

Ressenti et questionnements des journalistes français face au phénomène de l'intelligence artificielle

Rapport d'étude, janvier 2024

THIERRY WATINE



CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS

Ressenti et questionnements des journalistes français face au phénomène de l'intelligence artificielle

Rapport d'étude, janvier 2024

THIERRY WATINE

Rapport de recherche remis au Centre d'études sur les médias

Révision: Juliette Bernatchez
Infographie: Diane Trottier
Coordination: Sébastien Charlton
ISBN: 978-2-922008-69-2

Juillet 2024

Centre d'études sur les médias
Pavillon Casault (5604)
Université Laval Sainte-Foy (Québec)
G1V 0A6
Téléphone: 418-656-3235
Adresse électronique: cem@com.ulaval.ca
Site Internet: <http://www.cem.ulaval.ca>

Directrice du Centre: Colette Brin

Droits d'auteur et droits de reproduction: Toutes les demandes de reproduction doivent être acheminées à Copibec: 514-288-1664 ou 1 800 717-2022, licences@copibec.qc.ca.

Table des matières

| | |
|--|----|
| Introduction | 1 |
| Les grands constats | 3 |
| 1. Novembre 2022 : ChatGPT crée un effet de choc au sein du milieu professionnel | 3 |
| 2. L'intelligence artificielle n'est pas (encore) une priorité dans les rédactions. | 4 |
| 3. L'IA est une technologie qui divise les journalistes. | 6 |
| 4. La perspective d'une « super assistance » algorithmique est bien accueillie. | 7 |
| 5. Des craintes et des questionnements subsistent sur le fond. | 8 |
| 6. Un discours défensif : « Ce que l'IA ne pourra jamais faire à notre place » | 10 |
| 7. Encadrement éthique et juridique : une demande unanime. | 11 |
| 8. La formation à l'IA est un impératif qui s'impose aux futurs journalistes | 13 |
| Conclusions | 15 |
| Annexe 1. Grille d'entretien | 19 |

Introduction

Cette enquête dans les rédactions françaises au cours du printemps 2023 vise à mieux comprendre le ressenti et les principaux questionnements des journalistes face aux promesses de l'intelligence artificielle et aux multiples défis posés par cette technologie désormais accessible à tous depuis le lancement du robot conversationnel ChatGPT en novembre 2022¹.

Comment les professionnels de l'information abordent-ils cette nouvelle donne technologique dont les impacts se font désormais sentir dans tous les secteurs de l'industrie? Dans quelle mesure le champ d'activité du journalisme – tous médias confondus – peut-il tirer parti des IA génératives dont les performances s'améliorent de jour en jour? Pourquoi les robots conversationnels comme ChatGPT, Bard, Bing, Midjourney ou Dalle-E constituent-ils pour certains une menace plutôt qu'une chance pour le métier? L'intelligence artificielle va-t-elle faire reculer ou au contraire aggraver la désinformation et la prolifération des fausses nouvelles? Au-delà de ces questions qui font aujourd'hui débat dans toutes les rédactions, la profession est interpellée de manière frontale – et peut-être existentielle – à ce que certains présentent comme une révolution technologique sans précédent.

Entre enthousiasme, craintes et parfois méconnaissance du sujet, les 30 professionnels de l'information rencontrés dans le cadre de cette recherche ont tous exprimé un intérêt pour participer à cette étude ou, à tout le moins, manifesté une certaine curiosité pour l'IA². Certains

-
1. Cette étude s'inscrit dans la programmation générale de l'incubateur de recherche «Projet med-IA» créé en 2018 à l'Université Laval (Québec). Son objectif : comprendre les effets de l'intelligence artificielle sur les stratégies des entreprises de presse et sur les pratiques professionnelles des journalistes.
 2. Dans nos premiers contacts, même si nous n'avons pas échappé au syndrome «*Je ne suis pas un expert en IA!*», le *buzz* médiatique sur l'intelligence artificielle était si généralisé en France au printemps 2023 que tous les professionnels de l'information rencontrés avaient en réalité beaucoup à dire sur le sujet!

se sont dits séduits par les performances et les potentialités de l'outil, d'autres davantage préoccupés par les dangers de cette nouvelle technologie (en termes notamment de remplacement) ou par les dérives possibles (en matière d'éthique). Derrière ces divergences, un pressentiment partagé par tous les répondants : *depuis novembre 2022, le journalisme est entré dans un nouveau monde*³.

