

Générer le changement

Enquête mondiale sur l'utilisation
de l'IA par les organismes
de presse

Charlie Beckett et Mira Yaseen



Préface

Le monde des médias a encore été bouleversé. Comme toujours, les changements technologiques importants produisent un battage médiatique à la fois dystopique et utopique. Une grande partie de ce battage a été générée sur les réseaux sociaux par les relations publiques des entreprises et les politiciens. La couverture médiatique et les commentaires d'experts sont également passés d'une couverture enthousiaste de percées positives dans des domaines tels que la médecine à des visions beaucoup plus effrayantes de forces négatives déchaînées : L'IA générative (genAI) produit un raz-de-marée de désinformation automatisée et indétectable ; elle amplifiera la discrimination, les discours extrêmes et les inégalités.

Et son impact sur le journalisme ? Une fois de plus, une grande partie de la couverture médiatique s'est concentrée sur le manque de fiabilité de nombreux outils de l'IA générative et sur la controverse de son appétit rapace pour les données afin de créer ses algorithmes. Alors que l'engouement initial se transforme en considérations plus pratiques, nous nous sommes entretenus avec des organismes de presse du monde entier au sujet de cette nouvelle vague de changements technologiques. Que font-ils avec l'IA et l'IA générative, que pourraient-ils faire à l'avenir, et quels sont leurs espoirs et leurs craintes quant à l'impact de l'IA sur la durabilité et la qualité de ce secteur journalistique en proie à de rudes épreuves ?

Que vous soyez enthousiaste ou consterné par les possibilités de l'IA générative, ce rapport montre clairement qu'il est essentiel d'apprendre et de mieux connaître cette technologie. Elle va changer le monde sur lequel nous écrivons. Elle nécessite une attention particulière de la part de journalistes indépendants, mais informés. Notre enquête montre que cette nouvelle technologie est déjà en train de changer le journalisme. Elle offre des possibilités intéressantes en termes d'efficacité et même de créativité. Comme nous l'a dit l'une des personnes interrogées, « le fait de libérer du temps pour que les journalistes puissent continuer à faire leur travail est l'impact le plus important que nous ayons obtenu ».

Mais il existe également des risques spécifiques et généraux. La bonne nouvelle, c'est que les répondants à notre enquête semblent conscients des opportunités et des risques et qu'ils commencent à s'en préoccuper. Les meilleures organisations ont mis en place des structures pour étudier l'IA générative et des processus pour inclure l'ensemble de leur personnel dans son adoption. Elles ont rédigé de nouvelles lignes directrices et ont commencé à expérimenter avec prudence.

Les médias du monde entier se trouvent dans une phase critique (une fois de plus !). Les journalistes n'ont jamais été soumis à autant de pressions économiques, politiques et personnelles. L'IA générative ne résoudra pas ces problèmes et pourrait bien en entraîner d'autres.

Un journalisme responsable et efficace est plus que jamais nécessaire. Nous espérons que ce rapport et notre travail au sein de JournalismAI contribueront à cette mission. Nous attendons avec impatience vos commentaires. N'hésitez pas à nous faire part de ce que vous faites et comment nous pouvons vous aider.

Professeur Charlie Beckett

Directeur de Polis, LSE, chef du projet de JournalismAI de LSE



Table des matières



Préface	1
L'enquête de JournalismAI	4
Résumé et principales conclusions	6
Introduction : Comment en sommes-nous arrivés là ?	9
Chapitre 1 : Comment l'IA est utilisée dans le journalisme aujourd'hui	14
1.0 Comment les salles de presse utilisent-elles l'IA?	14
1.1 Collecte d'informations	15
1.2 Production des nouvelles	17
1.3 Distribution des nouvelles	18
1.4 Pourquoi les salles de presse utilisent-elles l'IA?	21
1.5 Ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas	22
Chapitre 2 : Stratégie pour l'IA	25
2.0 La nécessité d'une stratégie	25
2.1 Stratégies des salles de presse pour l'IA	25
2.2 Comment les processus et les rôles des salles de rédaction sont affectés par l'IA	28
2.3 Prêt pour l'IA?	32
2.4 Les défis stratégiques de l'adoption de l'IA	33
2.5 Les approches des salles de presse en matière d'intégration de l'IA ont-elles évolué?	36
Chapitre 3 : Éthique et politique éditoriale	39
3.0 L'impact de l'IA sur la qualité rédactionnelle	39
3.1 Biais algorithmique	39
3.2 Approches des préoccupations éthiques dans les salles de rédaction	41
3.3 Implications éthiques pour le journalisme en général	44
3.4 Le rôle des entreprises technologiques	45
3.5 Le rôle des universités et des sociétés intermédiaires	48



Table des matières (suite)

Chapitre 4 : L'avenir de l'IA et du journalisme	51
4.0 Où va-t-on ?	51
4.1 Le besoin d'éducation et de formation	53
4.2 Collaboration au sein de la salle de presse	55
4.3 Comment l'IA va-t-elle changer le journalisme ?	56
Chapitre 5 : L'IA générative et le journalisme	59
5.0 Cas d'utilisation actuels	59
5.1 Possibilités offertes par l'IA générative	62
5.2 Défis posés par l'IA générative	64
Chapitre 6 : Les disparités mondiales dans le développement et l'adoption de l'IA	67
6.0 Le fossé mondial Nord/Sud	67
6.1 Défis économiques et infrastructurels	68
6.2 Défis linguistiques et d'accessibilité	69
6.3 Les réalités politiques affectent la confiance dans l'IA	71
Conclusion : Que signifie l'IA pour le journalisme?	75
Six étapes vers une stratégie pour l'IA pour les organismes de presse	76
Glossaire	77
Références	81
Travaux et ressources	87
Remerciements	89

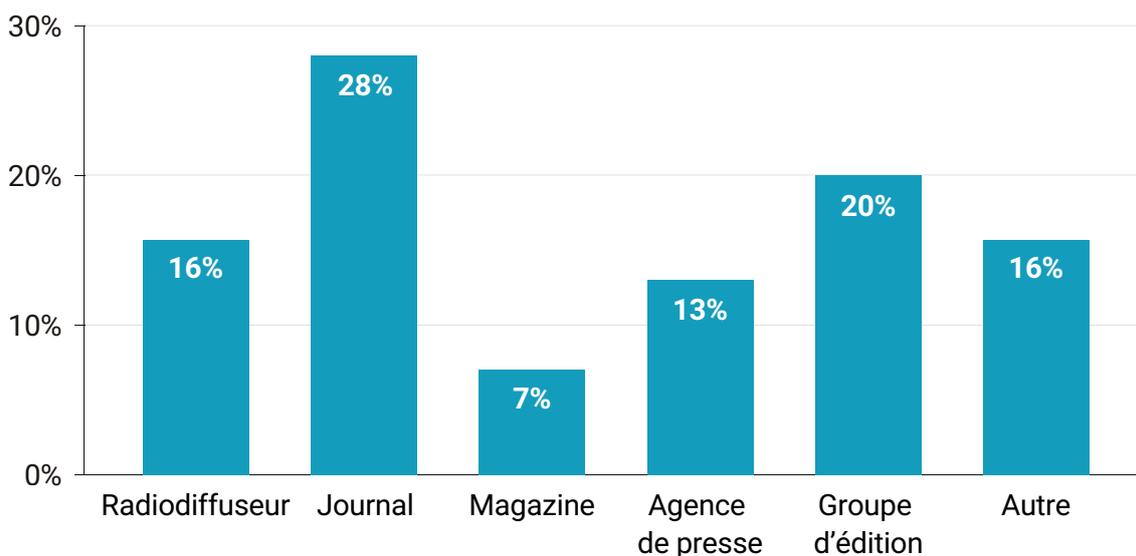


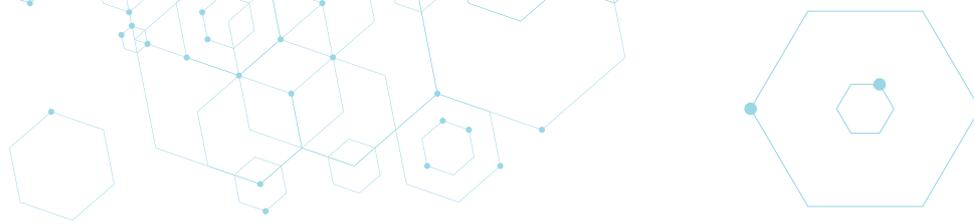
L'enquête de JournalismAI

Ce rapport est la deuxième enquête mondiale que nous avons menée. L'échantillon de ce rapport est plus large et met davantage l'accent sur la diversité géographique. Il est basé sur une enquête menée auprès de 105 organismes de presse et médias de 46 pays différents concernant l'IA et ses technologies. En 2019, nous avons interrogé 71 organismes de presse de 32 pays différents, dont 16 d'entre eux seulement ont participé à nouveau à l'enquête de 2023.

Cette année, nous nous sommes efforcés d'atteindre un groupe de participants plus diversifié en termes de taille de leur organisation. Nous avons invité des salles de presse de petite et de grande taille, y compris des organisations émergentes et expérimentées. En outre, nous avons reçu des contributions d'Amérique latine, d'Afrique subsaharienne, du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord (MENA), d'Asie-Pacifique, d'Europe et d'Amérique du Nord. Il a donc été nécessaire d'ajouter un chapitre supplémentaire consacré aux défis régionaux de l'adoption de l'IA.

Organismes de presse ayant répondu à l'enquête, par type



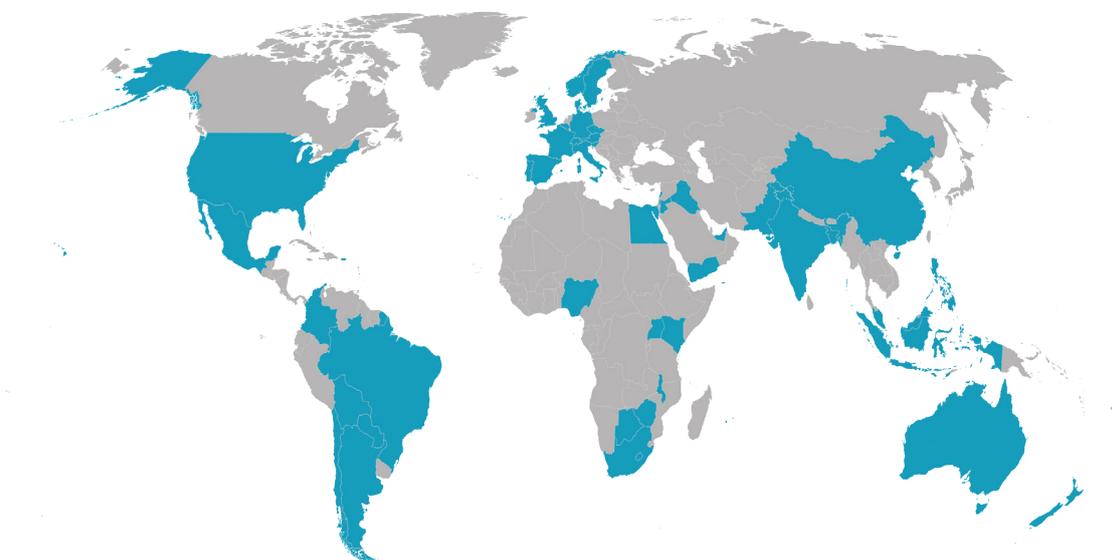


L'objectif de ce rapport est le même que le premier : donner un aperçu de l'IA et des risques et opportunités qu'elle offre. Nous avons demandé aux participants comment ils utilisent les technologies d'IA générative (genAI) et leur avis sur les implications pour l'avenir du journalisme. Nous espérons que cela alimentera le débat, aidera les organismes de presse à tracer leur voie et nous guidera dans le développement de nos programmes pour soutenir ce processus.

L'enquête a été complétée par des entretiens et des conversations lors de conférences sur le journalisme. Nous sommes très reconnaissants à tous ceux qui ont partagé leurs réflexions et leurs expériences. Les enquêtes et les entretiens ont été réalisés entre avril et juillet 2023.

Nous ne prétendons pas que l'enquête est représentative de l'industrie mondiale, ce serait presque impossible à l'échelle internationale, et elle ne reflète pas non plus tous les points de vue au sein des différentes parties des organismes de presse. Cependant le rapport donne un aperçu sans précédent de la façon dont ces technologies sont perçues par les personnes qui dirigent le développement ou l'application de l'IA au sein des organismes de presse.

Nos répondants ont divers rôles et expertises au sein de leurs organisations ; il s'agit de journalistes, de technologues et de gestionnaires. Nous avons encouragé les entreprises de presse à réunir des représentants de différents services pour répondre à l'enquête.



NB : La liste des organisations qui ont répondu à l'enquête se trouve dans la section des remerciements.

Les citations publiées sont généralement anonymes. Certains noms d'organisations ont été ajoutés pour le contexte après avoir reçu l'autorisation des auteurs. Certaines citations ont été légèrement éditées afin d'en améliorer le sens. La responsabilité éditoriale du rapport incombe entièrement à l'auteur.



Résumé et principales conclusions

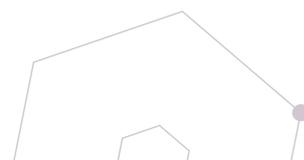
- 1** L'intelligence artificielle (IA) continue d'être inégalement répartie entre les petites et les grandes salles de presse et entre les pays du Sud et du Nord.
- 2** Les avantages sociaux et économiques de l'IA sont géographiquement concentrés dans les pays du Nord, qui bénéficient des infrastructures et des ressources, alors que de nombreux pays du Sud sont aux prises avec les répercussions sociales, culturelles et économiques du colonialisme post-indépendance.
- 3** Plus de 75 % des personnes interrogées utilisent l'IA dans au moins un des domaines de la chaîne de valeur de l'information, à savoir la collecte, la production et la diffusion des informations.
- 4** Pour plus de la moitié des personnes interrogées, l'amélioration de l'efficacité et de la productivité afin de libérer les journalistes pour un travail plus créatif a été le principal moteur de l'intégration de l'IA.
- 5** Environ un tiers des répondants ont indiqué qu'ils disposaient d'une stratégie institutionnelle en matière d'IA ou qu'ils étaient en train d'en élaborer une.
- 6** Les salles de rédaction ont des approches très diverses en matière de stratégie pour l'IA, en fonction de leur taille, de leur mission et de leur accès aux ressources. Certains utilisateurs précoces se concentrent actuellement sur l'interopérabilité de l'IA avec les systèmes existants, d'autres ont adopté une approche au cas par cas, et certaines organisations de développement des médias s'efforcent de renforcer les capacités en matière d'IA dans les régions où la maîtrise de l'IA est faible.
- 7** Environ un tiers des personnes interrogées estiment que leur organisation est prête à relever les défis de l'adoption de l'IA dans le journalisme, tandis que près de la moitié ont déclaré qu'elles n'étaient que partiellement prêtes ou qu'elles n'étaient pas encore prêtes.
- 8** De nombreux répondants ont déclaré que l'intégration de l'IA modifiait les rôles existants au sein de la salle de rédaction dans les processus de formation et de perfectionnement professionnel. Dans le même ordre d'idées, l'IA modifie la nature du rôle du journaliste et les compétences recherchées.



- 9** Comme nous l'avons vu dans notre rapport de 2019, les contraintes financières et les difficultés techniques restent les défis les plus pressants pour l'intégration des technologies de l'IA dans les salles de rédaction.
- 10** Les préoccupations éthiques restent importantes pour nos répondants ; nombre d'entre eux plaident en faveur d'une IA explicable et de l'établissement de lignes directrices éthiques pour atténuer les biais algorithmiques.
- 11** L'élaboration de techniques de « départialisation » ou « débiaisage » est apparue comme un domaine très difficile pour la plupart des personnes interrogées.
- 12** La résistance culturelle, les craintes de déplacement d'emplois et le scepticisme à l'égard des technologies de l'IA ne peuvent être ignorés.
- 13** Dans l'ensemble, les répondants ont indiqué que pour atténuer les difficultés d'intégration de l'IA, il fallait combler les lacunes en matière de connaissances au sein des différentes équipes de la salle de presse. De même, la collaboration entre les différents services est considérée comme nécessaire pour parvenir à une adoption efficace de l'IA.
- 14** La difficulté de suivre le rythme de l'évolution rapide de l'IA a été mentionnée régulièrement tout au long de l'enquête.
- 15** Environ 40 % des personnes interrogées ont déclaré que leur approche de l'IA n'avait pas changé au cours des dernières années, soit parce qu'elles n'en sont qu'au début de leur parcours en matière d'IA, soit parce que l'intégration de l'IA reste limitée dans leurs salles de rédaction. Environ un quart des personnes interrogées ont déclaré que l'approche de leur organisation à l'égard de l'IA avait évolué ; elles ont acquis une expérience pratique qui les aide à envisager l'IA de manière plus réaliste.
- 16** Plus de 60 % des personnes interrogées sont préoccupées par les implications éthiques de l'intégration de l'IA pour la qualité éditoriale et d'autres aspects du journalisme. Les journalistes tentent de déterminer comment intégrer les technologies de l'IA dans leur travail en respectant les valeurs journalistiques telles que l'exactitude, l'équité et la transparence.
- 17** Les personnes interrogées ont demandé la transparence de la part des concepteurs des systèmes d'IA et des entreprises technologiques, ainsi que la transparence parmi les utilisateurs, à savoir les salles de presse, et leur public.
- 18** Les journalistes et les professionnels des médias ont continué à souligner la nécessité de « l'humain dans l'approche en boucle », conformément aux résultats de notre enquête de 2019.
- 19** On craint que les technologies de l'IA n'accroissent la commercialisation du journalisme, en renforçant la mauvaise qualité et la polarisation des contenus, ce qui entraînerait une nouvelle baisse de la confiance du public dans le journalisme.
- 20** Les entreprises technologiques sont à l'origine de l'innovation dans le domaine de l'IA et d'autres technologies, mais les répondants à l'enquête ont exprimé des inquiétudes quant à leur nature axée sur le profit, à la concentration du pouvoir dont elles jouissent et à leur manque de transparence.



- 21** Environ 80 % des personnes interrogées s'attendent à ce que l'IA joue un rôle plus important dans leurs salles de rédaction à l'avenir.
- 22** Les répondants s'attendent à ce que l'IA ait une influence dans quatre domaines principaux :
 - 1** La vérification des faits et l'analyse de la désinformation
 - 2** La personnalisation et l'automatisation du contenu
 - 3** La synthèse et la génération de textes
 - 4** L'utilisation d'agents conversationnels ou chatbots pour mener des entretiens préliminaires et sonder l'avis du public sur certains sujets.
- 23** Certains craignent que l'IA n'exacerbe les problèmes de durabilité auxquels sont confrontées les rédactions moins bien dotées en ressources, qui sont encore en train de trouver leurs marques dans un monde hautement numérisé et une industrie de plus en plus alimentée par l'IA.
- 24** Près de 43 % des réponses soulignent l'importance de former les journalistes et autre personnel à la maîtrise de l'IA et à d'autres compétences naissantes telles que la rédaction.
- 25** La grande majorité d'entre eux ont accueilli favorablement le renforcement de la collaboration entre les salles de presse et les organisations médiatiques et institutions universitaires, espérant que cela contribuerait à réduire la disparité entre les petites et les grandes salles de presse, ainsi qu'entre les salles de presse des pays du Nord et celles des pays du Sud.
- 26** La nécessité d'un équilibre entre la technologie et le journalisme, un thème qui est également apparu dans notre enquête de 2019, reste impérative pour un avenir où les technologies de l'IA sont mises au service du journalisme et de sa mission.
- 27** La grande majorité des répondants, environ 85 %, ont déjà utilisé des technologies d'IA générative (genAI) de diverses manières, notamment pour écrire du code, générer des images et rédiger des résumés.
- 28** Certains craignent d'utiliser l'IA générative pour des tâches éditoriales, tandis que d'autres les utilisent régulièrement pour le codage, la génération de titres et l'optimisation des moteurs de recherche.
- 29** Les participants étaient largement d'accord sur le fait que l'IA générative offrait un nouvel ensemble de possibilités que l'IA traditionnelle n'offrait pas. Ils ont souligné certains des avantages de l'IA générative tels que l'accessibilité et le peu d'exigences en matière de compétences techniques avancées.
- 30** Les répondants étaient beaucoup plus divisés, près de la moitié d'entre eux n'étaient pas sûrs, sur la question de savoir si l'IA générative présentait également un nouvel ensemble de défis. Certains pensent que l'IA générative présente des défis similaires à ceux de l'IA traditionnelle, tels que les biais algorithmiques, mais qu'elle élève le plafond de risque à un nouveau niveau.
- 31** Les salles de presse du monde entier sont confrontées à des défis liés à l'intégration de l'IA, mais ces défis sont plus prononcés pour les salles de presse des pays du Sud. Les personnes interrogées ont mis l'accent sur les défis linguistiques, infrastructurels et politiques.





Introduction :

Comment en sommes-nous arrivés là ?



L'intelligence artificielle dans le journalisme est importante depuis quelques années. Le projet JournalismAI de la *London School of Economics and Political Science* (LSE) a démarré en 2019 et notre premier rapport mondial publié la même année a montré qu'il s'agissait d'un ensemble clé de technologies émergentes. L'IA produisait des gains d'efficacité pour le travail d'information et créait également des opportunités pour de nouvelles pratiques et de nouveaux produits ou services.

Nous avons montré dans le premier rapport qu'un certain nombre d'organismes de presse utilisaient l'IA dans l'ensemble du processus journalistique, de la collecte d'informations à la création et à la distribution de contenus, en passant par le marketing et la collecte de revenus. Un ensemble divers de technologies est utilisé, avec des programmes basés sur des logiciels pour manipuler des données. Les progrès de l'apprentissage automatique et du traitement automatique du langage naturel (TALN) ont permis aux rédactions de créer ou d'adapter des outils et des systèmes pour soutenir leur travail journalistique.

En général, il s'agissait de fonctions à grande échelle, mais relativement basiques, telles que l'utilisation des réseaux sociaux ou l'automatisation de la création de contenus très simples. Les journalistes d'investigation l'utilisent pour passer au peigne fin de grandes fuites de documents ou pour aider à automatiser les murs payants et à personnaliser le contenu de manière simple. Certaines utilisations de l'apprentissage automatique, telles que la recherche, étaient tellement usuelles et universelles qu'elles étaient considérées comme allant de soi.

En 2019, nous avons constaté que les organismes de presse étaient confrontés à divers défis dans l'adoption de l'IA. Il y avait un manque de connaissances générales, de compétences spécifiques et de ressources. Il y avait également des inégalités entre les nouvelles grandes organisations et les plus petites, en particulier celles qui se trouvent sur des marchés non anglophones ou moins développés.

Dans notre travail avec des organismes de presse au cours des cinq dernières années, nous avons pu constater que l'impact de l'IA était systémique et s'accélérait, tout comme dans d'autres industries et secteurs. Les organisations qui ont le mieux réussi





sont celles qui ont adopté une approche stratégique et holistique et qui ont reconnu que ces technologies nécessitaient une auto-analyse fondamentale des capacités de l'organisation et de la planification future.

Dans un contexte plus large, il est possible de considérer l'IA comme une troisième vague de changements technologiques pour le journalisme. La première vague a été celle de la mise en ligne, accompagnée de la numérisation des outils et du passage au mobile. La deuxième vague a été l'arrivée des réseaux sociaux et l'impact qu'ils ont eu sur la création de contenu, la consommation et la concurrence. Les plateformes technologiques fournissent désormais une grande partie de l'infrastructure du journalisme et l'« utilisateur » est au cœur de sa diffusion.

L'arrivée de l'IA générative (genAI) au cours des 12 derniers mois a accéléré toutes ces tendances et créé de nouvelles perturbations. Ce rapport est une enquête sur la façon dont les organismes de presse ont continué à développer l'IA « traditionnelle » et sur la façon dont ils abordent les nouveaux défis de l'IA générative. Il est clair que cette dernière offre de nouvelles opportunités, mais elle présente des risques et des caractéristiques spécifiques. Il y a des continuités. La plupart des organes de presse avec lesquels nous nous sommes entretenus ont adopté une approche plus stratégique pour l'IA générative, souvent basée sur les leçons tirées de l'utilisation antérieure de l'IA et d'autres technologies.

Il est important de souligner que l'IA générative est probablement la technologie qui émerge le plus rapidement pour les médias dans cette ère numérique. Certaines des critiques dystopiques les plus extrêmes et le battage marketing excessif ont détourné le débat des préoccupations immédiates. Il est bon que nous soyons désormais tous conscients de l'existence de l'IA et que nous soyons capables d'interagir directement avec elle et d'explorer ses forces et ses faiblesses. Nous espérons avoir un débat plus ouvert sur ce qu'elle signifie pour la société en général et le journalisme en particulier.

Le journalisme est une pratique particulière. D'une part, il s'agit dans le monde entier d'un secteur soumis à une forte pression commerciale, politique et concurrentielle. Ses ressources sont faibles par rapport aux entreprises géantes qui développent cette technologie. La possibilité de menaces structurelles profondes pour le journalisme à l'avenir doit faire partie de notre réflexion dès maintenant. D'autre part, les organismes de presse ont fait preuve d'une résilience et d'une innovation remarquables en se maintenant et parfois en prospérant malgré les défis auxquels ils ont été confrontés. Il se pourrait même que dans un monde où l'IA générative est si puissante, pour le meilleur comme pour le pire, le journalisme d'intérêt public soit plus important que jamais.

• Définitions de l'IA et de l'IA générative dans les salles de presse

Nous traitons de l'IA comme d'un terme générique désignant une grande variété de technologies connexes et nous reconnaissons que de nombreux processus décrits comme relevant de l'IA intègrent souvent des technologies plus conventionnelles. Nous utilisons la même définition simple de l'IA que celle utilisée dans notre rapport de 2019 :



“ L’intelligence artificielle est un ensemble d’idées, de technologies et de techniques qui se rapportent à la capacité d’un système informatique à effectuer des tâches qui requièrent normalement l’intelligence humaine”. ”

Quant à l’IA générative (genAI), que nous examinons en détail au chapitre 5, il s’agit d’un sous-domaine de l’apprentissage automatique, un sous-domaine de l’IA à part entière, qui implique la génération de nouvelles données, telles que du texte, des images ou du code, sur la base d’un ensemble donné de données d’entrée. ²

Nous voulions savoir si nos répondants avaient une définition opérationnelle de l’IA. Comme en 2019, les réponses ont reflété des compréhensions très variées de l’IA, faisant écho une fois de plus à la fluidité du terme et à la complexité du sujet.

