

MÉTIERS DU JOURNALISME AUDIOVISUEL ET IA/IA GÉNÉRATIVE : ÉTAT DES LIEUX ET PROJECTIONS

SYNTHÈSE

État des lieux : utilisations et perceptions de l'IA/l'IA générative par les acteurs du secteur du journalisme audiovisuel

1. Plus encore que d'autres révolutions technologiques, l'IA générative se caractérise par un **rythme d'évolution et d'adoption très rapide**, dans la sphère personnelle comme dans la sphère professionnelle.
2. Les **applications sont nombreuses pour le secteur du journalisme audiovisuel** et couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur de la production de contenus d'information. D'après le panel de répondants, les usages autour de **l'aide à l'édition** (transcription, suggestions de titres...) et **l'aide à la production/montage** (débruitage, découpage de rushes...) des contenus sont les plus représentés et offrent le plus de gains de temps pour les journalistes.

Près de 20 catégories d'utilisation des technologies d'IA/IA générative, regroupant plus d'une cinquantaine de cas d'usage ont été identifiés par les répondants. *Exemple : la catégorie d'utilisation « aide à l'édition » réunit plusieurs cas d'usage comme la génération de sous-titres à partir de la transcription d'un contenu ou d'un script, l'automatisation de la traduction...*

3. Une priorité est donnée par les médias audiovisuels aux **cas d'usage à faible implication (éthique, déontologique, éditoriale...), reposant sur des technologies déjà matures** (speech-to-text, technologies d'indexation d'images et de vidéos). A date, la majorité des usages repose encore sur un **principe de supervision humaine systématique avant publication**. Dans certains cas spécifiques, la performance des outils laisse envisager une absence de vérification (ex : automatisation de l'indexation des contenus).

Les 7 catégories de cas d'usage les plus mentionnés par les répondants (>15), regroupent les cas d'usage déjà en place dans les organisations et considérés comme ayant le moins d'enjeux éthiques, déontologiques ou éditoriaux.

4. La perception des opportunités rendues possibles par les IA génératives diffèrent suivant deux logiques :
 - Celles des journalistes, qui perçoivent dans les outils un **potentiel « assistant » dans leurs activités quotidiennes ou pour stimuler leur créativité**
 - Celles des directions et du management, qui envisagent les outils comme un moyen de **développer les activités ou l'offre du média**, ainsi que de **renforcer leur efficacité opérationnelle** en réalisant des gains de productivité.

6/7 journalistes interrogés identifient dans l'utilisation d'outils d'IA générative une opportunité pour gagner du temps dans leurs activités quotidiennes les plus chronophages (ex : transcription).

La totalité des profils Directions (10/10) perçoivent dans l'intégration des outils d'IA générative dans les Rédactions une opportunité de réaliser des gains de productivité ou de développer leur activité.

5. A date, l'identification des gains de temps apportés par les IA repose essentiellement sur du déclaratif. L'**absence d'indicateurs factuels pour évaluer ces gains de productivité** est un frein dans les réflexions stratégiques. Lorsqu'ils sont constatés, les **gains de productivité** permis par l'utilisation d'IA générative ne sont **pas toujours accompagnés d'une vision claire sur leur réaffectation future**, entraînant une incertitude quant à leur impact réel sur l'organisation et les collaborateurs.

Les 10 médias interrogés ont déclarés des gains sur une partie des cas d'usage mis en place dans les workflows, bien que ces bénéfices n'aient pas été mesurés quantitativement.

6. Dans la quasi-totalité des cas, le choix d'adopter ou non ces technologies se fait à l'issue d'une expérimentation et à **l'échelle du cas d'usage**. Trois principaux critères entrent en compte dans la décision des acteurs :
- La perception d'un risque en matière de **déontologie journalistique**
 - L'évaluation des gains potentiels, par rapport aux coûts d'investissement dans les technologies et leur mise en œuvre dans les organisations (temps d'appropriation des outils, temps d'intégration dans les processus)
 - Le degré de maturité des technologies utilisées par rapport aux attentes du métier en termes de qualité

L'ensemble des médias (10/10) décident du déploiement des technologies d'IA générative dans leur processus et workflow en fonction des cas d'usage.

7. Tous les acteurs ne déploient pas les même **moyens de mise en œuvre** des cas d'usage dans les organisations :
- Les acteurs de plus grande taille, dotés de ressources financières et humaines importantes, peuvent dédier des équipes ou une gouvernance spécifique pour piloter les différentes phases d'exploration, d'expérimentation, d'adoption des cas d'usage. Ils sont également plus susceptibles de formaliser et normaliser les usages, via la rédaction de chartes d'utilisation ou l'intégration des technologies dans les outils cœur de métier.
 - A l'inverse, dans de plus petites structures, l'identification et l'adoption des cas d'usage repose davantage sur des profils opérationnels « technophiles », tournés vers l'innovation. Néanmoins, ces structures, plus agiles, peuvent s'adapter rapidement à de nouveaux usages et bénéficier de la performance des solutions d'IA/IA générative pour gagner en capacité de production.

Parmi les 10 médias rencontrés, seuls les 5 grands groupes audiovisuels publics et privés ont formalisé/sont en cours de formalisation ou d'adaptation d'une charte d'utilisation de l'IA/IA générative pour leur Rédaction.

