



## Full Length Research Paper

# Intelligence artificielle et médias en crise : enjeux, réalités et défis en contexte ivoirien

Waliyu KARIMU <sup>1\*</sup><sup>1</sup>Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan Cocody, Département des Sciences de l'information et de la communication –Abidjan, Côte d'Ivoire.

Received July 2023 – Accepted October 2023

\*Corresponding author. [wallykarim@yahoo.fr](mailto:wallykarim@yahoo.fr).....

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License.

## Résumé:

Cette contribution examine les rapports que des journalistes ivoiriens entretiennent avec l'Intelligence artificielle (IA) en termes d'utilisation concrète dans leurs productions quotidiennes. Nous avons voulu comprendre et analyser la façon dont ces professionnels de l'information pensent l'utilité de cette innovation technologique majeure dans leurs diverses activités, et comment ils s'approprient (à titre individuel ou collectif au sein de leurs entreprises) ses multiples outils et dispositifs.

Dans cette perspective, nous avons mené des entretiens semi-directifs auprès de trente-huit journalistes (tous médias et lignes éditoriales confondus) de la presse ivoirienne.

L'étude permet de noter que ce groupe professionnel semble ne pas être insensible à l'Intelligence artificielle et à toutes les possibilités qu'elle pourrait offrir dans le sens d'obtenir des productions de qualité. Cependant, dans un contexte local marqué par une double crise éditoriale et financière, la stratégie des entreprises de presse auxquelles appartiennent nos enquêtés ne repose pas sur l'Intelligence artificielle dans le but de renouer avec l'embellie. En outre, si ces journalistes dans leur grande majorité pensent que les dispositifs de l'Intelligence artificielle peuvent leur être profitables, ils indiquent n'avoir pas encore intégré cette nouveauté technologique dans leur quotidien; exceptés les journalistes des médias numériques qui, eux, testent de plus en plus certains dispositifs de l'Intelligence artificielle qu'ils jugent dignes d'intérêt dans la réalisation de leur travail.

**Mots clés:** Intelligence artificielle ; médias ivoiriens, défis, contenus de qualité.

## Cite this article:

Waliyu KARIMU. (2023). Intelligence artificielle et médias en crise : enjeux, réalités et défis en contexte ivoirien. *Revue RAMReS – Sci. Appl. & de l'Ing.*, Vol. 5(1), pp. 18-24. ISSN 2630-1164.

## 1. Introduction

Le paysage médiatique ivoirien connaît une reconfiguration remarquable depuis plus d'une décennie. Dans cet écosystème de l'information journalistique, la presse écrite tient indiscutablement une place de choix à travers la présence dans les kiosques et étals à journaux de 19 quotidiens ainsi qu'une douzaine d'hebdomadaires et plusieurs périodiques. En outre, depuis la libéralisation du paysage audiovisuel en 2016, plus d'une demi-douzaine de chaînes de télévision sont venues enrichir ce secteur où régnait le monopole des chaînes étatiques du groupe de la Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI). Enfin, au niveau de la presse en ligne, plus d'une cinquantaine de sites d'information sont actuellement enregistrés par les services de l'Autorité Nationale de la Presse (ANP), organe en charge de ces nouveaux médias dont les chiffres ne cessent de monter crescendo, en termes de création.

Cependant, cet environnement médiatique est caractérisé, selon nombre d'études, par des difficultés diverses: crise économique et financière aiguë, contenus jugés peu attrayants, surtout du côté de la presse imprimée, audience en berne... Abdoulaye Sangaré, ancien patron du quotidien indépendant *Le Jour* parle d'« une presse au fond du trou » (Sangaré, 2017) pour décrire la situation catastrophique dans laquelle vivent les médias imprimés ivoiriens.

Cette situation peu reluisante oblige les éditeurs à se concerter régulièrement dans le but de rechercher des solutions pérennes à même de contribuer à redynamiser leur secteur d'activités sinistré. Au nombre des principaux voies et moyens envisagés, figure en tête de gondole le plaidoyer pour la reprise du soutien financier massif de l'Etat, suspendu depuis 2018.

La Côte d'Ivoire n'est pas le seul pays à faire face à cette morosité chronique que subissent les médias d'information. Roland-Yves Carignan et André

Mondoux constatent également, à propos de la santé de la presse à l'échelle mondiale que: « La crise contemporaine est de fait multiple: crise financière (déclins des revenus publicitaires), crise technique (bousculade de nouveaux outils numériques de production, mise en circulation et consommation des messages), mais aussi crise de sens et de vérité (baisse de l'autorité médiatique en général et du journalisme en particulier ... » (Carignan & Mondoux, 2021: 162).

C'est dans ce contexte de crise généralisée que nombre d'entreprises médiatiques abordent ces dernières années l'émergence de l'Intelligence artificielle, une technologie de la communication comme il en existe en nombre considérable, et dont aucune nation ne peut désormais se passer. C'est ce qui fondent Francis Jauréguiberry et Serge Proulx à admettre qu' « il n'est plus possible aujourd'hui de penser le monde contemporain sans faire référence à la fois aux technologies de communication qui l'innervent et aux bouleversements dans les conduites individuelles et collectives se rattachant à l'usage de ces technologies » (Jauréguiberry & Proulx, 2001: 8).

