

# HASHTAG BOYCOTT SUR TWITTER EN 2020 ET 2021



Shelley Boulianne, Samantha Mullin, Leanne Stevens, José Gonzalo Peña López, Nikita Sleptcov

# Table des Matières

---

Méthodes .....	2
Causes du Boycottage .....	3
Droits de l'homme .....	4
Main-d'œuvre .....	5
Environnement .....	6
Droits des animaux .....	7
Enjeux politiques .....	8
Décisions de stratégie .....	9
d'entreprise et échec d'entreprise	
Cibles du Boycottage .....	10
Entreprise, industrie, et .....	11
organisme à but lucratif	
Média .....	12
Région .....	13
Autres Caractéristiques .....	14
des Tweets de Boycott	

# Méthodes

Les données ont été recueillies sur Twitter en utilisant une interface de programmation d'application (API). Nous avons cherché pour le hashtag #boycott. Nous avons rassemblé 173,129 tweets du 1er Janvier, 2020 jusqu'au 29 Décembre, 2020. Nous avons aussi rassemblé 150,272 tweets du 1er Janvier, 2021 jusqu'au 30 Décembre, 2021.

Pour compléter le codage du contenu, nous avons supprimé les copies double et sélectionné les tweets qui avaient reçu 20 ou plus de "j'aime". En 2020, le processus de sélection a conclu le codage avec 1,295 publications/tweets (comparé à 173,129 au total) et en 2021, avec 1,167 publications/tweets (comparé à 150,272 au total). Pour les données de 2020, les deuxième et quatrième auteures de ce rapport ont codées les publications Twitter. Pour les données de 2021, les deuxième et troisième auteures de ce rapport ont codées les publications Twitter. En fonction de la concordance inter-juges, veuillez contacter la première auteure de ce rapport.

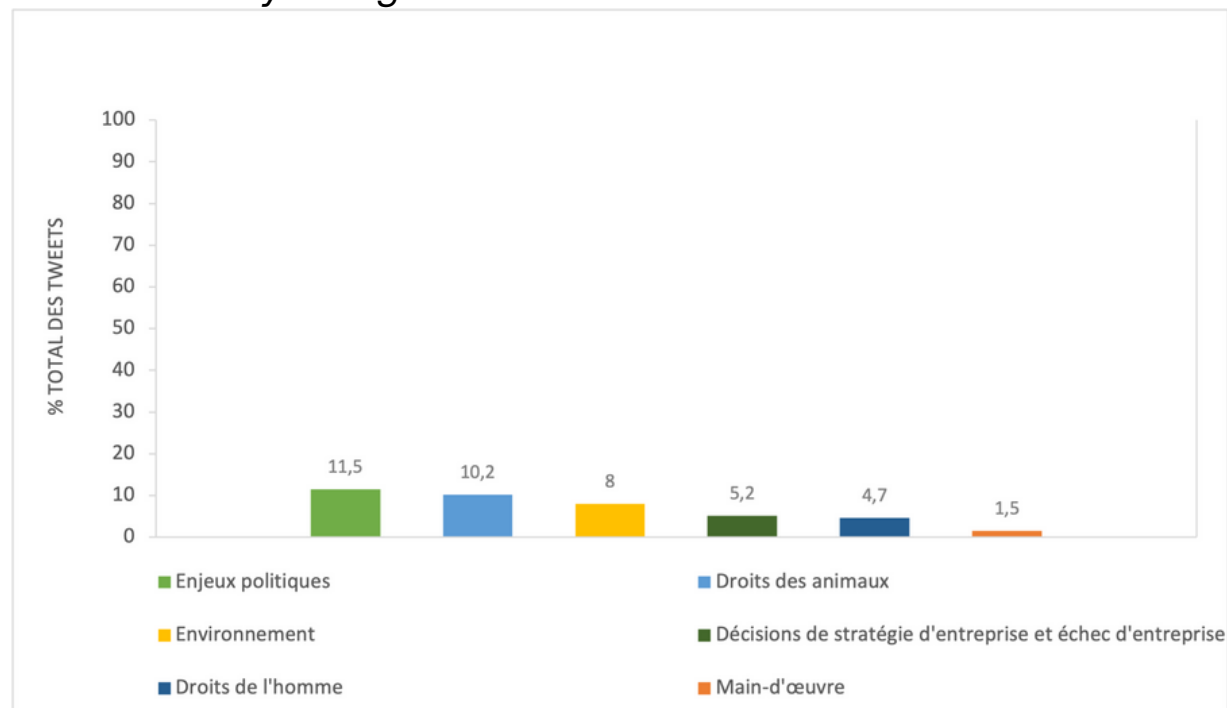
Cette recherche a été financée par la Subvention Savoir (435-2019-04-94) au premier auteur du Conseil de Recherches en Sciences Humaines (CRSH) et le Programme de Stage de Recherche Mitacs Globalink.

# Causes du Boycottage

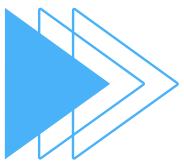
Nous avons commencé par coder les causes pour les appels au boycottage. Les causes pour le boycottage ne s'excluent pas mutuellement, car un seul tweet pouvait mentionner plus qu'une cause pour le boycott. En général, les enjeux politiques étaient mentionnés le plus fréquemment en tant que cause du boycottage, et les problèmes liés à la main-d'œuvre étaient rarement mentionnés en tant que cause. La figure 1 documente les raisons les plus populaires pour le boycottage dans les données recueillies et regroupées (combinant les tweets de 2020 et 2021). Dans les figures 2 à 7, nous comparons les raisons au cours des deux ans de la collecte des données.

