



**Ecole Nationale Supérieure de journalisme et des sciences
de l'information**

Département : Journalisme

**L'impact de l'intelligence artificielle sur la formation
des journalistes algériens travaillant dans la presse
électronique**

-Etude analytique descriptive sur un échantillon de journalistes-

Mémoire de Master en journalisme et sciences de l'information

Spécialité : Journalisme audiovisuel et numérique

Réalisé par :

BENSEKHRI Lina

Sous la direction de :

Dr. DOUIDA Amina

Jury :

Président : Dr. HAMZAOUI Hakim

Encadreur : Dr. DOUIDA Amina

Discutant : Dr. ZEGGANE Mourad

Année universitaire : 2024-2025

أثر الذكاء الاصطناعي على تكوين الصحفيين الجزائريين العاملين في الصحافة الإلكترونية

- دراسة تحليلية وصفية على عينة من الصحفيين الجزائريين العاملين في الصحافة الإلكترونية -

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في الصحافة و علوم الاعلام

تخصص : سمعي بصري و صحافة رقمية

تحت اشراف

د- دويذة امينة

إعداد الطالبة

بن سخري لينة

أعضاء لجنة المناقشة

الرئيس : د. حمزاوي حكيم

المشرف : د. دويذة امينة

المناقش : د. زقان مراد

السنة الجامعية 2024-2025

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Allah, le Tout-Puissant, pour m'avoir donné la force, la patience et la persévérance nécessaires pour mener à bien ce travail.

Je souhaite exprimer ma profonde gratitude à mon encadrante Mme Douida Amina, pour son accompagnement, ses conseils avisés, sa disponibilité et la richesse de ses remarques tout au long de l'élaboration de ce mémoire.

Mes remerciements s'adressent également à l'ensemble des enseignants et enseignantes de l'École supérieure de journalisme et des sciences de l'information, qui ont contribué à ma formation académique et professionnelle tout au long de mon parcours.

Je tiens à exprimer ma profonde reconnaissance à Monsieur Bouhouali Mohammed et Monsieur Chouikrat Boukhalifa, deux enseignants dont le soutien, les conseils et la bienveillance ont été essentiels tout au long mon parcours universitaire.

Je n'oublie pas les journalistes et professionnels des médias qui ont répondu à mon questionnaire et enrichi cette recherche par leurs témoignages et leur précieuse collaboration.

Je remercie également ma directrice au travail Mme Abdiouene Sarah, pour sa compréhension et son humanité. Malgré les pressions et les contraintes professionnelles, elle a su faire preuve d'écoute et de flexibilité, me permettant ainsi de poursuivre mes études dans des conditions plus sereines.

Enfin, j'adresse un merci tout particulier à ma famille et à mes amies pour leur soutien moral indéfectible et leurs encouragements constants durant cette aventure.

Dédicaces

À la mémoire de ma grand-mère,

Qui nous a quittés il y a deux ans, mais dont l'amour, les prières et les valeurs continuent de m'accompagner chaque jour. Que Dieu l'accueille dans Son vaste paradis.

À mon grand-père,

Pour sa sagesse, ses prières et son affection.

À mon père et ma mère,

Pour leur amour inconditionnel, leurs sacrifices silencieuses, leur patience et leur foi en moi. Rien n'aurait été possible sans vous.

À mon frère Rayane,

Pour sa présence, son soutien discret et sa confiance.

À toute ma famille : oncles, tantes, cousins et cousines,

Merci pour votre chaleur, vos encouragements et votre présence à mes côtés.

À mes amies que j'aime profondément Nouha, Hadia, Sawssen et Mayar,

Merci pour vos mots d'encouragement, votre écoute, vos rires et votre présence constante, même dans les moments les plus difficiles. Vous avez été une vraie source de force et de motivation.

Ce travail vous est dédié, avec tout mon amour et ma gratitude.

Résumé

Ce mémoire s'intéresse à l'impact de l'intelligence artificielle sur la formation des journalistes algériens évoluant dans la presse électronique. À l'heure où l'IA s'impose dans de nombreux domaines, y compris le journalisme, il devient essentiel d'interroger sa place dans la pratique professionnelle et dans les parcours de formation. En automatisant certaines tâches comme la rédaction ou l'analyse de données, l'IA transforme les méthodes de travail des journalistes. Mais son intégration soulève aussi des enjeux éthiques majeurs, notamment en matière de fiabilité, de transparence et de responsabilité éditoriale.

L'étude repose sur une enquête de terrain combinant questionnaire et entretiens menés auprès de journalistes algériens travaillant dans le numérique. Elle cherche à savoir si ces professionnels sont préparés à utiliser l'IA, s'ils ont reçu des formations spécifiques, et comment ils perçoivent son influence sur leur métier. À travers cette recherche, il s'agit de faire un état des lieux de la formation en IA dans le journalisme algérien, d'en dégager les lacunes, mais aussi de mettre en lumière les initiatives positives. L'objectif est de contribuer à une meilleure compréhension des besoins du terrain, dans un contexte de transition technologique et d'évolution rapide du paysage médiatique.

Mots clés :

Intelligence artificielle – Formation des journalistes – Presse électronique – Algérie – Éthique

الملخص

يهتم هذا البحث بتأثير الذكاء الاصطناعي على تكوين الصحفيين الجزائريين العاملين في مجال الصحافة الإلكترونية. وفي ظل الحضور المتزايد للذكاء الاصطناعي في عدة مجالات، من بينها الصحافة، أصبح من الضروري التساؤل حول مكانته في الممارسة المهنية وفي المسارات التكوينية. فمع قيام الذكاء الاصطناعي بأتمتة بعض المهام مثل التحرير وتحليل البيانات، تشهد طرق عمل الصحفيين تحولات عميقة. غير أن إدماج هذه التكنولوجيا يثير كذلك قضايا أخلاقية مهمة، خصوصًا فيما يتعلق بالمصداقية، والشفافية، والمسؤولية التحريرية.

تعتمد هذه الدراسة على تحقيق ميداني يجمع بين الاستبيانات والمقابلات التي أُجريت مع صحفيين جزائريين يعملون في الصحافة الرقمية. وتهدف إلى معرفة مدى جاهزية هؤلاء المهنيين لاستخدام الذكاء الاصطناعي، وما إذا كانوا قد تلقوا تكوينًا خاصًا في هذا المجال، وكيفية تصورهم لتأثير هذه التكنولوجيا على مهنتهم. ومن خلال هذا البحث، نسعى إلى تقديم تشخيص لحالة التكوين في الذكاء الاصطناعي في الصحافة الجزائرية، مع إبراز النقائص القائمة، وتسهيل الضوء في نفس الوقت على المبادرات الإيجابية. والهدف من ذلك هو المساهمة في فهم أفضل لاحتياجات الميدان، في سياق يشهد انتقالًا تكنولوجيًا وتغيرًا سريعًا في المشهد الإعلامي.

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي - تكوين الصحفيين - الصحافة الإلكترونية - الجزائر - الأخلاقيات

Table des matières

<i>Remerciements</i>	3
<i>Dédicaces</i>	4
Résumé	1
Introduction	1
Partie méthodologique	3
I. Problématique et sous questions	5
II. Hypothèses de la recherche	6
III. Intérêt et motif du choix :	6
III.1. Raisons Objectives	7
III.2. Raisons subjectives	7
IV. Objectifs de l'étude.....	8
V. Concepts et terminologies.....	10
VI. Type d'étude :	12
VII. Approches de l'étude :	12
VIII. Méthodologie de l'étude :	13
IX. Méthode de recherches	15
X. Techniques de recherche :	16
XI. Les études antérieures :	17
Partie théorique	22
I. Définition de La presse électronique :	Erreur ! Signet non défini.
II. Caractéristiques de la presse électronique :	26
E. L'archivage électronique :	30
III. Les Types de Presse Électronique :	31
IV. Le rôle de la presse électronique dans la communication :	34
V. Le public cible de la presse électronique :	37
VI. La presse électronique en Algérie et son évolution :	40
Conclusion :	45

I.	Naissance et définition de l'intelligence artificielle :	48
I.1.	Historique de l'Intelligence Artificielle :	48
A.	Les racines philosophiques (Antiquité- XIXe siècle) :	48
C.	Les Hivers de l'IA et les systèmes experts (années 1970-1990) :	51
D.	L'avènement du machine Learning (années 1990-2000) :	53
F.	L'ère de l'IA générative (2020 à aujourd'hui) :	59
I.2.	Définitions de l'IA :	61
II.	Les caractéristiques de l'intelligence artificielle :	63
III.	Les types de l'intelligence artificielle :	64
IV.	L'importance et les objectifs de l'intelligence artificielle :	66
IV.1.	L'importance de l'intelligence artificielle :	66
IV.2.	Les objectifs de l'intelligence artificielle :	67
V.	L'évolution et l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le domaine médiatique en Algérie :	69
V.1.	L'évolution de l'IA dans le secteur médiatique algérien :	70
V.2.	Les usages de l'IA dans le journalisme et les médias en Algérie :	72
V.3.	Exemple sur l'utilisation de l'IA dans les médias algériens :	75
	Conclusion :	80
	Partie pratique :	82
I.	Méthodologie de l'étude :	84
I.1.	Description de l'échantillon de journalistes :	84
I.2.	Outils de collecte de données :	85
II.	Analyses et résultats :	87
II.1.	Analyse des outils utilisés :	87
II.2.	Résultats des deux outils :	102
III.	Discussion des résultats :	106
II.1.	Comparaison avec les études existantes :	106
III.2.	Impact observé sur la pratique journalistique en Algérie :	110
	Conclusion :	111
	Liste de bibliographie :	112

Liste des tableaux

N° du tableau	Les titres des tableaux	N° de page
1	Explique le sexe des répondants	83
2	Explique les tranches d'âge	84
3	Explique l'ancienneté des journalistes dans le journalisme	85
4	Explique le format de le plus fréquent dans la presse électronique	86
5	Explique la différence la presse écrite et la presse électronique	87
6	Explique l'adéquation plateformes aux besoins	88
7	Explique l'usage technologies au travail	89
8	Explique la connaissance de l'IA	90
9	Explique les outils connus en journalisme	91
10	Explique les formations adaptées à l'IA	91
11	Explique les formations suivies Sur l'IA	92
12	Explique les pertinences des formations suivies	93
13	Explique les raisons du nonaccès formation IA	93
14	Explique l'impact de l'IA sur le travail quotidien	94
15	Explique les avantages perçus de l'IA en journalisme L'IA	95
16	Explique les risques perçus de l'IA en journalisme L'IA	96
17	Explique une comparaison entre une étude de 2023 et 2025 sur l'impact de l'IA sur la formation des journalistes algériens qui travaillent dans la presse électronique	102

Liste des figures

N° de la figure	Les titres des tableaux	N° de page
1	Explique les types d'IA	61
2	Explique le sexe des répondants	83
3	Explique les tranches d'âge	84
4	Explique l'ancienneté des journalistes dans le journalisme	85
5	Explique le format de le plus fréquent dans la presse électronique	86
6	Explique la différence la presse écrite et la presse électronique	87
7	Explique l'adéquation plateformes aux besoins	88
8	Explique l'usage technologies au travail	89
9	Explique la connaissance de l'IA	90
10	Explique les outils connus en journalisme	91
11	Explique les formations adaptées à l'IA	91
12	Explique les formations suivies Sur l'IA	92
13	Explique les pertinences des formations suivies	93
14	Explique les raisons du nonaccès formation IA	93
15	Explique l'impact de l'IA sur le travail quotidien	94
16	Explique les avantages perçus de l'IA en journalisme L'IA	95
17	Explique les risques perçus de l'IA en journalisme L'IA	96

Introduction

De nos jours, l'intelligence artificielle (IA) s'impose comme un moteur de changement dans de nombreux secteurs, y compris dans le domaine des médias. Dans le journalisme, l'arrivée de l'IA ouvre de nouvelles perspectives : des algorithmes peuvent rédiger automatiquement des dépêches, analyser instantanément d'immenses masses de données ou personnaliser le contenu pour chaque lecteur. Cette automatisation et cette rapidité permettent de multiplier les productions et d'affiner les analyses journalistiques, tout en redéfinissant le rôle des professionnels de l'information.

Pour autant, cette révolution technologique s'accompagne de doutes et de défis éthiques. La même puissance qui accélère la production de contenu peut aussi générer de la désinformation sophistiquée ou renforcer des biais préexistants : l'IA traite l'information sans filtre moral, ce qui rend cruciale la vérification des faits, la transparence des sources et le respect de la vie privée. Le journaliste doit ainsi rester le garant de l'intégrité de l'information, en utilisant l'IA comme un outil d'appoint – pour fouiller des données ou aider au fact-checking – sans jamais perdre de vue sa déontologie et son esprit critique.

C'est pourquoi il devient essentiel de former les journalistes à l'utilisation responsable de l'IA. Une formation adaptée leur apprend à exploiter les atouts de ces technologies (rapidité, capacité d'analyse, etc.) tout en gardant la main sur le contenu.

Par exemple, au Sénégal, une initiative a réuni 130 professionnels des médias pour une formation intensive en IA, organisée avec le soutien du Conseil international de l'Intelligence Artificielle. L'objectif était de leur enseigner comment intégrer ces outils de façon éthique et efficace dans leur travail, afin d'améliorer la qualité de l'inf

ormation tout en luttant contre les fake news. Cet exemple international montre à quel point la formation est cruciale pour que l'IA serve les intérêts du journalisme, et non l'inverse.

Chez nous aussi en Algérie, l'importance d'un tel accompagnement est reconnue. L'Algérie vit une mutation numérique rapide déploiement de la 5G, essor des médias en ligne et volonté de moderniser les infrastructures. Dans ce contexte, professionnels et responsables appellent à adapter les cursus journalistiques aux nouvelles technologies : moderniser les programmes et renforcer la formation continue dans l'IA et l'analyse de données. Dès lors, il devient essentiel de s'interroger sur la réalité de ces formations pour les journalistes algériens. Dans un pays en pleine mutation numérique, il s'agit de vérifier si les promesses sont tenues et si les futurs journalistes disposent bien des compétences nécessaires pour relever les défis de l'ère numérique.

Partie méthodologique

Plan de la partie méthodologique

- 1)** Problématique et sous questions
- 2)** Hypothèses de la recherche
- 3)** Intérêt et motif du choix
- 4)** Objectif de l'étude
- 5)** Concepts et terminologies
- 6)** Type de l'étude
- 7)** Approches de l'étude
- 8)** Méthodologie de l'étude
- 9)** Méthodes de recherche
- 10)** Techniques de recherches
- 11)** Les études antérieures

I. Problématique et sous questions

L'arrivée de l'intelligence artificielle dans le monde du journalisme, c'est un vrai tournant. Dans plusieurs pays développés, elle est perçue comme un coup de pouce énorme pour rendre le travail plus rapide, plus efficace et offrir des informations taillées sur mesure pour chaque lecteur. Mais quand on regarde des pays comme l'Algérie, l'histoire est un peu différente.

Chez nous, la presse électronique garde encore une place très importante, même si elle traverse pas mal de galères, que ce soit financièrement ou au niveau de son fonctionnement. Du coup, l'entrée de l'IA dans ce milieu soulève pas mal de questions, surtout en ce qui concerne l'évolution du journalisme local.

D'un côté, l'IA peut vraiment aider les journalistes à travailler mieux, plus vite, et à se rapprocher des standards internationaux. Mais d'un autre côté, il y a plein de freins. Et c'est là qu'un point crucial se pose : comment cette intelligence artificielle influence-t-elle la manière dont nos journalistes sont formés, surtout ceux de la presse électronique ?

Il est donc super important de comprendre ce que l'IA change dans les formations journalistiques, quels outils sont utilisés, comment les journalistes les perçoivent et surtout, ce qui bloque.

À partir de là, on peut se poser quelques questions simples :

1. Est-ce que les journalistes en Algérie connaissent vraiment l'intelligence artificielle ?
2. Est-ce que ceux qui travaillent dans la presse électronique savent comment elle fonctionne ?
3. Est-ce qu'il existe des formations pour les aider à s'y mettre ?
4. Et concrètement, est-ce que l'IA a déjà un impact sur la façon dont on fait du journalisme ici, surtout en ligne ?

II. Hypothèses de la recherche

En partant des questions qu'on s'est posées et des objectifs qu'on veut atteindre, on peut résumer cette étude autour de deux grandes idées qu'on va essayer de vérifier :

- ✓ **Première idée** : Les journalistes algériens ne sont pas assez formés à l'intelligence artificielle dans leur travail au quotidien.

C'est une remarque qui revient souvent : même si, dans le monde, l'IA prend de plus en plus de place dans le journalisme, en Algérie, on est encore loin du compte. Les formations sur le sujet sont rares, surtout dans les parcours classiques qu'on trouve à l'université. Résultat, beaucoup de journalistes se retrouvent à devoir utiliser des outils qu'ils ne connaissent pas bien, juste parce qu'il n'y a pas assez de formations continues ou parce que les programmes de base n'ont pas encore évolué.

- ✓ **Deuxième idée** : L'intelligence artificielle peut vraiment aider les journalistes algériens à être plus efficaces, mais elle pose aussi pas mal de questions, surtout au niveau éthique.

Aujourd'hui, dans pas mal de rédactions en ligne, on commence à voir des outils d'IA utilisés pour écrire des dépêches automatiquement, proposer des titres accrocheurs ou analyser ce qui passe sur les réseaux. C'est vrai que ça fait gagner du temps et que ça simplifie le travail pour certaines tâches. Mais derrière ça, il y a aussi des inquiétudes : si un article généré automatiquement contient une erreur, qui est responsable ? Est-ce qu'on peut faire confiance à un texte écrit par une machine ? Et à force d'automatiser, est-ce qu'on ne risque pas de perdre la richesse du journalisme ou de mettre en danger certains postes ?

Toutes ces interrogations, on va les explorer à travers ce que racontent les journalistes eux-mêmes.

III. Intérêt et motif du choix :

Si on a choisi de travailler sur l'impact de l'intelligence artificielle sur la formation des journalistes algériens, ce n'est pas par hasard. Il y a à la fois des

raisons logiques liées à l'évolution du journalisme, et des raisons plus personnelles qui me tiennent à cœur.

III.1. Raisons Objectives

a. L'émergence de l'intelligence artificielle dans le domaine du journalisme :

Aujourd'hui, l'IA change complètement la façon dont on traite l'information : avec l'analyse de grosses quantités de données, la vérification automatique des faits ou même la création de contenus, les journalistes n'ont plus du tout les mêmes outils qu'avant. Et ça bouge aussi dans les pays en développement. En Algérie, on voit bien que le journalisme, surtout en ligne, commence à se développer et trouver sa place dans le numérique. Alors forcément, ça pose question : comment l'IA pourrait bousculer ces habitudes, améliorer la rédaction, accélérer la production, ou encore renforcer la vérification des informations ? Et c'est ce que nous avons voulu creuser.

b. L'importance de la formation professionnelle dans un environnement numérique :

Avec des technologies qui évoluent super vite, il ne suffit plus d'avoir les bases du journalisme. Il faut apprendre à se servir de ces nouveaux outils, comprendre ce qu'ils peuvent apporter, tout en gardant un sens critique et en respectant l'éthique. Ce n'est pas parce qu'on utilise l'IA qu'on peut laisser tomber les fondamentaux. Alors, nous nous sommes demandé : est-ce que les journalistes sont formés à ça, Est-ce qu'ils savent comment intégrer l'IA dans leur travail sans perdre le cœur de leur métier.

III.2. Raisons subjectives

a. Passion pour l'évolution du journalisme :

En tant qu'étudiante, je suis particulièrement intéressée par l'évolution du journalisme dans l'ère numérique. Le journalisme, un secteur en constante évolution, se trouve aujourd'hui au croisement de la technologie et de l'éthique. Mon désir d'étudier l'impact de l'intelligence artificielle sur cette profession vient de ma volonté

de comprendre comment les technologies transforment les pratiques professionnelles, en particulier dans un contexte de presse électronique, où les mutations sont encore récentes. Je trouve fascinant de suivre cette transition, où l'humain et la machine doivent cohabiter pour offrir une information de qualité, rapide et vérifiée.

b. Mon stage chez le journal numérique El Watan :

L'une des raisons déterminantes pour le choix de ce sujet est mon expérience de stage au sein du journal numérique El Watan. Travailler au sein d'un grand média qui a déjà intégré des outils d'intelligence artificielle m'a permis de voir de près les défis et les opportunités que cette technologie peut apporter au journalisme. El Watan utilise notamment l'IA pour optimiser la production de contenu et améliorer la gestion de l'information en ligne. Cela m'a permis de constater les impacts concrets de l'IA sur la manière dont les journalistes travaillent au quotidien. Ce stage m'a apporté une perspective pratique sur le sujet, en me donnant un aperçu des enjeux de la formation, de l'éthique et de la gestion des nouvelles technologies dans le journalisme algérien. C'est un facteur qui a renforcé mon intérêt pour le sujet et m'a poussé à l'explorer davantage.

IV. Objectifs de l'étude

Aujourd'hui, avec toutes les nouvelles technologies qui débarquent dans le journalisme – et surtout l'intelligence artificielle –, on voit bien que le métier est en train de changer un peu partout dans le monde. Et cette étude, justement, on essaie de voir comment ces changements se traduisent ici, en Algérie.

1. Évaluer l'état actuel de la formation des journalistes algériens à l'intelligence artificielle

Avant de pouvoir utiliser l'intelligence artificielle dans son travail, encore faut-il avoir appris à s'en servir. Le premier objectif, c'est donc de faire un point clair sur ce qui existe actuellement : si les journalistes en Algérie reçoivent une vraie formation là-dessus, que ce soit à la fac, dans les écoles de journalisme, ou même dans le cadre de leur travail.

Même si on entend parler de quelques cours sur la transformation numérique ou le journalisme de données dans certaines universités, il y a encore très peu de formations qui parlent directement d'intelligence artificielle. Cette étude va donc chercher à repérer les formations qui existent (si elles existent), qu'elles soient dans le cadre des études, proposées par des boîtes privées, ou organisées en interne dans les rédactions.

2. Analyser l'utilisation de l'IA par les journalistes algériens

Ensuite, on veut savoir si, concrètement, les journalistes algériens se servent déjà de l'IA. S'ils utilisent des outils comme ChatGPT pour écrire ou reformuler des textes, s'ils se servent de programmes qui analysent les tendances sur les réseaux sociaux, et surtout comment ils vivent cette utilisation, est-ce qu'ils trouvent que c'est utile, que ça leur fait gagner du temps, ou au contraire, ils voient ça comme quelque chose de compliqué, inutile, ou même inquiétant.

Cette partie permettra de voir non seulement à quel point l'IA est utilisée, mais aussi ce qui bloque encore son adoption.

3. Identifier les défis éthiques et déontologiques liés à l'utilisation de l'IA dans le journalisme en Algérie

Enfin, une technologie aussi puissante que l'IA soulève forcément des enjeux éthiques. L'objectif ici est de comprendre comment les journalistes algériens perçoivent ces enjeux : la transparence des contenus générés ou modifiés par l'IA, la fiabilité des sources, la responsabilité éditoriale en cas d'erreur automatisée, ou encore la menace potentielle sur l'authenticité de l'information. Cette partie de l'étude cherchera à faire ressortir la sensibilité des journalistes à ces aspects, mais aussi à savoir si les rédactions mettent en place des règles ou des chartes éthiques autour de l'usage de l'IA. Car dans un contexte où la confiance du public envers les médias est déjà fragile, la façon dont l'IA est utilisée – et perçue – peut renforcer ou affaiblir cette relation.

V. Concepts et terminologies

Pour faciliter la compréhension de notre sujet, il est essentiel de définir les concepts clés abordés dans cette étude e qui sont :

1. L'intelligence artificielle :

- a. Définition générale :** L'intelligence artificielle vise à reproduire certaines compétences humaines, comme le raisonnement, la planification ou la résolution de problèmes, grâce à des algorithmes informatiques. »¹
- b. Selon John McCarthy,** l'un des pionniers de l'IA, elle est définie comme "la science et l'ingénierie de la fabrication de machines intelligentes".²
- c. Définition opérationnelle :** Dans le cadre de cette étude, l'IA fait référence aux technologies et systèmes informatiques capables d'effectuer des tâches journalistiques, telles que la rédaction automatique d'articles ou l'analyse de données, qui nécessiteraient normalement une intervention humaine.

