

REVUE ECONOMIE & SOCIETE



REVUE SCIENTIFIQUE À COMITÉ DE LECTURE CONSACRÉE AUX ÉTUDES DANS LES DOMAINES DE L'ÉCONOMIE, DE LA GESTION ET DES SCIENCES SOCIALES

DIRECTRICE DE PUBLICATION: DR. SANAA HAOUATA
REDACTEUR EN CHEF: DR BRAHIM MEDDEB

VOL.3 N°2 AVRIL/JUIN 2024

**APPROPRIATIONS DE L'IA DANS
LE JOURNALISME AU MAROC :
ETAT DES LIEUX**

Hassan HASSOUN

REVUE ECONOMIE & SOCIETE

E- ISSN: 2820-6991
P- ISSN: 2820-7211



REVUE SCIENTIFIQUE À COMITÉ DE LECTURE CONSACRÉE AUX ÉTUDES DANS LES DOMAINES DE L'ÉCONOMIE, DE LA GESTION ET DES SCIENCES SOCIALES

DOI : 10.5281/zenodo.11396677

VOL.3, N°2, Avril / Juin 2024

APPROPRIATIONS DE L'IA DANS LE JOURNALISME AU MAROC : ETAT DES LIEUX

AI APPROPRIATION IN JOURNALISM IN MOROCCO: STATE OF PLAY

Hassan HASSOUN

Enseignant chercheur

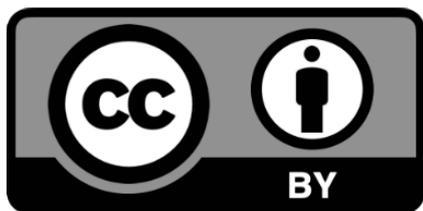
Faculté polydisciplinaires Essamara

Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc



REVUE ECONOMIE & SOCIETE

Vol. 3, N°2, AVRIL / JUIN 2024



HASSOUN, H. (2024). APPROPRIATIONS DE L'IA DANS LE JOURNALISME AU MAROC : ETAT DES LIEUX. REVUE ECONOMIE ET SOCIETE, 3(2), 18-30. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11396677>

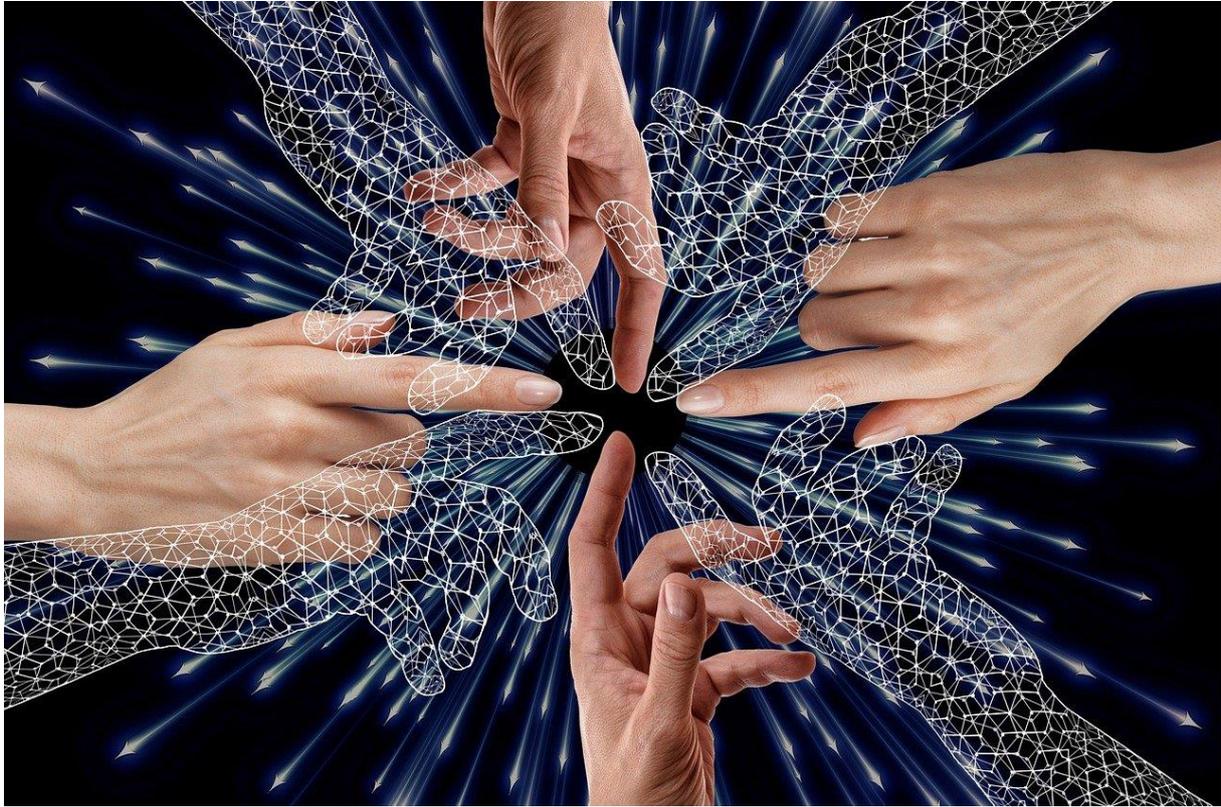


REVUE
ECONOMIE ET SOCIETE

P-ISSN: 2820-7211
E-ISSN: 2820-6991
DEPOT LEGAL: 2022PE0021

Site web : <https://journals.sms-institute.com/>
Email: contact@sms-institute.com
Tel: +212(0)700.838.222