Avant d'explicitier les motivations des grands groupes médiatiques et de leurs dirigeants à introduire ce nouvel outil communicationnel dans leur domaine d'activités, il nous paraît important de proposer une approche définitionnelle de la notion d'Intelligence artificielle. Cette volonté de clarification de cette notion qui n'est pas évidente a priori, a suscité la publication d'un numéro spécial du *Journal of Artificial General Intelligence* paru en février 2020 et qui a enregistré la contribution de vingt auteurs. D'emblée, notons que les chercheurs qui travaillent sur cette thématique de l'Intelligence artificielle ne s'accordent pas sur une signification consensuelle, ce qui montre qu'elle est « particulièrement difficile à définir (Broussard, Diakopoulos & al., 2019). C'est dans cette perspective que Jean-Hugues Roy, Colette Brin et Julie Gramaccia mettent en avant le caractère « polysémique » de l'Intelligence artificielle, qui selon eux « provoque autant un enthousiasme versant parfois dans le fétichisme chez ses promoteurs que des critiques virulentes pas toujours bien informées chez ses détracteurs » (Roy, Brin & Gramaccia, 2021: 73). Toutefois, les éditeurs du *Journal of Artificial Intelligence* que nous avons cité plus haut, affirment pour leur part que la définition la plus « acceptée » est celle de Pei Wang. Cet auteur note que: « L'essence de l'intelligence est le principe de l'adaptation à l'environnement tout en travaillant avec des connaissances et des ressources insuffisantes. Ainsi, un système intelligent doit s'appuyer sur une capacité de traitement limitée, travailler en temps réel, s'ouvrir à des tâches inattendues, et apprendre par l'expérience ». (Wang, 2008, cité par Monett, Lewis & Thorisson, 2020: 1).

Pour une meilleure compréhension de la notion d'Intelligence artificielle, la définition de Pei Wang peut être complétée par celle de Bastien. D'après lui, l'Intelligence artificielle peut être définie comme étant un « ensemble d'algorithmes et de techniques visant à imiter l'intelligence humaine » (Bastien, 2022). Quant à Alain Kiyindou, il précise que « la fonction première

de l'intelligence est d'atteindre efficacement un but pour lequel il n'existe pas de solutions données d'avance » (Kiyindou, 2019: 23).

Dans le domaine du journalisme, nombre de travaux constatent que l'Intelligence artificielle prend de plus en plus de l'importance au fil des années. Au nombre des écrits pertinents qui corroborent cette observation, nous citons une enquête mondiale menée auprès de 71 organes de presse dans 32 pays (Beckett, 2019) et qui confirme la multiplication des tentatives d'intégration des dispositifs de l'Intelligence artificielle dans les pratiques professionnelles journalistiques. Son émergence dans cet écosystème peut s'expliquer d'abord et avant tout par le fait que les journalistes et professionnels des médias sont obligés de s'y intéresser à travers les reportages qu'ils réalisent fréquemment sur la thématique. Dans leurs productions, ils en parlent régulièrement et ne peuvent donc pas de ce fait rester insensibles devant cette nouveauté dont les avantages sont mis en avant par ses promoteurs.

En outre, le domaine du journalisme ne peut demeurer en marge face aux avancées technologiques qui se multiplient depuis le début des années 2000 et qui sont censées procurer des avantages certains dans la confection et la diffusion de l'information médiatique. D'ailleurs, comme le remarque si bien Christian Delporte, la nature même du journalisme oblige les entreprises médiatiques à « se saisir des derniers progrès dans le domaine de la technologie de la communication » (Delporte, 2005: 204). C'est donc en considérant les potentiels bienfaits de « l'une des technologies les plus puissantes et les plus transformatrices disponibles pour l'humanité aujourd'hui » (Marr, 2020) que les organisations médiatiques s'y mettent désormais à leur tour.

Ainsi, dans cette nouvelle configuration, des professionnels des médias n'hésitent plus à faire appel aux multiples dispositifs de l'Intelligence artificielle depuis quelques années (Carlson, 2015; Lever, 2019). Ils épousent de ce fait les mutations sociétales et technologiques qui induisent des transformations dans la production de l'information et qui ne cessent de se répandre. Au nombre des usages qui en sont faits, nous notons ceux facilitant les opérations de collecte de données, d'édition, de diffusion, ou encore de vérifications des faits. Thierry Watine et Julie Gramaccia ajoutent que: « L'intelligence artificielle et les algorithmes font aujourd'hui bel et bien partie intégrante du nouvel écosystème médiatique. [...] Ils permettent des avancées significatives en matière de surveillance automatique de certaines occurrences événementielles, de collecte à grande échelle de l'information, de traitement automatisé de l'actualité (avec les robots rédacteurs qui génèrent spontanément des textes) et de ciblage personnalisé des usagers (dont on affine sans cesse les besoins particuliers) » Watine & Gramaccia, 2018: 24).

Toujours dans le champ du journalisme, des études à l'instar de celle de Muriel Béasse, mettent en évidence d'autres utilités des dispositifs de l'Intelligence artificielle. Au nombre de celles-ci:

- Les mesures d'audience en temps réel
- La modération de contenu

- La production automatisée d'information
- La prise en charge de tâches répétitives
- La recommandation de contenus par algorithme sur les plateformes (réseaux sociaux numériques)
- La détection de la désinformation...

