

Journées de Recherche Internationale

« Médias sociaux et corpus de communication médiée par les réseaux. Annotation, analyse, données libres »

23-24 octobre 2015, Rennes

# L'influence des discours d'accompagnement sur le partage social

Identifier et analyser les discours d'escorte sur *Twitter*



**Justine Simon**, Université de Lorraine

**Bénédicte Toullec**, Université de Rennes 1

**Romain Badouard**, Université de Cergy-Pontoise

**Magali Bigey**, Université de Franche-Comté

**Dario Compagno**, Université Sorbonne-Nouvelle

**Arnaud Mercier**, Université Panthéon-Assas

**Nathalie Pignard-Cheynel**, Université de Lorraine

**Brigitte Sebbah**, Université Paris-Est Créteil



# Plan de la communication

1. Cadrage général : Projet ANR Info-RSN
2. Considérations méthodologiques
3. Le discours d'escorte : définition
4. Classification des discours d'escorte



# Introduction

- **Contexte** : projet ANR Info-RSN portant sur la circulation et le partage d'informations d'actualité, notamment sur *Twitter*



Circulation et partage des informations sur les réseaux  
socio-numériques et transformations du journalisme

- **Intérêt pour** les discours d'accompagnement, d'encouragement au partage d'informations (à savoir les partages de liens URL issus de 32 sites d'information)
- **Constat pragmatique** : phase stratégique et chronophage de la constitution d'un corpus
- **Objectifs** :
  - **s'interroger les choix méthodologiques effectués, tant dans l'approche contrastive que dans l'approche itérative** permettant de constituer le premier corpus exploitable pour le travail d'analyse initialement envisagé
  - présenter la **démarche empirique** qui a permis d'identifier les discours d'escorte sur *Twitter* afin de proposer un cadre pour l'analyse future



# 1. Cadrage général : Projet ANR Info-RSN

**Objectif (partiel) :** étude des pratiques de partage des liens URL d'actualité sur *Twitter*

1<sup>ère</sup> étape de constitution de la base de données = **sélection des titres** médiatiques les + pertinents :

- Médias traditionnels et médias nés en ligne
- Différents types de médias : télévisuels / radiophoniques / numériques
- Différents ancrages territoriaux : médias nationaux et médias régionaux
- Médias d'information générale et médias d'information spécialisée (ex. info sportive)
- Différentes cibles : public généraliste / public jeune / people, etc.
- Médias indépendants et médias issus de conglomérats

=> **32 sites d'information recensés**

=> **Période étudiée : du 15 mai au 15 octobre 2014**

=> **Indicateur de base du partage d'information sélectionné = URL**

|                  |                           |                   |               |
|------------------|---------------------------|-------------------|---------------|
| lequipe.fr       | lemonde.fr                | lefigaro.fr       | leparisien.fr |
| nouvelobs.com    | liberation.fr             | lepoint.fr        | 20minutes.fr  |
| lexpress.fr      | lesechos.fr               | huffingtonpost.fr | rue89.com     |
| france24.com     | latribune.fr              | franceinter.fr    | francinfo.fr  |
| parismatch.com   | courrierinternational.com | marianne.net      | lejdd.fr      |
| lacroix.com      | itele.fr                  | francetv.info     | melty.fr      |
| bfmtv.fr         | metro.fr                  | slate.fr          | lci.tf1.fr    |
| lelab.europe1.fr | atlantico                 | lopinion.fr       | mediapart.fr  |