APPROPRIATIONS DE L'IA DANS LE JOURNALISME AU MAROC : ETAT DES LIEUX



RESUME :

Dans cette étude, nous avons examiné l'intégration de l'intelligence artificielle dans le journalisme, mettant en lumière son impact sur les métiers et sur les pratiques journalistiques. Nous avons essayé de démontrer que l'IA ne remplace pas totalement les humains, mais agit plutôt en complément, générant de nouveaux emplois et missions. Cependant, malgré sa capacité à améliorer l'efficacité des professionnels du journalisme, l'IA ne peut pas encore accomplir certaines tâches cruciales exclusivement humaines. Au Maroc, les médias ont intégré cette technologie dans les salles de rédaction, or, cette intégration varie en fonction de leurs budgets, des besoins et des ressources disponibles, puisqu'au-delà de son potentiel qui peut transformer les pratiques et les usages en offrant de nouvelles opportunités, son adoption nécessite d'importants investissements préalables, ce qui peut être un défi pour de nombreuses entreprises médiatiques.

Mots-clés : *Intelligence Artificielle, journalisme, usages et pratiques, appropriations.*

Hassan HASSOUN

Enseignant chercheur

Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc



AI APPROPRIATION IN JOURNALISM IN MOROCCO: STATE OF PLAY

ABSTRACT

In this study, we examine the integration of artificial intelligence (AI) into journalism, highlighting its implications for employment and journalistic practices. We demonstrate that AI serves as a complement rather than a total replacement for humans, generating new jobs and missions. However, despite enhancing the efficiency of journalism professionals, AI remains incapable of performing certain crucial tasks exclusive to humans. In Morocco, media organizations have integrated AI into their newsrooms, but the extent of this integration varies based on budget, needs, and available resources. Beyond its potential to transform practices and usages by offering new opportunities, the adoption of AI necessitates significant prior investment, which can pose challenges for many media companies.

Hassan HASSOUN

Lecturer and researcher

University Ibn Zohr, Agadir, Morocco

Keywords *Artificial intelligence; Journalism; Uses and practices; Appropriations.*

Introduction

L'intelligence artificielle (IA) est un terme polysémique souvent utilisé de manière large et confuse, suscitant diverses interprétations. Elle se réfère plus étroitement à une branche de l'informatique axée sur la simulation de l'intelligence humaine, particulièrement engagée dans le sous-domaine de l'apprentissage automatique : enseigner à une machine à apprendre à partir de données massives (big data), à reconnaître des schémas et à prendre des jugements ultérieurs, avec peu ou pas d'intervention humaine, elle est censée fonctionner en tant que moyen d'accomplir des tâches humaines, de la reconnaissance d'images au blocage de courriels indésirables à la fourniture de recommandations d'actualités algorithmiques (Broussard et al., 2019).

En journalisme, L'IA fait référence aux programmes informatiques capables d'accomplir des tâches qui nécessitent habituellement un niveau d'intelligence humaine. Ainsi les outils de l'IA

soutiennent, de plus en plus, les journalistes dans leur travail quotidien (Diakopoulos, 2019). Ces derniers sont incorporés dans le domaine du journalisme à trois niveaux : la collecte et l'analyse de l'information, la création de contenu et la diffusion des nouvelles. Ces outils présentent de nouvelles opportunités qui permettent d'améliorer l'efficacité et la précision dans le champ journalistique, même s'ils présentent encore beaucoup de défis (Saint-Germain et White, 2021).

Cependant, il faut souligner que l'automatisation dans le domaine du journalisme ne représente pas un remplacement du travail humain, mais plutôt une transformation de celui-ci. Cette observation souligne la transformation du travail du journaliste à l'ère de l'IA (Dierickx et Gustav, 2021), mettant en évidence l'influence de ces technologies sur les techniques de travail plutôt que sur leur suppression (Saint-Germain & White, 2021).



Notre Problématique repose sur la manière dont l'IA est appropriée et intégrée dans le domaine du journalisme au Maroc. Plus spécifiquement, elle explore les impacts de cette intégration sur les usages et les pratiques journalistiques et sur le processus de production des contenus. Cette problématique soulève des questions essentielles sur l'évolution des métiers journalistiques à l'ère numérique et sur les transformations induites par l'IA dans un environnement médiatique en constante mutation.