Sur le plan méthodologique, nous avons organisé du 17 mars au 17 juin 2023 un total de 30 rencontres avec des journalistes œuvrant dans six grandes métropoles au cœur de six régions représentatives de la diversité socio-économique et culturelle du pays : Lille (Nord), Strasbourg (Est), Rennes (Ouest), Paris (Centre-Nord), Bordeaux (Sud-Ouest) et Lyon (Sud-Est). Onze entreprises de presse distinctes sont concernées par cette étude : *La Voix-du-Nord* (3 répondants), *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* (5), *Ouest-France* (1), *Le Parisien* (2), *Sud-Ouest* (4), *Le Progrès* (1), *Actu.fr* (1), *TV5 Monde* (1), *LCI* (1), l'Agence France Presse (3), *L'Express* (1). Nous avons également interrogé des journalistes indépendants en activité (4) et d'ex-journalistes devenus formateurs (3)⁴.

-
3. C'est le titre du colloque que nous avons coorganisé les 15, 16 et 17 novembre 2023 avec l'École supérieure de journalisme de Lille : « Journées de l'IA – Le journalisme est entré dans un nouveau monde ».
 4. Trois méthodes ont présidé au recrutement des 30 répondants. Nous avons ainsi choisi des journalistes : 1. ayant publié des articles ou des dossiers sur l'IA depuis le lancement de ChatGPT en novembre 2022 ou 2. occupant la fonction de responsable de la « rubrique technologies » au sein de leur rédaction ou 3. étant recommandés par leurs pairs comme ayant une expertise significative en matière d'IA. Vingt-cinq entretiens ont été réalisés en présentiel ; cinq à distance (quatre via Zoom, un au téléphone). Quant au statut professionnel des trente répondants, nous avons eu le loisir de discuter des enjeux de l'intelligence artificielle dans le journalisme avec dix cadres (rédacteurs en chef, directeurs de l'information, chefs de service), huit responsables de rubriques technologiques et douze journalistes généralistes. La durée des entretiens a varié de 45 minutes pour la plus courte à près de deux heures trente pour la plus longue. Chacune des rencontres a été doublement enregistrée via un magnétophone Olympus et un téléphone cellulaire Samsung. Un verbatim des extraits les plus significatifs a été produit à l'issue de chacun des entretiens.

Les grands constats

Au total, huit grands constats ressortent de nos entretiens :

1. Novembre 2022 : ChatGPT crée un effet de choc au sein du milieu professionnel
2. L'intelligence artificielle n'est pas (encore) une priorité dans les rédactions
3. L'IA est une technologie qui divise les journalistes
4. La perspective d'une «super assistance» algorithmique est bien accueillie
5. Des craintes et des questionnements subsistent sur le fond
6. Un discours défensif : «Ce que l'IA ne pourra jamais faire à notre place»
7. Encadrement éthique et juridique : une demande unanime
8. La formation à l'IA est un impératif qui s'impose aux futurs journalistes

1. Novembre 2022: ChatGPT crée un effet de choc au sein du milieu professionnel

Pour la grande majorité des répondants (25/30), l'IA est d'un seul coup devenue un sujet incontournable à partir de novembre 2022, date du lancement de ChatGPT version grand public (5 répondants sur 30 n'ont pas manifesté le même enthousiasme, considérant que le journalisme est aujourd'hui confronté à d'autres défis plus importants que les progrès de la technologie). Cela étant, nos entretiens ont clairement montré que le niveau d'intérêt des uns et des autres pour l'intelligence artificielle était souvent diffus, voire proche de zéro, avant le lancement de ChatGPT. Tout juste certains se souvenaient-ils que cela fait plus de 20 ans que des algorithmes sont au cœur du fonctionnement des téléphones cellulaires et des ordinateurs. Et que plusieurs expériences

d'automatisation existent depuis plusieurs années dans la presse nationale et internationale : résultats sportifs, données boursières, bilans d'élections, etc. Avec ChatGPT, un pas supplémentaire a manifestement été franchi. Le nouveau robot conversationnel d'OpenAI a en effet interpellé une grande partie du milieu professionnel :

– *Depuis fin 2022, il y a un engouement parce qu'on a passé un cap : **l'IA est sortie des laboratoires** avec la mise à disposition au public de ChatGPT (R23)*

– *Aujourd'hui, un journalisme déconnecté de l'IA serait par nature inadapté. **Le journalisme doit suivre ces évolutions** (R5)*

– *À partir du moment où l'IA est là, il faut apprendre à travailler avec. Dans notre métier de journaliste, **ne pas s'y intéresser aujourd'hui, c'est une faute professionnelle!** (R12)*