En considérant ces avantages non exhaustifs mentionnés plus haut et arrimés à cette nouvelle technologie en vogue, ainsi que ses nombreux autres bienfaits et possibilités (Béasse, 2021), on admet à la suite de Charlie Beckett que « l'Intelligence artificielle possède le potentiel de transformer en profondeur la façon dont le journalisme est produit et consommé » (Beckett, 2019). On peut dès lors avancer que le travail journalistique booster par ces trouvailles ne peut que s'améliorer (Castets-Renard, 2018, White, 2020, Dierickx, 2021), pour le grand bonheur du public qui tient à son droit à l'information (Cornu, 1997).

Toutefois, nonobstant ce tableau qui peut sembler idyllique, il n'est pas certain que toutes les entreprises médiatiques vivent les mêmes réalités en termes de maîtrise et appropriation de l'Intelligence artificielle (Gramaccia & Watine, 2021). D'ailleurs, en parcourant l'enquête mondiale qu'il a conduite sur cette problématique, on se rend compte que Charlie Beckett insiste sur le fait que « l'Intelligence artificielle (IA) est déjà une partie importante du journalisme, mais qu'elle est inégalement répartie » (Beckett, 2019).

C'est la raison pour laquelle, dans le contexte africain, nous intéressons au cas précis des médias ivoiriens confrontés depuis le début des années 2000 à deux soucis majeurs que les éditeurs peinent à résoudre: crises éditoriales et économiques (Ngono, 2021; Karimu, 2022). De ce fait, ces médias en difficultés n'ont d'autres alternatives que de « revoir leur modèle d'affaires et innover pour survivre » (St-Germain & White, 2021), au risque de disparaître inexorablement. Dans les paragraphes qui suivent, nous voulons, à travers les témoignages de quelques trente-huit journalistes professionnels ivoiriens, appréhender leurs points de vue en ce qui concerne l'irruption de l'Intelligence artificielle dans leur secteur d'activités. Nous nous proposons aussi d'analyser la pénétration de cette technologie nouvelle dans leurs propres pratiques journalistiques, d'un point de vue individuel mais aussi collectif, au sein de leurs entreprises respectives.

Dans ce cheminement qui est le nôtre, nous nous posons les questions suivantes: comment ces médias ivoiriens confrontés dans leur grande majorité depuis plus d'une dizaine d'années à une impasse économique (des chiffres d'affaires catastrophiques) et éditoriale (des contenus peu attractifs), abordent ce virage technologique que représente l'essor mondial de l'Intelligence artificielle ? En d'autres termes, est-ce possible d'en faire usage sans grand moyen financier? Quels dispositifs moins onéreux sont alors à leur portée à titre personnel ou dans le cadre global d'une stratégie déployée par leurs entreprises? Nous nous proposons de vérifier l'hypothèse suivante: au sein des médias ivoiriens où la préoccupation principale à l'heure actuelle demeure la lutte pour la survie, la problématique de l'Intelligence artificielle reste marginale sur la liste restreinte des stratégies à mettre en œuvre pour redynamiser ces entreprises de presse.

## 2. Matériels et méthodes

Notre recherche s'inscrit dans la perspective des théories relatives aux innovations techniques et technologiques dans le champ du journalisme. John Pavlik, ancien directeur du Center for New Media de l'université Columbia aux États-Unis, développe cette approche théorique qui nous semble intéressante, à propos de la façon dont les nouvelles technologies sont introduites et utilisées au sein des rédactions. Dans ses travaux, il démontre que l'histoire du journalisme a souvent été définie par et avec les avancées technologiques qui l'ont jalonnées au fil des années. Pour lui, comme pour ceux qui abondent dans le même sens, il est très probable que « le choix et l'utilisation des technologies aient eu un impact sur le journalisme et les méthodes de cueillette, de rédaction et de diffusion de l'information employées jusque-là » (Pavlik, 2000 : 229).

Pavlik met ainsi en évidence le fait que l'évolution de la technologie influe sur le journalisme dans au moins quatre grands domaines ; à savoir la façon dont les journalistes font leur travail, le contenu des nouvelles qu'ils élaborent, la structure ou l'organisation de la salle de rédaction, les relations entre les organisations professionnelles de presse, les journalistes et leurs publics. Dans le cadre de cette recherche, nous nous penchons particulièrement sur les deux premiers volets énoncés et qui ont trait aux manières dont ces professionnels des médias font leur travail et produisent les articles sur la base des multiples dispositifs charriés par l'Intelligence artificielle.

Pour ce qui concerne le volet méthodologique de cette étude, il se fonde essentiellement sur le discours de trente-huit journalistes évoluant dans l'environnement médiatique ivoirien. Dans cette perspective, nous adoptons une approche qualitative à travers une démarche qui repose sur la prise en compte d'un corpus de trente-huit entretiens semi-directifs effectués auprès de ces journalistes exerçant dans des médias ivoiriens (toutes tendances éditoriales confondues), entre décembre 2022 et juin 2023. À cet effet, une grille d'entretien a été élaborée à leur intention et contenant une douzaine de questions qui nous semblent indispensables à l'aboutissement de cette recherche. Au nombre des préoccupations auxquelles les interviewés étaient invités à se prononcer, figurent celles-ci :

- Comment les médias ivoiriens confrontés dans leur grande majorité à des difficultés économiques et éditoriales, abordent ce virage technologique que représentent l'Intelligence artificielle et ses outils ?
- Est-ce possible de convoquer l'Intelligence artificielle dans les pratiques journalistiques en contexte ivoirien sans grand moyen financier ?
- Quels dispositifs et outils ces journalistes ont déjà expérimentés à titre personnel ou dans le cadre global d'une stratégie déployée par leurs entreprises ?
- Quelles formations ont été indispensables pour mieux maîtriser l'Intelligence artificielle et ses opportunités ?
- Quels résultats ont-ils obtenus en intégrant ces nouveaux outils et dispositifs dans leurs productions éditoriales ?