La problématique citée nous a conduit à proposer les hypothèses suivantes : primo, l'IA ne peut pas remplacer le travail des journalistes entièrement, mais le complète puisqu'elle ne peut pas effectuer certaines tâches essentielles nécessitant un certain degré d'intervention humaine. Secundo, les médias marocains rencontrent des défis spécifiques dans l'intégration de l'IA en raison des contraintes budgétaires et des besoins multiples, or ils montrent une tendance croissante à adopter ces technologies afin d'optimiser l'efficacité du travail des journalistes et pour améliorer la qualité de l'offre éditoriale. Tertio, l'appropriation de l'IA par les journalistes marocains n'est pas uniforme dans toutes les salles de rédaction.

Dans la perspective de répondre à la problématique précédente nous avons opté pour une approche interdisciplinaire. Commencant d'abord par une étude comparative basée sur l'analyse documentaire des études et des travaux existants sur l'usage de l'IA dans le journalisme, notamment ceux de Broussard et al. (2019), Saint-Germain & White (2021), et Diakopoulos (2013, 2014). Puis nous avons examiné des études de cas pour analyser les différentes expériences d'intégration de l'IA dans les salles de rédaction à travers le monde notamment en Europe et en Amérique du Nord, avec un focus particulier sur les médias marocains. Enfin, l'observation participante

nous a permis d'analyser le processus de production et de diffusion dans les salles de rédaction marocaines utilisant des technologies de l'IA, pour observer directement les pratiques et les usages.

2. Les clivages disciplinaires

Les disciplines des sciences sociales ont historiquement influencé la recherche en communication et en médias, avec des intersections notables avec les sciences exactes (e. g. Shannon, 1948). L'étude de l'IA dans ce domaine incite les chercheurs en journalisme et en médias à comprendre la nature de la technologie étudiée, son contexte et ses valeurs de production, ainsi que les débats centraux qui l'entourent. Cela nécessite d'aller au-delà des disciplines traditionnelles pour inclure l'IA, l'informatique et l'interaction homme-machine (Diakopoulos, 2019). Les spécialistes des médias risquent de perpétuer des malentendus sur l'IA ou de fonder des éléments de leur recherche sur des prémisses erronées s'ils n'ont pas la connaissance requise de cette question et d'autres questions connexes (Guzman, 2019), une connaissance qui ne peut être acquise qu'en dépassant les clivages disciplinaires.

Les programmes et les outils de l'IA font désormais un objet de recherches sur les médias, tels que les programmes de rédaction automatique des articles et les chatbots, qui sont en l'occurrence plus qu'un canal, puisqu'ils sont conçus pour s'intégrer dans le rôle d'émetteur qui était principalement réservé aux humains. L'implication théorique de ce changement dans le rôle de la technologie se manifeste, pour la plupart, dans l'incapacité des premiers modèles, formés autour des anciennes formes de médias, de rendre compte de manière adéquate de la fonction de l'IA dans le journalisme ou dans la communication de manière plus générale (Lewis, Guzman et Schmidt, 2019). Ainsi les chercheurs doivent maintenant trouver



des moyens pour théoriser le journalisme, les médias et la communication dans des contextes à la fois humain-humain et humain-machine (Guzman, 2018).

3. Repenser l'usage de l'IA dans le journalisme

Au milieu de cette confusion entourant l'IA et son rôle émergent dans la vie quotidienne, les chercheurs travaillent d'arrache-pied sur ce champ d'étude en élaborant sur cette dernière, dans le contexte du journalisme, un domaine de recherche à part entière, permettant d'illustrer bon nombre d'opportunités et de défis qu'elle présente dans le domaine crucial de la communication, des médias et de la société.

Les implications de l'IA dans le journalisme doivent être considérées dans un contexte plus large de la transformation numérique des médias, une transition vers des applications, des algorithmes, des médias sociaux et d'autres outils technologiques affectant profondément le domaine du journalisme, son organisation et ses pratiques, sapant les modèles économiques et bouleversant l'organisation du travail aux seins de ses établissements.

Les spécialistes critiquent l'ampleur du débat autour de l'IA et ses implications dans l'organisation du travail dans les salles de rédaction (Fink & Anderson, 2014 ; Hamilton & Turner, 2009 ; Howard, 2014 ; Lewis & Westlund, 2015 ; Diakopoulos, 2013, 2014 ; Parasie, 2015 ; Royal, 2010 ; Broussard et al., 2019), attribuant cela à ce qu'il considère comme "technochauvinisme" (Broussard et al., 2019) appelant journalistes et chercheurs à réévaluer leur tendance à surestimer l'impact réel des avancées technologiques successives, en recommandant aux universitaires et aux praticiens de développer une perspective centrée sur l'humain.

Dans le même sens d'idées, d'autres chercheurs plébiscitent un avenir centré sur l'humain pour l'IA et le journalisme, e. g. Diakopoulos qui soutient que l'IA est un nouveau médium qui offre aux journalistes la possibilité d'exprimer leurs valeurs éthiques à travers le code (2019), en soulignant que l'IA ne remplace pas totalement les humains dans le journalisme, mais elle les complète, créant ainsi de nouveaux emplois. Dans cette perspective, il faut se pencher sur l'étude de l'hybridation des humains et de l'IA dans les flux de travail journalistique et de l'interaction entre l'homme et la machine (IHM).