Certains répondants ont donné une définition opérationnelle claire de l’IA, à savoir l’utilisation de machines ou de systèmes informatiques pour effectuer des tâches qui nécessitaient traditionnellement l’intelligence humaine. Beaucoup ont proposé des définitions techniques centrées sur les concepts d’« automatisation », d’« apprentissage automatique » et d’« algorithmes ». Près de la moitié des répondants ont utilisé un ou plusieurs de ces termes dans leur définition :

“ Cela implique la création d’algorithmes et de modèles qui permettent aux machines d’effectuer des opérations telles que la reconnaissance vocale, la perception visuelle, la résolution de problèmes et la prise de décisions qui requièrent normalement l’intelligence humaine. ”

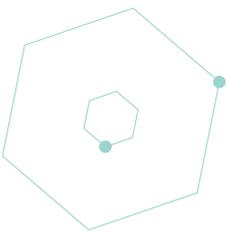
D’autres répondants ont lié leur définition opérationnelle de l’IA à ses avantages potentiels et aux raisons qui les poussent à l’intégrer dans la salle de rédaction, comme l’amélioration de l’efficacité ou la volonté de mieux servir le public et la mission de la salle de rédaction :

“ Pour nous, l’IA représente un ensemble de technologies qui peuvent aider et responsabiliser [notre équipe] en fournissant des informations et un soutien automatisé pour toute une série de tâches éditoriales, opérationnelles et communicatives. ”

“ Les technologies utilisées pour automatiser la collecte et l’analyse des données au service de notre secteur éditorial et notre mission. ”

Certains ont souligné la capacité des technologies de l’IA à « apprendre » ou à s’améliorer :





“ L’IA est l’utilisation d’algorithmes avancés capables de traiter, d’interpréter, de classer et de trouver des modèles dans des quantités complexes et/ou importantes de données d’une manière qui laisse supposer une “intelligence” ou un apprentissage “semblable à celui de l’homme. ”

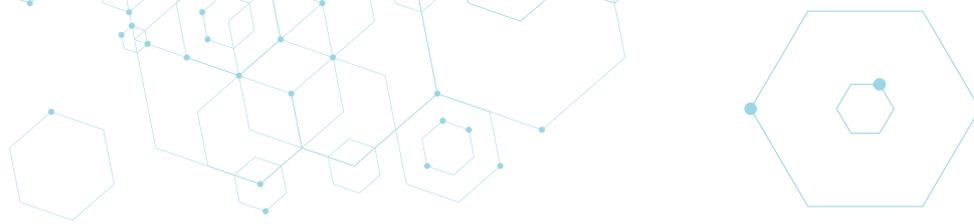
Plusieurs répondants ont souligné l’importance des considérations éthiques dans le développement de l’IA, tandis que d’autres ont fait part de leurs préoccupations concernant l’opacité des systèmes d’IA ou la nécessité d’une surveillance humaine :

“ L’ensemble des technologies, outils, processus... qui permettent d’émuler les capacités humaines afin de les automatiser ou de les améliorer, pas toujours dans un but éthique ou légitime. ”

Quelques répondants ont déclaré qu’ils n’avaient pas encore de définition opérationnelle de l’IA :

“ Nous n’avons pas encore de définition collective. La mienne, en tant que personne chargée d’utiliser l’IA au sein de la salle de rédaction, est que l’IA est un ensemble de processus qu’un ordinateur met en œuvre pour aider et faciliter le travail de l’homme, en y ajoutant de l’intelligence. Elle ne remplace en aucun cas la présence humaine et doit toujours être vérifiée et assistée. ”





Ce rapport est présenté en sept chapitres. Afin de faciliter les comparaisons entre ce rapport et celui de 2019, nous avons conservé la majorité des chapitres à l'exception de deux nouveaux chapitres.

L'introduction présente brièvement les conclusions du rapport de 2019 et donne un aperçu des changements technologiques observés dans le secteur du journalisme au cours des dernières années. Nous définissons les questions clés et offrons un résumé de ce que vous pouvez attendre de ce rapport.

Le premier chapitre est consacré à la manière dont l'IA est actuellement utilisée par les salles de presse. Il examine la manière dont les rédactions utilisent l'IA dans la nouvelle chaîne de valeur, ainsi que ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

Le deuxième chapitre analyse la stratégie ou l'absence de stratégie en matière d'IA dans les salles de presse. Nous examinons les types d'approches de l'IA adoptées par les rédactions, certains des principaux défis et l'impact que la technologie peut avoir sur leur travail.

Le troisième chapitre est également similaire au rapport précédent, puisqu'il traite de l'éthique et de la politique éditoriale.

Le quatrième chapitre porte sur l'avenir et le rôle de l'IA dans le journalisme.

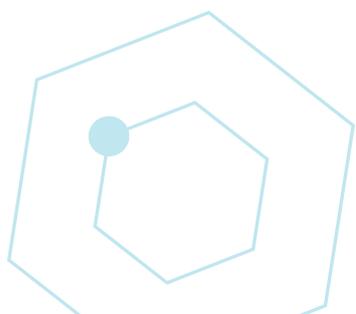
Le cinquième chapitre traite de l'IA générative et du journalisme. Il s'agit d'un nouveau chapitre qui examine les cas d'utilisation actuels de l'IA générative, ainsi que ses opportunités et ses défis.

Le sixième chapitre aborde les disparités mondiales en matière de développement et d'adoption de l'IA, ainsi que sur les défis auxquels est confrontée la majorité de la population mondiale dans les pays du Sud.

La conclusion fait le lien entre tous les chapitres susmentionnés et présente une brève analyse de ce que tout cela signifie pour le journalisme. Nous concluons le corps principal du rapport par une feuille de route en six étapes vers une stratégie d'IA dont les salles de presse pourraient s'inspirer. Vous trouverez également un glossaire, des notes de fin de chapitre, des références et une liste de travaux et de ressources suggérées.

Ce travail a été financé par l'initiative Google News et réalisé par une équipe dirigée par le professeur Charlie Beckett, directeur du groupe de réflexion sur le journalisme international de la LSE, Polis.

Nous tenons à remercier tous les journalistes, technologues et chercheurs qui ont participé au projet. Le projet a été géré par Tshepo Tshabalala et la chercheuse principale et co-auteure Mira Yaseen.



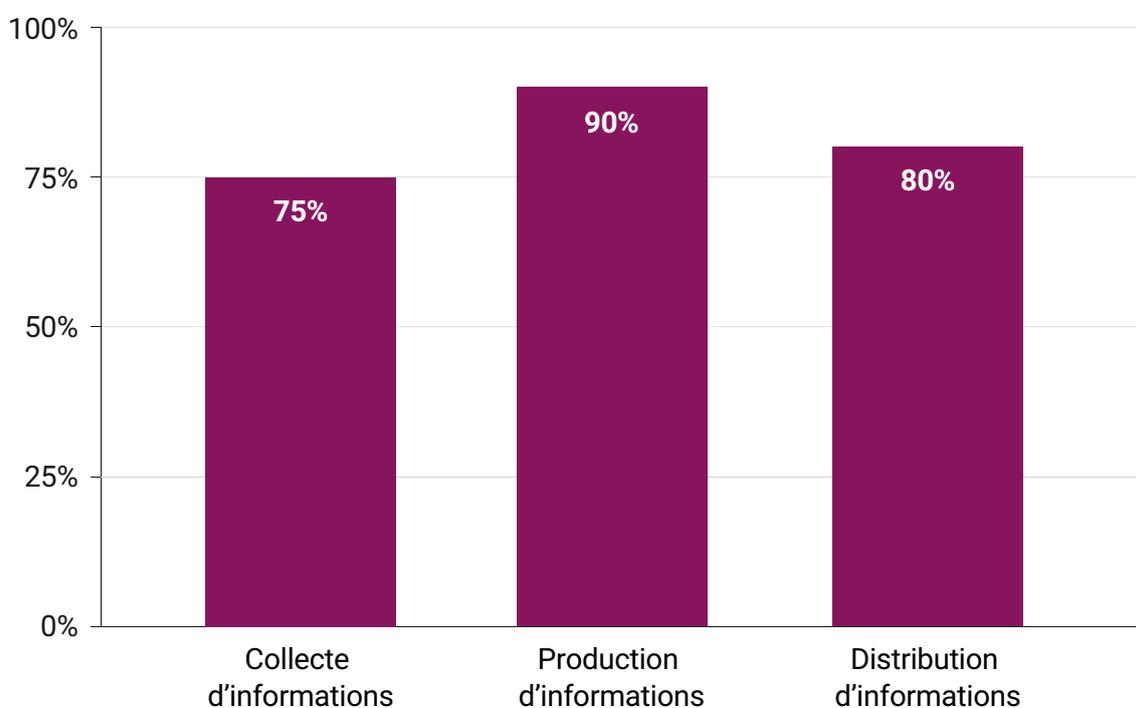


Chapitre 1 :

Comment l'IA est utilisée dans le journalisme aujourd'hui

1.0 Comment les salles de presse utilisent-elles l'IA ?

Nous avons demandé aux rédactions comment elles utilisent les technologies de l'IA aujourd'hui. Ces domaines comme la collecte, la production et la distribution d'informations couvrent toutes les étapes de la création de contenu, de la conceptualisation à la publication. Ces trois domaines se recoupent souvent étant donné la nature du « journalisme contemporain en réseau »³ ou « hybride »⁴. Par exemple, les agents conversationnels de vérification des faits sont utilisés dans la production de nouvelles pour valider ou réfuter certaines affirmations. Aussi, les données collectées peuvent aider à détecter les tendances en matière de désinformation et inspirer un sujet pour un article de fond, contribuant ainsi au processus de collecte d'informations.





1.1 Collecte d'informations

Les applications d'IA peuvent aider les salles de rédaction à rassembler du matériel provenant de diverses sources et aider l'équipe éditoriale à évaluer les intérêts d'un public dans le cadre d'un cycle de production axé sur les données. Les réponses ont révélé qu'une grande majorité, près des trois quarts des organisations, utilise des outils d'IA dans la collecte d'informations. Les réponses se sont concentrées sur deux domaines principaux :

- 1 Reconnaissance optique de caractères (ROC), la transcription automatique de la parole au texte (Speech-to-text) et l'extraction de texte** : Utilisation d'outils d'intelligence artificielle pour automatiser la transcription, extraire le texte des images et structurer les données après leur collecte.
- 2 Détection de tendances et découverte d'informations** : Applications d'IA capables de passer au crible de grandes quantités de données et de détecter des schémas, telles que l'exploration de données.

Nous présentons ci-dessous des exemples plus détaillés de ces deux principaux domaines d'application de l'IA dans la collecte d'informations.

1 Reconnaissance optique de caractères (COR), transcription automatique de la parole au texte et extraction de texte :

L'utilisation d'outils alimentés par l'IA pour la transcription de la parole au texte et la traduction automatique, tels que Colibri.ai, SpeechText.ai, Otter.ai et Whisper, est un domaine d'utilisation largement cité. Ces outils contribuent à rationaliser le processus de production et permettent aux salles de presse d'utiliser du contenu dans différentes langues :

“ Les services de transcription comme Otter sont inestimables pour les journalistes qui doivent respecter les délais, et notre outil permet de rationaliser les processus de production pour les rédacteurs en chef. ”

Pour d'autres, les imprécisions liées aux accents ou aux obstacles linguistiques ne leur permettent pas de bénéficier des avantages des outils de transcription :

“ J'ai essayé d'utiliser un service de transcription automatique comme Otter.ai pour transcrire mes entretiens, mais il était très imprécis. Il avait du mal à transcrire les entretiens où les personnes avaient un accent. ”



Les technologies de l'IA posent un ensemble universel de défis liés à des considérations éthiques et autres qui s'appliquent aux industries et aux salles de presse du monde entier. Toutefois, dès le début de l'enquête, nous avons commencé à constater l'existence d'un ensemble supplémentaire de défis, tels que les limites linguistiques des outils d'IA. Les salles de rédaction des pays du Sud doivent faire face à ces contraintes depuis la première étape de la collecte d'informations jusqu'à la production des nouvelles. (Plus d'informations à ce sujet au chapitre 6)

2 Détection des tendances et découverte des informations :

Les applications de l'IA aident les journalistes à découvrir les questions qui intéressent le public dans différentes régions et à se faire une idée de ce qu'il pense de certaines questions. Plusieurs répondants ont mentionné l'utilisation d'outils tels que Google Trends, l'extraction de données sur le web (web scraping) et des services d'exploration de données comme Dataminr et Rapidminer pour identifier les sujets en vogue, détecter les nouvelles d'intérêt et rassembler des données provenant de diverses sources. Voici quelques exemples tirés de notre enquête :

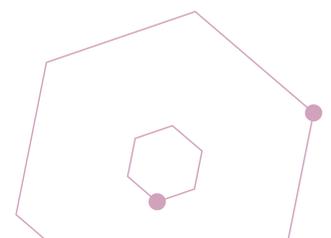
“ CrowdTangle est l'un des outils que nous utilisons régulièrement. Il recherche sur différents réseaux sociaux des messages “viraux” ou des messages populaires. ”

“ Nous utilisons des logiciels tels que Rapidminer et d'autres initiatives de Google pour extraire des données afin de détecter les tendances et les nouvelles d'intérêt dans le monde entier. ”

“ Nous utilisons des algorithmes de synthèse vocale pour surveiller le discours public, principalement sur les plus grands diffuseurs du pays (radio, télévision, streaming). Nous surveillons également les messages viraux sur les réseaux sociaux afin d'identifier les éventuelles désinformations qui circulent sur ces plateformes. ”

Outre l'automatisation des textes et la détection des tendances, les répondants ont fourni diverses autres utilisations des technologies d'IA qui contribuent à rationaliser les processus quotidiens, auparavant exécutés manuellement ou au moyen de longs processus, tels que la classification des données et l'organisation du contenu. Nos répondants ont notamment mentionné le marquage, les services de notification, les agents conversationnels et les modèles de langage qui aident à automatiser les réponses et à extraire des données.

Les réponses reflètent une tendance générale à utiliser des outils tiers pour la collecte d'informations. Toutefois, peu de salles de presse ont mentionné avoir développé leurs propres outils d'automatisation, tels que des processus d'extraction de données sur le web sur des pages spécifiques (web scanners ou scrapers) pour répondre à leurs besoins spécifiques :





“ Il s’agit principalement d’automatisations par le biais de crochets web alimentant Slack. Nous avons également créé nos propres services d’extraction qui nous fournissent des informations lorsqu’un certain seuil est atteint dans les données que nous voulons extraire. ”

“ Nous disposons d’un outil interne qui comprend un marqueur automatique pour les articles des sites d’information et les messages des réseaux sociaux (qui marque les articles avec des thèmes/mots clés) afin de collecter des discours spécifiques sur les questions de responsabilité et de les classer par thèmes. Nous utilisons des réseaux neuronaux pour l’analyse des opinions en langage naturel des données relatives aux réfugiés à l’aide des API (interface de programmation d’application) de Google Cloud. D’autres API pour l’analyse, telles que la plateforme des manifestations au Liban, permettent de collecter des données sur les discours de protestation et d’analyser les principales influences (genre et postes de travail dans les profils). ”

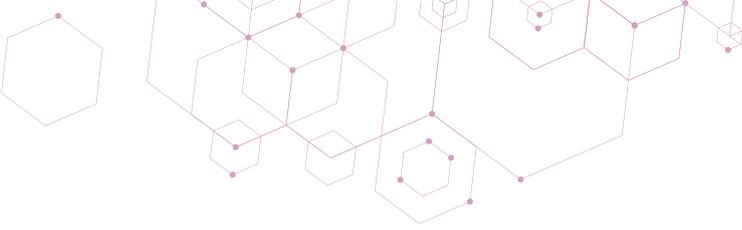
Ces outils n’utilisent pas nécessairement des technologies d’IA. De nombreux processus décrits comme étant de l’IA intègrent souvent des technologies plus conventionnelles. Il s’agit de systèmes créés ou « formés » par des humains.

Ces efforts prennent parfois la forme de projets de collaboration avec d’autres organisations :

“ Nous avons développé un outil avec l’équipe de l’OCCR [Organized Crime and Corruption Reporting Project] pour “arabiser” leur moteur en extrayant des centaines de milliers de pages de la base de données de l’ARIJ [Arab Reporters for Investigative Journalism] à l’aide des services de reconnaissance optique de caractères (ROC) de Google, et nous construisons [notre propre] extracteur de données pour collecter les données à partir de ressources spécifiques qui seront épurées par les chercheurs et les journalistes, puis nous les téléchargeons sur notre domaine. ”

1.2 Production de nouvelles

L’IA peut être une ressource précieuse pour la création de contenu à un niveau détaillé. L’essor des technologies d’IA générative (genAI) accessibles au public, telles que ChatGPT, a ouvert de nouvelles possibilités (et de nouveaux défis) quant à la manière dont l’IA peut être exploitée dans la création de contenu, comme le montrent les réponses. Environ 90 % des répondants ont déclaré avoir utilisé les technologies d’IA dans la distribution de l’information de diverses manières, comme la vérification des faits et la relecture, l’utilisation d’applications de traitement automatique du langage naturel (TALN), l’analyse des tendances et la rédaction de résumés et de codes à l’aide de technologies d’IA générative.



Par exemple, les applications TALN aident à la vérification des déclarations factuelles. Elles identifient les déclarations et les comparent à celles qui ont été vérifiées précédemment. La recherche inversée d'images est également utilisée pour la vérification :

“ Nous commençons à utiliser des algorithmes TALN pour aider les journalistes à trouver des déclarations vérifiables. Ce système comprend la collecte des données officielles les plus récentes afin d'aider les journalistes au cours du processus de vérification des faits. ”

Les salles de rédaction expérimentent et utilisent déjà des technologies d'IA générative telles que ChatGPT dans le cadre de tâches de production de contenu, notamment la production de résumés, de titres, de récits visuels, de bulletins d'information ciblés et l'évaluation de différentes sources de données :

“ Notre CMS (système de gestion de contenu) dispose d'un moteur de marquage alimenté par Watson. Nous travaillons également sur un outil de suggestion de titres alimenté par ChatGPT, mais nous n'en sommes qu'aux premières phases. ”

“ Nous utilisons GPT-4 pour créer des résumés et des traductions d'articles rédigés par des journalistes et destinés à être utilisés sur différentes plateformes. Nous utilisons également des images générées par l'IA, les alternatives de titres, le marquage d'articles, la production audio et vidéo. ”

Des outils d'IA générative tels que ChatGPT sont également utilisés pour aider à l'écriture du code et à l'évaluation des sources :

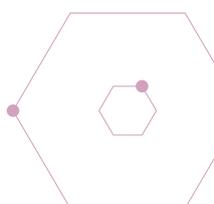
“ Pour la production, j'utilise ChatGPT pour m'aider à écrire le code. J'ai fait quelques jeux/quizz où même si le code n'est pas complètement écrit par ChatGPT, il a certainement écrit pas mal de fonctions. ”

“ Nous avons également utilisé l'interface ChatGPT ou l'API OpenAI pour rationaliser les différentes sources de données. ”

Les technologies d'IA comme Grammarly et les outils de vérification orthographique sont utilisés pour l'édition, la relecture et l'amélioration de la qualité du contenu écrit.

1.3 Distribution des informations

Environ 80 % des personnes interrogées ont déclaré utiliser des technologies d'IA dans la distribution de l'information, un pourcentage légèrement inférieur à celui de la production, mais l'éventail des cas d'utilisation était le plus large. Dans l'ensemble, l'objectif de l'utilisation de l'IA dans la distribution est d'atteindre un plus grand public et





une plus grande interaction. La distribution des informations est également le domaine le plus fréquemment mentionné comme étant touché par les technologies alimentées par l'IA dans la salle de rédaction, 20 % des personnes interrogées l'ayant cité comme l'un des domaines les plus touchés par les technologies de l'IA.

Les personnes interrogées ont donné des exemples d'utilisation de systèmes de personnalisation et de recommandation pour faire correspondre le contenu de manière plus précise et à plus grande échelle aux publics intéressés. Ou inversement, en adaptant le contenu à un support ou à un public spécifique :

“ Nous disposons d'un ensemble de règles à plusieurs niveaux pour adapter notre contenu aux différents organes de presse, afin qu'il respecte toutes leurs règles internes en matière d'utilisation des mots, qu'il s'agisse de l'orthographe britannique ou américaine, des règles concernant les mots tendancieux, les mots d'opinion, les clichés, les mots avec trait d'union, et ainsi de suite. ”

“ Système de recommandation pour les épisodes de podcast, utilisant le moteur EBU Peach. ”

La technologie de transcription automatique de la parole « Speech-to-text » est une autre technologie d'IA utilisée pour optimiser le contenu sur d'autres supports, par exemple en convertissant du texte en audio :

“ Nous utilisons des robots vocaux ou voicebots pour convertir nos textes en format audio. ”

Les outils de distribution sur les réseaux sociaux dotés d'IA, tels qu'Echobox et SocialFlow, ont été mentionnés par plusieurs personnes interrogées, qui ont déclaré les utiliser pour optimiser la programmation du contenu des réseaux sociaux.

Les répondants ont également mentionné l'utilisation d'agents conversationnels ou **chatbots** pour créer des expériences plus personnalisées et obtenir des taux de réponse plus rapides :

“ L'agent conversationnel de WhatsApp est également utilisé pour la diffusion d'informations, car les utilisateurs reçoivent immédiatement un lien vers notre démystification si nous avons déjà vérifié le contenu qu'ils ont envoyé. De plus, il envoie quotidiennement des résumés textuels et audio des principaux articles de Maldita⁵. ”

L'amélioration de la visibilité des contenus dans les recherches est essentielle pour tous les contenus numériques, et notamment pour les salles de presse. Les **outils SEO** pilotés par l'IA peuvent aider les rédactions à améliorer leur visibilité et à mieux comprendre les intérêts de leur public :



“ Nous utilisons principalement les outils SEO pour accroître la visibilité de nos articles sur notre site web. Nous avons constaté que les histoires locales d'intérêt humain ont tendance à mieux marcher que les histoires sur les célébrités ou d'autres sujets. ”

“ Ubersuggest⁶ m'aide à voir quels sont les mots clés les plus recherchés en ligne, Google Discover me montre quels sont les articles et les mots clés les plus en vogue, CrowdTangle me montre quels sont les messages les plus performants sur les réseaux sociaux. Cela m'aide à créer des articles pertinents qui intéressent les gens. L'utilisation de mots clés qui sont souvent recherchés augmente la probabilité que les articles atteignent un plus grand nombre de personnes. ”

Nous avons demandé à nos répondants de nous faire part de quelques-unes des applications impressionnantes de la technologie de l'IA qu'ils ont découvertes et qui sont utilisées par des organisations médiatiques. Voici une sélection des exemples les plus courants :

- 1 BloombergGPT** : Un modèle de langage à grande échelle formé sur des données financières pour prendre en charge diverses tâches TALN telles que le résumé de documents financiers, la génération de rapports et les informations sur les tendances du marché.⁷
- 2 Heliograf du Washington Post** : automatise le processus de génération d'articles de presse courts à partir de données structurées, telles que les résultats sportifs et les rapports financiers, afin de permettre aux journalistes de se concentrer sur des reportages plus approfondis.⁸
- 3 JAMES du Times of London** : un système de gestion de contenu alimenté par l'IA qui utilise des algorithmes pour l'apprentissage machine pour analyser le comportement et les intérêts des utilisateurs afin de fournir un contenu d'information personnalisé.⁹
- 4 Le rédacteur numérique de Czech Radio** : Un outil alimenté par l'IA qui génère des articles de presse à partir de données structurées, contribuant à automatiser la production de nouvelles en convertissant les données en articles de presse lisibles par l'homme.¹⁰
- 5 Lynx Insight de Reuters** : Cette plateforme utilise des algorithmes d'IA pour analyser des ensembles de données massives et fournit aux journalistes des résultats précieux et des informations de fond pour soutenir les reportages d'investigation.¹¹
- 6 Arc XP du Washington Post** : Une suite d'outils pour la gestion de contenu, la publication et la participation de l'audience qui permet aux entreprises, aux marques de vente au détail et aux organisations de médias et de divertissement de créer et de distribuer du contenu, de stimuler le commerce numérique et d'offrir des expériences multicanaux puissantes.¹²



- 7 Le Claim Hunter de Newtral** : La plateforme écoute et transcrit le contenu audio, détecte les déclarations qui nécessitent une vérification des faits et automatise le processus d'identification des déclarations faites dans les discours, les interviews ou d'autres sources audio, permettant ainsi une vérification efficace des faits. ¹³
- 8 Le News Tracer de Reuters** : Il utilise des algorithmes d'apprentissage automatique pour identifier rapidement les nouvelles de dernière heure et vérifier leur crédibilité. Il aide les journalistes à passer au crible des quantités massives de données, de messages sur les réseaux sociaux et de rapports de témoins oculaires afin de fournir des mises à jour fiables et en temps réel. ¹⁴
- 9 L'outil automatisé de vérification des faits de Newtral** : La plateforme utilise des techniques de TALN et d'apprentissage automatique pour identifier les informations potentiellement fausses ou trompeuses. Cet outil vise à améliorer l'efficacité et la précision des processus de vérification des faits. ¹⁵
- 10 FactStream du Duke Reporter's Lab** : FactStream est un système automatisé de vérification des faits développé par le Duke Reporter's Lab qui identifie les fausses déclarations dans les discours en direct, les débats et les événements publics en les comparant à des déclarations vérifiées afin de fournir un retour d'information instantané sur leur exactitude. ¹⁶

1.4 Pourquoi les salles de presse utilisent-elles l'IA ?

Il est clair que l'intégration d'applications d'IA a le potentiel de rationaliser divers aspects du travail journalistique. Cependant, nous avons cherché à approfondir les motivations sous-jacentes des répondants dans l'utilisation de l'IA. Plus de la moitié d'entre eux ont cité l'amélioration de l'efficacité et de la productivité comme les principaux objectifs motivant l'adoption de l'IA. Ils ont déclaré espérer automatiser les tâches monotones et répétitives, rationalisant ainsi les flux de travail et permettant aux journalistes de travailler de manière « plus créative, plus pertinente et plus innovante » :

“ Bon nombre de nos processus d'information traditionnels peuvent être assez laborieux et dépendent de l'instinct humain qui peut varier considérablement d'une personne à l'autre. L'apprentissage automatique devrait idéalement rationaliser bon nombre de ces processus de la salle de rédaction, donner un aperçu de la viabilité des processus actuels et, en fin de compte, libérer ' l'élément humain ' pour qu'il se concentre sur d'autres domaines. ”

“ Presque tous nos cas d'utilisation de l'IA visent à accélérer la production d'informations. Il s'agit toujours d'accélérer, je ne pense pas avoir eu une seule conversation sur l'utilisation de l'IA pour améliorer la qualité. ”



Pour les vérificateurs de faits de l'entreprise madrilène Maldita, l'impact des outils d'IA a été fortement ressenti lors de la pandémie de COVID-19, car ils ont permis d'accélérer et d'élargir la réponse de l'organisation à la désinformation sur la COVID-19 :

“ L'automatisation de certaines tâches nous permet de consacrer plus de temps à d'autres tâches importantes, comme la vérification des faits ou les enquêtes. Cela permet également à nos lecteurs de recevoir des réponses rapides lorsqu'ils s'interrogent sur un canular potentiel. Par exemple, au cours des premières semaines de la pandémie de COVID-19, notre service WhatsApp était manuel, ce qui signifie qu'un journaliste de Maldita devait filtrer tous les messages et compter le nombre de fois qu'un contenu nous était envoyé. Nous sommes passés de 200 requêtes quotidiennes à plus de 2 000 pendant le confinement, ce qui signifie que nous ne pouvions tout simplement pas répondre à tous les utilisateurs à un moment où ils avaient désespérément besoin de réponses (certaines des informations erronées qu'ils recevaient pouvaient être gravement préjudiciables à leur santé). ”

Environ un tiers des personnes interrogées ont déclaré qu'elles espéraient que les technologies de l'IA les aideraient à atteindre un public plus large, à personnaliser l'expérience des lecteurs et à renforcer l'implication du public, un thème qui figurait en bonne place dans la section précédente sur les utilisations de l'IA dans la distribution de l'information :

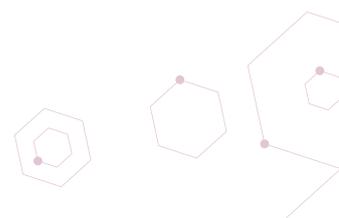
“ Nous espérons pouvoir mieux comprendre notre public et assurer une large diffusion de nos bulletins d'information. ”

“ Accroître l'implication du public sur toutes les plateformes de réseaux sociaux et sur le site d'information lui-même. Il y a des objectifs spécifiques de pages vues à atteindre chaque mois et le suivi des analyses et de ce qui intéresse les gens m'aide à y parvenir. ”

1.5 Ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas

Dans l'ensemble, l'utilisation réussie des technologies d'IA varie considérablement d'un répondant à l'autre, bien que les outils de transcription et d'édition audio soient considérés comme avantageux par de nombreuses personnes. L'exploration du web (web scraping), la surveillance des réseaux sociaux, la génération d'images, les systèmes de recommandation et d'autres outils de distribution ont également été mentionnés comme des applications réussies de l'IA :

“ Le web scraping et la création d'alertes Slack basées sur des filtres ont été les applications les plus réussies jusqu'à présent. ”





“ La relecture et l'édition de base ont donné d'excellents résultats ; la production vidéo utilisant la diffusion stable a également donné de bons résultats. ”

“ Les systèmes de recommandation et les systèmes de traitement automatique des langues (TALN) affectant la distribution ont connu le plus grand succès. ”

“ La transcription automatisée et la vérification des faits ont fait leurs preuves. ”

Les répondants ont souligné que même avec des applications d'IA réussies, les tests et les améliorations sont continus, ce qui reflète la nature évolutive de l'IA et la nécessité constante d'une intervention humaine :

“ Nous avons réussi à classer des centaines de milliers, voire des millions de communications, ce qui a été particulièrement fructueux, mais nous avons atteint une limite avec les approches traditionnelles d'apprentissage automatique, et nous souhaitons voir si nous pouvons développer une stratégie plus forte qui intègre une série d'approches. ”

“ Nous avons obtenu de bons résultats dans le domaine de la surveillance automatique de Twitter et de la détection de phrases extraites de documents audio/vidéo. Cependant, nous avons quelques difficultés à détecter les tensions/polarisations politiques et nous essayons toujours d'améliorer notre système de correspondance des déclarations, car les modèles de similarité des phrases posent certains problèmes, tels que la temporalité (il se peut qu'une affirmation qui était fausse dans le passé soit vraie aujourd'hui)... Nous y travaillons. ”

De nombreux répondants, souvent de petites salles de presse émergentes, en sont encore aux premiers stades de l'adoption de l'IA :

“ Il est encore trop tôt pour constater des échecs, nous avons testé de nombreux outils et intégrations individuels, la plupart d'entre eux se sont révélés utiles, mais aucun n'est fortement intégré dans notre flux de travail. ”

Les salles de rédaction des pays du Sud ont exprimé des difficultés liées à la langue ou aux accents, lorsque, par exemple, un outil est utilisé en dehors du marché auquel il est destiné. Nous aborderons cette question plus en détail au chapitre 6.