## Figure 1.

### Causes du Boycottage



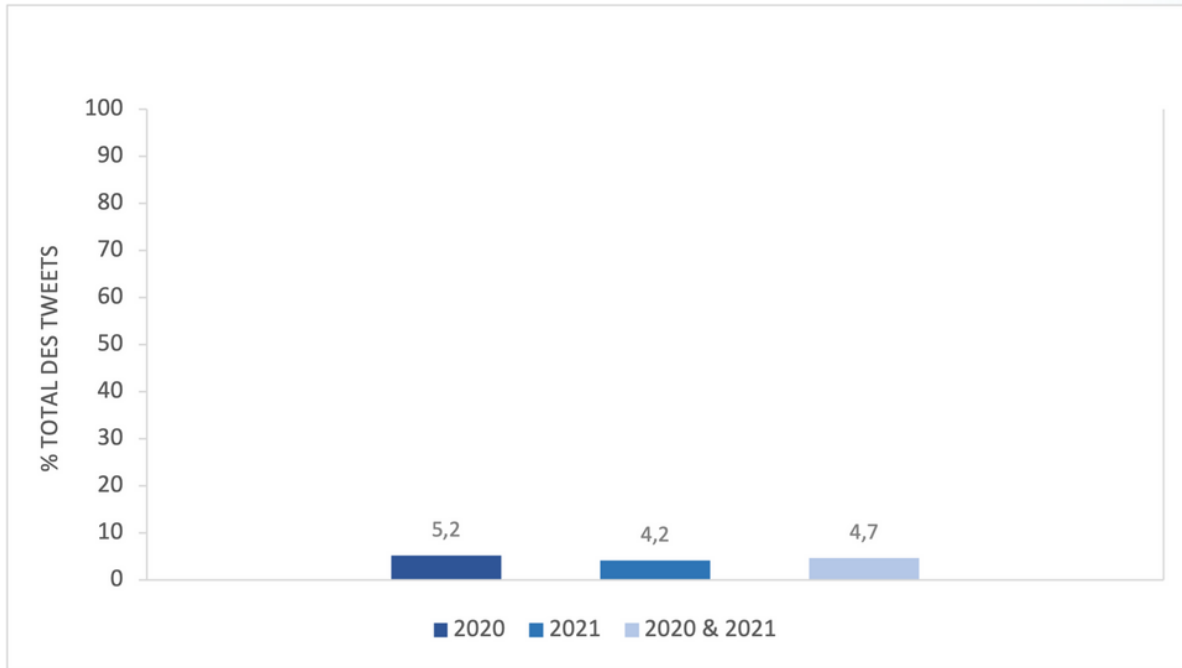
**Note:** Un seul tweet peut faire référence à plusieurs causes pour l'appel au boycott.



# Droits de l'homme

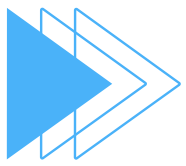
**Figure 2.**

*Droits de l'homme*



Cette variable a été codée si la cause pour le boycottage était liée à l'idée que les droits à la vie et la liberté d'expression sont violés. Ces types de tweets mentionnaient normalement un groupe qui était traité de façon injuste ou qui faisait face à de la discrimination. Par exemple, cette cause comprendrait des problèmes tel que le génocide culturel des Ouïghours et le refus de service à un groupe spécifique, pour en nommer quelques-uns. En 2020, environ 5% des tweets ont cité des problèmes liés aux droits de l'homme en tant que cause pour l'appel au boycottage, et en 2021, ce chiffre était légèrement plus bas avec seulement environ 4% des tweet qui cite ceci en tant que cause (Figure 2).