-Quelles difficultés ont-ils rencontrées dans leurs tentatives de faire usage de l'Intelligence artificielle ? Nous avons en effet interrogé ces professionnels de l'information avec pour objectif d'identifier les différents usages qu'ils font de l'Intelligence artificielle dans leurs pratiques professionnelles quotidiennes. Nous entendons, *in fine*, analyser ces utilisations afin de déterminer leur apport à l'amélioration des productions éditoriales journalistiques.

Nos trente-huit enquêtés sont repartis en cinq catégories selon leurs filiations médiatiques : treize journalistes de la presse écrite, huit de la presse numérique, sept rédacteurs du secteur des radios, quatre employés d'agence de presse et six de nos répondants exerçant dans le domaine de la télévision. Ils sont tous des professionnels de la presse ivoirienne, titulaires de la carte d'identité de journalistes professionnels (CIJP), un document administratif obtenu à qualité. Ces journalistes totalisent plus d'une dizaine d'années d'expériences dans leur grande majorité, avec pour les plus anciens une vingtaine d'années de présence effective dans le secteur des médias, à l'instar de ce chef du « Service Sports et Culture » d'un quotidien qui indique avoir démarré dans la profession en 2013.

Ce sont ces trente-huit professionnels de la presse ivoirienne qui ont répondu favorablement à notre requête sur la base d'une liste préétablie d'une cinquantaine de journalistes contactés individuellement courant novembre 2022, en prévision de cette recherche.

Les propos de nos enquêtés sont exploités grâce à une analyse thématique menée à partir des variables suivantes : connaissances relatives à l'Intelligence artificielle et ses offres, usage à titre individuel ou collectif au sein de l'entreprise de presse, écueils rencontrés dans l'utilisation des dispositifs intelligents et apports de l'Intelligence artificielle en termes de relance économique et éditoriale des médias concernés.

### 3. Résultats

#### 3.1. Quelques vagues informations sur l'Intelligence artificielle et des confusions significatives.

L'étude nous a permis de dégager quelques résultats que nous détaillons dans les lignes suivantes.

Nous notons de prime abord que nos enquêtés dans leur grande majorité ont une connaissance plus ou moins approximative de l'Intelligence artificielle en général, et en particulier de son utilité dans le secteur du journalisme. « *J'ai entendu parler de l'Intelligence artificielle dans le premier trimestre de 2023, à l'occasion d'une conférence de presse animée par un jeune ivoirien expert en Intelligence artificielle et en communication digitale. J'ai par la suite fait des recherches sur le thème en réalisant un reportage, à l'occasion de la journée internationale de la femme en mars 2023, sur la présence des jeunes femmes dans le secteur du numérique* » (répondant 35). Quant au répondant 14, il affirme : « *J'ai entendu parler de l'Intelligence artificielle. La première fois, c'était dans*

*un magazine économique sur France 24* ». Le répondant 3 indique également avoir obtenu les informations sur l'Intelligence artificielle par le canal d'une autre chaîne étrangère : « *J'ai déjà entendu parler de l'Intelligence artificielle à l'occasion d'illustration explicative de grands projets ou de phénomènes climatiques dans des journaux de la chaîne de télévision française TF1. La grève des scénaristes du cinéma américain a aussi mis en lumière l'Intelligence artificielle en plus du débat né de son utilisation pour la production de thèse ou mémoires par des étudiants en Europe* ».

Cependant, des confusions sont fréquentes dans les propos de nos enquêtés entre les outils propres à l'Intelligence artificielle, l'usage des moteurs de recherche comme Google, les multiples logiciels et autres applications qui ne relèvent pas forcément de l'Intelligence artificielle, pour ne citer que ces exemples. On perçoit ces méprises dans ce propos d'un de nos interlocuteurs : « *J'ai recours à l'intelligence artificielle sans trop savoir en fait que c'est elle que j'utilise dans le cadre de mon travail quotidien. En faisant des recherches dans le moteur de recherche Google, par l'introduction de mots-clés dans la barre de recherche, on se retrouve avec des propositions de contenus pertinents par rapport à la question, mais également son historique personnel et même sa localisation géographique. Sur les réseaux sociaux qui attirent de plus en plus, l'Intelligence artificielle permet de voir en priorité des contenus qui intéressent ou qui pourraient intéresser en rapport avec les habitudes* », indique le répondant 3. Un de nos enquêtés pense d'ailleurs que tout le matériel informatique et bureautique qu'il utilise au quotidien fait partie de l'Intelligence artificielle. À la question de savoir s'il connaît quelques exemples d'Intelligences artificielles dans son secteur d'activité (la télévision), le répondant 1 précise : « *Oui. Il s'agit d'ordinateurs, de caméras, de dictaphones, mes téléphones portables. Oui, j'utilise l'Intelligence artificielle dans le cadre général de mon travail. C'est avec mon ordinateur que j'effectue mes tâches professionnelles et extra-professionnelles. Je me sers aussi de mes téléphones portables Android pour faire des images lorsque je présente mon émission, également, pour faire des interviews* ». Le répondant 23 reste dans la même logique que son confrère, en affirmant : « *À titre individuel, j'échange avec des parents au village via le téléphone (vocalement ou par textos), là où il me fallait émettre un courrier ou donner une commission à quelqu'un qui allait mettre beaucoup de temps. J'envoie de l'argent via les e-money. Dans le cadre de mon travail, via la technologie de captage, je peux ramener une image, une scène pour permettre à ceux qui n'y étaient pas de vivre l'événement comme s'ils y étaient (voir et entendre). Faire une interview audiovisuelle avec quelqu'un sans forcément être en contact physique avec lui* ».