Outre les défis linguistiques, très peu de répondants ont mentionné des échecs dans des applications spécifiques de l'IA. Toutefois, lorsqu'ils en discutent, certains répondants attribuent les échecs à des questions d'organisation plutôt qu'à des limitations techniques :

“ Le plus grand échec a été la lenteur de la progression des cas d'utilisation déjà identifiés en raison de problèmes d'organisation, d'un manque de concentration et de ressources. ”

“ Pour certaines de nos offres d'apprentissage automatique disponibles auprès de tiers, nous avons constaté que nous ne disposons pas d'un processus d'intégration solide ou d'explications claires, de sorte que l'adoption a été plus lente que prévu. ”

Une personne interrogée a expliqué que son organisation avait décidé d'interrompre son travail sur un « service automatisé permettant d'écrire des articles courts sur les performances des entreprises sur le marché boursier », parce que ce service n'avait pas gagné en popularité auprès du public :

“ Lorsque la pandémie a frappé et que toutes les actions ont chuté, nos seuils ont été atteints pour presque toutes les entreprises qui envoyaient du pollupostage à nos utilisateurs. ”





Chapitre 2 :

Stratégie pour l'IA

2.0 La nécessité d'une stratégie

Nous avons vu comment les technologies de l'IA sont utilisées dans les salles de rédaction de diverses manières dans le processus de production. Pour garantir une utilisation optimale, les salles de rédaction doivent développer une approche plus stratégique de l'adoption de ces technologies. Notre enquête a montré que de nombreuses salles de rédaction n'avaient pas encore élaboré de stratégie plus formelle. Pour celles qui en ont une, cela dépend fortement des circonstances et des politiques de l'organisation. En général, les salles de rédaction adoptent une approche plus stratégique, en partie en réaction au défi de l'IA générative, mais il s'agit encore d'un domaine fluide et les stratégies doivent être flexibles.

2.1 Stratégies des salles de presse pour l'IA

Environ 1/3 des personnes interrogées ont déclaré que leur organisation avait une stratégie pour l'IA ou était en train d'en élaborer une, ce qui est similaire aux résultats que nous avons observés dans notre enquête de 2019. Les réponses à cette question reflètent fortement la diversité parmi les participants; en termes d'expérience d'utilisation de l'IA, d'objectifs d'élaboration de stratégie et d'approches. Certaines salles de rédaction ont intégré les technologies d'IA au niveau institutionnel depuis un certain temps déjà, et mènent des examens stratégiques pour mieux tirer parti de l'IA dans l'ensemble des organisations.

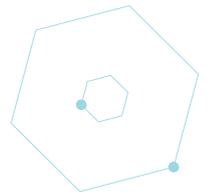
Par exemple, l'agence Associated Press (AP) procède à un examen de sa stratégie afin de mieux comprendre les domaines dans lesquels l'IA offre des possibilités et ceux dans lesquels elle n'est pas nécessairement la solution requise :



“ Nous élaborons actuellement un plan pour une stratégie pour l’IA qui concerne tous les départements d’AP. Nous avons un groupe de travail qui a été chargé d’examiner les aspects des opérations d’information pour déterminer les possibilités d’utilisation de l’IA et les moyens de l’éviter. Un outil ou un service doit répondre à nos normes journalistiques et à notre mission commerciale pour soutenir les membres et les clients d’AP. ”

Certaines organisations adoptent une double approche dans leur stratégie d’IA, en travaillant avec des partenaires technologiques tout en améliorant leurs propres capacités internes :

“ Nous nous associons à des fournisseurs qui évoluent rapidement, de sorte que nous puissions faire de même. Nous développons des capacités internes afin de garder le contrôle et la propriété. ”



L’ARIJ, un centre de développement des médias dans la région arabe, basé en Jordanie, a récemment lancé sa stratégie pour l’IA pour guider l’organisation en interne, mais elle prévoit de la rendre accessible pour guider d’autres organisations de médias arabophones dans leurs propres efforts d’intégration de l’IA :

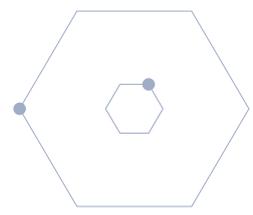
“ Nous fournirons cette stratégie sous la forme d’un manuel à toutes les rédactions arabophones afin qu’elles puissent en tirer parti pour élaborer leur propre stratégie. ”

Selon certains facteurs, il n’est peut-être pas nécessaire d’avoir une stratégie. Certains répondants ont indiqué qu’ils adoptaient une approche de l’IA au cas par cas, sans nécessairement développer une stratégie particulière au niveau institutionnel. Ils se concentrent sur la manière dont les technologies de l’IA peuvent les aider à atteindre leurs objectifs grâce à l’IA ou à d’autres technologies conventionnelles :

“ Elle sera très souvent déployée en tant que fonction d’un produit existant (c’est-à-dire par une mise à niveau) ; dans d’autres cas, nous construirons nos propres modèles. Ces différents cas d’utilisation n’ont pas nécessairement besoin d’être réunis dans une ‘stratégie’ globale simplement parce qu’ils impliquent la même technologie sous-jacente. ”

Même ceux qui disposent de stratégies complètes pour l’IA, comme AfricaBrief, soulignent la nécessité d’intégrer la formation et de faire évoluer en permanence leur stratégie pour s’adapter aux technologies d’IA naissantes, telles que l’IA générative. Leurs réponses reflètent la difficulté de suivre l’évolution rapide des technologies de l’IA, un thème récurrent dans toute l’enquête :





“ La vision d’AfricaBrief est d’améliorer la production de nouvelles à l’aide des technologies de l’IA, avec des objectifs tels que l’automatisation de l’agrégation des nouvelles, l’analyse des données pour la compréhension et le contenu personnalisés. Sa feuille de route comprend la mise en œuvre progressive de ChatGPT pour la collecte d’informations et de TALN pour l’analyse des données. Des ressources sont allouées aux investissements dans l’IA et au développement des compétences. La gestion des données est conforme aux réglementations en matière de confidentialité et de sécurité. Les considérations éthiques sont prises en compte, y compris l’atténuation des préjugés. Le suivi et l’évaluation sont effectués à l’aide d’indicateurs de performance. La collaboration et les partenariats sont recherchés pour rester au fait des avancées et des meilleures pratiques en matière d’IA pour la production d’informations. ”

“ Nous sommes actuellement en train d’affiner notre stratégie afin de prendre en compte le développement récent de ChatGPT. ”

Plusieurs rédactions qui n’ont pas encore élaboré de stratégie pour l’IA ont déclaré qu’elles prévoyaient de le faire dans un avenir proche. Pour certains, l’absence de stratégie pour l’IA semble être le résultat de priorités concurrentes au sein de la rédaction et d’un manque de ressources, plutôt que d’un manque d’intérêt. Les personnes interrogées ont exprimé le soutien de leur rédaction aux efforts individuels d’expérimentation, reflétant le fait que de nombreuses rédactions n’ont pas atteint un niveau institutionnel d’intégration de l’IA :

“ Notre organisation n’a pas de stratégie formelle pour les activités liées à l’IA. Nous comptons sur l’initiative et l’enthousiasme de certains de nos collègues qui s’intéressent à l’IA. ”

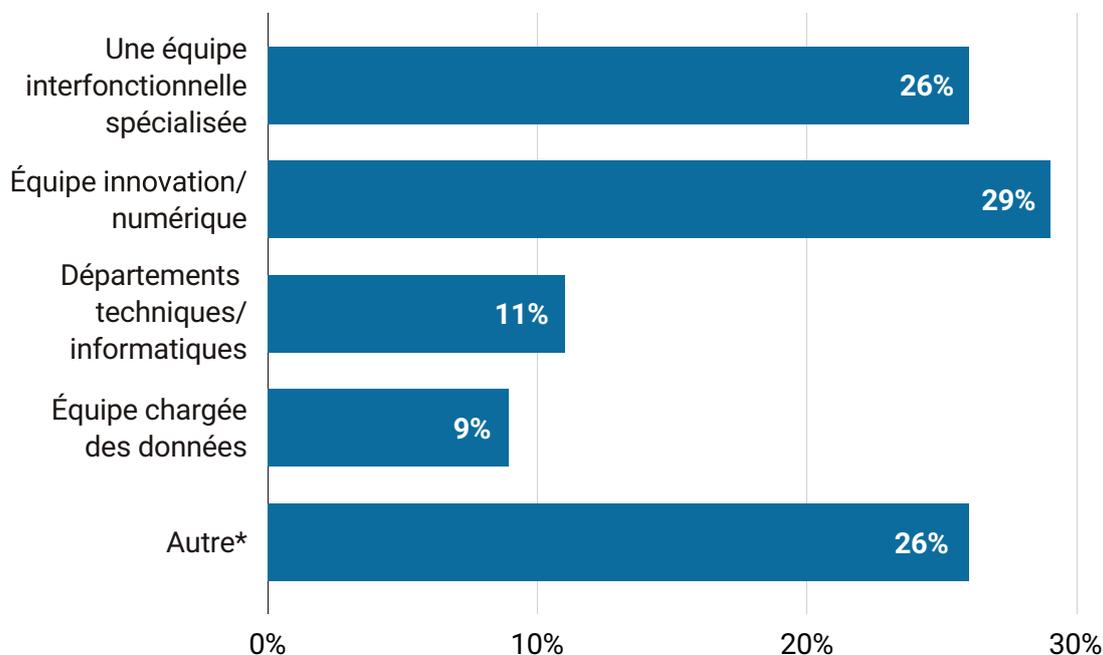
“ Pas encore. Nous avons formé quelques membres de l’équipe et cherché des financements pour concevoir et développer des produits utilisant l’IA. ”





La responsabilité de développer et de diriger l'intégration de l'IA diffère d'une salle de rédaction à l'autre :

Qui dirige la stratégie et la mise en œuvre de l'IA ?



*Cela comprend d'autres départements, tels que l'informatique, les affaires, la gestion, la rédaction et les produits.

2.2 L'impact de l'IA sur les processus et les rôles dans les salles de rédaction

Qu'elles soient au début de leur parcours d'intégration de l'IA ou qu'elles aient plus d'expérience dans les technologies de l'IA, nous avons constaté que les salles de rédaction consacrent du temps et des ressources au renforcement de leurs capacités en matière d'IA. Nous avons demandé aux répondants si les efforts d'intégration de l'IA avaient eu un impact sur leurs flux de travail et leurs processus, ainsi que sur les rôles existants dans la salle de rédaction.

Environ un quart des personnes interrogées ont déclaré que l'impact de l'adoption de l'IA sur leurs flux de travail et leurs processus dans la salle de rédaction avait été important. Cela a permis de réduire les coûts, de rationaliser et d'adapter les processus et d'accroître l'efficacité de la vérification des faits, de la surveillance des réseaux sociaux, de la distribution du contenu et de la comptabilité :

“ Nous avons plus de 80 % d'efficacité dans le processus de contrôle et de recherche... Nous sommes convaincus que ce domaine aura un impact plus positif à l'avenir. ”



“ L’IA a eu un impact sur nos processus de production d’informations, en automatisant des tâches telles que la collecte d’informations et la création de contenu avec ChatGPT. Elle a également rationalisé les flux de travail internes, amélioré la productivité et offre un potentiel pour des tâches avancées telles que le TALN et l’analyse de données. ”

Un répondant a expliqué que l’automatisation de certains processus à l’aide de technologies d’IA modifie la nature de leur travail, mais ne le remplace pas :

“ L’IA optimise la distribution sur le site et sur les réseaux sociaux. Bien que nous ne programmions plus tous les publications individuellement ou que nous ne conservions pas chaque partie de chaque page d’accueil, ce travail s’est déplacé. Nous sommes plus facilement en mesure d’avoir une vision d’ensemble et de modifier les résultats plus rapidement en ajustant des règles plus larges qui peuvent affecter des dizaines de posts ou de positions sur une page. En d’autres termes, l’IA rationalise les flux de travail, mais ne remplace pas entièrement le travail. Elle change la nature du travail et élargit notre impact. ”

Les personnes interrogées semblent apprécier la manière dont les technologies de l’IA leur ont permis de réaffecter le temps des journalistes à des tâches éditoriales plus complexes :

“ Libérer du temps pour que les journalistes puissent continuer à faire leur travail est le plus grand impact obtenu. ”

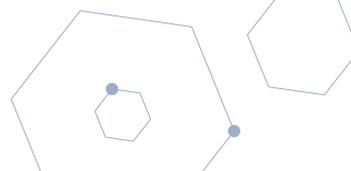
La grande majorité des personnes interrogées, soit près de 75 %, qui en sont encore aux premiers stades de l’adoption de l’IA, n’ont pas encore constaté d’impact notable, mais s’attendent à en avoir à l’avenir :

“ Il est certain que cela aura un impact à l’avenir, car l’IA prend en charge un plus grand nombre de tâches simples liées à la collecte d’informations. ”

“ Actuellement, l’impact de l’IA n’est pas encore significatif et généralisé, mais cela apparaît déjà comme un outil facilitateur, c’est certain. ”

Comme les organismes de presse plus expérimentés, ils espèrent que l’intégration de l’IA permettra aux journalistes de consacrer plus de temps au travail sur le terrain et aux projets spéciaux :

“ Pour l’instant, elle n’a pas d’impact significatif. Cela permettra aux journalistes de travailler sur d’autres secteurs, notamment lorsqu’ils se rendent sur le terrain et dans des zones reculées pour réaliser des interviews et des vidéos très spécifiques pour des histoires très spécifiques qui intéressent notre public. ”





Les réponses à la question de savoir si les technologies de l'IA ont eu un impact sur les rôles existants dans les salles de presse ont suivi une tendance similaire : environ 60 % ont déclaré que l'intégration de l'IA n'avait pas eu d'impact. Beaucoup s'attendent toutefois à ce que cela change à l'avenir :

“ Pas encore, mais nous travaillons sur de nouveaux postes vacants pour l'IA qui comprennent des experts en rédaction, des ingénieurs IA et d'apprentissage automatique, et des experts en science des données. ”

“ Pas encore, car la transition n'en est qu'à ses débuts. L'IA augmente les rôles plutôt qu'elle ne les modifie totalement. ”

“ Je pense que nous pourrions à l'avenir créer des postes plus spécifiques à l'IA, probablement en tant que technologues de l'information qui travailleraient en étroite collaboration avec les journalistes. ”

Certaines rédactions ont indiqué que l'intégration de l'IA avait conduit à la création de nouveaux rôles liés à l'IA dans divers domaines, tels que l'analyse de données :

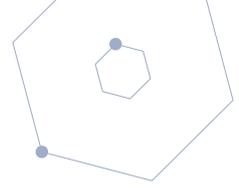
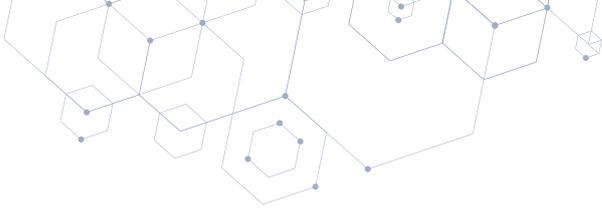
“ La génération du langage naturel pour les rapports financiers d'AP, il y a près de dix ans, a libéré nos journalistes de la corvée des mises à jour et leur a permis de faire du journalisme plus significatif. Plus récemment, AP a créé trois nouveaux rôles qui se concentrent sur l'IA dans les opérations d'information et les produits. ”

“ Oui, nous avons créé au moins une nouvelle fonction axée sur la gestion des expériences d'IA, et nous nous attendons à en avoir d'autres, mais la croissance est lente et délibérée. Dans la mesure du possible, nous tirons parti des talents dont nous disposons déjà. Par exemple : Nos rédacteurs spécialisés dans l'immobilier et le développement dirigent la création de contenu de l'IA dans le domaine de l'immobilier. L'un de nos principaux producteurs d'audience numérique supervise l'optimisation de nos réseaux sociaux. ”

“ Oui, il était nécessaire d'affecter un analyste de données spécialisé au sein de l'équipe. ”

De nombreuses organisations ont souligné que l'intégration de l'IA modifiait les rôles existants au sein de l'organisation, grâce à la formation et à l'amélioration des compétences en matière d'IA et à des compétences spécifiques telles que l'analyse des données ou la rédaction, plutôt que de créer des rôles entièrement nouveaux :

“ Dans l'ensemble, même si l'adoption de technologies basées sur l'IA n'a pas toujours entraîné le développement de nouveaux rôles spécifiques à l'IA, elle a favorisé l'évolution des rôles actuels et l'acquisition de nouvelles compétences par le personnel afin d'utiliser efficacement les technologies de l'IA dans le cadre de leurs activités journalistiques. ”



Certains ont déjà commencé à mettre en place des capacités de rédactique, mais pas seulement au sein du département informatique :

“ Nous avons convaincu notre département informatique que si la rédactique nécessite une certaine connaissance technologique, le personnel informatique n’est pas équipé pour évaluer le résultat lorsqu’il s’agit de production journalistique. D’autre part, la rédactique, ‘faire dire à la machine ce que je veux qu’elle dise’, présente certaines similitudes avec les processus journalistiques. Nous sommes déjà en train de former un journaliste à la rédactique. ”

D’autres réponses démontrent un besoin similaire d’impliquer les journalistes et de renforcer leurs capacités en matière d’IA et de compétences numériques, plutôt que de s’appuyer uniquement sur l’expertise du département informatique :

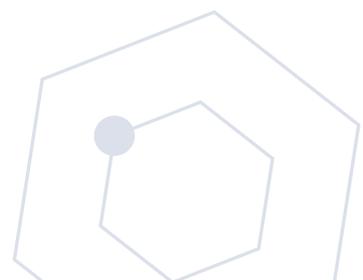
“ Oui, il existe de nouveaux rôles spécifiques à l’IA. L’équipe numérique nous aide à suivre les tendances, mais en tant que rédacteur numérique, je m’en charge également. La collecte et la distribution des informations ont également changé. Je vérifie les tendances et je rédige du contenu en fonction de celles-ci. ”

“ Oui, les journalistes ont dû créer les algorithmes et, pour ce faire, ils ont reçu une formation sur le fonctionnement de l’algorithme, le type de données dont nous avons besoin et la manière de gagner en précision. D’autre part, l’équipe journalistique a partagé avec l’équipe d’ingénieurs les critères éditoriaux qui guident leurs décisions, en fournissant des clés sur le pourquoi d’une déclaration factuelle. ”

Conformément à ces réponses, il n’est pas surprenant que les critères d’embauche dans les salles de presse soient en train de changer, comme l’a fait remarquer l’un des répondants :

“ Je pense que l’impact s’est surtout fait sentir au moment de déterminer qui embaucher et qui ne pas embaucher. J’aurais besoin de moins de rédacteurs une fois que l’IA sera déployée. ”

Les réponses reflètent le défi permanent que représente l’équilibre entre les compétences techniques et journalistiques tout au long de l’intégration de l’IA dans la salle de rédaction.





2.3 Prêt pour l'IA ?

En 2019, notre rapport indiquait les éléments suivants :

“ Il s'agit de technologies relativement nouvelles, diverses et complexes, qui arrivent dans le sillage d'une série d'autres défis numériques. Il n'est donc pas surprenant que les répondants soient profondément divisés sur l'état de préparation à l'IA. Ils se répartissent approximativement entre ceux qui pensent être en train de prendre la vague et ceux qui n'ont pas fait plus que de tremper leurs orteils dans l'eau. L'optimisme est de mise, d'autant plus que nombre de nos répondants sont des utilisateurs précoces qui estiment avoir déjà fait les premiers pas. ”

Le rapport de cette année a également révélé une disparité dans le niveau de préparation à l'IA au sein des rédactions. Au cours des cinq dernières années, nous avons observé une augmentation générale du niveau de préparation, mais l'arrivée de l'IA générative signifie que les organisations de presse sont confrontées à une nouvelle série de défis.

De nombreuses salles de rédaction, environ un tiers, ont exprimé leur confiance dans leur capacité à relever les défis de l'adoption de l'IA dans le journalisme. Elles ont souligné leurs efforts pour faire progresser les outils et les technologies qui facilitent leur travail, ainsi que leur capacité à s'adapter rapidement à l'évolution des technologies. Ils estiment qu'ils disposent d'un personnel qualifié et curieux, capable d'utiliser l'IA de manière efficace :

“ Oui, nous sommes une organisation exclusivement en ligne et nous sommes habitués à l'évolution rapide des technologies et à l'adaptation rapide. ”

“ Nous avons un certain nombre de personnes qui s'intéressent à l'IA et qui savent utiliser la technologie. Je ne vois pas de problème en ce qui concerne les défis techniques. ”

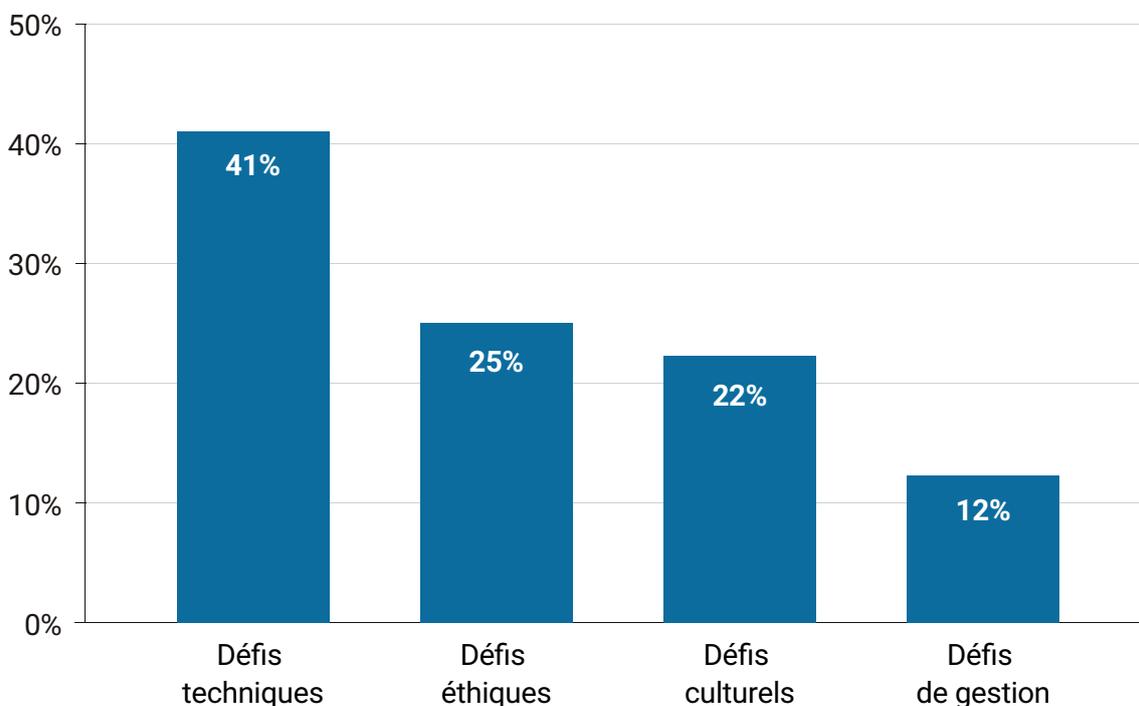
Une grande partie d'entre eux, environ 53 % ont déclaré qu'ils n'étaient pas encore prêts ou qu'ils n'étaient que partiellement prêts à relever les défis de l'intégration de l'IA dans la salle de rédaction. Ils ont cité les contraintes financières et le manque d'expertise technique comme principaux défis. La section suivante examine ce point en détail.



2.4 Les défis stratégiques de l'adoption de l'IA

Les contraintes financières et les défis techniques ont été identifiés comme les principaux obstacles à l'adoption de l'IA. Parfois, un aspect conduit à l'autre. Par exemple, les problèmes techniques découlent parfois d'un manque de ressources. Les organismes de presse de petite taille et émergents ont souvent du mal à allouer les fonds nécessaires à l'embauche de personnel qualifié pour la mise en œuvre et la maintenance des systèmes d'IA. De même, les salles de rédaction ont du mal à consacrer du temps et des ressources à la conception et à la mise en œuvre de programmes de perfectionnement dans le domaine de l'IA.

Les défis les plus urgents pour l'intégration de l'IA dans la salle de rédaction



Les salles de rédaction ne savent pas exactement quel(s) ensemble(s) de compétences rechercher dans le **personnel technique**. Les rédactions ayant plusieurs années d'expérience en matière d'intégration de l'IA ont mentionné en particulier le défi que représente la compatibilité et l'interopérabilité avec les systèmes et plateformes existants :

“ Le principal obstacle au déploiement d'un système de marquage basé sur l'apprentissage automatique, par exemple, est d'ordre technique : il doit être intégré à d'autres systèmes. ”

“ Les outils testés doivent être mis en œuvre dans les structures commerciales actuelles, ce qui nécessite beaucoup de développement et de tests. ”



Ces réponses mettent en évidence les énormes progrès réalisés par certaines salles de rédaction dans l'adoption de l'IA au niveau institutionnel. Dans notre rapport 2019, de nombreuses personnes interrogées, y compris des utilisateurs précoces, en étaient au début de leur parcours en matière d'IA. Les défis techniques portaient sur les projets à mettre en priorité, la manière de démystifier l'IA et de fournir une formation générale à l'IA au personnel.

