



Radio Télévision
Suisse

La Semaine des médias 2018, du 5 au 9 novembre

Résumés des dix épisodes - 3 minutes pour comprendre...

Les théories du complot

Alors que le terme "fake news" est sur toutes les lèvres, retour sur un phénomène vieux comme l'humanité, qui se nourrit depuis toujours de la suspicion et de l'incompréhension. Comment le complot a-t-il pris de l'ampleur avec l'invention d'Internet ? Qu'est-ce que cela dit de notre société ?

L'info en 2018

À l'heure de l'omniscience de la communication, avec quels outils s'informe-t-on ? 45% des Suisses s'informent via les réseaux sociaux, et pour 33% des 18-24 ans, ils sont même devenus leur principale source d'information. Sont-ils désormais devenus des médias comme les autres ?

Les fake news

Analyse d'un phénomène en pleine expansion qui se nourrit d'une société saturée d'informations. Noyé dans le flux de nouvelles, le cerveau n'est plus capable de distinguer le vrai du faux, le futile de l'essentiel. Pourquoi cette appétence pour les fake news ? Comment les vérifier et les contredire ?

Les bulles informationnelles

Les réseaux sociaux, entités commerciales qui doivent rendre leurs membres "heureux" pour les encourager à utiliser leurs produits, ont développé des algorithmes redoutables : les bulles informationnelles, qui nous confinent dans nos centres d'intérêt et nos opinions. S'il est prouvé que les internautes apprécient cet isolement (54%), quels dangers pour l'accès à l'information et la pluralité des opinions ?

Les pièges à clics

Un simple clic a une valeur et beaucoup de médias rivalisent d'imagination pour nous pousser à cliquer à tout prix. C'est ce qu'on appelle le "Piège à clics" (« Putaclic ») ou "clickbait", qui exploite la tendance naturelle de l'être humain au voyeurisme et au sensationnalisme. Quitte à ne plus le considérer que comme un consommateur. Quel est le coût de l'information gratuite ?

La pub native

Les native ads, ou publicité native, sont une nouvelle forme de publicité en ligne dont les éditeurs d'information sont friands. Le principe ? Se fondre dans un contenu éditorial et en prendre la forme et même le fond. Nourrie de données personnelles, elle s'adapte à nos envies, nos intérêts. Flirtant avec la manipulation. Pourquoi, sur Internet, l'information devient-elle toujours plus difficile à distinguer de la communication ?

#metoo

Les réseaux sociaux sont devenus un puissant outil d'expression sur lequel s'appuient, parfois, de véritables révolutions. Analyse des mouvements #metoo (affaire Weinstein) et #neveragain (tuerie de Parkland en Floride), ainsi que le rôle qu'ont joué les nouvelles technologies dans

leur avènement et leur puissance de propagation. Tellement qu'on peut se demander si un mouvement social efficace peut désormais se passer de ces outils...

Les influenceurs

Le marketing d'influence est une nouvelle stratégie marketing qui s'appuie sur les youtubeurs, instagrammeurs et autres blogueurs les plus populaires du web pour nous vendre des produits, souvent de façon détournée. Témoignage du youtubeur suisse Benjamin Friant, et plongée dans un phénomène tabou.

Instagram

Avec "Dear Caroline", influenceuse romande parmi les plus suivies sur Instagram et YouTube, réflexion autour des images véhiculées sur les plateformes sociales. Sublimées, retouchées, mises en scène, elles seraient responsables de l'anxiété, de la solitude, de la dépression et d'un déficit de la confiance en soi. Mais la résistance #Bodypositive s'organise.

L'info du futur

Pour la première fois de leur histoire, la fréquentation des réseaux sociaux décline. Loin de s'en contenter, les géants du web développent de nouvelles technologies qui dessinent l'Internet de demain. L'intelligence artificielle, en particulier, redéfinira la communication. Entre simplification du quotidien et dérives du « Big Data », esquisses de l'avenir de l'information sur Internet.

Genève, le 29 octobre 2018