L'intégration de ce dispositif technologique dans les pratiques professionnelles quotidiennes de ces journalistes reste très limitée pour les uns, et pas encore envisagée pour les autres, même si ce dernier groupe très majoritaire affirme être conscient des potentialités

que cette technologie peut lui fournir. La principale difficulté qui se pose à ceux qui n'ont pas encore envisagé l'Intelligence artificielle dans leurs activités journalistiques est la totale méconnaissance de la manière dont s'utilise cette nouvelle technologie très en vogue, comme l'admet le répondant 30 : « *Vu que je n'utilise pas cet outil ou du moins pas encore mis à notre disposition, je ne peux donner des détails sur son usage* ».

### 3.2. Les journalistes des médias numériques très intéressés par l'Intelligence artificielle.

Par contre ceux qui confirment faire appel à l'Intelligence artificielle dans leurs pratiques quotidiennes énumèrent des usages précis, comme l'affirme cet enquêté : « *À titre personnel, j'utilise quelques rares fois l'Intelligence artificielle pour vérifier des faits lorsque je suis confronté à la propagation de fausses informations. Je fais mes recherches avec Dialogflow, Krips, Clean Voice, Jasper Ai...* » (répondant 35). Le répondant 2, lui, cite : « *ChatGPT, Bard, AISEO (assistant de réécriture) et le convertisseur d'image ou de PDF en texte du téléphone iPhone. Je les utilise pour des recherches sur des sujets techniques, la préparation d'interviews, la production de biographies, etc.* ».

En dehors d'un seul journaliste du secteur de la télévision qui affirme mettre à profit l'Intelligence artificielle, mais a minima, nous constatons que sur les trente-huit enquêtés, ceux qui se familiarisent de plus en plus avec l'Intelligence artificielle sont les professionnels évoluant dans le domaine des médias numériques (*pure players* et sites internet de médias classiques). « *Nous à Opera News, nous adaptons l'Intelligence artificielle aux besoins en informations des utilisateurs et leur suggérons des articles* » (répondant 4). Ses propos sont corroborés par un autre enquêté qui avait également collaboré avec le média numérique *Opera News* : « *Effectivement, nous avons entendu parler de l'Intelligence artificielle, en abrégé (IA) lors de notre collaboration comme contributeur de contenu à l'agrégateur de contenu Opera News, en 2021-2022. Nos articles sont validés dans un premier temps par l'Intelligence artificielle avant que des réviseurs (journalistes) n'interviennent pour juger de la conformité desdits articles avec l'éthique et la déontologie du métier de journaliste et plus globalement avec la loi sur la presse en Côte d'Ivoire* » (répondant 19).

### 3.3. L'Intelligence artificielle absente des stratégies de relance éditoriale des entreprises de presse.

À travers les propos de l'ensemble de nos enquêtés, nous comprenons que la majorité des entreprises de presse auxquelles ils appartiennent n'ont pas encore intégré l'usage de l'Intelligence artificielle comme stratégie éditoriale. En effet, sur les trente-huit enquêtés, un seul journaliste, celui du site *Opera News* confirme que l'Intelligence artificielle fait partie

intégrante des pratiques de ce média numérique, dans l'objectif d'atteindre son public, en l'occurrence les internautes. Les autres journalistes que nous avons interviewés, principalement ceux des autres médias numériques convoquent les dispositifs de cette technologie nouvelle à titre individuel et non dans une action réellement concertée avec la direction de leurs entreprises.

On note aussi que le coût des outils de l'Intelligence artificielle ainsi que les formations relatives à leur maîtrise peuvent constituer d'importants écueils, comme nous le confirme le répondant 11 : « *Je n'utilise pas encore l'Intelligence artificielle. Je ne maîtrise pas encore tous les contours. Et puis ça a un coût* ».

À la question de savoir s'il prévoyait à titre personnel utiliser les dispositifs de l'Intelligence artificielle dans sa routine journalistique, le répondant 17 affirme : « *Je ne suis pas encore favorable à son usage. J'ai encore des appréhensions. Il me faut avoir tous les avantages et inconvénients de ces outils pour adopter une position définitive* ».