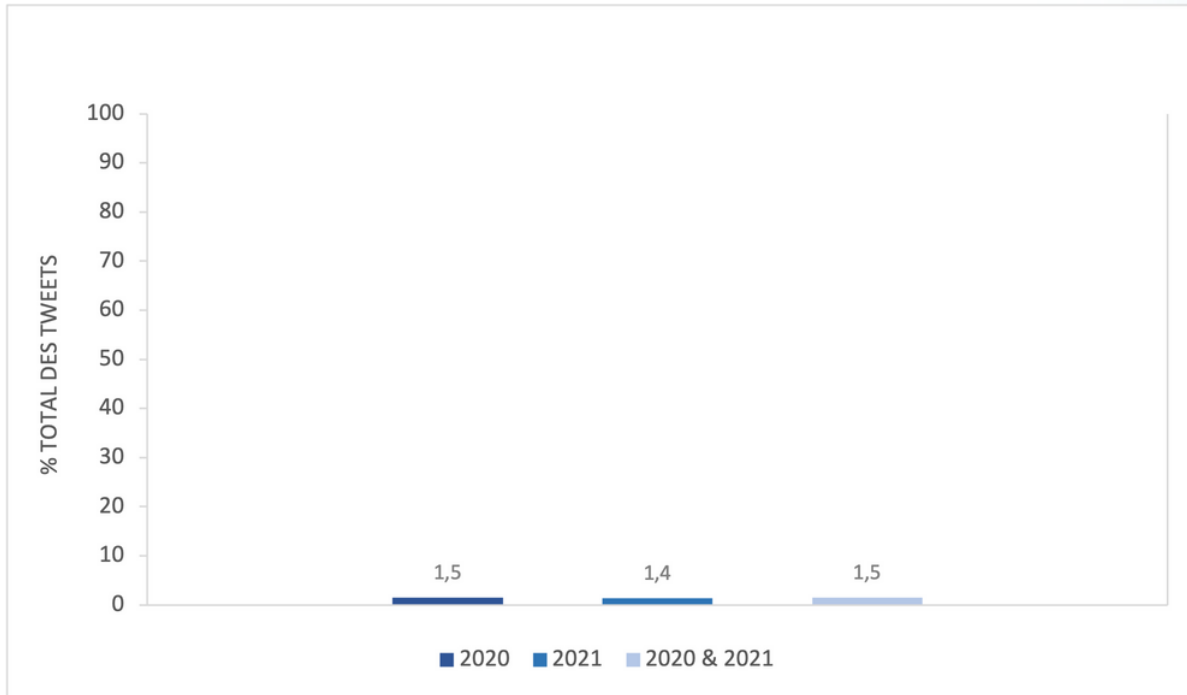




# Main-d'œuvre

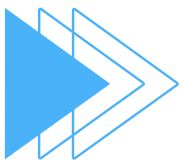
**Figure 3.**

*Main-d'œuvre*



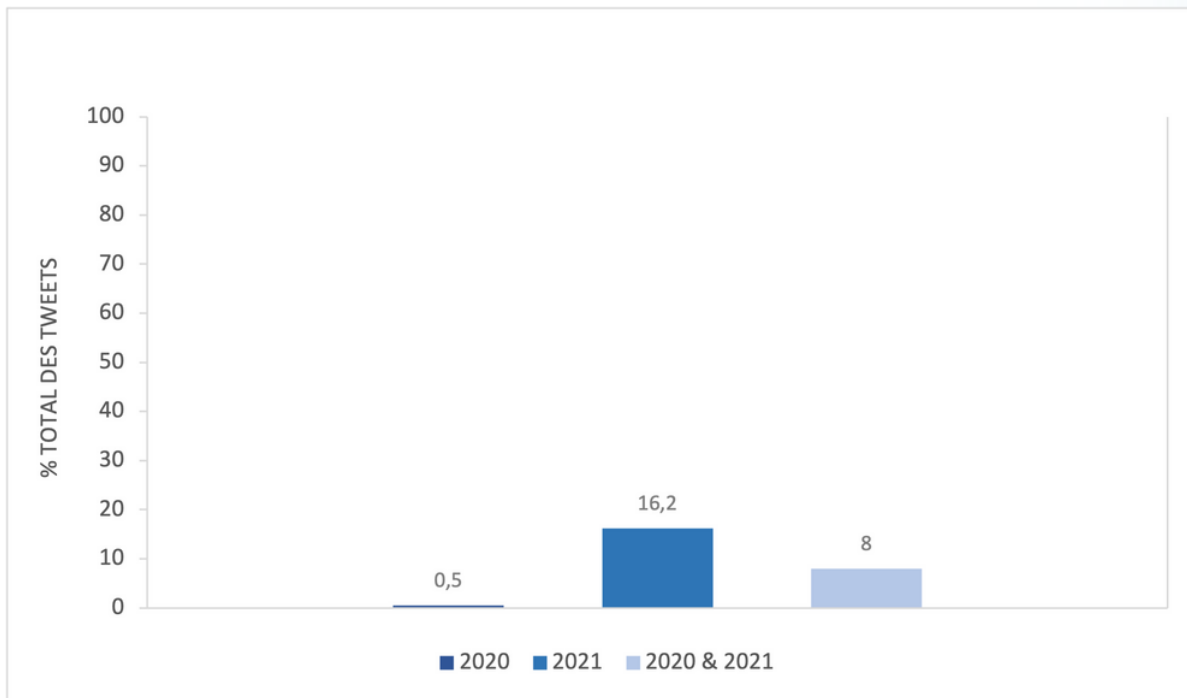
Cette variable a été codée si le tweet mentionnait la main d'œuvre ou les problèmes de salaire en tant que cause pour l'appel au boycottage. Cela comprend l'utilisation du travail forcé, de faible salaire insuffisant, le mauvais traitement des travailleurs, ainsi que le travail des enfants, entre autres. En 2020, les problèmes liés à la main-d'œuvre étaient codés comme étant la cause de l'appel au boycottage dans 1,5% des tweets, et en 2021, 1,4% des tweets avait cités ceci en tant que cause (Figure 3).





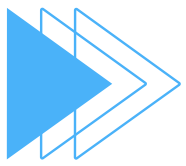
# Environnement

**Figure 4.**  
*Environnement*



Cette variable a été codée si le tweet mentionnait des problèmes par rapport à la protection de l'environnement comme étant la raison pour l'appel au boycottage. Cela comprendrait la dévastation des forêts tropicales, la déforestation, ainsi que tout ce qui concerne la pollution de l'eau, de l'air, du sol, etc. En 2020, moins de 1% des tweets faisait référence aux problèmes par rapport à la protection de l'environnement en tant que cause pour l'appel au boycottage. En 2021, ce chiffre a augmenté considérablement et représentait environ 16% des tweets (Figure 4).