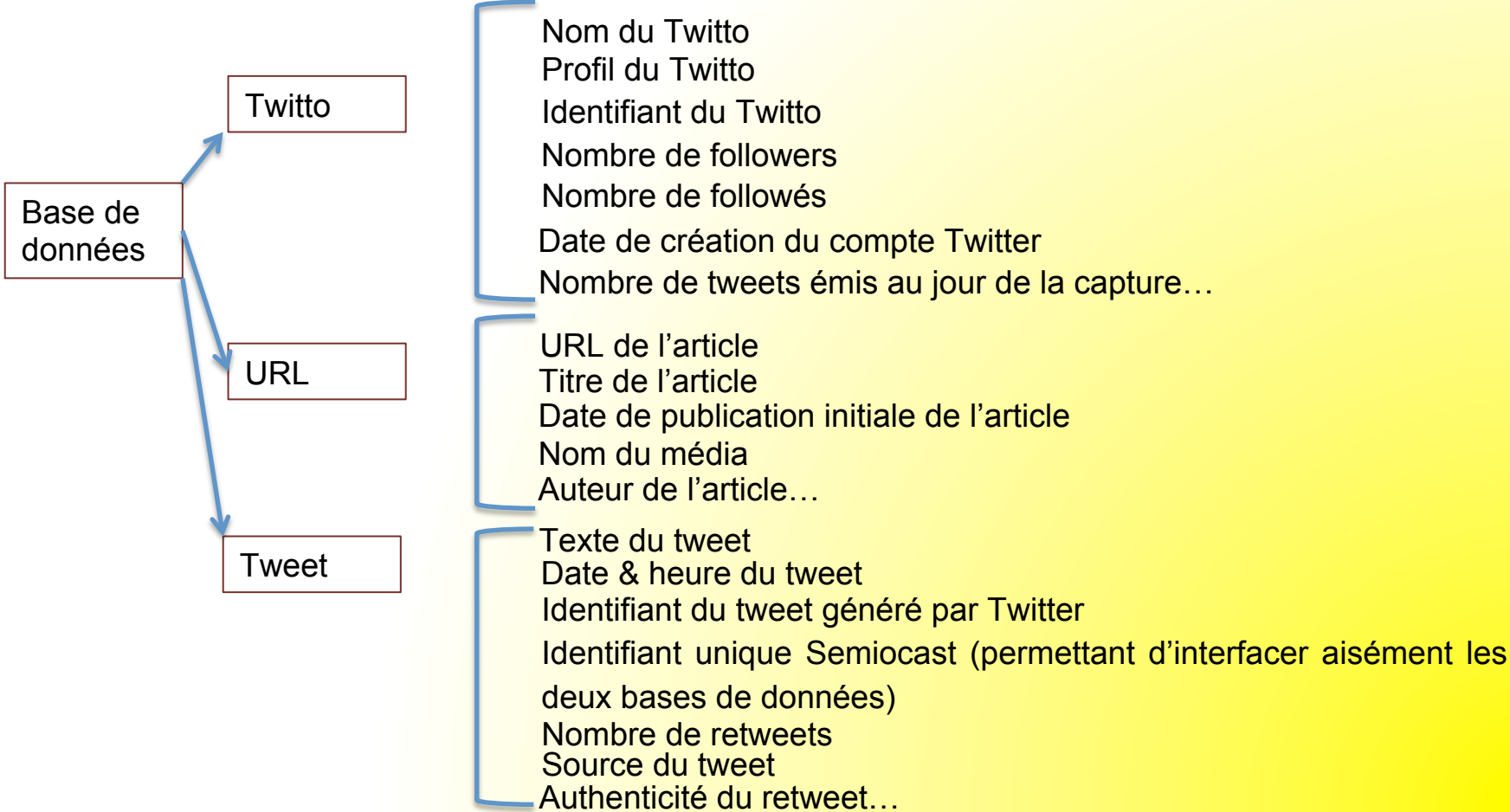


# 1. Cadrage général : Projet ANR Info-RSN

## Constitution de deux bases de données

- BD1 : liée aux articles de presse
- BD2 : regroupant les tweets contenant une ou plusieurs adresses URL d'articles