Malgré les appréhensions exprimées majoritairement par nos répondants, tous se disent conscients de l'utilité plausible de l'Intelligence artificielle qui peut permettre de parvenir à meilleure pratique professionnelle. Le répondant 29 pense l'Intelligence artificielle en des termes précis : « *Nous attendons que l'Intelligence artificielle contribue à améliorer nos productions en contribuant à réduire le temps de travail, de recherche avec des informations fiables et de qualité. Avec sa capacité d'exécuter des tâches dans des environnements complexes, sans guidage constant de la part d'un utilisateur, mais également sa capacité d'améliorer les performances grâce à l'apprentissage par l'expérience, l'Intelligence artificielle devrait également participer à l'amélioration de nos productions* ». Le répondant 37 abonde dans ce sens en déclarant : « *Nos attentes sont que l'Intelligence artificielle nous aide à réviser les articles, à avoir la netteté des illustrations, à exécuter les tâches dans un délai court* ». Le répondant 16, lui, va plus loin et suggère : « *Étant donné que l'Intelligence artificielle a pour but de penser et d'agir comme un être humain, notre souhait est qu'il nous aide dans la production de nos articles. Pourquoi pas, nous proposer des articles à partir des propos des intervenants lors d'une cérémonie* ».

## 4.

### L'Intelligence artificielle, « coup de pouce » improbable pour le journalisme.

Dans un contexte d'entreprises médiatiques en difficultés, les outils de l'Intelligence artificielle peuvent être envisagés comme un « coup de pouce » (*Les Cahiers du journalisme*, 2021) à l'amélioration des contenus journalistiques et à les rendre attractifs auprès du public. Dans cette perspective, les médias ivoiriens pourraient renouer avec leur audience aujourd'hui en berne et améliorer leurs résultats financiers.

Si des travaux mettent en exergue l'apport significatif de l'Intelligence artificielle dans des productions journalistiques, d'autres recherches aboutissent à la conclusion que cette contribution n'est pas toujours au rendez-vous. L'étude menée par Laurence Dierickx dans deux rédactions belges francophones en est une illustration. Elle fait la remarque suivante : « Les entretiens réalisés quelques mois après le début de l'expérience ont témoigné d'un rapport ambigu avec les technologies de l'information et de la communication, les journalistes considérant que celles-ci nécessitent du temps, dans leur apprentissage et leur pratique. De plus, le dispositif se trouvait en opposition avec une conception du journalisme qualifiée de "traditionnelle" par les journalistes eux-mêmes. Alors que le travail d'enquête sur le terrain constitue le cœur de leur pratique professionnelle » (Dierickx, 2021: 84).

Dans un autre registre, Charlie Beckett estime pour sa part et sur la base de l'enquête mondiale qu'il a coordonnée en 2019, que : « L'IA peut libérer les journalistes pour qu'ils puissent travailler à la création d'un meilleur journalisme à un moment où l'industrie de l'information se bat pour la durabilité économique et pour la confiance et la pertinence du public. Il peut également aider le public à faire face à un monde de surcharge de nouvelles et de désinformation et à le connecter de manière pratique à un contenu crédible qui est pertinent, utile et stimulant pour leur vie » (Beckett, 2019).

En nous fondant sur les propos de nos trente-huit enquêtés, on peut avancer que le milieu médiatique ivoirien accuse un retard relativement à l'adoption de cette technologie nouvelle dans les pratiques journalistiques. Dans un autre contexte, Thierry Watine et Julie Gramaccia ont également fait ce constat en 2020, dans leur étude portant sur l'appropriation de l'Intelligence artificielle par les médias canadiens. Ils écrivent : « Il semble qu'en dehors de *Radio-Canada* et du magazine d'information *L'actualité* (qui ont tout juste commencé à s'y intéresser) les entreprises de presse au Québec n'auraient pas encore pris la mesure du phénomène » (Watine & Gramaccia, 2020: 101).

Les réticences que notre recherche permet de constater à propos de l'écosystème médiatique ivoirien ou celles relevées ailleurs dans le monde s'expliquent : échecs retentissants et succès en demi-teinte observés dans d'autres sphères géographiques relativement à l'appropriation effective de l'Intelligence artificielle dans les pratiques journalistiques. On se souvient qu'en janvier 2018, le *Wall Street Journal* ainsi que plusieurs médias internationaux avaient annoncé la création d'un robot nommé Erica qui présenterait désormais le téléjournal d'une chaîne publique au Japon. Son créateur, le roboticien Hiroshi Ishiguro, interviewé par des chaînes de télévision, affichait son enthousiasme quant à une éventuelle avancée significative de l'usage de l'Intelligence artificielle dans le secteur spécifique de l'audiovisuel. Mais après plusieurs essais infructueux, on peut remarquer que l'expérience a tourné court, ainsi que le soulignent Thierry Watine et Julie Gramaccia : « Moins d'un an plus tard, Erica, présentatrice japonaise de nouvelles télévisées, ne fait

déjà plus parler d'elle. Tout juste en retrouve-t-on la trace début octobre 2018 à Madrid, dans le cadre de la Conférence internationale annuelle sur les robots et les systèmes intelligents. Mais dans le rôle cette fois d'un "employeur" factice censé entraîner des candidats à un entretien d'embauche. En réalité, il n'y a pas de "conversation". Erica se contente de réagir à de simples mots clés. Exit le journalisme » (Watine & Gramaccia, 2018 : 21-22). Des initiatives similaires étaient en cours en Chine et au Koweït, sans qu'on ait d'autres informations quant à leur confirmation en termes de tests concluants.

