



## **Communiqué de presse**

Zurich, le 30.10.2023

# **La population suisse a une position critique à l'égard de l'IA dans le journalisme**

**La population suisse est réticente à l'égard de l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) dans la production d'actualités. Actuellement, les Suisses sont peu enclins à utiliser et à payer pour des informations produites par l'IA. On craint également une baisse de la qualité, comme le montrent les Annales 2023 sur la qualité des médias du Centre de recherche sur le public et la société (fög) de l'Université de Zurich.**

Les sociétés de médias font de plus en plus appel à l'intelligence artificielle (IA) pour produire des contenus d'actualités. Le lancement de l'IA générative de type ChatGPT a donné un nouvel élan à cette évolution. Pour la première fois, le fög a analysé, à l'aide d'un sondage représentatif, l'opinion du public suisse sur les contributions médiatiques produites par l'IA.

### **Faible acceptation des actualités produites par l'IA**

Seulement près d'un tiers (29%) des personnes interrogées liraient des contributions entièrement écrites par l'IA. En revanche, 84% d'entre elles liraient des textes écrits par les journalistes sans l'utilisation de l'IA. L'acceptation varie selon le domaine concerné: les personnes interrogées pourraient plus facilement s'imaginer lire des articles générés par l'IA concernant la météo, le sport et les cours de la bourse ou les «softnews» sur les people. En revanche, l'acceptation est nettement plus faible pour les articles consacrés à la politique, à l'économie, à la science ou à la culture.

### **Une déclaration transparente de l'IA exigée dans le journalisme**

Nettement plus de la moitié de la population suisse (61%) pense que la qualité globale des reportages se dégradera si l'IA se charge davantage de la rédaction des articles. À cet égard, une nette majorité craint un recul du pluralisme d'opinion et une augmentation des fausses informations. Plus de 80% des personnes interrogées veulent également que les contenus créés entièrement ou partiellement avec l'aide de l'IA soient déclarés comme tels. Jusqu'à présent, les sociétés de médias suisses se montrent toutefois réservées. Il n'existe pas encore de normes à l'échelle de la branche. «Les entreprises de médias suisses devraient accorder une plus grande importance à la déclaration de l'IA», estime Mark Eisenegger, expert en médias et directeur du fög. «C'est la seule façon pour le journalisme de se démarquer du nombre croissant d'offres peu sérieuses qui misent sur l'IA générative.»

### **Impact négatif pour la disposition à payer**

Seuls 10% des personnes interrogées seraient prêtes à payer pour des contenus médiatiques rédigés entièrement par l'IA. Elles sont plus de deux tiers pour les articles rédigés par des journalistes n'utilisant pas l'IA. Outre les déficits de qualité attendus, une des raisons de la faible disposition à payer pour les contenus produits par l'IA pourrait être que la majorité des personnes interrogées associe l'utilisation de l'IA à des économies de coûts et de temps pour les entreprises de médias. Une nette majorité des personnes interrogées estime toutefois que les entreprises de médias



devraient être indemnisées par les fournisseurs d'IA lorsque ces derniers utilisent des contenus journalistiques pour leurs réponses générées automatiquement. «Il s'agit là d'un constat important, notamment au regard du débat actuel sur les droits d'auteur et les droits voisins dans la politique des médias», explique Mark Eisenegger.

### **Intérêt envers le journalisme «positif» et «constructif»**

En Suisse, le journalisme est confronté à d'autres défis: le groupe des « indigentes et indigents en matière d'information », dont la consommation d'actualités est inférieure à la moyenne, continue de croître pour représenter 43% de la population suisse. Si l'on demande aux Suisses à quel type d'actualités ils s'intéressent, nombreux sont celles et ceux qui citent le journalisme «positif» ou «constructif», qui reprend des nouvelles positives et ne parle pas seulement des problèmes, mais discute de solutions possibles. Un développement du journalisme constructif pourrait donc contrecarrer une indigence croissante en matière d'information.

### **Une qualité de nouveau en progression**

Malgré les difficultés structurelles du journalisme, les constats positifs existent également. La mesure à long terme de la qualité des médias dans les Annales montre que celle-ci a atteint un niveau record depuis 2015 au cours de la présente année d'enquête. La pandémie de Covid et la guerre en Ukraine y ont contribué. En raison des thèmes abordés, la pertinence des reportages augmente, comme ce fut déjà le cas les années précédentes, car les médias se focalisent davantage sur la politique. Les médias suisses offrent en outre une qualité relativement bonne sur TikTok et Instagram. Certes, ils accordent plus de poids aux softnews sur les deux plateformes et préparent les contenus en s'axant davantage sur l'émotion. Mais comme peu d'articles sont préparés spécifiquement pour Instagram et TikTok, ils ont en général une meilleure performance de mise en contexte que les contenus sur le site web qui offrent un service complet d'actualités.

Les Annales 2023 sur la qualité des médias ainsi que les études approfondies sont disponibles en ligne sur [www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch).

#### **Contact:**

Maude Rivière

Centre de recherche sur le public et la société (fög)

Université de Zurich

Tél. +41 44 635 21 23 | E-mail: [mark.eisenegger@foeg.uzh.ch](mailto:mark.eisenegger@foeg.uzh.ch)

Media Relations

Université de Zurich

Tél. +41 44 634 44 67 | E-mail: [mediarelations@kommunikation.uzh.ch](mailto:mediarelations@kommunikation.uzh.ch)