**Métadonnées (variables)** sélectionnées pour la 1<sup>ère</sup> base de données de travail :

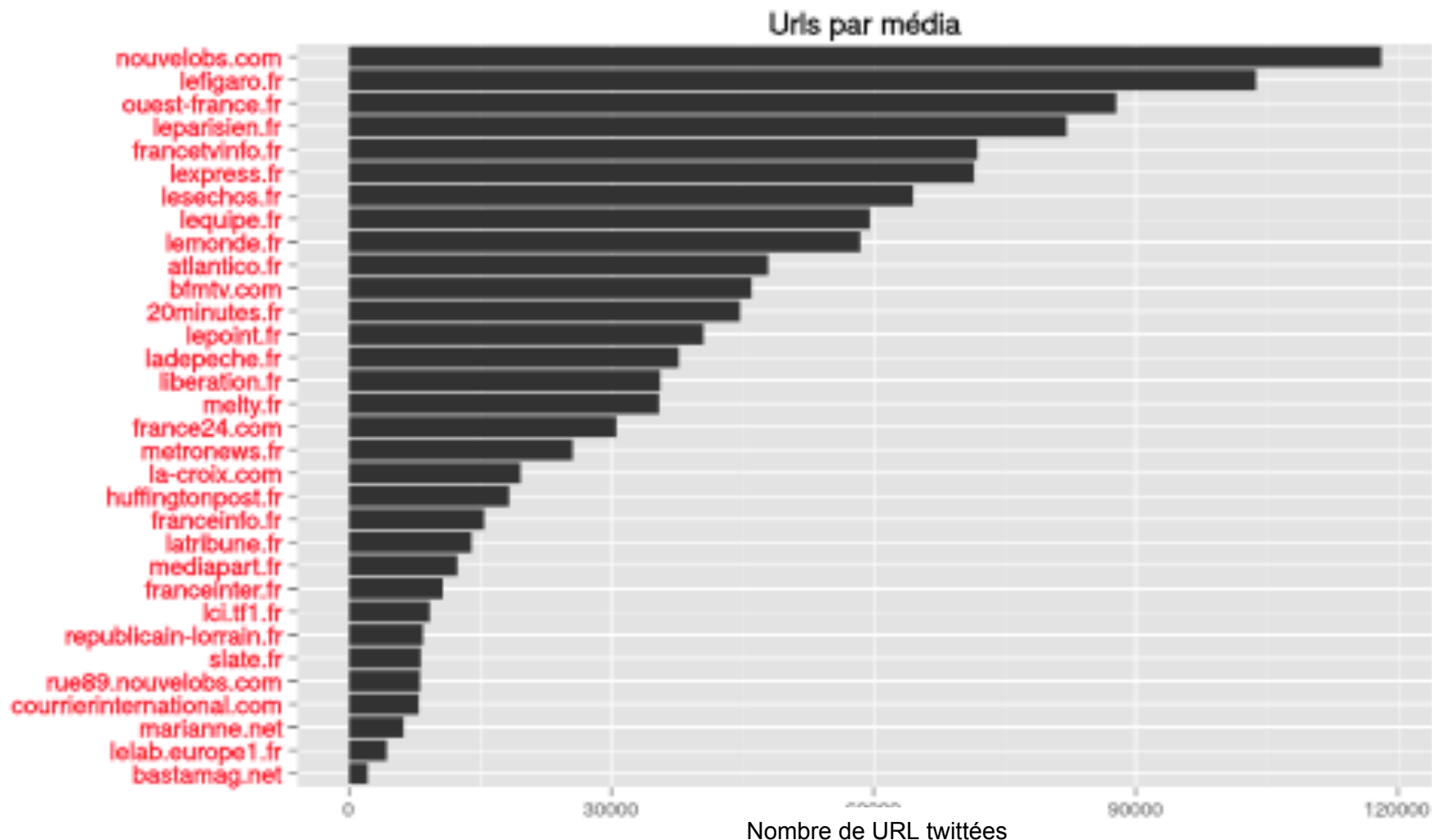


## Diagramme1. Représentation du nombre d'URL twittées par média

Nombre de tweets uniques exploitables recensés (sur la base de l'identifiant Twitter) : 13, 961 683 millions

Nombre de twittos uniques (sur la base de l'user.id Twitter) : 1, 019 311 million

Nombre d'articles uniques (sur la base du titre) : 643 399





## 2. Considérations méthodologiques

### Le projet ANR Info-RSN, un partenariat

#### => Combinaison de différents types d'expertise :

- dans l'étude et l'analyse de corpus de tweets (société privée SémioCast)
- dans le développement d'algorithmes informationnels, et une approche quantitative des données (SémioCast & informaticiens du Lcoms, UL)
- dans l'approche sémio-linguistique des textes et d'une approche plus qualitative des discours (chercheurs en SIC et en analyse du discours du CREM, UL)
- en statistiques (statisticiens du LETA, UL)