4. Des mutations sans ruptures

Bon gré mal gré, les nouvelles technologies ont toujours été présentes dans les salles de rédaction et ce depuis longtemps. C. B. Watterson a écrit, en 1988, à propos de la PAO (La publication assistée par ordinateur), dans son article "RX for Journalism Departments and Their Budgets—DTP," (1988): "Le micro-ordinateur a remplacé le crayon en tant qu'outil essentiel pour les journalistes scolaires. Sans lui, ils doivent se contenter de rester en retrait par rapport à leurs pairs qui, dans tout le pays, maîtrisent l'outil d'écriture le plus puissant à leur disposition : le micro-ordinateur.". Trente ans après, Broussard nous a annoncé dans son livre "Artificial Unintelligence : How Computers Misunderstand the World" (2018), qu'on entend les mêmes promesses sur un futur révolutionné par les technologies, similaires à celles faites auparavant pour les micro-ordinateurs dans le journalisme, de la publication assistée par ordinateur (PAO) ou des bases de données dans le journalisme, des appareils mobiles dans le journalisme, des médias sociaux dans le journalisme et bien d'autres innovations intégrées dans la production et dans la diffusion des contenus journalistiques. Par conséquent, les chercheurs et les praticiens doivent



remettre en question ces narratifs récurrents et envisager une approche plus nuancée et réaliste de l'IA. De cette manière, on peut dire que l'adoption de chaque nouvel outil technologique a été accompagnée de prédictions similaires sur son impact transformateur sur le journalisme.

En se basant sur ce qui précède, nous pouvons constater que le journalisme automatisé a le potentiel d'accroître l'efficacité du travail de ses praticiens, le temps passé à rechercher laborieusement des nouvelles peut être consacré à essayer de les analyser et à apporter des explications afin de rédiger des articles mûrement réfléchis. Comme ça, l'introduction de l'IA dans le domaine du journalisme peut imposer l'ordre en améliorant l'organisation du travail dans les établissements médiatiques.

5. Hybridation homme-machine dans le journalisme

Le journalisme est une activité profondément humaine, centrée sur la compréhension et le partage des expériences humaines plutôt que sur la précision mathématique. Des décennies de recherche en communication, en sociologie et en sciences et technologies ont clairement montré que les programmes informatiques n'effacent pas les problèmes sociaux, mais ne font que les déplacer (Broussard et al., 2019). Nous pouvons tirer profit de l'utilisation d'outils technologiques pour produire des contenus journalistiques, mais au fond, le journalisme consiste à raconter des histoires sur la société et sur l'Homme.

L'utilisation ciblée de ces technologies présente également d'autres problèmes liés aux nouvelles pratiques de collecte de données personnelles par des algorithmes, comme sur les réseaux socionumériques (RSN) et à la manipulation de ces données, comme le montre le scandale Cambridge

Analytica . Cela peut également former des bulles d'information où les personnes reçoivent uniquement les informations qui les intéressent, en fonction de leurs profils, sans tenir compte des exigences d'objectivité et d'exhaustivité du journalisme responsable. Ce qui explique la préoccupation des législateurs par le phénomène des "fake news" sur des RSN comme X (ancien Twitter) ou Facebook, en particulier pendant des scrutins où la technologie de l'IA a été exploitée afin de diffuser des contenus journalistiques auprès de la population concernée pour influencer leurs décisions (Castets-Renard, 2018).

Cependant, les experts continuent à réconforter en rappelant que chaque vague de nouvelles technologies a modifié d'une manière ou d'une autre la nature des rôles, des tâches et des flux de travail dans la salle de rédaction (Pavlik, 2000), mais le journalisme a toujours su en tirer parti. L'IA ne fera donc pas une différence, elle modifiera et continuera à modifier les pratiques aux seins des rédactions, souvent comme complément, mais pas comme substitut d'un journaliste qualifié. Certains experts estiment que seuls 15 % environ du travail d'un journaliste et 9 % environ du travail d'un rédacteur en chef pourraient être automatisés en utilisant les outils de l'IA, puisque les humains ont encore un avantage sur l'IA qui ne sera pas capable en l'occurrence d'accomplir des tâches telles que : Rendre compte, écouter et comprendre efficacement, répondre et repousser précisément, négocier avec les sources et puis, faire preuve de créativité pour assembler le tout de manière convaincante ou savoir quand un nouvel angle d'attaque est nécessaire. L'IA ne peut effectuer aucune de ces fonctions journalistiques indispensables, bien qu'elle puisse souvent augmenter le travail humain pour le rendre plus efficace (Diakopoulos, 2019). En outre, les technologies de l'IA créent en réalité de nouveaux types de missions, comme celles de configuration,



de paramétrage, de gestion des connaissances, de production des données et de rédaction de modèles liées à la mise en place et à l'exploitation de systèmes automatisés de production de contenu (Lindén et al., 2019). Nous constatant ainsi, que loin de détruire des emplois dans le journalisme, l'IA semble en créer.