Les réponses mettent également en évidence une disparité entre les petites salles de rédaction émergentes des pays du Sud, d'une part, et les grands organismes de presse bien dotés en ressources et plus expérimentés des pays du Nord, d'autre part. Alors que les réponses des premières se concentrent sur la recherche de ressources pour embaucher l'expérience technique nécessaire, les deuxièmes ont déjà déployé des technologies d'IA dans divers domaines et se concentrent maintenant sur la réalisation de l'interopérabilité :

“ Nous sommes une start-up régionale à but non lucratif de taille moyenne, dotée d'une solide équipe d'ingénieurs et d'une culture organisationnelle innovante... Mais nous sommes loin d'avoir la puissance technique des grandes organisations nationales. ”

L'atténuation des difficultés d'intégration de l'IA ne se limite pas à l'embauche du personnel technique adéquat. Il faut combler les lacunes en matière de connaissances qui existent entre les différentes équipes de la salle de rédaction, un défi qui est plus généralisé. Les réponses reflètent la nécessité d'améliorer la connaissance de l'IA et les compétences techniques des journalistes et du personnel technique :

“ Nous avons des niveaux de compréhension différents de ce qu'est l'IA. Dans une équipe d'environ 20 personnes, moins d'un quart d'entre elles ont suivi une formation sur le sujet et nous devons encore faire en sorte que tout le monde soit informé. Je pense que mon organisation sera équipée pour tirer parti de son potentiel une fois que nous serons tous sur la même longueur d'onde. ”

“ L'un des plus grands défis que nous ayons à relever est que l'équipe Innovations/ Technique n'est pas très informée sur l'IA et les solutions que l'IA peut apporter au journalisme. Nous n'avons pas d'experts en interne qui puissent nous aider à coder et à former à l'IA. Mais certains sont intéressés par une formation et nous espérons qu'ils seront bientôt bien familiarisés avec l'IA. ”

Certaines organisations ont exprimé le souhait de collaborer avec d'autres organisations plus expérimentées afin de combler le manque de connaissances :

“ Notre plus grand défi réside dans l'expertise technique et la compréhension de ce qui est nécessaire pour introduire et créer des systèmes d'IA. Nous n'avons peut-être pas besoin de créer le système à partir de zéro, mais nous devons avoir des partenaires dignes de confiance pour externaliser ces services. ”





La difficulté de suivre le rythme de l'évolution rapide de l'IA est également ressentie de manière plus homogène par la plupart des rédactions et témoigne de la nécessité d'une adaptation continue, un thème que nous avons constamment observé dans l'enquête :

“ Les technologies évoluent si rapidement qu'il est difficile de savoir quelle technologie adopter de peur qu'elle ne soit bientôt dépassée. ”

“ Sur les défis techniques : Compte tenu du manque de ressources techniques, il est toujours difficile de prendre en charge de nouvelles intégrations qui n'ont pas forcément un retour sur investissement immédiat. Les mises en œuvre de l'IA nécessitent beaucoup de travail de configuration, c'est pourquoi nous cherchons en permanence des moyens d'accélérer la mise sur le marché. ”

Les défis éthiques ont également occupé une place importante dans les discussions sur l'adoption de l'IA dans les salles de presse. Les personnes interrogées ont fait part de leurs préoccupations quant à la transparence et à la possibilité d'expliquer les algorithmes de l'IA :

“ La question éthique est la plus importante, car il faut rester transparent pour les lecteurs. ”

La partialité des algorithmes est un autre sujet de préoccupation :

“ S'ils ne sont pas correctement pris en compte, les algorithmes d'IA peuvent perpétuer les préjugés et la discrimination, amplifiant les inégalités sociétales. ”

Les personnes interrogées ont souligné la nécessité d'élaborer des lignes directrices, des normes et des réglementations pour garantir l'utilisation éthique de l'IA dans les salles de presse et pour faire face aux risques potentiels liés à sa mise en œuvre :

“ En tant qu'organe de presse, nous nous méfions des implications éthiques et nous pensons qu'il est nécessaire de mettre en place des lignes directrices claires avant de déployer ce système à grande échelle en termes de collecte et de production d'informations. ”

Malgré un enthousiasme général pour l'intégration de l'IA, les **défis culturels** restent un obstacle notable. Certains répondants ont fait part de leur scepticisme, de leur résistance à l'intégration des technologies de l'IA dans leur travail, de leur crainte de perdre leur emploi et de leurs inquiétudes quant à la façon dont l'IA modifie la nature de la profession journalistique :

“ Nos directeurs de salles de rédaction sont de grands alliés, et nous comptons dans nos rangs de nombreux chefs de file de l'expérimentation. Dans nos salles de rédaction, les implications de l'IA, l'impact sur les emplois, les produits et les abonnés, suscitent des craintes. ”





“ La plupart des gens comprennent les grands changements qui se produisent avec l'IA, mais changer les flux de travail est toujours difficile pour une profession donnée. ”

Les défis pour les gestionnaires dans les structures organisationnelles et les priorités concurrentes des salles de presse :

“ Plus l'organisation est grande et comporte plusieurs niveaux de gestion, plus il est difficile d'expérimenter sans multiplier les réunions et les présentations. ”

“ Aucune stratégie de gestion globale ou de formation n'est partagée avec l'équipe éditoriale, et la crainte générale que l'utilisation de l'IA ne contribue à notre propre redondance future. ”

La résistance et l'enthousiasme excessif à l'égard de l'IA ont également été mentionnés :

“ La direction semble vouloir insister sur l'utilisation de l'IA même lorsqu'elle n'est pas nécessaire. ”

2.5 Les approches des salles de presse en matière d'intégration de l'IA ont-elles évolué ?

Environ 40 % des organisations ont déclaré que leur approche des technologies de l'IA dans la salle de rédaction n'avait pas beaucoup changé depuis notre dernier rapport en 2019. Beaucoup en sont encore aux premiers stades de la mise en œuvre, tandis que dans d'autres, l'utilisation de l'IA reste limitée dans la salle de rédaction à un service ou à un petit nombre de collaborateurs, ce qui n'a pas suffi à orienter l'approche institutionnelle de l'IA :

“ Pas encore, car jusqu'à présent, il s'agit principalement du département informatique et d'une poignée de journalistes chargés de les tester et de les valider dans des contextes limités. ”

“ Non, nous ne l'avons pas fait, car nous en sommes encore au stade du projet pilote. ”

“ Il n'y a pas de changements significatifs puisque nous n'avons qu'une utilisation très limitée de l'IA. ”



“ Je pense que nous n’avons pas encore la conscience collective que les outils que nous utilisons sont de l’IA, donc non, cela n’a pas changé. ”

Cependant, environ un quart des personnes interrogées ont déclaré que l’approche de leur organisation vis-à-vis de l’IA avait évolué. L’expérimentation et l’apprentissage par la pratique ont aidé les organisations à acquérir une compréhension plus profonde et plus réaliste des possibilités d’intégration de l’IA dans le travail journalistique :

“ Tout à fait. Cela fait quelques années que je travaille sur de petits projets d’IA dans le cadre de mes projets d’innovation, mais il ne s’agissait que de curiosités. Mais dès le lancement de ChatGPT, la direction s’est soudain montrée très enthousiaste pour l’IA. ”

D’une manière générale, ils se sentent plus confiants dans leur utilisation de l’IA et mieux équipés pour relever les défis posés par les technologies d’IA qui ne cessent d’émerger :

“ Oui, l’approche et l’utilisation par notre organisation des technologies alimentées par l’IA dans la salle de rédaction ont évolué... au fur et à mesure que nous avons acquis plus d’expérience pratique et exploré divers cas d’utilisation, nous avons probablement acquis des connaissances sur les capacités, les limites et les considérations éthiques des technologies de l’IA dans la salle de rédaction. ”

Leurs expériences les ont aidés à définir des attentes raisonnables à l’égard des technologies de l’IA :

“ Notre approche est devenue plus réaliste, compte tenu de nos ressources et de l’évolution très rapide du secteur. Nous nous sommes davantage concentrés sur les technologies d’IA qui peuvent être complémentaires au travail des journalistes dans la collecte et l’agrégation de données pertinentes et les aider à identifier les tendances et à mener des analyses approfondies. ”

“ Les rédacteurs en chef qui dirigent la mise en œuvre de l’IA ont une meilleure compréhension du potentiel de l’IA et des lacunes de la technologie. Ceux qui ont une expérience pratique sont plus enthousiastes quant à l’avenir et craignent moins que l’IA ne remplace le travail des journalistes, du moins à court terme. De plus, les études de cas et les exemples de réussite facilitent l’instauration d’un climat de confiance avec les plus sceptiques. ”



L'expérience pratique des technologies d'IA dans la salle de rédaction a permis à certains de découvrir des avantages auxquels ils ne s'attendaient pas lorsqu'ils ont commencé :

“ Bien que nos outils d'IA aient d'abord été mis en œuvre pour gagner du temps et être plus efficaces, nous avons découvert que les données qu'ils recueillent sont très utiles pour comprendre le fonctionnement de la désinformation ainsi que pour d'autres utilisations dans le cadre de la recherche. ”

D'autres ont noté que davantage de départements sont désormais impliqués dans les efforts d'intégration de l'IA dans la salle de rédaction, dans le but d'adopter une approche institutionnelle de l'IA, par rapport à l'époque où les efforts d'expérimentation de l'IA étaient considérés comme le domaine des seuls experts techniques :

“ Depuis que nous avons commencé à utiliser l'IA en 2017, elle est passée de l'équipe d'ingénierie à la salle de rédaction. ”





Chapitre 3 :

Éthique et politique éditoriale

3.0 Impact de l'IA sur la qualité rédactionnelle

Les préoccupations éthiques sont au cœur du débat sur l'IA dans tous les secteurs et le journalisme ne fait pas exception, en particulier en tant que profession censée servir l'intérêt public. Plus de 60 % des répondants ont exprimé des inquiétudes quant aux implications éthiques de l'intégration de l'IA sur la **qualité éditoriale et d'autres aspects du journalisme**. Pour les journalistes, la question centrale est la suivante : comment intégrer les technologies de l'IA dans le journalisme tout en respectant les valeurs journalistiques telles que l'exactitude, l'équité, la responsabilité et la transparence ? Les exemples ci-dessous résument l'ampleur et la profondeur des préoccupations éthiques liées à l'intégration de l'IA dans la salle de rédaction :

“ L'adoption de l'IA dans le journalisme soulève des préoccupations potentielles liées à la partialité, à l'indépendance éditoriale, à la transparence, à la vérification, à l'éthique des données et au jugement humain. Il est important que les journalistes et les organismes de presse examinent attentivement ces préoccupations et prennent les mesures nécessaires pour garantir une utilisation responsable et éthique de l'IA dans leur travail éditorial, tout en respectant les principes journalistiques d'exactitude, d'équité et d'intégrité. ”

“ Défendre la confiance, l'exactitude, l'équité, la transparence et la diversité dans les contenus d'information, tout en atténuant les préjugés et en maintenant l'intégrité journalistique, est une priorité pour nous à l'ère des technologies alimentées par l'IA. ”

3.1 Biais algorithmiques

Étant donné que les systèmes d'IA reflètent les préjugés de la société, les personnes interrogées craignent que la dépendance à l'égard des technologies d'IA n'exacerbe la couverture partielle de l'actualité et la représentation erronée des groupes marginalisés :



“ Les systèmes d’IA sont formés sur de grandes quantités de données, et si les données de formation contiennent des biais, ces derniers peuvent être amplifiés dans les résultats de l’IA. Cela peut conduire à des recommandations de contenu partiales, à des perspectives faussées ou à une représentation injuste dans la couverture de l’actualité. Il est essentiel d’aborder et d’atténuer les biais algorithmiques pour garantir un journalisme équitable et inclusif. ”

“ Je ne fais pas confiance aux technologies actuelles pour inclure les points de vue des personnes qui ont tendance à être marginalisées. ”

Les biais algorithmiques constituent un problème potentiellement plus important pour les contenus rédigés dans des langues autres que l’anglais :

“ Les modèles générés par l’IA sont construits sur des bases de données qui comportent des biais, en particulier lorsqu’il s’agit de contenu en arabe, et cela se reflétera dans le contenu généré par l’IA. ”

Nous avons demandé aux répondants s’ils utilisaient des techniques de départialisation. Peu d’organisations ont fourni des exemples concrets :

“ Nous utilisons des techniques rudimentaires (c’est-à-dire non avancées) de suppression des biais pour les systèmes de recommandation et les systèmes de traitement automatique en langue naturelle (TALN) axés sur la classification. Tout d’abord, nous vérifions les types de biais de base des systèmes de recommandation et des applications de traitement du langage naturel à l’aide d’un cadre d’évaluation. Ensuite, nous atténuons les biais indésirables, par exemple en modifiant les données d’entraînement des systèmes de traitement du langage naturel ou en introduisant des règles qui annulent les résultats bruts des systèmes de recommandation. Nous ne sommes pas encore assez avancés dans nos travaux sur l’IA générative (genAI) pour savoir quels biais nous devons atténuer dans la pratique. Mais je m’attends à ce qu’il s’agisse d’une préoccupation à l’avenir et que des méthodes plus avancées soient nécessaires à cet égard. Dans l’idéal, cependant, il devrait s’agir d’un effort communautaire axé sur les grands modèles de base existants, mais cela est de plus en plus impossible, car la transparence des données et des méthodes d’apprentissage s’érode (ce qui attribue également une plus grande responsabilité aux organismes de presse qui choisissent de toute façon d’utiliser l’IA générative, c’est-à-dire des organismes comme le nôtre). ”

“ Nous avons testé une approche dans laquelle une équipe analyse les algorithmes afin d’y déceler des biais. Une autre approche intéressante consiste à confier à un comité d’éthique le soin de superviser l’ensemble du flux de travail des algorithmes, depuis leur conception jusqu’à l’annotation des données, etc. Cependant, ce type de travail demande beaucoup de ressources et il est très difficile de le mettre en œuvre correctement dans les salles de rédaction en raison de la petite taille des équipes d’intelligence artificielle concernées. ”



Les personnes interrogées sont largement d'accord sur l'importance de traiter les biais algorithmiques en établissant des techniques de débiaisage ou de départialisation, mais les réponses suggèrent que l'élaboration et la mise en œuvre de lignes directrices éthiques pour l'adoption de l'IA sont l'un des domaines les plus difficiles pour les organisations de médias, en termes de complexité et de temps :

“ Bien que je comprenne le concept de débiaisage, je ne connais même pas les étapes à suivre pour y parvenir, ni même la manière de mettre en œuvre une telle stratégie. ”

“ Je ne peux pas dire que nous l'ayons déjà fait, mais la formation aux débiaisage fait l'objet de discussions. C'est l'aspect de l'IA qui prend le plus de temps, et je crains qu'il ne soit pas considéré comme une priorité. ”

La conception de techniques de débiaisage nécessite souvent une collaboration multidisciplinaire :

“ Le journalisme devrait s'attaquer aux biais algorithmiques avec des techniques d'élimination des biais pour garantir l'équité. Les journalistes, les organismes de presse, les experts en éthique et les universitaires sont impliqués dans l'établissement de ces techniques et pratiques éthiques dans l'utilisation de l'IA dans le journalisme. ”

Plusieurs répondants ont indiqué qu'ils ne savaient pas si leur organisation en avait déployé, tandis que d'autres ont déclaré que leur utilisation était encore « trop limitée » pour qu'ils développent de telles techniques.

Il est important de garder à l'esprit que nos répondants proviennent de domaines journalistiques et techniques avec une expertise technique très variée, ce qui peut expliquer pourquoi ils n'ont pas donné beaucoup d'exemples de techniques de débiaisage.

3.2 Approches des préoccupations éthiques dans les salles de rédaction

Outre les techniques de débiaisage, les répondants ont suggéré des mesures qui permettraient d'atténuer certaines des préoccupations éthiques évoquées. Leurs réponses étaient principalement axées sur la transparence, compte tenu de la nature de « boîte noire » des systèmes d'IA et de la nécessité de maintenir les rôles joués par les humains lorsque les technologies d'IA font partie d'un processus :

“ La nature automatisée des algorithmes d'IA soulève des questions sur la transparence, l'exactitude et les biais potentiels. Le public peut douter de l'authenticité d'une information lorsqu'il sait qu'elle est générée par l'IA. ”





“ Les systèmes d’IA fonctionnent souvent comme des boîtes noires, ce qui fait qu’il est difficile de comprendre comment ils prennent des décisions ou pourquoi un contenu spécifique est recommandé. ”

Ils ont appelé à la transparence de la part des concepteurs des systèmes d’IA ainsi que de la part de ceux qui appliquent les systèmes, tels que les salles de presse. Ils ont fait valoir que le public devrait être informé de l’utilisation de systèmes d’IA pour la création de contenu ou d’autres tâches :

“ Nous devons comprendre comment fonctionne l’algorithme pour pouvoir lui faire confiance. Les régimes sont parfois étroitement liés aux entreprises technologiques. Nous avons donc besoin d’une IA transparente. ”

“ Comment l’IA sait-elle ce qu’elle sait ? Nous devons faire preuve de scepticisme à l’égard de ces systèmes et être aussi transparents que possible avec les rédacteurs en chef et les lecteurs lorsque nous les utilisons. ”

Il est important de noter qu’aujourd’hui, il est pratiquement impossible d’exercer des fonctions journalistiques sans utiliser les technologies de l’IA d’une manière ou d’une autre, aussi minime soit-elle. Il n’est donc pas évident de savoir où se situe la limite entre un processus de production assisté par l’IA qui doit être divulgué et un autre qui ne doit pas l’être. La plupart de nos répondants semblaient considérer l’utilisation explicite de l’IA dans la production de contenu, c’est-à-dire l’utilisation de ChatGPT ou d’autres technologies d’IA générative pour résumer ou rédiger des articles, comme des domaines où la divulgation est nécessaire.

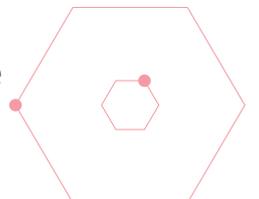
L’accent mis sur la nécessité de « l’humain dans l’approche en boucle » n’a pas beaucoup changé depuis notre enquête de 2019. Les salles de rédaction continuent de considérer l’intervention humaine comme cruciale pour atténuer les préjudices potentiels tels que la partialité et l’inexactitude des systèmes d’IA :

“ Quel que soit le niveau d’avancement de l’IA, les critères humains seront toujours essentiels dans l’ensemble du processus de vérification des faits. ”

“ L’intervention constante et obligatoire du facteur humain dans l’intégration de l’IA est nécessaire. ”

La contextualisation est essentielle dans le journalisme et les systèmes d’IA ne peuvent pas (encore) la réaliser :

“ Le contexte et l’interprétation sont essentiels dans notre secteur, et c’est quelque chose que les technologies de l’IA auront du mal à reproduire. Nous ne pouvons pas laisser penser à nos publics que nous avons externalisé cette fonction essentielle au profit de la technologie. ”





La manière dont les valeurs « humaines » peuvent être intégrées à l'IA n'est pas toujours claire, ce qui explique pourquoi il est difficile d'élaborer et de mettre en œuvre des lignes directrices éthiques et des techniques de neutralisation des biais. L'alignement des mesures sur les valeurs humaines peut s'avérer complexe, comme l'a indiqué une personne interrogée :

“ ... La plupart des procédures d'alignement nécessitent la traduction des valeurs en mesures qui peuvent être opérationnalisées dans le cadre de la science des données ou de l'apprentissage automatique et quelque chose pourrait être perdu dans la traduction ici, même lorsque nous essayons d'intégrer les valeurs dans nos systèmes d'IA. ”

Certains répondants ont suggéré de ne pas recourir à l'IA pour les tâches éditoriales pour le moment :

“ Pour l'instant, nous pensons qu'il est préférable de laisser l'IA en dehors des rôles éditoriaux directs, de quelque manière que ce soit. Les décisions éditoriales sont fondées non seulement sur l'éthique, mais aussi sur une série de facteurs tels que les situations en temps réel, qui peuvent changer à tout moment. Nous pensons que l'IA n'est pas encore équipée pour prendre des décisions, mais nous pensons que dans les jours à venir, l'IA pourrait aider la rédaction à élaborer des stratégies liées à la distribution du flux de travail. ”

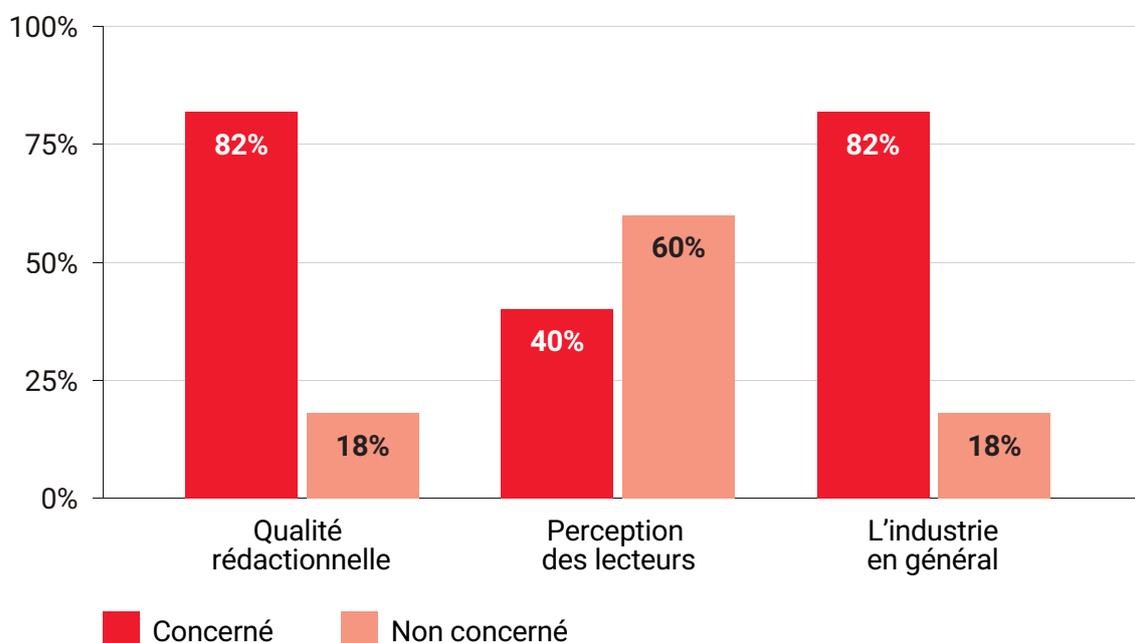
“ Je pense que l'IA dans le journalisme devrait se concentrer sur la vérification des faits, l'analyse des données et la distribution du contenu, et non sur des domaines qui réduiront le rôle de l'homme dans le domaine du journalisme. ”

Les implications éthiques de l'utilisation des technologies d'IA générative sont abordées au chapitre 5.

3.3 Implications éthiques pour le journalisme en général

Nous voulions savoir si nos répondants pensaient que les technologies d'IA modifiaient la perception du journalisme du public et s'il y avait d'autres implications pour le journalisme en tant que secteur. Leurs réponses s'articulent autour de deux préoccupations interdépendantes : La crainte que les technologies d'IA ne commercialisent davantage l'industrie du journalisme, ce qui conduirait probablement à la deuxième préoccupation, à savoir un déclin de la confiance du public dans le journalisme.

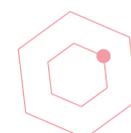
Les inquiétudes des salles de presse face aux implications éthiques de l'IA



Les personnes interrogées craignent que les technologies de l'IA ne renforcent les pressions concurrentielles sur les salles de presse, entraînant la production massive d'un journalisme de mauvaise qualité. Voici quelques exemples tirés de l'enquête :

“ Je pense que cela va donner lieu à un grand nombre d'appâts à clics produits en masse, car les organismes de presse se font concurrence pour obtenir des clics. Nous ne participerons pas à cette course. La plupart des gens ont déjà une très mauvaise opinion du journalisme, et il est peu probable que cette technologie change quoi que ce soit. ”

“ Si les journalistes s'appuient sur l'IA pour créer du contenu de la même manière que les influenceurs, cela constituera une énorme menace pour le secteur. Il doit y avoir des règles et des limites. ”





“ Si le secteur cherche uniquement à maximiser ses revenus, cela pourrait avoir un impact négatif sur les normes éditoriales et l'éthique en général. ”

Selon certaines personnes interrogées, le risque de désenchantement du public survient à un moment où la confiance du public dans le journalisme semble généralement s'éroder :

“ Je crains que le public n'ait déjà moins confiance dans les médias et ne soit moins friand d'informations. Je ne sais pas exactement quelle est l'attitude du public à l'égard de l'IA, mais s'il est largement sceptique, je crains que cela n'ait des conséquences négatives pour les salles de rédaction qui utilisent l'IA dans leur travail. ”

“ Je m'inquiète de la réaction des lecteurs s'ils apprennent qu'un article paru dans un journal ou sur un site web a été écrit par un robot. Je m'inquiète du manque de confiance envers les machines et de l'absence apparente d'une touche humaine dans la collecte, la rédaction, le rassemblement et la distribution des informations. ”

3.4 Le rôle des entreprises technologiques

La recherche et le développement dans les entreprises technologiques stimulent l'innovation dans le domaine de l'IA et d'autres technologies. Avec l'émergence des technologies d'IA générative (genAI) qui utilisent de grands modèles de langage (GML) comme ChatGPT et Dall-E d'OpenAI et Bard de Google, une pléthore d'outils dépendants a été créée et est accessible au public. Ces outils peuvent automatiser un grand nombre de tâches dans presque tous les secteurs, ce qui présente un grand potentiel d'amélioration de l'efficacité et de la productivité. Les possibilités qu'ils offrent au journalisme sont encore à l'étude, mais elles pourraient être transformatrices. En fin de compte, la création de contenu est le gagne-pain du journalisme. La relation entre les entreprises technologiques et les journalistes est de plus en plus importante.

De nombreux répondants ont reconnu que les entreprises technologiques favorisent l'innovation et développent des outils utiles :

“ Les entreprises technologiques sont à l'avant-garde de la recherche et du développement en matière d'IA, stimulant l'innovation et repoussant les limites de ce que l'IA peut réaliser. Cela permet d'automatiser les processus, d'améliorer l'efficacité et de résoudre des problèmes complexes. ”



Ils ont également exprimé leur inquiétude quant à l'aspect économique qui sous-tend ces innovations et à la concentration du pouvoir dont jouissent les entreprises technologiques.

“ Les informations existantes sont déjà biaisées et reflètent le monde patriarcal et eurocentrique dans lequel nous vivons. Je pense que l'IA ne fera qu'exacerber ce phénomène, notamment parce que le monde de la technologie qui produit ces technologies a également tendance à être hégémonique et motivé par le profit plus qu'autre chose. ”

De nombreuses personnes interrogées ont demandé aux entreprises technologiques plus de transparence sur les données utilisées et la manière dont les systèmes sont conçus. Ils espèrent que les entreprises technologiques joueront un rôle plus proactif dans la formation des journalistes aux outils d'IA et qu'elles collaboreront avec la société civile, les médias et les gouvernements pour veiller à ce que les innovations techniques soient alignées sur les valeurs humanistes.