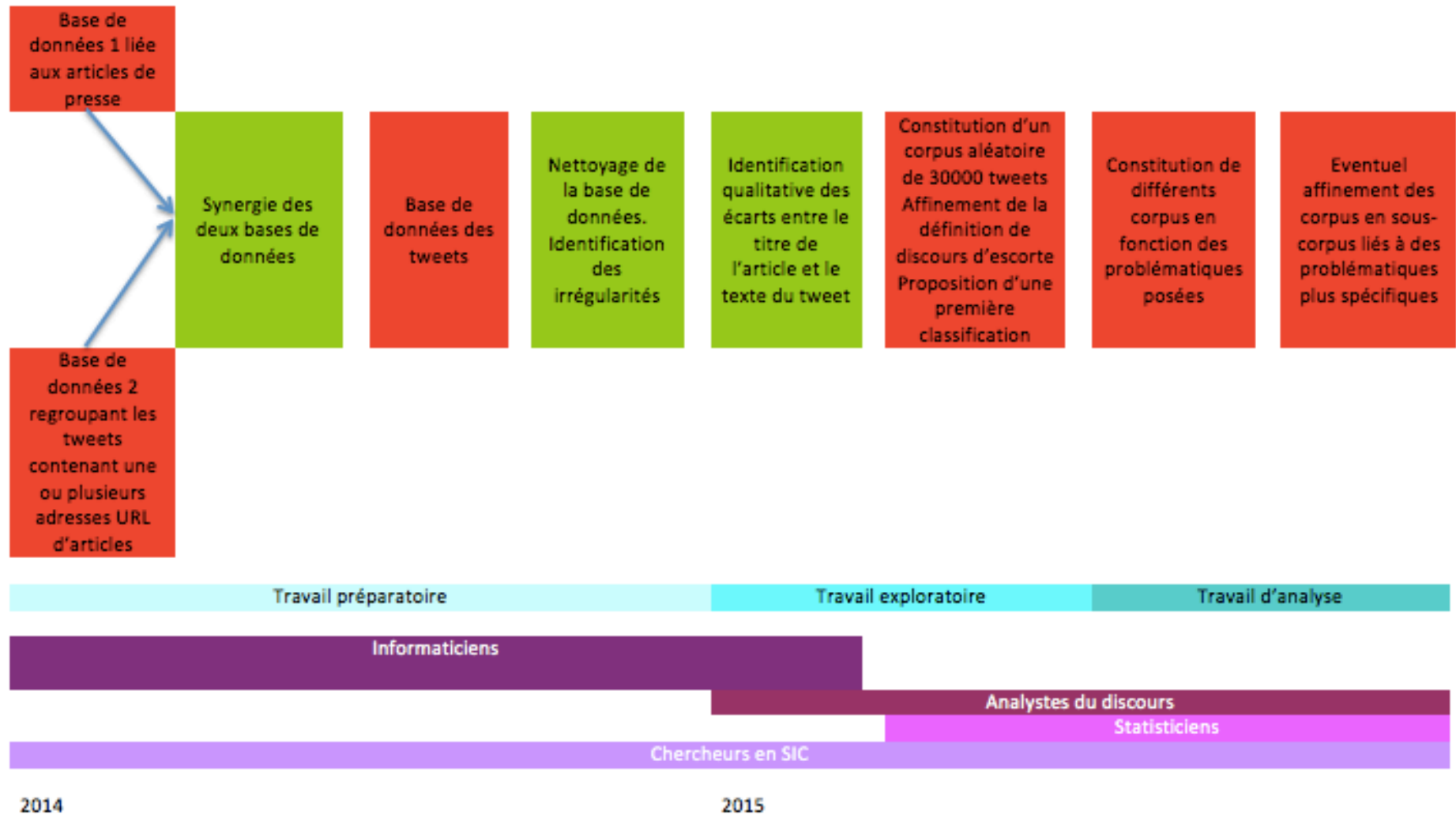
### Analyse socio-discursive

#### => Méthodes et pratiques liées au "big data"

Au terme de la constitution de la première mouture de la base de données, différentes limites ont été posées :

- dépendance à la production d'URL produites par les médias (ex. Atlantico)
- dépendance aux métadonnées produites par le dispositif technologique *Twitter*
- prise en compte d'autres dispositifs liés à la publication de tweets, tels que Bitly, Tweetdeck, Hootsuite, Buffer, etc.
- redondances (limite des algorithmes de récupération de l'information)

## Diagramme2. Histogramme des étapes de constitution des bases de données et des corpus d'analyse







## 2. Considérations méthodologiques

### Travail exploratoire du corpus aléatoire

Ont ainsi pu être écartées différentes hypothèses initialement pressenties :

- la place primordiale des émoticônes & emojis au sein des réactions de twittos
- le peu d'intérêt de la production automatique de tweets au sein de la base de données
- la question de la médiacritique