En somme, l'IA contribuera à améliorer la qualité et la rapidité de la production de l'information dans les situations de routine, à augmenter la productivité des journalistes et même à créer de nouvelles perspectives d'optimisation et de personnalisation qui ne seraient pas possibles auparavant. De même, dans de nombreux cas, elle crée de nouvelles tâches qui nécessitent une intervention humaine. Néanmoins, cette dernière ne peut toujours pas accomplir toutes les missions qu'on peut trouver dans une salle de rédaction,

6. L'IA dans les salles de rédaction : usages et pratiques

Il est indéniable que même si l'IA et ses outils offrent des opportunités aux praticiens dans le domaine du journalisme, elle ne se manifeste pas comme une solution miracle aux défis confrontés par le secteur des médias dans son ensemble, à savoir la diminution des revenus publicitaires au profit des géants du web et la baisse du taux de consultation.

Bon an mal an, il est possible de diminuer les dépenses de nombreuses activités professionnelles confiées habituellement aux humains. Bien que, la réalisation de cette économie ne signifie pas forcément la suppression du métier de journaliste, mais des tâches telles que la recherche des nouvelles, la traduction et parfois la génération de texte qui pourraient elle-même être confiées à ces outils. Le défi qui peut confronter ces médias ici, c'est que tout ça nécessite un investissement préalable très coûteux notamment au niveau des ressources humaines

compétentes ou l'achat de logiciels de l'IA et parfois de l'expertise, ce qui est hors de portée pour la plupart des entreprises médiatiques (Saint-Germain & White, 2021).

6.1. Les Avancées de l'IA dans la collecte et la production des contenus

Cette perspective de l'IA est possible grâce à la création de systèmes de surveillance automatique ou de notifications qui reposent sur des indicateurs liés à des sujets particuliers. Leur mode de fonctionnement est basé sur le machine learning avec de grandes collections de données (images, textes, informations), ces technologies sont souvent employées pour repérer les tendances et automatiser la collecte d'informations.

Dans cette optique, nous citons e. g. le programme créé par Texty, une organisation ukrainienne spécialisée dans le journalisme de données (Herasyenko et al., 2018 ; Saint-Germain & White, 2021), qui cherchait à répertorier tous les endroits au nord-ouest de l'Ukraine où une mine illégale d'ambre avait été exploitée, un autre exemple du Consortium International des Journalistes d'Investigation (ICIJ) en partenariat avec l'Université Stanford, qui ont mis en place un outil utilisant le machine learning développé pour identifier le genre de 340 000 personnes touchées par des dysfonctionnements de dispositifs médicaux aux États-Unis (Guevara, 2019 ; Saint-Germain & White, 2021).

L'utilisation des outils de l'IA est également devenue indispensable dans la traduction automatique et la transcription d'interviews dans la plupart des cas, toutefois, il convient de souligner que la majorité des outils de transcription sont principalement accessibles en anglais (Saint-Germain & White, 2021). Nous évoquons ici e. g., l'Agence France-Presse qui a mis au service de ses journalistes, un



logiciel appelé Transcriber (AFP, s.d.) qui permet de transcrire dans plus de 20 langues différentes.

Dans la même catégorie, le système Ultrad est utilisé par la Presse Canadienne pour traduire automatiquement les communiqués. Mais cet outil nécessite l'intervention d'un journaliste pour peaufiner la traduction avant de la publier. Grâce à l'utilisation d'Ultrad, le temps consacré à chaque dépêche est optimisé, ce qui entraîne une augmentation de la productivité des journalistes (Saint-Germain & White, 2021). Selon ses concepteurs, ce système repose sur des méthodes d'apprentissage automatique qui lui offrent la possibilité de faire des progrès constants en tirant des leçons de ses erreurs lors de son utilisation.

Une expérience similaire menée en Suède, par l'Öst Media qui a créé une plateforme en ligne nommée Klackspark, utilisée depuis 2016, qui se concentre exclusivement sur la couverture de tous les matchs de football. Pendant la saison de football 2019, le site a publié environ 850 articles chaque mois, dont 70 % produits de manière automatisée.

Un autre exemple plus prometteur, conçu par l'agence Reuters, qui utilise des technologies de traitement de vidéo avancées, appelées deepfakes (hypertrucages), disposant la capacité de produire des vidéos d'un présentateur qui résume les événements des matchs de la première league anglaise. Le processus utilisé débute par l'usage d'un algorithme qui génère un résumé textuel du match, qui est ensuite intégré dans une plateforme dédiée à cette fin, créant ainsi une simulation audiovisuelle d'un avatar qui lit ce résumé. Néanmoins, cette technologie nécessite en réalité, un présentateur humain enregistré préalablement en train de mentionner les noms de tous les joueurs, les équipes et les différentes phrases qui couvrent la plupart des actions

de jeu, ce qui démontre l'importance de l'intervention humaine pour réussir l'utilisation de ce genre de technologie.