Plusieurs répondants ont apprécié l'accessibilité et le caractère abordable de certains outils qu'ils fournissent. Les répondants ont aussi exprimé leurs préoccupations quant à l'éthique du développement technologique. Ils ont mentionné les biais algorithmiques créés par les systèmes d'IA à boîte noire, les préoccupations en matière de protection de la vie privée et les questions de responsabilité :

“ Ils risquent également de négliger les questions éthiques et les impacts sociaux, tels que la protection de la vie privée, l'équité, la responsabilité et la transparence, dans leur quête d'avantages concurrentiels et économiques. ”

“ Les entreprises technologiques collectent et analysent souvent des quantités massives de données d'utilisateurs pour former leurs systèmes d'IA. ”

Certains ont souligné que la technologie progresse à un rythme rapide que le journalisme ne peut pas suivre :

“ L'urgence, l'empressement et la rapidité avec lesquels ils veulent que ces progrès soient adoptés, dans de nombreux secteurs et à tous les niveaux, sont des éléments négatifs. Le combat sur le marché/commercial finit par affecter tout le monde. ”



D'autres personnes interrogées craignent que les innovations technologiques ne créent une dépendance à l'égard des technologies qui deviennent des normes industrielles que les salles de presse sont obligées d'adopter :

“ Le pire problème est le monopole, l'absence de contrôle, les boîtes noires et le fait qu'ils développent des outils et des technologies qu'ils veulent que nous utilisions sans d'abord nous demander si nous les voulons ou comment nous les voulons. ”

“ Elles peuvent imposer une dépendance à l'égard de l'information, comme nous l'avons vu avec d'autres vagues de nouvelles technologies. Elles peuvent devenir des gardiens avec une vision du monde que les utilisateurs de leurs technologies doivent adapter (un exemple est le contrôle des biais qu'OpenAI a mis en place dans les modèles GPT qui sont alignés avec leurs valeurs commerciales et un certain ensemble de valeurs américaines). ”

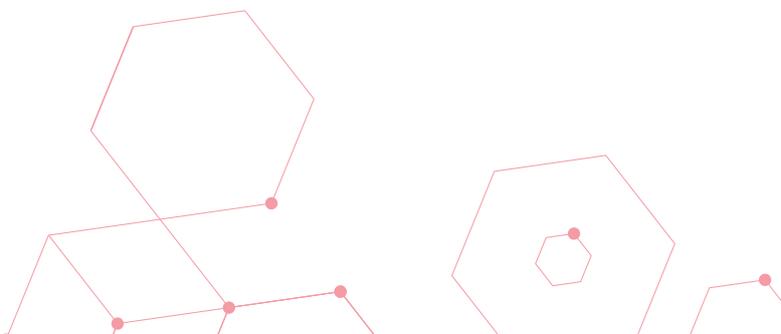
Compte tenu de ces critiques, de nombreux répondants ont demandé aux entreprises technologiques de faire preuve de plus de transparence en ce qui concerne les systèmes d'IA qu'elles développent et les données qu'elles utilisent :

“ J'aimerais que les entreprises technologiques soient plus transparentes dans la communication au public de l'utilisation qu'elles font de leurs systèmes. Les gens ont le droit de savoir et de comprendre à quoi ils sont soumis lorsqu'ils utilisent ces plateformes. ”

“ Les robots de l'IA devraient développer des processus de partage de crédit éthiques. ”

Ils espèrent également que les entreprises technologiques formeront davantage les journalistes aux outils d'intelligence artificielle susceptibles d'améliorer leur travail, en particulier dans les petites salles de rédaction et les organisations situées dans des régions moins bien dotées en ressources :

“ J'aimerais les voir collaborer avec de petites agences de presse comme la nôtre. Nous avons besoin que les entreprises technologiques proposent des formations approfondies et gratuites aux journalistes communautaires. La plupart du temps, les organisations de médias communautaires ne disposent pas des ressources et du financement nécessaires pour proposer des programmes de formation à l'IA pertinents. ”





Ils ont également appelé les entreprises technologiques à collaborer davantage avec les journalistes, la société civile et les gouvernements afin de s'assurer que les technologies qu'elles développent sont conformes aux valeurs humanistes :

“ J'aimerais les voir adopter une approche plus responsable et collaborative de l'IA, en dialoguant avec les parties prenantes et les régulateurs, et en veillant à ce que leurs produits et services soient alignés sur les valeurs et les droits de l'homme. ”

“ J'aimerais également qu'ils aient une conversation avisée avec des journalistes du monde entier, même sur des marchés qui ne les intéressent pas et surtout là où les lacunes en matière d'information affectent les plus vulnérables. ”

D'autres personnes interrogées ont souligné les possibilités qu'ont les entreprises technologiques de tirer parti de l'IA pour le « bien social » :

“ Les entreprises technologiques ont la possibilité de mettre l'IA au service du bien commun, par exemple en améliorant les soins de santé, en luttant contre le changement climatique et en contribuant à la réponse aux catastrophes. Elles peuvent également contribuer à réduire la fracture numérique en rendant l'IA plus accessible et plus inclusive. ”

3.5 Le rôle des universités et des sociétés intermédiaires

Environ 90 % des personnes interrogées se félicitent du rôle plus important joué par les universités, les écoles de journalisme et d'autres entreprises intermédiaires dans l'adoption de l'IA dans les salles de rédaction par le biais de la recherche, de la formation et de la collaboration :

“ Les universités, les entreprises intermédiaires, les écoles de journalisme et les instituts de recherche peuvent contribuer à l'adoption de l'IA dans les salles de rédaction par le biais de la recherche et du développement, de l'éducation et de la formation, de solutions intermédiaires et de partenariats collaboratifs. Ils peuvent mener des recherches, proposer des programmes de formation, offrir des solutions personnalisées et collaborer avec les salles de rédaction pour accélérer l'adoption de l'IA dans le journalisme, façonnant ainsi l'avenir du secteur à l'ère de l'IA. ”



Certains ont expliqué que le monde universitaire peut jouer un rôle important dans l'examen critique de l'IA, qui fait cruellement défaut, et dans la résolution de la question éthique :

“ Ils doivent faire davantage de recherches sur la manière dont l'IA peut être utilisée plus efficacement dans le journalisme d'intérêt public et élaborer un guide sur la manière d'utiliser l'IA. ”

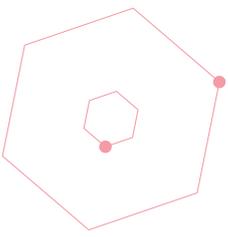
“ Je pense que les écoles et les universités peuvent servir de catalyseurs clés pour l'adoption de l'IA dans les salles de rédaction en fournissant une éducation, une recherche, une orientation éthique et en encourageant les compétences de pensée critique. ”

Tout en reconnaissant le rôle plus important joué par les institutions universitaires et autres dans l'adoption de l'IA, les répondants de diverses régions ont déclaré que les programmes d'études en journalisme n'ont pas évolué de manière efficace pour refléter les développements technologiques importants qui ont eu un impact considérable sur le journalisme, à savoir la numérisation et l'émergence du journalisme de données :

“ D'après notre expérience, les écoles de journalisme de la région MENA ne sont pas en mesure de faire face aux changements numériques (avant même de parler de l'IA). Les programmes de la plupart des écoles ne permettent pas aux journalistes d'acquérir les connaissances et les compétences nécessaires à l'utilisation des outils numériques pour la vérification des faits, le journalisme de données, la sécurité numérique, etc. ”

ARIJ (MENA).





“ Les universités, en particulier les écoles de journalisme, doivent commencer à intégrer les enseignements de l'IA dans leurs cours beaucoup plus tôt. La plupart des diplômés en journalisme que je vois arriver dans nos salles de rédaction ont très peu de connaissances, à moins qu'ils ne soient eux-mêmes naturellement curieux. ”

Salle de presse basée en Afrique du Sud.

“ Les écoles de journalisme devraient être au cœur de la formation d'une nouvelle génération de journalistes spécialisés dans la technologie et l'IA (même si la plupart des écoles de journalisme sont massivement à la traîne, ce qui constitue un réel danger pour l'adoption efficace et responsable de l'IA par les éditeurs traditionnels). ”

Ekstra Bladet (Danemark)





Chapitre 4 :

L'avenir de l'IA et du journalisme

4.0 Où va-t-on ?

La grande majorité des personnes interrogées, soit environ 80 %, s'attendent à une plus grande utilisation de l'IA dans leurs salles de rédaction. Quatre domaines principaux d'intégration future de l'IA ont été mentionnés :

- 1 **Vérification des faits et analyse de la désinformation**
- 2 **Personnalisation et automatisation du contenu**
- 3 **Synthèse et génération de textes**
- 4 **Utilisation des chatbots pour mener des entretiens préliminaires et sonder l'opinion du public sur des questions.**

- 1 **Vérification des faits et analyse de la désinformation** : De nombreux répondants ont souligné l'importance de l'IA dans la lutte contre la désinformation et la polarisation. Ils ont mentionné l'utilisation de protocoles d'IA pour améliorer les processus de vérification des faits, analyser les faux discours, identifier les discours haineux et surveiller la désinformation sur les plateformes de réseaux sociaux :

“ Nous sommes en train de repenser nos programmes et méthodologies de surveillance des médias et des réseaux sociaux pour nous appuyer davantage sur les outils d'automatisation de l'IA et pour intégrer l'analyse du rôle des algorithmes dans la désinformation et les discours de haine. ”

“ Nous passons beaucoup de temps à rechercher des faits admissibles qu'il s'agisse de messages sur les réseaux sociaux sur diverses plateformes, de discours, d'interviews, de reportages, etc. Je pense que d'ici deux à cinq ans, mon organisation pourrait introduire davantage de technologies alimentées par l'IA pour surveiller la désinformation. ”

- 2 **Personnalisation et automatisation du contenu** : Plusieurs répondants ont mentionné le potentiel de l'IA pour personnaliser le contenu des actualités et optimiser la distribution. Il s'agit notamment de personnaliser le flux pour les lecteurs, de mettre en œuvre des fonctionnalités d'IA dans la distribution du contenu et d'utiliser l'apprentissage automatique pour des murs payants personnalisés. L'objectif est d'améliorer l'expérience de l'utilisateur et de fournir un contenu sur mesure :



“ La personnalisation et l’automatisation font partie du courant principal de la maison. Nous travaillons déjà sur ce sujet et l’avons déployé sur certains de nos sites plus petits, mais nous ne sommes pas encore prêts à le déployer sur un site de notre taille. Cependant, nous espérons pouvoir mettre en place quelque chose dans les prochaines années. ”

“ Nous explorons les technologies basées sur l’IA, y compris les chatbots comme ChatGPT, afin d’améliorer les opérations de la salle de rédaction et de dialoguer avec le public par le biais de mises à jour personnalisées sur les plateformes de messagerie. ”

3 Synthèse et génération de textes : Les technologies alimentées par l’IA pour le résumé et la génération de textes ont été mentionnées comme des outils précieux pour les salles de presse. Il s’agit notamment d’utiliser des modèles de langage génératifs pour produire des résumés, des titres et des messages de promotion pour les articles. Voici quelques exemples tirés de l’enquête :

“ Nous espérons créer un service utilisant GPT-4 pour « consommer » les annonces boursières et en tirer des projets d’articles faciles à comprendre. En formant le modèle avec nos commentaires, nous pourrions l’améliorer et lui apprendre à nous dire ce qui est important et ce qui ne l’est pas, espérons-le. Pour l’instant, il s’agit d’une phase d’expérimentation, mais nous espérons disposer d’un prototype d’ici l’été et le développer par la suite. ”

“ Nous utiliserons des GLM génératifs pour des tâches de résumé (par exemple, la proposition de titres ou de messages de promotion). ”

“ Nous expérimentons l’utilisation de chatbots pour la génération de titres et de résumé. ”

“ Nous espérons intégrer des outils d’IA dans la salle de rédaction afin de faciliter les tâches d’édition les plus complexes, telles que la suggestion de titres et la création de plusieurs versions d’articles. Nous explorons également de nouveaux types de produits et de formes d’information. ”

4 Utiliser les chatbots pour mener des entretiens préliminaires et sonder l’opinion du public sur des questions : Certains répondants ont exprimé leur intérêt pour l’utilisation de chatbots afin de mener des entretiens préliminaires et de sonder l’opinion du public sur des questions spécifiques, permettant ainsi aux journalistes d’identifier les cas intéressants pour des enquêtes plus approfondies et des entretiens approfondis :

“ Je prévois l’application d’un plus grand nombre de technologies basées sur l’IA dans notre salle de rédaction. Par exemple, un chatbot qui explique nos produits/emballages à nos lecteurs et aussi un chatbot qui peut aider la salle de rédaction à surveiller les plateformes de réseaux sociaux et à nous envoyer des alertes lorsque des sources, des personnalités ou des organisations clés publient des messages sur leurs réseaux sociaux comme Twitter, Instagram ou Facebook. ”



“ Je pense que l'utilisation de chatbots pour réaliser des entretiens est quelque chose que nous pourrions utiliser dans le cadre de certains projets. S'il s'agit d'une question spécifique qui touche de nombreuses personnes, un chatbot pourrait réaliser des entretiens rudimentaires pour avoir une idée générale de ce que les gens disent et, à partir de ces entretiens de base, les cas les plus intéressants pourraient faire l'objet d'une interview par un journaliste. ”

Les outils d'IA pour la surveillance des réseaux sociaux, l'édition de contenu, la vérification des informations et la traduction ont également été mentionnés comme des domaines d'intérêt. Ces outils permettraient de surveiller les plateformes de réseaux sociaux, de rassembler des contenus pertinents, de vérifier les informations et de traduire les contenus dans différentes langues. L'objectif est d'améliorer la production d'informations, la qualité du contenu et l'implication du public.

D'autres, en particulier les petites rédactions, évaluent leur utilisation de l'IA et s'efforcent d'aligner leur stratégie future sur les ressources dont elles disposent :

“ Pour nous, il est maintenant très important d'évaluer ce que nous avons fait jusqu'à présent et de repenser ce dans quoi nous pouvons investir de manière réaliste en termes de ressources humaines, de ressources financières et de technologie. Les technologies basées sur l'IA évoluent plus rapidement que les capacités des petites salles de rédaction et des organisations. Nous menons actuellement une discussion interne afin d'élaborer une stratégie pour les prochaines étapes en termes d'activités liées à l'IA, à la fois dans nos salles de rédaction et dans les programmes de formation et de soutien pour les autres petits médias indépendants de la région. ”

4.1 Le besoin d'éducation et de formation

Le premier rapport produit en 2019 décrivait les difficultés rencontrées par les salles de presse dans le développement d'une culture de l'IA dans l'ensemble de l'organisation. Il s'agit toujours d'un objectif pour les rédactions moins bien dotées en ressources et celles qui en sont au début de leur parcours en matière d'IA. Près de 43 % des réponses soulignent l'importance de former les journalistes et les autres membres du personnel aux compétences et aux technologies de l'IA :

“ Nous souhaitons diffuser largement la culture de l'IA au sein de notre communauté de journalistes et de vérificateurs de faits. ”

“ Nous allons investir dans une formation de base pour tous les membres de mon organisation, en mettant l'accent sur le fonctionnement de l'IA et des données pour les outils d'IA. ”



Les discussions de cette année sur la formation se sont davantage concentrées sur des compétences spécifiques et naissantes telles que la rédactique, les technologies avancées telles que les grands modèles linguistiques (GLM), et la formation pluridisciplinaire dans différents départements afin d'améliorer l'interopérabilité :

“ Nous formerons les journalistes à de nouvelles compétences telles que la rédactique et les grands modèles de langage, nous créerons des ateliers où ils pourront utiliser les nouvelles avancées de l'IA. ”

Les personnes interrogées ont souligné la nécessité d'une approche holistique de la formation à l'IA qui va au-delà des compétences techniques, en insistant sur la nécessité d'une collaboration interdépartementale afin que les différentes fonctions soient mieux synchronisées :

“ Je consacrerai des ressources à la collaboration interdépartementale en matière d'innovation. J'offrirai des cours d'IA appliquée à tous les employés (journalistes et développeurs) intéressés. Je mettrai en place des équipes de science des données bien financées dans les salles de rédaction avec une unité dédiée à l'alignement des valeurs, car l'absence d'alignement avec les valeurs éditoriales est intrinsèquement mauvaise et entraînera le freinage (à juste titre) avant que les prototypes d'IA ne soient employés à une échelle réelle dans la plupart des salles de rédaction traditionnelles. ”

“ Nous mettons en œuvre des initiatives visant à promouvoir l'interopérabilité entre les départements afin de partager les processus et les informations. Par la suite, un plan de formation est envisagé pour aider à combler les lacunes techniques. ”

“ ... Je supprimerais la plupart des obstacles afin que les journalistes, les développeurs, les scientifiques des données, etc. travaillent plus étroitement ensemble. ”

Environ un quart des répondants ont souligné la nécessité d'embaucher des spécialistes de l'IA, des experts en science des données et des développeurs ayant une expertise dans les technologies de l'IA. Ces experts combleraient le fossé entre le journalisme et la technologie, en travaillant en étroite collaboration avec les journalistes pour intégrer les outils d'IA dans les processus de la salle de rédaction. Voici quelques exemples tirés de notre enquête :

“ Embaucher un responsable de l'IA qui comprend à la fois les aspects éditoriaux et techniques. ”

“ Embaucher des experts en science des données et des développeurs. ”

“ Recruter davantage de diplômés en technologies de l'information. ”

“ Embaucher davantage d'ingénieurs ayant de l'expérience dans la création d'outils d'IA et de chefs de projet. ”



La grande majorité des réponses, plus de 90 %, soulignent la nécessité d'une formation dans une variété d'aptitudes et de compétences :

“ Nous cherchons à former au journalisme assisté par l'IA des compétences telles que la maîtrise des données, la maîtrise de l'IA, la narration numérique et les considérations éthiques. Cela comprend des compétences en matière de collecte, d'analyse et de visualisation des données, de compréhension des principes de l'IA et de leurs implications éthiques, de rédaction à l'aide de l'IA et de rédaction de rapports responsables à l'aide de contenus générés par l'IA. ”

“ Il est urgent de développer une culture de l'IA. Chaque membre de notre salle de rédaction devrait avoir au moins une compréhension de base de la manière dont les systèmes d'IA sont créés et fonctionnent, dans la mesure où ils sont pertinents pour notre domaine d'activité. Ils devraient également connaître les implications juridiques, éthiques et commerciales. ”

Certains ont souligné que le type de formation nécessaire dépendait de la fonction :

“ Par exemple, un chef de produit pourrait avoir besoin d'une formation sur la manière d'améliorer l'expérience des lecteurs sur le site, tandis que celui qui lance des informations pourrait avoir besoin d'une formation sur la manière d'utiliser l'IA pour mieux produire des articles, des vidéos, des podcasts et d'autres projets multimédias. ”

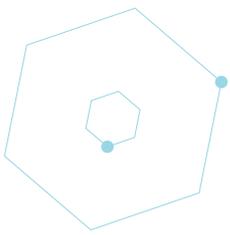
4.2 Collaboration au sein de la salle de presse

Près de la moitié des personnes interrogées pensent qu'il n'y a pas assez de collaboration entre les salles de rédaction et d'autres entités, telles que les institutions universitaires, les organisations de développement des médias et les entreprises technologiques, en raison de plusieurs défis, tels que la concurrence entre les salles de rédaction et les priorités concurrentes au sein de la salle de rédaction :

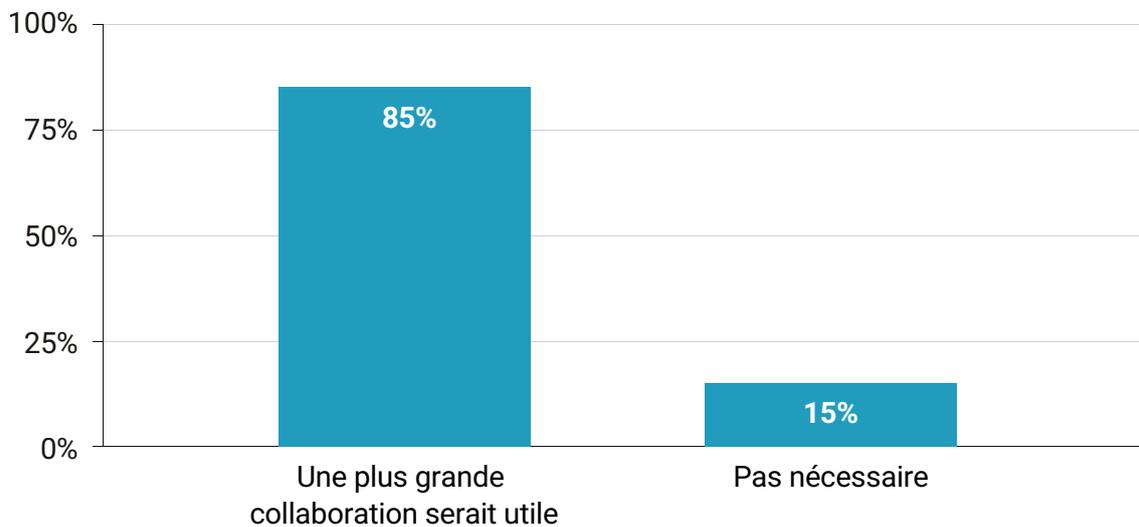
“ Je pense que la collaboration est toujours agréable, mais la plupart des organisations sont actuellement occupées à essayer de se retrouver dans le tourbillon de la transformation numérique, trop de collaboration et de discussions sur ce que l'on fait peuvent également entraver les progrès réels. ”

“ La concurrence entre les rédactions sera un défi pour la [collaboration]. ”

Comme nous l'avons vu au chapitre 3, une grande majorité (85 %) est favorable à une plus grande collaboration entre les salles de presse et les autres organisations médiatiques et institutions universitaires, car cela peut contribuer à réduire les disparités entre les petites salles de presse et les grandes :



Que pensent les salles de presse d'une plus grande collaboration entre elles en matière d'IA ?



“ Davantage d'échanges entre les grandes salles de rédaction et les petites salles de rédaction peuvent permettre de combler les lacunes en matière de connaissances et de ressources. ”

De même, les personnes interrogées ont souligné le potentiel de collaboration entre les salles de presse des pays du Sud et celles des pays du Nord, afin de favoriser l'adoption de l'IA au niveau mondial et de combler le fossé en la matière. (Plus d'informations à ce sujet au chapitre 6)

4.3 Comment l'IA va-t-elle changer le journalisme ?

Comme nous l'avons indiqué dans ce rapport, les répondants ont reconnu le potentiel de transformation de l'IA pour automatiser les tâches, personnaliser le contenu, améliorer la productivité et renforcer l'implication du public :

“ L'IA transformera l'industrie de l'information grâce à l'augmentation des produits personnalisés, à la génération d'informations multimédias, à l'intensification des fonctions de vérification et à l'augmentation de la productivité. Cependant, les petites organisations médiatiques qui ne seront pas en mesure de faire face à cette transformation ne pourront pas se maintenir. ”

Ils ont évoqué leurs préoccupations éthiques, comme nous l'avons montré au chapitre 2, ainsi que la manière dont l'IA pourrait avoir un impact sur la viabilité des médias. De nombreuses personnes interrogées ont dit craindre que l'IA n'exacerbe les problèmes de viabilité auxquels sont confrontées les rédactions moins bien dotées en ressources, qui sont encore en train de trouver leurs marques dans un monde hautement numérisé et dans une industrie de plus en plus alimentée par l'IA :



“ L’IA pourrait permettre aux plus petites salles de rédaction d’expérimenter et d’aller plus loin que ce qui était possible jusqu’à présent. L’IA pourrait également aider les grandes rédactions à devenir plus grandes et plus fortes, en éliminant les petits. ”

“ L’IA pourrait devenir un carrefour et un obstacle insurmontable pour les organismes de presse qui ne réalisent pas que l’IA n’est qu’un nouvel aspect de la progression constante de la transformation numérique... certains organismes de presse ont été très lents à numériser leurs modèles économiques (ou n’ont même pas réussi à le faire), le prochain choc est maintenant juste au coin de la rue. ”

Plusieurs rédactions s’attendent à ce que l’IA les rende plus « légères », étant donné qu’un nombre croissant de tâches sont automatisées :

“ Cela peut entraîner des pertes d’emplois, car le travail est actuellement effectué par cinq personnes, par exemple, alors qu’il n’en faut qu’une seule. ”

“ Si les machines peuvent écrire des articles, les éditer et les distribuer, il s’ensuit que les rédactions doivent être plus légères. ”

D’autres ont déclaré que l’IA ne « remplacera pas les emplois ». L’IA va plutôt redéfinir le rôle des journalistes ; « gérer l’IA... exige de nouvelles compétences et de nouvelles fonctions ».

Un autre répondant a déclaré :

“ Nous pensons que l’IA n’est pas une menace pour l’emploi. Mais les personnes qui apprennent à utiliser efficacement l’IA pour tirer parti de leur travail seront en demande, et bientôt de nombreuses fonctions attendront des personnes qu’elles soient capables d’utiliser ces outils. ”

La nécessité d’un équilibre entre la technologie et le journalisme, un thème qui a émergé dans notre enquête de 2019, reste impérative pour un avenir où les technologies de l’IA sont mises au service du journalisme et de sa mission :

“ Cela impliquera de repenser l’ensemble du flux de travail et, au moins pendant la phase d’adoption, un travail supplémentaire pour s’adapter à cette nouvelle approche. Il y aura plus de collaboration et d’intersection entre les aspects journalistiques et techniques. ”

D’autres craignent que le recours aux technologies de l’IA ne porte atteinte aux valeurs journalistiques, par exemple en favorisant les contenus polarisants. Cela réduirait à son tour la confiance du public dans le journalisme, dont beaucoup pensent qu’elle est en déclin, comme nous l’avons vu précédemment :





“ Cela peut faciliter la tâche de certaines rédactions, mais cela peut aussi menacer les valeurs fondamentales du journalisme et avoir un impact négatif sur l’industrie de l’information. Cela peut rendre notre travail plus efficace, mais moins fiable s’il est mal utilisé. ”

“ Pour l’instant, je suis trop pessimiste, car trop de médias oublient que l’intérêt du public et le voyeurisme ne sont pas la même chose. ”

“ Je pense que cela va changer ce que nous considérons comme des informations. Malheureusement, cela pourrait créer un plus grand pivot vers des commentaires politiques et sociaux tendancieux, car les humains ressentent le besoin de se différencier. ”

La manière dont les organisations sont affectées par l’IA dépend de divers facteurs, notamment la taille, la région et l’accès aux ressources :

“ Selon leur taille, leurs ressources, leur audience et leurs objectifs, les différents types d’organismes de presse peuvent être confrontés à des opportunités et à des menaces différentes liées à l’IA. L’IA ne fera pas exploser l’organisation classique, mais elle exigera des professionnels de l’information et des parties prenantes qu’ils s’adaptent et innovent. ”



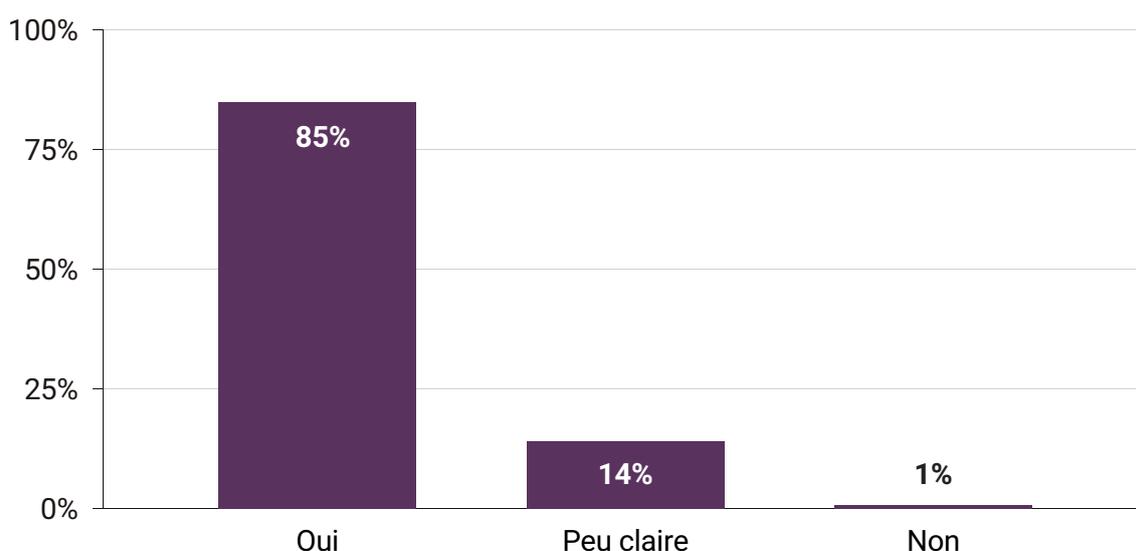


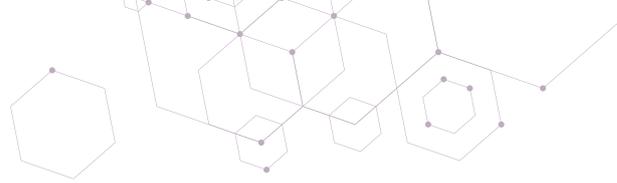
Chapitre 5 : L'IA générative et le journalisme

5.0 Cas d'utilisation actuels

L'IA générative (genAI) a été facilitée par des avancées technologiques telles que la création de grands modèles de langage (GML), l'augmentation de l'espace des serveurs et de la puissance de traitement produisant des programmes qui ont une capacité d'apprentissage accélérée pour traiter le « langage » sous forme de texte, d'audio et d'images.¹⁷ Ils ne sont pas « sensibles » ou « intelligents » à proprement parler, mais ils donnent l'impression d'être intelligents. Ils sont parfois inexacts et inventent même des faits (« hallucinations ») parce qu'ils sont des machines à langage et non des machines à « vérité ». Ils peuvent accélérer ou amplifier les capacités existantes de l'IA et, grâce à des messages-guides ou à des adaptations, fournir de nouveaux outils et services. Il existe des continuités avec l'IA « traditionnelle », mais elles représentent également une nouvelle phase, quelque peu imprévisible, pour les organismes de presse. De manière générale, nos répondants ont décrit leur utilisation de l'IA générative comme un processus expérimental, ce qui est compréhensible.