### Fixer les conditions d'exploitabilité propres à la question des "sous-corpus" (Pincemin, 1999)

- la **temporalité** : il s'agit d'identifier les dynamiques temporelles existantes
- les **thématiques** : mettre en évidence les thématiques et rubriques des partages générés
- les **formats et formulations** : il s'agit d'identifier les corrélations entre la nature et les phénomènes de partage observés et le contenu des articles, leur mode de rédaction, leur format, leur longueur, le nombre et la nature des commentaires.
- l'**augmentation sémiotique des tweets** (ajout de vidéos, diaporamas, photos, etc.) : en étudiant les différentes modalités de valorisation de ces contenus à partir de la plateforme Twitter (liens hypertextuels, inserts d'images, ...)
- les **logiques sociales d'"influence"** : il s'agit d'identifier les communautés d'échange et de partages dans les moments spécifiques d'emballement



# 3. Le discours d'escorte : définition

## ***Objectifs visés***

- 1- Dresser une typologie des *discours d'accompagnement* des liens URL
- 2- Evaluer l'intention d'influence de ces *discours d'accompagnement* incitant à cliquer sur les liens

## ***Etapas de travail***

### **1- Opération de tri de l'échantillon aléatoire**

Différence entre publications automatiques et publications relevant d'un acte d'énonciation

Différence fondamentale entre « discours d'escorte » et simple « discours d'accompagnement »

### **2- Classification des discours d'escorte dans l'échantillon aléatoire (cf. Partie 4 de l'exposé)**

## ***Définition du discours d'escorte***

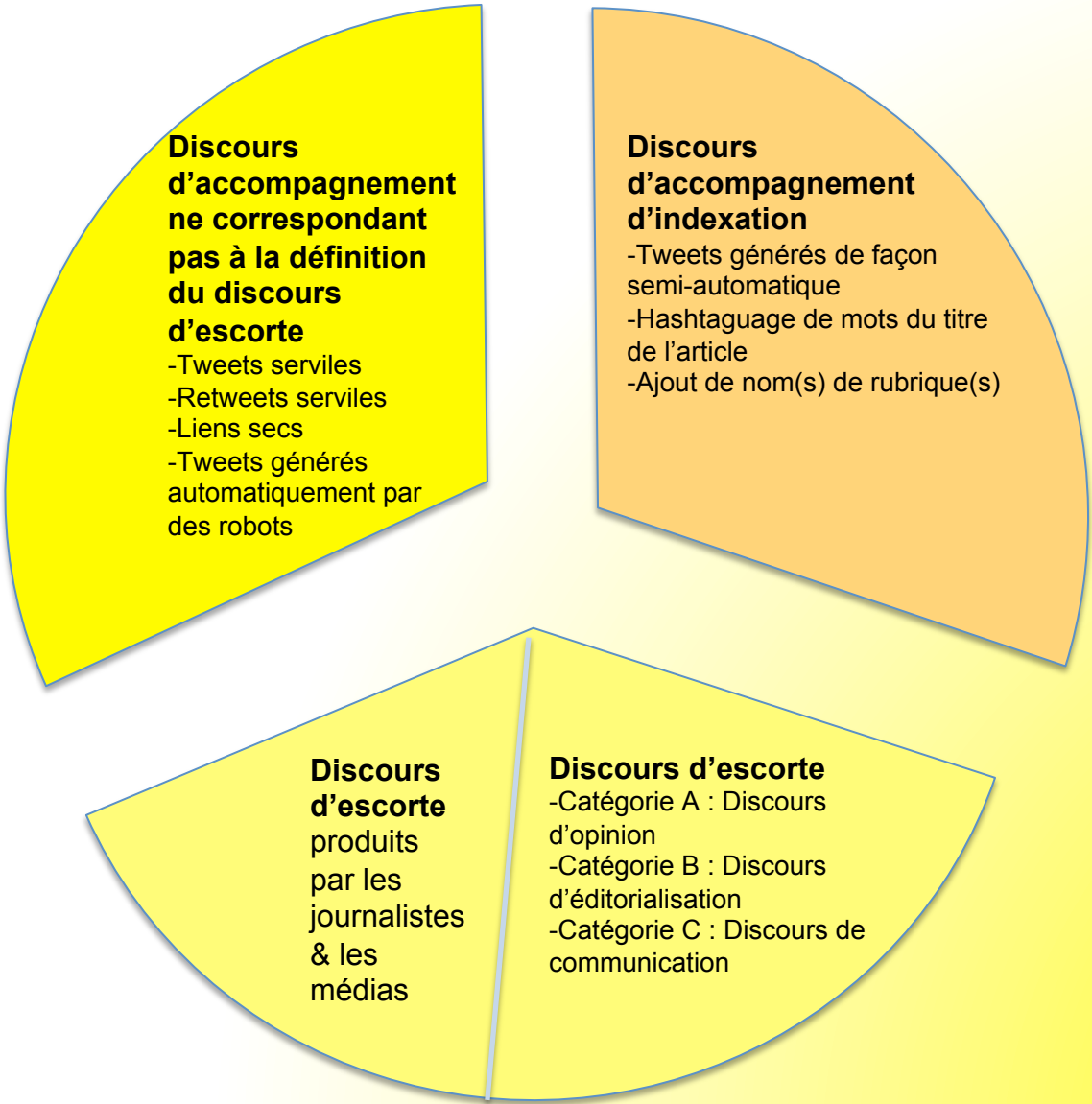
- Le discours d'escorte est un discours original qui entoure une URL d'un article ou une unité textuelle composée de l'URL et de sa formule de partage telle que générée par les médias et qui tente d'influencer la lecture et l'interprétation du contenu mis en lien