Chez certains des répondants, l'IA a créé un effet de sidération face à une génération de nouveaux robots conversationnels dont personne n'avait vu venir les performances ni la vitesse des progrès. Et dont les retombées risquent, selon certains, d'être considérables dans l'univers de la technologie et, par voie de conséquence, dans toute l'industrie de la presse :

– *ChatGPT n'est pas un épiphénomène, il va marquer l'histoire de l'humanité, de l'informatique et de la «tech» évidemment. Est-ce qu'il y aura un «avant» et un «après» ChatGPT? (R23)*

– *C'est un tournant majeur dans l'histoire de la techno. On n'a pas vu une telle révolution depuis l'apparition du smart-phone (R25)*

– *Dans ma carrière, j'ai connu tous les changements, toutes les mutations et disons que l'IA, c'est galvanisant pour nous (R29)*

2. L'intelligence artificielle n'est pas (encore) une priorité dans les rédactions

Malgré l'onde de choc qu'elle a provoquée chez les professionnels de l'information avec la mise en service de ChatGPT grand public fin 2022, la majorité des répondants (21/30) considère que l'intelligence artificielle n'est pas (encore) une priorité stratégique pour les entreprises de presse. D'autres chantiers plus urgents sont mentionnés avant les enjeux technologiques liés à l'IA.

Première préoccupation des acteurs concernés : le déclin général de l'audience des médias traditionnels tous secteurs confondus et, de façon plus spectaculaire, la fin des vieux modèles d'affaires dans la presse écrite, avec pour corolaire le naufrage récent ou à venir de nombreux journaux quotidiens ou hebdomadaires. À cet égard, les témoignages recueillis ne sont pas très optimistes, pour ne pas dire alarmistes :

– *La réalité, c'est la baisse des ventes papier. Il y a une accélération de la chute (R2)*

– *La presse écrite va très mal, le web a ses limites, d'un point de vue pub ça devient très compliqué. La priorité du moment, c'est de sauver le print! Là on est en train de crever (R6)*

– *La véritable anxiété, c'est celle du modèle économique et de la survie de nos entreprises. Cette angoisse quasi existentielle, tous les journalistes la ressentent (R30)*

La deuxième préoccupation centrale avant les incidences de l'IA sur les pratiques journalistiques a trait à la domination sans partage des réseaux sociaux qui, selon certains répondants, vampirisent depuis bientôt 20 ans les publics – surtout les plus jeunes – que les journaux cherchent en vain à attirer ou à retenir. C'est la fin du magistère des médias traditionnels qui se confirme jour après jour :

– *En matière de rapidité, c'est difficile de lutter (R2)*

– *Un certain nombre d'interlocuteurs nous ont squeezés. Ils nous disent : «On est sur Facebook, on n'a plus besoin de vous» (R6)*

– *On a de moins en moins de domaines réservés : avec les réseaux sociaux, la glace fond sous nos pieds (R23)*

Enfin, la troisième grande préoccupation du moment concerne la désinformation massive qui – outre des enjeux majeurs en matière de fiabilité des contenus – engendre des coûts de plus en plus lourds au sein des entreprises de presse. Lesquelles semblent condamnées à mener une bataille sans fin contre ce fléau planétaire :

– *Le temps passé par nos équipes à faire du debunking et du fact checking, c'est devenu de la folie (R1)*

– *Le temps d'analyser et de vérifier une info, ça prend beaucoup plus de temps que de créer de la fausse info (R9)*

– *Aujourd'hui, un truc qui arrive sur les médias sociaux et qui vient d'on ne sait pas où a la même valeur qu'un article du Monde vérifié dix fois. On voit les conséquences que ça peut avoir sur la démocratie (R3)*

3. L'IA est une technologie qui divise les journalistes

L'intelligence artificielle ne fait pas l'unanimité parmi les journalistes. Nos entretiens ont fait clairement apparaître trois groupes distincts qui se partagent entre enthousiasme, prudence et rejet.

