VISIBRAIN

Logiciel de veille des médias en ligne

Les mécanismes de la viralité :

Pourquoi certaines news se partagent mieux sur Twitter et d'autres mieux sur Facebook ?

LES MÉCANISMES DE LA VIRALITÉ :

Pourquoi certaines news se partagent mieux sur Twitter et d'autres mieux sur Facebook ?

Les réseaux sociaux font partie intégrante de nos vies actuelles. Il y en a de plus en plus mais chacun a sa spécificité. Un même moment n'est pas posté ou différemment posté sur Facebook, sur Instagram et sur Snapchat. Ces différents usages sont plutôt bien intégrés : un seul moment, plusieurs mises en scène.

Qu'en est-il lorsqu'il s'agit de la presse ?
Depuis l'apparition du numérique, la manière de faire de l'information a changé. Le temps s'est accéléré, le besoin d'être informé plus vite s'est fait sentir. Les réseaux sociaux ont rajouté une dimension « sociale » aux actualités. C'est pourquoi, Visibrain, en tant que logiciel de veille des réseaux sociaux a étudié la manière dont est consommée l'information médiatique sur les deux principaux : Twitter et Facebook. Pourquoi une news buzze sur Twitter et pas sur Facebook ou inversement ?

I. QUELLES INFORMATIONS SONT PARTAGÉES SUR TWITTER ET SUR FACEBOOK ?

Chaque réseau social doit faire l'objet d'une communication spéciale. En effet, chaque réseau social permet de s'adresser à une cible différente de la population, les pratiques ne sont pas les mêmes, la manière de le consommer non plus.

C'est pourquoi nous avons réalisé une étude pour comprendre quel type d'information est consommé sur quel réseau social.

Analyse des partages d'une actualité sur Twitter et Facebook

Nous avons récapitulé les articles les plus partagés sur Facebook et sur Twitter pendant l'année 2016.

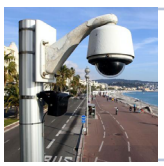
Les 5 articles les plus partagés sur Twitter en 2016 :

Les attentats de ce 22 mars à Bruxelles

Etat d'urgence : demandez à votre député pourquoi il n'a pas voté lundi

En direct des Jeux Olympiques de Rio - JO 2016

Attentat de Nice: la nuit où la télé française a sombré



Attentat de Nice : la ville refuse de détruire 24 heures d'images de vidéosurveillance

Les 5 articles les plus partagés sur Facebook en 2016 :

Compose ton equipe de france pour l'Euro 2016

Valls menace de quitter Matignon devant des ministres

Les fils Trump, braconniers d'Afrique protégés par la loi et par papa

François Hollande accorde la grâce présidentielle à Jacqueline Sauvage

Adieu accent circonflexe, la réforme de l'orthographe va s'appliquer en septembre

En 2016 sur Facebook, l'article le plus partagé est un article de l'Équipe qui propose au lecteur de composer son Equipe de France idéale pour le tournoi de l'Euro. Tandis que sur Twitter, l'article le plus retweeté est un dessin de Plantu sur les attentats de Bruxelles.
Cet exemple montre une double manière de consommer l'actualité. Sur Twitter, l'internaute cherche l'information. Sur Facebook, l'internaute s'approprie l'information.

Si l'on examine la suite de la liste des articles les plus partagés sur les deux réseaux en 2016 le constat est assez flagrant. Les articles les plus partagés sur Twitter sont liés au direct ou à l'interpellation directe. Alors que sur Facebook, les actualités les plus partagées sont celles qui « touchent », qui interpellent et provoquent de l'émotion. L'aspect « live » ou « interpeller en direct » n'est pas propice sur ce réseau.

Analyse des articles partagés sur Facebook et Twitter sur un même sujet

Nous avons comparé les articles de presse les plus partagés sur Twitter et sur Facebook sur un même sujet et une même période : la primaire de la gauche.

Les 5 articles les plus partagés sur Twitter sur une période donnée :

OUPS

Primaire à gauche : le PS manipule les résultats puis plaide une «connerie»

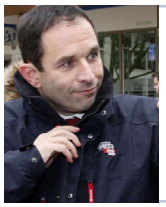
1 973 PARTAGES

«Je crois que je commence à comprendre. En fait, vous ne m'aimez pas c'est ça ?» par Manuel Valls

1 884 PARTAGES

Primaire à gauche : ce qui différencie les programmes de Hamon et de Valls

1 687 PARTAGES



Du MJS à la primaire : Benoît Hamon, 25 ans de combines au PS

1 617 PARTAGES

Primaire de la gauche : audience en chute libre pour le deuxième débat

1 537 PARTAGES

Les articles qui ont le plus de succès sur Twitter sur la Primaire de la Gauche sont ceux qui privilégient le «fact checking» et sont orientés «décryptage» «décodage» des événements.

