

## Annexe A

### AUDITOIRE SOCIAL — PREMIÈRE PARTIE : QUELS SONT LES PARAMÈTRES DE MESURE ?

Les applications de médias sociaux permettent aux utilisateurs de trouver, d'ajouter des amis, d'encercler, d'épingler, de suivre, d'afficher, de commenter, d'aimer, de partager, de gazouiller, de partager un gazouillis, de « *checker-in* »... Mais que veulent dire toutes ces expressions ? Que peut-on réellement mesurer ? Dans la présente série de billets, nous nous pencherons sur les divers éléments des médias sociaux, en examinant d'abord la signification des principaux paramètres de quelques réseaux populaires utilisés dans les conversations sociales.

#### Facebook

*Principale fonction : Mettre à jour son statut; celui-ci peut comprendre du texte, des photos ou des liens.*

- Abonnés : Les personnages publics peuvent permettre à des utilisateurs de s'abonner à leurs actualités sans les ajouter comme amis. Par exemple, tout le monde peut s'abonner à la page d'[Amber MacArthur](#), stratège des médias sociaux et coanimatrice d'*App Central*, à CTV. Elle compte plus de 500 000 abonnés.
- Aimer une page : Profil d'une marque, d'un organisme ou d'un amateur. Par exemple, CBC a créé la page officielle de [Heartland](#), qui compte plus de 125 000 mentions J'aime et quelque 13 000 interactions (commentaires ou messages de téléspectateurs). Du côté francophone, la page officielle d'[Unité 9](#) (Radio-Canada) compte plus de 37 000 mentions J'aime après la diffusion de six épisodes seulement. Les amateurs peuvent également créer des pages, comme ce téléspectateur loyal de [Rookie Blue](#), dont la page récolte 2 300 mentions J'aime et compte 230 interactions.
- Aimer un statut : En tant qu'ami ou abonné d'une page « aimée », un utilisateur peut signaler qu'il apprécie un statut ou qu'il est d'accord avec ce dernier en cliquant sur la mention J'aime.
- Partage de statut : En tant qu'ami ou abonné d'une page « aimée », un utilisateur peut « partager » les commentaires des autres, comme il raconterait une histoire qu'on lui a contée.
- Fonctions J'aime et Partage par l'API de Facebook : Les sites tiers peuvent inclure des boutons J'aime ou Partager à proximité de leurs articles ou de leur contenu. En appuyant sur ces boutons, l'utilisateur publie le contenu correspondant dans son fil d'actualité Facebook. APTN a établi les pages de ses émissions de façon à ce qu'il soit facile de partager l'information sur Facebook, comme celle de [Samaq'an : Water Stories](#).
- Commentaires : En tant qu'ami ou abonné d'une page « aimée », un utilisateur peut publier d'autres commentaires ou observations à la suite d'une mise à jour de statut, d'un élément partagé ou d'un élément « aimé ».

## Twitter

*Principale fonction : Publier des gazouillis en format texte, qui peuvent comprendre des liens.*

- Abonnés : Comme les abonnés de Facebook, les utilisateurs de Twitter peuvent suivre des personnalités. Seuls les messages publiés par les utilisateurs suivis apparaissent dans le fil d'actualité.
- Mentions : 1) Comme dans le cas des commentaires sur Facebook, les utilisateurs qui souhaitent commenter un gazouillis peuvent répondre à un utilisateur. Le résultat final affiché, qui comprend le nom ou le pseudonyme de celui ayant publié le gazouillis original, est considéré comme une « mention ». Par exemple, Mark Ellis, cocréateur de *Flashpoint*, [lance son chapeau à un autre auteur de la série pendant la diffusion d'un épisode](#). 2) Un utilisateur peut poser une question en interpellant un pseudonyme, comme ce téléspectateur de *Highway through Hell* sur Discovery qui a [gazouillé ses idées de contenu supplémentaire, ce qui a donné lieu à un dialogue avec un représentant de la chaîne responsable du compte Twitter](#).
- Partage de gazouillis (RT) : Un utilisateur peut partager avec ses abonnés le gazouillis d'un autre utilisateur. Les lettres RT (*retweet*) apparaîtront au début du gazouillis. (Si l'utilisateur ne partage qu'une partie d'un gazouillis, les lettres MT [*modified tweet*, ou gazouillis modifié] apparaîtront.)
- Mots-clics : Façon de classer les gazouillis. Par exemple, si un utilisateur regarde une émission et souhaite la commenter pendant un moment enlevant, il peut commencer son message en indiquant le mot-clic de l'émission plutôt qu'en écrivant « Je regarde telle émission », par exemple, #Mixmania est le mot-clic de *MixMania*, diffusé à Vrak.tv.

## Pinterest

*Principale fonction : Partager des « pins » sous forme d'images associées par un hyperlien à une URL externe.*

- J'aime : Exactement comme la fonction de Facebook; si un utilisateur aime un pin (sous forme d'image), ses abonnés peuvent l'aimer.
- Réépingle : Lorsqu'un utilisateur souhaite sauvegarder un pin (ou une publication) sur son propre tableau, il réépingle le pin d'un autre utilisateur.
- Abonnés : Les utilisateurs peuvent suivre les tableaux des autres, ou leur profil Pinterest complet. Tout nouveau pin des utilisateurs ou tableaux suivis apparaîtra sur le tableau d'accueil de l'utilisateur. Par exemple, 1 300 utilisateurs [suivent le tableau de HGTV Canada](#), qui associe des liens à des photos de ses diverses émissions télévisées.

Il ne s'agit bien entendu que des principaux réseaux sociaux. Parmi les autres réseaux populaires de télévision sociale qui ont recours aux mêmes activités et expressions, mentionnons GetGlue et Tumblr. Instagram et Google Plus constituent d'autres plateformes pouvant être exploitées

*À venir dans la deuxième partie : Comment tous ces réseaux sociaux sont-ils utilisés pour tirer une mesure significative de l'auditoire?*