Il y a ceux – un tiers de l'échantillon (9/30) – qui sont fascinés par la technologie en général, qui pensent qu'il faut aller de l'avant, ne surtout pas manquer le train de l'intelligence artificielle et des robots conversationnels. Ces « pionniers », prompts à dénoncer l'immobilisme et le conservatisme de la profession face à l'innovation et aux nouveaux outils, estiment que l'IA fait partie de la solution à la crise que traverse l'ensemble des médias :

– *Moi, j'attends ça avec impatience l'intelligence artificielle ! Il y a un potentiel d'aide formidable pour nous (R16)*

– *Avec l'IA, j'aime cet état d'esprit conquérant selon lequel « on va révolutionner le monde ! » (R23)*

– *L'IA, c'est une bonne façon, peut-être, de revaloriser le métier (R1)*

Il y a – deuxième profil – ceux qui sont beaucoup plus dans une posture de méfiance, qui disent qu'il est urgent d'attendre, qu'on manque de recul pour établir un bilan sérieux des avantages et des dangers de l'IA. Dans leur discours, ils insistent sur les balises éthiques et juridiques, sur la formation. Ces « prudents/pragmatiques » représentent un peu plus de la moitié de notre groupe test (16/30) :

– *Aller trop vite, ça peut desservir. La bonne manière de faire, c'est de prendre son temps (R9)*

– *L'IA, je trouve ça à la fois bluffant et un peu effrayant. Où va s'arrêter le développement de cette intelligence ? (R17)*

– *Moi, je ne suis pas dans une urgence technologique. Je me méfie des gens qui se précipitent sans réfléchir (R19)*

Enfin, il y a ceux – troisième profil – qui se disent dépassés par l'IA, qui déplorent que les « technos » comme ils les qualifient aient pris le pouvoir dans les médias et qui regrettent le fameux âge d'or du métier. Ils sont dans le rejet de l'IA et du péril technologique qu'elle représente selon eux. Ces « réfractaires » sont minoritaires dans notre groupe test (5/30):

– *Non, ce genre de technologie ne fait pas de bien au métier. À chaque fois on a perdu un peu de notre âme... (R2)*

– *Ça va nous apporter quoi l'IA ? Rien ! Et je pense même que ça va accélérer notre déclin (R6)*

– *On est déjà trop assisté aujourd'hui par les robots. L'IA va nous rendre encore plus paresseux (R11)*

4. La perspective d'une « super assistance » algorithmique est bien accueillie

L'intelligence artificielle crée des attentes fortes chez les journalistes dans le groupe des « pionniers » et des « prudents/pragmatiques » (soit un total de 25 répondants sur 30). Selon eux, grâce à ses capacités d'assistance hors normes (facilité d'utilisation, rapidité des temps de réponse, variété des contenus proposés), l'IA devrait permettre aux professionnels de l'information de réaliser des gains précieux à trois niveaux dans le processus de production de messages informatifs :

- augmenter en efficacité et en vitesse dans la collecte des données :
 - *Si ça peut nous permettre de **dégager du temps pour la recherche des infos, pourquoi pas ? (R12)***
 - *Si je peux avoir une synthèse bien foutue sur un dossier sur lequel je commence une enquête, si j'ai gagné trois heures ou trois jours, là je suis preneur ! **L'IA pour moi, c'est pour me faire gagner du temps en recherche et en documentation (R26)***
- se libérer d'un maximum de tâches ingrates et répétitives :
 - ***L'IA pourra remplir plein de tâches pas très passionnantes du journalisme. Avec l'IA, on ne perdra plus de temps, par exemple, avec les infos pratiques (R7)***

– *Il y a un potentiel formidable d'aide pour nous. Une aide qui va nous délester de tous les trucs chiant s* (R16)

- enrichir les sujets en matière de contenu :
 - *Comme journaliste éco, je ne me sers pas encore de l'IA. Mais si l'IA était capable de me donner la valorisation en bourse d'un titre dans un horizon à six mois, je serais le plus heureux des journalistes!* (R24)
 - *Il faut réfléchir à toutes les tâches qu'on peut supprimer pour investir dans la valeur ajoutée de l'information* (R30)

5. Des craintes et des questionnements subsistent sur le fond

Au-delà de ses atouts prometteurs en termes d'assistance pratique dans le travail quotidien des journalistes, l'intelligence artificielle suscite des inquiétudes importantes et des questionnements de fond chez la majorité des répondants (21/30):

- la technologie est jugée de plus en plus envahissante dans le métier :
 - *Si demain les journalistes ne peuvent pas démontrer qu'ils font mieux et plus que les robots, on va avoir un sérieux problème* (R1)
 - *Avec le temps, on a laissé la main aux technos dans nos médias. C'est une erreur, bien sûr* (R11)
 - *Aujourd'hui, ça va tellement vite dans le domaine de la technologie et de l'innovation. Avec ChatGPT, c'est la première fois de ma vie que je me sens menacé par le décrochage* (R21)
- la question de la fiabilité des sources préoccupe de nombreux répondants :
 - *ChatGPT ne donne pas ses sources. C'est quand même un problème de base en journalisme* (R15)
 - *Toute information doit être vérifiée et les sources doivent être transparentes. Avec l'IA, quelqu'un devra vérifier et valider* (R19)