Projections : impacts pressentis sur l'organisation des Rédactions, sur l'emploi et le métier

Les impacts de l'IA générative dans le journalisme audiovisuel se traduisent à **3 niveaux** :

- A l'échelle du marché : *quelles évolutions des métiers et des compétences (fiches de poste) ?*
- A l'échelle des organisations : *quels impacts sur l'organisation des équipes et sur l'emploi (réaffectation, ETP...) ?*
- A l'échelle du journaliste : *quels impacts sur la manière dont les journalistes perçoivent leur métier, quels risques perçus par les collaborateurs ?*

- 1.** A court terme, l'évolution des métiers dépend de la proportion des activités qui seront automatisées par les outils d'IA générative. Si certains métiers vont être « augmentés » par une automatisation partielle de leurs activités (journalistes reporter, data-journalistes), **des suppressions d'emplois sont anticipées lorsque l'automatisation concerne la quasi-totalité des activités quotidiennes d'un métier** (documentalistes, motion-designer, activités propres au « desk », assistants/présentateurs).

La totalité des répondants (26/26) anticipent un impact particulièrement fort sur les métiers à fort potentiel d'automatisation, entraînant des suppressions de postes ou des enjeux de repositionnement au sein des organisations.

- 2.** L'automatisation de certaines activités pourrait par ailleurs entraîner une **restriction des perspectives d'entrée dans la profession**, dans un marché de l'emploi déjà tendu et précaire pour les jeunes journalistes.

Parmi les répondants, les organisations syndicales soulignent particulièrement l'impact de l'automatisation d'une partie des activités par des outils d'IA/IA générative sur l'insertion des jeunes journalistes sur le marché du travail.

- 3.** L'impact de ces évolutions sur les compétences pourrait se traduire par :
 - Un déplacement des activités éditoriales **vers des activités de « super-édition »**, contrôle et vérification des résultats produits par les outils d'IA générative
 - Une dynamique d'**hybridation des compétences éditoriales/techniques**. L'intégration d'IA générative se présente comme une opportunité d'utiliser de nouveaux outils techniques dans des métiers éditoriaux (ex : formation à l'**Osint**)
 - A plus long terme, une **émergence de nouveaux métiers**, spécialisés dans l'adaptation et l'entraînement des IA selon la ligne éditoriale et le positionnement journalistique d'un média
- 4.** A l'échelle des organisations, l'intégration d'IA générative dans les Rédactions joue un **rôle de « révélateur »** :
 - En mettant en lumière les enjeux d'automatisation et de gains de productivité déjà latents dans les organisations
 - En engageant les acteurs à s'interroger sur leur positionnement stratégique et leur proposition de valeur

- En invitant les métiers à redéfinir leur valeur ajoutée par rapport aux solutions d'IA générative

« Il y a quand même une chose qui me frappe dans l'éruption de l'IA, c'est que tout d'un coup, elle fait réaliser aux Rédactions la possibilité de gains de productivité en général. La question de l'automatisation de certaines activités par exemple, qui ne relève pas de l'IA générative et qu'on aurait pu mettre en place il y a des années, redevient une possibilité. [...] C'est comme si l'arrivée de l'IA générative avait aidé mentalement à franchir une étape et remettant au cœur du métier des journalistes la question de la productivité », Florent LATRIVE – Directeur délégué de l'Information – Radio France

5. Les impacts des solutions d'IA générative sur les collaborateurs se manifestent de deux manières :

- Une opportunité de revaloriser certains métiers, en **recentrant leur quotidien sur des activités considérées comme « cœur de métier »**, vision partagée par des fonctions de Directions ou management
- La projection d'un **risque de « banalisation du travail »** des collaborateurs liée à l'intégration de solutions d'IA générative ou encore la crainte de voir leur charge de travail augmentée en raison des gains de productivité. En réaction à ces craintes, certains collaborateurs développent des **utilisations « cachées »** des solutions d'IA générative.

Il est essentiel d'anticiper des changements dans les interactions des journalistes avec leur management, afin de favoriser une utilisation transparente et sécurisée des outils, tout en préservant la motivation des collaborateurs.

« S'il n'y a pas un usage ouvert de l'IA, on va avoir des utilisations qui ne seront pas vertueuses. Il va falloir intégrer dans les moments d'échange entre les encadrants et les journalistes le partage des expériences autour de l'IA : pourquoi elle a été utilisée ? et pour quoi faire ? Ce qui passe par des formations managers », Elsa PALLOT, Directrice adjointe de la Rédaction – France Télévisions

6. Les **impacts effectifs** de l'IA générative sur les métiers du journalisme audiovisuel **dépendent de multiples paramètres**, propres aux organisations, mais aussi externes :

- Au niveau des organisations : le niveau d'utilisation de l'IA générative et son impact en termes d'emploi dépend principalement :
 - **Du positionnement éditorial** : *quelle promesse éditoriale, quelle offre ?*
 - **Du positionnement déontologique** de chaque acteur : *quelles lignes rouges à ne pas franchir ?*
 - **Des contraintes économiques** : *quelles décisions des actionnaires concernant la réaffectation des gains de productivité ?*
- Au niveau externe : l'adoption future des usages et leurs conséquences sur les métiers dépend principalement de **facteurs**:
 - **Technologiques** : *dans quelles mesures l'évolution des outils pourra réduire ou non le besoin actuel de supervision humaine, en corrigeant les actuelles défaillances techniques ?*
 - **Sociétaux** : *qu'attendent les consommateurs en termes de contenus d'informations ?*
 - **Contextuels** : *quelles évolutions du paysage médiatique et des parties prenantes de l'information ?*