

SÉMINAIRE DU GRETS

MARDI 27 NOVEMBRE 2018 (9H30 – 12H30)

Maison Suger / FMSH, 16-18 rue Suger, Paris 6ème

**LES SÉMINAIRES
DE L'ANNÉE**

Mardi 25 septembre 2018

Autonomie énergétique locale et autoconsommationLaure DOBIGNY, *Université de Genève*

Mardi 16 octobre 2018

Politiques d'éclairage public et transformations des espaces urbains

Sandra MALLET, IATEUR, Université de Reims

Mardi 27 novembre 2018

Mesurer la parole en ligne : traces, dispositifs et régimes de l'opinion sur le web

Baptiste KOTRAS, LISIS, Université Paris Est Marne-La-Vallée

Jeudi 13 décembre

Territoires, énergies renouvelables et concertations

Vincent Baggioni, CNRS – LAMES

Mardi 22 janvier

Les futurs du travail à l'œuvre. Enquête sur le mouvement Maker et les Fablabs

Isabelle Berrebi-Hoffmann, LISE - CNAM

Jeudi 7 février

Mobilité électrique et dynamiques territoriales

Patricia SAJOUS, CNRS – IDEES

Mardi 19 mars

Les dispositifs d'autosurveillance: réflexivité, temporalité et "travail" des acteurs. L'exemple de la prise en charge du diabète.

Alexandre MATHIEU-FRITZ, LATTS, Université Paris Est Marne-La-Vallée

Jeudi 11 avril

Une analyse des pratiques d'optimisation des individus aux prises avec les technologies numériques réflexives de quantification du soi

Eric DAGIRAL, CERLIS, Université Paris Descartes

Mardi 21 mai

Comment les citoyens ordinaires construisent des opinions sur le problème de l'énergie

Jérémy BOUILLET, PACTE, Sciences Po Grenoble

Mesurer la parole en ligne : traces, dispositifs et régimes de l'opinion sur le web**Baptiste KOTRAS****LISIS – Université Paris-Est Marne-la-Vallée**

La séance sera introduite par Mathieu Brugidou - EDF R&D

“Know what people think”. Ce slogan, affiché sur la page d'accueil du site de l'entreprise britannique Brandwatch, résume à lui seul la promesse de l'industrie nouvelle associée à l'étude des opinions sur le web : savoir enfin ce que les gens pensent, et cela sans même avoir besoin de le leur demander. Un ensemble d'agences, de start-ups et d'éditeurs de logiciels propose depuis le milieu des années 2000 de connaître les opinions du grand public à partir des millions de publications quotidiennes sur le web social : tweets, billets de blogs, messages sur les forums ou encore commentaires de la presse en ligne. Ces données massivement disponibles sont ainsi investies par des acteurs et des instruments extrêmement variés pour mesurer aussi bien la réputation des grandes marques et entreprises, que les réactions à une campagne publicitaire ou à un débat télévisé, ou encore des pratiques de consommation émergentes ; tous ont en commun de s'intéresser pour cela aux opinions non sollicitées des internautes.

Cette démarche rencontre par ailleurs un succès considérable depuis plusieurs années : en 2015, soit dix ans après la création des premières entreprises dans ce domaine, l'industrie des logiciels de social media analysis génère 2,2 milliards de dollars de chiffre d'affaires selon le cabinet Markets and Markets, qui prévoit par ailleurs la croissance de ce marché jusqu'à 17,9 milliards de dollars en 2019.

À distance du positivisme comme d'une critique constructiviste extérieure à son objet, le travail de B. Kotras cherche à décrire l'émergence de médiations d'un nouveau type qui se saisissent des traces conversationnelles du web social pour la mesure de l'opinion, et renouvellent ainsi le contenu épistémologique et politique de cette catégorie. En d'autres termes, il ne s'agit pas de proposer une réflexion méthodologique sur les intérêts et inconvénients de mesurer l'opinion à partir des conversations du web, ni sur les conséquences du *big data* pour la recherche en sciences sociales, mais bien de comprendre ce que les entreprises de l'opinion en ligne, les instruments variés qu'elles développent et les projets qu'elles revendiquent changent à la mesure même de leur objet. Pour cela, B. Kotras se fonde principalement sur un ensemble d'entretiens menés avec les fondateurs, chargés d'études, ingénieurs et commerciaux de ces entreprises, en France et aux Etats-Unis, ainsi que sur une observation participante menée au sein de l'une d'entre elles à Paris.

Baptiste Kotras est chercheur post-doc au Laboratoire Interdisciplinaire Sciences Innovations Sociétés de l'université Paris-Est.

REFERENCES

- Kotras, B. *La voix du Web. Nouveaux régimes de l'opinion sur internet*, La république des idées, 2018
- Kotras, B. « Le tout plutôt que la partie Big data et pluralité des mesures de l'opinion sur le web », *Revue française de sociologie*, 2018/3 (Vol. 59)
- Kotras, B. « Opinion autorisée. Requalification communautaire de l'espace social et technique d'échantillonnage sur le web », *Revue d'anthropologie des connaissances*, 2015/3 (Vol. 9, n° 3)