

Marc Lee

Né en 1969 à Knutwil (CH), vit et travaille à Zurich (CH).

Avec *Political Campaigns – Battle of Opinion on Social Media* (depuis 2016), l'artiste médiatique et développeur de logiciels suisse Marc Lee a conçu une chaîne d'information sur internet dont les reportages ne dépassent jamais trois minutes. Au lieu d'un bureau de rédaction qui sélectionne et traite les nouvelles, c'est un « bot », un programme informatique donc, qui se cache derrière le travail de Lee. Le bot choisit automatiquement parmi diverses sources internet et diffuse sous une URL en accès libre (<http://marclee.io/tvbot/election.php>). Résultat : une séquence rapide de messages Instagram, Twitter et YouTube, qui correspondrait aux prévisions électorales du candidat avec le plus de nominations en cours. Sur le plan formel, Lee s'inspire de la CNN et autres formats d'information similaires. Mais contrairement à ces chaînes d'information classiques, les contenus des bots TV sont sans contexte : à peine le titre d'un reportage est-il lu que déjà il est chassé par le suivant. Les cycles de plus en plus courts de la production contemporaine d'informations et les reportages de plus en plus superficiels qui en découlent en sont l'illustration. Les *Political Campaigns – Battle of Opinion on Social Media* (Campagnes politiques – Combat d'opinion dans les réseaux sociaux) de Lee exacerbent le dogme du « live » dans les infos et les réseaux sociaux, et, ce faisant, explicitent les défis de la production d'informations sur internet, de plus en plus rapide et inflationniste : l'élection présidentielle américaine de 2016 a fait prendre conscience au public de l'utilisation des bots Twitter comme outil politique. Dans la campagne électorale de 2020, le mélange complexe d'apports personnels et automatisés sur les réseaux sociaux, de messages d'agences, de textes journalistiques et d'interventions de censure de la part des plateformes de réseaux sociaux – tout ceci jouera également un rôle crucial.

Marc Lee, *Political Campaigns – Battle of Opinion on Social Media*, since / depuis 2016



Marc Lee

*1969 in Knutwil (CH), lives and works in Zurich (CH).

Political Campaigns – Battle of Opinion on Social Media (since 2016), conceived by Swiss media artist and software developer Marc Lee, is an Internet news channel with reports that are never more than three minutes old. With no editorial hand behind the content selection and processing, Lee's work is operated by a bot, a computer program. The bot automatically chooses between diverse Internet sources and broadcasts them via the freely accessible URL <http://marclee.io/tvbot/election.php>. The result is a rapid succession of Instagram, Twitter, and YouTube posts. It develops an election forecast of which candidate currently has more nominations. While Lee makes reference to traditional news channels such as CNN, the contents of his TV bot remains without context: As soon as the title of one feature is read, it is already replaced by the next one. The ever shorter cycles of contemporary news production and the related increasing randomness of information reports become obvious. Lee's *Political Campaigns – Battle of Opinion on Social Media* exaggerates the credo of the "liveness" of news and social media and makes the inherent challenges of the accelerated, overheated pace of news streams in the web explicit: The US American presidential election of 2016 drew public awareness to the use of Twitter bots as a political instrument. But the complex mix of personal and automated social media entries, agency reports, editorial texts, and censorship interventions by leading social media platforms will certainly play a central role once again in the 2020 campaign.

Marc Lee, *Political Campaigns – Battle of Opinion on Social Media*, since depuis 2016

