

Opinion Dynamics and Cultural Conflict in European Spaces

Résultats en bref

Des outils analytiques développés pour l'ère des médias sociaux

De nouveaux outils et modèles analytiques ont été conçus pour regrouper et interpréter le discours des médias numériques. Ils pourraient contribuer à nous éclairer sur la manière dont les opinions sont formées et partagées sur de nombreuses questions controversées.



SOCIÉTÉ



© Holli, Shutterstock

Les médias numériques — et les médias sociaux en particulier — ont transformé la manière dont nous communiquons. Les personnes réagissent en temps réel en commentant les articles ou les tweets, et les controverses nées sur les plateformes en ligne prennent souvent plus d'ampleur en étant couvertes dans les médias traditionnels.

Parvenir à mieux comprendre cette culture des médias en constante évolution — et ce qui est dit — pourrait contribuer à expliquer des phénomènes comme la polarisation politique et l'extrémisme en ligne. Nous pourrions ainsi également identifier des solutions aux autres problèmes contemporains.

«Une lecture attentive seule ne nous permettra toutefois pas de gérer le grand nombre d'informations», explique Eckehard Olbrich, coordinateur du projet [ODYCCEUS](#) et chercheur à [l'Institut Max Planck de mathématiques dans les](#)

[sciences](#) , en Allemagne. «Il vous faut des outils pour savoir ce qu'il se passe vraiment dans le discours public.»

Analyser le discours public

Voilà le point de départ d'ODYCCEUS. Le projet a créé de nouveaux algorithmes de traitement des données, notamment pour l'analyse automatique du contenu, et a développé des modèles capables de visualiser la complexité des conflits sociaux naissants et du discours.

«Un objectif consistait à mieux comprendre les mouvements populistes comme Pegida dans ma ville natale de Dresde», explique Eckehard Olbrich. «J'ai eu l'impression qu'ils ne pouvaient pas être pleinement compris en recourant aux paradigmes politiques traditionnels, c.-à-d. qu'ils ne sont pas simplement des extrémistes de droite.»

Les outils développés comprennent la modélisation de thèmes, qui permet aux chercheurs de détecter les principales questions débattues. Un autre outil — une extraction du cadre sémantique — aide les chercheurs à identifier les arguments de causalité et les mots utilisés dans les discussions conflictuelles sur des problématiques telles que le changement climatique.

Le projet a ensuite appliqué ces méthodes et ces outils à différentes études de cas. Elles comprenaient l'essor historique de la rhétorique raciste en France aux XIXe et XXe siècles, en particulier l'évolution du discours anti-juif. La modélisation des thèmes et l'intégration des mots ont été utilisées pour suivre les différents fils de l'antisémitisme. Les concepts suivis comprenaient les discours religieux, les expressions racistes et certaines théories économiques.

Le débat actuel sur le changement climatique figurait également parmi les sujets traités. Les données ont été extraites de plateformes de médias comme Twitter, ainsi que d'articles, de commentaires à des articles et de débats parlementaires.

«L'idée que la polarisation est le résultat de bulles de médias sociaux et de caisses de résonance n'est pas ce que nous avons trouvé», ajoute Eckehard Olbrich. «Il n'y a pas de tendance naturelle à se regrouper avec les personnes avec lesquelles vous êtes d'accord, mais les personnes sur les médias sociaux ont souvent des contacts avec celles situées de l'autre côté. Les recherches menées par [Chris Bail](#)  suggèrent que la polarisation concerne davantage la manière dont nous créons nos identités, et c'est quelque chose que nous aimerions étudier plus avant.»

Créer des observatoires d'opinion

Les outils développés au cours du projet ont été mis à disposition sur une plateforme modulaire en source ouverte appelée [Penelope](#). Cette ressource cible quatre types d'utilisateurs: les spécialistes des sciences sociales; les chercheurs sur les médias; les citoyens qui souhaitent suivre les actualités (en particulier les débats publics); et les développeurs, qui peuvent contribuer à de nouveaux outils.

«Pour l'instant, la plateforme est essentiellement utilisée par des chercheurs et des collègues, ainsi que comme ressource pédagogique», souligne Eckehard Olbrich. «La plateforme est modulaire et facile à utiliser, les développeurs et les étudiants peuvent donc prendre différents éléments pour créer leurs propres plateformes.»

Le projet a également développé deux applications participatives innovantes, [l'Opinion Observatory](#) et l'Opinion Facilitator. Elles permettent aux citoyens de surveiller et visualiser les dynamiques de différentes situations conflictuelles.

«Nous espérons que tout ce travail permettra de créer une plus grande communauté qui regroupe tous les aspects de ce projet», conclut Eckehard Olbrich. «Cela comprend la modélisation, l'analyse de données et les outils logiciels, et bien sûr leur application dans la recherche en sciences sociales.»

Mots-clés

ODYCCEUS, médias sociaux, numérique, médias, politique, polarisation, sémantique, antisémitisme

Découvrir d'autres articles du même domaine d'application



[Les droits des salariés chinois vous concernent directement](#)





Sauvegarder le patrimoine culturel: une technologie au service des restaurateurs d'art



Démêler le vrai du faux



Infox: mieux les démystifier grâce à la «Base de données des faux connus»



Informations projet

ODYCCEUS

N° de convention de subvention: 732942

[Site Web du projet](#)

DOI

[10.3030/732942](https://doi.org/10.3030/732942)

Projet clôturé

Financé au titre de

EXCELLENT SCIENCE - Future and Emerging Technologies (FET)

Coût total

€ 5 817 276,25

Contribution de l'UE

€ 5 817 276,25

Coordonné par

Date de signature de la CE

25 Octobre 2016

Date de début

1 Janvier 2017

Date de fin

30 Juin 2021

MAX-PLANCK-GESELLSCHAFT
ZUR FORDERUNG DER
WISSENSCHAFTEN EV



Germany

Dernière mise à jour: 12 Novembre 2021

Permalink: <https://cordis.europa.eu/article/id/435321-analytical-tools-developed-for-social-media-era/fr>

European Union, 2025