2. Formation des journalistes :

- a. Définition générale :** La formation des journalistes englobe l'ensemble des processus éducatifs et professionnels visant à doter les individus des compétences nécessaires pour collecter, analyser et diffuser de l'information de manière éthique et précise.³
- b. Selon UNESCO,** la formation journalistique vise à "développer des compétences critiques pour évaluer l'information et fournir des reportages équilibrés et bien documentés".⁴

¹ Le Monde, https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2024/04/20/tout-comprendre-a-l-intelligence-artificielle-cette-technologie-source-de-nombreux-malentendus_6228954_4355770.html, consulté le 21/04/2025 à 13 :58

² Johnn Mccarhty, "What is AI", <http://jmc.stanford.edu/articles/whatisai/whatisai.pdf>, consulté le 21/04/2025 à 15:21

³ France Compétences, <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39736/> consulté le 22/04/2025 à 10 :31

⁴ Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) https://unesdoc.unesco.org/ark%3A/48223/pf0000151209_fre consulté le 22/04/2025 à 11:02

- c. Définition opérationnelle :** Dans cette étude, la formation des journalistes algériens travaillant dans la presse électronique se réfère aux programmes éducatifs et aux ateliers pratiques destinés à les préparer à utiliser efficacement les outils numériques et à s'adapter aux évolutions technologiques du paysage médiatique.

3. Presse Electronique :

- a. Définition générale :** « On entend par service de presse en ligne tout service de communication au public en ligne édité à titre professionnel par une personne physique ou morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu, consistant en la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale. ». ⁵
- b. Dans leur ouvrage La presse en ligne, le sociologue Jean-Marie Charon et l'économiste Patrick Le Floch** décrivent la presse en ligne ‘’comme une nouvelle forme de média d'information, issue de la convergence des supports numériques, qui redéfinit les pratiques journalistiques traditionnelles.’’⁶
- c. Définition opérationnelle :** Dans le contexte de cette recherche, la presse électronique fait référence aux organes de presse algériens qui publient exclusivement ou principalement en ligne, exploitant les technologies numériques pour la production et la diffusion de contenus journalistiques.

⁵ Contenu institutionnel de la CPPAP, <https://www.cppap.fr/services-de-presse-en-ligne/> consulté le 22/04/2025 à 20 :22

⁶ Questions de communication, <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6761> consulté le 23/04/2025 à 14 :58

VI. Type d'étude :

Mon étude est de type descriptif analytique et elle est définie comme une méthode qui combine deux méthodes scientifiques de base, la méthode analytique et la méthode descriptive, de sorte que la méthode descriptive constitue la base de l'étude du phénomène et que la méthode analytique l'aide à le connaître, à l'analyser et à lui trouver des solutions efficaces, ce qui permet de mener à bien le processus de recherche.. En clair, cela signifie qu'elle combine la description du phénomène que j'observe et l'analyse de ses causes et de ses conséquences. Ce choix méthodologique me paraît particulièrement pertinent par rapport à mon sujet, qui porte sur l'impact de l'intelligence artificielle sur la formation des journalistes algériens de la presse électronique, un domaine où les technologies évoluent très rapidement. Dans ce contexte, il ne suffit pas de décrire comment l'intelligence artificielle influence la formation des journalistes : il faut aussi comprendre pourquoi ces changements se produisent et quelles conséquences ils ont sur la profession. J'ai donc naturellement opté pour une telle démarche, car elle correspond bien aux objectifs de mon étude. Concrètement, en travaillant avec un échantillon de journalistes de la presse électronique, je peux d'abord dresser un portrait fidèle de la façon dont l'IA s'intègre dans leur formation. Ensuite, j'analyse plus en profondeur les raisons de cette intégration et ses effets concrets sur leurs compétences et leur travail au quotidien. Au final, cette approche me permet d'aborder le sujet de manière complète et équilibrée, en restant proche de la réalité du terrain tout en prenant du recul pour bien saisir l'impact de l'IA sur la formation de ces journalistes.

VII. Approches de l'étude :

Ce mémoire de fin d'études adopte une approche méthodologique mixte (qualitative et quantitative) pour analyser l'impact de l'intelligence artificielle sur la formation des journalistes algériens travaillant dans la presse électronique. Concrètement, cela signifie que l'étude combine des méthodes qualitatives et quantitatives afin de tirer le meilleur parti des atouts de chacune. Par exemple, des entretiens approfondis ont été menés auprès des journalistes (démarche qualitative)

afin de recueillir des témoignages détaillés sur leurs expériences et leurs perceptions de l'IA dans leur formation. En parallèle, un questionnaire (démarche quantitative) a été diffusé auprès d'un grand nombre de journalistes afin de collecter des données chiffrées sur les tendances générales et l'ampleur de cet impact. La combinaison de ces deux volets est complémentaire : les entretiens offrent une compréhension approfondie et nuancée du sujet, tandis que le questionnaire fournit une vue d'ensemble plus large et quantifiable. Le choix de cette approche mixte s'explique à la fois par la nature du sujet et par les objectifs de l'étude.

En effet, l'impact de l'IA sur la formation des journalistes est un phénomène complexe qui nécessite d'explorer à la fois des aspects qualitatifs (comme les ressentis et les expériences vécues) et des aspects quantitatifs (tels que la fréquence ou l'ampleur des changements). En combinant ces méthodes, l'étude peut recueillir des données plus riches et variées, ce qui permet d'obtenir une analyse plus complète et plus fidèle à la réalité du terrain.

VIII. Méthodologie de l'étude :

1. Corpus

Selon **Maurice ANGERS** : le corpus d'étude est défini comme un « ensemble d'éléments d'une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments sur lesquels porte l'investigation »⁷

Le corpus de cette étude est constitué de données recueillies auprès de journalistes algériens exerçant dans la presse électronique. Il comprend des entretiens semi-directifs menés avec une sélection de professionnels issus de différents médias en ligne, ainsi que des questionnaires diffusés à un échantillon plus large de journalistes pour recueillir des données quantitatives. Ce corpus est enrichi par l'analyse de documents de formation et d'articles publiés par ces journalistes, afin de comprendre

⁷ Maurice ANGERS, "Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines" 2015, CASBAH-Edition, Alger, p32

comment l'intelligence artificielle influence concrètement leurs pratiques et leurs besoins en compétences.

L'objectif est d'avoir une vision à la fois qualitative et quantitative des transformations en cours.

2. Echantillon :

Avant de définir notre échantillon d'étude, nous allons d'abord présenter une définition de la notion d'échantillonnage :

Selon **Daniel CAUMONT** « Un échantillon est un sous-ensemble d'éléments (individus ou objets) extraits d'une population de référence qu'ils sont censés représenter. Et l'échantillonnage est le nom donné à l'opération permettant d'effectuer cette sélection. »⁸

Les estimations du nombre total de journalistes en Algérie varient entre 4 000 et 6 000 professionnels⁹, avec une part croissante de ceux exerçant dans la presse électronique. Selon plusieurs observations, environ 38 % de cette population sont des femmes, ce qui témoigne d'une certaine diversité dans le secteur. Toutefois, le nombre exact de journalistes exclusivement actifs dans la presse électronique reste difficile à déterminer en raison du chevauchement des fonctions dans de nombreuses rédactions.

Dans ce contexte, nous avons opté pour un échantillon raisonné de 60 journalistes exerçant dans la presse électronique. Ce choix s'explique à la fois par les contraintes de terrain (temps, accessibilité, disponibilité des répondants), mais également par une volonté de garantir la qualité des réponses recueillies, en privilégiant un échantillon ciblé et représentatif par sa variété (âge, genre, type de média, statut professionnel).

⁸ Daniel CAUMONT, "Les études de marché" Editions Dunod, p21

⁹ L'année du Maghreb, <https://journals.openedition.org/anneemaghreb/2772>, consulté le 26/04/2025 à 13 :21

Bien que ce chiffre soit inférieur à l'échantillonnage théorique de 10 à 15 %, il reste suffisant pour dégager des tendances fiables et qualitatives sur l'usage de l'intelligence artificielle dans la presse électronique en Algérie.

IX. Méthode de recherches

Toute recherche repose sur une méthode. En sciences humaines et sociales, il en existe plusieurs, et c'est le sujet d'étude qui oriente le chercheur vers la méthode la plus appropriée.

* **Daniel CAUMONT** : Professeur affilié à l'ICN (Institut commercial de Nancy), il enseigne la méthodologie, le marketing et la communication commerciale. Il a par ailleurs exercé de nombreuses années en entreprise.¹⁰

* **Selon Maurice ANGERS** : « la méthode est primordiale, et les procédés utilisés lors d'une recherche en déterminent les résultats »¹¹

En réponse à la problématique posée et aux objectifs de cette étude, notre démarche s'articule autour de deux axes complémentaires. D'une part, une recherche théorique sera menée, s'appuyant sur une analyse documentaire approfondie. Cette dernière englobera l'examen d'ouvrages spécialisés, d'articles scientifiques, de thèses, de mémoires et de documents pertinents disponibles en ligne, afin de cerner les concepts clés liés à l'intelligence artificielle et à la formation journalistique. D'autre part, une approche empirique sera adoptée, consistant en la réalisation d'entretiens semi-directifs avec un échantillon de journalistes algériens opérant dans la presse électronique. Cette méthodologie vise à recueillir des données qualitatives sur leur perception et leur expérience concernant l'intégration de l'intelligence artificielle dans leur formation et leur pratique professionnelle. L'objectif est de répondre de manière exhaustive aux questions soulevées par cette recherche et de comprendre en profondeur l'impact de l'intelligence artificielle sur la formation des journalistes algériens dans le domaine de la presse électronique.

¹⁰ Daniel Caumont, "Les études de marché et La publicité", Editions Dunod, p23

¹¹ Maurice Angres, "Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines" Edition CEC, P30

X. Techniques de recherche :

1. Recherche documentaire :

Cette approche consiste à collecter et analyser des documents existants, tels que des articles scientifiques, des rapports institutionnels ou des ouvrages spécialisés, afin de comprendre le contexte actuel de l'IA dans le journalisme en Algérie.

2. Entretiens ou interviews :

Il s'agit de mener des entretiens avec des journalistes de la presse électronique algérienne, en utilisant une liste de questions ouvertes pour guider la discussion. Cette méthode permet d'explorer en profondeur leurs perceptions et expériences concernant l'intégration de l'IA dans leur formation et leur pratique professionnelle.

***Clément Pin** définit l'entretien semi-directif comme une “technique d'enquête qualitative très répandue” qui “consiste en une interaction verbale sollicitée par l'enquêteur/-trice auprès d'un-e enquêté-e, à partir d'une grille de questions utilisée de façon très souple.”¹²

3. Questionnaire en ligne :

La distribution de questionnaires structurés à un échantillon plus large de journalistes permet de recueillir des données quantitatives sur l'adoption et l'impact de l'IA dans leurs pratiques professionnelles. Les résultats peuvent être analysés statistiquement pour identifier des tendances générales.

¹² Fiche méthodologique n°3 publiée par le Laboratoire interdisciplinaire d'évaluation des politiques publiques de Sciences Po.

XI. Les études antérieures :

1. L'impact de l'intelligence artificielle sur la presse : le métier face aux algorithmes, réalisé par Hamidi Walid et Bedrine Amel, article publié dans la revue Communication, 2024.

Cette étude se penche sur une question toute simple mais super importante : comment l'intelligence artificielle est en train de changer le métier de journaliste ? Et surtout, qu'est-ce que ça implique pour ceux qui font ce boulot au quotidien ?

L'idée, c'est de comprendre le lien entre la presse et les outils d'IA, et de voir ce que ça change concrètement dans la manière d'écrire, de produire et de diffuser l'information. Pour ça, ils se sont basés sur une approche plutôt terrain : ils ont étudié plusieurs rédactions qui utilisent déjà l'IA dans leur routine, histoire de voir comment elles s'en servent et ce que ça donne.

Ce qui en ressort, c'est plusieurs constats :

- ✓ L'intelligence artificielle sert surtout à automatiser les tâches répétitives, ce qui permet aux journalistes de se libérer un peu de temps pour se concentrer sur des choses plus importantes, comme l'analyse ou les enquêtes.
- ✓ Mais attention, si on s'appuie trop dessus, ça peut vite tourner à la routine : les contenus deviennent un peu tous les mêmes, et la créativité peut en prendre un coup.
- ✓ Du coup, ce qui ressort clairement, c'est que former les journalistes à ces outils, c'est devenu indispensable. Pas juste pour les utiliser, mais pour bien les utiliser, de façon intelligente et surtout éthique.

2. Les mutations du journalisme algérien à l'ère numérique : une analyse des pratiques dans la presse en ligne, réalisé par Mohamed Gherbi, mémoire de Magister, Université de Constantine 1, 2019.

L'objectif de cette recherche est d'analyser comment les journalistes algériens intègrent les outils numériques dans leur travail quotidien et comment cela change leur manière de produire l'information.

- Les questions principales posées :
 - Quels sont les impacts du numérique sur la routine professionnelle des journalistes ?
 - Quelles compétences numériques sont réellement maîtrisées ?
 - Quels freins empêchent une digitalisation efficace ?

Les résultats obtenus :

- ✓ Les journalistes algériens adoptent progressivement les outils numériques, mais restent peu familiarisés avec les technologies d'automatisation.
- ✓ L'absence de formations continues est un obstacle majeur.
- ✓ Il y a une tension entre vitesse de publication et rigueur professionnelle.

3. L'intelligence artificielle dans les médias : vers un journalisme augmenté ?, réalisé par Bénédicte Marin et Claire Moussier, rapport publié par l'Institut Montaigne (France), 2020.

Ce rapport dresse un état des lieux très précis de l'intégration de l'IA dans les rédactions françaises, en mettant l'accent sur ses usages concrets, ses avantages mais aussi ses limites.

Les axes de réflexion :

- ✓ Comment l'IA transforme-t-elle la collecte, la rédaction et la diffusion de l'information ?
- ✓ Jusqu'où peut-on automatiser sans déshumaniser le journalisme ?
- ✓ Quel rôle pour les journalistes dans un environnement de plus en plus algorithmique ?

Les constats essentiels :

- ✓ L'IA est très utile pour l'analyse de données massives, la traduction, la relecture ou l'alerte automatique.

- ✓ Elle ne remplace pas le journaliste, mais modifie son rôle.
- ✓ L'éthique et la transparence restent des enjeux cruciaux à maîtriser.

4. Colloque national organisé par le Laboratoire Médias, Usages Sociaux et Communication (MUSC), ENSJSI, 10 décembre 2024.

Cette étude cherchait surtout à comprendre comment l'intelligence artificielle est en train de s'inviter dans les médias algériens, et ce que ça change concrètement. Elle s'est organisée autour de trois grands axes de réflexion :

a. Une relation un peu déséquilibrée :

Les médias algériens dépendent de plus en plus des grandes plateformes numériques. Cette relation n'est pas toujours équilibrée, et ça influence pas mal la manière dont les infos sont produites et diffusées.

b. Petit à petit, l'IA trouve sa place :

Les rédactions commencent à intégrer des outils d'intelligence artificielle, comme ceux qui génèrent des textes, traduisent automatiquement, créent des images ou aident à gérer les contenus. Ce n'est pas encore massif, mais ça progresse.

c. Le journalisme algérien face aux données et à l'IA :

Certaines pratiques se développent doucement, comme la lecture d'articles à haute voix, les traductions automatiques, la modération des commentaires, ou encore l'usage de l'IA pour mieux cibler les publications. Il y a une vraie prise de conscience sur l'importance que prend l'IA dans le métier.

Et les résultats de l'étude sont les suivants :

- Mieux comprendre ce que peut apporter l'IA aux médias, mais aussi jusqu'où il est raisonnable d'aller avec elle.
- Observer comment les journalistes s'adaptent au quotidien à ces nouveaux outils, et quelles nouvelles compétences ils doivent développer.

- Et surtout, réfléchir aux conséquences de plus en plus visibles de l'automatisation : est-ce que ça menace la qualité du journalisme ? Qui porte la responsabilité en cas d'erreur ? Comment garder l'intégrité du métier face à ces outils qui vont très vite ?

5. L'introduction de l'intelligence artificielle dans les rédactions journalistiques en Algérie : perceptions et pratiques des professionnels, réalisé par Karima Boumedien, article publié dans la Revue internationale de la communication sociale, 2023.

Cette recherche explore la manière dont les journalistes algériens perçoivent l'arrivée de l'intelligence artificielle dans leurs rédactions, et comment ils intègrent (ou non) ces nouvelles technologies dans leur quotidien professionnel.

Les objectifs principaux de l'étude :

- ✓ Identifier les représentations que les journalistes algériens ont de l'intelligence artificielle.
- ✓ Analyser l'impact réel de ces outils sur les routines de travail.
- ✓ Évaluer le niveau d'appropriation des technologies d'IA dans les différentes rédactions (presse écrite et électronique).

Méthodologie :

- ✓ Enquête qualitative basée sur une série d'entretiens menés avec une trentaine de journalistes issus de divers médias nationaux.
- ✓ L'échantillon inclut aussi bien des journalistes expérimentés que des jeunes professionnels.

Résultats clés :

- ✓ L'IA est encore perçue comme une technologie lointaine, parfois mal comprise, mais suscite à la fois curiosité et inquiétude.
- ✓ Très peu de rédactions utilisent réellement des outils d'IA de manière structurée.
- ✓ La majorité des journalistes réclament des formations spécifiques pour mieux comprendre et utiliser ces technologies dans le respect de l'éthique professionnelle.

XII. Théorie de l'étude

La théorie des effets des médias constitue un cadre fondamental pour analyser l'impact de l'intelligence artificielle sur la formation des journalistes algériens. En effet, l'IA modifie profondément la manière dont les contenus médiatiques influencent le public, en introduisant des mécanismes comme la personnalisation des informations, les algorithmes de

recommandation ou la création de bulles de filtres. Ces évolutions peuvent amplifier certains effets médiatiques, tels que la diffusion rapide des fake news ou le renforcement des biais cognitifs chez les audiences. Il devient donc essentiel que les journalistes soient formés à comprendre ces phénomènes pour anticiper les conséquences de leurs pratiques professionnelles. La théorie des effets offre ainsi un outil pertinent pour étudier non seulement l'influence des contenus, mais aussi la responsabilité des journalistes à l'ère de l'IA, où chaque choix éditorial peut avoir un impact accru sur la société.

Partie théorique

Plan de la partie théorique

Chapitre n°1 : Notions sur la presse électronique

- 1) Définition de la presse électronique
- 2) Les caractéristiques de la presse électronique
- 3) Types et modèles de la presse électronique
- 4) Les éléments de base de la presse électronique et son rôle dans la communication
- 5) Le public cible de la presse électronique
- 6) La presse électronique en Algérie et son évolution

Chapitre n°2 : Notion sur l'intelligence artificielle (IA)

- 1) Naissance et définitions de l'intelligence artificielle
- 2) Les caractéristiques de l'intelligence artificielle
- 3) Les types de l'intelligence artificielle
- 4) L'importance et les objectifs de l'intelligence artificielle
- 5) L'évolution de l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le domaine médiatique en Algérie
- 6) Les défis de l'utilisation de l'intelligence artificielle dans les médias en Algérie

Chapitre I : Notion sur la presse électronique

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

ontours. Des rédactions, des organisations, des pratiques du journalisme s'expérimentent''.¹

Cette définition souligne l'émergence de la presse en ligne comme une nouvelle forme de médias d'information, impliquant divers acteurs médiatiques qui explorent et expérimentent des formats éditoriaux, des structures rédactionnelles et des pratiques journalistiques adaptées aux supports numériques.

La presse en ligne, c'est pas juste balancer des infos comme ça. Y'a un vrai taf derrière : les journalistes cherchent, vérifient, analysent, puis ils mettent tout ça en forme pour que ce soit clair. Ils s'appuient sur plein de sources : les dépêches d'agences, les grands médias, mais aussi ce qu'on peut trouver un peu partout sur le Net, que ce soit des blogs perso ou des sites plus officiels.

C'est bien sûr le choix des sujets les plus significatifs, l'élaboration d'une hiérarchie, la validation de contenus proposés par les non-journalistes. C'est enfin l'accueil et la modération des différentes formes de contribution issues du public lui-même. La notion de traitement journalistique est d'autant plus souple que les frontières entre producteurs d'information, contributeurs aux contenus (notamment l'expertise, l'expression citoyenne) sont, avec Internet, devenues plus floues ou poreuses, en constante redéfinition.²

Parler de presse en ligne ne participe pas d'une approche juridique ou corporatiste d'un univers foisonnant, se recomposant sans cesse. Il s'agit plutôt de cerner une forme d'activité et de contenus particuliers des médias numériques renvoyant au rôle spécifique de la presse dans les sociétés démocratiques. Pour aborder les contours d'un média encore très hétérogène et éminemment évolutif, la démarche employée s'est voulue d'abord empirique.³

¹ Jean-Marie Charon Patrick Le Floch " La presse en ligne" , Edition La Découverte, 17 mars 2011, p3

² MERAH Aissa, « Discours de changement dans les discussions en ligne. Analyse socio-discursive », opus cité, p194.

³ ABASSE Naima, Directrice du journal EL moujahid, Entretien réalisé le : 2302/ 2012, Alger.

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

I. Caractéristiques de la presse électronique :

Les chercheurs et les spécialistes du domaine de la presse électronique ont identifié plusieurs caractéristiques qui distinguent ce type de journalisme des médias traditionnels, telles que l'hypertextualité (*Hypertextuality*), l'interactivité (*Interactivity*) et le multimédia (*Multimedia*). Ces caractéristiques constituent le dénominateur commun sur lequel s'accordent la majorité des chercheurs.

Les principales caractéristiques qui distinguent la presse électronique sont les suivantes :¹

A. L'hypertextualité (les liens hypertextes) :

L'hypertexte, c'est un des trucs qui rend la presse en ligne vraiment différente. C'est arrivé avec le Web, et l'idée, c'est de pouvoir relier plein de textes venant de partout, sur différents sites, dans un même article ou une même page. Du coup, tu peux cliquer et passer d'un contenu à un autre facilement, comme si tout était connecté. Et tout ça, c'est possible grâce à des logiciels faits pour ça.

Le premier à avoir décrit cette fonctionnalité est Vannevar Bush, tandis que le terme *Hypertext* a été inventé par Ted Nelson.²

B. L'interactivité (*Interactivity*) :

L'interactivité est la principale caractéristique qui distingue la presse électronique de la presse écrite et les nouveaux médias des médias traditionnels. La presse électronique est l'un des moyens de communication de masse les plus interactifs, car elle permet d'ouvrir des espaces de dialogue, de débats et d'échanges d'idées et d'opinions sur divers sujets et problématiques.

¹ CHARON Jean-Marie, « De la presse écrite à la presse numérique. Le débat français », 2010, Réseaux, n°160- 161, p. 255- 281.

² BOURDIEU Pierre, « L'Emprise du journalisme », 1994, *Actes de la Recherche en sciences sociales*, vol 101/102, p. 3-9.

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

Cette interactivité se manifeste notamment à travers la possibilité de communiquer directement ou indirectement avec les rédacteurs, les bureaux de presse et les concepteurs du site, favorisant ainsi une relation plus dynamique entre les producteurs d'information et le public.

Alors, selon Alain Joannès, l'interactivité dans la presse, c'est pas juste un bonus, c'est carrément essentiel aujourd'hui. Il dit en gros que grâce à ça, les journalistes peuvent vraiment se connecter à leur public, mieux comprendre ce qu'ils attendent, ce qu'ils pensent. Ça permet d'avoir un vrai échange, pas juste de balancer des infos dans le vide.¹

Mais attention, il met aussi en garde : trop de réactions, trop de commentaires, ça peut noyer l'essentiel. Et il rappelle que même les “journalistes citoyens”, ceux qui écrivent sans être pros, peuvent parfois tomber dans les mêmes travers que ceux qu'ils critiquent.

Pour lui, le vrai défi, c'est de savoir écouter les lecteurs, dialoguer avec eux, pour reconstruire une relation de confiance autour de l'info.