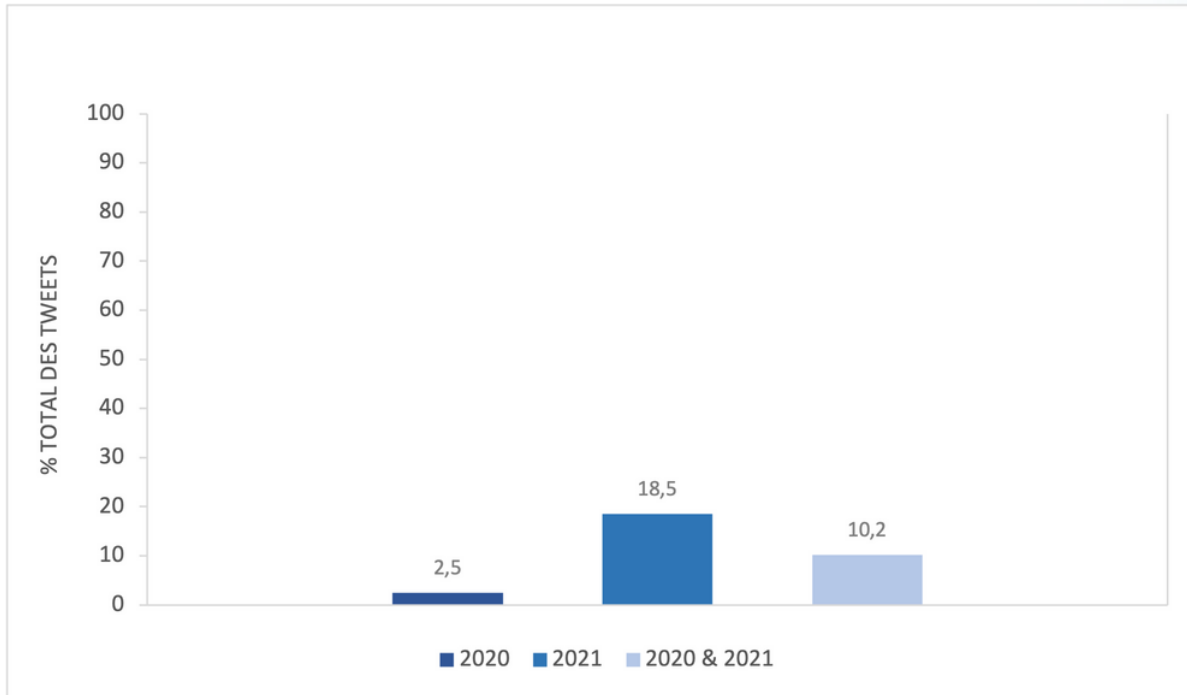




# Droits des animaux

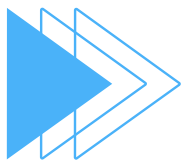
**Figure 5.**

*Droits des animaux*



Si la cause pour l'appel au boycottage contenait des discussions entourant la sécurité, le bien-être, et la survie des animaux, cette variable était codée. Les droits des animaux comprennent des problèmes tels que le braconnage d'animaux, la captivité, la destruction des habitats des animaux, ainsi que d'autres sujets par rapport au bien-être et abus envers les animaux. En 2020, seulement environ 2,5% des tweets citaient les droits des animaux en tant que cause pour l'appel au boycottage. En 2021, ce chiffre a grimpé à 18,5% (Figure 5).

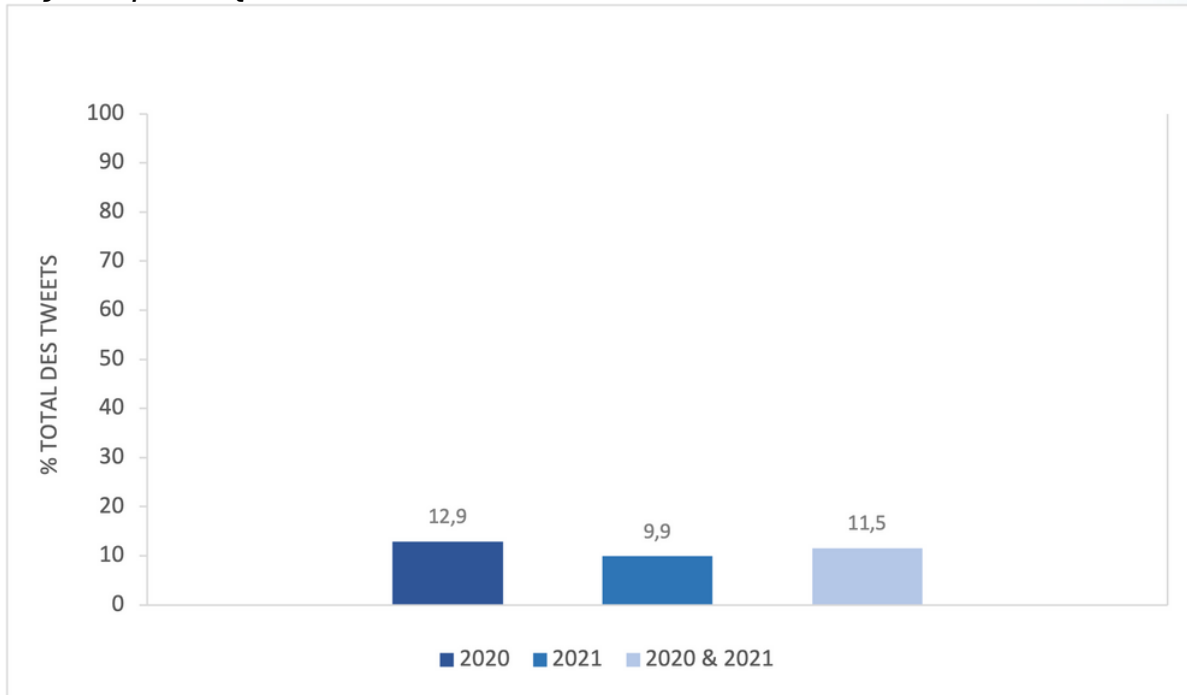




# Enjeux politiques

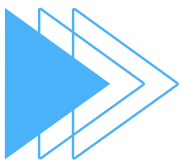
**Figure 6.**

*Enjeux politiques*



Cette variable a été codée si le tweet mentionnait des enjeux politiques comme étant la raison pour l'appel au boycottage. Cela comprendrait les boycotts liés aux dons politiques par des entreprises, ou les boycotts pour avoir fourni du soutien, ou refusé de soutenir, les règles, politiques, ou directives gouvernementales. En 2020, environ 13% des tweets avaient fait référence aux enjeux politiques en tant que cause pour l'appel au boycottage, et en 2021, ce chiffre avait diminué légèrement à environ 10% (Figure 6).

