

Atelier Parlons Bouffe du 27 septembre 2024

Médias sociaux et nutrition

Présenté par Sehl Mellouli, professeur titulaire, Département de systèmes d'information organisationnels, Faculté des sciences de l'administration, Centre NUTRISS, INAF, Université Laval.

L'atelier a permis d'aborder un enjeu croissant : l'utilisation des médias sociaux pour obtenir des informations sur la santé, notamment la nutrition. Avec l'explosion de contenu en ligne, il devient de plus en plus difficile de distinguer les informations fiables des informations fausses.

La recherche présentée s'inscrit dans le contexte de la pandémie, qui a mis en lumière des problématiques de santé publique telles que le diabète, la diminution de l'activité physique et les changements dans les habitudes de vie. Le projet de recherche portait sur l'infodémie nutritionnelle, un phénomène caractérisé par une surabondance d'informations souvent contradictoires, brouillant la distinction entre les faits avérés et les fausses croyances. L'infodémie liée à la COVID-19 sur Twitter a été plus spécifiquement cernée dans le cadre de ce projet. L'objectif principal était de comprendre ce qui est dit, par qui, et comment ces informations influencent les comportements alimentaires des individus. En comparant les tweets des diététistes à ceux du grand public, l'étude répond à quatre questions de recherche : 1) quels thèmes sont abordés, 2) quelles sont les différences d'engagement, 3) quelle est l'exactitude des informations, et 4) quel est leur impact sur les comportements? Le cadre théorique du changement de comportement (TDF) a été utilisé pour la quatrième question, afin de mieux comprendre l'influence des tweets nutritionnels pendant la pandémie.

Méthodologie

L'étude a été menée en deux phases distinctes pour analyser les comportements de partage d'informations nutritionnelles des diététistes et du public pendant la COVID-19. Dans un premier temps, l'équipe de recherche a identifié des diététistes du Canada et des États-Unis via des listes spécifiques, excluant les comptes non pertinents tels que les comptes privés, suspendus, à provenance d'auteurs non identifiables ou non nord-américains. L'équipe a ensuite collecté des tweets en utilisant une série de mots-clés et de mots-clés liés à la nutrition et à la COVID-19. Un nombre total de 2886 tweets, réparti entre ceux provenant de diététistes (n=1417) et ceux du grand public (n=1469) ont été relevés.

La deuxième phase a consisté en une analyse de contenu des tweets recueillis, où l'équipe de recherche a examiné les thèmes abordés, l'exactitude des informations fournies et l'engagement des utilisateurs, notamment à travers les retweets, les réponses et les mentions *j'aime*. Les résultats ont permis de comparer les messages partagés par les diététistes à ceux du public, en évaluant l'impact de ces informations sur les comportements alimentaires pendant la pandémie.

Question de recherche #1 : Thèmes

L'étude a révélé une variété de thèmes concernant la nutrition et la COVID-19, soulignant l'impact de l'infodémie sur cette thématique. Les résultats montrent que les thèmes liés à l'épicerie et aux régimes alimentaires étaient les plus souvent abordés, avec une fréquence notable de discussions sur la perte de poids parmi le public, mais moins chez les diététistes. En revanche, les diététistes ont davantage discuté de la santé immunitaire par rapport au public. L'analyse a aussi mis en évidence qu'il y avait moins de discussions sur ces thèmes lors de la seconde vague de la COVID-19 en comparaison avec la première, ce qui demeure inexplicé.

Question de recherche #2 : Engagement sur les réseaux sociaux

L'étude a comparé l'engagement sur les réseaux sociaux entre les diététistes et le public, révélant que les diététistes recevaient un plus grand nombre de retweets, tandis que le public avait davantage de réponses par tweet. Toutefois, les réponses étaient peu fréquentes, indiquant un engagement limité. En outre, l'intérêt pour certains thèmes en termes de mentions *j'aime* était plus marqué lorsque les diététistes les abordaient, notamment pour des sujets liés à la santé immunitaire, aux diètes et à la perte de poids. Par ailleurs, du côté du public, l'intérêt était davantage souligné pour d'autres habitudes de vie, ainsi que pour des sujets tels que la surconsommation alimentaire et les changements alimentaires. Un constat surprenant est que seulement 1,9 % des tweets totaux relevés des diététistes concernaient la nutrition et la COVID-19. Il est possible que certains tweets n'aient pas été captés en raison de la méthodologie de l'étude.

Question de recherche #3 : Exactitude du contenu

L'analyse de l'exactitude du contenu a mis en lumière une prévalence plus élevée de désinformation dans les tweets du public par rapport à ceux des diététistes. Les tweets furent évalués un par un pour leur précision, et 92,5 % des tweets des diététistes étaient jugés exacts, alors que ceux du public affichaient un pourcentage d'exactitude inférieur (65,5%). Il serait utile que les professionnels interviennent dans cette désinformation, qui était plus marquée au niveau du sujet de la perte de poids. La majorité des tweets n'ont pas été pris en considération pour cette question, car les sujets abordés ne faisaient pas l'objet d'une évaluation de l'exactitude. Par exemple, les tweets sous forme de questions, ou encore ceux partageant des recettes ou des opinions, n'ont pas été pris en compte.

Question de recherche #4 : Influence sur le comportement (domaine TDF)

L'étude a examiné les tweets pour déterminer comment ils peuvent influencer les comportements, en utilisant le *Theoretical Domains Framework* (TDF). Ce cadre théorique permet de classer les tweets selon différents aspects, tels que les **connaissances**, les **compétences** et le **contexte environnemental**. Les résultats montrent que le domaine des **compétences** était mentionné dans 43,2 % des tweets des diététistes, contre 36 % pour le public. Ces résultats suggèrent que les diététistes insistent davantage sur les compétences nécessaires pour modifier les comportements liés à l'alimentation. De plus, il a été observé que la pandémie de COVID-19 a joué un rôle significatif dans l'adoption de comportements spécifiques, comme l'exercice à la maison ou la modification de l'alimentation.

L'étude a donc révélé des différences importantes entre les diététistes et le grand public concernant la diffusion d'informations nutritionnelles pendant la COVID-19, notamment en matière d'exactitude et d'engagement. Bien que les diététistes partagent des contenus plus fiables, la désinformation demeure problématique. À la fin de l'atelier, on mentionne la pertinence d'explorer les contextes des utilisateurs,

comme les environnements de confinement, pour mieux comprendre les dynamiques d'influence. Une analyse plus approfondie des dimensions temporelles, sémantiques et spatiales pourrait offrir des perspectives enrichissantes.

L'intelligence artificielle

Lors de l'atelier, la question de l'intelligence artificielle (IA) a été soulevée, car elle a été utilisée dans cette étude pour l'analyse des tweets. Plusieurs interrogations émergent à ce sujet : comment fonctionne cet outil d'IA, comment peut-il aider à analyser les données, et surtout, est-il fiable? Ces questions soulèvent également des préoccupations éthiques, notamment en ce qui concerne la confidentialité des données, les biais algorithmiques et la transparence des processus d'analyse. Ces réflexions sont essentielles pour l'avenir, mettant en lumière l'importance d'aborder l'utilisation de l'IA avec prudence tout en reconnaissant son potentiel pour enrichir, entre autres, le domaine de la recherche.