C. La rapidité de diffusion et la mise à jour instantanée :

Ce qui distingue la presse électronique, c'est la rapidité avec laquelle l'information se propage, permettant d'atteindre un large public avec un coût minimal et dans les délais les plus courts.

De plus, elle offre la possibilité d'une mise à jour continue et d'une actualisation en temps réel des informations et des nouvelles dès qu'elles surviennent, et ce, partout dans le monde.

Revenant toujours à Alain Joannès ou Il explique que l'un des trucs les plus fous avec la presse électronique, c'est la vitesse. L'info peut être publiée quasiment en temps

¹ Alain Joannes, Le journalisme à l'ère électronique, Paris , Vuibert , coll. Lire Agir, 2007, P28

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

réel, dès qu'elle arrive. Pas besoin d'attendre l'édition du lendemain comme avec les journaux papiers. Tu cliques, c'est là, c'est frais.¹

Mais en même temps, cette rapidité, ça met une pression énorme sur les journalistes. Faut aller vite, être les premiers... sauf que parfois, ça peut mener à des erreurs, à des infos pas assez vérifiées. Et là, boum, perte de crédibilité.

Heureusement, Internet permet aussi de corriger rapidement. Tu fais une mise à jour, tu rectifies un article, tu précises un truc. C'est un avantage que la presse écrite n'a pas.

Alors en gros, avec la presse électronique, tout va super vite. Dès qu'une information tombe, elle peut être publiée dans la minute. Plus besoin d'attendre que l'imprimeur sorte le journal du lendemain, on balance ça direct en ligne. Et s'il y a une erreur ou un nouveau détail, on met à jour l'article tout de suite.

Alice Antheaume, dans son livre *Le journalisme numérique*, elle dit carrément que le journalisme en ligne, c'est comme une sorte de flux non-stop. Les journalistes doivent être super réactifs, en mode veille permanente. Mais elle dit aussi que parfois, à force de vouloir aller trop vite, on zappe un peu la vérification, et ça peut être chaud niveau fiabilité.²

Jean-Marie Charon, lui, dans *La presse en ligne*, parle d'une information qui fonctionne en « flux tendu », comme dans les usines. Tu produis, tu balances, tu ajustes. Les lecteurs veulent tout, tout de suite, alors les journalistes doivent suivre le rythme. Mais il dit aussi que cette vitesse peut tuer un peu la profondeur, c'est-à-dire on va moins au fond des choses parce qu'on est dans l'urgence.³

En résumé, c'est très utile parce que l'information est disponible hyper rapidement, très pratique parce qu'on peut la corriger ou la mettre à jour facilement, mais il faut faire

¹ Alain Joannes, *Le journalisme à l'ère électronique*, Paris, Vuibert, coll. Lire Agir, 2007, P41

² Alice Antheaume, *Le journalisme numérique*, Presses de Sciences Po, 2016, p56

³ Jean Marie Charon et Patrick Le Floch, *La presse en ligne*, Edition la Découverte, 2011, p94

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

gaffe, parce que ça pousse parfois à publier trop vite, sans prendre le temps de bien creuser ou vérifier.

D. La multimédialité (*Multimedia*) :

La presse électronique est le seul média capable de combiner simultanément le texte, l'image et le son de manière harmonieuse, offrant ainsi une expérience plus enrichissante aux lecteurs.

Cette caractéristique est rendue possible grâce aux outils numériques utilisés dans le journalisme en ligne, qui reposent principalement sur la gestion et la diffusion de contenus stockés sous format numérique.

Selon Alice Antheaume : “Aujourd’hui, tout journaliste doit savoir enquêter en ligne, se repérer parmi des milliers de données, délivrer des informations en continu, jongler avec les temporalités – le temps réel, le replay –, calibrer les contenus pour tous les écrans, œuvrer à leur diffusion, cohabiter avec des algorithmes ‘bien plus puissants que les plus puissants des directeurs de rédaction’, travailler avec des robots rédacteurs, etc.” ¹

Selon Jean-Marie Charon et Patrick Le Floch : “Dans le bouillonnement de l’Internet émerge une nouvelle forme de médias d’information : la presse en ligne. Des rédactions, des organisations, des pratiques du journalisme s’expérimentent.” ²

Selon Javier Diaz Noci et al : “Nous établissons quelle est la typologie – et les critères qui vont la définir – de ces contenus et types cyberjournalistiques : (1) leur nature : (a) interactifs, (b) de communication interpersonnelle, (c) de participation des Communautés et (e) accès à l’information ; et (2) leur condition stratégique : (a) adaptés (versions d’autres formats existants, comme webs pour PDA), (b) d’anticipation (ex. alertes), (c) de développement, (d) de promotion.” ³

¹ Alice Antheaume, Le journalisme numérique, Presses De Sciences Pro, 2^{ème} édition, p45

² Jean-Marie Charon et Patrick Le Floch, La presse en ligne, Edition La Découverte, 2011, p63

³ Javier Diaz Noci et al, Journalism numérique : théorie, méthodologie et critères d’analyse, 2007, p52

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

Selon Cristina Marino : “De la presse de Gutenberg à la fibre optique, de La Gazette de Renaudot au cyber-journal, Cristina Marino propose dans ce mémoire un panorama précis de l’évolution de la presse, en tenant compte tant du support technique que de l’évolution informationnelle.”¹

Aujourd’hui, dans la presse électronique, c’est plus juste écrire un article et c’est tout. Comme dit Alice Antheaume, le journaliste doit tout faire : écrire, chercher, publier vite, penser au mobile, gérer les algorithmes, parfois même travailler avec des robots... En gros c’est un vrai marathon. Charon et Le Floch, eux, nous montrent que tout est en train de changer, les rédactions testent plein de formats, un peu comme un gros chantier où rien n’est encore figé. Javier Díaz Noci balance une grosse liste de types de contenus, et même si c’est un peu scolaire, on capte bien que le journal numérique, c’est devenu un truc interactif, adaptatif. Et Cristina Marino, elle, elle nous résume tout ça en mode poétique : on est passé de la Gazette en papier à des cyber-journaux où tout fuse via la fibre optique. Et franchement, on le sent tous : aujourd’hui, lire une information, ce n’est pas juste lire, c’est aussi écouter, regarder, cliquer, partager... Oui c’est vrai on vit l’information différemment, et c’est à la fois super cool et un peu trop parfois.

E. L’archivage électronique :

Les bases de données des sites de presse en ligne sont vastes, offrant un immense réservoir d’informations.

Grâce à cet archivage numérique, les utilisateurs peuvent facilement rechercher les détails d’un événement ou accéder à d’anciens articles en un temps record. Il leur suffit d’entrer le nom du sujet souhaité et, en quelques secondes, ils obtiennent toutes les informations pertinentes.

¹ Cristina Marino, De la presse écrite à la presse électronique (Vers un nouveau Média ?), ADBS Editions, 1996, p71

II. Les Types de Presse Électronique :

Avec l'évolution du numérique, la presse électronique s'est diversifiée pour répondre aux besoins variés des lecteurs. Voici les principaux types de presse électronique :¹

A. Le Journal National :

Il couvre l'actualité politique, sociale, économique et culturelle à l'échelle d'un pays. Accessible en ligne, il propose des mises à jour en temps réel et permet aux citoyens de suivre les grandes décisions et événements nationaux.

B. La Presse Régionale :

Elle se concentre sur les événements locaux et régionaux. Ce type de presse est essentiel pour informer les habitants sur les actualités de leur région, notamment les décisions politiques locales, les faits divers, ou encore les événements culturels et sportifs de proximité.

C. La Presse Économique :

Spécialisée dans l'analyse des marchés, des entreprises et des politiques économiques, cette presse s'adresse aux professionnels, aux investisseurs et aux étudiants en économie. Elle fournit des rapports détaillés sur la conjoncture économique nationale et internationale.

D. Le Journal Financier :

Destiné aux experts et amateurs de finance, il propose des analyses boursières, des conseils en investissement, des tendances économiques et des études de marché. Ce type de presse est souvent associé à des outils interactifs permettant de suivre les fluctuations en temps réel.

¹ PresseTahiti, <https://www.pressetahiti.com/index.html> Consulté le: 15/02/2025 à 19H45.

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

E. La Presse Sportive :

Elle couvre les compétitions, les performances des athlètes, les transferts et les analyses stratégiques des matchs. En ligne, elle propose des vidéos en direct, des statistiques actualisées et des commentaires en temps réel.

F. Le Magazine Féminin :

Axé sur la mode, la beauté, la santé et le bien-être, ce type de presse offre des conseils pratiques, des interviews d'experts et des tendances du moment. Avec l'essor du digital, il intègre souvent des tutoriels interactifs et des forums de discussion.

G. Le Magazine Masculin

Il traite de sujets comme le sport, la mode, la technologie, les affaires et le développement personnel. Ce magazine en ligne propose des articles approfondis, des tests produits et des conseils lifestyle adaptés aux hommes.

H. Le Journal Immobilier :

Spécialisé dans l'achat, la vente et la location de biens immobiliers, il fournit des analyses de marché, des conseils d'experts et des annonces actualisées. Certains sites offrent des visites virtuelles et des comparateurs de prix en ligne.

I. La Presse Automobile :

Elle s'intéresse aux nouvelles sorties de véhicules, aux essais automobiles, aux réglementations et aux innovations technologiques dans l'industrie automobile.¹ Les plateformes en ligne proposent souvent des vidéos et des tests interactifs.

¹ PresseTahiti, <https://www.pressetahiti.com/index.html> Consulté le: 15/02/2025 à 19H45

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

J. Le Journal Informatique :

Ce type de presse est dédié aux technologies, aux logiciels, aux tendances numériques et à la cybersécurité. Il s'adresse aux passionnés d'informatique et aux professionnels du secteur, proposant des tutoriels et des comparatifs techniques.

K. L'Agence de Presse Nationale :

Elle regroupe et diffuse les informations officielles du pays. Ces agences jouent un rôle clé en fournissant des contenus fiables aux autres médias, qu'ils soient nationaux ou internationaux.¹

L. Le Magazine Célébrités et People :

Axé sur l'actualité des stars, du cinéma, de la musique et des influenceurs, ce magazine en ligne attire un large public avec des interviews exclusives, des photos et des reportages sur la vie des célébrités.

Avec l'essor du numérique, la presse électronique continue d'évoluer en proposant des formats innovants, des contenus interactifs et une accessibilité accrue pour les lecteurs du monde entier.

¹ PresseTahiti, <https://www.pressetahiti.com/index.html> Consulté le: 15/02/2025 à 19H45

III. Le rôle de la presse électronique dans la communication :

Le rôle de la presse électronique dans la communication est fondamental à plusieurs niveaux. Tout d'abord, elle permet une médiatisation instantanée en diffusant rapidement les informations à une échelle mondiale. Grâce aux technologies numériques, les événements peuvent être rapportés en temps réel, garantissant ainsi une actualité fraîche et accessible à tout moment. De plus, la presse électronique joue un rôle clé dans l'interaction avec le public. Contrairement aux médias traditionnels, elle favorise l'échange et la participation active des lecteurs à travers les commentaires, les forums et les réseaux sociaux, ce qui permet un dialogue direct entre journalistes et audience.¹

En outre, la diversité des sources et des points de vue est un atout majeur de la presse électronique. Les lecteurs ont accès à une pluralité d'opinions, de perspectives et d'analyses, ce qui enrichit leur compréhension des événements et leur permet de se forger une opinion plus éclairée. Elle joue également un rôle essentiel en tant qu'outil d'éducation et de sensibilisation. En diffusant des informations variées sur des thématiques telles que la politique, l'économie, la science, la culture et l'environnement, elle contribue à informer et à éduquer le grand public.

Enfin, la presse électronique accompagne l'évolution des médias traditionnels vers le numérique. Elle pousse les organes de presse classiques à s'adapter aux nouvelles technologies et aux attentes d'un public connecté, en proposant des formats innovants tels que les podcasts, les vidéos interactives et les articles enrichis. Elle représente ainsi une transformation majeure dans la manière dont l'information est produite, diffusée et consommée, renforçant son rôle en tant que pilier essentiel de la communication contemporaine.

Dans son article, Khaled Zouari parle de comment la presse a évolué avec Internet. Avant, on lisait surtout des journaux en papier, mais aujourd'hui, avec les ordinateurs et

¹ Pierre ALBERT, « PRESSE - Naissance et développement de la presse écrite », Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 15 février 2025. URL : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/presse-naissance-et-developpement-de-lapresse-ecrite>

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

les téléphones, on est passé à la presse en ligne. Ce n'est pas juste un changement de support, c'est aussi un changement dans la façon dont on écrit, lit et partage l'information.¹

Il explique que les journaux ont dû s'adapter : ils ont créé des sites web, parfois en copiant ce qu'il y avait sur papier, parfois en inventant de nouvelles manières de présenter les informations. Mais ce n'est pas si simple : il faut trouver comment gagner de l'argent avec ce nouveau format (pubs, abonnements, services en ligne...).

Les journalistes aussi ont dû changer leurs habitudes. Ils travaillent plus vite, s'adaptent à Internet, et parfois, ils doivent penser à ce que les lecteurs vont partager ou commenter. C'est un autre rythme, une autre manière de faire leur métier.

Et du côté des lecteurs, c'est pareil : on ne lit plus un journal de A à Z comme avant. On clique, on lit un article ici, un autre là, souvent en passant par les réseaux sociaux. La façon de consommer l'information est devenue plus rapide, plus personnelle.

En gros, ce que Zouari montre, c'est que la presse électronique a complètement changé la manière dont on communique, dont on s'informe et même dont les journalistes font leur travail. C'est un vrai tournant dans l'histoire des médias.

Dans son rapport, Jean-Marie Charon explique comment la presse a complètement changé avec l'arrivée du numérique. Avant, les journaux suivaient un modèle assez classique, mais maintenant, tout a été chamboulé. Les sources d'argent ne sont plus les mêmes, et les structures des journaux ont dû s'adapter.²

¹ Les Enjeux de l'information et de la communication, <https://shs.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2007-1-page-81?lang=fr>, consulté le 14/04/2025 à 10:34

² Jean-Marie Charon, Rapport à Madame la Ministre de la culture de la communication, juin 2015, <https://www.culture.gouv.fr/espace-documentation/rapports/Rapport-Charon-Presses-et-numerique-L-invention-d-un-nouvel-ecosysteme>, consulté le 15/04/2025 à 13 :47

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

Il parle aussi de tous ces nouveaux venus dans le monde des médias, comme les sites d'infos 100 % en ligne ou des petites boîtes innovantes, qui bousculent les anciens modèles et apportent plein d'idées nouvelles.

Et puis, il dit clairement que les journalistes ne peuvent plus faire leur boulot comme avant. Aujourd'hui, il faut savoir manipuler des données, utiliser les outils numériques, et apprendre en continu pour ne pas se laisser dépasser. Bref, c'est un nouveau monde, et tout le monde doit s'y adapter.

Dans l'article : La presse électronique en sciences de l'information : perspectives d'organisation, de Ghislaine Chartron, nous parle surtout de comment les revues scientifiques ont évolué avec Internet. Avant, pour trouver des articles de recherche, il fallait aller en bibliothèque ou attendre les versions papier. Maintenant, tout est en ligne, et ça change tout.¹

Le rôle de la presse électronique ici, c'est qu'elle facilite la communication entre chercheurs, elle rend le savoir plus accessible et plus rapide à diffuser. Au lieu d'attendre des mois, un article peut être lu et partagé en quelques clics. Et ça, ça change la manière dont les idées circulent dans le monde scientifique.

“Relations presse 2.0” ou bien appelé le livre blanc, là, on est dans un tout autre domaine : la communication, la pub, les relations presse. Ce qu'ils disent, c'est qu'avant, une entreprise devait passer par les journalistes pour parler au public. Maintenant, grâce à Internet et aux réseaux sociaux, elle peut parler directement aux gens.²

La presse électronique joue un rôle super important là-dedans. Les marques créent leurs propres contenus, elles publient en ligne, elles discutent avec leur communauté.

¹ Ghislaine Chartron, La presse électronique : perspectives d'organisation, Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED), 1999, <https://www.erudit.org/fr/revues/documentation/1999-v45-n4-documentation02040/1032720ar/>, consulté le 16/04/2025 à 12 :13

² Preferendum, Relations presse 2.0- Une nouvelle manière de communiquer, 2020, p8

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

En gros, la communication est devenue beaucoup plus directe, plus rapide, et chacun peut prendre la parole, pas seulement les médias classiques.

Et en fin, dans le bouquin de Henri Assogba :Journalismes spécialisés à l'ère numérique, nous parle de journalistes qui bossent dans des domaines pointus : santé, sciences, environnement, etc. Avec Internet, ces journalistes doivent aller encore plus loin dans la qualité de l'information, parce qu'on est noyés sous les informations, vraies ou fausses.¹

La presse électronique ici permet à ces spécialistes de toucher un public plus large, de faire des formats plus vivants (avec vidéos, graphiques, etc.), et d'expliquer des trucs compliqués de façon plus claire. Le numérique devient un outil pour mieux communiquer, pour rendre l'information plus accessible à tout le monde, pas juste aux experts.

IV. Le public cible de la presse électronique :

Le concept du public des médias, de manière générale, tire encore sa signification de l'origine historique du terme "Audience", qui, à l'origine, désignait un groupe de spectateurs assistant à une représentation théâtrale, un jeu ou toute autre manifestation publique attirant un certain nombre de personnes. Le public des médias peut être défini comme un groupe qui se forme en réponse à une activité médiatique spécifique menée par les médias.

Pour étudier le public de la presse électronique, il est essentiel de comprendre ses caractéristiques et ses tendances. Parmi les principales caractéristiques qui le distinguent, on trouve :²

*

¹ Henri Assogba, Journalismes spécialisés à l'ère numérique, Presses de l'université Laval, 2020

² Seferry R, young, an analys of washig post, com's live online journal of electronic publishing vol 5, n°1, 2000,p 1-8.

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

- * **Les traits primaires ou généraux** : Ce sont des caractéristiques présentes chez tous les individus du public à des degrés divers, indépendantes de leur volonté et immuables, comme l'âge, le sexe, l'origine ethnique et le lieu de résidence.
- * **Les traits acquis ou modifiables** : Ce sont des caractéristiques qui peuvent évoluer au fil du temps, comme la langue, la religion, la profession, le niveau d'éducation, le revenu et la situation familiale.
- * **L'anonymat** : Les membres du public de la presse électronique ne sont pas directement identifiables par les responsables de la communication. L'essor d'Internet et des médias numériques a rendu ce public anonyme et dispersé, permettant à n'importe quel individu, quel que soit son emplacement dans le monde, d'accéder à un site appartenant à un autre pays ou à un contexte culturel différent.
- * **L'interaction entre les membres du public** : Grâce aux fonctionnalités interactives des sites de presse électronique, les individus peuvent communiquer entre eux et interagir via des forums de discussion, des plateformes de commentaires et des listes de diffusion.

(“ Nombre de clics”, “Nombre de visiteurs uniques”, “Temps passé sur une page Web”, “Taux de rebonds”), des termes écrits par Sylvain Malcorps dans son article L'entreprise de presse et son audience en ligne, il nous montre que le public visé par la presse en ligne a pas mal changé au fil du temps, surtout en fonction de comment le site gagnait de l'argent. Au début, quand tout reposait sur la pub, le but c'était surtout d'attirer un max de monde. Du coup, les journalistes ont commencé à publier des contenus qui faisaient cliquer, comme de l'actu économique bien chaude, parce que les stats montraient que c'était ça qui faisait bouger les chiffres. Plus t'as de gens qui cliquent, plus tu peux vendre de la pub chère, donc tout le monde jouait le jeu : rédactions, direction, etc.¹

¹ Sylvain Malcorps, L'entreprise de presse et son audience en ligne, 2017, <https://shs.cairn.info/revue-reseaux-2017-5-page-145?lang=fr>, consulté le 13/04/2025 à 14 :12

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

Mais quand ils ont mis en place un paywall, donc quand les gens ont dû commencer à payer pour lire, là le public cible a changé. C'était plus juste une question de volume, mais plutôt de fidélité : il fallait parler à ceux qui étaient prêts à sortir la carte bleue pour un contenu de qualité. Et forcément, ça a changé la manière de travailler. Ils ont commencé à se poser des questions du genre : “Qu'est-ce qui plaît vraiment à nos abonnés ?” ou “Comment ils lisent nos articles ?”. Ils ont aussi arrêté de balancer sur le site des trucs qu'ils faisaient payer dans le journal papier. En gros, ils ont voulu faire en sorte que tout soit plus cohérent, plus réfléchi.

Et donc, au final, le public de la presse en ligne c'est pas juste “les gens qui lisent sur internet”, c'est super lié à ce que cherche le média : de la visibilité ou de la fidélité. Et les journalistes, ils doivent jongler avec ça tout en gardant une ligne éditoriale qui tient la route.

Pour Khaled Zouari, dans son article “La presse en ligne : vers un nouveau média ?”, explique c'est que quand la presse est passée en ligne, le public a un peu changé. C'était plus seulement les habitués du journal papier, mais aussi tout un nouveau public qui est arrivé, surtout des gens plus jeunes et plus à l'aise avec internet. Et ces lecteurs-là, ils veulent pas juste lire un article et passer à autre chose : ils aiment interagir, commenter, partager, discuter. En fait, ils veulent être un peu acteurs de l'info, pas juste spectateurs. Du coup, les sites de presse ont dû s'adapter à ça, proposer des formats plus dynamiques, plus rapides, et penser autrement leur manière de parler aux gens. C'est plus comme avant, où on écrivait un papier et c'était fini. Là, il faut capter l'attention, répondre aux attentes d'un public qui change tout le temps, et qui est beaucoup plus exigeant sur la forme et sur le fond.¹

¹ Khaled Zouari, Article La presse en ligne : vers un nouveau média ?, <https://shs.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2007-1-page-81?lang=fr>, consulté le 08/04/2025, à 21:46

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

D'après ce qu'on comprend de l'article "La presse : une audience qui se digitalise", aujourd'hui, les gens ne lisent plus la presse comme avant. Maintenant, tout se passe sur les écrans, surtout les téléphones. ¹

Les lecteurs, ils veulent avoir l'info tout de suite, sans galérer, en deux clics max. Ils sont tout le temps connectés, ils zappent vite, et si un article les accroche pas direct, ils passent à autre chose. Du coup, la presse s'est un peu pliée à ce nouveau mode de consommation : des contenus plus courts, plus visuels, faciles à lire n'importe où, n'importe quand. Et le public visé maintenant, c'est surtout ce monde-là : les gens qui vivent avec leur portable greffé à la main, qui scrollent en permanence et qui veulent tout, mais tout de suite.

V. La presse électronique en Algérie et son évolution :

A. La période de gestion – fortement – centralisée des médias de 1962 jusqu'à 1989 :

Juste après l'indépendance de l'Algérie, le pays s'est lancé dans un projet politique clairement socialiste, et ça se ressentait dans tous les domaines, surtout dans les médias. À cette époque, c'est l'État — et plus précisément le FLN — qui contrôlait tous les outils pour produire et diffuser l'information : la presse écrite, la radio, la télé, le cinéma, tout. Il n'y avait pas de place pour des médias libres ou indépendants comme on les imagine aujourd'hui. Les journaux, par exemple, n'étaient pas là pour informer librement le public ou pour critiquer ce qui se passe dans le pays. Ils avaient surtout un rôle de relais des idées officielles. On utilisait les médias pour faire passer le message du gouvernement, pour éduquer le peuple selon les valeurs du FLN, et pour défendre l'idée d'une Algérie souveraine et unie.²

¹ Equipe Adict, La presse : une audience qui se digitalise, https://adiict.fr/la-presse-une-audience-qui-se-digitalise/?utm_source=chatgpt.com consulté le 08/04/2025, à 11:37

² Fatima Zohra Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie, <https://journals.openedition.org/anneemaghreb/2796?lang=ar> , consulté le 17/04/2025 à 21 :43

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

Ce n'est qu'en 1982 qu'une vraie loi sur l'information voit le jour, avec un code qui va surtout renforcer ce contrôle. Le tout premier article de ce texte dit clairement que l'information fait partie de la souveraineté nationale, donc elle appartient à l'État. Et derrière ça, il y avait une idée très forte : l'information devait être encadrée, surveillée, et toujours alignée sur les choix politiques du moment. C'est le ministère de l'Information qui gère ça, en imposant des règles strictes à ceux qui produisaient ou diffusaient des informations.¹

Les journalistes, dans ce contexte, n'étaient pas vraiment libres. Ils ne pouvaient pas choisir librement leurs sujets ou critiquer le pouvoir. Leur travail, c'était surtout de répéter les discours officiels, de soutenir les valeurs du parti unique, et de défendre le modèle socialiste. En gros, les médias étaient comme un outil du pouvoir : ils servaient à convaincre, à éduquer, mais toujours dans le sens voulu par le FLN. Il n'y avait pas vraiment de place pour la diversité d'opinions ou le débat.