– *Moi, si je devais interagir avec l'IA, je voudrais d'abord savoir où ils vont chercher leurs infos, dans quelles bases de données. Je me méfie forcément* (R26)

- le spectre du remplacement, même dans le groupe des pionniers pro-IA, apparaît en filigrane (ou parfois très ouvertement) dans l'ensemble des discours :

– *Impossible de ne pas y penser : est-ce que l'IA va nous piquer notre boulot ?* (R20)

– *On parle d'un outil qui ne dort pas, qui ne fait pas d'erreur de calcul, qui est capable de s'approprier du texte, de l'image et qui est capable de gérer beaucoup plus de données qu'une armée d'humains. Donc on part avec un désavantage avec ce robot et on va le payer d'une manière ou d'une autre* (R23)

– *Personnellement, je ne connais pas toutes les possibilités de l'IA mais j'imagine très bien qu'on pourrait faire un journal sans journalistes très rapidement* (R27)

Enfin, dans leurs craintes et leurs questionnements, plusieurs répondants redoutent ce qui pourrait représenter selon eux un « effet d'aubaine » de l'IA pour les propriétaires et les grands dirigeants de groupes de presse. Dans un contexte économique dégradé, la robotisation d'un certain nombre de tâches journalistiques, aussi bien en amont qu'en aval du processus de production de l'information, gagnerait ainsi du terrain :

– *Un des moyens de faire des économies, c'est d'utiliser ChatGPT. Ce mouvement de suppressions de postes est dans la logique libérale actuelle et sera prolongé par le recours à l'intelligence artificielle. Je pense que c'est inévitable* (R2)

– *Au lieu d'avoir besoin de 200 journalistes dans notre rédaction, on en aura peut-être besoin d'une centaine. Je ne vois pas comment ça peut se passer autrement* (R7)

– *Si je regarde la situation économique des journaux, tout pousse les patrons à se demander : « combien de postes on peut gagner avec l'IA ? »* (R24)

Conscients que leur discours pourrait être mal perçu notamment en milieu syndical, les cadres et les gestionnaires qui sont en responsabilité dans les rédactions ne font pas mystère des nouvelles perspectives de rationalisation de l'emploi ouvertes par l'intelligence artificielle :

– *Moi comme responsable, si je peux avoir un ordinateur qui peut générer des sujets au lieu d'y consacrer du personnel, la tentation sera énorme!* (R6)

– *Nous on a un débat là-dessus au sein de notre groupe, je vois bien qu'il y a aujourd'hui un réflexe du côté des éditeurs et de la haute direction de dire : l'intelligence artificielle va permettre des gains de productivité : on en fait quoi?* (R11)

6. Un discours défensif: «Ce que l'IA ne pourra jamais faire à notre place»

Face au risque de remplacement, la grande majorité des répondants (25/30) font spontanément référence aux trois piliers normatifs du métier : terrain, humain, écriture. En quelque sorte leur «chasse gardée», ce que l'IA ne pourra selon eux jamais assurer à leur place. Leur présence sur le terrain, affirment-ils, leur confère un rôle de témoins des événements qu'aucune machine ne saurait remplacer. Leurs échanges «de visu» avec les acteurs de l'actualité leur permet par ailleurs de partager des émotions et un vécu exclusif qui donnent une aura d'humanité à leur travail. Même sentiment en ce qui a trait à l'écriture de presse : la «patte journalistique» est irremplaçable dans sa personnalité et sa force de conviction. Autant de spécificités qui, du point de vue des répondants, ne pourront jamais être automatisées :

- le terrain comme lien unique et consubstantiel avec la réalité :
 - *Quand on est syndicaliste comme moi, on défend une certaine idée du métier. À commencer par une présence indispensable et irremplaçable sur le terrain* (R2)
 - *La primeur restera aux journalistes qui sont sur le terrain et qui ramèneront ce qu'ils ont vu de leurs yeux. Le terrain, c'est le dernier domaine réservé du journaliste* (R7)
 - *L'IA ne remplacera jamais le fait d'aller sur le terrain. Là-dessus, on ne peut pas être concurrencés par une intelligence* (R14)