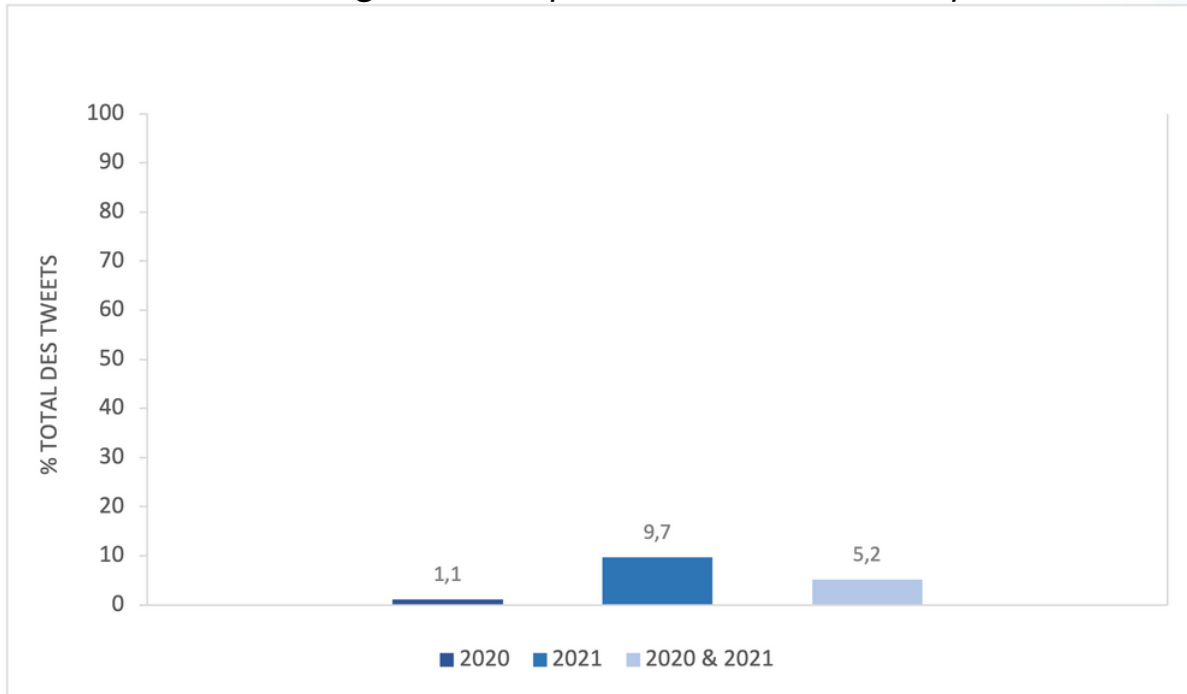




# Décisions de stratégie d'entreprise et échec d'entreprise

**Figure 7.**

*Décisions de stratégie d'entreprise et échec d'entreprise*



Cette variable a été codée si le tweet mentionnait les décisions de stratégie d'entreprise et échecs d'entreprise en tant que cause pour l'appel au boycottage. Ces tweets critiquent normalement les entreprises pour avoir négligé de payer leurs taxes au gouvernement, avoir fourni un mauvais service à la clientèle, des prix injustes, ou la violation des données personnelles, pour nommer quelques exemples. En 2020, environ 1% des tweets faisait appel au boycottage à cause des décisions de stratégie d'entreprise et les échecs d'entreprise. Ce chiffre a augmenté en 2021, avec environ 10% des tweets citant cette cause (Figure 7).

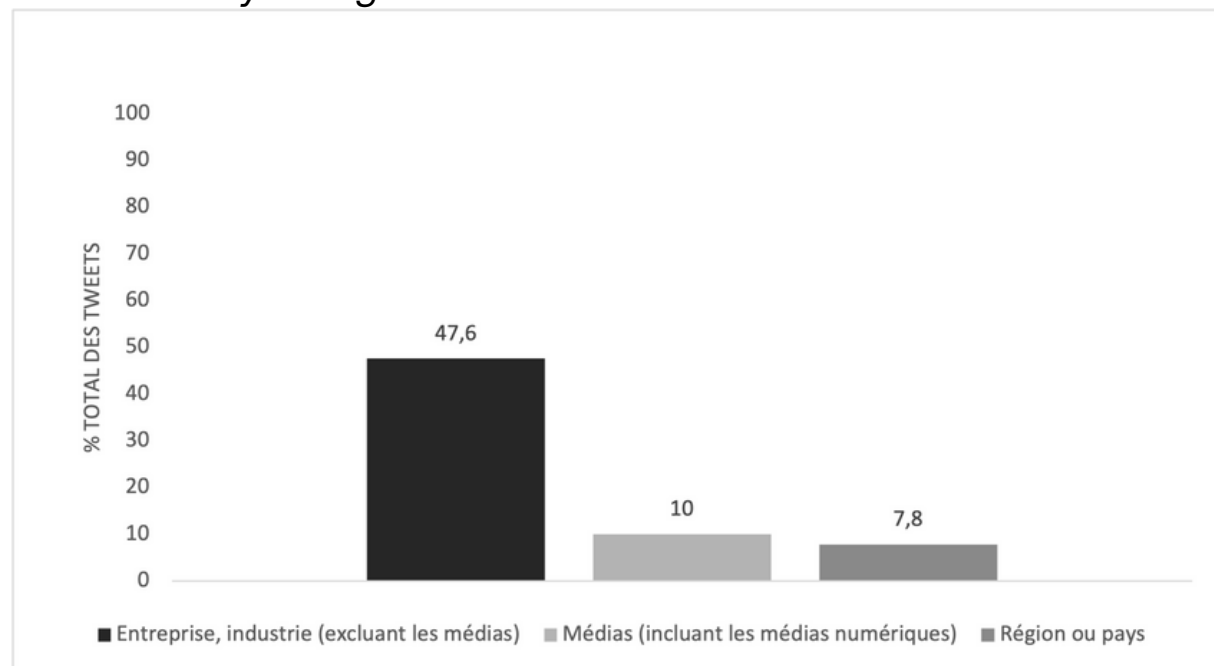


# Cibles du Boycottage

Dans cette section du codage, nous avons déterminé les cibles de l'appel au boycottage. Un seul tweet/publication pouvait faire référence à plus qu'une cible pour le boycott. En général, les entreprises, industries, et les organismes à but lucratif fournissant des biens et services étaient mentionnées le plus souvent en tant que cible pour le boycottage. Figure 8 démontre les cibles les plus populaires pour le boycott dans les données recueillies et regroupées (combinant les tweets de 2020 et 2021). Dans les figures 9 jusqu'à 11, nous comparons les raisons au cours des deux ans de la collecte des données.