Huit années auparavant, une expérience américaine, à propos d'articles de la presse papier produits par des robots, avait été relayée par le quotidien français *Le Monde*. Il était question d'un programme d'Intelligence artificielle, baptisé *Stats Monkey*. Le média français qui relate cette expérimentation détaille le procédé : « Pour déclencher *Stats Monkey*, il suffit qu'un humain lui indique quel match il doit couvrir. Une fois lancé, il travaille automatiquement de A à Z. Il commence par télécharger les tableaux chiffrés publiés par les sites Web des ligues de base-ball, et collecte les données brutes : score minute par minute, actions individuelles, stratégies collectives, incidents... ». Le journaliste poursuit son explication à propos de ce programme de l'Intelligence artificielle introduite dans la presse écrite: « Puis il classe cette masse d'informations et reconstruit le déroulé du match en langage informatique. Ensuite, il va puiser son vocabulaire dans une base de données contenant une liste de phrases, d'expressions toutes faites, de figures de style et de mots-clés revenant fréquemment dans la presse sportive. Il va alors rédiger un article, sans fautes de grammaire ni d'orthographe » (*Le Monde*, 2010).

Plus d'une dizaine d'années après cette tentative infructueuse, le lancement et la généralisation de ce programme de rédaction d'articles par des robots semblent avoir été renvoyés aux calendes grecques.

On sait par ailleurs qu'en novembre 2022, le site américain CNET avait commencé, lui aussi, à publier des articles pour sa rubrique «*Money*». Le site web d'actualité sur l'informatique et le numérique *Numerama* qui fournit des informations sur cette autre expérience américaine, indique que CNET a fait de l'Intelligence artificielle l'une de ses nouvelles plumes. Au total, ce sont pas moins de 75 articles qui ont été produits par une Intelligence artificielle pour le compte de CNET. Cependant, cette énième tentative n'a pas produit les résultats escomptés, pour les raisons suivantes: « les contenus étaient truffés d'erreurs grossières (de calcul notamment) » (*Numerama*, 2023).

## 5. Conclusion

Dans cette recherche, nous avons voulu, à travers les témoignages de trente-huit acteurs médiatiques ivoiriens, analyser leurs points de vue en ce qui concerne l'insertion de l'Intelligence artificielle dans leur secteur d'activités et examiner les apports réels de cette technologie nouvelle dans leurs pratiques journalistiques quotidiennes et routinières.

Si l'on s'en tient aux propos de ces enquêtés, nous remarquons que si l'Intelligence artificielle fait timidement son chemin dans le secteur du journalisme à l'échelle mondiale, elle ne semble pas constituer une préoccupation dominante dans l'environnement médiatique ivoirien, à l'heure actuelle. Comme nous l'avons mentionné dans des recherches précédentes, en Côte d'Ivoire, les entreprises médiatiques, à travers leurs dirigeants, misent davantage sur des aides financières étatiques conséquentes pour combler leurs déficits éditoriaux et financiers, plutôt que sur les nouvelles technologies et leurs applications foisonnantes. Pourtant, comme le souligne Alain Kiyindou, « L'intelligence artificielle n'est pas un luxe réservé aux pays développés, elle est un outil du développement, un levier important dans la résolution des problèmes et dans l'élaboration des stratégies y afférents » (Kiyindou, 2019: 11).

Nonobstant ce constat, nos répondants soutiennent dans l'ensemble ne pas être contre un usage progressif et extensif de l'Intelligence artificielle. Au contraire, ils sont unanimes à estimer que les apports exaltés de cette technologie nouvelle en plein essor à l'échelle mondiale, peuvent leur être très utiles dans nombre d'aspects de leur routine organisationnelle. Comme par exemple de la phase de la recherche des informations, en passant par sa fabrication jusqu'à sa diffusion aux consommateurs des produits de presse.

Toutefois, ces journalistes professionnels formulent dans leur grande majorité des appréhensions liées aussi bien au coût supposé des dispositifs de l'Intelligence artificielle, qu'aux écueils relatifs à sa parfaite appropriation, en raison d'une absence de formation forcément indispensable à la maîtrise de cette technologie nouvelle. Par contre du côté des enquêtés issus des médias numériques, l'usage de quelques dispositifs de l'Intelligence artificielle est déjà une réalité dans leur pratique journalistique quotidienne. Il apparaît ainsi qu'on soit davantage réceptif à l'Intelligence artificielle selon que le journaliste travaille pour un média numérique que pour un média traditionnel.

Ce travail peut être prolongé en suggérant des outils de l'Intelligence artificielle gratuits ou simples à utiliser à un échantillon de journalistes des médias ivoiriens, afin d'observer sur une durée plus ou moins longue, dans une perspective de recherche-action, les différents usages qu'ils pourraient convoquer dans leurs pratiques quotidiennes à l'ère de l'essor du journalisme numérique (Assogba, 2020).