- la dimension intrinsèquement humaine du métier :
 - *Dans ce travail, il y a du feeling, de la suspicion légitime, du doute permanent! Ça, est-ce qu'on peut l'automatiser? Pas sûr... (R13)*
 - *Dans le métier, on ne reste pas derrière son ordinateur, on appelle et on va voir les gens. La valeur ajoutée du journalisme, elle est là, elle n'est que là. L'IA pourra peut-être nous accompagner mais pas nous remplacer dans notre rapport aux autres (R26)*
 - *Ce qui sauvera le journalisme, c'est sa part d'humanité et de subjectivité. Non, l'intelligence artificielle n'est pas menaçante. Le journalisme qui restera, c'est celui qui s'appuiera beaucoup sur l'expertise humaine (R30)*
- l'écriture journalistique et la magie des mots :
 - *Je dois être un peu vieux-jeu, mais la plume doit rester de la main du journaliste (R9)*
 - *Moi, il est hors de question qu'une machine écrive à ma place. J'aurais l'impression d'être écervelé! Et là, je perds mon job, je ferme la boutique, je me mets à la retraite (R15)*
 - *Je ne veux surtout pas que l'IA soit responsable d'un article de A à Z. Parce qu'on peut faire beaucoup de mal avec les mots (R27)*

7. Encadrement éthique et juridique : une demande unanime

Compte tenu des multiples enjeux soulevés par l'IA et du manque de recul face à une technologie qui progresse de façon ultra rapide en dehors de cadres clairement définis, tous les répondants de notre groupe-test (30/30) se disent préoccupés par les questions éthiques et juridiques posées par l'IA dans l'industrie de la presse. Aucun d'entre eux n'est favorable à un laisser-faire technologique où les promoteurs de l'intelligence artificielle pourraient se soustraire à toutes formes de limites. Mais plusieurs des répondants estiment que ces balises tardent à se mettre en place et qu'elles ne régleront sans doute pas les problèmes de fond :

- *Est-ce qu'il y a des limites avec l'intelligence artificielle? Sans doute pas. C'est tout le débat qui doit être posé (R2)*

– **Continuer comme ça sans se poser de questions, c'est pas possible!** (R4)

– **Avec l'IA il va falloir se demander ce qui est acceptable au sein des rédactions et comment on l'explique et comment on le signale aux lecteurs, comment on agit en transparence au final?** (R28)

Régulièrement évoquée dans les médias depuis le lancement de ChatGPT en novembre 2022, la volonté des principaux promoteurs de l'IA de marquer une pause dans le développement de ces nouveaux outils génératifs laisse place à beaucoup de scepticisme parmi plus de la moitié des répondants :

– **Les pauses ne servent à rien. Le vrai problème aujourd'hui, ce sont les enjeux économiques derrière l'IA, savoir qui en profite. Ces enjeux nous dépassent complètement** (R6)

– **Je n'y crois pas à ces demandes de moratoires, bien sûr que non! La seule méthode, c'est d'élaborer des interdits et des contraintes** (R9)

– **Ceux qui demandent ces pauses sont des pompiers-pyromanes! Ces gens-là mettent des millions sur la table pour développer un truc et ils disent après qu'il ne faut pas aller trop loin. C'est à eux de prendre leurs responsabilités** (R25)

Même ambiguïté avec les questions de droit et de lois. Oui, expliquent plusieurs répondants, il faut réguler le grand marché de l'intelligence artificielle pour éviter les dérapages. Mais, ajoutent-ils aussitôt, ces garde-fous juridiques risquent d'être très compliqués à mettre en œuvre. Et à faire respecter :

– **Sur ces IA, moi, ce qui me soucie le plus, c'est ce qu'elles sont capables de voler en matière de données. Qu'est-ce qui empêchera mon petit voisin de 22 ans d'aller sur ChatGPT et de créer un Ouest-France numéro 2?** (R18)

– **Moi, je pense que face à de la technologie qui est très forte, il faut de la régulation. Il faut réglementer de manière à préserver les citoyens. On ne peut pas laisser aller le libre-marché** (R19)

– **Moi, je ne vois pas comment la régulation pourra changer quoi que ce soit: le rouleau compresseur de l'IA est en marche. Tu ne peux arrêter ça dans un monde globalisé** (R20)

8. La formation à l'IA est un impératif qui s'impose aux futurs journalistes

Perçue comme une évidence, la nécessité d'une formation à l'intelligence artificielle pour tous les futurs journalistes en apprentissage dans les écoles et les centres de formation fait l'unanimité parmi les répondants (30/30). On doit, disent-ils, considérer aujourd'hui l'IA comme une matière à part entière qui vient s'ajouter aux fondamentaux du métier :

