



Rapport annuel 2019

Sommaire exécutif

Ce rapport présente l'état d'avancement de l'Initiative pour l'innovation dans les médias (IMI) entre janvier et décembre 2019. Au cours de cette période, l'IMI a consolidé ses bases, notamment en ce qui concerne le financement de projets de recherche et d'innovation, et a lancé 6 projets de collaboration. Dans le même temps, l'Initiative a poursuivi le développement de partenariats nationaux et internationaux, avec entre autres l'organisation de 2 événements destinés aux étudiants, aux chercheurs, aux professionnels des médias et au grand public.

À propos de l'IMI

L'IMI est active depuis mars 2018 après avoir été fondée conjointement par l'EPFL, Ringier, la SSR et le Triangle Azur (le réseau réunissant les Universités de Genève, Lausanne et Neuchâtel). L'objectif principal de l'IMI est de soutenir la transformation du secteur des médias en initiant des projets de recherche et d'innovation avec les universités affiliées et en partenariat avec les médias membres. Pour y parvenir, les membres de l'Initiative maintiennent ensemble un fonds de soutien à l'innovation doté d'un budget annuel de 700'000 CHF.

L'IMI est dirigée par un Comité composé de décideurs issus des médias et du milieu académique, assisté par un Conseil Scientifique qui réunit des experts des deux secteurs. Au total, 9 personnes sont membres de ces organes. Le Centre Média de l'EPFL, qui emploie 2 collaborateurs (1,4 équivalent temps plein), est chargé de la gestion courante de l'Initiative.

Contact

Mounir Krichane
Directeur
mounir@media-initiative.ch
+41 21 693 81 02

Principaux progrès réalisés

Étendre l'initiative

2019 a débuté par l'entrée du partenariat entre ESH Médias et la HES-SO Valais-Wallis dans l'Initiative en tant que membre associé. Actuellement, l'IMI regroupe 5 universités (EPFL, UNIGE, UNIL, UniNE et HES-SO Valais-Wallis) et 3 groupes de médias (Ringier, SSR et ESH Médias), ce qui lui confère une dimension à la fois nationale et régionale au sein du paysage médiatique suisse.

Fédérer des chercheurs et des experts sur des enjeux majeurs

L'IMI a lancé son premier appel à projets en novembre 2018, qui s'intitulait "Aider les médias à lutter contre la désinformation et à rétablir la confiance du public". Début 2019, l'Initiative a reçu 27 propositions de pré-projets pour évaluation et a ensuite invité 9 équipes de projet à soumettre une proposition complète. À l'issue du processus de sélection, l'IMI a choisi de soutenir 6 projets qui ont démarré entre septembre et octobre 2019.

À la même période, l'IMI a lancé un deuxième appel à projets sur un thème plus spécifique intitulé "Aider les médias à

renforcer les liens avec le public et à favoriser son engagement". Cette fois-ci, l'Initiative a reçu 7 propositions de pré-projets qui sont actuellement en cours d'évaluation. Une partie de celles-ci débouchera sur des projets concrets au cours de l'année 2020.

Enfin, en décembre 2019, l'IMI a annoncé une bourse de recherche avec deux délais de soumission fixes par an, en avril et en octobre, en vue de pérenniser le financement de projets dans les années à venir.

Miser sur l'interdisciplinarité pour développer des solutions

Suite au premier appel à projets, l'IMI a initié 6 projets (voir ci-dessous) avec des scientifiques de premier plan dans des domaines allant des sciences humaines et sociales à l'ingénierie, en coopération avec des experts du secteur et des journalistes. Au total, 6 universités et 3 médias collaborent sur ces projets, impliquant plus de 44 personnes avec un équivalent temps plein d'environ 7,5 postes. Ils vont durer chacun entre 12 et 14 mois et totalisent un budget d'environ

900'000 CHF investi par l'IMI entre 2019 et 2020.

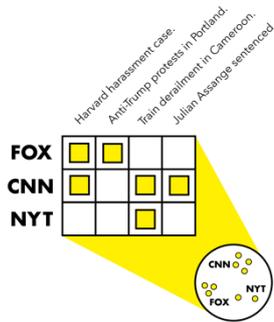
Promouvoir l'Initiative au travers de partenariats et d'événements

Tout au long de l'année 2019, l'IMI a poursuivi son partenariat avec le projet MediaRoad (www.mediaroad.eu) et son réseau d'acteurs internationaux. Dans ce cadre, l'Initiative a organisé un hackathon de 48 heures en mars sur le campus de l'EPFL, en marge de la conférence Radiodays Europe, qui a rassemblé des étudiants, des professionnels des médias et des hackers dans un espace dédié à la co-création.

L'IMI a également renforcé ses liens avec digitalswitzerland en 2019. Dans le cadre de la Journée du digital, l'Initiative a organisé en septembre à Lausanne, avec le soutien de certains de ses partenaires, un dialogue interactif qui a rassemblé une centaine de consommateurs de médias et d'experts du domaine pour discuter de la relation actuelle entre les médias et les publics.

Projets en cours

Les partenariats entre la recherche scientifique et les médias sont au cœur des projets soutenus par l'IMI. Ces collaborations visent à aider les médias à relever les défis de la digitalisation, tout en ayant un impact positif sur le public et la société. Les projets décrits ci-dessous sont issus du premier appel à projets et se termineront d'ici l'automne 2020. Chacun d'entre eux explore une solution innovante pour combattre la désinformation et restaurer la confiance du public envers les médias.



