

Trump infecté : Volume inégalée de requêtes

Des scientifiques suisses ont mesuré plus de 100 millions de requêtes “Donald Trump”

L'écho produit dans les médias à travers le monde du tweet de Donald Trump daté du 2 octobre annonçant son infection au Covid-19 a eu pour effet de booster sa campagne comme jamais auparavant. Un groupe de scientifiques suisses en informatique, science des données et science politique ont analysé la campagne électorale en s'appuyant sur les moteurs de recherche et réseaux sociaux américains comme ils l'avaient fait en 2016. L'observation en temps réel des recherches effectuées par quelques 247 millions d'utilisateurs américains avec tous les outils de recherche indique que l'annonce de l'infection de Donald Trump a eu un impact très important. Ainsi, la requête “Donald Trump” a été émise en moyenne 100 559 000 fois sur un mois et en considérant tous les moteurs de recherche tandis que la demande “Joe Biden” n'atteint qu'une moyenne mensuelle de 26 594 000.



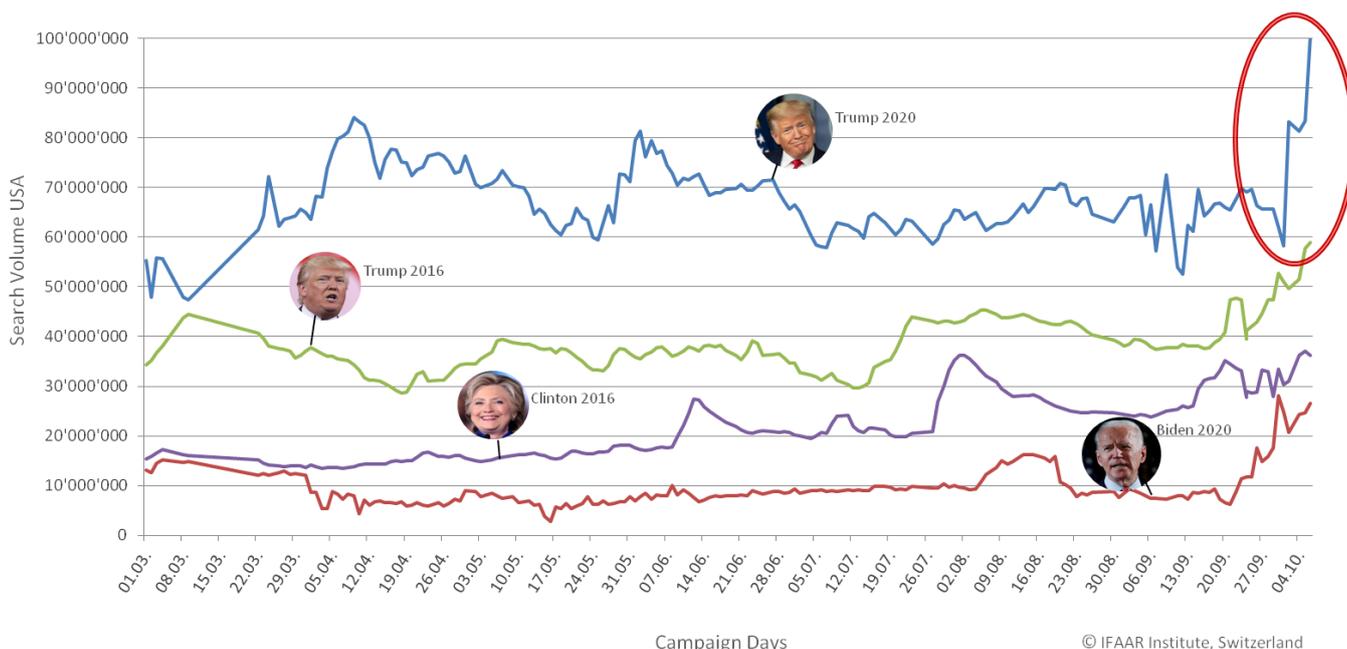
Les courbes en temps réel de toute la campagne signalent que cette élection américaine doit être perçue comme un référendum en faveur ou contre Donald Trump. La popularité de Joe Biden sur les moteurs de recherche (nombre de requêtes) n'a pas atteint le niveau obtenu par Hillary Clinton en 2016. "La présence et la visibilité sur Internet ainsi que l'implication active est cruciale si l'on veut gagner une élection aux États-Unis." signale Christoph Glauser, un politologue suisse expert dans le domaine.