– *Le message est clair pour la relève: «Si tu ne t'intéresses pas à l'IA, l'IA va s'intéresser à toi». Le journalisme, c'est un métier compétitif: il faut avoir un coup d'avance. Ça veut dire maîtriser l'outil numérique (R23)*

– *Il faut dire aux étudiants: «Allez-y à fond pour comprendre ce que c'est!». Leur dire aussi de ne pas trop écouter les vieux schnocks qui vont leur expliquer que ChatGPT ne sert à rien et qu'il fait des fautes de français (R25)*

– *Pour moi, c'est indispensable d'en parler aux futurs journalistes. Il faut les alerter sur le positif et le négatif de l'IA, les dangers et les limites, mais aussi comment ça pourra faciliter leur travail (R29)*

S'il apparaît inconcevable aujourd'hui de ne pas intégrer l'intelligence artificielle dans le cursus des étudiants en journalisme, tous ne s'accordent pas sur les priorités pédagogiques en la matière. Faut-il insister sur la maîtrise technico-pratique des outils de l'IA ou mettre surtout l'accent sur les grands enjeux éthiques et philosophiques qu'elle pose aux acteurs du champ journalistique ?

– *Moi, je pense qu'il faut davantage insister sur la question éthique, parce que les étudiants maîtriseront très très vite les aspects techniques de l'intelligence artificielle (R4)*

– *Formation pratique ou éthique? Les deux mon général. Mais à mon avis, d'abord technique parce qu'il faut savoir de quoi on parle... (R22)*

Conclusions

1. Qu'ils soient enthousiastes, partagés ou réticents face au phénomène de l'intelligence artificielle, les journalistes ont pris conscience depuis le lancement de ChatGPT en novembre 2022 que **les stratégies des entreprises de presse et, partant, leurs pratiques professionnelles seront de plus en plus affectées – voire remises en question – par les nouveaux outils de l'IA**. Trois séquences majeures du processus médiatique sont d'ores et déjà directement concernées : la collecte des données, le traitement de l'information et la distribution des contenus dans les multiples canaux de diffusion disponibles (réseaux sociaux en tête).
2. Le discours des professionnels de l'information (dirigeants de presse, cadres au sein des rédactions, journalistes) laisse poindre **une inquiétude en toile de fond – a minima des interrogations – sur l'avenir du métier dans un environnement où les progrès de l'intelligence artificielle et la sophistication des robots n'ont a priori pas de limites**. Cette absence de visibilité à moyen et long terme, confirmée par les ingénieurs et les informaticiens du domaine, ne permet pas aujourd'hui de savoir si l'IA va aggraver ou au contraire contribuer à réduire les difficultés actuelles de l'industrie de la presse.
3. Les défis éthiques (et, dans une moindre mesure, les questions juridiques) sont au cœur des préoccupations **des acteurs du champ journalistique qui voient vaciller à travers l'IA un certain nombre de principes au fondement de leur métier : fiabilité des sources, rapport à la vérité, transparence, autonomie professionnelle, propriété intellectuelle**, etc. Les demandes régulières de pauses et de moratoires de la part des grands promoteurs de l'intelligence artificielle – qui reconnaissent parfois ouvertement avoir « perdu le contrôle » de la situation – ne sont pas de nature à rassurer le milieu professionnel.

4. À la lumière des 30 témoignages recueillis dans le cadre de cette enquête au sein des rédactions françaises, la question n'est plus de savoir aujourd'hui si l'intelligence artificielle va se substituer aux journalistes ou plutôt les assister dans leur travail quotidien. Une autre perspective est désormais d'actualité : l'IA va à la fois remplacer *et* libérer les journalistes dans un certain nombre de tâches, que ce soit en matière de recherche de données, de traitement de contenus, d'écriture, de mise en page, etc. Mais jusqu'où les journalistes sont-ils prêts à céder la main à l'intelligence artificielle ? En filigrane : y a-t-il une ligne rouge à ne pas franchir ? Même si nos répondants semblent s'accorder pour la plupart d'entre eux sur ce qu'il faut sanctuariser dans le métier (le terrain et l'humain), ***le champ du journalisme est, dans les faits, entré dans une zone grise quant au nouveau partage des compétences entre les professionnels de l'information et des IA génératives de plus en plus efficaces***, voire de plus en plus séduisantes dans un contexte économique dégradé.
5. Au-delà des discours parfois désenchantés et désenchanteurs sur une profession régulièrement confrontée à des avancées technologiques majeures (selon certains davantage subies que choisies), une nouvelle hypothèse peut être mise de l'avant : et si l'intelligence artificielle était une chance pour le journalisme ? Avec toutes les questions essentielles – pour ne pas dire existentielles – qu'elle suscite, l'IA n'est-elle pas déjà en train d'imposer une réorganisation du modèle économique largement dépassé des médias généralistes ? Avec notamment l'urgence posée d'un ***redéploiement des effectifs et des moyens mis en œuvre dans chaque entreprise de presse*** pour continuer d'assurer la mission d'information.
6. Dernier constat : dans une logique professionnelle autocentrée sur ses propres défis dans un nouvel environnement technologique (vertigineux à la fois dans ses promesses et son incertitude), une question importante est restée en suspens tout au long de nos entretiens : ***quelle place et quelle légitimité les citoyens destinataires du travail journalistique sont-ils prêts à reconnaître à l'intelligence artificielle dans les contenus d'information qu'ils consomment ?*** Entre textes, photos, vidéos et tout autre type de messages aujourd'hui partiellement ou intégralement robotisés – mais pas toujours labélisés comme tels – l'intelligence artificielle impose *de facto* un nouveau « contrat de confiance » entre les producteurs de