## Figure 8.

### *Cibles du Boycottage*



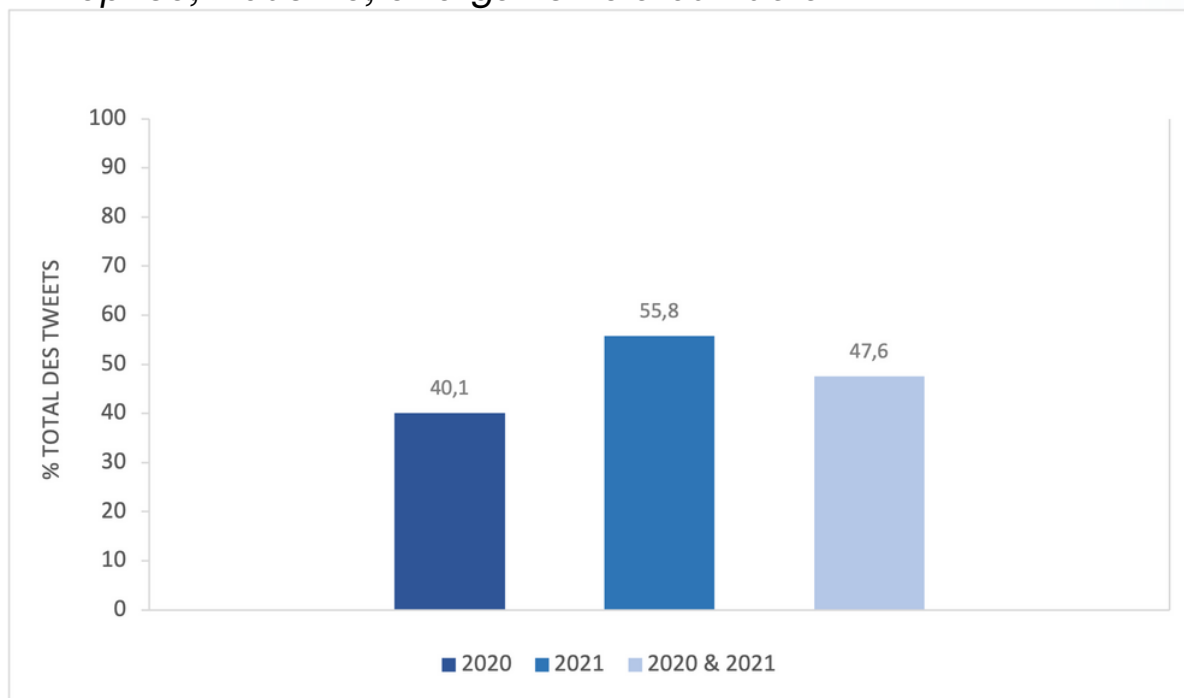
**Note:** Un seul tweet peut faire référence à plusieurs cibles au boycott.



# Entreprise, industrie, et organisme à but lucratif

**Figure 9.**

*Entreprise, industrie, et organisme à but lucratif*



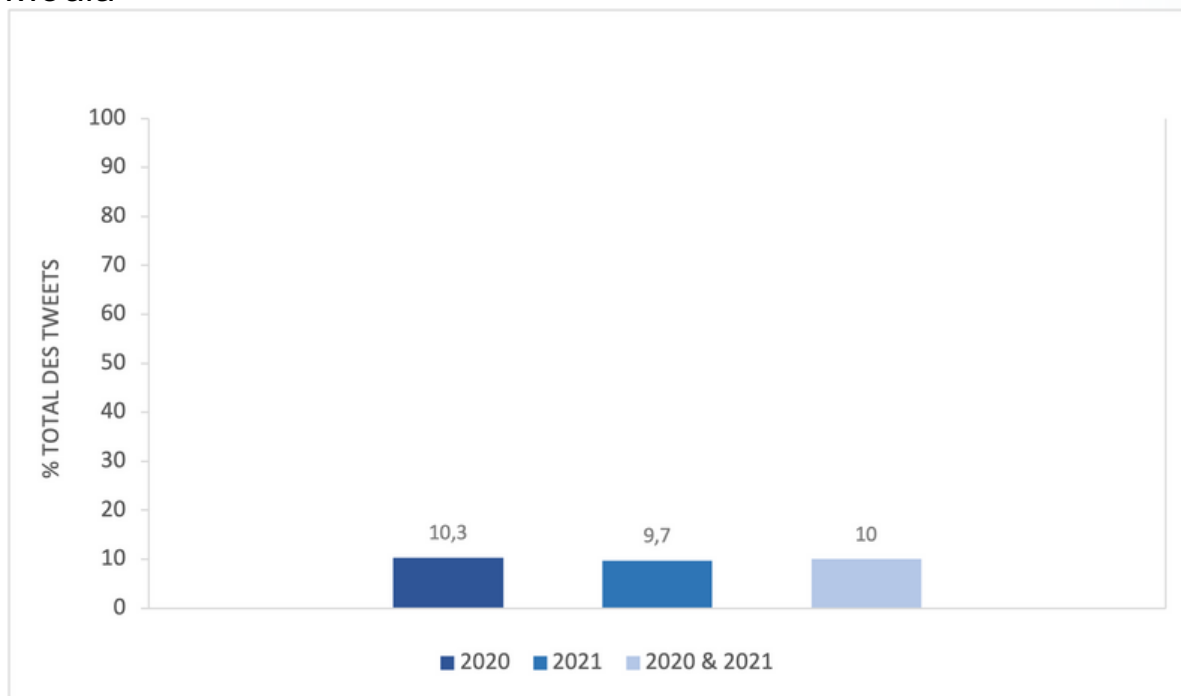
Cette variable a été codée si le tweet ciblait une entreprise, industrie, ou organisme à but lucratif fournissant des biens et services. Cela comprendrait le boycottage d'une entreprise, un type de produit, ou une industrie. Cela comprend aussi les fabricants, commerce de détail et de gros, les compagnies aériennes, les restaurants, divertissements, loisirs, Bollywood, finance, assurances, les bien immobilier, etc. En 2020 et 2021, environ 40% et 56% des tweets sur le boycott, respectivement, visaient une entreprise, industrie, ou un organisme à but lucratif fournissant des biens et services (Figure 9).