## ***Identification de différentes formes de discours d'escorte***

- Intervention graphique majeure (dans la limite des 140 caractères)
- Intervention graphique mineure (ajout d'une ponctuation signifiante, d'un symbole, d'un acronyme)



Diagramme3. Observation de **3 types de discours d'accompagnement** dans notre échantillon aléatoire (30.000 tweets)





# 4. Classification des discours d'escorte

## *CLASSE A : Les discours d'escorte d'opinion*

*Critiques de l'information à travers des formes oralisées*

Onomatopée



**N. Fatou Sourang** @Africaaan\_queen · 15 sept. 2014  
Buuurk nasty "[@Esprit\\_225](#): Ils créent un hamburger... entièrement noir, [tempsreel.nouvelobs.com/l-histoire-du...](#)"



Allongement syllabique / Répétition de caractères



**Rouxbben** @Maximev97 · 8 juin 2014  
"@lequipe: Romelu Lukaku est aussi blessé [lequipe.fr/Football/Actua...](#)"  
NOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOOO

Syllabisation et renforcement avec majuscules



**Shorty Meeks** @shorty\_972 · 1 oct. 2014  
MA GNI FI QUE !!! Est ce qu'il existe plus con comme raisonnement ?  
[ift.tt/1xAyL1b](#)



**A Cogolin, le maire FN s'oppose à un spectacle de danse orientale**  
Marc-Etienne Lansade, le maire frontiste de Cogolin, dans le Var, ne veut pas entendre parler de danse orientale dans sa commune. Une décision ...  
[lexpress.fr](#)



# 4. Classification des discours d'escorte

## *CLASSE A : Les discours d'escorte d'opinion*

sandrine issartel et 1 autre suivent

**George** @G\_A\_bitbol · 9 sept. 2014

A ski paraît ouais ! RT @LeNouvelObs: #Schumacher quitte l'hôpital pour retourner chez lui >> [bit.ly/1tr2uUM](http://bit.ly/1tr2uUM)

**Michael Schumacher quitte l'hôpital pour être soigné à domicile**

L'ex-pilote de Formule 1, plongé dans le coma depuis un grave accident de ski le 29 décembre 2013 à Méribel (Savoie), va enfin pouvoir rentrer chez...

[tempsreel.nouvelobs.com](http://tempsreel.nouvelobs.com)

←

↻

★ 1

⋮



# 4. Classification des discours d'escorte

## *CLASSE A : Les discours d'escorte d'opinion*

*Formes de médiacritiques*

Evaluation positive et recommandation

Critiques négatives

Christian Delporte et 6 autres suivent



**Emmanuel Cugny** @EMMANUELCUGNY · 4 sept. 2014

**Cet article de mai est un bijou:** "Thomas Thévenoud enquête sur les pratiques fiscales des multinationales du tabac" [tinyurl.com/nq33y4m](http://tinyurl.com/nq33y4m)



**Thomas Thévenoud va enquêter sur les pratiques fi...**

Une mission d'information sur la responsabilité sociale et les pratiques fiscales des multinationales du tabac a été mise en place mercredi 14 mai 2014 à l'Assemblée na...  
[m.france3-regions.francetvinfo.fr](http://m.france3-regions.francetvinfo.fr)

1

Clara-Doïna Schmelck et 35 autres suivent



**Isabelle Szczepanski** @IsabelleOtto · 1 sept. 2014

**Quand @Melly fait de la merde pudibondo-démago qui donne mauvaise haleine** [melly.fr/jennifer-lawre...](http://melly.fr/jennifer-lawre...) via @Tris\_Acatrinei

Voir le résumé



**Sébastien PICOU** @sebastienpicou · 8 sept. 2014

Le fils de Patrick Buisson va régler ses comptes avec son père dans un livre.  
**Ça sent la bouse médiatique à venir.** [lefigaro.fr/politique/2014...](http://lefigaro.fr/politique/2014...)