l'information et leurs publics. À court terme, les premiers sont appelés à une réactualisation des chartes éditoriales et des codes déontologiques en vigueur dans la presse ; les seconds à une vigilance accrue pour tenter de faire la part des choses entre contenus journalistiques et données synthétiques.


Avec l'intelligence artificielle, l'enjeu de la transparence est sans doute devenu l'un des nouveaux impératifs normatifs du journalisme.

L'objectif n'est pas tant d'éviter une forme de confusion des genres (humain *vs* machine) que de lever une incertitude plus préoccupante d'un point de vue démocratique sur la véritable origine des données collectées. Et sur la finalité réelle d'informations désormais de plus en plus souvent produites et diffusées par des robots fonctionnant en dehors du cadre journalistique habituel.

Annexe 1. Grille d'entretien

1. Pouvez-vous dire quelques mots sur votre parcours professionnel et préciser les grandes étapes de votre carrière dans le domaine du journalisme ?
2. En matière de technologie et de nouveaux outils, certains disent que les journalistes ne sont pas très à l'aise avec le changement, voire qu'ils sont méfiants sinon réfractaires face à l'innovation : que pensez-vous de ce constat ?
3. Comment les progrès de la technologie depuis 30 ans (Internet, le numérique, les réseaux sociaux, le data journalisme, etc.) ont-ils contribué, selon vous, à améliorer – ou non – la qualité de l'information produite par les médias ?
4. En lien avec la technologie, on parle beaucoup de désinformation, de fausses nouvelles, de photos ou de vidéos truquées, etc. : faut-il désormais douter de tous les contenus médiatiques aujourd'hui en circulation dans la sphère publique ?
5. De nombreux moyens sont mis en œuvre dans la plupart des entreprises de presse pour lutter contre la désinformation et la prolifération des fausses nouvelles. Dans quelle mesure le *fact-checking* et le *debunking* constituent-ils la bonne réponse face à ce phénomène ?
6. L'intelligence artificielle est devenue un sujet très prisé dans les médias depuis fin 2022. Quel est le niveau de votre intérêt personnel pour l'IA en tant que citoyen ? et en tant que journaliste ?
7. Tout le monde semble avoir un avis sur le robot conversationnel ChatGPT depuis sa mise en service fin 2022. L'avez-vous testé et, le cas échéant, que lui avez-vous demandé ?

8. ChatGPT produit du texte artificiel, Midjourney fabrique des images synthétiques : comment ces IA génératives vont-elles selon vous changer votre métier ?
9. Que pensez-vous de «l'appel des 1 000 experts» au plan international fin mars 2023 pour faire une pause de six mois dans le développement de l'IA et notamment de ChatGPT ?
10. En Allemagne, le groupe Axel Springer a annoncé fin mars 2023 des suppressions de postes dans le tabloïd *Bild* et le journal *Die Welt* sous prétexte que l'IA peut remplacer des journalistes. Quelle est votre réaction face à cette décision ?
11. Faut-il intégrer l'IA dans la formation des futurs journalistes ? Si oui, comment procéder ?
12. D'après vous, quelle sera la prochaine grande innovation technologique «après l'IA» ?



Le Centre d'études sur les médias, un organisme sans but lucratif fondé en 1992, est un lieu de recherche, mais il est également un agent de concertation entre les entreprises de communication, les milieux gouvernementaux et universitaires. Il compte trois partenaires universitaires : le Département d'information et de communication de l'Université Laval, l'École des médias de l'UQAM et l'Université de Montréal.

