



Northeastern University

Aux représentants des médias

COMMUNIQUE DE PRESSE

Les internautes américains préféreraient voter Trump

Des informaticiens suisses analysent la campagne américaine

Nada Naji, Jacques Savoy, Mikael Gasparyan, Christoph Glauser
Computer Science Dept., University of Neuchatel (Switzerland)
College of Computer and Information Science, Northeastern University, Boston (USA)
IFAAR, Institute for Applied Argumentation Research, Berne (Switzerland)

Berne, le 13 septembre 2016. Les résultats d'un projet de recherche conjoint indiquent que Donald Trump suscite un nombre significativement plus important de requêtes sur les moteurs de recherche et réseaux sociaux qu'Hillary Clinton (depuis le 1^{er} janvier 2016). Basés sur les allocutions et les débats télévisés, les chercheurs ont mis en lumière les différences stylistiques entre Hillary Clinton et Donald Trump. Ainsi, la campagne d'Hillary Clinton démontre une couverture plus large et une proximité plus grande vis-à-vis des intérêts des internautes en comparaison avec Donald Trump. Ce dernier adopte un style plus simple et direct, mettant l'emphase sur sa personne afin de convaincre ses supporters et les votants. Ces conclusions ont été obtenues grâce à une nouvelle technologie informatique et Internet par une équipe de scientifiques suisses et américains. Ces derniers ont combiné leur expertise pour examiner de manière systématique les intérêts des internautes ainsi que les discours et la popularité des candidats à l'élection présidentielle américaine.

Cette nouvelle approche se base sur une technologie s'appuyant sur un large système distribué conçu et développé pendant les dix dernières années. En extrayant et gérant des données provenant de plus de 450 moteurs de recherche (Google, Bing, Yahoo!, etc.) et de réseaux sociaux (FaceBook, Twitter, etc.), ce projet ouvre de nouvelles perspectives dans l'analyse des processus électoraux et des votations ainsi que dans la comparaison de la demande et de l'offre sur Internet dans des contextes variés. Les scientifiques ont nommé ce projet UMUSE (User Monitoring of the US Election 2016).

Comme première analyse, UMUSE analyse systématiquement les requêtes soumises par les internautes à un large éventail de moteurs de recherche et de réseaux sociaux. Cette technologie innovatrice de découverte développée par IFAAR en Suisse permet d'examiner et de suivre l'évolution de la présence numérique des candidats durant la campagne. Sur la base de ces informations et pour la période de janvier à août, "Donald Trump" a toujours été le candidat le plus demandé (environ 1,08 million de requêtes par jour). "Ted Cruz" occupe le deuxième rang (0,73 million de requêtes par jour) tandis que "Hillary

Clinton” et “Bernie Sanders” se situent en troisième et quatrième position (avec respectivement 0,48 et 0,34 million de requêtes quotidiennes).

En deuxième lieu, le projet UMUSE s’attache à explorer l’évolution des intérêts et préoccupations des internautes (sous la forme de requêtes) durant la période électorale (débutant le 1^{er} janvier 2016). L’analyse de ces requêtes indique que les internautes marquent un intérêt soutenu pour les thèmes *education, small business, healthcare*, et dans une moindre mesure pour *energy policy* et *climate change*. Durant des périodes relativement courtes (quelques jours), les internautes américains ont démontré une attention particulière pour les sujets comme *balanced budget, gun control* ou *government spending*. D’un autre côté, les thèmes centrés sur l’*immigrant(ion), terrorism, healthcare reform* n’ont pas suscité un intérêt important et correspondent plutôt à des sujets de second rôle.

Enfin, le projet UMUSE permet de visualiser la demande représentée par les thèmes les plus demandés par les internautes américains d’une part et, d’autre part, le contenu de l’offre politique synthétisée sur la base des sites web des candidats. Les résultats indiquent que le site Internet d’Hillary Clinton est significativement plus proche des centres d’intérêt des internautes. Le site de Donald Trump se positionne légèrement plus loin du centre correspondant à la demande globale des internautes. Par exemple, durant les mois de juillet de d’août, Donald Trump se positionne clairement sur les thèmes de l’*immigration, workers, Washington, et veterans*, tandis que le site de Clinton se focalise davantage sur la recherche de fonds (*funding*), les *reforms* et *families*. Enfin, la demande des internautes (requêtes soumises) se focalisent plus sur les thèmes comme *jobs, poverty, industries, presidency* et *housing*. Une illustration graphique montre que les requêtes les plus fréquentes des utilisateurs d’Internet ne s’avèrent pas suffisamment reprises par les sites web des candidats des deux partis.

Les partenaires du projet UMUSE :

De Northeastern University à Boston, Dr. Nada Naji (informaticienne) est spécialisé dans l’extraction et la recherche d’information. Les chercheurs de l’Université de Neuchâtel (prof. Jacques Savoy et Mikael Gasparian) possèdent une longue tradition en linguistique computationnelle. L’institut IFAAR de Berne dispose de nombreuses années d’expertise dans le développement de logiciels de recherche et d’extraction pour l’évaluation des médias. Cet institut est représenté par Dr. Christoph Glauser (politologue et expert en mass média), ainsi que par Jürg Beutler et Joel Keller.

Toute opinion, observation, conclusion et / ou recommandation est destiné à des fins scientifiques et ne reflète pas et ne soutienne pas les points de vues politiques de cette campagne présidentielle.

Contacts:

Jacques Savoy, Chaire de linguistique computationnelle, Université de Neuchâtel,
jacques.savoy@unine.ch, Tél. : 032 718 13 75

Dr Christoph Glauser, IFAA, Institute For Applied Argumentation Research
info@ifaa.ch, Tél. 031 351 02 20