© 2019 EPFL

Media Observatory Initiative

EPFL – Le Temps (Ringier)

À l'ère du numérique, les consommateurs d'actualités ont de plus en plus de mal à distinguer les informations authentiques des fausses et, par conséquent, leur confiance envers les médias se trouve gravement menacée. Ce projet vise à développer une plateforme web pour collecter, traiter et visualiser le paysage informationnel suisse et mondial, afin de mieux comprendre sa structure et les dynamiques en jeu. Pour les consommateurs d'actualités, des indicateurs transparents de qualité et de crédibilité les aideront également à évaluer la fiabilité des sources d'information et des articles. Les médias pourront ainsi se démarquer et retrouver leur statut de garants d'une information de qualité. De plus, cette plateforme permettra aux journalistes de suivre la réaction des publics en ligne, leur permettant ainsi d'identifier et de traiter plus efficacement les sujets controversés ou polarisants.

www.mediaobservatory.com

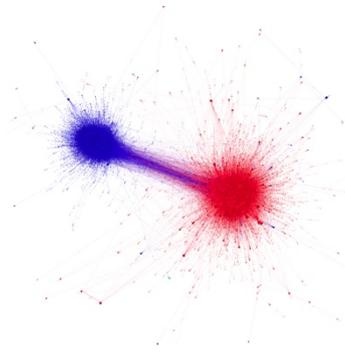
Traceable Original Journalistic Content (TOJC)

HES-SO Valais-Wallis – ESH Médias

Dans l'environnement médiatique actuel, il est de plus en plus difficile de distinguer le contenu journalistique des autres types de contenu, qui ne partagent pas les mêmes normes de qualité. Ce projet vise à développer et à évaluer un système de labellisation complet pour identifier et certifier les contenus originaux produits par des journalistes, afin de les valoriser et de les différencier des contenus non journalistiques, en particulier des fausses informations. De surcroît, pour favoriser une large adoption par les médias, le projet prend en compte la perception et l'impact qu'un tel label aurait sur les lecteurs, et vise à mettre en place une architecture qui tire parti de solutions existantes et qui soit compatible avec les processus de publication des médias partenaires.



© 2019 HES-SO Valais-Wallis



© 2019 EPFL

Social network Architectures of Disinformation (#sad)

EPFL - UniNE - RTS (SSR)

Les réseaux sociaux sont devenus de loin le lieu incontournable de discussion et d'échange d'informations en ligne, mais ils ont également pour effet de polariser les discussions et de cloisonner les utilisateurs dans leurs propres bulles culturelles ou idéologiques. Ce projet vise à développer de nouvelles méthodes pour analyser la structure et les mécanismes d'influence au sein de ces communautés, et pour estimer l'activité globale des réseaux sociaux à partir d'une vue partielle de ces derniers. Sur la base de ces méthodes, un outil sera développé pour permettre aux journalistes de suivre la propagation de controverses et de fausses informations sur des plateformes telles que Twitter et YouTube.

Expertise scientifique et discours médiatiques

UNIL - UNIGE - RTS (SSR) - Le Temps (Ringier)

Aujourd'hui plus que jamais, la capacité des journalistes à contextualiser rapidement l'information et à trouver des experts capables de répondre à leurs questions devient un atout majeur dans la réalisation ou la rédaction de sujets d'actualité pertinents et de qualité. Ce projet vise à tirer parti des interviews de scientifiques par des journalistes, en développant une plateforme web qui cartographie automatiquement les thématiques traitées par Avis d'experts (www.avisdexperts.ch), Le Temps et sur Wikipédia, afin d'aider les journalistes à prendre position face à l'actualité en général et aux fausses informations en particulier.



© 2019 UNIL



© 2019 UNIGE

Fake news, publics et journalisme

UNIGE - UniNE - Le Temps (Ringier)

Ce projet veut mettre en lumière la manière dont les jeunes publics de Suisse romande (18-25 ans) sont exposés à l'information et à la désinformation, et leur attribuent de la crédibilité, ceci dans le but de faire progresser les pratiques journalistiques. L'étude s'appuiera principalement sur des entretiens avec des focus groups composés de jeunes individus, ainsi qu'avec des journalistes, et conduira au développement de nouveaux formats informationnels par des étudiants de l'AJM en partenariat avec Le Temps, en mettant l'accent sur la lutte contre les fausses informations et la vérification des faits sur les plateformes privilégiées par les jeunes publics.

www.researchfakenews.ch

Trust Over Time

EPFL - Idiap - RTS (SSR)

Ce projet anticipe le risque croissant pour les médias de publier des informations erronées dans la mesure où ils s'appuient de plus en plus sur des algorithmes pour produire et distribuer leur contenu. Il vise notamment à développer et à évaluer un agrégateur de contenu reposant sur l'intelligence artificielle, qui combine des actualités, des archives et du contenu des réseaux sociaux, en adoptant une approche par le design qui permette aux utilisateurs de voir de manière transparente la source du contenu journalistique, tout comme les décisions prises par les algorithmes, afin d'augmenter leur perception de la confiance.



© 2019 EPFL