

# ChatGPT et IA générative dans les médias

## Principaux cas d'usage

La discussion sur l'IA générative et les médias fait rapidement ressortir l'idée d'un robot-journaliste capable de créer de manière autonome des contenus.

Ce scénario représente souvent le standard pour évaluer les outils actuels («on s'en approche» ou «on n'y est pas encore»). Néanmoins, les interviews menées avec les professionnels des médias font ressortir d'autres cas d'usage, aujourd'hui déjà réalité:

- Composer plus rapidement des textes sur la base d'informations données
- Rechercher et synthétiser des informations sur un sujet
- Tester différentes tournures stylistiques et utiliser l'outil comme source d'inspiration
- Améliorer illustrations et photos existantes
- Générer des photos artificielles ne représentant pas une réalité observable
- Accélérer la réalisation des petites tâches quotidiennes (mail, rapport, présentation, contact partenaire)

## Défis spécifiques de la branche

Les médias sont marqués par une ambition générale de véracité et des attentes élevées en matière de production de contenu (devoirs journalistiques).

Le contexte des médias est marqué par une pression importante (temps et ressources humaines/financières à disposition). Les outils d'IA générative peuvent renforcer la tentation de passer outre certaines procédures de vérification et contrôle qualité. Particulièrement pour les médias de service public, la qualité des contenus générés par l'IA (notamment sous l'angle des biais de représentation/effets négatifs pour certains groupes sociaux) peut également poser problème. Les outils peuvent finalement bouleverser les collaborations au sein des rédactions et les relations avec les agences et autres fournisseurs de contenu.



## Quelques bonnes pratiques

Les interviews et recherches effectuées ont fait émerger certaines recommandations:

- **Vie démocratique:** les médias ont une importance particulière pour la bonne marche de la vie démocratique. Par leur respect de principes et méthodes visant à garantir la véracité et la qualité des contenus, ils servent de pôles de confiance pour un écosystème d'informations.
- **Principe de responsabilité:** les journalistes et toutes les personnes créant du contenu doivent être tenus responsables de ce contenu, que celui-ci soit généré avec ou sans machine. Des processus de contrôle qualité doivent permettre d'éviter toute dilution de cette responsabilité.
- **Méthode et confiance:** ces contrôles qualité vont distinguer un journalisme critique de la production de contenus sans garde-fous. Identifier et assurer la traçabilité de ce contenu de qualité est essentiel pour l'écosystème d'informations.
- **L'importance de l'image:** l'utilisation d'images générées artificiellement et ne correspondant pas à une réalité observable doit se faire de manière fortement cadrée et doit être déclarée. Par défaut, l'utilisation d'images reflétant la réalité devrait être privilégiée.

## Notre projet en bref

Ce projet est mené par **ethix** – laboratoire d'éthique de l'innovation, avec le soutien de la **Fondation Mercator Suisse**. Entre janvier et juin 2023, ethix a réalisé plus de 40 interviews et workshops avec des personnes exerçant des activités touchées par des outils d'IA générative. L'équipe a ensuite cherché à établir des liens entre le contenu des interviews et la vaste littérature philosophique sur les outils d'IA.

Contact pour le projet: Dr Johan Rochel ([rochel@ethix.ch](mailto:rochel@ethix.ch))

## Pour aller plus loin

- une étude de cas portant sur la responsabilité des médias face aux fake news ([consulter](#))
- un document pour accompagner une réflexion sur l'identité professionnelle des spécialistes médias ([consulter](#))
- un document présentant 6 questions fondamentales dans l'usage de ChatGPT ([consulter](#))