

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

2ème réactualisation

Le 18 mai 2026

Bonjour à toutes et à tous,

Vous êtes nombreux à nous interroger sur l'utilisation des solutions d'intelligence artificielle générative.

Une charte du groupe va bientôt être publiée.

Dès 2023, la direction de l'information a souhaité arrêter des principes 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 pas une IA) : oui
sous conditions

Cette note est susceptible d'évoluer sans remise en question les principes ci-dessus. Le présent texte connaît ici sa deuxième réactualisation :

1- IA GÉNÉRATIVE 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.

Évitez aussi d'entrer dans les IA « ouvertes » des **informations confidentielles**, à la fois sur l'entreprise, sur votre vie privée ou sur vos enquêtes en cours. Par exemple un reportage qui n'est pas encore diffusé ou son seul intitulé, est une information confidentielle. Mediagen, portail d'IA dans lequel la donnée reste dans l'entreprise, est à privilégier.

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 et de sa chaîne de validation sera engagée, comme pour tout défaut de vérification.

2- IA GENERATIVE D'IMAGES

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

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

Un usage mesuré :

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 et privilégier, quand c'est possible, les modèles entraînés par des images libres de droit. La première question à se poser avant une telle initiative est « est-ce indispensable ? Ne puis-je pas faire autrement ? ». Ne cédon's ni à la facilité, ni à la mode.

Un usage collectif maîtrisé :

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 être maîtrisée**. Le photoréalisme doit correspondre à un besoin éditorial impératif, sous contrôle éditorial collectif, par exemple lorsque le journaliste est incarné dans l'univers visuel généré par IA ou lorsqu'un pictogramme réaliste apparaît nécessaire. 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](#).

Une transparence systématique :

- Le collaborateur doit prévenir sa hiérarchie de l'usage de l'IA.
- L'information du public par écrit sur la séquence elle-même de la première à la dernière image de la séquence, sera privilégiée :

- A utiliser quand nous produisons l'infographie :

« Image(s) réalisée(s) à l'aide d'une intelligence artificielle »

- À utiliser quand on récupère un élément depuis l'extérieur qui a été généré par IA :

« Image(s) générée(s) par intelligence artificielle »

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.

Philippe Corbé