6.2. Transformation des modes de diffusion des contenus à l'ère de l'IA

Les médias se servent de différentes stratégies pour diffuser les contenus journalistiques, que ce soit à travers leurs propres plateformes numériques, sur les RSN ou via des applications spécifiques. Dans cette perspective, l'IA offre de nombreuses opportunités aux médias en matière de diffusion. Elle permet de personnaliser les contenus pour mieux répondre aux attentes des lecteurs et d'automatiser les processus de distribution pour une diffusion plus efficace sur différentes plateformes en plus d'une analyse avancée des données pour optimiser la visibilité et l'impact des contenus diffusés. Au Canada, e. g. le journal canadien The Globe and Mail a intégré un système appelé Sophi dans sa salle de rédaction. Cet outil est dédié à l'amélioration des articles publiés sur le site web du journal, tous les dix minutes, il met à jour le placement des contenus en évaluant leur potentiel de génération de revenus et en déterminant s'il sera intégré dans le paywall (mur payant) ou non, ce qui permet aux journalistes de se libérer des tâches de publication et de se concentrer davantage sur la création de contenu de qualité. Selon ce journal, l'adoption de Sophi a entraîné une augmentation de 51 % du taux d'abonnement suite à une visite sur le site web (Saint-Germain & White, 2021).

En Finlande, le radiodiffuseur national Yle a créé un assistant virtuel appelé Voitto, pour diffuser ses contenus, des notifications sont envoyées sur l'écran de verrouillage des smartphones des utilisateurs qui peuvent interagir avec l'outil en utilisant des commandes vocales.



Un autre exemple remarquable vient de la Chine, où l'agence de presse Xinhua mise sur des présentateurs de JT basés sur l'IA qui pouvaient lire des textes alimentés en chinois et en anglais (Saint-Germain & White, 2021).

7. Appropriation de l'IA dans le journalisme au Maroc

L'intégration des solutions de l'IA n'est pas uniforme dans toutes les salles de rédaction des journaux, plusieurs aléas interviennent dans son appropriation par les praticiens selon leurs besoins et selon les budgets de leurs établissements médiatiques. Dans cette partie nous nous basons sur notre observation durant notre immersion personnelle dans une salle de rédaction d'un média marocain (le360.ma) en plus d'entretiens avec des praticiens dans le domaine afin de dévoiler les types d'usage de cette technologie par les journalistes.

Les médias marocains font appel à l'IA de différentes manières afin de personnaliser l'expérience des lecteurs et pour améliorer la qualité de leurs offres journalistiques. Jusqu'à présent aucun média marocain n'a pas divulgué son usage de ces outils technologiques officiellement dans sa salle de rédaction, à part l'Agence Marocaine de Presse (MAP), qui a annoncé dans un communiqué qu'elle est le premier média à utiliser un logiciel basé sur l'IA, depuis 2019, pour automatiser plusieurs tâches journalistiques au sein de sa salle de rédaction. À côté de cette initiative de la MAP, on trouve d'autres types d'usages à titre individuel par les journalistes dans leurs tâches quotidiennes.

7.1. La production des contenus

L'IA est employée par certains médias dans la génération automatisée de contenus afin de produire automatiquement des articles ou des résumés, notamment dans les domaines du sport, de la météo ou de la

finance. La MAP a intégré l'IA dans sa salle de rédaction sous forme d'une plateforme basée sur un logiciel performant dont on ne connaît pas encore le nom. La mise en place de cette plateforme de l'IA a donné aux journalistes la possibilité de produire automatiquement des dépêches et de tagger leurs archives numériques. Grâce à cette initiative, l'agence pourra créer des contenus en grande quantité à moindre coût, tout en consacrant ses ressources humaines à d'autres tâches qui demandent de la créativité et de l'innovation que seul le cerveau humain est capable de réaliser.

En somme, le projet IA de l'agence offre la possibilité de produire automatiquement des textes, dans le domaine du sport ainsi que dans le domaine boursier, en français 24h/24 et 7j/7. Il s'agit aussi d'un outil d'analyse sémantique de texte qui permet de lier automatiquement des hashtags aux contenus textuels du site de la MAP, en langue française, en permanence. Cet analyseur offrira la possibilité d'examiner ses bases de données archivées contenant des dizaines de millions de contenus, de fournir les tags appropriés et de traiter environ 300 contenus quotidiennement.

En parallèle à cette initiative qui intègre l'IA, d'une manière formelle, au centre de l'activité quotidienne des collaborateurs de l'agence, on a repéré un usage individuel d'outils technologiques de l'IA par les journalistes d'autres médias marocains pour accomplir des tâches quotidiennes. Ces derniers se servent d'autres outils comme Chat GPT (le plus utilisé) ou autres types de chatbots pour générer des contenus de différentes manières, à savoir l'assistance à la rédaction qui leur offrent des suggestions de contenu, la vérification des faits, la correction de la langue et l'amélioration du style du texte. Cependant, il faut savoir que les journalistes ne peuvent pas être substitués par ces outils, puisqu'ils agissent comme des assistants pour améliorer l'efficacité, la



précision et la rapidité de la production des contenus.

7.2. La traduction automatisée

Afin d'atteindre une audience plus étendue, les médias marocains font appel à l'IA pour traduire les contenus journalistiques dans diverses langues. Nous maintenons constamment l'exemple de la MAP qui a également inclus dans sa plateforme, un outil de traduction automatisée et de retranscription des enregistrements audio en texte, ainsi que de transformation de textes en audio à l'instar de ses homologues internationaux (AFP, REUTERS, etc). Ce logiciel de l'IA permet à la MAP de créer des contenus originaux dans différentes langues.