Les 5 articles les plus partagés sur Facebook sur une période donnée :

22.000 postes supprimés dans les hôpitaux d'ici fin 2017

571 486 PARTAGES

L'Assemblée a rémunéré 52 épouses, 28 fils et 32 filles de députés en 2014

360 614 PARTAGES

Manuel Valls va utiliser le 49.3 pour être le seul candidat des primaires du PS

92 924 PARTAGES

Gifle de Valls: «La claque, on était 66 millions à vouloir te la donner», lance un auditeur

53 423 PARTAGES

OUPS

Primaire à gauche : le PS manipule les résultats puis plaide une «connerie»

47 654 PARTAGES

Le constat est le même que pour les partages sur l'année. Les articles qui ont le plus de succès sur Facebook sont ceux qui sont orientés davantage sur l'émotion. Les événements qui ont provoqué des sentiments sont prioritaires comme « la gifle à Manuel Valls », les postes supprimés.

Le point commun aux deux réseaux est la très bonne place accordée à l'information détournée et à l'humour. Le site parodique du Gorafi tient donc le haut du pavé sur Twitter comme sur Facebook.

II. COMMENT LES INFORMATIONS SONT-ELLES PARTAGÉES SUR TWITTER ET SUR FACEBOOK ?

Qu'est ce qui fait qu'une information émerge plutôt sur Twitter ou plutôt sur Facebook ? Les mécanismes de partages ne sont pas les mêmes sur les deux réseaux. Nous les avons analysés pour mieux comprendre pourquoi un type d'info est plus partagé sur un réseau que sur l'autre.

Le partage de l'information sur Facebook : un maillage social

« *Avec Facebook, partagez et restez en contact avec votre entourage* » est le leitmotiv de Facebook. Il s'agit du réseau des amis. D'après les récentes statistiques publiées par Facebook, 1,86 milliard de personnes se connectent activement chaque mois. 1,23 milliard se connectent chaque jour pour échanger et prendre des nouvelles de leurs proches.
Dans ce contexte, une information va être partagée à la manière du bouche à oreille. Un article est posté ou partagé par un ami, vu par d'autres et relayé ainsi. De fait, les news qui concernent un « événement concret » sur un secteur se propagent très vite et très bien car elles intéressent nos collègues ou nos amis qui ont des préoccupations en commun avec nous.

Par exemple, cet article-témoignage d'une infirmière sur ses conditions de travail a été partagé plus de 120 000 fois sur Facebook contre moins de 300 sur Twitter.

Infirmière, je fais grève ce 8 novembre : je veux retrouver le côté humain de mon métier

L'OBS Le Plus

Ce témoignage se partage sur des groupes et dans des communautés liées sur Facebook et prend toute son ampleur. Alors que sur Twitter l'information manque de « buzz » pour se propager.

Le partage de l'information sur Twitter : un maillage d'intérêt

Twitter est le média des médias. La plateforme sur laquelle l'internaute s'informe en priorité. Beaucoup utilisent Twitter en tant que lecteur, comme ils liraient un journal. Sauf que ce journal brasse toute l'actualité qui les intéressent en temps-réel. De fait, les informations de type actualité politique, sociale, culturelle vont se propager beaucoup mieux. Ce nuage de mots montre les thèmes traités par la presse sur Twitter et les plus partagés sur la journée du 16 mars 2017 et reflète bien cette réalité.

Par ailleurs, l'action de « retweeter » est perçue comme moins engageante par l'utilisateur que celle de partager sur son mur Facebook.

De fait, si tous les principaux sites de presse ont un compte Twitter et Facebook sur lequel ils partagent leurs articles, l'action de retweeter est beaucoup plus « naturelle ». En témoigne par exemple, les descriptions dans les bio « *mes retweets n'engagent que moi* » ou « *retweeter n'est pas cautionner* ».

/ Conclusion

Les actualités chaudes, très « buzz », ont tendance à mieux se propager sur Twitter. Tandis que celles qui ont un capital « émotionnel » plus fort vont mieux fonctionner sur Facebook. Ces différences sont dues aux caractéristiques intrinsèques des deux réseaux. Sur Twitter, les internautes s'informent, brassent, montent en épingle un sujet pour faire entendre leur point de vue. Sur Facebook, les news qui intéressent un internaute, intéressent ses amis qui ont les mêmes centres d'intérêt ou les mêmes habitudes.

Envie d'en savoir plus sur Visibrain ?

Demandez une démo

VISIBRAIN

Les mécanismes de la viralité :

Pourquoi certaines news se partagent mieux sur Twitter et d'autres mieux sur Facebook ?

01 85 08 85 90
www.visibrain.com
contact@visibrain.com

VISIBRAIN

Le logiciel de veille des médias en ligne