Utilisation des technologies d'IA générative dans les salles de rédaction





La grande majorité des répondants, environ 85 % au moins, ont utilisé les technologies de l'IA générative à des niveaux divers et de différentes manières, comme vous le verrez dans les réponses ci-dessous. Certains exemples incluent l'écriture de code, la génération d'images et la rédaction de résumés. D'autres sont davantage axés sur des projets et, à l'extrémité du spectre, certaines rédactions ont déclaré qu'elles utilisaient déjà régulièrement les technologies de l'IA générative :

“ Je les ai utilisés pour écrire des courriels, obtenir des extraits de code et reformuler une phrase qui ne me semblait pas correcte. ”

“ Nous avons expérimenté le traitement automatique en langage naturel, le ChatGPT d'Open AI. Nous l'utilisons pour générer du contenu que nous utilisons pour développer des infographies pour nos réseaux sociaux. ”

Certains répondants ont pris soin d'indiquer que leur utilisation des technologies de l'IA générative n'incluait pas la génération de contenu, ce qui reflète une certaine appréhension à utiliser les technologies de l'IA générative dans des tâches éditoriales :

“ Nous l'utilisons, mais pas pour générer du contenu. Nous avons utilisé ChatGPT pour analyser de grandes quantités de données. Les graphistes ont essayé des outils comme DALL-E comme référence/source d'inspiration dans le processus de remue-méninges. ”

Certains ont mentionné des projets spécifiques sur lesquels leur organisation travaille et qui utilisent les technologies de l'IA générative :

“ Nous travaillons sur une série de techniques GPT-3/4 pour l'extraction de données et le développement de codes. ”

“ Nous avons créé un présentateur et son programme à 100 % grâce à l'intelligence artificielle générative, l'image, son apparence, ce qu'il dit, la voix... tout est de l'IA, mais supervisé. ”

Plusieurs personnes interrogées ont déclaré qu'elles utilisaient désormais régulièrement les technologies de l'IA générative dans leurs salles de rédaction, de diverses manières, telles que la suggestion de titres, l'optimisation des moteurs de recherche et la production de résumés :

“ Nous encourageons tout le monde à les essayer. Par exemple, notre équipe chargée des réseaux sociaux utilise ChatGPT pour résumer des articles. Notre équipe chargée des bulletins d'information crée des infobox à utiliser dans les lettres d'information, etc. ”

“ Nous les utilisons quotidiennement pour diverses tâches, telles que le résumé d'articles, l'évaluation de la qualité du contenu, l'optimisation pour les moteurs de recherche et la création de textes. ”





“ Nous utilisons Bing Co-Pilot pour suggérer des titres et des sous-titres pour des sujets, rassembler des informations de fond et générer des images uniques pour un article. ”

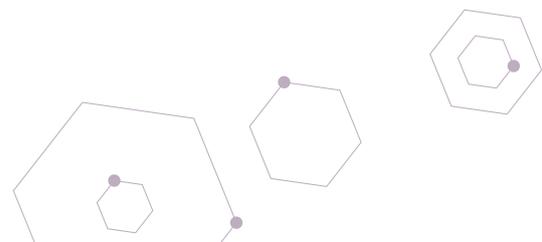
L'utilisation de l'IA générative par les salles de presse dépend de leur mission, de leur taille, de leur expérience et de nombreux autres facteurs. Contrairement aux exemples que nous venons de mentionner, les organisations de développement des médias de la région MENA utilisent le ChatGPT non pas dans le but d'intégrer l'IA dans leur travail. Elles l'utilisent plutôt dans le cadre d'une formation à l'éducation aux médias pour démontrer ses faiblesses, notamment les inexactitudes et les préjugés dans les contenus en arabe, par exemple :

“ ChatGPT ou Bing AI est utilisé par nos journalistes, par exemple pour générer des textes utilisés dans notre production et aussi pour détecter des biais à utiliser comme exemples dans la formation sur la maîtrise de l'information dans les médias. Par exemple, la génération de discours de femmes candidates en arabe. La terminologie n'était pas sensible au genre. Les journalistes ont dû réviser le texte. Il y a aussi l'exemple du test de l'exactitude des réponses pour vérifier les discours des politiciens en arabe. Les réponses ne fournissent pas d'informations critiques, en particulier lorsqu'il s'agit de l'économie et du secteur bancaire qui sponsorisent le contenu des médias au Liban alors qu'ils sont l'un des principaux moteurs de la crise économique. ”

Bien que les salles de presse soient encore largement au stade d'expérimentation de ChatGPT et d'autres technologies d'IA générative, la plupart d'entre elles n'ont pas eu le temps de réaliser des évaluations complètes. Cette situation est prévisible étant donné que les outils d'IA générative sont devenus accessibles au public à la fin de 2022 avec le lancement du ChatGPT d'OpenAI. Malgré la nouveauté, de nombreux répondants s'attendent à ce que les technologies d'IA générative jouent un rôle plus important dans la création de contenu, y compris dans la rédaction de résumés et de titres, la personnalisation du contenu et le codage :

“ L'IA peut aider les journalistes à générer des résumés, des titres, des légendes et d'autres types de contenu en utilisant des techniques de génération de langage naturel. L'IA peut également aider les journalistes à créer des articles attrayants et personnalisés pour différents publics et plateformes en utilisant la compréhension du langage naturel et les systèmes de recommandation. ”

“ ... Décharger le travail de génération de contenu et d'adaptation à ce que l'utilisateur recherche et se concentrer sur des fonctions journalistiques plus essentielles (curation, investigation, analyse). ”

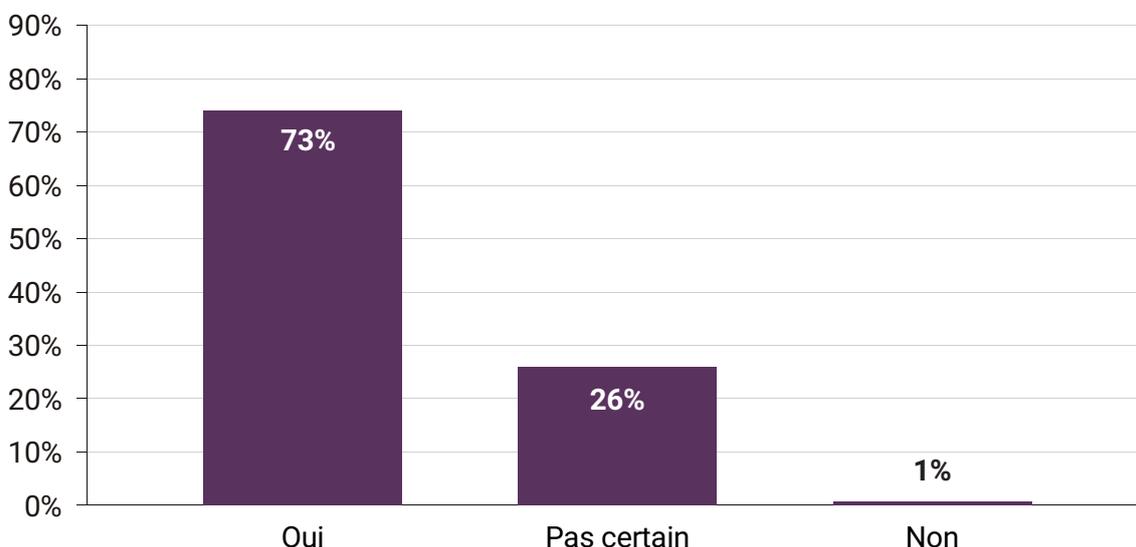


5.1 Opportunités offertes par l'IA générative

Nous avons passé en revue les divers cas d'utilisation des technologies d'IA générative (genAI) que les personnes interrogées ont partagés, mais ces cas d'utilisation et d'autres à l'avenir offriront-ils au journalisme de nouvelles opportunités que les « anciennes » technologies d'IA n'ont pas eues ?

Près de 3/4 des répondants sont d'accord avec cette affirmation, en particulier en ce qui concerne l'aide apportée aux journalistes pour générer des résumés et des titres, la distribution personnalisée, pour la recherche et les séances de remue-méninges :

Les technologies de l'IA générative offrent-elles de nouvelles opportunités ?



“ L'IA générative peut nous aider à créer des contenus attrayants et diversifiés, tels que des titres, des résumés, des légendes, des citations ou même des articles, sur la base de données ou d'informations que nous fournissons... nous aider à personnaliser et à adapter notre contenu à différents publics, plateformes et formats, en utilisant des techniques de génération et d'adaptation du langage naturel... et nous permettre d'explorer de nouveaux angles et perspectives sur des sujets que nous n'aurions peut-être pas envisagé auparavant, en générant des questions, des hypothèses ou des scénarios qui stimulent notre curiosité et notre créativité. En bref, l'IA générative peut améliorer nos compétences et nos valeurs journalistiques, et nous permettre de produire des articles plus pertinents et plus percutants d'une manière que nous ne pouvons même pas imaginer. ”





Ils ont souligné les avantages des technologies de l'IA générative, tels que leur accessibilité, leurs faibles exigences en matière de compétences techniques et ce qui a été décrit comme leur capacité à comprendre le « contexte », qui les distinguent des autres technologies de l'IA qui nécessitent généralement une expertise spécialisée approfondie dans des domaines tels que la programmation. Voici quelques commentaires de nos répondants :

“ Leur capacité à comprendre le contexte offre une possibilité unique de créer des modèles qui comprennent beaucoup mieux le langage et, ce faisant, peuvent nous rapprocher d'une vérification automatisée des faits. Par conséquent, à l'avenir, les technologies génératives du langage pourraient être plus une aide qu'un défi. ”

“ Les technologies d'IA générative peuvent aider en raison de la manière démocratique dont ils sont arrivés, c'est-à-dire que je n'ai pas besoin d'un intermédiaire, d'un développeur pour faire l'application dont j'ai besoin, c'est comme une extension Chrome. Je me facilite la vie, la facilité avec laquelle aujourd'hui, en 2023, on peut faire de l'intelligence artificielle par rapport à 2020 est impressionnante. ”

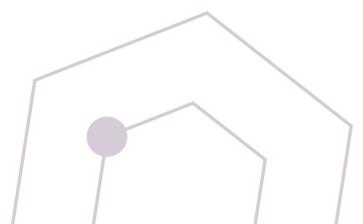
“ GenAI semble exiger beaucoup moins de compétences techniques de la part de l'utilisateur final et a des temps de réponse beaucoup plus rapides, ce qui nous a permis de faire fructifier le projet rapidement dans l'ensemble de l'organisation. ”

“ Les technologies d'IA générative peuvent changer la façon dont nous interagissons avec l'information, en nous permettant d'appréhender des quantités massives de données, et de mettre sur un pied d'égalité les compétences en matière de données, qu'elles soient élevées ou faibles. Elles peuvent nous donner beaucoup plus de contrôle sur les informations que nous utilisons pour écrire des articles, car elles nous assistent dans les tâches d'écriture qui prennent du temps. ”

En gardant toutes ces possibilités à l'esprit et en poursuivant l'expérimentation, les journalistes tentent de déterminer dans quelle mesure les technologies de l'IA générative pourraient augmenter la productivité :

“ Il y a toujours des contraintes de ressources, le plafond de productivité est toujours là. Je pense que l'une des questions les plus passionnantes est de savoir si l'IA, et en particulier l'IA générative, peut changer radicalement ce plafond de productivité. ”

Cela se produit alors que ces modèles continuent de s'améliorer. Alors que des millions de personnes essaient ces outils, les modèles ingèrent des données massives qui, on l'espère, les amélioreront.





5.2 Défis posés par l'IA générative

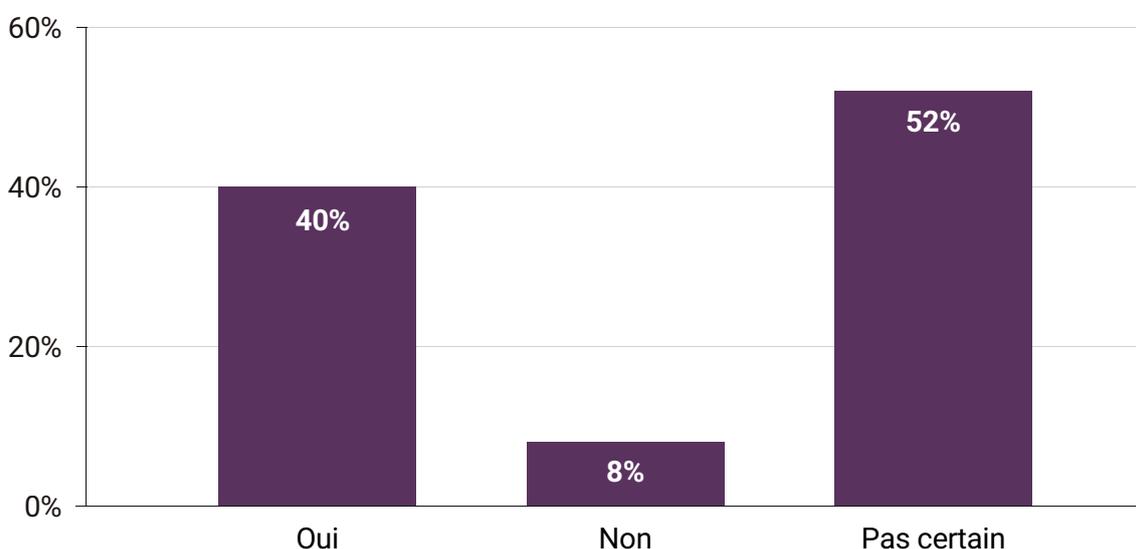
Il est intéressant de noter que les répondants étaient plus divisés sur la question de savoir si l'IA générative (genAI) présente un ensemble de défis différents dans la salle de rédaction par rapport à d'autres technologies d'IA. Un peu plus de la moitié des personnes interrogées (52 %) n'étaient pas sûres que ce soit le cas, tandis que 40 % considéraient que l'IA générative présentait de nouveaux défis dans les salles de rédaction.

Les répondants ont fait valoir que les types de défis posés par l'IA générative ne sont pas très différents de ceux posés par d'autres technologies d'IA (c'est-à-dire la transparence, la partialité, l'inexactitude et les questions de vie privée). Cependant, ils pensent que les technologies de l'IA générative exacerbent considérablement ces défis, ce qui peut entraîner des défis plus importants :

« L'IA générative a davantage tendance à produire des résultats tendancieux. »

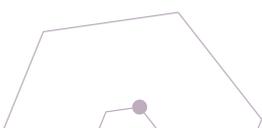
« La façon d'aborder la transparence et la confiance dans le cadre de l'IA générative est un véritable défi. »

Les technologies d'IA générative créent-elles de nouveaux défis ?



Pour certains, l'IA générative élève le niveau de risque :

« Les exigences (par exemple, l'exactitude des faits et l'absence de biais préjudiciables) sont encore plus importantes dans le cas de l'IA générative, car les erreurs sont potentiellement plus préjudiciables lorsqu'elles se produisent que dans la plupart des autres technologies de l'IA. »





En particulier, de nombreux répondants s'inquiètent des répercussions de l'IA générative sur la désinformation et les fausses nouvelles. Ils craignent que l'IA générative n'exacerbe encore davantage le problème et ne prenne de l'ampleur :

“ L'IA générative permettra la production et la distribution de désinformation à une échelle que nous n'avons jamais vue auparavant, cela aura potentiellement un impact sur la consommation d'informations, mais enverra aussi les gens vers des sources plus fiables. ”

“ Oui. Pour l'instant, je ne peux pas compter sur l'IA pour vérifier les faits. D'autant plus que l'outil de masse le plus courant (ChatGPT) falsifie les données. Au stade actuel, l'IA peut m'aider à écrire, à rédiger, mais je ne ferai jamais confiance à l'exactitude tant qu'un rédacteur [humain] ne l'aura pas révisée. ”

“ Je suis très préoccupé par la génération de contenu sans vérification. Les modèles génératifs dont nous disposons actuellement n'ont pas de phase de vérification de leur contenu et c'est inquiétant. Nous avons déjà eu quelques exemples, même lorsque nous avons fait des tests, nous avons vu qu'il y a une génération de contenu aléatoire, qui n'est même pas orienté vers quelque chose, mais qui obtient directement une solution qui n'existe pas. ”

Certains répondants ont estimé que l'IA générative produirait des contenus manipulés plus sophistiqués, ce qui nécessiterait en retour des méthodes de validation plus sophistiquées. Voici quelques exemples tirés de notre enquête :

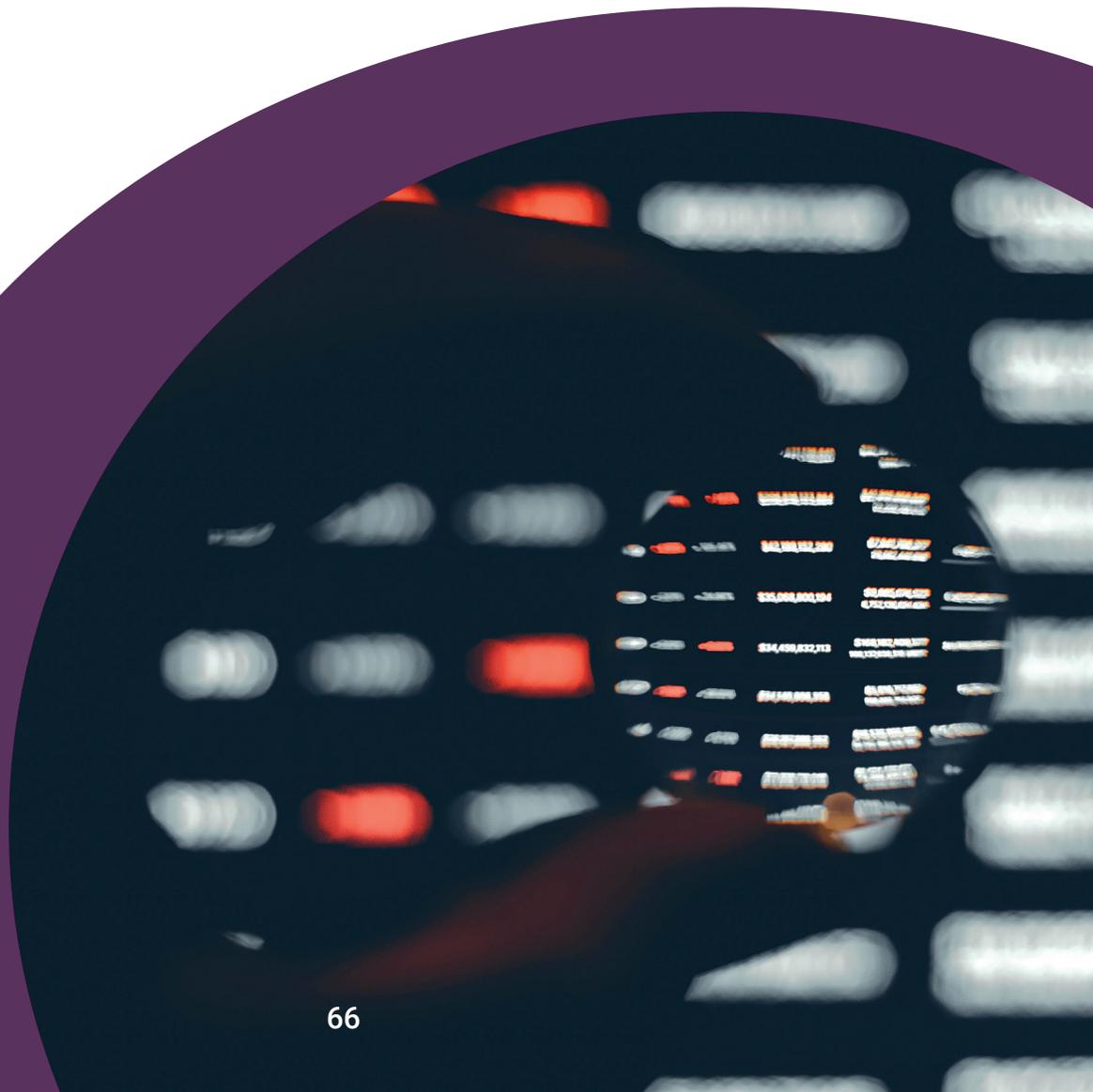
“ .. Le contenu généré par l'IA (photos, vidéos, audio, texte) est plus difficile à démystifier parce qu'il n'y a pas de matériel de référence avec lequel le recouper. Il s'agit entièrement d'une œuvre de fiction, contrairement à une photo manipulée, par exemple. Dans ce type de désinformation, on dispose au moins d'une photo originale à laquelle comparer la fausse version. Les contenus générés par l'IA ne fonctionnent pas de cette manière. ”



“ Générer des articles et des textes à l’aide de l’IA pourrait réduire la fiabilité, augmenter les inexactitudes et perpétuer les préjugés éditoriaux. ”

“ Je m’inquiète du pouvoir que représente l’IA générative et il est nécessaire de disposer d’outils qui vérifient automatiquement les faits [du contenu produit par] ChatGPT en temps réel. ”

“ Il faut veiller à ce que les journalistes n’aient pas recours au ChatGPT pour analyser les articles. Les logiciels d’IA qui peuvent aider à identifier les articles rédigés par des robots seront très utiles pour garantir que le contenu original reste au cœur de la production d’informations. ”





Chapitre 6 :

La disparité mondiale dans le développement et l'adoption de l'IA

6.0 Le fossé mondial Nord/Sud

À l'heure actuelle, les avantages sociaux et économiques de l'IA sont principalement concentrés dans les pays du Nord. ¹⁸ Cela s'explique par diverses raisons, telles que l'accessibilité de l'infrastructure technique, l'abondance des capitaux et les institutions de recherche bien financées dans ces pays. ¹⁹ Ce chapitre met en lumière les inégalités mondiales en matière de développement et d'adoption de l'IA. Comme vous le remarquerez, nous avons adopté une approche plus analytique pour ce chapitre que pour le reste du rapport. Pourquoi ?

Pour bénéficier collectivement des technologies de l'IA de manière plus équitable, nous devons mieux comprendre comment et pourquoi l'inégalité en matière d'IA existe à l'échelle mondiale. Pour ce faire, il convient d'accorder une attention particulière aux défis liés à l'adoption de l'IA auxquels est confrontée la majorité de la population mondiale, qui réside dans les pays du Sud. ²⁰

Clarifions tout d'abord la distinction Nord/Sud et la raison pour laquelle nous l'avons adoptée dans ce rapport. La terminologie Nord/Sud ne fait pas référence à une « région géographique au sens traditionnel du terme, mais plutôt à la puissance et à la richesse relatives de pays situés dans des parties distinctes du monde » : ²¹

“ À la fin du vingtième siècle, la terminologie « Nord » et « Sud » a remplacé les anciens termes de l'ordre mondial. Il était généralement admis que le Nord global inclurait les États-Unis, le Canada, l'Angleterre, les nations de l'Union européenne, ainsi que Singapour, le Japon, la Corée du Sud et même certains pays de l'hémisphère sud : l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Le Sud global, quant à lui, comprend les pays anciennement colonisés d'Afrique et d'Amérique latine, ainsi que le Moyen-Orient, le Brésil, l'Inde et certaines parties de l'Asie. Nombre de ces pays sont encore marqués par les répercussions sociales, culturelles et économiques du colonialisme, même après avoir accédé à l'indépendance nationale. Le Sud reste le foyer de la majorité de la population mondiale, mais cette population est relativement jeune et pauvre en ressources, et vit dans des pays économiquement dépendants ²². ”



Nous avons choisi d'utiliser la distinction Nord/Sud pour élargir un cadre conscient du pouvoir qui considère la dynamique du pouvoir régissant le développement et l'adoption de l'IA dans les salles de presse du monde entier, tout en soutenant que le Nord et le Sud ne sont en aucun cas monolithiques, car chacun comprend des pays socialement et politiquement différents.

6.1 Défis économiques et infrastructurels

Comme nous l'avons vu au chapitre 2, les technologies de l'IA posent une série de défis éthiques et autres à tous les secteurs, y compris le journalisme. Ces défis se posent à toutes les salles de rédaction, indépendamment de leur taille, de leurs ressources ou de leur situation géographique. Pour les rédactions des pays du Sud, les défis sont toutefois beaucoup plus prononcés. Les personnes interrogées dans ces pays ont souligné les lacunes en matière de connaissances, les contraintes en matière de ressources, les barrières linguistiques, ainsi que les défis infrastructurels, juridiques et politiques.