Voir le résumé

Rémi Barra suit



**Sarada** @saradali · 11 sept. 2014

**Plus je lis cet article, plus il me dégoûte** - Aquilino Morelle se dit victime d'une «épuration ethnique» [lefigaro.fr/politique/le-s...](http://lefigaro.fr/politique/le-s...) via @Le\_Scan

Voir le résumé





# 4. Classification des discours d'escorte

## CLASSE A : Les discours d'escorte d'opinion

Modalités de réception des articles / Partage de sa propre expérience



▲ Léonard ▽ @PandasMaster · 5 sept. 2014

lemonde.fr/politique/arti... J'ai cru à un article du Gorafi mais non ! Elle a de l'humour elle en fait :')

  2  

 Le Fil Médias et 3 autres suivent



AnnabelledeChabaneix @adechab · 12 sept. 2014

Prendre un peu de recul et lire : liberation.fr/politiques/201...

 Julien Longhi et 17 autres suivent



1001portails.com @1001portails · 16 sept. 2014

Ce qu'il faut retenir de la déclaration de politique générale de Manuel Valls (francetv.fr) j.mp/1si1cK4



## 4. Classification des discours d'escorte

### *CLASSE B : Les discours d'escorte d'éditorialisation*

 Dual Media et 1 autre suivent



**LaurentJPR** @LaurentJPR · 24 sept. 2014

Assassinat de Hervé Gourdel : tristesse et indignation chez les politiques  
[dlvr.it/70lCXb](http://dlvr.it/70lCXb) #**Les\_verbatims**



**nathanou** @nathanou · 10 sept. 2014

**Je rajoute vecteur du dérapage** Le gouvernement confronté à un grave dérapage du déficit public [lemonde.fr/economie/artic](http://lemonde.fr/economie/artic) ... //







# 4. Classification des discours d'escorte

## *CLASSE B : Les discours d'escorte d'éditorialisation*



**Fabrice Bonin** @FabriceBonin · 8 sept. 2014

**@RESISTANT2017MD FAKE**

Fausse circulaire Najat Vallaud-Belkacem à nouveau victime d'une rumeur sur les réseaux [bit.ly/1qvE3XX](http://bit.ly/1qvE3XX)



1



[Afficher la conversation](#)



**Béatrice Soulard** @B\_Soulard · 8 sept. 2014

Fausse circulaire: @EducationFrance porte plainte.Ce fake décrédibilise tte résistance à certaines réformes:bravo... [lefigaro.fr/flash-actu/201...](http://lefigaro.fr/flash-actu/201...)



Benjamin Brehon et 31 autres suivent



**Koz** @koztoujours · 8 sept. 2014

Et voilà, confirmation que la "circulaire" était un fake évident. Et qui en tire bénéfice, au final ? Hum ? [lefigaro.fr/flash-actu/201...](http://lefigaro.fr/flash-actu/201...)



5



2





## 4. Classification des discours d'escorte

### *CLASSE B : Les discours d'escorte d'éditorialisation*

 Benjamin Brehon et 31 autres suivent



**Koz** @koztoujours · 12 sept. 2014

**Echec du pouvoir** [francetvinfo.fr/economie/emplo...](http://francetvinfo.fr/economie/emplo...) + Combo Thévenoud/Avis d'imposition [twitter.com/koztoujours/st...](https://twitter.com/koztoujours/st...) = Boum.



**Koz** @koztoujours

D'un côté, le symbole Thévenoud et de l'autre, partout en France, ça. On applaudit bien fort. Brillant, les gars.



4



1





# 4. Classification des discours d'escorte

## *CLASSE C : Les discours d'escorte de communication*

Interpellation « de masse »

Interpellation d'une « communauté »



Quand je serai grand @jeseraigrand · 2 sept. 2014  
Gonfler vos seins pour 24 heures, ça vous tente ? Parce que c'est possible!  
#enjoy  
[madame.lefigaro.fr/beaute/gonfler...](http://madame.lefigaro.fr/beaute/gonfler...)