B. La période de transition de 1990 jusqu'à 2000 :

Les événements du 5 octobre 1988 ont été un vrai tournant pour l'Algérie. C'est comme si le pays s'était réveillé d'un long silence. Les protestations et la colère populaire ont mis en lumière une grosse crise politique et sociale, et ça a poussé le pouvoir à changer les règles du jeu. Quelques mois plus tard, en 1989, une nouvelle Constitution est adoptée, et elle change tout : fini le parti unique, place au multipartisme, et surtout, une ouverture vers plus de liberté, y compris dans les médias. C'est la première fois qu'on reconnaît officiellement que l'information peut venir de différentes voix, pas seulement celle de l'État.²

Puis, en 1990, arrive une loi super importante, la fameuse loi 90-07. Elle met un terme au monopole de l'État sur la presse. En clair, ça veut dire que

¹ Zouari Khaled, 2007, « la presse en ligne vers un nouveau média », Les Enjeux de l'information et de la communication, n°1, p. 81- 92.

² Fatima Zohra Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie, <https://journals.openedition.org/anneemaghreb/2796?lang=ar> , consulté le 17/04/2025 à 22 : 23

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

n'importe quel citoyen ou groupe peut lancer son propre journal, du moment qu'il respecte les règles. Et tout d'un coup, il y a une explosion de titres : des journaux privés voient le jour un peu partout, avec parfois l'aide financière de l'État pour les lancer. Certains d'entre eux deviennent vraiment populaires, avec des tirages énormes : Ech Chourouk El Yaoumi atteignait les 500 000 exemplaires, El Khabar les 400 000, et El Watan 150 000. On n'avait jamais vu ça avant. C'était une période très vivante, pleine de débats, d'opinions diverses, de liberté de ton. L'article 14 de cette loi garantissait d'ailleurs cette liberté d'édition, ce qui était une vraie révolution pour les journalistes.¹

Mais cette belle dynamique a vite été rattrapée par la réalité tragique des années 1990, ce qu'on appelle la décennie noire. C'est une période hyper violente avec la montée du terrorisme et une guerre civile qui ne disait pas son nom. La presse en a pris plein la figure. Beaucoup de journalistes ont été menacés, certains ont été assassinés, d'autres arrêtés ou harcelés. Malgré tout ça, certains médias ont continué de résister, de publier, de chercher la vérité. C'était vraiment courageux.

Et au milieu de tout ce chaos, une nouvelle transformation commence à se faire sentir : celle du numérique. Dès 1998, plusieurs journaux commencent à créer leurs sites web — El Watan, Horizons, El Moudjahid, Liberté, La Tribune... Même si Internet n'était pas encore très répandu, c'était un vrai signal que les choses allaient encore changer. Le tout premier journal uniquement en ligne, Algérie Interface, est lancé cette même année. C'est le début d'une nouvelle ère, celle de la presse électronique, où l'information commence à circuler autrement, plus vite, et sans les contraintes du papier. En gros, c'est une période pleine de contrastes : entre espoir, liberté naissante, violence extrême et arrivée du numérique, les médias algériens ont vécu un vrai bouleversement.

¹ ¹ Fatima Zohra Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie, <https://journals.openedition.org/anneemaghreb/2796?lang=ar> , consulté le 18/04/2025 à 10 :41

C. La période de développement des pure players de l'an 2000 jusqu'à aujourd'hui :

Dans les années 2000, l'Algérie commence vraiment à entrer dans l'ère d'Internet. Petit à petit, la connexion devient plus accessible, surtout grâce à l'ouverture du secteur des télécoms, l'arrivée de nouveaux fournisseurs, et le fait qu'on voyait des cybercafés un peu partout. C'était un vrai changement, surtout pour les jeunes, qui pouvaient aller en ligne facilement, même s'ils n'avaient pas Internet à la maison. Et puis en 2013, avec l'arrivée de la 3G, tout s'accélère. Les gens commencent à se connecter avec leurs téléphones, les réseaux sociaux explosent, et très vite, on se retrouve avec plus de 11 millions d'internautes dans le pays.¹

Tout ça, forcément, ça a un gros impact sur les médias. La presse en ligne commence à vraiment prendre de la place. C'est beaucoup plus simple pour les journalistes de publier en ligne que de passer par la presse papier, qui coûte cher à imprimer, à distribuer, et qui est souvent ralentie par la bureaucratie. Du coup, plusieurs journaux classiques comme El Watan, El Khabar ou Liberté lancent leurs sites web pour ne pas rater le virage numérique. En parallèle, de nouveaux médias naissent directement sur Internet, sans version papier. On les appelle des pure players : ils sont 100 % en ligne, plus réactifs, souvent plus libres aussi dans leur ton.

Le tout premier à avoir tenté l'aventure, c'est Algérie Interface, dès 1998, donc bien avant que ce soit courant. Ensuite, d'autres suivent, comme Maghreb Emergent en 2010, et sa web radio Radio M en 2013. Ce genre de médias a changé la donne : avec Internet, on peut publier à tout moment, toucher tout le monde instantanément, et surtout contourner certains blocages qu'on retrouvait dans la presse traditionnelle. C'est ce qui fait que la presse en ligne devient petit à petit un

¹ Fatima Zohra Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie, <https://journals.openedition.org/anneemaghreb/2796?lang=ar> , consulté le 18/04/2025 à 15 :03

Chapitre I : Notion sur La presse électronique

des moyens préférés des Algériens pour s'informer — c'est rapide, accessible, et souvent plus libre.

La presse électronique s'est développée en Algérie et oui y a de plus en plus de journaux et de sites d'information en ligne, mais ça ne veut pas dire que tout est bien organisé ou moderne. Beaucoup de ces sites fonctionnent un peu à l'improviste : parfois, c'est juste une extension du journal papier, parfois c'est un petit projet lancé par quelques passionnés avec peu de moyens. Et au niveau des journalistes, y a encore beaucoup de blocages : pas toujours formés aux outils numériques, pas beaucoup de liberté pour expérimenter, et souvent, ils bossent dans des conditions pas top (pas de contrat stable, manque de matériel, etc.). L'État et les lois n'ont pas vraiment suivi le rythme, donc il y a un vrai flou juridique autour de cette presse en ligne, ce qui rend les choses encore plus compliquées. Mais malgré tout ça, y a quand même une dynamique : certains médias essaient de faire des formats plus interactifs, de publier en temps réel, de s'adapter aux réseaux sociaux, et de toucher un public plus jeune. En gros, la presse électronique en Algérie est en train de se construire, petit à petit, entre galères et innovations, sans modèle clair, mais avec pas mal de volonté quand même.¹

¹ Fatima Zohra Taiebi Moussaoui, Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques, L'année du Maghreb, 2016

Conclusion :

La presse électronique, aujourd'hui, c'est clairement un gros tournant dans la façon dont on s'informe. Avec Internet partout et les nouvelles technologies qu'on utilise tous les jours, on a maintenant accès à l'information en un clic, n'importe quand, n'importe où. C'est hyper rapide, instantané même. T'as juste à ouvrir ton téléphone, et tu peux savoir ce qui se passe dans le monde en temps réel. En plus, ce type de presse ne fait pas que diffuser l'information : il y a souvent des commentaires, des partages, des réactions du public, donc c'est beaucoup plus interactif que les journaux papiers d'avant où on lisait juste sans pouvoir réagir.

Mais bon, tout n'est pas parfait non plus. Cette rapidité et cette liberté amènent aussi des soucis. Par exemple, toutes les informations qui circulent ne sont pas toujours vraies. Il faut faire super attention aux fake news ou aux sources pas très fiables. Il y a aussi des questions de sécurité, de respect de la vie privée, surtout quand les sites collectent des données sans que les gens s'en rendent compte. Et puis, autre problème : comment ces médias gagnent leur vie ? Beaucoup galèrent à trouver un vrai modèle économique, parce que tout le monde veut du contenu gratuit, mais il faut bien payer les journalistes derrière.

Malgré tous ces défis, la presse électronique a quand même réussi à s'imposer. Aujourd'hui, c'est devenu presque incontournable. Elle a complètement changé le journalisme : plus rapide, plus proche du public, et surtout accessible à tout le monde, que ce soit sur un ordinateur ou un simple téléphone. En gros, c'est une vraie évolution, qui montre que l'information ne se consomme plus comme avant, et que les médias doivent s'adapter pour rester dans la course.

Chapitre II : L'intelligence artificielle

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

1. Chapitre II : L'intelligence Artificielle :

L'intelligence artificielle, en fait, ce n'est pas juste un truc futuriste de science-fiction. C'est devenu quelque chose de bien réel, qui prend de plus en plus de place dans notre quotidien. L'idée derrière, c'est de faire en sorte que des machines puissent fonctionner un peu comme un cerveau humain : elles apprennent à partir de données, elles repèrent des modèles, elles tirent des conclusions, et parfois elles prennent même des décisions toutes seules. C'est ce qu'on retrouve dans des technologies comme le Machine Learning ou le Deep Learning, qui sont des manières plus ou moins complexes d'entraîner les machines à "comprendre" le monde qui les entoure.

Ce qui est fou, c'est à quel point l'IA est partout : dans la médecine pour aider à poser des diagnostics, dans les usines pour optimiser la production, dans les banques pour détecter les fraudes, et même dans les objets qu'on utilise tous les jours, comme nos téléphones ou nos voitures¹. On s'en rend parfois même pas compte, mais elle est bien là, silencieuse, en arrière-plan, à rendre les choses plus rapides, plus simples, parfois même plus efficaces que ce qu'un humain pourrait faire.²

Mais forcément, avec autant de pouvoir, viennent aussi des questions. Est-ce qu'on doit tout laisser aux machines ? Est-ce qu'elles vont remplacer les humains dans certains métiers ? Et si une IA prend une mauvaise décision, qui est responsable ? Ce sont des questions importantes qu'on ne peut plus ignorer. Il faut qu'on prenne le temps d'y réfléchir sérieusement, parce que l'IA, c'est pas juste un outil : c'est quelque chose qui est en train de changer notre manière de vivre, de travailler, et même de penser.³

¹ Bruns, A. (2019). "Algorithmic Gatekeeping, Editorial Power, and the News Feed", p45

² - Reporters Sans Frontières (2023). Artificial Intelligence and Media Freedom: Challenges and Opportunities, <https://rsf.org/fr>, consulté le 28/04/2025 à 14:33

³ Anderson, C.W., et al. Artificial Intelligence and Journalism: Ethics and Impact. Springer, 2023, p56

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

I. Naissance et définition de l'intelligence artificielle :

I.1. Historique de l'Intelligence Artificielle :

L'intelligence artificielle est un domaine qui est apparu récemment et qui a une soixantaine d'années environ. Ce domaine complexe qui mélange sciences, théories et techniques a pour ambition d'imiter les capacités cognitives et intelligentes d'un être humain.

A. Les racines philosophiques (Antiquité- XIXe siècle) :

Depuis l'Antiquité, l'idée de créer des êtres intelligents de manière artificielle fascine l'humanité. Ce n'est pas un fantasme récent : dans la Grèce antique déjà, Héphaïstos, dieu forgeron, fabriquait des servantes mécaniques en or capables de parler pour l'aider dans son atelier¹, tandis que Pygmalion voyait sa statue d'ivoire prendre vie grâce à Aphrodite. Ces histoires montrent bien que l'envie de donner vie à des machines remonte à des millénaires. L'historien Nils J. Nilsson résume d'ailleurs très justement : « la quête de l'intelligence artificielle commence par des rêves ». Les mythes anciens sont peuplés d'automates qui bougent et de dispositifs qui raisonnent, comme le Golem dans la tradition juive ou encore les chimères évoquées par les alchimistes du Moyen Âge. ²Bref, la pensée occidentale avait déjà semé les graines conceptuelles de ce qu'on appelle aujourd'hui l'intelligence artificielle, dès les débuts de la philosophie grecque.

Puis, entre le XVIIe et le XVIIIe siècle, la réflexion prend un tournant plus scientifique. Descartes, par exemple, décrit les animaux comme des automates sophistiqués, et imagine qu'une machine pourrait peut-être imiter le comportement humain — même s'il maintient une séparation entre l'âme divine et la mécanique du corps. Plus tard, en 1748³, Julien Offray de La Mettrie va encore plus loin avec *L'Homme Machine*, en défendant l'idée que l'être humain est, lui aussi, une sorte d'automate complexe. C'est aussi à cette époque que les premiers automates

¹ P. McCorduck, *History of Artificial Intelligence*, publié dans Univ of Pittsburgh, P953

² Nils J. Nilsson, *The Quest For Artificial Intelligence*, publié en ligne par Cambridge University Press, 2013, p3-9

³ P. McCorduck, *History of Artificial Intelligence*, publié dans Univ of Pittsburgh, P952

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

mécaniques apparaissent : l'oiseau d'Archytas dans l'Antiquité, le célèbre canard mécanique de Vaucanson au XVIII^e siècle, ou encore le “Turc mécanique”, une machine censée jouer aux échecs toute seule, mais qui cachait en réalité un humain. Même si ces créations relevaient plus de l'artisanat que de la science, elles posaient déjà la question : une machine pourrait-elle vraiment penser un jour ?

Le vrai tournant arrive à la fin du XVIII^e siècle et tout au long du XIX^e, avec des avancées qui vont construire les bases techniques de l'IA. En 1805, Jacquard invente un métier à tisser programmable grâce à des cartes perforées — une idée qui annonce la possibilité de stocker et exécuter des programmes¹. Dans les années 1830, Charles Babbage imagine la Machine analytique, une sorte d'ancêtre de l'ordinateur, capable de faire des calculs complexes. Ada Lovelace, qui travaille avec lui, entrevoit dès 1843 que cette machine pourrait, un jour, “penser”, même si elle reste prudente en disant qu'il faut d'abord la construire pour le vérifier. De son côté, George Boole, en 1854, invente l'algèbre binaire de la logique, montrant que le raisonnement humain pouvait être traduit en formules mathématiques. À ce moment-là, même si les ordinateurs n'existaient pas encore, tous les éléments fondamentaux — les rêves de créatures pensantes, les bases logiques du raisonnement, et les premiers automates — étaient prêts. Il ne manquait plus que l'étincelle technologique du XX^e siècle pour donner naissance à l'intelligence artificielle telle qu'on la connaît aujourd'hui.

B. La naissance de l'IA moderne (années 1950-1970) :

Au XX^e siècle, l'intelligence artificielle quitte le monde des mythes pour devenir une véritable aventure scientifique. Le contexte de la Seconde Guerre mondiale, combiné aux premières avancées des ordinateurs électroniques, accélère tout. En 1950, Alan Turing, mathématicien britannique de génie, pose une question devenue célèbre : « Une machine peut-elle penser ? ».² Il propose aussi une idée concrète pour y répondre : le fameux “jeu de l'imitation”, qu'on appellera plus tard

¹ Nils J. Nilsson, *The Quest For Artificial Intelligence*, 2010, p651-564

² Bruce J MacLennan, *A summary of the History of AI Before Computers*, 2007, p10

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

le test de Turing. Quelques années plus tard, en 1956, l'histoire s'accélère. À Dartmouth, lors d'un atelier d'été organisé par John McCarthy, Marvin Minsky, Claude Shannon et d'autres figures majeures,¹ le terme "Artificial Intelligence" est officiellement proposé pour la première fois. L'ambition est énorme : ils partent du principe que chaque aspect de l'intelligence pourrait être si bien décrit qu'une machine pourrait finir par l'imiter. Cet événement, resté mythique, est vu comme le véritable point de départ de l'IA moderne. D'autant plus que les chercheurs présents, comme McCarthy, Minsky, Newell et Simon, marqueront durablement l'histoire du domaine.²

À cette époque, l'enthousiasme est total. Les pionniers de l'IA sont convaincus qu'ils sont sur le point de donner naissance à des machines pensantes. Dès la fin des années 1950, Newell et Simon assurent que leurs programmes peuvent déjà prouver des théorèmes mathématiques, et prédisent qu'ils pourraient bientôt rivaliser avec l'intelligence humaine. Forcément, cet optimisme attire l'attention : les financements affluent, notamment de la part du gouvernement américain et des militaires, fascinés par les possibilités stratégiques.³ Les premiers grands programmes naissent : Logic Theorist (1955) de Newell et Simon capable de prouver des théorèmes, le programme de dames d'Arthur Samuel (1952) qui apprend en jouant, ou encore LISP (1958), inventé par McCarthy, un langage taillé sur mesure pour manipuler des idées et des concepts. Les réussites s'enchaînent : en 1965, Joseph Weizenbaum crée ELIZA, un programme qui simule un psychothérapeute et parvient à troubler ses utilisateurs, tandis que le robot Shakey, construit à Stanford, parvient à percevoir son environnement, planifier ses mouvements et agir de manière autonome. À chaque nouvelle démonstration, l'enthousiasme enfle : certains pensent sérieusement qu'en une génération, des machines pourraient égaler l'esprit humain.

¹ Lee, J. (2021). « Automated Journalism and Media Literacy: Preparing Future Journalists ». Journalism Education, p76

² Oliver Steffens, Leibniz, Lullu and the Logic of Truth: Precursors of Artificial Intelligence, p5, 2020

³ Owen Holland, The Mechanical Mind in History, 2008, p4

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Mais la réalité finit par rappeler tout le monde à l'ordre. Très vite, les limites des premières IA apparaissent. Elles savent résoudre des problèmes précis, mais dès qu'on les sort de leur terrain de jeu, elles perdent pied. Dès les années 1960, les chercheurs réalisent que ces systèmes sont incapables d'affronter la vraie complexité du monde. Stuart Russell et Peter Norvig soulignent que « presque tous ces premiers systèmes échouaient dès qu'on leur demandait un peu plus ». Résoudre un puzzle logique ou battre un amateur aux échecs, c'est une chose ; comprendre une phrase ambiguë ou raisonner avec du bon sens, c'en est une autre. Les difficultés s'accumulent : explosion des combinaisons possibles, ambiguïtés du langage naturel, imprévus du monde réel... Résultat : les approches initiales atteignent vite leurs limites. Petit à petit, l'excitation retombe. À la fin des années 1960, même si certaines avancées ponctuelles impressionnent encore, il devient clair que l'intelligence artificielle générale reste un rêve lointain. Le domaine s'apprête à traverser une période de doute et de recul.

C. Les Hivers de l'IA et les systèmes experts (années 1970-1990) :

Au début des années 1970, l'intelligence artificielle se heurte à une grosse vague de désillusion. Après des années de promesses souvent exagérées, les résultats ne sont pas au rendez-vous, et les financeurs commencent à se lasser. En 1973, le rapport Lighthill, commandé par le gouvernement britannique, dresse un constat sévère : les progrès en IA sont jugés insuffisants. Résultat : le Royaume-Uni coupe presque tous les budgets consacrés à ce domaine, ne laissant que deux universités en bénéficiaire. De l'autre côté de l'Atlantique, les États-Unis prennent une direction similaire, surtout après des critiques sévères dans des rapports comme l'ALPAC sur la traduction automatique dès 1966.¹ C'est le début de ce qu'on appellera plus tard le premier “hiver de l'IA”, une période de refroidissement brutal où l'enthousiasme et les financements s'effondrent.

¹ Stuart Russell et Peter Norvig, *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (3e éd, 2010), p21

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Malgré ce coup dur, certaines recherches continuent, mais sur des terrains plus modestes. Dans les années 1970,¹ l'attention se détourne des grandes ambitions pour se concentrer sur des systèmes plus pratiques : les systèmes experts². L'idée est simple mais puissante : capturer le savoir-faire d'experts humains dans des programmes informatiques pour résoudre des problèmes spécialisés. Parmi les exemples les plus connus, il y a MYCIN, développé à Stanford, capable d'imiter le raisonnement d'un médecin pour diagnostiquer des infections sanguines. Ou encore DENDRAL, qui aide les chimistes à déterminer la structure de molécules inconnues. Même si ces systèmes restent confinés à des domaines précis, ils prouvent que l'IA peut vraiment renforcer l'expertise humaine dans des tâches complexes.

Ce regain d'intérêt aboutit à un second souffle pour l'IA au début des années 1980. Les financements repartent à la hausse,³ et l'enthousiasme renaît, mais cette fois autour des approches dites “symboliques” et expertes. Le Japon lance en 1982 un ambitieux programme de dix ans, le projet des « ordinateurs de cinquième génération », misant sur la logique formelle et le langage Prolog pour créer des machines plus intelligentes. Cela pousse les États-Unis à réagir en créant un consortium (le MCC au Texas) pour éviter de se laisser distancer. En France, c'est le projet SIP qui voit le jour. L'industrie s'approprie aussi l'idée des systèmes experts : des entreprises comme Digital Equipment Corporation utilisent par exemple XCON pour configurer automatiquement leurs ordinateurs, ce qui leur fait économiser des millions. Rapidement, l'IA entre dans une phase de boom.

On parle carrément d'une “fièvre de l'IA” : en 1985, le marché des systèmes experts et des machines Lisp explose, et des centaines de startups spécialisées

¹ Poell, Thomas & van Dijck, José. Artificial Intelligence for Media: From Automated Reporting to Media Analytics, 2021, p31

² Stuart Russell et Peter Norving, Artificial Intelligence: A Modern Approach (3e éd, 2010), p24

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

émergent. Les investissements, eux, passent de quelques millions à plusieurs milliards de dollars en quelques années.¹

Mais comme souvent quand l'enthousiasme devient trop grand, la réalité finit par rappeler tout le monde à l'ordre. Les limites des systèmes experts apparaissent vite : ils sont rigides, coûteux à maintenir, et incapables d'apprendre²

ou de s'adapter à de nouvelles situations. Le projet japonais n'atteint pas ses objectifs, les machines Lisp sont rapidement dépassées par des ordinateurs personnels moins chers, et beaucoup de promesses restent sans concrétisation. Vers la fin des années 1980, les investisseurs, fatigués de voir encore des promesses non tenues, commencent à se détourner de l'IA. De nombreuses entreprises ferment, les financements s'évaporent, et même les chercheurs évitent d'utiliser le terme "intelligence artificielle", préférant parler d'informatique avancée ou d'ingénierie des connaissances pour éviter le discrédit. Cette nouvelle traversée du désert sera connue comme le "second hiver de l'IA".³

Pourtant, même dans le froid, certaines graines continuent de pousser discrètement. C'est pendant cette période difficile que des idées appelées à révolutionner le domaine émergent, comme les réseaux de neurones multi-couches, redécouverts en 1986 avec l'algorithme du backpropagation, ou encore les premières méthodes probabilistes en IA. Ainsi, quand l'IA entre dans les années 1990, elle est un peu plus humble, plus ancrée dans des méthodes empiriques... mais toujours animée par ce vieux rêve de créer une véritable intelligence artificielle.⁴

D. L'avènement du machine Learning (années 1990-2000) :

Après les turbulences des décennies précédentes, les années 1990 marquent le début d'une renaissance de l'IA sous une forme nouvelle : celle du machine

¹ MacLennan, History of AI in Encyclopedia of Information Science and Technology (2009), p10

² Carlson, M. & Lewis, S. (2022). « Artificial Intelligence in Journalism: A Systematic Review », <https://www.michaelcarlson.com/publications>, consulté le 29/04/2025 à 12:36

³ James Zhan, Brief History of AI, 2005, publié dans Univ WINTER, p53

⁴ P. McCorduck, History of Artificial Intelligence, publié dans Univ of Pittsburgh, P953

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Learning (apprentissage automatique). Plutôt que d'essayer de tout programmer manuellement, les chercheurs misent sur des algorithmes capables d'apprendre par l'expérience, en tirant parti de l'augmentation massive de la puissance de calcul et de l'accès à d'énormes volumes de données. Cette approche empirique et statistique va s'avérer beaucoup plus robuste et scalable que les anciens systèmes à base de règles figées. L'IA s'approprie alors des outils mathématiques issus d'autres domaines et gagne en efficacité. Comme l'écrit Nils Nilsson, les travaux de cette époque sont « plus solides et mathématiquement profonds qu'auparavant, renforcés par de nouvelles connexions avec la statistique et l'ingénierie du contrôle », ce qui permet de surmonter en partie les critiques formulées contre l'IA ancienne génération. En somme, l'IA devient plus scientifique dans sa démarche, validant ses progrès par des expérimentations et des comparaisons quantitatives.