## REFERENCES

- [1] Assogba, H. (dir.) (2020). *Journalismes spécialisés à l'ère numérique*. Québec, Presses de l'Université Laval.
- [2] Béasse, M. (2021). Intelligence artificielle et mesures d'audience du journalisme en ligne: pour quelle intelligence des publics? *Les Cahiers du journalisme*, n°7, p. 25-38.
- [3] Bastien, L. (2020). *Intelligence Artificielle : définition, histoire, utilisations, dangers*. Lien: <https://datascientest.com/intelligence-artificielle-definition>.
- [4] Beckett, C. (2019). New powers, new responsibilities. A global survey of journalism and artificial intelligence. *Polis*. [En ligne] <https://blogs.lse.ac.uk/polis/>
- [5] Broudoux, E. (2022). *Editorialisation et autorité. Dispositifs info-communicationnels numériques*, Bruxelles. Deboeck supérieur, 1ère Édition | Coll. Information et stratégie.
- [6] Broussard, M., Diakopoulos, N, et al. (2019). Artificial intelligence and journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 673-695.
- [7] Carlson, M. (2015). The Robotic Reporter. *Digital Journalism*, 3, 3, pp. 416-431.
- [8] Carignan, R.-Y & Mondoux, A. (2021). Technique et crise : l'impact de l'intelligence artificielle sur les dimensions sociopolitiques du journalisme. *Les Cahiers du journalisme*, n°7, p.91-110.
- [9] Castets-Renard, C. (2018). Quels impacts de l'intelligence artificielle sur les métiers du droit et du journalisme ? (What Are the Impacts of Artificial Intelligence on the Legal and Journalistic Professions ?). *Cahiers de la propriété intellectuelle*, 30 (3).
- [10] Cornu, D. (1997). *L'éthique de l'information*, Paris, Presses Universitaires de France.
- [11] Delporte, C. (2005). Jules Verne et le journaliste. Imaginer l'information du XXe siècle. *Le Temps des médias*, n° 4(1), 201-213.
- [12] Dierickx, L. (2021). L'adéquation aux usages, un remède contre l'échec ? *Les Cahiers du journalisme*, n°7, p. 79-94.
- [13] Eudes, Y. (2010). Médias. L'ère des robots-journalistes. *Le Monde*. Lien : [https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/03/09/l-ere-des-robots-journalistes\\_1316608\\_3236.html](https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/03/09/l-ere-des-robots-journalistes_1316608_3236.html)
- [14] Gramaccia, J. & Watine, T. (2020). Les entreprises de presse et les journalistes face aux défis de l'intelligence artificielle : les premiers résultats du projet med-IA », dans Assogba, H. (dir). *Journalismes spécialisés à l'ère numérique*. Québec, Presses de l'Université Laval, p. 89-108.
- [15] Jauréguiberry Francis & Proulx Serge (2001). *Usages et enjeux des technologies de communication*. Villematier, Erès.
- [16] Karimu, W. (2022). *La presse écrite ivoirienne à l'ère du numérique : Analyse des stratégies éditoriales face à la prolifération de l'information sur le web*. Dans Colloque international Journalism et innovation à l'ère du numérique, Tunis, 7-8 avril 2021. Institut de Presse et des Sciences de l'Information (IPSI) et Konrad-Adenauer Stiftung, 2022, pp. 43-54.
- [17] Kiyindou, A. (2019). *Intelligence artificielle. Pratiques et enjeux pour le développement*. Paris, LHarmattan.
- [18] Lausson, J. (2023). Le site tech CNET a laissé ChatGPT écrire des articles sans le dire clairement. *Numerama*. Lien : <https://www.numerama.com/tech/1238986-le-site-tech-cnet-a-laisse-chatgpt-ecrire-des-articles-sans-le-dire-clairement.html>.
- [19] Lever, R. (2019). L'intelligence artificielle gagne du terrain dans les salles de rédaction, *Le Devoir*. Lien : <https://www.ledevoir.com/culture/medias/549562/l-intelligence-artificielle-gagne-du-terrain-dans-les-salles-de-redaction>.
- [20] Marr, B. (2020). *The Intelligence Revolution*, Kogan Page, ISBN 1789664373, 9781789664379. Étude sur l'intelligence artificielle. [En ligne]. <https://ai100.stanford.edu/gathering-strength-gathering-storms-one-hundredyear-study-artificial-intelligence-ai100-2021-study>.
- [21] Monett, D. Lewis, C.W.P. & Thorisson, K.R. (2020). Introduction to the JAGI Special Issue "On Defining Artificial Intelligence" -Commentaries and Author's Response. *Journal of Artificial General Intelligence*. 2, vol. 11. DOI: 10.2478/jagi-2020-0003.
- [22] Ngonu, S. (dir.) (2021). *L'économie des médias et le numérique en Afrique*. La Réunion, Presses Universitaires Indianocéaniques.

[23] Pavlik J., (2000). The impact of technology on Journalism. *Journalism Studies*, 1 (2), p. 229-237.

St-Germain, N., & White, P. (2021). *Les impacts de l'intelligence artificielle sur les pratiques journalistiques au Canada*. Available at SSRN:

<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3840582>

[24] Roy, J.-H, Brin, C. & Gramaccia, J.(2021). Démystifier l'IA pour mieux la démythifier. *Les Cahiers du journalisme*, n°7, p. 73-77.

[25] Watine, T. & Gramaccia, J. (2018). L'intelligence artificielle va-t-elle remplacer ... ou libérer les journalistes? *Les Cahiers du journalisme*, 2, p. 21-24.

[26] White, P. (2020). L'intelligence artificielle à la rescousse du journalisme. *The conversation*. Lien :

<https://theconversation.com/lintelligence-artificielle-a-la-rescousse-du-journalisme-135387>