**Figure 10.**

*Média*



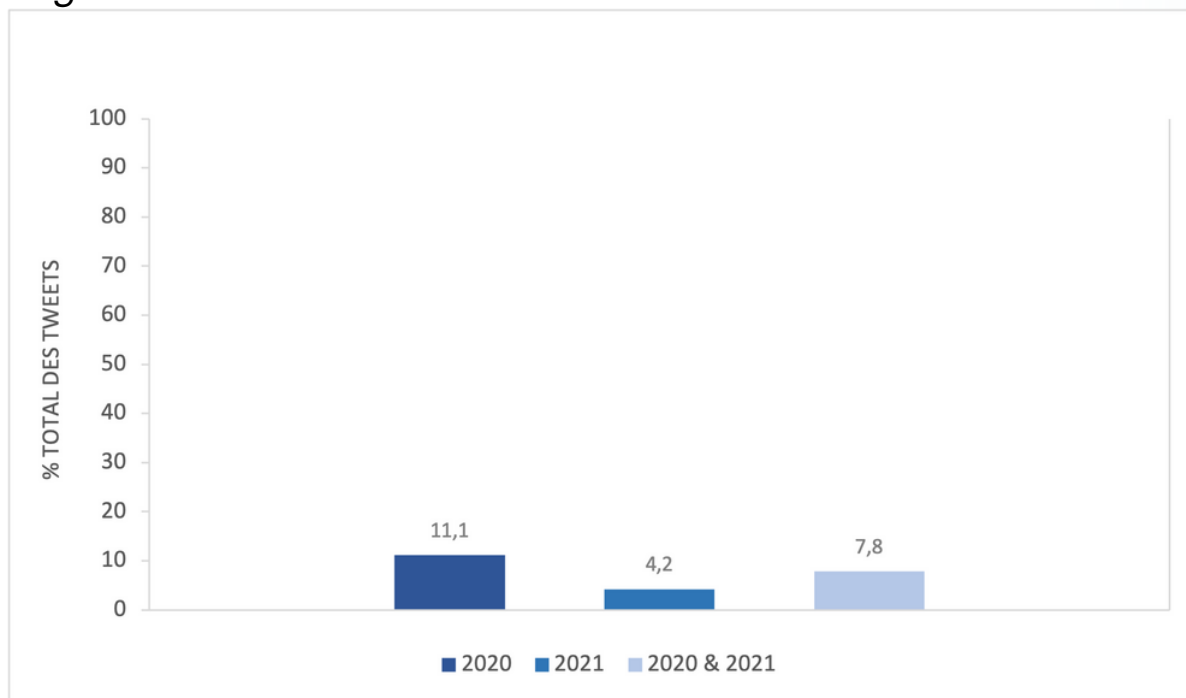
Cette variable a été codée si le tweet ciblait les médias et/ou les entreprises médiatiques. Cela comprendrait les organismes à but lucratif, à but non-lucratif, ou les médias financés par le gouvernement, ainsi que les médias numériques. Cette variable était aussi codée si le tweet ciblait les radiodiffuseurs et télédiffuseurs, les magazines, les journaux, les médias sociaux, ou les moteurs de recherche, pour nommer quelques exemples. En 2020, les médias étaient une cible du boycottage dans 10,3% des tweets, et en 2021, les médias étaient ciblés 9,7% du temps (Figure 10).





**Figure 11.**

*Région*



Cette variable a été codée si la cible du boycottage était une région géographique. Ceci comprendrait le ciblage d'un pays, d'un état, ou d'une ville. En 2020, environ 11% des tweets de boycottage ciblait une région géographique, et ce chiffre a diminué à environ 4% en 2021 (Figure 11).