Plusieurs avancées clés illustrent cette révolution de l'apprentissage automatique. D'abord, les réseaux de neurones connaissent un spectaculaire retour en grâce. Après avoir été délaissés, ils reviennent via le connexionnisme des années 1980 et gagnent en performance grâce à l'algorithme de rétropropagation du gradient. Parallèlement, de nouvelles techniques voient le jour : les arbres de décision (C4.5), les machines à vecteurs de support (SVM, 1995) ou encore les modèles probabilistes graphiques. Ces méthodes permettent à la machine de découvrir elle-même des régularités dans les données, plutôt que de se reposer sur des règles codées à la main.

Les succès ne tardent pas à suivre et redonnent à l'IA une visibilité médiatique positive. Un moment symbolique se produit en 1997 : cette année-là, le super-ordinateur d'IBM Deep Blue affronte le champion du monde d'échecs Garry Kasparov en match officiel. À la surprise générale, la machine bat le champion 3,5 à 2,5.¹ Pour la première fois, un programme informatique triomphe d'un champion du monde d'échecs, un exploit que beaucoup pensaient encore l'apanage de l'intelligence humaine.² Kasparov, déconcerté, parlera d'« une nouvelle forme

¹ Bruce Maclennan, "History of AI" in Encyclopedia of Information Science and Technology, 2009, p51

² Carlson, M. (2020). "Automating Judgment? Algorithmic Judgment, News Work, and the Professions". New Media & Society, p634–654

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

d'intelligence » ayant fait face à lui lors de ce duel. La victoire de Deep Blue, fruit de méthodes hybrides combinant force brute et heuristiques affinées, est vue comme le tournant qui prouve que l'IA peut exceller dans des tâches hautement complexes. La même année, un autre système, PROPHECY, bat des pilotes¹ humains sur un simulateur de vol aérien, tandis que le programme Logios résout des mots croisés mieux que la plupart des cruciverbistes. L'IA n'est plus cantonnée aux laboratoires : elle commence à surpasser l'humain dans des domaines spécialisés mais concrets.²

En réalité, durant les années 1990 et 2000, l'IA s'infiltré un peu partout, souvent silencieusement, sous forme de sous-systèmes intelligents. On la retrouve dans les outils de diagnostic médical (par exemple des systèmes experts médicaux assistés d'apprentissage statistique peuvent égaler les performances de médecins pour détecter certains cancers), dans la planification logistique (le programme DART a aidé à planifier la logistique des troupes américaines pendant la guerre du Golfe en 1991), ou encore dans la finance (les premiers algorithmes d'auto-trading). En 1995, un véhicule expérimental du CMU, le Navlab 5, traverse ainsi les États-Unis d'est en ouest en conduite quasi-autonome : sur 4 500 km de route, le système d'IA nommé ALVINN a piloté le minivan sans intervention humaine 98 % du temps.³ Ce qui relevait de la science-fiction devient peu à peu réalité : on voit apparaître des voitures autonomes prototypes, des assistants personnels rudimentaires (le logiciel Clippy de Microsoft dans les années 1990 préfigure les assistants vocaux), et même des animaux robotiques de compagnie (le chien AIBO de Sony, lancé en 1999, démontre les progrès en vision et comportement embarqués). Tous ces exemples montrent qu'à l'aube des années 2000, l'intelligence artificielle a conquis de nombreux domaines de façon pragmatique. Elle résout des problèmes réels : reconnaître la parole, classer du texte

¹ Carlson, M. & Lewis, S.C. (2015). "Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation".

² Nils J. Nilsson, *The Quest For Artificial Intelligence*, p660-564, 2010

³ Stuart Russell et Peter Norving, *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (3e éd, 2010), p25

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

ou des images, filtrer des spams, recommander des produits ou optimiser des moteurs de recherche.

E. Le Deep Learning et les percées modernes (années 2010) :

En entrant dans les années 2010, l'intelligence artificielle connaît une véritable accélération, portée par l'essor du deep learning (apprentissage profond). Cette méthode, héritée des anciens réseaux de neurones artificiels, consiste à superposer de nombreuses couches de "neurones" virtuels, que l'on entraîne sur d'immenses quantités de données, grâce à des calculateurs surpuissants. Si les bases de l'apprentissage profond existaient depuis les années 1980, c'est à partir de 2010 que tout s'aligne : explosion des données disponibles grâce au web et aux réseaux sociaux, percées algorithmiques, augmentation phénoménale de la puissance de calcul... Résultat : les performances de l'IA s'envolent dans des domaines où elle peinait auparavant.¹

Le véritable tournant arrive en 2012. Lors de la compétition internationale ImageNet, dédiée à la reconnaissance d'images, un réseau profond appelé AlexNet, conçu par Geoffrey Hinton et ses étudiants, écrase littéralement la concurrence. Le taux d'erreur chute de plus de 40 % par rapport aux meilleurs systèmes existants du jamais vu. Cet exploit sonne comme un « big bang » pour le deep learning moderne : il prouve que ces réseaux profonds peuvent réellement dépasser toutes les techniques classiques. À partir de là, le monde de la recherche bascule presque du jour au lendemain vers cette approche. « La révolution du deep learning commence vraiment le 30 septembre 2012 », notera plus tard un chroniqueur. Très vite, les progrès s'accroissent : que ce soit en vision par ordinateur, en reconnaissance vocale ou en traduction automatique, les réseaux neuronaux profonds deviennent incontournables. C'est simple : les années 2010 sont souvent surnommées "la décennie du Deep Learning".²

¹ Bruce Maclennan, "History of AI" in Encyclopedia of Information Science and Technology, 2009, p54

²DeepMind,<https://deepmind.google/research/breakthroughs/alphago/#:~:text=In%20October%202015%2C%20AlphaGo%20played,0> consulté le 01/05/2025 à 12 :40

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Les percées sont impressionnantes. En vision, dès 2015, les IA deviennent meilleures que les humains pour classer des images. En reconnaissance de la parole, des systèmes comme Deep Speech atteignent ¹— puis dépassent — les performances humaines standard dès 2016. Même Google abandonne ses anciennes méthodes de traduction statistique pour passer, en 2016, à un système entièrement basé sur des réseaux neuronaux, réduisant considérablement les erreurs. Petit à petit, le Deep Learning relègue les techniques plus anciennes aux oubliettes.²

Un autre moment clé arrive en 2016 : AlphaGo, développé par DeepMind, affronte le champion du monde de Go, Lee Sedol. Le jeu de Go est un casse-tête d'une complexité immense, longtemps vu comme hors d'atteinte pour une machine. Et pourtant, AlphaGo, en combinant réseaux de neurones profonds et méthodes d'exploration intelligente (recherche Monte Carlo), réussit l'exploit : il bat Lee Sedol 4 parties à 1. Plus de 200 millions de personnes suivent cette rencontre historique. Ce qui frappe, ce n'est pas seulement la victoire : c'est aussi l'inventivité de certaines décisions d'AlphaGo. Lee Sedol lui-même reconnaît : « je pensais qu'AlphaGo n'était qu'une machine calculatrice, mais ce coup m'a fait comprendre qu'il était créatif ». L'événement fait l'effet d'un électrochoc : pour la première fois, une IA démontre qu'elle peut rivaliser avec l'intuition humaine dans des domaines aussi complexes que le Go. AlphaGo obtient même un titre honorifique de 9^e dan professionnel, et son succès donne un coup de fouet énorme à la recherche sur l'apprentissage par renforcement.³

Pendant cette décennie, l'IA ne reste pas confinée aux laboratoires : elle s'invite partout dans notre quotidien. En 2011, IBM Watson impressionne en battant les meilleurs champions humains du jeu télévisé Jeopardy!, en maîtrisant des questions complexes de culture générale. C'est aussi l'année où Apple lance

¹ European Commission (2020). White Paper on Artificial Intelligence - A European approach to excellence and trust.

² Nils J. Nilsson, Artificial Intelligence : A New Synthesis (1998), p64

³ Pinecone, <https://www.pinecone.io/learn/series/image-search/imagenet/> consulté le 01/05 à 15 :01

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Siri, premier assistant vocal intelligent pour le grand public — bientôt suivi par Alexa d'Amazon en 2014 et Google Assistant en 2016. Ce qui relevait de la science-fiction — parler naturellement avec une machine — devient accessible à tous. Dans les transports, Google lance son projet de voiture autonome, Waymo, qui parcourt des millions de kilomètres en conduite réelle avant la fin de la décennie. En médecine, des IA surpassent parfois les radiologues pour détecter certaines tumeurs sur des images médicales. Sur nos smartphones, l'IA booste la photographie (détection de scènes, mode portrait) et anticipe nos mots au clavier. Les réseaux sociaux exploitent l'IA pour personnaliser nos fils d'actualité, tandis que Netflix ou Spotify utilisent des systèmes intelligents pour affiner leurs recommandations.¹

En parallèle, les enjeux éthiques commencent sérieusement à inquiéter. Plus l'IA devient puissante, plus les questions fusent : comment éviter les biais algorithmiques ? Peut-on rendre les décisions des réseaux neuronaux transparents ? Quel sera l'impact de l'automatisation sur l'emploi ²? Des instituts de recherche dédiés à l'éthique de l'IA voient le jour, et des personnalités comme Elon Musk ou Stephen Hawking alertent sur les risques d'une IA mal encadrée. Malgré ces interrogations, la dynamique est irrésistible. En 2018, Geoffrey Hinton, Yann LeCun et Yoshua Bengio — surnommés les « pères du deep learning » — reçoivent le prix Turing, équivalent du Nobel en informatique. L'IA, nourrie par le deep learning, a trouvé une force incroyable dans les années 2010... et elle ne compte pas s'arrêter là : une nouvelle révolution se prépare, celle d'une intelligence capable non seulement de comprendre et prédire, mais aussi de créer.

¹Exploding Topics (blog de Semrush Inc.), sur l'article « Number of ChatGPT Users (June 2025), <https://explodingtopics.com/blog/chatgpt-users> consulté le 01/05 à 20:45

² -Diakopoulos, Nicholas. Algorithmic Journalism: How AI Changes News Production. Oxford University Press, 2019, p52

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

F. L'ère de l'IA générative (2020 à aujourd'hui) :

À partir des années 2020, l'intelligence artificielle entre dans une nouvelle phase qu'on appelle souvent « l'ère de l'IA générative ». Jusque-là, l'IA était surtout utilisée pour analyser des données, faire des prédictions ou prendre des décisions. Désormais, elle est capable de créer : du texte, des images, du son, des vidéos... et parfois avec une qualité et une créativité vraiment bluffantes.¹ Ce changement spectaculaire a été rendu possible par l'arrivée de nouvelles architectures, en particulier les transformers, introduits par Google en 2017. Ces modèles permettent de traiter d'immenses quantités de données et de capturer des structures très fines dans le langage, les images ou même d'autres formes de contenu. Avec ces outils, une nouvelle vague d'IA a déferlé dès le début des années 2020, donnant naissance à un véritable boom de l'IA générative.

Le grand tournant arrive en 2020 avec GPT-3, présenté par OpenAI. Ce modèle gigantesque, avec ses 175 milliards de paramètres², est capable de produire des textes d'une cohérence et d'une fluidité impressionnantes à partir d'une simple instruction en langage naturel. Essai, explication, imitation du style d'un auteur... GPT-3 étonne à tous les niveaux, au point d'être classé parmi les dix technologies de rupture de 2021 par le MIT Technology Review. Mais l'explosion grand public n'arrive vraiment qu'à la fin de 2022, ³avec ChatGPT (basé sur GPT-3.5 puis GPT-4). En quelques jours, des millions d'utilisateurs découvrent ce chatbot capable de dialoguer naturellement, d'expliquer des concepts complexes, de raconter des histoires ou même de générer du code informatique. ChatGPT atteint un million d'utilisateurs en seulement cinq jours – un record historique – et dépasse les 100

¹ AlexNet and ImageNet: The Birth of Deep Learning, <https://www.pinecone.io/learn/series/image-search/imagenet/> consulté le 03/05 à 10 :34

² Exploding Topics, un blog appartenant à Semrush Inc, <https://explodingtopics.com/blog/chatgpt-users> consulté le 03/05 à 12 :46

³ -Martin, Fiona. Digital Journalism and Artificial Intelligence: Trends and Challenges, 2022, p21

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

millions en deux mois. L'IA conversationnelle devient soudain accessible à tous, provoquant autant d'enthousiasme que de vertige.

Pendant ce temps, l'IA visuelle connaît elle aussi un bond spectaculaire. En 2021, OpenAI présente DALL-E, un modèle capable de générer des images originales à partir de simples descriptions textuelles. « Un château flottant au coucher du soleil, style impressionniste » ? DALL-E le crée en quelques secondes. En 2022, avec DALL-E 2, Midjourney et Stable Diffusion, la génération d'images par IA devient encore plus accessible et performante. Tout le monde peut désormais produire en quelques clics des œuvres d'art, des illustrations uniques ou même des visages photoréalistes, simplement en écrivant une phrase. Cette explosion créative interroge aussi : où se situe désormais la frontière entre l'artiste et la machine ? En parallèle, les deepfakes, ces vidéos truquées par IA, atteignent un niveau de réalisme tel qu'il devient parfois difficile de distinguer le vrai du faux.¹

L'onde de choc de l'IA générative touche tous les domaines : en musique, des IA composent dans le style de grands maîtres ; dans la voix, des synthèses vocales imitent à la perfection des timbres humains ; en programmation, GitHub Copilot (lancé en 2021) aide les développeurs en suggérant du code ; et en 2023, les premiers générateurs de vidéos à partir de texte voient le jour. L'IA ne se contente plus d'analyser, elle devient créatrice, brouillant un peu plus la frontière entre l'intelligence humaine et la capacité de création machine.²

Évidemment, ce bouleversement soulève de grandes questions. L'accessibilité de ces outils ouvre la porte à des risques massifs de désinformation (fake news générées par IA, deepfakes hyperréalistes), remet en cause la protection du droit d'auteur (des artistes s'inquiètent que leurs styles soient copiés par des machines sans leur accord), et inquiète sur l'avenir de certaines professions créatives

¹ Wired, IEEE Spectrum, Reuters (Actualités 2012-2023) <https://www.pinecone.io/learn/series/image-search/imagenet/> consulté le 03/05/2025 à 12 :45

² *Exploding Topics*, un blog édité par Semrush Inc, <https://explodingtopics.com/blog>, consulté le 03/05/2025 à 13 :01

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

(illustrateurs, écrivains, etc.). Les gouvernements commencent à réfléchir sérieusement à des règles pour encadrer l'usage de l'IA générative. De leur côté, les laboratoires comme OpenAI et DeepMind tentent d'introduire des garde-fous : limiter les contenus toxiques, tracer l'origine des créations automatiques.

Malgré ces défis, on ne peut nier qu'on vit un moment clé dans l'histoire de l'IA. En l'espace de quelques années, elle est passée du rôle discret d'outil de soutien à celui de véritable partenaire créatif. Chaque jour apporte son lot d'innovations : une IA qui aide à découvrir de nouveaux médicaments, une autre intégrée dans les moteurs de recherche, ou encore des modèles multimodaux capables de comprendre du texte et des images en même temps. « L'IA générative outille désormais artistes, auteurs et ingénieurs comme jamais auparavant », souligne un rapport récent, insistant sur l'importance des transformers et des grands modèles de langage dans cette révolution.

Aujourd'hui, en plein cœur des années 2020, l'histoire de l'IA continue de s'écrire sous nos yeux, et à une énorme vitesse. Depuis les mythes antiques de statues animées jusqu'aux machines capables de créer des œuvres et de dialoguer presque comme des humains, le chemin parcouru est incroyable. Les périodes de stagnation ont laissé place à une sorte de printemps permanent d'innovations, même si la prudence reste de mise. À chaque étape, l'IA a poussé l'humanité à réfléchir sur elle-même, sur ce qui fait notre intelligence, nos rêves, notre créativité. Et tout indique que cette aventure, loin d'être terminée, nous réserve encore bien des surprises dans les décennies à venir.¹

I.2. Définitions de l'IA :

Le mot « intelligence » est du latin « intelligentia » signifiant « la faculté de comprendre » et plus précisément la capacité à lier les éléments entre eux. Elle est l'ensemble des capacités mental nous permettant de comprendre ce qui nous entoure, de

¹ Wired, IEEE Spectrum, Reuters (Actualités 2012-2023) <https://www.pinecone.io/learn/series/image-search/imagenet/> consulté le 03/05/2025 à 14 :30

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

découvrir des relations nous permettant d'aboutir à une connaissance conceptuelle et rationnelles celle-ci étant en opposition avec les sensations et émotion.

La compréhension est l'aboutissement d'un système codification diversifié qui, par maîtrise du langage permet un raisonnement complexe qui nous aide à établir des relations entre éléments. C'est également la définition de la faculté d'adaptation, nous laissant gérer de nouvelles situations et aussi gérer notre capacité à traiter les informations pour atteindre un objectif.

Afin d'atteindre ces l'objectifs, l'intelligence fera intervenir plusieurs faculties cognitives qui sont basées sur notre connaissance du cerveau humain, et inspirées de ces processus cognitifs.

Définir l'intelligence artificielle (IA) n'est pas chose facile. Le champ est si vaste qu'il est impossible de la restreindre à un domaine de recherche spécifique ; c'est plutôt un programme multidisciplinaire. Si son ambition initiale était d'imiter les processus cognitifs de l'être humain, ses objectifs actuels visent plutôt à mettre au point des systèmes qui résolvent certains problèmes bien mieux que les humains, par tous les moyens disponibles.¹

Définition 1 : On peut résumer l'intelligence artificielle (IA) à un ensemble algorithmes qui traite un ensemble d'informations ou données, relatives à des taches, de manière semblable ou identique à celle qu'adopterait un être humain pour prendre une décision ou résoudre un problème.

Définition 2 : Un système intelligent est par conséquent un système doté d'une intelligence artificielle.²

¹ QU'EST-CE QUE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ? Livret de vulgarisation Mission Villani sur l'intelligence artificielle Mars 2018

² -Owens, Simon. The Future of News: AI and Journalism, 2023, p11

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Autres définitions de l'intelligence artificielle :

A. Des systèmes qui pensent comme les humains :

« La tentative nouvelle et passionnante d'amener les ordinateurs à penser, d'en faire des machines dotées d'un esprit au sens le plus littéral. »

« L'automatisation d'activités que nous associons à la pensée humaine, des activités telles que la prise de décision, la résolution de problèmes, l'apprentissage... »

B. Des systèmes qui agissent comme les humains :

« L'art de créer des machines capables de prendre en charge des fonctions exigeant de l'intelligence quand elles sont réalisées par des gens. »

« L'étude des moyens à mettre en œuvre pour faire en sorte que des ordinateurs accomplissent des choses pour lesquelles il est préférable de recourir à des personnes pour le moment. » ¹

C. Des systèmes qui pensent rationnellement :

« L'étude des facultés mentales grâce à des modèles informatiques. »

« L'étude des moyens informatiques qui rendent possibles la perception, le raisonnement et l'action. »

II. Les caractéristiques de l'intelligence artificielle :

L'intelligence artificielle (IA) possède plusieurs caractéristiques clés qui définissent son fonctionnement et ses capacités² :

¹ Alan Turing, « Computing machinery and intelligence », Mind (en), Oxford University Press, vol. 59, n° 236, octobre 1950, p42.

² Lindén, C.-G. & Karlsson, M. (2017). "Algorithmic Journalism: On the transformation of the newsroom and news practices

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

- * **Apprentissage automatique (Machine Learning)** : L'IA peut analyser des données et apprendre de manière autonome sans programmation explicite.
- * **Traitement et analyse des données** : Elle est capable de traiter de grandes quantités de données rapidement et d'en extraire des tendances ou des modèles.
- * **Autonomie et prise de décision** : Certains systèmes d'IA peuvent prendre des décisions en fonction des informations collectées et des modèles prédictifs.
- * **Capacité d'adaptation** : L'IA s'améliore continuellement en affinant ses algorithmes grâce aux nouvelles données.
- * **Interaction avec l'environnement** : Elle peut comprendre et répondre aux commandes vocales, reconnaître des images et interagir avec son environnement (exemple : robots, assistants virtuels).
- * **Automatisation des tâches** : L'IA peut exécuter des tâches répétitives de manière efficace, réduisant ainsi l'intervention humaine.
- * **Résolution de problèmes complexes** : Elle est utilisée pour modéliser des scénarios complexes et proposer des solutions optimisées.
- * **Intelligence conversationnelle** : Grâce au traitement du langage naturel (NLP), elle peut comprendre, interpréter et générer du texte ou des dialogues.
- * **Prédiction et anticipation** : Elle permet d'anticiper des événements futurs en se basant sur des données historiques et des tendances.

III. Les types de l'intelligence artificielle :

Les types d'intelligence artificielle peuvent être regroupés en deux catégories principales : les capacités et les fonctionnalités. Actuellement, trois d'entre eux sont disponibles, mais il reste encore beaucoup à apprendre et à explorer. À mesure que ces progrès se poursuivent, nous disposons désormais d'une taxonomie des types d'intelligence artificielle, ce qui nous éclaire sur notre progression dans le domaine de l'IA.¹

¹ Napoli, P. M. (2014). "Automated Media: An Institutional Theory Perspective on Algorithmic Media Production and Consumption". *Communication Theory*, p340–360

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

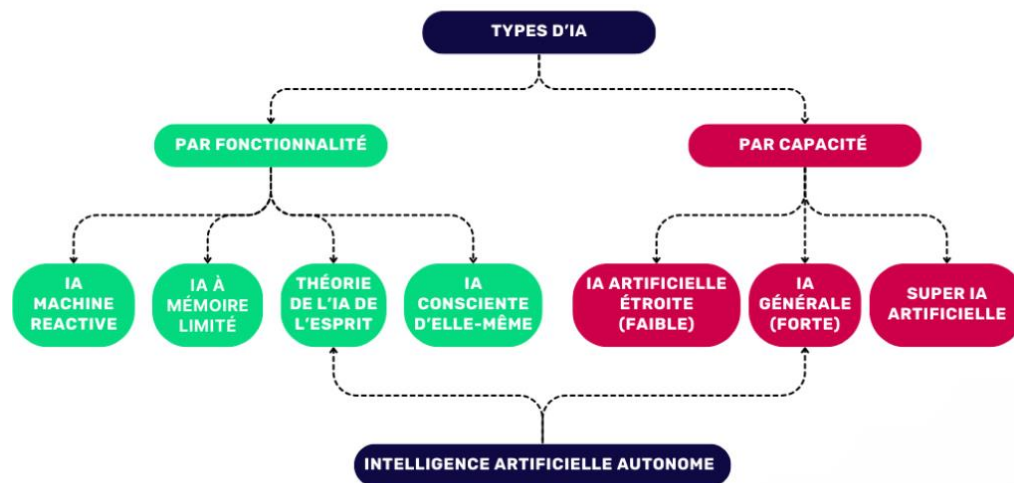


Figure N°01 : Les types d'IA

A) L'Intelligence artificielle étroite ou IA faible :

L'IA actuelle est limitée à des tâches spécifiques où elle surpasse parfois les humains, mais elle nécessite toujours notre intervention pour être formée. Toutes les autres formes d'IA sont théoriques.

B) L'intelligence artificielle générale (AGI) ou IA forte :

L'AGI est actuellement un concept théorique. Contrairement à l'IA étroite, elle pourrait utiliser ses connaissances antérieures pour accomplir de nouvelles tâches sans nécessiter une formation humaine spécifique.

