

Proposition de Thèse pour le SFR : Twitter : un nouveau cadre pour l'analyse sociale et culturelle

Encadrants : Philippe Le Guern (Culture/Com) et Eitan Altman (INRIA/LIA)

Description : Le projet de thèse présenté par Julien Gaillard est ancré dans un champ de recherches relativement inédit du côté des SHS, qui tient autant à la maîtrise de méthodologies opérationnelles permettant l'aspiration de données de grand volume qu'à la nécessité d'imaginer de nouveaux modèles d'analyse pour rendre compte de l'organisation et du fonctionnement des réseaux sociaux sur internet. C'est par exemple dans une voie proche que s'est engagée l'équipe réunie autour de Dominique Cardon à Telecom Paris Tech : ces travaux, analysent – en combinant la modélisation informatique et la description sociologique – les formes et les intensités d'engagement dans la construction des blogs, et permettent de comprendre la dynamique de succès qui accompagne certains de ces blogs. Par leur brièveté, par la syntaxe spécifique qu'ils mobilisent, par leur capacité de dissémination et aussi le rôle qu'ils jouent dans la fabrication de cascades informationnelles, les tweets contribuent à la redéfinition des formes d'expressivité et de la dynamique du succès : c'est pourquoi le projet de thèse de Julien Gaillard peut constituer une contribution marquante dans l'étude des phénomènes de buzz sur internet.

L'originalité du projet de Julien Gaillard se situe à un double niveau :

- l'objet tout d'abord – les messages échangés sur Twitter – a été peu étudié du point de vue des Sciences Humaines, à la fois parce qu'il a un caractère de relative nouveauté mais aussi et surtout parce qu'il constitue un défi aux méthodes d'investigation « classique » de la sociologie. L'objet Twitter résiste en quelque sorte aux analyses de type interactionnistes, aux récits de vie, à la détermination par la position sociale... et impose un renouvellement significatif des cadres d'analyse. De ce point de vue, on attend de Julien Gaillard qu'il mobilise des outils qui permettent de rendre compte de dimensions qui échappent traditionnellement à l'analyse sociologique ou qu'elle a du mal à décrire : l'expression des émotions, les grammaires de justification, les formes de controverses, les effets réputationnels et les processus de consécration sur le net notamment.
- Par ailleurs, ce projet de thèse peut apporter des réponses à des questions centrales :
 - a) comment établir une typologie des buzz sur le net ? Peut-on modéliser les buzz ? Quels sont les principaux déterminants du buzz ? Qu'est-ce qui assure le succès d'un Tweet dans un univers d'hyperabondance informationnelle ?
 - b) Quelle est l'écologie sémantique du tweet ? Comment sont construits les argumentaires, quelles formes de rationalité sont élaborées, à partir du moment où les tweets sont caractérisés par la brièveté ? Assiste-t-on, grâce au Tweets, à l'invention de nouvelles formes conversationnelles ou argumentatives, à de nouvelles herméneutiques, à la production de nouvelles conventions discursives ? Par exemple, Tweeter a-t-il généré de nouvelles façons d'exprimer ses coups de cœur artistiques ?
 - c) En quoi les Tweets sont-ils susceptibles d'organiser un nouvel espace communicationnel (cf. Habermas) et d'évaluation : on songe par exemple à la façon dont ont été évaluées, critiquées, les Victoires de la musique ou l'Eurovision de la Chanson... En quoi Tweeter contribue à la production d'un nouvel espace de normes sociales ?

- Enfin, Le projet de Julien Gaillard porte sur les liens entre la musique et Tweeter : la relation étroite entre Twitter, l'industrie du disque et les artistes a été largement soulignée. Ainsi, l'édition de mars 2011 du magazine spécialisé Billboard montre que sur les 10 messages les plus *retweetés* en 2010, 6 sont reliés à un artiste de l'industrie musicale et que sur les 20 comptes Twitter ayant le plus d'abonnés, 11 sont des artistes musicaux. Dans ce contexte, un autre enjeu crucial pour les SHS est celui de la rationalisation économique des goûts à l'aide de Tweeter : en d'autres termes, comment les artistes peuvent-ils construire une *fan-base* à l'aide de Tweeter, en permettant la découverte de nouveaux artistes ou de nouveaux contenus mais aussi en assurant la structuration du bouche à oreille ? Une autre question centrale porte sur la façon dont Tweeter suscite de nouveaux modèles marketing (tweets sponsorisés, inclusion de données contextuelles dans les tweets...) et de monétisation des contenus et quelles ont ici ses possibilités de développement.

L'apport des outils informatiques : Cette thèse s'appuyera sur des outils informatiques variés :

- l'observation, le filtrage et la collecte systématique et le stockage des traces de tweeter. Cela nous permettra d'automatiser des processus de recherche, d'association, de détection et de caractérisation des buzz.
- des méthodes intelligentes de détection de buzz : un buzz peut être caractérisé par une montée brusque de popularité d'un **concept** plutôt que d'un simple mot clé ; la thèse fera usage de telles méthodes, qui sont déjà en cours d'expérimentation par d'autres chercheurs au LIA (c.f. Georges Linares et ses étudiants) et que Julien est en train d'étudier dans le contexte de twitter.
- Pour modéliser des phénomènes comme l'évolution de popularité, la manière qu'une chanson devient un « hit », la propagation de nouveaux genres musicales, etc, nous utiliserons modèles mathématiques tel que les processus de branchements et les le routage épidémique. Ces méthodes même feront l'objet de nos études, nous examinerons la validité des modèles existant et proposerons des améliorations qui prendront en compte les mesures d'accélération des épidémies qui sont déployées et utilisées pour augmenter l'accès à des contenus populaires.

Bibliographie

M. H. R. Khouzani, Saswati Sarkar and Eitan Altman, "Optimal Control of Epidemic Evolution". 30th IEEE Infocom, Shanghai, China, April, 2011

Sulan Wong , Eitan Altman and Julio Rojas-Mora, "Internet Access: Where Law, Economy, Culture and Technology Meet", Computer Networks, special issue on Wireless Future Internet, 55(2): 470-479 (2011)

J. Gaillard, E. Altman, A. Legout and P. LeGuern, "Observing Twitter: a new framework for social analysis", Research Report, Available on <http://www-sop.inria.fr/members/Eitan.Altman/PAPERS/twitter.pdf>