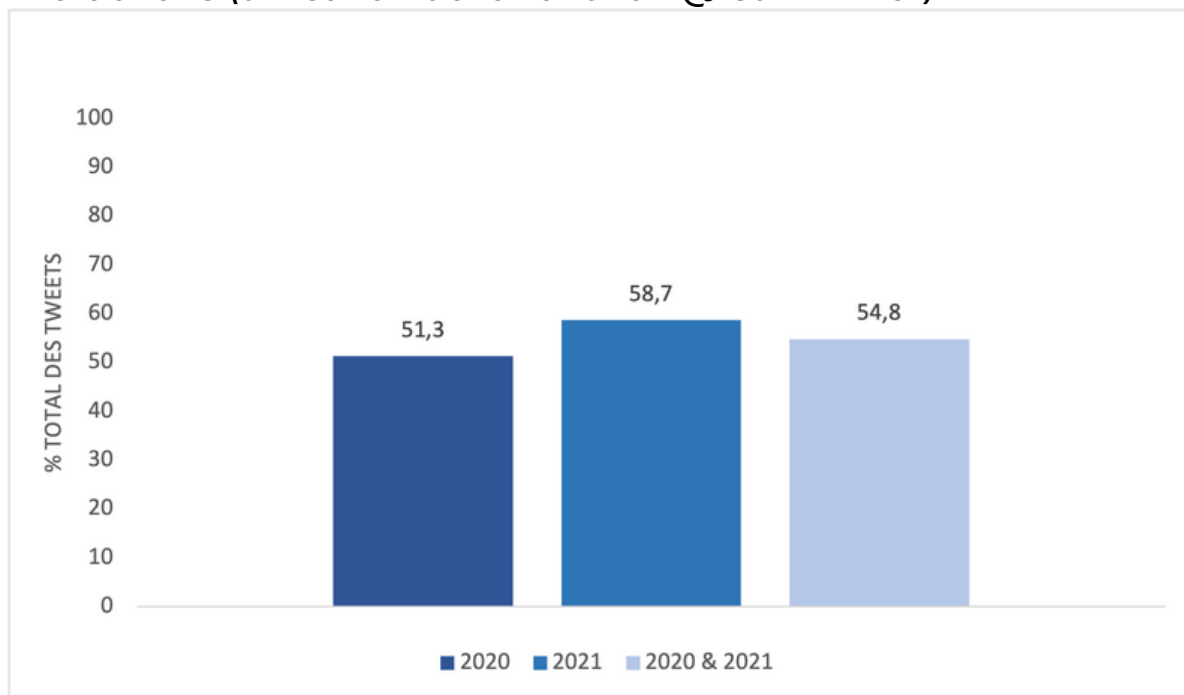


# Autres Caractéristiques des Tweets de Boycott

Dans cette section, nous avons codé les caractéristiques des tweets qui indiquent l'interaction ou l'expression d'émotion. Cela comprenait le codage de la présence d'un hashtag dans le tweet, l'utilisation de la ponctuation expressive, et l'utilisation des mots en majuscules. Un tweet qui marquait (taguait) un autre compte était spécifié par l'utilisation de la fonction @, ce qui pouvait être utilisé pour mesurer les interactions sociales sur Twitter. Plus de la moitié des tweets contenaient un compte tagué/mentionner (Figure 12). Nous avons aussi codé si le tweet contenait des lettres majuscules ou non, ce qui pouvait être utilisé pour démontrer de la colère, des émotions, ou sentiment d'urgence. Environ 20% des tweets contenait des mots tous en lettres majuscules (Figure 13). Également, nous avons codé pour la présence de la ponctuation expressive, incluant les points d'interrogation (?) et les points d'exclamation (!). L'utilisation de la ponctuation expressive pouvait aussi être une mesure ou une demande d'interaction sociale. Environ un quart des tweets contenait de la ponctuation expressive (Figure 14).

**Figure 12.**

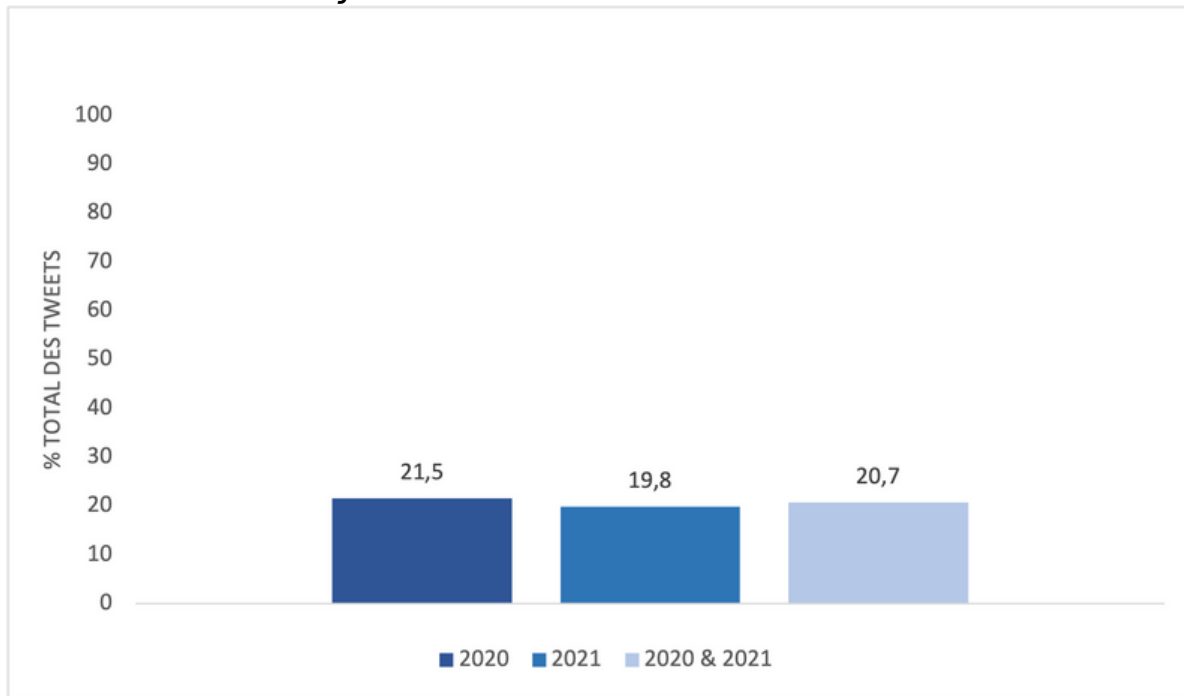
*Interactions (utilisation de la fonction @ sur Twitter)*



# Autres Caractéristiques des Tweets de Boycott

**Figure 13.**

*L'utilisation des majuscules*



**Figure 14.**

*L'utilisation de la ponctuation expressive*