C) La super IA artificielle :

La super IA artificielle serait capable de ressentir des émotions, de développer des besoins et des croyances, allant au-delà de simplement comprendre les sentiments humains.

D) L'intelligence artificielle réactive :

L'IA réactive se spécialise dans des tâches précises en exploitant les données pour produire des résultats intelligents. Par exemple, Deep Blue d'IBM a battu Garry

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Kasparov en analysant les configurations d'échecs, illustrant ainsi la nature ciblée et axée sur les données de l'IA réactive.

E) L'intelligence artificielle réactive :

L'IA réactive se spécialise dans des tâches précises en exploitant les données pour produire des résultats intelligents. Par exemple, Deep Blue d'IBM a battu Garry Kasparov en analysant les configurations d'échecs, illustrant ainsi la nature ciblée et axée sur les données de l'IA réactive.

F) L'IA à mémoire limitée :

L'IA à mémoire limitée se souvient des événements passés et surveille des situations spécifiques pour décider des actions futures, s'améliorant avec l'entraînement. Par exemple, un chatbot d'IA générative prédit le mot ou l'élément suivant dans un contexte donné.

G) La théorie de l'IA de l'esprit :

L'IA émotionnelle vise à comprendre et répondre aux pensées et émotions humaines, personnaliser les interactions en fonction des besoins émotionnels, et développer une théorie de l'esprit. Les chercheurs espèrent qu'elle pourra analyser diverses données, telles que les voix et les images, pour interpréter les sentiments humains.

H) L'IA consciente d'elle-même :

Elle serait capable de percevoir et de réagir à ses propres états internes, développant ainsi ses propres émotions, besoins et convictions.

IV. L'importance et les objectifs de l'intelligence artificielle :

IV.1. L'importance de l'intelligence artificielle :

L'intelligence artificielle (IA) est devenue un élément clé du progrès technologique, apportant des innovations dans divers secteurs. Son importance réside principalement dans sa capacité à automatiser des tâches répétitives et complexes,

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

permettant ainsi aux entreprises d'améliorer leur productivité et de réduire les coûts opérationnels. Grâce à l'IA, de nombreux processus, autrefois réalisés manuellement, sont désormais optimisés, offrant un gain de temps considérable et une précision accrue.¹

Dans le domaine médical, l'IA joue un rôle essentiel en facilitant le diagnostic des maladies, en développant des traitements personnalisés et en assistant les chirurgiens avec des robots intelligents. Les algorithmes d'apprentissage automatique permettent d'analyser de vastes quantités de données médicales, aidant les professionnels de santé à détecter des pathologies à un stade précoce. Ainsi, elle contribue à améliorer la qualité des soins et à sauver des vies.

Par ailleurs, l'IA transforme également notre quotidien en rendant les services plus personnalisés et accessibles. Les plateformes de streaming, le commerce en ligne et les réseaux sociaux utilisent des algorithmes intelligents pour proposer des recommandations adaptées aux préférences des utilisateurs. De plus, les assistants virtuels et les chatbots facilitent l'interaction avec les services numériques, offrant une expérience utilisateur optimisée.

L'intelligence artificielle a aussi un impact significatif sur la sécurité et la cybersécurité. Elle permet de détecter et prévenir les cyberattaques en analysant les comportements suspects et en renforçant la protection des systèmes informatiques. De plus, dans le domaine des transports, l'IA est à la base des véhicules autonomes et des systèmes de gestion intelligente du trafic, contribuant ainsi à améliorer la sécurité routière et à réduire la congestion urbaine.

IV.2. Les objectifs de l'intelligence artificielle :

L'intelligence artificielle, au départ, avait un objectif simple : essayer d'imiter les capacités du cerveau humain. En gros, c'était l'idée de créer des machines capables de réfléchir, d'apprendre, de comprendre ce qu'on leur dit, de

¹ Cobbai – article intitulé *"Intelligence artificielle : définition, fonctionnement et objectif"* destiné à expliquer les bases de l'IA , <https://cobbai.com/blog/intelligence-artificielle-definition> consulté le 18/02/2025 à 19:22H

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

voir, de planifier des actions... bref, de faire tout ce qu'un humain fait avec sa tête, et peut-être même mieux.¹

Parmi les grands objectifs que l'IA poursuit depuis ses débuts, on peut en citer quelques-uns :

A. Le raisonnement et la résolution de problèmes:

Dès le départ, les chercheurs ont voulu que les ordinateurs soient capables de réfléchir comme un humain.² Par exemple, qu'ils puissent résoudre des problèmes, faire des déductions logiques, ou encore planifier des actions pour atteindre un but précis. Il y a même eu des systèmes appelés "experts" capables de simuler les décisions d'un spécialiste, comme un médecin ou un géologue, juste à partir de règles programmées³. Ce type d'IA continue de servir aujourd'hui, notamment dans la prise de décisions ou la gestion de situations complexes.

B. L'automatisation des tâches intellectuelles :

L'un des grands buts de l'IA, c'est d'aider les humains dans leurs tâches de tous les jours, surtout les plus pénibles ou les plus longues.⁴ L'idée, c'est de créer des outils ou des machines capables de faire ce que l'homme fait — ou qu'il ne peut pas faire seul, faute de temps ou de ressources. Même si l'IA capable de tout faire comme un humain reste encore un rêve, il y a déjà beaucoup de domaines où elle est très performante : calculs, industrie, jeux de stratégie, voitures autonomes, assistants vocaux, etc. Comme le disent Russell et Norvig, l'IA peut aujourd'hui s'attaquer à quasiment toutes les tâches intellectuelles imaginables.⁵

¹ Encyclopaedia Britannica, <https://www.britannica.com/technology/artificial-intelligence> consulté le 15/04/2025 à 15 :51

² Cédric Villani, Donner un sens à l'intelligence artificielle, Rapport au Premier Ministre (France), 2018

³ -UNDP Algeria (2024). Rapport sur la transformation digitale et l'intelligence artificielle en Algérie.

⁴ Meritis, cabinet de conseil en transformation numérique et IA, <https://meritis.fr/blog/intelligence-artificielle-ia-comment-ca-fonctionne> consulté le 19/04/2025 à 18:32

⁵ Stuart Russell, Peter Norving, Intelligence Artificielle: Une Approche moderne, 4^e éd, Pearson, 2022 (trad.fr.de Artificial Intelligence : A Modern Approach), p29

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

C. La compréhension du langage humain:

Depuis les années 1950, l'un des grands défis de l'IA, c'est de comprendre notre langue. Pouvoir parler avec une machine, qu'elle comprenne nos questions, qu'elle puisse répondre, résumer, traduire¹... C'est ce qu'on appelle le traitement automatique du langage naturel. Et même si on a fait d'énormes progrès (avec les chatbots, les traducteurs automatiques, etc.), il reste encore des choses très subtiles dans nos phrases que les machines ont du mal à capter.

D. La perception et la vision artificielle :

Pour qu'une machine interagisse avec le monde réel, il faut qu'elle puisse "voir" et "entendre". La vision par ordinateur, par exemple, permet de reconnaître des visages, des objets, des lettres ou des signes dans une image ou une vidéo. Pareil pour la reconnaissance vocale, qui permet de transformer la parole en texte. Ces capacités sont devenues très puissantes grâce à ce qu'on appelle l'apprentissage profond, basé sur des tonnes de données visuelles ou sonores. On les retrouve aujourd'hui dans la médecine, la sécurité, la conduite autonome, etc.²

V. L'évolution et l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le domaine médiatique en Algérie :

L'intelligence artificielle (IA) transforme progressivement le secteur médiatique en Algérie, influençant à la fois la production de l'information, sa diffusion et sa consommation. Cette technologie, qui repose sur l'apprentissage automatique et le traitement du langage naturel, redéfinit les méthodes journalistiques et pose de nouveaux défis aux médias traditionnels. Alors que le pays connaît une digitalisation croissante, les médias algériens explorent les opportunités offertes par l'IA pour optimiser leurs services et améliorer l'expérience des utilisateurs.

¹ Cédric Villani, Donner un sens à l'intelligence artificielle, Rapport au Premier Ministre (France), 2018

² Stuart Russell, Peter Norving, Intelligence Artificielle: Une Approche moderne, 4^e éd, Pearson, 2022 (trad.fr.de Artificial Intelligence : A Modern Approach), p20

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Depuis ses débuts, l'intelligence artificielle cherche à copier toutes les facettes de l'intelligence humaine : comprendre, apprendre, voir, parler, réfléchir¹... Les chercheurs ont divisé le problème en plusieurs sous-domaines pour avancer petit à petit. Même si aucune IA ne sait encore tout faire comme un humain, les progrès réalisés ont donné naissance à plein d'applications utiles, dans des domaines très variés. On peut dire aujourd'hui que l'IA touche quasiment toutes les tâches intellectuelles possibles, des plus techniques aux plus créatives.²

V.1. L'évolution de l'IA dans le secteur médiatique algérien :

Aujourd'hui, l'intelligence artificielle est devenue une vraie révolution qui bouscule le fonctionnement de plusieurs secteurs, y compris celui des médias. Dans le monde entier, des algorithmes intelligents facilitent le travail des journalistes : ils peuvent rédiger automatiquement des articles, analyser en un clin d'œil des montagnes de données, ou encore personnaliser ce que les lecteurs voient selon leurs préférences.³ L'Algérie, elle aussi, suit cette tendance. Depuis quelques années, on voit se dessiner une volonté claire de moderniser le secteur médiatique grâce à ces technologies, en s'inscrivant dans un processus de transformation numérique soutenu à la fois par l'État et le secteur privé.⁴

Notre étude commence par retracer brièvement l'histoire de l'IA en Algérie : on y découvre que, dès les années 90, certaines universités s'y intéressaient déjà, même si les moyens technologiques restaient limités. Les vraies avancées sont venues plus tard, surtout avec l'ouverture numérique du pays dans les années 2000-2010. On a vu apparaître des centres de recherche comme le CDTA ou le CERIST qui ont commencé à développer des projets liés à l'IA dans des domaines variés. Puis, en 2021, l'État a lancé l'ENSIA, une école dédiée à

¹ The Editors of Encyclopaedia Britannica, <https://www.britannica.com/technology/artificial-intelligence> consulté le 25/04/2025 à 10 :19

² Stuart Russell, op.cit., p30

³ El Moudjahid, Digitalisation et Intelligence Artificielle : Les deux défis des médias et de la communication, consulté le 17/04/2025 à 22 :01

⁴ La Nouvelle République, L'Intelligence Artificielle ;un allié pour les journalistes, consulté le 17/04/2025 à 23 :23h

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

l'intelligence artificielle¹, marquant un tournant symbolique. Et plus récemment, une Stratégie nationale d'IA a été mise en place pour structurer tout ça : formation, recherche, accompagnement des start-up, infrastructures, réglementation... tout est pensé pour créer un écosystème solide.²

Dans ce contexte, les médias algériens ont eux aussi commencé à se mobiliser. Avant 2010, l'usage de l'IA dans les rédactions était nul. Mais avec l'arrivée d'Internet haut débit, des réseaux sociaux et d'ordinateurs plus performants, les choses ont commencé à changer. Les grandes rédactions ont lancé leurs sites, se sont installées sur Facebook et Twitter, ont produit du contenu multimédia, et ont commencé à s'ouvrir à des solutions techniques plus avancées.

Depuis le milieu des années 2010, des initiatives concrètes ont vu le jour : des formations pour les journalistes sur l'IA, des conférences animées par des experts, des événements professionnels mettant l'IA au centre des débats. Le Club de Presse Ooredoo, par exemple, a organisé une session entièrement dédiée à l'intelligence artificielle³, animée par le Dr Ali Kahlane qui a à son tour dit « ***En adoptant l'IA de manière responsable et en soutenant la formation et la reconversion des emplois, les avantages de la technologie pourront être répartis équitablement au sein de la société*** ». ⁴ D'autres entreprises comme les Laboratoires Beker ont aussi abordé ce sujet dans leurs programmes destinés aux journalistes. Et des concours prestigieux comme Media Star ont pris le virage numérique en proposant comme thème principal celui de l'IA dans les médias.

¹ Echoroukonline.com, <https://www.echoroukonline.com/lecole-nationale-superieure-de-lintelligence-artificielle-obtient-son-premier-label-de-projet-innovant#:~:text=Pour%20rappel%2C%20l%E2%80%99Ecole%20nationale%20sup%C3%A9rieure,d e%20formation%20et%20de%20recherche> consulté le 18/04/2025 à 10 :23

² AllAfrica.com, reprenant un article d'Algérie Presse Service (APS) <https://fr.allafrica.com/stories/202501020295.html#:~:text=L%2527impact%2520de%2520l%2527intellig ence%2520artificielle%2520,tendue%2520jeudi%2520%C3%A0%2520Alger> consulté le 18/04/2025 à 11:21

³ Interfil Algérie, rubrique Actualité / NTIC, <https://www.interfilalgerie.com/74e-session-du-club-de-presse-ooredoo-lintelligence-artificielle-decortiquee-aux-journalistes/> consulté le 18/04/2025 à 13:06

⁴ Interfil Algérie, rubrique Actualité / NTIC, <https://www.interfilalgerie.com/74e-session-du-club-de-presse-ooredoo-lintelligence-artificielle-decortiquee-aux-journalistes/> consulté le 18/04/2025 à 13:43

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Même les grandes institutions de l'information s'y mettent. L'Agence Algérie Presse Service (APS) a intégré la thématique dans ses formations internes, a participé à la présentation de la stratégie nationale d'IA et a même pris part à des échanges internationaux, comme lors d'un colloque en Tunisie en 2024, et Selon le rapport « *Government AI Readiness Index 2023* » d'Oxford Insights, un cabinet de conseil britannique spécialisé dans les domaines de l'IA et de la transformation numérique, l'Algérie se positionne au 120e rang mondial des pays les mieux préparés à une adoption à large échelle de l'IA dans le secteur public avec un score de 35,99 sur 100.¹ Ces actions montrent une volonté réelle d'intégrer l'IA dans le journalisme, pas seulement comme une tendance, mais comme une nouvelle étape dans la manière de produire l'information.

En résumé, l'IA a fait son chemin dans le secteur des médias en Algérie. Elle n'est plus un simple concept lointain. Elle est discutée, enseignée, valorisée, et elle commence à entrer dans les habitudes. Les rédactions s'y intéressent, les journalistes s'y forment, les institutions publiques s'en saisissent, et les entreprises privées s'en font le relais. Cette évolution crée un terrain fertile pour que l'IA prenne, dans un futur proche, une vraie place dans les pratiques journalistiques.

V.2. Les usages de l'IA dans le journalisme et les médias en Algérie :

L'intelligence artificielle est aujourd'hui utilisée dans plusieurs domaines du journalisme et des médias en Algérie. Parmi les applications les plus marquantes, on retrouve :²

A. Automatisation de la production de contenu :

Des outils d'IA sont désormais capables de générer automatiquement des textes simples : dépêches, résumés, bulletins météo, résultats sportifs, ou encore

¹ Ecomnews Med, article intitulé « L'Algérie a présenté sa stratégie nationale en matière d'intelligence artificielle... » , <https://www.ecomnewsmed.com/2024/12/20/lalgerie-a-presente-sa-strategie-nationale-en-matiere-dintelligence-artificielle-qui-vise-a-promouvoir-la-creation-de-solutions-dia-locales/> consulté le 19/04/2025 à 21 :11 H

² fr.ejo.ch, <https://fr.ejo.ch/intelligence-artificielle/> consulté le 20/02/2025 à 00 :13H

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

brèves économiques. Même si ces pratiques ne sont pas encore généralisées en Algérie, elles suscitent un intérêt croissant.¹ Certaines rédactions expérimentent des générateurs de texte, notamment pour alléger la charge de travail des journalistes sur des tâches répétitives. Cela permet de libérer du temps pour se consacrer à des enquêtes, des analyses ou des reportages plus poussés.²

B. Traitement et organisation de l'information :

L'IA est aussi utilisée pour trier, classer et indexer de grandes quantités de données. Dans un contexte où les journalistes sont submergés d'informations, ces outils peuvent par exemple identifier rapidement les sujets tendances sur les réseaux sociaux, détecter les sources fiables, ou encore regrouper les contenus autour d'un même thème.³ Certaines rédactions algériennes commencent à intégrer ce type de solutions, notamment pour mieux organiser leurs archives, suivre les actualités en temps réel, ou gérer les commentaires sur leurs sites web.

C. Personnalisation de l'expérience utilisateur :

¹ AllAfrica.com (relayant un article d'Algérie Presse Service (APS) <https://fr.allafrica.com/stories/202501020295.html> consulté le 25/02/2025 à 01 :23H

² -UNESCO (2021). Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence.

³ Algérie Presse Service <https://fr.allafrica.com/stories/202405240210.html#:~:text=Dans%20son%20allocution%20d%27ouverture%2C%20M.confection%20automatique%20de%20contenus%20audiovisuelles> consulté le 02/03/2025 à 14 :32 H

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Un autre usage de l'IA concerne la manière dont les lecteurs accèdent à l'information. Grâce à des systèmes de recommandation, un site peut proposer des articles adaptés aux préférences de chaque lecteur, selon ce qu'il lit habituellement. Même si cette technologie est plus répandue dans les grands médias internationaux, quelques plateformes d'information algériennes commencent à réfléchir à des solutions similaires, dans le but de fidéliser leur audience et d'améliorer l'engagement en ligne.¹

D. Détection de la désinformation (Fake News) :

Enfin, l'un des enjeux majeurs de l'IA dans les médias est la lutte contre les fausses informations. Avec la quantité de fake news qui circulent sur les réseaux, les journalistes ont besoin d'outils capables de repérer les contenus douteux, de vérifier automatiquement des faits, ou d'analyser la fiabilité d'une source.² Certaines initiatives algériennes s'intéressent à ce domaine, en lien avec des chercheurs ou des développeurs spécialisés en cybersécurité et en vérification de l'information.

En résumé, même si l'IA n'est pas encore partout dans les médias algériens, elle est en train de s'imposer doucement, domaine par domaine. L'idée n'est pas de remplacer les journalistes, mais de leur donner des outils pour travailler plus vite, mieux, et avec plus de recul. L'automatisation, l'analyse des données, la personnalisation et la lutte contre la désinformation sont autant de pistes concrètes qui montrent que l'IA peut devenir un vrai allié dans le quotidien des rédactions.

En résumé, même si l'IA n'est pas encore partout dans les médias algériens, elle est en train de s'imposer doucement, domaine par domaine. L'idée n'est pas de remplacer les journalistes, mais de leur donner des outils pour travailler plus vite, mieux, et avec plus de recul. L'automatisation, l'analyse des données, la

¹Ecomnews Med — article de type relayé (Agence Ecofin / APS) publié sur Ecomnews Med, <https://www.ecomnewsmed.com/2024/12/20/lalgerie-a-presente-sa-strategie-nationale-en-matiere-dintelligence-artificielle-qui-vise-a-promouvoir-la-creation-de-solutions-dia-locales/> consulté le 02/03/2025 à 15 :18 H

² Ouest Tribune, rubrique Médias, article intitulé « Médias : Mohamed Meziane met en garde contre les fausses informations » <https://ouest-tribune.dz/medias-mohamed-meziane-met-en-garde-contre-les-fausses-informations/> consulté le 05/03/2025 à 10 :15H

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

personnalisation et la lutte contre la désinformation sont autant de pistes concrètes qui montrent que l'IA peut devenir un vrai allié dans le quotidien des rédactions.¹

V.3. Exemple sur l'utilisation de l'IA dans les médias algériens

A. APS : Un pionnier dans l'intégration de l'IA :

L'Agence Algérie Presse Service (APS) joue un rôle central dans la modernisation des pratiques journalistiques grâce à l'IA. En plus de former ses équipes à ces technologies, elle commence à intégrer concrètement des outils dans son quotidien : automatisation des traductions multilingues, tri intelligent des dépêches pour ses clients médias, ou encore projets de personnalisation selon les besoins de chaque rédaction². L'APS cherche aussi à développer une IA locale, adaptée aux spécificités algériennes, et à renforcer la souveraineté technologique du pays. Elle participe en parallèle à des échanges internationaux pour partager son expérience et suivre les bonnes pratiques à l'échelle méditerranéenne.³

B. Presse écrite :

Du côté des journaux, l'usage de l'IA est encore timide mais les choses bougent. Des titres comme El Moudjahid, El Watan ou El Khabar montrent de l'intérêt pour le sujet, que ce soit à travers des articles, des dossiers ou des initiatives internes. Certains utilisent déjà des logiciels pour indexer leurs archives ou améliorer la qualité linguistique de leurs textes grâce à des correcteurs dopés à l'IA. Des outils de modération automatique des commentaires sont aussi utilisés sur les sites web pour filtrer les messages inappropriés.

¹ Napoli, P. M. (2019). "Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age". Communication Law and Policy

²AllAfrica.com, relayant un article d'Algérie Presse Service (APS)

<https://fr.allafrica.com/stories/202501020295.html#:~:text=L%27impact%20de%20l%27intelligence%20artificielle%20,tendue%20jeudi%20%C3%A0%20Alger> consulté le 12/03/2025 à 20 :51

³ -UNESCO (2023). Artificial Intelligence and the Future of Journalism.

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

C. La télévision :

À la télévision, l'Entreprise Publique de Télévision (EPTV) commence à exploiter ses archives grâce à l'IA : reconnaissance faciale dans les vidéos, transcription automatique des journaux télévisés...¹ Cela permet aux journalistes de retrouver rapidement des extraits utiles. D'autres chaînes explorent des usages comme les sous-titres générés automatiquement en direct, les analyses de réactions du public sur les réseaux, ou l'intégration de visuels dynamiques via l'IA pendant les émissions. Les chaînes privées, comme Ennahar TV,² s'appuient aussi sur des outils d'analyse pour ajuster leurs contenus en fonction de l'audience.

D. La radio :

La radio n'est pas en reste. L'IA y est testée pour générer des bulletins lus par des voix synthétiques, surtout la nuit.³ Elle est aussi utilisée pour transcrire automatiquement des émissions, ce qui facilite la rédaction d'articles ou la création de podcasts. Les radios musicales, comme Jil FM, s'aident d'algorithmes pour adapter les playlists aux préférences des auditeurs. Des projets plus ambitieux, comme la traduction en temps réel ou des chatbots pour répondre aux auditeurs, pourraient bientôt voir le jour.⁴

E. Presse électronique et plateformes numériques

Les médias en ligne comme TSA, Algérie360 ou Interlignes sont les plus rapides à adopter l'IA. Ils utilisent des systèmes de veille automatisée pour capter les dernières infos, des outils d'optimisation SEO pour bien se placer sur Google, ou encore des recommandations personnalisées dans leurs newsletters. Ces plateformes

¹ Djazairess.com, reprenant un article de **La Nouvelle République**, extrait de la session « Beker Media Training » du 2 octobre 2024, <https://www.lnr-dz.com/2024/10/02/lintelligence-artificielle-un-allie-pour-lesjournalistes/#:~:text=L%27intelligence%20artificielle%2C%20un%20alli%C3%A9%20pour,Media%20Training%C2%BB%20%C2%B7%20Partager> consulté le 12/03/2025 à 23 : 12

² OECD (2019). Artificial Intelligence in Society. OECD Publishing.

³ Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), France (2021). L'intelligence artificielle dans les médias : enjeux éthiques et réglementaires.

⁴ <https://fr.allafrica.com/stories/202405240210.html#:~:text=Dans%20son%20allocution%20d%27ouverture%2C%20M.confection%20automatique%20de%20contenus%20audiovisuelles> consulté le 13/03/2025 à 10 :01

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

testent aussi des assistants de rédaction automatiques et des outils de gestion de communauté (modération, sondages, analyse de sentiment).¹ Plus flexibles et plus orientés vers le numérique, ces pure-players ouvrent la voie à des usages innovants.

