

## NOTE RELATIVE A L'UTILISATION DE L'IA GENERATIVE PAR LES JOURNALISTES

Le 21 novembre 2023

Bonjour à toutes et à tous,

Vous êtes nombreux à nous interroger sur l'utilisation des solutions d'intelligence artificielle générative, notamment ChatGPT4, Bard ou le nouveau Bing. Ce questionnement est évidemment légitime.

Un texte de référence (charte et/ou modification des chartes existantes) est en préparation à l'échelle du groupe. Ce travail, enrichi par des échanges avec nos partenaires de l'UER et avec des chercheurs, va nécessiter un peu de temps.

Mais sans attendre, la direction de l'information peut arrêter des principes de bon sens, qu'on résumera ainsi :

**Préparer un contenu avec l'IA générative, sous contrôle éditorial : oui**

**Produire un texte directement avec l'IA : non**

**Produire une image artificielle (de synthèse ou produite par une IA) : oui sous conditions**

### 1- IA GENERATIVE DE TEXTE

**L'intelligence artificielle peut être un assistant du journaliste, pas son auteur fantôme.**

Rien ne s'oppose à ce qu'un journaliste interroge une IA générative pour réaliser une première approche d'un sujet. Mais chacun doit être conscient que l'IA n'est pas, et ne sera jamais, une source ; au même titre que Wikipédia, ou tout autre site internet dont les sources ne sont pas vérifiées par un travail journalistique.

**ChatGPT par exemple, est fondé sur la probabilité** : par rapport au large corpus de contenus qu'il a agrégé (Wikipédia, réseaux sociaux, sites internet des médias...), ChatGPT va proposer comme réponse ce qui paraît le plus probable, le plus vraisemblable, mais pas forcément ce qui est le plus pertinent, et surtout pas ce qui est le plus vrai. ChatGPT n'est pas pertinent pour rechercher des références scientifiques ou historiques, résumer un événement d'actualité.

L'IA générative peut aussi aider un journaliste spécialisé à effectuer une veille sur son domaine. Mais attention, les résultats sont souvent orientés ou biaisés, volontairement ou involontairement, par les créateurs de ces IA.

A ces biais s'ajoute surtout la survenue **d'erreurs factuelles nombreuses et graves**, là aussi largement documentées. Les IA peuvent « **inventer** » des faits, des références, des citations, des tweets, etc... Elles ne font pas la différence entre vrai et faux.

Dans certains cas, la quantité d'informations à vérifier dans la production de l'IA est telle que le gain de temps recherché s'avère nul et le **risque inacceptable**. De ce point de vue, la comparaison avec des secteurs différents de l'information (industrie, textes juridiques, etc..) n'est pas pertinente.

Evitez aussi d'entrer dans les IA des **informations confidentielles**, à la fois sur l'entreprise, sur votre vie privée ou sur vos enquêtes en cours.

**L'écriture d'un commentaire ou d'un article par l'IA est strictement proscrite. L'erreur d'une IA ne sera pas opposable si elle se retrouve à l'antenne ou en ligne. La responsabilité du rédacteur comme de sa chaîne de validation sera engagée, comme pour tout défaut de vérification.**

## 2- IA GENERATIVE D'IMAGES

L'IA générative peut en revanche nous aider à la production de nos contenus dans plusieurs domaines (anonymat, production d'images non photo-réalistes, illustration de concepts, données abstraites, etc...).

**Ce champ d'innovations concrètes est immense, sous conditions :**

En l'état actuel de la législation, l'image générée par IA ne tient aucun compte de la **propriété intellectuelle et artistique**. Il est impossible de tracer le corpus qui permet à l'IA de produire telle ou telle image. La génération d'images par IA doit donc rester **mesurée** dans notre offre d'information. La première question à se poser avant une telle initiative est « est-ce indispensable ? Ne puis-je pas faire autrement ? ». Ne cédonz ni à la facilité, ni à la mode.

Les productions d'images par l'IA ou à l'aide de celle-ci doivent être pensées collectivement, validées, transparentes, en interne comme pour le public. **Elles ne peuvent être des initiatives isolées** et font l'objet des règles suivantes, qui s'appliquent à notre rédaction comme aux créations de ses producteurs partenaires :

- **La réflexion collective doit inclure la direction**, seule à même d'avoir une vision large des pratiques dans le groupe. Seront pris en compte : le caractère indispensable ou non de la séquence, la pertinence journalistique du contenu attendu, les risques de biais de compréhension éventuels et la question de la propriété artistique.

- **La recherche du photoréalisme doit rester exceptionnelle**. Le photoréalisme doit correspondre à un besoin éditorial impératif, sous contrôle éditorial collectif. Une attention particulière sera portée aux images destinées aux écrans de nos plateaux, dispositif à très fort impact et peu propice à l'avertissement du public (voir ci-dessous). Voir pour cela le guide des bonnes pratiques des éditions.

- **L'information du public par écrit sur la séquence elle-même sera privilégiée**. Exemple de mention : "*images réalisées par une intelligence artificielle*" ou, en cas de production par nos soins d'une image de synthèse photoréaliste, « *image de synthèse* ». Si, pour des raisons graphiques ou de narration, une mention hors de la séquence est choisie, elle devra être claire dans la signature du sujet ou en bonne place dans le générique de l'émission. On veillera à la préservation de l'information du public dans les **bandes annonces**, « **teasers** » et **découpages** de tous ordres, pour les réseaux sociaux par exemple. Le support écrit du replay devra également comporter une mention en bonne place.

Ces limites fixées, nous devons apprendre à utiliser ces outils qui évoluent vite. La réflexion en cours, si elle doit déboucher sur un ou plusieurs textes de référence, doit aussi aboutir à la conception et la mise en œuvre de formations. Des ateliers de sensibilisation, aux outils d'IA ont déjà débuté au sein du MédiaLab. Ils sont ouverts à la rédaction.

A suivre...

Bonne journée et merci de votre attention.

Alexandre Kara  
Directeur de l'Information