La plus imposante "publicité numérique" jamais vue

Ce tweet du 2 octobre vaut plus qu'un milliard de dollars s'il avait été possible de le vendre comme une campagne publicitaire. Si cette annonce de l'infection de Donald Trump au coronavirus avait été payé comme une publicité habituelle, il aurait été difficile à Larry Page et Sergey Brin (Google), Mark Zuckerberg (Facebook), Jeff Bezos (Amazon) ou Bill Gates (Microsoft) de réunir les fonds nécessaires pour obtenir un tel impact médiatique. Elle a généré plus de cent millions de recherches sur tous les canaux d'Internet. "C'est tout simplement énorme" rapporte Jacques Savoy, professeur en informatique à l'Université de Neuchâtel (Suisse). Depuis l'invention du web par Sir Tim Berners-Lee au CERN en 1993, les scientifiques de ce projet concernant campagne électorale américaine n'avaient pas observé un tel pic auparavant dans leur analyse du *big data*.

En fait, en ce début septembre, Donald Trump perdait de l'attention après la convention républicaine tandis que Joe Biden réussissait à mieux se mettre en lumière. Donald Trump avait désespérément besoin d'un coup de pouce pour booster sa campagne et le Covid-19 a produit l'effet escompté comme l'indique la figure suivante reflétant les données les plus récentes de cette campagne.

Trump vs. Biden USA - March / October Comparison 2016/2020



Analyse des volumes de requêtes

Grâce à une nouvelle technologie innovante, le projet UMUSE2* est capable d'identifier le nombre moyen de requêtes émises depuis les États-Unis vers tous les moteurs de recherche, réseaux sociaux ou e-shops. En se focalisant sur le nom des deux candidats soit "Donald Trump" et "Joe Biden", le président actuel devance largement son adversaire. Évidemment, d'autres requêtes peuvent être suivies comme, par exemple, celles couvrant des thèmes politiques majeurs (santé, éducation, contrôle des armes, etc.).

Jusqu'en juillet, la popularité de Joe Biden sur les moteurs de recherche est demeurée assez basse mais elle a connu une nette augmentation après l'annonce de sa colistière Kamala Harris. Un deuxième rebond est survenu au début septembre lorsque la campagne électorale est arrivée dans sa phase décisive.

L'analyse du *big data* indique qu'environ 247 millions d'internautes ont activement accédé et recherché sur tous les sources américaines des informations suite à l'annonce de l'infection de Donald Trump au coronavirus sur Twitter.

Sur Twitter

Sur Twitter aussi, Donald Trump présente un profil plus visible en envoyant, en moyenne, 43 tweets par jour (en septembre) et ayant plus de 87 millions d'abonnés. Joe Biden rédige en moyenne 11 tweets per jour (en septembre) pour environ 10,7 millions de *followers*. En inspectant les traits stylistiques, Trump a tendance à retwitter plus souvent (35 % de ses tweets), et recourt plus fréquemment aux pronoms « je » et « toi » afin d'établir un lien avec son lecteur. Joe Biden préfère recourir souvent aux formes "nous / notre" afin d'impliquer son auditoire (par exemple, ensemble nous allons construire ...).

L'étude du contenu des tweets révèle que les deux candidats recourent souvent à des phrases creuses. De son côté, Trump insuffle la "peur" si les Démocrates gagnent cette élection tandis que Biden insiste sur les valeurs morales (par exemple, l'honnêteté, l'amour), ainsi que les conséquences liées aux Covid-19. Cependant des thèmes politiques majeurs sont très marginalisés comme l'éducation, l'immigration, les libertés et droits ou la justice. Par exemple, le terme "éducation" n'apparaît que trois fois dans tous les tweets émis durant les mois d'août et de septembre.

Les auteurs

Christoph Glauser¹, Jacques Savoy², Loris Schmid^{1,2}

¹ IFAAR, Berne

² Institut d'informatique., Université de Neuchâtel

L'Université de Neuchâtel possède une longue tradition en linguistique computationnelle avec l'équipe composée du professeur Jacques Savoy et de Loris Schmid (traitement de la langue naturelle) <http://www.unine.ch/iun>.

L'institut IFAAR à Berne a plus de dix ans d'expertise dans la recherche et le développement de méthodes informatiques liées aux moteurs de recherche, réseaux sociaux et dans l'évaluation des médias. Cet institut est représenté par le Dr. Christoph Glauser (politologue et spécialiste des médias) <https://ifaa.ch>. La partie informatique de cette recherche a bénéficié du support financier de la fondation Hasler (Berne).

Toutes les opinions, résultats, conclusions ou recommandations sont destinées à des buts scientifiques et non pas à soutenir une quelconque opinion politique.

**User Monitoring of the US Elections (UMUSE2).*