Concomitamment à cet usage formalisé au sein de la MAP, un autre type d'usage figures dans d'autres salles de rédaction de médias nationaux, c'est l'utilisation des journalistes de chatbot (ChatGPT ou autres...) et de plateforme de traduction basées sur l'IA (DeepL, Google Traduction...), notamment dans la traduction rapide des articles qui permet aux journalistes de traduire des articles rapidement d'une langue à une autre. Ce qui facilite la diffusion de contenus à un public multilingue, notamment, dans la couverture des événements internationaux ou dans l'accès aux sources variées de diverses langues grâce à la traduction automatisée, ce qui leur permet d'élargir leurs champs de recherche et d'analyse.

Cependant, dans la plupart des cas, notamment pour le deuxième type d'appropriation (usage individuel de logiciel de traduction automatique), une intervention humaine est nécessaire pour apporter des corrections ou des améliorations au contenu traduit.

7.3. La diffusion des contenus

Les médias marocains, à l'instar de leurs pairs internationaux, exploitent de multiples canaux basés sur les technologies de l'IA pour diffuser des informations en ajustant leurs approches en fonction des avancées technologiques et des préférences des lecteurs, entre autres :

- Les applications mobiles, afin de fournir des informations en temps réel, assurant une expérience utilisateur améliorée et des alertes instantanées pour les dernières informations. Ces dernières utilisent l'IA pour adapter le contenu et les recommandations en fonction des préférences des utilisateurs.

- Les réseaux sociaux, qui permettent aux médias de toucher un large public, d'interagir avec les lecteurs et de partager rapidement des contenus variés. Leurs algorithmes facilitent l'analyse des tendances afin d'accroître la portée des contenus diffusés.

- Les newsletters par courriel qui, grâce à l'IA, offrent la possibilité de cibler directement le public afin de l'engager. Elles peuvent être personnalisées en fonction des habitudes de lecture pour offrir des contenus adaptés.

Grosso modo, l'IA offre plusieurs possibilités aux médias marocains dans leurs processus de diffusion de l'information, elle permet d'analyser les habitudes de consommation de contenu dans l'objectif de personnaliser les flux d'informations en fonction des intérêts individuels. Cela accroît l'implication des lecteurs en leur offrant des contenus correspondants à leurs préférences.

7.4. La gestion et le traitement des données

Au niveau de la gestion des commentaires, les médias marocains emploient des solutions de l'IA comme : API Perspective, un logiciel qui repère les commentaires



indésirables ; Disqus, destiné aux sites Web qui proposent des options de modération automatisée, afin de préserver un environnement de discussion sain et contrôlent les commentaires en filtrant les contenus inappropriés et les discours haineux.

Pour analyser les tendances et les données, l'IA permet à ces médias d'examiner de vastes quantités de données afin de repérer les tendances et les préférences des utilisateurs, ce qui leur permet de personnaliser leurs stratégies éditoriales. Dans cette catégorie, les médias marocains utilisent des solutions comme : Brandwatch qui propose des analyses de données sur RSN ou Talkwalker dans la surveillance des RSN.

Enfin pour la publicité ciblée, ces médias se servent de l'IA pour améliorer l'efficacité des campagnes publicitaires en analysant le comportement des lecteurs, ce qui optimise la pertinence des publicités. Dans cette perspective, les médias en ligne marocains utilisent des outils tels que Google AdWords et Facebook Ads qui se base sur des algorithmes de l'IA pour analyser les profils des lecteurs afin de leur afficher des annonces adaptées à leurs besoins.

8. Conclusion :

Dans ce manuscrit nous avons essayé d'examiner les différents aspects de l'appropriation de l'IA dans le domaine du journalisme. La recherche sur cette nouvelle technologie a clairement dépassé les frontières des disciplines traditionnelles, mettant ainsi en évidence l'importance d'une approche interdisciplinaire. Il est désormais devenu essentiel de discuter de l'hybridation entre les êtres humains et l'IA, tout comme de développer une théorie de communication entre les êtres humains et les machines.

En se basant sur des études et des travaux menés auparavant par d'autres chercheurs (Broussard et al., 2019 ; Saint-Germain & White, 2021 ; Diakopoulos, 2013, 2014 ; Fink & Anderson, 2014 ; Lewis & Westlund, 2015 ; Parasie, 2015 ; Royal, 2010), nous avons constaté que les outils de l'IA ne substituent pas entièrement les êtres humains dans le domaine du journalisme, mais plutôt qu'ils les complètent, offrant ainsi de nouvelles opportunités et de nouvelles perspectives. Cependant, ces derniers ne peuvent pas réaliser certaines tâches essentielles qui demeurent réservées aux êtres humains.

En outre, il faut mettre en évidence que la mise en place de l'IA dans les salles de rédaction diffère, les aléas et les défis liés à cette adaptation se démarquent en fonction des besoins et des budgets des établissements médiatiques. Néanmoins, en dépit de ces difficultés, les médias marocains sont, de plus en plus, enclins à utiliser l'IA afin de personnaliser l'expérience des lecteurs et d'améliorer la qualité de leur offre journalistique.