VI. Les défis de l'intelligence artificielle dans les médias en Algérie :

Malgré les nombreux avantages qu'offre l'IA, son intégration dans le secteur médiatique en Algérie rencontre plusieurs obstacles :

- * **Infrastructures numériques encore insuffisantes** : L'IA a besoin de puissance de calcul et d'une bonne connectivité pour fonctionner efficacement, notamment pour les tâches complexes comme l'analyse vidéo ou la reconnaissance vocale en temps réel. Or, en Algérie, les médias ne disposent pas encore d'infrastructures solides pour supporter de telles charges. Beaucoup d'outils utilisés aujourd'hui sont hébergés à l'étranger,² ce qui entraîne des problèmes de lenteur, de dépendance technologique et de sécurité. L'ouverture récente d'un centre national de calcul haute performance (HPC) est un pas important, mais son bon fonctionnement prendra du temps et nécessitera des compétences pointues. Une solution réaliste serait que les grandes institutions médiatiques comme l'APS ou l'EPTV investissent dans des serveurs locaux ou des solutions hybrides (cloud + hébergement interne).³
- * **Une pénurie de compétences spécialisées** : Mettre en place de vraies solutions d'IA nécessite des profils techniques bien formés : ingénieurs en IA, data scientists, experts en traitement automatique du langage⁴... Même si l'Algérie forme désormais ce type de profils (notamment à l'ENSIA), le secteur

¹ Reuters Institute (2024). AI in Newsrooms: Opportunities and Risks.

² Nguyen, L., et al. (2023). « Training Journalists in the Age of AI: New Skills and Challenges ». Computers in Human Behavior.

³ Schmidt, J., & Wiegand, M. (2017). "A Survey on Hate Speech Detection using Natural Language Processing". Proceedings of the Fifth International Workshop on Natural Language Processing for Social Media, p1–10

⁴ Schulz, W., & Becker, L.B. (2020). "Journalism Education and the Digital Transformation: Challenges and Trends". Journalism & Mass Communication Educator, 75(1),p3–16.

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

des médias peine à les attirer, car il est souvent moins attractif que d'autres secteurs comme la finance ou les télécoms. Pour éviter une fuite des cerveaux, il faudra offrir à ces talents des conditions motivantes dans les rédactions : projets ambitieux, laboratoires d'innovation, collaboration avec les universités, et pourquoi pas des primes à l'innovation.

- * **Le manque de données locales de qualité** : Une IA n'est performante que si elle est entraînée sur de bonnes données. Et dans le contexte algérien, on manque cruellement de bases de données locales adaptées : corpus d'articles en arabe avec résumés, transcriptions audio en tamazight ou en dialecte algérien, etc. Créer ces jeux de données coûte cher et demande du temps. Une solution serait la mutualisation entre médias, où chacun mettrait à disposition une partie de ses contenus pour former des modèles algériens. Ce type de coopération n'existe pas encore, mais a été suggéré lors de rencontres régionales comme celle de l'AMAN.
- * **La barrière linguistique et l'accès aux ressources**: La plupart des outils, bibliothèques et documentations liés à l'IA sont en anglais. Or, beaucoup de journalistes algériens ne maîtrisent pas cette langue technique, ce qui rend difficile l'apprentissage et l'utilisation des outils. Il serait utile de créer des guides en arabe ou en français pour aider les professionnels à s'appropriier ces technologies sans être bloqués par la langue.
- * **La résistance au changement** : Enfin, comme dans tout secteur, il existe parfois une forme de réticence ou de méfiance de la part des journalistes eux-mêmes. Certains craignent que l'IA remplace leur travail ou réduise la valeur de leur métier. D'autres estiment que l'intelligence humaine reste irremplaçable pour faire un bon reportage ou poser les bonnes questions. Ces craintes sont compréhensibles, et c'est justement pour cela qu'il faut accompagner la transition, en montrant que l'IA est là pour aider, pas pour remplacer.

L'intégration de l'IA dans les médias algériens se heurte à plusieurs défis : manque de formation, faiblesse des moyens techniques, dépendance à des outils étrangers, enjeux éthiques et crainte du changement. Pour aller plus loin, il faudra

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

miser sur la formation continue, développer des solutions locales, moderniser les infrastructures, et surtout, construire une culture de l'IA responsable dans les rédactions.

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

Conclusion :

L'intelligence artificielle représente aujourd'hui bien plus qu'un simple outil technologique : elle incarne une véritable révolution dans le paysage médiatique algérien. En transformant les modes de production, de diffusion et de consommation de l'information, elle bouleverse les repères traditionnels du journalisme. Grâce à l'automatisation de certaines tâches rédactionnelles, à l'analyse prédictive des tendances, à la personnalisation des contenus en fonction des préférences des lecteurs, ou encore à son rôle dans la détection des fausses informations, l'IA ouvre la voie à un journalisme plus rapide, plus ciblé et potentiellement plus fiable. Ces apports sont particulièrement significatifs dans un contexte algérien où les médias cherchent à regagner la confiance du public et à s'adapter à un environnement numérique en perpétuelle mutation.

Cependant, cette mutation n'est pas exempte d'obstacles. Le retard en matière d'infrastructures technologiques, le manque de formation spécialisée chez les journalistes, ainsi que l'absence de stratégies claires de la part des institutions médiatiques freinent encore l'intégration effective de l'IA. À cela s'ajoutent des interrogations éthiques majeures, liées à la protection des données, à la transparence des algorithmes et à la menace d'un journalisme déshumanisé. Ces défis, bien réels, ne doivent toutefois pas conduire à une posture de méfiance excessive. Au contraire, l'intelligence artificielle peut et doit être envisagée comme une opportunité stratégique pour réinventer les pratiques journalistiques, moderniser les rédactions et revaloriser le rôle social de l'information.

L'enjeu pour l'Algérie est donc de trouver un équilibre juste et lucide : entre innovation technologique et respect des principes déontologiques du métier ; entre efficacité algorithmique et sens critique humain. Il s'agit d'initier une transformation encadrée, réfléchie, qui permette de tirer parti des potentialités de l'IA sans céder aux dérives qu'elle pourrait engendrer. Dans cette perspective, former les journalistes aux usages responsables de l'IA et favoriser une culture numérique éthique dans les rédactions deviennent des priorités. C'est à cette condition que l'intelligence artificielle

Chapitre II : L'intelligence Artificielle

pourra contribuer, non pas à remplacer le journalisme, mais à en amplifier les valeurs, en le rendant à la fois plus pertinent, plus accessible et plus résilient face aux défis de notre époque.

Partie pratique

Plan de la partie pratique

1. Méthodologie de l'étude

- 1.1. Description de l'échantillon de journalistes
- 1.2. Outils de collecte de données

2. Analyse et résultats

- 2.1. Analyse des outils utilisés
- 2.2. Résultats des outils utilisés
 - 2.2.1. Etat de la formation des journalistes algériens en IA
 - 2.2.2. Utilisation de l'IA dans le travail quotidien des journalistes algériens
 - 2.2.3. Les défis éthiques et déontologique de l'IA dans la presse électronique

3. Discussion des résultats

- 3.1. Comparaison avec les études existantes
- 3.2. Impact observé sur la pratique journalistique en Algérie

I. Méthodologie de l'étude

Pour répondre à la problématique posée, j'ai adopté une approche méthodologique mixte, combinant des outils quantitatifs et qualitatifs. Mon objectif était à la fois de recueillir des données quantitatives sur les tendances générales (via un questionnaire) et d'approfondir la compréhension des enjeux à travers des données qualitatives (via des entretiens semi-directifs). Cette complémentarité des méthodes permet de croiser les perspectives pour renforcer la validité des conclusions.

I.1. Description de l'échantillon de journalistes

L'étude a porté sur un échantillon de soixante (60) journalistes algériens travaillant dans la presse électronique. Par "presse électronique", j'entends les organes de presse diffusant leur contenu principalement en ligne (sites web d'information, pure players du numérique, voire versions web de journaux et magazines). J'ai veillé à inclure dans l'échantillon une diversité de profils afin de refléter au mieux la réalité du terrain. Les soixante (60) journalistes enquêtés proviennent de différentes rédactions en ligne d'Algérie, incluant des médias d'information générale de premier plan et des sites plus spécialisés. Ils travaillent tantôt en français, tantôt en arabe (certains médias publiant dans les deux langues), ce qui offre une perspective multilingue intéressante sur l'adoption de l'IA.

Sur le plan sociodémographique, l'échantillon comprenait des femmes et des hommes, âgés de 25 à 50 ans, avec une moyenne d'âge autour de la trentaine. Leur expérience professionnelle variait de jeunes journalistes ayant 2 à 3 ans de métier jusqu'à des reporters chevronnés cumulant plus de 20 ans de carrière. Cette variété d'âges et d'expériences a permis de comparer les points de vue des nouvelles générations "digital native" et de leurs aînés formés à l'ère pré-numérique. Par ailleurs, différents rôles journalistiques étaient représentés : une majorité de rédacteurs-reporters, mais aussi quelques rédacteurs en chef, journalistes web spécialisés dans les réseaux sociaux, et photojournalistes. Cette hétérogénéité de l'échantillon renforce la crédibilité de l'étude, en évitant de se limiter à un profil unique de journalistes.

Tous les journalistes participants exerçaient au moment de l'enquête au sein de rédactions basées en Algérie, principalement à Alger mais aussi dans d'autres wilayas (Oran, Constantine, etc.), ce qui apporte un éclairage géographiquement diversifié. Ils ont été recrutés de manière volontaire : j'ai diffusé une invitation à participer via des contacts professionnels et des groupes en ligne de journalistes. Au final, 60 réponses complètes ont été recueillies et exploitées, ce qui constitue un corpus tout à fait satisfaisant pour mener l'analyse prévue.

I.2. Outils de collecte de données :

Deux principaux outils de collecte ont été mobilisés : un questionnaire en ligne d'une part, et des entretiens semi-directifs d'autre part.

- 1. Questionnaire :** J'ai conçu un questionnaire structuré, validé par Dr Taiebi Moussaoui Zohra, et Dr Bouhouali Mohamed, comportant à la fois des questions fermées (choix multiples, échelles d'appréciation) et quelques questions ouvertes. Le questionnaire était subdivisé en plusieurs sections couvrant : (a) le profil du journaliste (âge, sexe, niveau d'études, années d'expérience, type de média en ligne, langue de travail), (b) son niveau de formation à l'IA et ses connaissances dans ce domaine, (c) l'utilisation de l'IA dans son travail quotidien (outils utilisés, fréquence, types de tâches concernées), (d) sa perception des enjeux et impacts de l'IA sur le journalisme (avantages pressentis, craintes et défis éthiques), et enfin (e) les besoins de formation ou d'accompagnement exprimés. Le questionnaire a été diffusé en ligne via un formulaire électronique (envoyé par e-mail et partagé sur les réseaux professionnels) afin de faciliter la participation sur l'ensemble du territoire. J'ai veillé à garantir l'anonymat des répondants pour qu'ils puissent s'exprimer librement, en précisant que les résultats seraient traités de manière agrégée et confidentielle. Sur les 60 journalistes ayant accédé au questionnaire, tous ont fourni des réponses complètes exploitables – un taux de réponse très satisfaisant qui témoigne de l'intérêt des journalistes pour ce sujet émergent. Les données

issues du questionnaire ont été exportées et analysées quantitativement : j'ai calculé des fréquences, des pourcentages de réponses pour chaque question fermée, et procédé à une analyse de contenu pour synthétiser les réponses aux questions ouvertes.

2. **Entretiens** : En complément du questionnaire, j'ai mené des entretiens semi-directifs auprès de trois journalistes issus de l'échantillon. J'ai sélectionné ces personnes de manière à refléter la diversité de l'échantillon – par exemple, un rédacteur en chef de El Hiwar et un jeune journaliste spécialisé rédacteur et écrivain pour le site EChourouk Online, afin de recueillir des témoignages variés. Chaque entretien a duré environ 15 minutes, se déroulant en face-à-face ou par visioconférence selon les disponibilités et la localisation du journaliste. J'ai utilisé un guide d'entretien souple reprenant les thématiques du questionnaire mais en invitant l'interviewé à approfondir ses réponses : ils ont pu raconter leur parcours de formation, donner des exemples concrets d'utilisation de l'IA dans leur pratique, exprimer leurs opinions sur les changements en cours et sur les enjeux éthiques. Les entretiens ont été enregistrés avec l'accord des participants, puis retranscrits partiellement afin d'en extraire les idées clés et des citations significatives.

L'apport de ces deux outils est complémentaire. Le questionnaire fournit une vue d'ensemble chiffrée des tendances et opinions au sein du groupe de journalistes enquêtés, tandis que les entretiens offrent une profondeur qualitative, donnant à voir le vécu, les anecdotes et la nuance derrière les chiffres. J'ai triangulé les résultats : les témoignages des entretiens m'ont permis d'illustrer et d'expliquer certains résultats quantitatifs du questionnaire. Cette triangulation renforce la fiabilité de l'étude en consolidant les constats par plusieurs sources de données. Enfin, il convient de souligner que l'ensemble du travail de terrain s'est déroulé sur une période de deux mois environ, ce qui m'a laissé le temps à la fois de relancer les répondants au questionnaire si nécessaire (ce qui a contribué au taux de réponse élevé) et de planifier

sereinement les entretiens. Grâce à cette méthodologie rigoureuse, les résultats présentés ci-après reposent sur des données solides et diversifiées, offrant un éclairage crédible sur notre problématique de recherche.

II. Analyses et résultats

II.1. Analyse des outils utilisés

II.1.1. Analyse du questionnaire

✓ Première section : Questions sur l'interviewé

a) Répartition selon le sexe des répondants

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Femme	40	66,7%
Homme	20	33,3%
Total	60	100%

Tableau n° 1 : Explique le sexe des répondants

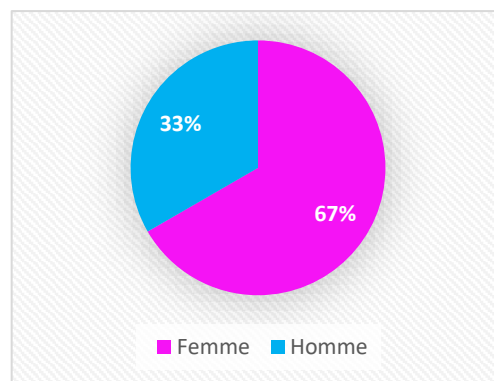


Figure n° 2 : Explique le sexe des répondants

On remarque que la majorité des répondants sont des femmes (40 soit 66,7% du total), alors que les hommes ne représentent que 20 personnes (33,3%). En d'autres termes, deux fois plus de femmes que d'hommes ont répondu à l'enquête. Cette répartition indique un échantillon largement féminin.

a) Répartition par tranche d'âge

Tranche d'âge	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Moins de 25 ans	14	23,3%
25-35 ans	24	40,0%
36-45 ans	13	21,7%
Plus de 45 ans	9	15,0%
Total	60	100%

Tableau n°2 : explique les tranches d'âge des répondants

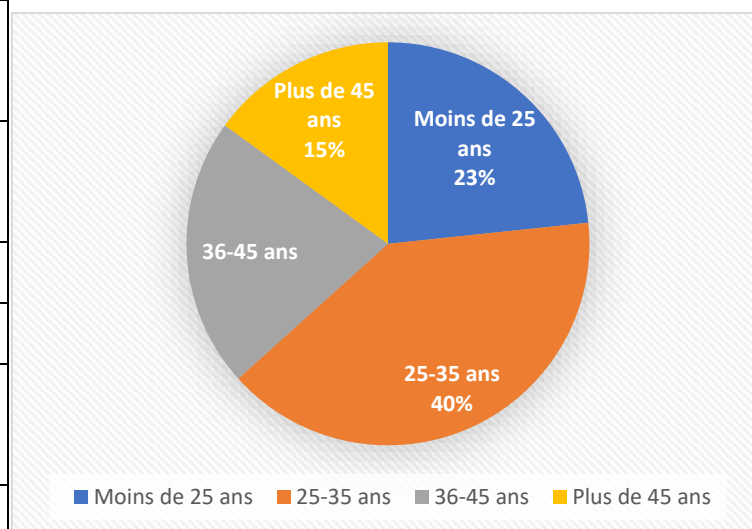


Figure n°3 : explique les tranches d'âge des répondants

On constate que la tranche 25–35 ans est la plus représentée : 24 répondants (40,0%) appartiennent à ce groupe. Viennent ensuite les moins de 25 ans (14, soit 23,3%), puis 13 personnes (21,7%) ont entre 36 et 45 ans et enfin 9 répondants (15,0%) ont plus de 45 ans. L'échantillon est donc majoritairement jeune.

b) Ancienneté totale comme journaliste

Ancienneté	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Moins de 1 ans	14	23,3%
1-3 ans	18	30,0%
3-5 ans	11	18,3%
Plus 5 ans	17	28,3%
Total	60	100%

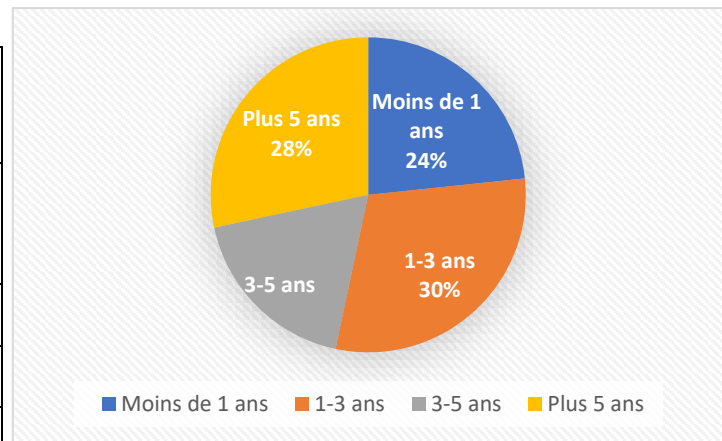


Tableau n°3 : explique l'ancienneté

Tableau n°3 : explique l'ancienneté des

des journalistes dans le journalisme

journalistes dans le journalisme

La catégorie la plus fréquente est 1–3 ans avec 18 journalistes (30,0%). On compte 14 personnes (23,3%) avec moins d'un an d'expérience et 17 (28,3%) avec plus de 5 ans. Le reste (11, soit 18,3%) a entre 3 et 5 ans d'expérience. L'échantillon couvre ainsi un large éventail d'ancienneté, même si les moins expérimentés (< 3 ans) sont légèrement majoritaires (près de la moitié).

c) Format de contenu le plus fréquent

Format de contenu	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Articles écrits	23	38,3%
Vidéos (reportages, interviews, etc.)	16	26,7%
Podcasts	11	18,3%
Infographies ou visualisations de données	08	13,3%
Documentaire	1	1,7%
Divers formats	1	1,7%
Total	60	100%

Tableau n°4 : explique le format de contenu le plus fréquent

La grande majorité (38,3%) produit des articles écrits. Viennent ensuite les vidéos (reportages, interviews, etc.) à 26,7% et les podcasts à 18,3%. Les infographies/visualisations sont citées par 13,3% des répondants. Très peu produisent des documentaires (1,7%) ou plusieurs formats à la fois (1,7%). En somme, l'activité

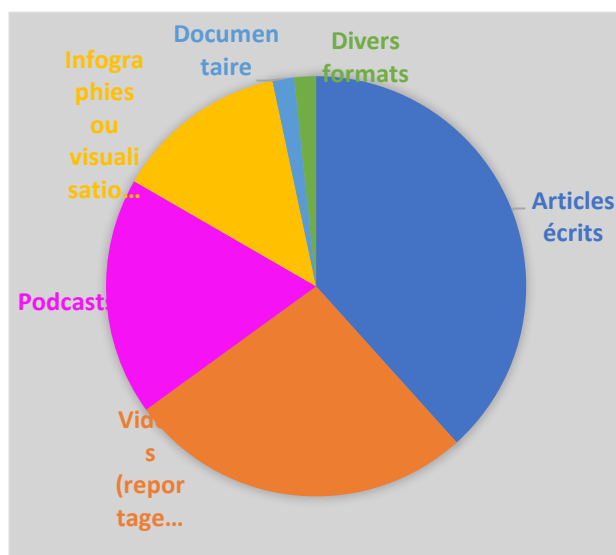


Figure n°5 : explique le format de contenu le plus fréquent

✓ **Deuxième section : La pratique du métier de journalisme (Presse électronique)**

a). Différence entre presse traditionnelle et presse électronique

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
La variété des formats (texte, vidéo, infographie, etc.) écrits	22	36,7%
La rapidité de publication	16	26,7%
La dépendance aux outils numériques et aux plateformes	16	26,7%
La rapidité de publication et la dépendance aux outils numériques et aux plateformes	4	6,7%
La rapidité de publication et variété des formats	1	1,7%
Autres (Suivi de l'impact)	1	1,7%
Total	60	100%

Tableau n°5 : explique la différence entre La presse écrite et la presse électronique

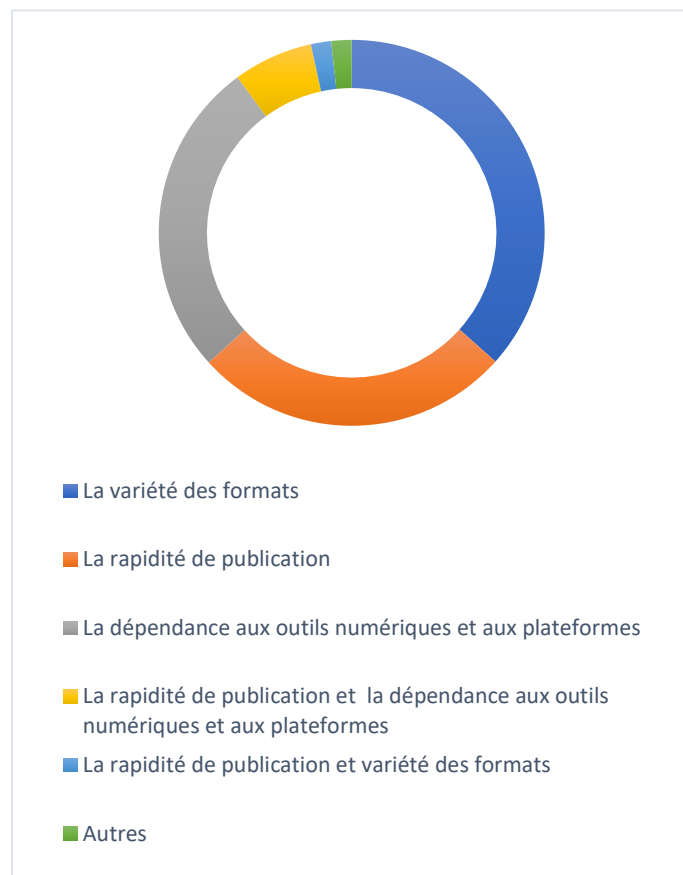


Figure n°6 : explique la différence entre la presse écrite et la presse el

La réponse la plus fréquente (22 personnes, 36,7%) est que la presse électronique offre une plus grande variété de formats (texte, vidéo, infographie, etc.). Viennent ensuite à égalité (16 personnes, 26,7% chacune) la rapidité de publication et la dépendance aux outils numériques. Quatre répondants (6,7%) associent rapidité et dépendance, et deux réponses isolées évoquent l'impact de l'information en temps réel ou la combinaison rapidité + variété. En résumé, les répondants soulignent surtout la diversité des formats et la rapidité propres à la presse électronique

b). Adéquation des plateformes aux besoins

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Très adaptées, elles offrent une large gamme d'outils et de ressources	15	25,0%
Moyennement adaptées, mais elles manquent parfois d'outils spécialisés	34	56,7%
Peu adaptées, il manque des technologies de pointe pour soutenir notre travail	11	18,3%
Total	60	100%

Tableau n°6 : explique l'adéquation des Plateformes aux besoins

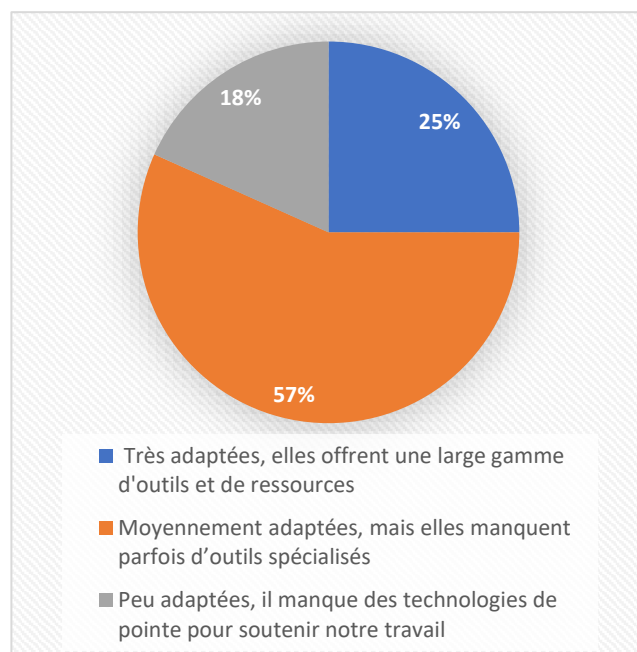


Figure n°7 : explique l'adéquation des plateformes aux besoins

La grande majorité (34 personnes, 56,7%) estime que les plateformes de presse algériennes sont moyennement adaptées, bien qu'elles manquent parfois d'outils spécialisés. Seulement 15 répondants (25,0%) les jugent très adaptées, tandis que 11 (18,3%) les jugent peu adaptées aux besoins des journalistes. En d'autres termes, plus de la moitié trouve les plateformes satisfaisantes dans l'ensemble.

c). Usage des nouvelles technologies au travail

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Oui, de manière active, nous avons des sessions de mise à jour régulières	21	35,0%
Oui, mais c'est principalement à l'initiative des journalistes eux-mêmes	22	36,7%
Non, il n'y a pas d'incitation spécifique à s'informer sur ces technologies	17	28,3%
Total	60	100%

Tableau n°7 : explique l'usage des nouvelles technologies au travail

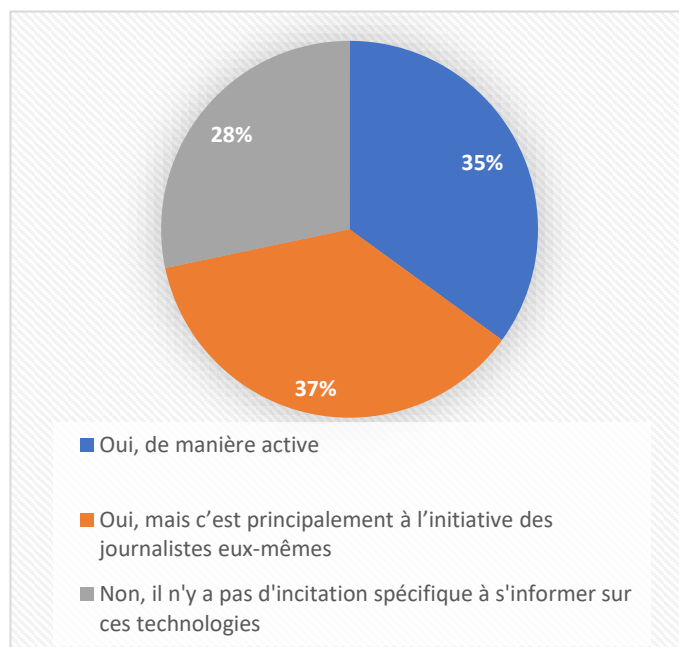


Figure n°8 : explique l'usage des nouvelles technologies au

La moitié des journalistes se dit encouragée à utiliser les nouvelles technologies, dont l'IA : 21 personnes (35,0%) déclarent que cet encouragement est actif (formations, sessions de mise à jour), tandis que 22 (36,7%) répondent que c'est plutôt à l'initiative individuelle. 17 personnes (28,3%) n'ont pas d'incitation spécifique dans leur environnement de travail. Au final, environ deux tiers sont soit activement

encouragés, soit auto-initiés, et un tiers environ ne bénéficie d’aucune formation structurelle.

