

Comment la tech transforme-t-elle le journalisme ?

À l'heure où les fake news pullulent sur les réseaux sociaux, les médias ont plus que jamais besoin de restaurer la confiance et le lien qui les unit à leurs audiences. Comment y parvenir ? La solution pourrait-elle se trouver dans la technologie ?

Temps de lecture : minute

8 octobre 2021

En 2021, les Français semblent avoir regagné confiance dans leurs médias. Sans doute un effet de la crise sanitaire qui a rendu saillante, pour chaque citoyen, la nécessité de pouvoir accéder à une information fiable. Publié en début d'année, le [Baromètre sur la confiance dans les médias](#) du journal *La Croix* laissait entrevoir une légère embellie. 42% des personnes interrogées affirmaient que la télévision était une source d'information fiable, soit une augmentation de 2% par rapport à l'année précédente, alors que 48% se trouvaient dans le même état d'esprit en ce qui concerne la presse écrite, et que seulement 28% déclaraient croire ce qu'ils lisaient sur Internet.

Pour les médias, il ne saurait être question de crier victoire. En effet, ces chiffres encourageants montrent que la défiance à leur égard reste fortement ancrée chez les Français. Face à ce constat, il est nécessaire de produire une information toujours plus qualitative, pédagogique et étayée. Comment relever ce défi ? L'innovation peut-elle améliorer le fonctionnement des médias ? Dans quelle mesure, le numérique peut-il apporter une réponse ? Ces questions ont animé les débats du MaddyTalk " Quelles technologies demain pour s'informer ? ", qui s'est tenu le 14 septembre lors de la dernière Maddy Keynote.

Le chaos de l'information

En faisant le relais de tout type d'informations sans que ce qui est publié ne soit vérifié, les réseaux sociaux ont ouvert un boulevard aux fake news. Chiffre édifiant : 73% des Français pensent avoir déjà été confrontés à ce phénomène, d'après [une enquête réalisée par BVA](#) en 2019. À tel point qu'[une commission vient d'être lancée par le gouvernement](#) pour lutter contre le complotisme et les fake news.

À ce titre, mieux expliquer l'information apparaît comme le moyen de renforcer la confiance des

citoyens, et ainsi les reconquérir. *"Ces deux enjeux sont liés car les téléspectateurs sont à la recherche d'une information éclairée, illustrée et établie sur des faits. C'est un vecteur de confiance, analyse Arnaud Mopin, directeur de l'innovation du Groupe TF1. Si on revient quelques années en arrière, les gens découvraient l'actualité grâce au journal télévisé. Avec le numérique, ce n'est plus le cas. De ce fait, les téléspectateurs recherchent une information augmentée avec de l'explication, de l'illustration. La technologie nous permet de faire cela."* Réalité augmentée, 3D, data... Ces outils très pertinents apportent aujourd'hui une véritable plus-value aux contenus d'information. *"Pour traiter un sujet sur la voiture du futur, il y a des choses que l'on va pouvoir montrer, comme par exemple les prototypes existants... Et il y a des choses qu'il va falloir illustrer car elles n'existent pas encore. Utiliser la technologie nous permet d'enrichir l'expérience du téléspectateur"*, poursuit Arnaud Mopin.

Algorithmes vertueux

Si les médias ont compris qu'il en va de leur intérêt de maîtriser les innovations, cela apparaît d'autant plus nécessaire que, de leur côté, Facebook, Twitter ou Instagram ont joué à 100% la carte des nouvelles technologies pour fédérer un nombre croissant d'utilisateurs et accroître toujours plus leur présence en ligne. Benoît Raphaël, fondateur de [Flint Media](#), décrypte : *"Avec la nouvelle circulation de l'information provoquée par les plateformes, les algorithmes cherchent à créer le plus d'engagement possible pour avoir le plus de revenus publicitaires possibles. Ils vont donc favoriser les contenus qui permettent d'atteindre cet objectif : ceux qui sont déprimants, clivants ou polarisants. Pour reprendre les mots d'Alan Turing, "pour lutter contre une machine, il faut une machine". De fait, contre une technologie qui désorganise l'info, il faut une technologie qui l'organise dans le bon sens, grâce à une recommandation vertueuse qui amène l'utilisateur vers une information de qualité."*

Les dégâts provoqués par les réseaux sociaux sont bien réels. Fin 2020, [un sondage de l'Ifop](#) indiquait que 91% des Français pensaient qu'il n'était plus possible de débattre sans se battre, et révélait que 80% d'entre eux se sentaient submergés par la masse des informations qu'ils recevaient chaque jour. *"Avec Flint, nous utilisons par exemple l'IA pour sélectionner et personnaliser l'info, tout en protégeant l'utilisateur des fake news et de l'infobésité"*, se félicite Benoît Raphaël.



À lire aussi

Le Media Lab TF1, catalyseur d'innovations pour accélérer le futur des médias

L'innovation au service de l'information

Ce virage technologique, qui entend marier médias et technologie, apporte une indéniable valeur ajoutée. *"La 3D permet de rendre l'information plus compréhensible, aussi bien pour les jeunes que pour les moins jeunes. Elle donne la possibilité de montrer des cas d'usages futurs, avec un contenu plus lisible et plus immersif, observe Yassine Tahî, CEO de la startup [Kinetix](#) qui travaille avec le groupe TF1. Cela permet de proposer un point de vue différent et d'engager une audience de digital natives, celle qui a tendance à consommer beaucoup de réseaux sociaux. Ce qui compte avant tout, c'est la pertinence du décryptage que l'on va proposer."*

L'apport de la technologie ne s'arrête pas là. De plus en plus, l'IA apparaît comme la meilleure arme pour lutter contre les fake news et ainsi enrayer la désinformation. *"Les algorithmes accélèrent le fact-checking en permettant une vérification plus rapide et plus fiable. Chez le public, il y a une réelle volonté de comprendre l'info et de pouvoir s'assurer qu'elle est vraie. Il faut non seulement pouvoir détecter, mais aussi démonter les fake news, assure Arnaud Mopin. Si on pousse le curseur, il y a aura peut-être demain des correcteurs automatiques pour les fake news comme il y en a aujourd'hui pour l'orthographe. Au quotidien, tous ces outils nous rendent plus efficaces."*

Journalisme augmenté

Pour les médias, l'adoption de ces nouvelles technologies est sous-tendue par la volonté de monter en puissance et de gagner en efficacité. Le journaliste du futur ne sera pas remplacé par un robot, ni par un algorithme. En revanche, il pourrait mieux travailler grâce aux innovations qui lui permettront de gagner du temps en automatisant les tâches répétitives et en accélérant d'autres.

Beaucoup d'outils allant dans ce sens existent déjà, comme GPT-2 : une intelligence artificielle capable d'écrire des articles de presse et des œuvres de fiction, mise au point par l'entreprise OpenAI d'Elon Musk. Comme GPT-2, ce genre d'outils pourraient, à terme, accompagner le journaliste dans sa rédaction, et être le gage d'une nouvelle offre pour mieux satisfaire les audiences. *"Nous allons lancer le premier JT personnalisé en fin d'année, en gardant notre ADN sans singer ce qui existe à l'extérieur. L'info de TF1 est fédératrice et étayée, ouverte et inclusive. Ce nouveau JT sera modulaire en s'adaptant aux besoins et aux usages"*, conclut Arnaud Mopin. À coup sûr, le journalisme a de l'avenir.

Maddyness, partenaire média de TF1

Article écrit par Maddyness, avec TF1