Un répondant basé dans la région MENA a mentionné les réalités politiques et économiques dans lesquelles opèrent les médias indépendants à faibles ressources, soulignant le défi de rivaliser avec la propagande étatique locale et étrangère alimentée par l'IA (c'est-à-dire les bots, les campagnes de désinformation), dans un contexte de faibles taux de pénétration de l'internet :

“ Nous parlons d'une région déchirée par la guerre, qui compte des millions de réfugiés et des millions de personnes vivant dans des crises économiques profondes, du Liban à l'Égypte. Dans notre région, des millions de personnes sont privées d'accès à l'internet, qui devrait être un droit fondamental, ou n'y ont qu'un accès limité. En tant que média indépendant produisant un contenu professionnel, vous êtes confrontés à de faibles taux de pénétration de l'internet et à la propagande répressive de l'État qui domine la sphère numérique... Cela crée un analphabétisme numérique, auquel il est très difficile de faire face, et c'est un défi majeur pour nous. ”

Certains défis sont communs à de vastes régions du Sud. Les personnes interrogées en Afrique subsaharienne, dans la région MENA et dans la région Asie-Pacifique ont toutes mentionné les faibles taux de pénétration de l'internet et la difficulté à recruter des experts techniques :

“ La technologie n'est pas pleinement adoptée par la plupart des médias au Malawi. Cela s'explique en partie par la médiocrité de l'infrastructure de l'internet et le faible taux de pénétration de l'internet. ”





“ Une infrastructure technologique adéquate et une connectivité internet généralisée sont essentielles à la mise en œuvre de solutions d’intelligence artificielle. En Égypte, il peut y avoir des disparités dans l’accès à des connexions internet fiables, en particulier dans les zones rurales. Il est essentiel de combler les lacunes en matière d’infrastructures et de garantir une connectivité généralisée pour faciliter l’adoption des technologies de l’IA. ”

6.2 Défis de langues et d’accessibilité

D’autres défis sont propres aux contextes locaux. Par exemple, les défis linguistiques liés à l’IA en Inde ou dans d’autres pays qui abritent des centaines de langues sont différents :

“ L’adoption de l’IA en Inde, et plus particulièrement dans le nord-est du pays, se heurte à de nombreux obstacles. Nous avons plus de 200 tribus avec des langues et des cultures distinctes. Il y a un manque de main-d’œuvre qualifiée, des problèmes de qualité et de données disponibles, des cadres éthiques et réglementaires en évolution, des lacunes en matière d’infrastructure et de connectivité. ”

Certains obstacles à l’adoption de l’IA sont interdépendants. La faible pénétration de l’internet se traduit par une faible culture numérique, ce qui facilite le développement de la désinformation. De même, les contraintes en matière de ressources font qu’il est difficile d’embaucher ou même de trouver des experts en IA :

“ Le développement et la mise en œuvre des technologies d’IA nécessitent une main-d’œuvre qualifiée avec une expertise en IA, en science des données et dans des domaines connexes. En Égypte, nous pourrions être confrontés à des défis en termes de disponibilité de professionnels possédant les compétences et les connaissances nécessaires. ”

“ [Le] gouvernement du Botswana ne promeut pas la transparence et ne dispose pas de lois et de politiques complètes en matière de confidentialité des données qui favorisent l’accès à l’information. Il est donc difficile de promouvoir le dynamisme dans l’adoption des technologies alimentées par l’IA dans un pays qui a tendance à réprimer le contenu en ligne. ”

Les développeurs locaux sont incités à travailler pour des entreprises étrangères qui sont plus susceptibles d’offrir des salaires plus élevés :

“ Nos salles de rédaction ont des ressources limitées et la capacité technologique est coûteuse. ”

“ La rareté des ressources [est un défi]. En Argentine (et en Amérique latine), les développeurs ont tendance à travailler pour des entreprises étrangères qui peuvent payer des salaires élevés. ”



Les entreprises technologiques investissent la grande majorité de leurs ressources sur les marchés occidentaux. La plupart des outils sont conçus pour les anglophones, ce qui pose des problèmes d'accessibilité aux non-anglophones et aux anglophones dont l'accent n'est pas occidental.

Un répondant basé aux Philippines a résumé la façon dont les contraintes de ressources, les lacunes en connaissances et les barrières linguistiques se croisent :

“ Les technologies d'IA développées sont principalement disponibles en anglais, mais pas dans de nombreuses langues asiatiques (à l'exception peut-être du chinois [mandarin]). Nous devons doublement rattraper notre retard pour créer des systèmes d'IA, et des systèmes d'IA qui fonctionnent avec nos langues locales. Les possibilités de financement sont également limitées pour nous permettre d'explorer l'utilisation des systèmes d'IA dans notre travail. Enfin, certains pays d'Asie du Sud-Est (comme le nôtre, les Philippines) ne sont pas aussi avancés que nos voisins, de sorte qu'il n'y a qu'une poignée d'experts en IA dans le pays, et encore moins d'experts en IA dans le domaine du journalisme. ”

Les personnes interrogées nous ont donné plusieurs exemples de problèmes liés à l'utilisation d'outils d'IA dans des langues autres que l'anglais ou avec des accents anglais non occidentaux :

“ Coral a connu un grand succès en tant qu'outil de modération des commentaires, mais nous trouvons toujours que les commentaires de la zone « grise » nécessitent un élément humain, d'autant plus qu'il s'agit d'un outil américain qui n'a pas été conçu pour le public sud-africain. ”

“ L'apprentissage automatique pour le codage est un véritable casse-tête, Trint pour la conversion de la parole en texte est fortement recommandé, la traduction vers toutes les langues autres que l'anglais et le mandarin ou le cantonais doit être améliorée. ”

“ Les outils d'IA vocale ne ressemblent pas à des Africains, ils ne sont pas du tout authentiques. ”



On espère que les technologies de l'IA générative, que nos répondants ont décrites comme étant plus accessibles que les technologies d'IA traditionnelles, contribueront à combler les disparités régionales en matière d'adoption de l'IA. Un optimisme prudent est de mise. Si nous prenons l'exemple de ChatGPT, l'outil d'IA générative le plus connu et accessible au public, nous constatons qu'il n'est pas disponible pour une grande partie de la population mondiale, et ce pour diverses raisons. OpenAI ne soutient pas l'accès à ChatGPT en Russie, au Venezuela, au Zimbabwe, à Cuba, probablement en raison des sanctions américaines, ou en Chine.²³ L'Égypte aurait interdit ChatGPT pour des raisons de protection de la vie privée.²⁴ La plupart de ces pays sont parmi les plus peuplés du monde.

“ Des outils comme ChatGPT ne sont pas disponibles au Zimbabwe, à moins d'utiliser un VPN, et il faut avoir un numéro étranger pour obtenir le code. ”

“ Il y a des limitations pour notre pays sur certaines plateformes (par exemple, ChatGPT ne fonctionne pas en Égypte) et la plupart des outils ne prennent pas en charge l'arabe de manière native. ”

Les technologies de l'IA générative telles que ChatGPT sont également hors de portée de centaines de millions de personnes dans le monde en raison de problèmes d'accessibilité tels que les taux de pénétration de l'internet, en particulier dans les zones rurales.

6.3 Les réalités politiques affectent la confiance dans l'IA

Les biais algorithmiques affectent de manière disproportionnée les communautés marginalisées et peuvent causer de graves préjudices, comme l'a montré la recherche (par exemple, la discrimination raciale dans les technologies de reconnaissance faciale).

²⁵ De même, la perpétuation des préjugés est manifestement un problème plus important pour les contenus dans des langues autres que l'anglais, comme indiqué au chapitre 3 :

“ Les outils alimentés par l'IA sont plus avancés en langue anglaise et les expériences en matière de technologie contextualisée à la région MENA sont également modestes. Cela affecte la précision des données collectées et l'analyse des opinions par exemple. ”

Les spécialistes de l'IA ont mis en garde contre le fait qu'ignorer les contextes sociaux, politiques et culturels contribue à accroître les biais algorithmiques et à creuser les disparités en matière d'IA à l'échelle mondiale.²⁶ Les personnes interrogées ont noté que de nombreux outils et applications d'IA ne parviennent pas à comprendre les contextes et les cultures locales :

“ La plupart des outils ne sont pas applicables à notre langue ou à nos contextes. ”

“ Les technologies d'IA générative ne prennent pas en charge les langues indiennes ou les nuances culturelles dans leurs réponses. ”





Le scepticisme des rédactions des pays du Sud à l'égard des technologies de l'IA découle également d'une méfiance à l'égard des entités impliquées dans le développement et l'adoption à grande échelle des technologies de l'IA, telles que les entreprises technologiques mondiales et les institutions technologiques et médiatiques locales financées par les pouvoirs publics. Par exemple, dans la région MENA, l'alignement entre les entreprises technologiques et les gouvernements est considéré comme un obstacle majeur à la confiance. Un répondant a noté que les salles de presse de la région MENA disposant de ressources pour les technologies de l'IA étaient alignées sur des gouvernements non démocratiques :

“ Dans le cas de la région MENA, les grands médias sont les porte-parole de gouvernements qui ne sont pas démocratiques et n'investissent donc pas dans un journalisme de qualité qui contribue à la responsabilisation et au changement démocratique. Les technologies alimentées par l'IA n'atteindront donc pas les petites plateformes médiatiques indépendantes qui touchent les jeunes et contribuent à encourager la pensée critique. ”

Il est à craindre que les petites rédactions qui défendent l'intérêt public et le journalisme de responsabilité aient du mal à survivre. Cela pourrait avoir des conséquences importantes pour l'ensemble de l'écosystème de l'information.

Même si les modèles d'IA locaux étaient disponibles en abondance, la confiance resterait un problème. À propos de l'application mobile « Allam », un chatbot développé par le gouvernement saoudien et similaire à ChatGPT, une personne interrogée a expliqué que de tels projets restaient liés à des considérations politiques, ce qui diminuait la confiance des utilisateurs dans ces modèles :

“ Il s'agit d'un modèle local, faisons-nous confiance aux ensembles de données utilisés par les institutions de l'État arabe ? [On peut se demander si les ensembles de données utilisés sont équilibrés ou représentatifs ou si les données ont été manipulées] Malheureusement, c'est l'un des problèmes auxquels nous sommes confrontés au niveau régional. Nous ne disposons pas de modèles panarabes créés par des institutions arabes indépendantes dont les choix en matière d'ensembles de données de formation sont dignes de confiance. Vous savez à quel point certains de ces contextes sont sensibles... L'IA nécessite un financement massif pour être compétitive... Les réalités politiques arabes soulèvent des questions urgentes quant à la fiabilité des modèles [locaux d'IA]. Seront-ils ouverts à tous ? Seront-ils adaptables aux besoins des salles de presse arabes ? Les salles de presse peuvent-elles ajouter leurs propres ensembles de données, par exemple ? ”



Il est important de noter que les préoccupations concernant la capacité des technologies de l'IA à permettre la surveillance et le contrôle par les gouvernements ne sont pas propres au Sud et qu'elles ont été intrinsèques aux discussions critiques sur les technologies de l'IA dans le Nord également. ²⁷ Dès 2013, les révélations d'Edward Snowden ont exposé en détail les interdépendances entre les gouvernements et les entreprises technologiques. ²⁸ Le programme PRISM a montré comment le gouvernement américain utilisait l'infrastructure de surveillance mise en place par des entreprises technologiques comme Google et Facebook, en utilisant les données qu'elles collectaient à des fins de marketing, pour faire progresser ses propres pratiques de surveillance. ²⁹

Malgré la myriade de défis complexes auxquels sont confrontées les salles de presse des pays du Sud, les personnes interrogées dans les salles de presse de la région ont exprimé leur enthousiasme à l'égard du renforcement des capacités et du partage de l'expertise en matière d'IA. On peut dire qu'elles doivent le faire si elles veulent survivre, car l'IA est en train de transformer le journalisme. C'est particulièrement vrai pour les petites rédactions qui dépendent de financements et dont la mission est ancrée dans le journalisme d'intérêt public et la responsabilisation des pouvoirs.

Lorsque nous avons demandé aux répondants si elles pensaient qu'il y avait suffisamment de collaboration entre les salles de rédaction dans le développement des technologies d'IA, plusieurs d'entre elles ont indiqué que cette collaboration pourrait être particulièrement utile pour les salles de rédaction des pays du Sud qui sont confrontés à des défis similaires :

“ Nous pensons qu'une collaboration serait particulièrement utile entre les salles de presse des pays du Sud, comme la nôtre. Nous pensons que le développement de modèles dans des langues autres que l'anglais (l'espagnol, dans notre cas) est vraiment important pour les salles de presse. ”



“ Cela pourrait impliquer des efforts conjoints pour créer des algorithmes d'IA adaptés au contexte africain et établir des normes industrielles pour une utilisation responsable de l'IA. ”

La collaboration entre les salles de presse du Sud et du Nord a également été soulignée comme une étape vers la réduction des disparités mondiales en matière d'IA :

“ Il existe un fossé important entre le Nord et le Sud de la planète. Ils doivent tous deux faire preuve de résilience et collaborer pour dénoncer les préjugés de l'IA et avoir une conversation sérieuse sur les réglementations et les politiques en matière d'IA. ”





Conclusion :

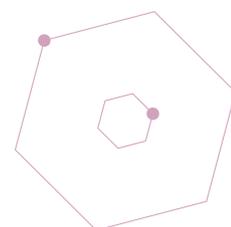
Que signifie l'IA pour le journalisme ?

Il convient de préciser qu'il s'agit d'une réaction à une histoire émouvante. La « loi d'Amara », l'adage inventé par le scientifique et futurologue américain Roy Amara, s'applique ici : « nous surestimons l'impact de la technologie à court terme et sous-estimons son effet à long terme ». Certaines nouvelles technologies prennent du temps. Le premier journal a été mis en ligne en 1980, mais il a fallu attendre 17 ans pour que BBC Online soit lancé. OpenAI n'a lancé ChatGPT qu'à la fin du mois de novembre 2022, mais en janvier 2023, il y avait un million d'utilisateurs. Les choses évoluent rapidement et il se peut que certaines choses soient cassées. Les pratiques de travail ne seront plus les mêmes et certains emplois seront remplacés. De nouveaux emplois seront créés avec des compétences et des responsabilités différentes. De nombreux journalistes qui ont expérimenté l'IA générative peuvent voir comment elle peut rendre leur travail beaucoup plus efficace et ajouter de nouvelles dimensions à ce qu'ils offrent au public.

Comme le montre le présent rapport, il s'agit d'une technologie volatile pour les organismes de presse. La plupart d'entre eux sont conscients des risques inhérents aux technologies de l'IA en général et des dangers de partialité ou d'inexactitude. Ils découvrent que l'application de l'IA à la production d'informations offre des possibilités immédiates, mais la manière dont elle façonnera les pratiques futures est incertaine.

Il est important de comprendre le contexte général. La réglementation, la propriété intellectuelle et la concurrence commerciale posent des problèmes majeurs. La désinformation, la discrimination et les préjugés ainsi que les dangers de la mainmise des entreprises, voire des gouvernements, sur les médias sont des préoccupations sociétales majeures liées à l'IA. Nous ne devons pas perdre de vue le tableau d'ensemble qui va bien au-delà du secteur de l'information.

Cependant, en tant que journalistes qui rendent compte du monde, nous devrions être beaucoup plus conscients de notre rôle dans la présentation critique de la façon dont l'IA change nos vies, de manière informée et indépendante. Notre enquête suggère qu'il y a une prise de conscience à ce sujet, bien que la plupart des gens consacrent la majeure partie de leur énergie à comprendre et à surmonter les défis pratiques immédiats.



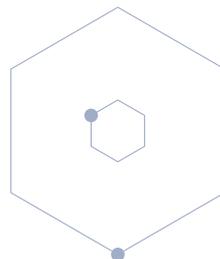


Le fait qu'il s'agisse ou non d'un monde meilleur dépend dans une large mesure des choix politiques et éthiques que les humains feront au sein des organismes de presse. Si nous voulons produire un clickbait fade et automatisé, cette technologie nous facilite grandement la tâche. Mais elle offre également la possibilité aux « bons » journalistes de faire un travail plus « humain » avec l'aide de l'IA. Dans un monde où les informations sont créées par des machines, dont la plupart ne sont pas fiables, le journalisme responsable et de service public est bien placé pour prouver sa valeur. L'IA permet également au journalisme de se réinventer de manière créative. Cependant, l'IA générative a également créé la menace d'une « désintermédiation » pour les médias. Pourquoi les gens devraient-ils s'adresser à un organe de presse pour obtenir des informations s'ils peuvent simplement solliciter un chatbot ? Cette enquête suggère que de nombreuses salles de rédaction s'efforcent désormais de répondre à cette question d'une manière qui affirme l'utilité et l'importance du journalisme dans le cadre de notre vie sociale, économique et politique. Nous nous réjouissons de travailler avec elles sur ce chemin.

Six étapes vers une stratégie d'IA pour les organismes de presse

- 1 Rester informé.** Le site web du LSE JournalismAI propose une formation d'introduction en ligne, intitulée « AI Starter Pack », un centre d'études de cas et une série de rapports sur des études de cas d'innovation. D'autres sources sont disponibles ! (Voir la section Travaux et ressources)
- 2 Élargir la connaissance de l'IA.** Tout le monde doit comprendre les composantes de l'IA qui ont le plus d'impact sur le journalisme, parce qu'elles auront un impact sur le travail de chacun, pas seulement sur la rédaction, et pas seulement sur les « techniciens ».
- 3 Attribuer des responsabilités.** Quelqu'un dans votre organisation devrait être chargé de suivre les évolutions sur votre lieu de travail, mais aussi plus largement, par exemple en désignant des responsables de l'innovation et de la R&D en matière d'IA, et de maintenir un dialogue sur l'IA au sein de votre organisation.
- 4 Tester, itérer, répéter.** Expérimentez et faites évoluer les choses, mais toujours avec une supervision et une gestion humaines. Ne vous précipitez pas pour utiliser l'IA tant que vous n'êtes pas à l'aise avec le processus. Examinez toujours l'impact.
- 5 Élaborer des lignes directrices.** Elles peuvent être générales ou spécifiques. Il s'agit d'un processus d'apprentissage utile lorsqu'il est mené de manière inclusive afin d'impliquer toutes les parties prenantes. Préparez-vous à les revoir et à les modifier au fil du temps.
- 6 Collaborer et travailler en réseau.** Il existe de nombreuses institutions telles que les universités ou des intermédiaires tels que les start-ups qui travaillent dans ce domaine. Discutez avec d'autres organismes de presse de ce qu'ils ont fait. Les technologies d'IA générative peuvent offrir de nouvelles possibilités de collaboration dans les salles de rédaction, étant donné le grand enthousiasme suscité par les outils d'IA générative et leur accessibilité.

Glossaire



Algorithme :

“Procédure de résolution d’un problème mathématique en un nombre fini d’étapes qui implique fréquemment la répétition d’une opération. Plus généralement, « une procédure étape par étape pour résoudre un problème ou atteindre un objectif ». ³⁰

L’intelligence artificielle (IA) :

« Ensemble d’idées, de technologies et de techniques liées à la capacité d’un système informatique à effectuer des tâches nécessitant normalement une intelligence humaine. » ³¹

Automatisation :

« Technique, méthode ou système permettant d’exploiter ou de contrôler un processus par des moyens hautement automatiques, comme des dispositifs électroniques, réduisant l’intervention humaine à un minimum. » ³²

Biais :

Préjugé ou erreur systématique affectant la rationalité et l’équité d’une décision. Enracinée dans la théorie de la décision, la psychologie cognitive et les statistiques, la notion de biais est extrêmement importante, car le journalisme et les techniques d’intelligence artificielle reposent en fin de compte sur des décisions humaines et sont donc sujets à des biais « cognitifs » (biais de confirmation, effet de bande, etc.). Lorsqu’ils se reflètent dans des ensembles de données de mauvaise qualité, incomplètes ou erronées pour entraîner les algorithmes d’intelligence artificielle, ces biais peuvent entraîner des décisions tout aussi erronées de la part de l’intelligence artificielle : « Les algorithmes peuvent avoir des biais intégrés parce qu’ils sont créés par des individus qui ont des préférences conscientes ou inconscientes qui peuvent ne pas être découvertes jusqu’à ce que les algorithmes soient utilisés, et potentiellement amplifiés, publiquement. » ³³

Bot :

Le terme « bot » est l’abréviation de « robot » et fait généralement référence à un logiciel de type « agent », c’est-à-dire un logiciel qui présente une autonomie ou des caractéristiques autonomes. Un bot est « un logiciel capable d’exécuter des commandes, de répondre à des messages ou d’effectuer des tâches de routine, telles que des recherches en ligne, soit



automatiquement, soit avec une intervention humaine minimale ». ³⁴ Les robots exécutent des activités parfaitement légitimes (par exemple, des assistants intelligents, des moteurs de recherche) ou malveillantes (par exemple, diffuser secrètement de fausses informations et de la propagande politique en coordination avec d'autres robots, au sein de ce que l'on appelle un « botnet »). ³⁵

Exploration de données :

« L'exploration de données ou data mining est le plus souvent définie comme le processus d'utilisation des ordinateurs et de l'automatisation pour rechercher des modèles et des tendances dans de vastes ensembles de données, et transformer ces résultats en idées et prédictions pour l'entreprise. L'exploration de données va au-delà du processus de recherche, car elle utilise les données pour évaluer les probabilités futures et développer des analyses exploitables. » ³⁶

Deepfakes :

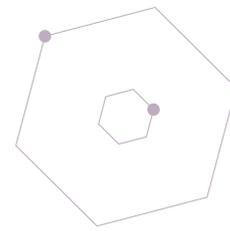
Il s'agit de la forme négative d'un concept plus large de « médias synthétiques ». Audio et vidéo modifiés par des techniques d'apprentissage automatique et d'apprentissage profond pour un maximum de réalisme en temps réel dans le faux. Le terme provient à l'origine d'un utilisateur de Reddit qui, en 2017, a utilisé ces techniques pour ajouter de manière réaliste et dynamique des visages de célébrités à du contenu pornographique, ³⁷. Il est désormais largement utilisé pour tout type de contenu, y compris les contenus politiques. ³⁸

Apprentissage profond :

“L'apprentissage profond est un sous-ensemble de l'apprentissage automatique dans l'intelligence artificielle (IA) qui dispose de réseaux capables d'apprendre sans supervision de données non structurées ou non marquées. Également connu sous le nom d'apprentissage neuronal profond ou de réseau neuronal profond, il s'agit de l'une des applications contemporaines les plus avancées de l'intelligence artificielle, qui alimente une large gamme d'outils de reconnaissance d'images, de voix et de textes. ³⁹

L'IA générative (genAI) :

“L'IA générative est un sous-domaine de l'apprentissage automatique qui consiste à générer de nouvelles données ou de nouveaux contenus à partir d'un ensemble donné de données d'entrée. Il peut s'agir de générer du texte, des images, du code ou tout autre type de données. Généralement, l'IA générative utilise des algorithmes d'apprentissage profond [“pour apprendre des modèles et des caractéristiques dans un ensemble de données donné, puis générer de nouvelles données sur la base des données d'entrée sous-jacentes”] ⁴⁰



Hallucination :

« L'hallucination est le terme employé pour désigner le phénomène où les algorithmes d'IA et les réseaux neuronaux d'apprentissage profond produisent des données qui ne sont pas réelles et ne correspondent à aucune donnée sur laquelle l'algorithme a été formé, ou à tout autre modèle identifiable. Elle ne peut pas être expliquée par votre programmation, les informations d'entrée, d'autres facteurs tels qu'une classification incorrecte des données, une formation inadéquate, l'incapacité d'interpréter des questions dans différentes langues, l'incapacité de contextualiser les questions. »⁴¹

Grands modèles de langage (GML) :

« Les grands modèles de langage sont un sous-ensemble de l'intelligence artificielle qui a été formé sur de grandes quantités de données textuelles... pour produire des réponses semblables à celles d'un être humain à un dialogue ou à d'autres entrées en langage naturel. Pour produire ces réponses en langage naturel, les GML font appel à des modèles d'apprentissage profond, qui utilisent des réseaux neuronaux multicouches pour traiter, analyser et faire des prédictions avec des données complexes. »⁴²

Apprentissage automatique :

'L'apprentissage automatique est une application de l'intelligence artificielle (IA) qui donne aux systèmes la capacité d'apprendre automatiquement et de s'améliorer à partir de l'expérience sans être explicitement programmés.'⁴³

Reconnaissance optique de caractères (ROC) :

'La reconnaissance optique de caractères (ROC) est la conversion électronique d'images de texte en texte codé numériquement à l'aide d'un logiciel spécialisé. Les logiciels de ROC permettent à un ordinateur de convertir un document scanné, une photo numérique de texte ou toute autre image numérique de texte en données éditables et lisibles par une machine. La ROC comporte généralement trois étapes : l'ouverture et/ou la numérisation d'un document dans le logiciel de ROC, la reconnaissance du document dans le logiciel de ROC et l'enregistrement du document produit par la ROC dans le format de votre choix'.⁴⁴

Traitement automatique du langage naturel (TALN) :

« Le traitement du langage naturel généralement abrégé en TALN, est une branche de l'intelligence artificielle qui traite de l'interaction entre les ordinateurs et les humains en utilisant le langage naturel. L'objectif ultime du TALN est de lire, déchiffrer, comprendre et donner un sens aux langues humaines d'une manière qui soit utile. La plupart des techniques de TALN s'appuient sur l'apprentissage automatique pour dériver le sens des langues humaines ». ⁴⁵



Génération en langue naturelle (Natural language generation NLG) :

La NLG est un sous-ensemble du TALN. 'Alors que la compréhension du langage naturel se concentre sur la compréhension de la lecture par les ordinateurs, [la NLG] permet aux ordinateurs d'écrire. La NLG est le processus de production d'une réponse textuelle en langage humain sur la base de données. Ce texte peut également être converti en format vocal grâce à des services de synthèse vocale. La NLG englobe également les capacités de résumé de texte qui génèrent des résumés à partir de documents entrants tout en préservant l'intégrité de l'information'.⁴⁶

Réseau neuronal :

'Un programme ou un système modelé sur le cerveau humain et conçu pour imiter la méthode de fonctionnement du cerveau, en particulier le processus d'apprentissage.⁴⁷ "Architecture informatique dans laquelle un certain nombre de processeurs sont interconnectés d'une manière qui évoque les connexions entre les neurones d'un cerveau humain et qui est capable d'apprendre par un processus d'essais et d'erreurs."⁴⁸

Rédactique :

"Les messages-guides sont des instructions données à un GML pour appliquer des règles, automatiser des processus et garantir des qualités (et des quantités) spécifiques de résultats générés. Les messages-guides sont également une forme de programmation qui permet de personnaliser les résultats et les interactions avec un GML".⁴⁹

Optimisation des moteurs de recherche (search engine optimisation, SEO) :

'En termes simples, le processus SEO consiste à améliorer votre site web afin d'accroître sa visibilité sur Google, Microsoft Bing et d'autres moteurs de recherche lorsque des personnes recherchent des produits que vous vendez, des services que vous fournissez, [ou] des informations sur des sujets dans lesquels vous possédez une expertise et/ou une expérience approfondies. Plus vos pages sont visibles dans les résultats de recherche, plus vous avez de chances d'être trouvé et de faire l'objet d'un clic'.⁵⁰

Médias synthétiques :

« Les médias synthétiques sont un terme générique qui fait référence au contenu numérique généré par l'IA ou des moyens algorithmiques, souvent dans l'intention de paraître réel. »⁵¹ Les « deepfakes » sont un type de média synthétique.



