

FDLM 398 – LANCEMENT ET TRANSCRIPTION MARS-AVRIL 2015

Technologie : comprendre l'influence du temps sur le moral grâce à Twitter

Pourquoi est-on plutôt de bonne humeur lorsqu'il fait beau et cafardeux en hiver ? Des scientifiques américains analysent l'influence des variations climatiques sur le comportement humain en exploitant les milliards de données personnelles captées sur le réseau social Twitter et en les croisant avec d'autres données, météorologiques celles-là. Reportage de Jérôme Colombain.

TRANSCRIPTION

Jérôme Colombain – Il s'appelle Jiwei Li et il est chercheur à l'université de Stanford aux États-Unis / et il veut savoir pourquoi l'été on a le moral et pourquoi l'hiver on cafarde / alors il a donc eu l'idée de se tourner vers Twitter et vers ce que l'on appelle le *big data* / il faut dire qu'en matière de données massives / *big data* / Twitter est bien placé / plus de 800 millions d'abonnés dans le monde / 300 milliards de tweets depuis la création en 2006 et environ 500 millions de messages chaque jour / ça en fait des déversements d'humeurs et d'émotions / en plus / les tweets sont géo-localisés / donc / en les croisant avec une base de données météo / on arrive à établir une sorte de cartographie du moral sur plusieurs années / les chercheurs ont analysé les données portant sur une trentaine de villes américaines / alors ils ont pris le soin d'enlever des événements qualifiés de parasites comme / par exemple / le tremblement de terre en Haïti ou la mort de Michael Jackson qui / il faut l'avouer / cassent un peu le moral / quelle que soit la météo / les tweets ont ensuite été rangés en quatre catégories / un / la colère-hostilité / deux / la fatigue / trois / la dépression et quatre / la somnolence / grâce à un algorithme complexe / ils ont cherché et ils ont trouvé des choses / mais pas forcément ce qu'ils attendaient / ainsi / oui / le beau temps / ça donne des idées positives / mais ce sont surtout les températures et leurs variations qui jouent / ainsi les températures moyennes rendraient les gens plutôt heureux / en revanche / les changements de température trop importants / ça c'est pas bon pour le moral / ça énerve / la neige / ça énerve beaucoup / autres données intéressantes / on a plus d'énergie quand il fait chaud que lorsqu'il fait froid / enfin / les gens seraient plutôt fatigués le vendredi et détendus le week-end / bon ça / on n'avait pas forcément besoin de Twitter pour s'en rendre compte / en tout cas / voilà un éclairage nouveau sur l'influence du temps sur les comportements / ce n'est pas la première fois que le réseau social est utilisé pour analyser l'humeur des internautes / l'an dernier déjà des scientifiques du MIT ont créé l'hédonomètre / une sorte de baromètre de l'état d'esprit des twittos en temps réel en fonction de l'actualité / ça permet de constater que nous sommes plutôt heureux à Noël ou à la Saint-Valentin et plutôt malheureux lors d'événements tristes / comme / par exemple / le crash de la Malaysia Airlines ou encore l'arrestation de Justin Bieber.

LEXIQUE

Big data : (anglais) méga-données ou données massives générées par les géants d'Internet, aussi bien les réseaux sociaux que les entreprises et les administrations ; technologies spécifiques de stockage et de traitement de ces données.

MIT : sigle pour *Massachusetts Institute of Technology* ; université américaine située à Cambridge dans le Massachusetts, à proximité immédiate de Boston, au nord-est des États-Unis ; souvent considérée comme une des meilleures universités mondiales en matière de sciences et de technologies.

Twittos : nom familier donné aux utilisateurs réguliers du réseau Twitter.

La Saint-Valentin : le jour de la Saint-Valentin, le 14 février, est considéré dans de nombreux pays comme la fête des amoureux.