En vertu de ce qui précède, nous pouvons supposer que la pertinence des constatations actuelles se manifeste à plusieurs niveaux. Sur le plan théorique, elle enrichit la littérature sur l'intégration de l'IA dans le journalisme, en particulier dans le contexte marocain, qui est peu étudié. Sur le plan pratique, les résultats peuvent aider les médias au Maroc et dans d'autres pays en développement à mieux comprendre les opportunités et les défis liés à l'usage de l'IA, et à adopter des stratégies plus efficaces pour son intégration. En adoptant une perspective interdisciplinaire, ce manuscrit offre une vision holistique sur l'hybridation homme-machine dans le journalisme. Enfin, cette étude répond aux besoins actuels des décideurs et des praticiens cherchant à renforcer la compétitivité des médias marocains à l'ère de l'IA en y facilitant l'accès.



Finalement, nous soulignons que le présent travail traite les formes d'appropriations des outils de l'IA dans les salles de rédaction, où nous avons essayé de démontrer les types de cette appropriation en exposant les différentes expériences menées dans le monde. Toutefois, Cette recherche présente plusieurs limites. Premièrement, l'accès aux données détaillées sur les technologies IA utilisées et leur impact peut être difficile à obtenir en raison de la confidentialité commerciale et des politiques internes des médias. Deuxièmement, l'évolution rapide des technologies de l'IA peut rendre certaines analyses caduques même dans le court

terme. Enfin, les perceptions des journalistes et des professionnels, influencées par leurs propres expériences et préjugés, peuvent introduire des biais dans les entretiens et les observations menées dans le cadre de cette étude.

Grosso modo, La recherche sur l'intégration de l'IA dans le journalisme reste un champ de recherche foisonnant qui pourra bénéficier d'un examen plus profond d'autres dimensions de l'impact de la technologie IA sur la forme du contenu journalistique et sur la perception de ce dernier par les lecteurs.

Références :

Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. (2019). Artificial Intelligence and Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 673-695. <https://doi.org/10.1177/1077699019859901>

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). <https://ssrn.com/abstract=3391272>

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.

Gerdon, F., Bach, R. L., Kern, C., & Kreuter, F. (2022). Social impacts of algorithmic decision-making: A research agenda for the social sciences. *Big Data & Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20539517221089305>

Jarrahi, M. H., Lutz, C., & Newlands, G. (2022). Artificial intelligence, human intelligence and hybrid intelligence based on mutual augmentation. *Big Data & Society*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/20539517221142824>

Kieslich, K., Keller, B., & Starke, C. (2022). Artificial intelligence ethics by design. Evaluating public perception on the importance of ethical design principles of artificial intelligence. *Big Data & Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20539517221092956>



Kruikemeier, S., Vermeer, S., Metoui, N., Dobber, T., & Zarouali, B. (2022). (Tar)getting you: The use of online political targeted messages on Facebook. *Big Data & Society*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/20539517221089626>

Magee, L., Arora, V., & Munn, L. (2023). Structured like a language model: Analysing AI as an automated subject. *Big Data & Society*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/20539517231210273>

Mercier, A., & Pignard-Cheynel, N. (2014). Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (5).

Zouinar, M. (2020). Évolutions de l'Intelligence Artificielle : quels enjeux pour l'activité humaine et la relation Humain-Machine au travail ? *Activités*, (17-1). <https://doi.org/10.4000/activites.4941>

Béasse, M. (2021). Intelligence artificielle et mesures d'audience du journalisme en ligne : pour quelle intelligence des publics ? *Les cahiers du journalisme-Recherches*, 2(7), R25-R38.

Ertzscheid, O. (2015). Usages de l'information numérique : comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s'en libérer. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (6). <https://doi.org/10.4000/rfsic.1425>

Ozanne, M., Bhandari, A., Bazarova, N. N., & DiFranzo, D. (2022). Shall AI moderators be made visible? Perception of accountability and trust in moderation systems on social media platforms. *Big Data & Society*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/20539517221115666>

St-Germain, N., & White, P. (2021). Intégration des outils liés à l'intelligence artificielle en journalisme : usages et initiatives. *Les Cahiers du Journalisme et de l'information*, 7, 11-121. [10.31188/CaJsm.2\(7\).2021.R111](https://doi.org/10.31188/CaJsm.2(7).2021.R111)

Starke, C., Baleis, J., Keller, B., & Marcinkowski, F. (2022). Fairness perceptions of algorithmic decision-making: A systematic review of the empirical literature. *Big Data & Society*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/20539517221115189>

Stinson, C., & Vlaad, S. (2024). A feeling for the algorithm: Diversity, expertise, and artificial intelligence. *Big Data & Society*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/20539517231224247>



Waldman, A., & Martin, K. (2022). Governing algorithmic decisions: The role of decision importance and governance on perceived legitimacy of algorithmic decisions. *Big Data & Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20539517221100449>

Zacklad, M., & Rouvroy, A. (2022). L'éthique située de l'IA et ses controverses. *Revue française des sciences de l'information*



REVUE ECONOMIE & SOCIETE
Vol. 3, N°2, AVRIL / JUIN 2024