SHAHNOUR#VFrVN @chatnours · 16 sept. 2014  
PARISIENS, ET SI ON PARLAIT DE VOS IMPÔTS ? [lepoint.fr/politique/pari...](http://lepoint.fr/politique/pari...)

Adressages avec mention

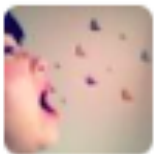


Forza OM ! @vinfo827 · 4 sept. 2014  
@NemoOm Enfoiré c toi qui avais raison ;)  
la il y a plus de doute...  
[rmcsport.bfmtv.com/football/om-bi ...](http://rmcsport.bfmtv.com/football/om-bi...)



Cassie Minimini @cassmie · 4 sept. 2014  
@LeMondeCraint Un article comme tu les aimes  
[mobile.francetvinfo.fr/monde/amerique...](http://mobile.francetvinfo.fr/monde/amerique...)

Adressage avec mention multiple



K. @kiwikikoo · 4 sept. 2014  
Ikea qui parodie Apple: génial! [tinyurl.com/m4wdokn](http://tinyurl.com/m4wdokn) cc @monanam  
@Naniiiesblog



# 4. Classification des discours d'escorte

## *CLASSE C : Les discours d'escorte de communication*

Interpellations de médias et/ou de journalistes

 CC suit

**Bruno Kant** @bkant · 26 sept. 2014  
@FloreThomasset Vous avez publié cela, ça engage qui? La Croix? [la-croix.com/Famille/Parent...](http://la-croix.com/Famille/Parent...)



**Wuczkowski** @MW1222 · 7 sept. 2014  
On s'en fiche, vous savez."@LePoint: Valérie #Trierweiler est à Madagascar pour une semaine : [lepoint.fr/people/valerie...](http://lepoint.fr/people/valerie...) "



 1



# 4. Classification des discours d'escorte

## *CLASSE C : Les discours d'escorte de communication*

Question rhétorique



Remerciement



Conseil de lecture





# 4. Classification des discours d'escorte

## *CLASSE C : Les discours d'escorte de communication*

Incitation à retweeter



**Infos Foot** @\_InfosFoot\_ · 2 sept. 2014

**US Open: Gaël Monfils se qualifie pour les quarts de finale — #RT et je follow [20minutes.fr/sport/1436239-](https://20minutes.fr/sport/1436239-) ... via @mercato\_direct**



Incitation à suivre



**Stephane caillard** @stefakir · 2 sept. 2014

**Divorce : les bijoux de famille, ça se rend... à la famille**

[po.st/KCschr](https://po.st/KCschr)

**suivez moi : #stefakir**

Dimension conative



**fautpaspousser** @fautpaspousser · 5 sept. 2014

**Les « #SansDents » enflamment les réseaux sociaux + RDV 19h à l' @Elysee :[lefigaro.fr/politique/2014](https://lefigaro.fr/politique/2014) ...**





# CONCLUSION

- **Confirmation des difficultés éprouvées** par les chercheurs à travailler sur des bases de données importantes
- **Nécessité de combiner des compétences complémentaires** afin d'exploiter de façon cohérente et pertinente les données ainsi rassemblées, en conciliant une approche macro / quanti (de statistiques des données) et micro / quali (d'analyse des discours)
- **Choix méthodologiques constamment discutés**
  - Définition de concepts nécessaires à la poursuite du travail
  - Etablissement de critères de constitution du corpus
- **Résultats (Work In Progress) : définition de ce que sont les discours d'escorte & typologie**
  - => co-construction des problématiques et de l'objet de la catégorisation des discours d'escorte
- **Pistes d'analyses et approfondissement sur des sous-corpus particuliers** (de confirmation des catégories définies) :
  - => mise en place de "sous-corpus" de travail d'analyse de discours d'escorte orientés chacun vers une problématique qui sera par la suite soumise / confrontée aux résultats d'analyse statistique :
  - ✓ Etude des hashtags
  - ✓ Etude des formes d'humour et d'ironie
  - ✓ Etude de l'augmentation sémio-discursive de tweets
  - ✓ Analyse détaillée des modes d'interpellation (dimension interlocutive et pragmatique)
  - ✓ Etc.





# RDV pour une présentation des premiers résultats...



**Journée d'étude :**

**Commentaires et partages d'informations  
sur les réseaux socionumériques**

Metz, campus du Saulcy, salle Ferrari, 14 janvier 2016

*(Ouvert à tous sans inscription)*



@obsweb **# HASHTAGS** #Obsweb