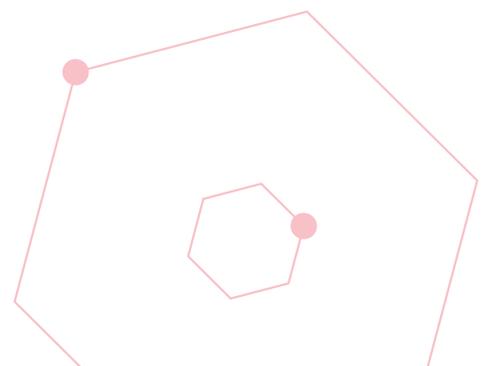
Références

Introduction

- 1 Brennen, J. Scott, et al. "An Industry-Led Debate: How UK Media Cover Artificial Intelligence." Reuters Institute, 2018, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-12/Brennen_UK_Media_Coverage_of_AI_FINAL.pdf. Accessed 14 August 2023.
- 2 Foy, Peter. « What is Generative AI? Key Concepts & Use Cases. » [MLQ.ai](https://www.mlq.ai), 5 December 2022, <https://www.mlq.ai/what-is-generative-ai/>. Accessed 10 August 2023.
- 3 Russell, Adrienne. Networked: A Contemporary History of News in Transition. Wiley, 2011.
- 4 Chadwick, Andrew. The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford University Press, USA, 2013.

Chapitre 1

- 5 Maldita. "Disinformation on WhatsApp : [Maldita.es](https://maldita.es)' chatbot and the «Frequently Forwarded» attribute · [Maldita.es](https://maldita.es) - Periodismo para que no te la cuelen." [Maldita.es](https://maldita.es), 3 June 2021, <https://maldita.es/nosotros/20210603/disinformation-whatsapp-chatbot-frequently-forwarded-attribute>. Accessed 14 August 2023.
- 6 Neil Patel. "Ubersuggest: Free Keyword Research Tool." Neil Patel, https://neilpatel.com/ubersuggest/?utm_source=neilpatel.com&utm_medium=blog&utm_content=StepByStepGuideGrowingTrafficUbersuggest. Accessed 14 August 2023.
- 7 Bloomberg. "Introducing BloombergGPT, Bloomberg's 50-billion parameter large language model, purpose-built from scratch for finance | Press." [Bloomberg.com](https://www.bloomberg.com), 30 March 2023, <https://www.bloomberg.com/company/press/bloomberggpt-50-billion-parameter-llm-tuned-finance/>. Accessed 14 August 2023.





- 8 The Washington Post. "The Washington Post leverages automated storytelling to cover high school football - The Washington Post." Washington Post, 1 September 2017, <https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2017/09/01/the-washington-post-leverages-heliograf-to-cover-high-school-football/>. Accessed 14 August 2023.
- 9 Kunova, Marcela. "The Times employs an AI-powered 'digital butler' JAMES to serve personalised news." [Journalism.co.uk](https://www.journalism.co.uk), 24 May 2019, <https://www.journalism.co.uk/news/the-times-employs-an-ai-powered-digital-butler-james-to-serve-personalised-news/s2/a739273/>. Accessed 14 August 2023.
- 10 Czech Radio. "Artificial Intelligence Writes Stories for Czech Radio. The Launch of the Digital Writer Project." Czech Radio, December 2023, <https://www.czech.radio/artificial-intelligence-writes-stories-czech-radio-launch-digital-writer-project-8384063>. Accessed 14 August 2023.
- 11 Kobie, Nicole. "Reuters is taking a big gamble on AI-supported journalism." Wired UK, 10 March 2018, <https://www.wired.co.uk/article/reuters-artificial-intelligence-journalism-newsroom-ai-lynx-insight>. Accessed 14 August 2023.
- 12 ArcXP. Arc XP : Enterprise CMS and DXP solution, <https://www.arcxp.com/>. Accessed 15 August 2023.
- 13 Abels, Grace. "What is the future of automated fact-checking? Fact-checkers discuss." Poynter, 28 June 2022, <https://www.poynter.org/fact-checking/2022/how-will-automated-fact-checking-work/>. Accessed 14 August 2023.
- 14 Reuters. « Reuters News Tracer. » Reuters News Agency, 15 May 2017, <https://www.reutersagency.com/en/reuters-community/reuters-news-tracer-filtering-through-the-noise-of-social-media/>. Accessed 14 August 2023.
- 15 Campos, Alba Martín. « Los servicios públicos externalizados por el Gobierno: del reparto de vacunas a la destrucción de narcolanchas en Cádiz. » Newtral, 29 March 2022, <https://www.newtral.es/servicios/>. Accessed 14 August 2023.
- 16 Adair, Bill. "FactStream app now shows the latest fact-checks from Post, [FactCheck.org](https://factcheck.org) and PolitiFact." reporterslab.org, 7 October 2018, <https://reporterslab.org/factstream/>. Accessed 14 August 2023.



Chapitre 5

- 17 NVIDIA. "Generative AI – What is it and How Does it Work?" NVIDIA, <https://www.nvidia.com/en-us/glossary/data-science/generative-ai/>. Accessed 28 August 2023.

Chapitre 6

- 18 Yu, Danni, et al. "The 'AI divide' between the Global North and Global South." The World Economic Forum, 16 January 2023, <https://www.weforum.org/agenda/2023/01/davos23-ai-divide-global-north-global-south/>. Accessed 23 August 2023.
- 19 Chan, Alan, et al. « The Limits of Global Inclusion in AI Development. » arXiv, 2 February 2021, <https://arxiv.org/abs/2102.01265>. Accessed 23 August 2023.
- 20 Braff, Lara, and Katie Nelson. "Chapter 15: The Global North: Introducing the Region – Gendered Lives." Milne Publishing, <https://milnepublishing.geneseo.edu/genderedlives/chapter/chapter-15-the-global-north-introducing-the-region/>. Accessed 23 August 2023.
- 21 Braff, Lara, and Katie Nelson. "Chapter 15: The Global North: Introducing the Region – Gendered Lives." Milne Publishing, <https://milnepublishing.geneseo.edu/genderedlives/chapter/chapter-15-the-global-north-introducing-the-region/>. Accessed 23 August 2023.
- 22 Braff, Lara, and Katie Nelson. "Chapter 15: The Global North: Introducing the Region – Gendered Lives." Milne Publishing, <https://milnepublishing.geneseo.edu/genderedlives/chapter/chapter-15-the-global-north-introducing-the-region/>. Accessed 23 August 2023.
- 23 OpenAI. "Supported countries - OpenAI API." OpenAI platform, <https://platform.openai.com/docs/supported-countries>. Accessed 23 August 2023.
- 24 EdGavit. "How to Use Chatgpt in Egypt: 8 Proven Method Step-By-Step Guide | Bypass & Securely Use Chat f." [GptCypher.com](https://gptcypher.com), 28 June 2023, https://gptcypher.com/how-to-use-chatgpt-in-egypt/#1_REGULATORY_CONSTRAINTS. Accessed 23 August 2023.
- 25 Najibi, Alex. "Racial Discrimination in Face Recognition Technology." Science in the News, 24 October 2020, <https://sitn.hms.harvard.edu/flash/2020/racial-discrimination-in-face-recognition-technology/>. Accessed 23 August 2023.
- 26 Chan, Alan, et al. « The Limits of Global Inclusion in AI Development. » arXiv, 2 February 2021, <https://arxiv.org/abs/2102.01265>. Accessed 23 August 2023.



- 27 van Dijck, Jose. « Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology | Surveillance & Society. » Open Journals @ Queen's, 9 May 2014, <https://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/article/view/datafication>. Accessed 28 August 2023.
- 28 Zuboff, Shoshana. "Big other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilisation." Journal of Information Technology, vol. 30, no. 1, 2015. journals.sagepub.com/, <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>. Accessed 25 August 2023.
- 29 Andrejevic, Mark. « Automating surveillance. » Communications & Media Studies, vol. 17, no. 1-2, 2019. <https://research.monash.edu/en/publications/automating-surveillance>. Accessed 25 August 2023.

Glossaire

- 30 « Algorithm Definition & Meaning. » Merriam-Webster, 7 August 2023, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/algorithm>. Accessed 10 August 2023.
- 31 "An Industry-Led Debate: How UK Media Cover Artificial Intelligence." Reuters Institute, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/industry-led-debate-how-uk-media-cover-artificial-intelligence>. Accessed 10 August 2023.
- 32 **Dictionary.com**. « Automation Definition & Meaning. » **Dictionary.com**, <https://www.dictionary.com/browse/automation>. Accessed 15 August 2023.
- 33 Gillis, Alexander S. "What is Machine Learning Bias? | Definition from WhatIs." TechTarget, <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/machine-learning-bias-algorithm-bias-or-AI-bias>. Accessed 15 August 2023.
- 34 "Bot Definition & Meaning." **Dictionary.com**, <https://www.dictionary.com/browse/bot>. Accessed 15 August 2023.
- 35 Rouse, Margaret. "What is an Internet Bot? - Definition from Techopedia." Techopedia, 24 April 2020, <https://www.techopedia.com/definition/24063/internet-bot>. Accessed 14 August 2023.
- 36 Rutgers. "What Is Data Mining? A Beginner's Guide (2022)." Rutgers Bootcamps, <https://bootcamp.rutgers.edu/blog/what-is-data-mining/>. Accessed 14 August 2023.
- 37 Vincent, James. "Why we need a better definition of 'deepfake.'" The Verge, 22 May 2018, <https://www.theverge.com/2018/5/22/17380306/deepfake-definition-ai-manipulation-fake-news>. Accessed 14 August 2023.



- 38 Parkin, Simon. "The rise of the deepfake and the threat to democracy." The Guardian, 22 June 2019, <https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2019/jun/22/the-rise-of-the-deepfake-and-the-threat-to-democracy>. Accessed 14 August 2023.
- 39 Bruce, Peter. "A Deep Dive into Deep Learning - Scientific American Blog Network." Scientific American Blogs, 10 April 2019, <https://blogs.scientificamerican.com/observations/a-deep-dive-into-deep-learning/>. Accessed 14 August 2023.
- 40 Foy, Peter. « What is Generative AI? Key Concepts & Use Cases. » [MLQ.ai](https://www.mlq.ai), 5 December 2022, <https://www.mlq.ai/what-is-generative-ai/>. Accessed 14 August 2023.
- 41 Ribeiro, José Antonio. « ChatGTP and the Generative AI Hallucinations | by José Antonio Ribeiro Neto. Zezinho. | ChatGPT LEARNING. » Medium, 15 March 2023, <https://medium.com/chatgpt-learning/chatgtp-and-the-generative-ai-hallucinations-62feddc72369>. Accessed 15 August 2023.
- 42 Foy, Peter. « What is a Large Language Model (LLM)? » [MLQ.ai](https://www.mlq.ai), 8 December 2022, <https://www.mlq.ai/what-is-a-large-language-model-llm/>. Accessed 14 August 2023.
- 43 "What Is the Definition of Machine Learning? | [expert.ai](https://www.expertsystem.com)." [Expert.ai](https://www.expertsystem.com), 14 March 2022, <https://www.expertsystem.com/machine-learning-definition/>. Accessed 14 August 2023.
- 44 Russell, John. « Library Guides: Optical Character Recognition (OCR): An Introduction : Home. » Library Guides, 8 December 2022, <https://guides.libraries.psu.edu/OCR>. Accessed 14 August 2023.
- 45 Education Ecosystem (LEDU). "A Simple Introduction to Natural Language Processing | by the Education Ecosystem (LEDU)." *Becoming Human: Artificial Intelligence Magazine*, 15 October 2018, <https://becominghuman.ai/a-simple-introduction-to-natural-language-processing-ea66a1747b32>. Accessed 14 August 2023.
- 46 Kavlakoglu, Eda. "NLP vs. NLU vs. NLG : the differences between three natural language processing concepts." IBM, 12 November 2020, <https://www.ibm.com/blog/nlp-vs-nlu-vs-nlg-the-differences-between-three-natural-language-processing-concepts/>. Accessed 15 August 2023.



- 47 Harris, Marvin. "Neural network definition and meaning | Collins English Dictionary." Collins Dictionary, <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/neural-network>. Accessed 15 August 2023.
- 48 Merriam Webster. "Neural network Definition & Meaning." Merriam-Webster, 10 August 2023, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/neural%20network>. Accessed 14 August 2023.
- 49 White, Jules, et al. "A Prompt Pattern Catalog to Enhance Prompt Engineering with ChatGPT." NASA/ADS, <https://ui.adsabs.harvard.edu/abs/2023arXiv230211382W/abstract>. Accessed 14 August 2023.
- 50 Search Engine Land. "What Is SEO - Search Engine Optimization?" Search Engine Land, <https://searchengineland.com/guide/what-is-seo>. Accessed 14 August 2023.
- 51 Munts, Maggie. "Zero Trust and Visual Vulnerability: What Does the Deep Fake Era Mean for the Global Digital Economy?" Journal of International Affairs, 21 October 2022, <https://jia.sipa.columbia.edu/online-articles/zero-trust-and-visual-vulnerability-what-does-deep-fake-era-mean-global-digital>. Accessed 15 August 2023.





Travaux et ressources

Ressources sur le journalisme et l'IA

JournalismAI Starter Pack - notre guide conçu pour aider les petits éditeurs et les éditeurs locaux à se familiariser avec les possibilités offertes par l'IA.

La base de données d'études de cas de JournalismAI - notre collection de plus de 110 exemples d'organismes de presse du monde entier qui utilisent les technologies de l'IA pour répondre à différents besoins.

Introduction à l'apprentissage automatique pour les journalistes - notre cours de courte durée qui couvre les bases de l'apprentissage automatique pour le journalisme.

The JournalismAI Report: New Powers, New Responsibilities

Beckett, C. (November 2019). London School of Economics and Political Sciences.

Autres ressources en ligne

Big Data from the South(s) : Beyond Data Universalism (2019) Stefania Milan et Emiliano Treré - Cet article scientifique présente les principes d'une théorie de la mise en données du et dans le Global South(s) et appelle à une « désoccidentalisation des études critiques sur les données ».

Data Colonialism: Rethinking Big Data's Relation to the Contemporary Subject (2018).

Nick Couldry et Ulises Mejias. Television & New Media - Un article scientifique qui propose de comprendre les processus de mise en données à travers l'histoire du colonialisme. Les auteurs considèrent le traitement des données sociales comme une « nouvelle forme de colonialisme des données » qui normalise l'exploitation des êtres humains à travers les données, de la même manière que le colonialisme historique s'est approprié des territoires et des ressources à des fins économiques.

Elements of IA - Un cours en ligne gratuit qui aide à démystifier l'IA, en associant la théorie avec des exercices pratiques.

Generative AI In The Newsroom - Une collection d'articles écrits par des journalistes utilisant l'IA générative dans leurs salles de rédaction, publiés par le professeur Nick Diakopoulos.



Large language models, explained with a minimum of maths and jargon (2023) Lee, T and Trott, S.

Sketching the Field of AI Tools for Local Newsrooms- Une base de données d'outils d'IA pour les salles de presse locales construite par Partnership on AI. (décembre 2022).

Artificial Intelligence in Local News: A survey of US newsrooms' AI readiness
Rinehart, A. et Kung, E. (mars 2022). Associated Press.

AI, Journalism, and Public Interest Media in Africa
Ogola, G. (May 2023). International Media Support (IMS).

Journalists AI toolbox. (2023) Mike Reilly - un site web en ligne répertoriant les outils d'IA et d'IA générative pour les salles de rédaction.

Responsible Practices for Synthetic Media: un cadre sur la façon de développer, créer et partager de manière responsable les médias synthétiques : le contenu audiovisuel souvent généré ou modifié par l'IA, publié par Partnership on AI. (février 2023).

Spanish technological development of artificial intelligence applied to journalism: companies and tools for documentation, production and distribution of information
Sánchez-García, P., Merayo-Álvarez, N., Calvo-Barbero, C. et Diez-Gracia, A. (2023).

Towards Guidelines for Guidelines on the Use of Generative AI in Newsrooms. H Cools, H & Diakopoulos, N. (2023)

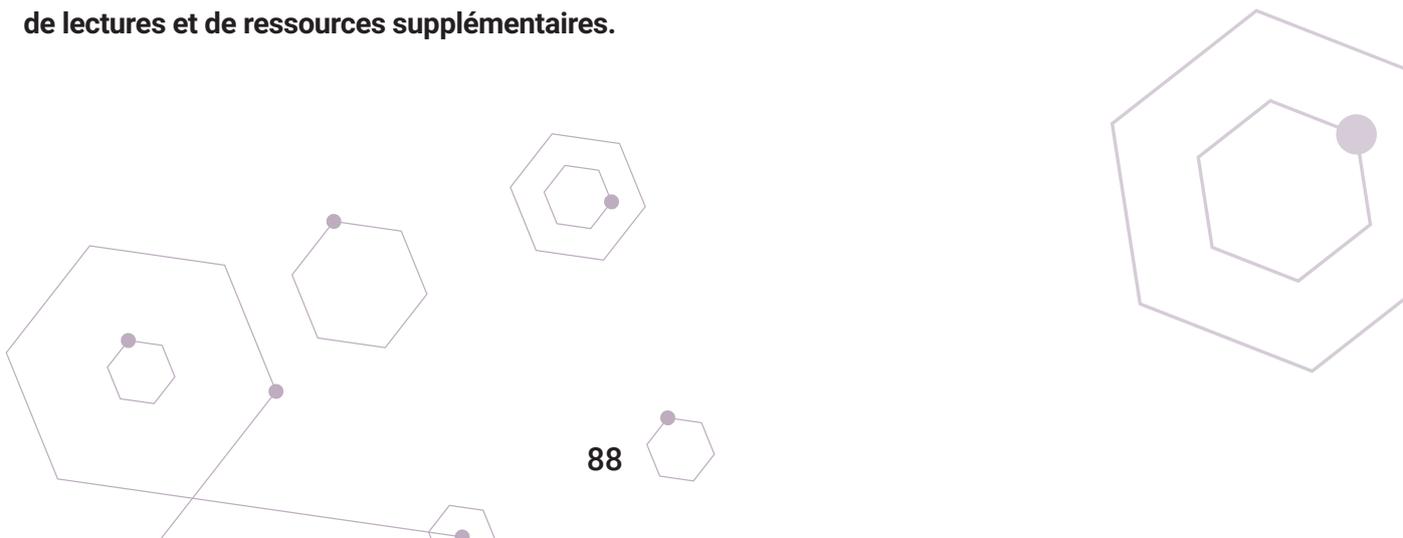
Livres

Beginner's prompt handbook: ChatGPT for local news publishers
Admitis, J. (March 2023).

Reporting on artificial intelligence : a handbook for journalism educators

Maarit, J. (Ed). (2023). Unesco.

Pour plus d'articles sur les applications et les implications de l'IA dans le journalisme, avec des études de cas et des conseils pratiques, veuillez consulter blogs.lse.ac.uk/polis. Ce site sera régulièrement mis à jour. N'hésitez pas à nous faire part de vos suggestions de lectures et de ressources supplémentaires.





Remerciements

La responsabilité éditoriale du contenu de ce rapport incombe exclusivement à son auteur, le professeur Charlie Beckett.

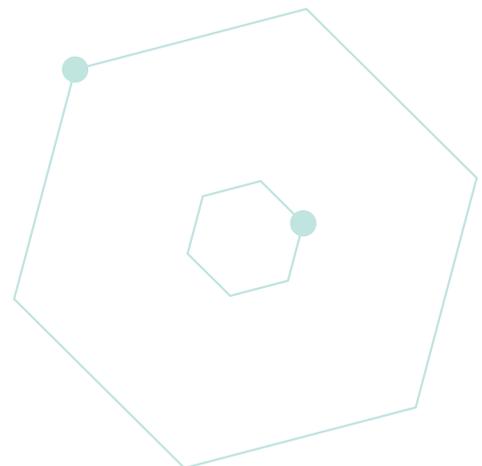
Nous remercions Mira Yaseen, chercheuse principale et coauteure, ainsi que l'ARIJ (Arab Reporters for Investigative Journalism) pour leur aide dans la recherche et la sensibilisation des organisations basées dans la région MENA, et Trust Matsilele, James Gatica Matheson et Vivek Mallik-Das pour la collecte de données régionales supplémentaires et les recherches qu'ils ont effectuées.

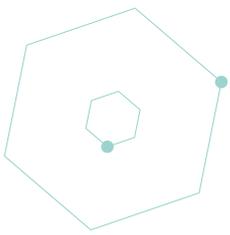
Ce projet de recherche a été supervisé par le gestionnaire de JournalismAI de LSE, Tshepo Tshabalala.

JournalismAI bénéficie du soutien de l'initiative Google News. Nous remercions tout particulièrement David Dieudonné, de GNI, pour son travail essentiel.

Même s'ils n'ont pas contribué activement à ce rapport, il convient de remercier les responsables de programme de JournalismAI, Lakshmi Sivadas et Sabrina Argoub, ainsi que l'ancien responsable, Mattia Peretti, dont le travail au cours des trois dernières années a permis de réaliser une grande partie de ce rapport.

Enfin, nous tenons à remercier une nouvelle fois les organisations médiatiques qui ont répondu à l'enquête de JournalismAI. La liste figure à la page suivante (certaines organisations ont choisi de participer à cette recherche de manière anonyme et n'ont pas été incluses dans la liste ci-dessous) :





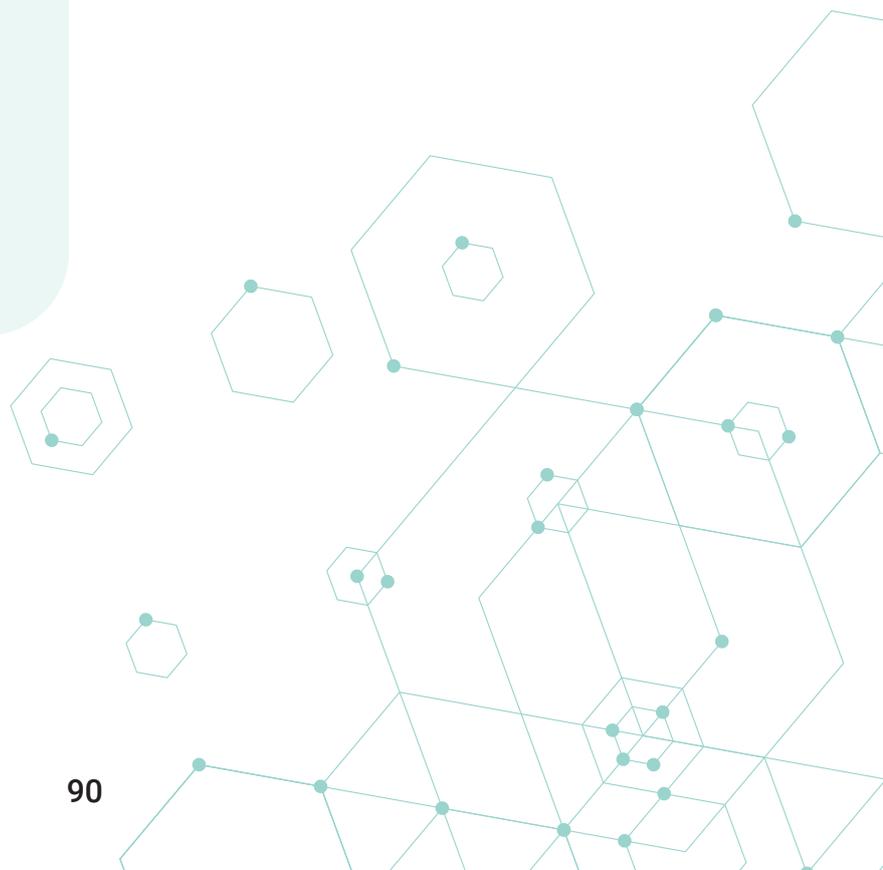
ORGANISMES DE PRESSE AYANT RÉPONDU À L'ENQUÊTE JOURNALISMAI

Afrique subsaharienne

Africa Check
AfricaBrief
Alpha Media Holdings
CGTN
CITEZW
Daily Maverick
Dataphyte
House and Garden Magazine
INK Center for INVESTIGATIVE Journalism
Khwezi Times News
Nairobi News - Nation Media Group
Nation Publications Limited (NPL)
New Vision Printing and Publishing Company Limited
Newscoop Radio News Agency
NTV Uganda
Ohambileyo
Portal Publishing
Primedia Media Broadcasting
Radio Africa Group
Stears
The Post

Asie-Pacifique

EastMojo
Ekushey Television (ETV)
IE Online Media
Initium Media
KBR
Malaysiakini
NZME
SBS
Scroll.in
Stuff Limited
The Current Pk
The Paper
The Quint
Times internet
UDN Group
VERA Files





Europe

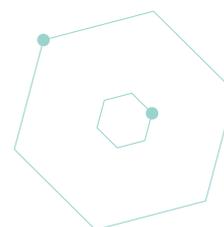
AFP
Aftonbladet
ARTE G.E.I.E.
Austria Presse Agentur (APA)
Časoris
CMI France
Czech Radio
E24
Ekstra Bladet
Evangelischer Presseverband
Für Bayern (EPV)
Group Nice-Matin
Il Sole 24 Ore
Maldita.es
Newtral
Observador
RTVE
Sveriges Radio
The Economist
VRT

Amérique latine

Abraji
Chequeado
Cuestión Pública
El Surti
El Tiempo
Folha de Sao Paulo
La Gaceta de Tucumán
La Nación - Argentina
Mutante
Perfil
PodSonhar
Rede Gazeta
T13
TN
TV Azteca
Unitel

Organisations Internationales

OCCRP
Reuters
Associated Press (AP)





Moyen-Orient et Afrique du Nord (MENA)

AlManassa
AlMasry AlYoum
ARIJ
Daraj
Jummar
Khuyout
Maharat Foundation
Masrawy
MBC Group, Egypt
Megaphone
Nawa Network - media platform of Filastiniyat
Raseef22
Scientific Arab
Ultrasawt
Welad ElBalad

Amérique du Nord

McClatchy
MuckRock
NPR
Semafor
The Texas Tribune
Zenger





THE LONDON SCHOOL
OF ECONOMICS AND
POLITICAL SCIENCE ■

Google
News Initiative

POLIS
Journalism at LSE

Contactez-nous

L'auteur souhaiterait recevoir des commentaires sur ce rapport à l'adresse suivante : c.h.beckett@lse.ac.uk

Si vous avez des questions sur le projet, ou si vous souhaitez participer à l'élaboration du projet ou à de futures initiatives de JournalismAI, n'hésitez pas nous contacter.

Veillez contacter Tshepo Tshabalala à l'adresse suivante :

t.h.tshabalala@lse.ac.uk

blogs.lse.ac.uk/polis/2023/06/26/how-newsrooms-around-the-world-use-ai-a-journalismai-2023-global-survey/

[@PolisLSE](https://twitter.com/PolisLSE)

[#JournalismeAI](https://twitter.com/PolisLSE)

JournalismAI, Polis

Department of Media and
Communications

The London School of Economics
and Political Science

Houghton Street

London WC2A 2AE

La London School of Economics and Political Science est une école de l'université de Londres. Il s'agit d'une organisation caritative et elle est constituée en Angleterre en tant que société à responsabilité limitée en vertu de la loi sur les sociétés (numéro d'enregistrement : 70527).

L'école veille à ce que les personnes soient traitées de manière égale, indépendamment de l'âge, du handicap, de la race, de la nationalité, de l'origine ethnique ou du lieu de naissance, du genre, de la religion, du handicap, de la race, de la nationalité, de l'origine ethnique ou d'autres circonstances personnelles.

Conception : LSE Design Unit (info.lse.ac.uk/staff/divisions/communications-division/design-unit/)

Toutes les images proviennent de unsplash.com :

p.12 – Christina@wocintechchat.com, p.24 – Christina@wocintechchat.com,
p.38 – Wonderlane, p.50 – Soundtrap, p.58 – Charlesdeluvio, p.66 – Sajad Nori,
p.74 – manas rb, p.86 – Jake Lorefice, p.92 – Markus Krisetya