✓ **Troisième section : L’intelligence artificielle et les journaliste de la presse électronique**

a). Connaissance de l’intelligence artificielle

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Oui	49	81,7%
Non	11	18,3%
Total	60	100%

Tableau n°8 : explique la connaissance de l’IA

La quasi-totalité des répondants (49, soit 81,7%) a déjà entendu parler de l’IA dans le contexte journalistique. Seuls 11 personnes (18,3%) n’en ont jamais entendu parler. L’IA est donc un concept largement connu parmi les journalistes interrogés.

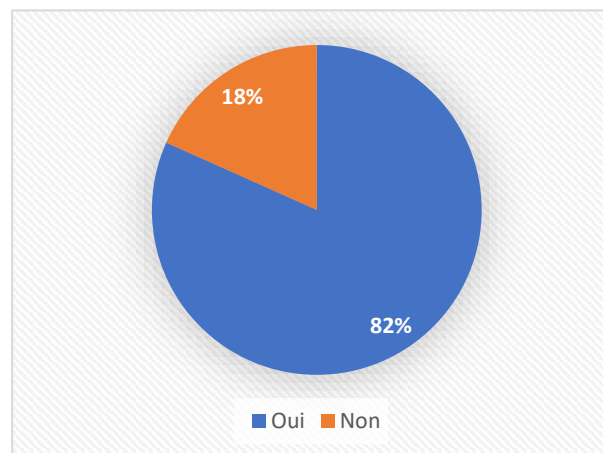


Figure n°9 : explique la connaissance de l’IA

b). Outils d'IA connus en journalisme

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Outil de rédaction comme ChatGPT	39	65,0%
Outils d'écriture automatisée comme Wordsmith	5	8,3%
Analyse prédictive de contenu comme BuzzSumo	4	6,7%
Outils d'analyse des tendances sociales comme Sprinklr	4	6,7%
Aucun (pas d'outil connu)	2	3,3%
Autres	6	10,0%
Total	60	100%

Tableau n°9 : explique les outils connus en journalisme

La plupart des répondants nomment ChatGPT (39 réponses, 65,0%) comme outil d'IA en journalisme. Viennent ensuite Wordsmith (5 réponses, 8,3%), BuzzSumo (4 réponses, 6,7%) et Sprinklr (4 réponses, 6,7%). Deux personnes (3,3%) n'ont cité aucun outil connu. Les 6 réponses restantes (10,0%) mentionnent divers autres outils (Perplexity, Gemini, Meta AI, etc.). ChatGPT domine donc largement la liste.

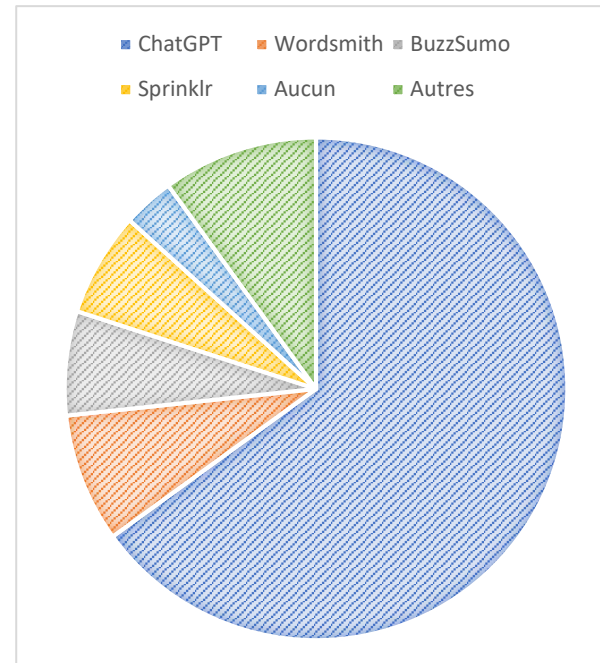


Figure n°10 : explique les outils connus en journalisme

c). Formations sur l'IA adaptées aux journalistes en Algérie

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Non	50	83,4%
Oui	10	16,7%
Total	60	100%

Tableau n°10 : explique les formations adaptées à l'IA

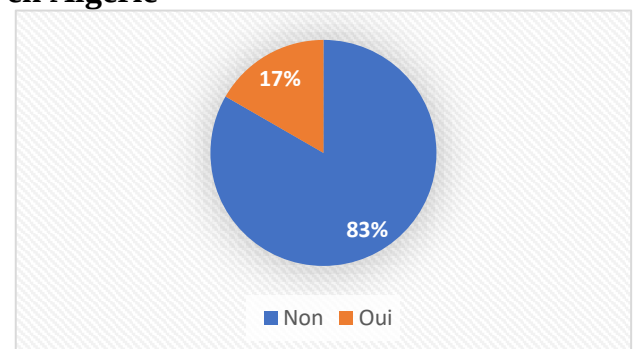


Figure n°11 : explique les formations adaptées à l'IA

50 personnes (83,4%) estiment qu'il n'existe pas suffisamment de formations sur l'IA pour les journalistes en Algérie. Seuls 10 répondants (16,7%) pensent qu'il y en a assez. Il ressort clairement de ce résultat qu'un large déficit de formation est perçu.

d). Formations suivies sur l'IA

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Non	41	68,3%
Oui, formation académique	12	20,0%
Oui, formation professionnelle	7	11,7%
Total	60	100%

Tableau n°11 : explique les formations suivies sur l'IA

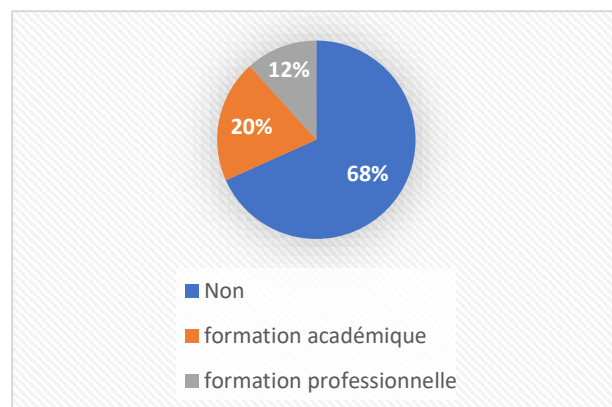


Figure n°12 : explique les formations suivies sur l'IA

41 répondants (68,3%) déclarent ne jamais avoir suivi de formation sur l'IA. Parmi ceux qui en ont suivi, 12 (20,0%) l'ont fait dans un cadre académique et 7 (11,7%) dans un cadre professionnel. La plupart n'a donc pas bénéficié d'atelier ou cours dédié à l'IA.

e). Pertinence des formations suivies

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Très utile et efficace	5	26,3%
Plutôt utile	4	21,05%
Moyennement utile	5	26,3%
Peu utile	3	15,3%
Pas du tout utile	2	10,52%
Total	19	100%

Tableau n°12 : explique les pertinences des Formations suivies

Parmi les 19 personnes formées, 5 (26,3%) jugent la formation « très utile et efficace », 4 (21,05%) la trouvent « plutôt utile » et 5 (26,3%) « moyennement utile ». Seules 3 personnes (15,3%) la jugent peu utile, et 2 (10,52%) pas du tout utile. En somme, la majorité la juge utile (très ou plutôt) pour leur travail.

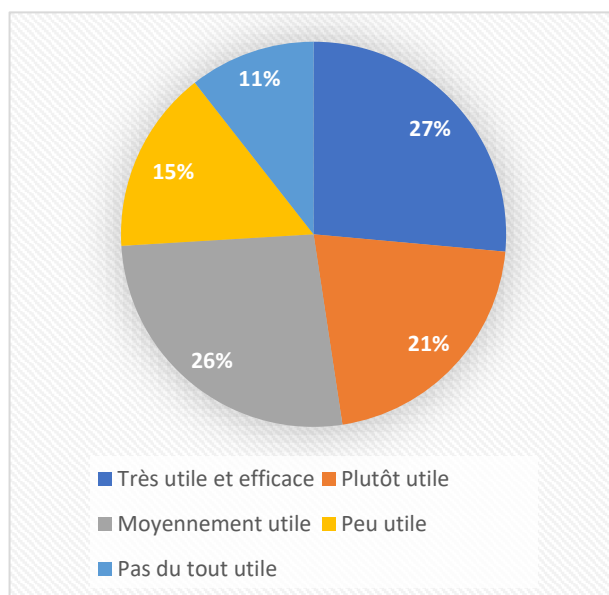


Figure n°13 : explique les pertinences formations suivies

f). Raisons du nonaccès à une formation IA

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Manque de formations accessibles en Algérie	18	43,9%
Manque de temps	12	29,26%
Je ne vois pas l'utilité d'une telle formation	11	26,82%
Total	41	100%

Tableau n°13 : explique les raisons du nonaccès à une non-acces Formation IA

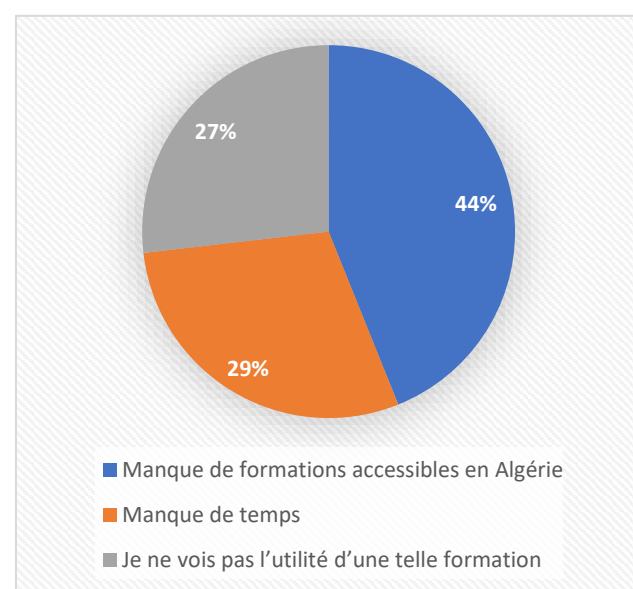


Figure n°14 : explique les raisons du à une formation IA

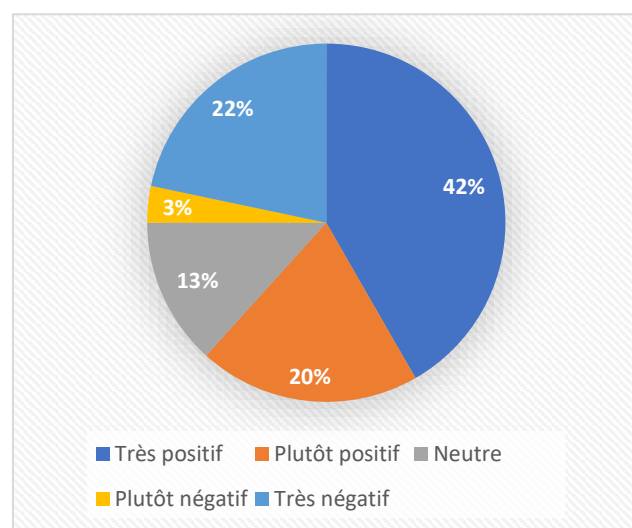
Parmi les 41 répondants n'ayant pas suivi de formation, 18 (43,9%) invoquent le manque de formations accessibles en Algérie. 12 autres (29,26%) ne voient pas l'utilité d'une telle formation, et 11 (26,82%) manquent de temps. Le manque d'offres adaptées apparaît donc comme la raison la plus courante.

g). Impact de l'IA sur le travail quotidien

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Très positif	25	41,7%
Plutôt positif	12	20,0%
Neutre	8	13,3%
Plutôt négatif	2	3,3%
Très négatif	13	21,7%
Total	60	100%

**Tableau n°14 : explique l'impact de l'IA sur
Le travail quotidien**

25 personnes (41,7%) jugent l'impact de l'IA très positif sur leur travail quotidien, et 12 (20,0%) plutôt positif. 8 répondants (13,3%) sont neutres. En revanche, 15 personnes (25,0% au total) voient un impact négatif : 13 (21,7%) le jugent très négatif, 2 (3,3%) plutôt négatif. On note ainsi une division nette : la majorité perçoit l'IA favorablement, mais un quart de l'échantillon exprime des inquiétudes.



**Figure n°15 : explique l'impact
de l'IA sur le travail quotidien**

h). Avantages perçus de l'IA en journalisme

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Gain de temps dans la production de contenu	21	35,0%
Amélioration de la qualité des analyses de données	6	10,0%
Automatisation des tâches répétitives	16	26,7%
Aide à la prise de décision stratégique	4	6,7%
Toutes ces propositions	1	1,7%
Aucun	12	20,0%
Total	60	100%

Tableau °15 : explique les avantages perçus de L'IA

Les principaux avantages cités sont le gain de temps (21 répondants, 35,0%) et l'automatisation des tâches (16, 26,7%). 6 personnes (10,0%) mentionnent l'amélioration de la qualité des analyses de données, et 4 (6,7%) l'aide à la prise de décision. 1 répondant (1,7%) estime qu'il y a tous ces avantages cumulés, et 12 (20,0%) n'en voit aucun.

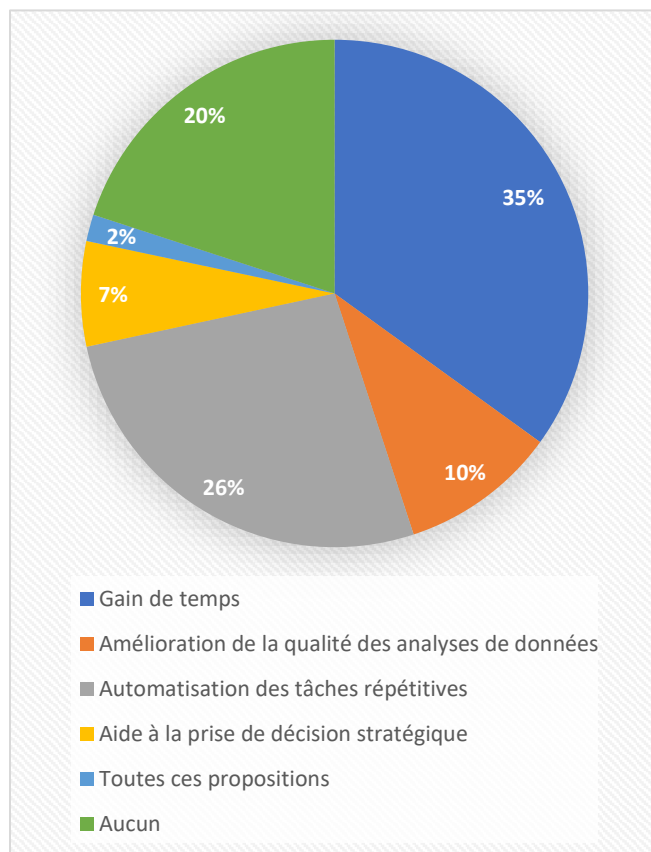


Figure n°16 : explique les avantages perçus de l'IA

i). Risques perçus de l'IA en journalisme

Réponse	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Risques de remplacement des journalistes humains	28	46,7%
Perte d'éthiques journalistiques	14	23,3%
Perte de la créativité humaine	10	16,7%
Risques d'erreurs ou de biais dans l'analyse des données	8	13,3%
Total	60	100%

Tableau n°16 : explique les risques perçus

De l'IA en journalisme

La principale inquiétude (28 répondants, 46,7%) est le remplacement des journalistes par l'IA. 14 personnes (23,3%) craignent surtout la perte de créativité, 10 (16,7%) soulignent le risque éthique (fausses informations, manques de déontologie), et 8 (13,3%) évoquent les erreurs ou biais dans le traitement des données. Ainsi, la crainte majeure reste la réduction du rôle humain, avec d'autres préoccupations significatives sur la qualité et l'éthique de l'information.

II.1.2. Analyse des interviews

✓ **1^{er} entretien** avec un journaliste spécialisé dans la rédaction pour le site

EChourouk Online, à travers l'entretien réalisé avec Mohamed Faci, on constate que l'intégration de l'intelligence artificielle dans la presse électronique algérienne repose largement sur les efforts individuels. Bien que les institutions n'offrent pas encore de formations structurées, certains journalistes, comme lui, se forment de

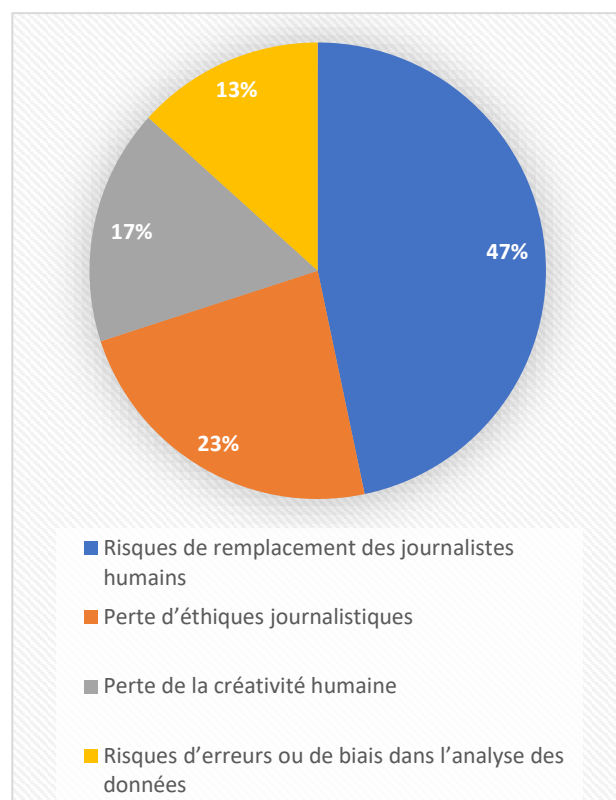


Figure n°17 : explique les risques perçus de l'IA en journalisme

manière autonome en suivant des cours en ligne ou en testant directement des outils comme ChatGPT ‘‘ J’ai commencé à utiliser ChatGPT depuis l’année 2022, et j’étais parmi les premiers à l’avoir utiliser pour la traduction et l’apprentissage’’. Cette démarche personnelle leur permet de gagner du temps dans des tâches répétitives (comme la traduction, la génération de titres ou la correction d’articles), mais sans pour autant négliger l’importance du contrôle humain. Mohamed souligne que l’IA transforme le travail du journaliste, en l’aidant à être plus rapide et efficace, tout en rappelant qu’elle ne peut remplacer la créativité, l’éthique ou l’analyse critique propres à l’humain. Son témoignage met donc en lumière un double constat : d’un côté, un réel potentiel de l’IA dans l’amélioration du journalisme numérique en Algérie, et de l’autre, une nécessité urgente de proposer des formations encadrées pour accompagner cette transition de manière professionnelle et responsable ‘‘J’aimerais bien qu’il ait des formations pratiques spécialisées sur des outils précis comme ChatGPT, Midjourney, outils d’analyse de données, des formations sur les aspects éthiques de l’IA, et pourquoi pas de certifications professionnelles reconnues dans l’IA’’.

- ✓ **2^{ème} entretien** : L’entretien mené avec M. Noureddine Allouache, rédacteur en chef de la journal algérienne « El Hiwar », révèle que si l’intelligence artificielle commence à se faire une place dans les rédactions algériennes, son intégration reste encore limitée par plusieurs obstacles. Contrairement à d’autres, lui et son équipe ont déjà suivi des formations ciblées sur l’IA et utilisent des outils comme ChatGPT, la génération de contenus automatiques, ou encore l’analyse de données pour améliorer la qualité éditoriale. Il affirme que l’IA a déjà permis d’alléger certaines tâches, d’accélérer la production, et d’enrichir l’expérience du lecteur, tout en insistant sur le rôle essentiel du journaliste dans la vérification, le style personnel et la réflexion critique. Sa rédaction a mis en place une stratégie claire, avec des règles éthiques internes encadrant l’usage de l’IA, tout en encourageant les journalistes à se former et à expérimenter. Pour lui, l’IA représente une réelle opportunité, mais son usage reste freiné par le manque de ressources, de formations

généralisées et d'infrastructures adaptées. Ce témoignage illustre une volonté d'ouverture et de modernisation, mais aussi la nécessité d'un accompagnement institutionnel plus structuré pour que l'IA devienne un levier durable pour la presse électronique algérienne.

II.2. Résultats des deux outils

II.2.1. Etat de la formation des journalistes algériens à l'IA

La formation des journalistes algériens à l'intelligence artificielle (IA) dessine un paysage contrasté, mais en pleine effervescence. Sur les 60 journalistes interrogés, la majorité admet ne jamais avoir bénéficié d'une formation formelle en IA, en raison de l'absence de programmes locaux adaptés et d'un manque d'accompagnement institutionnel. Pourtant, l'intérêt est bien là : nombreux sont ceux qui redoublent d'efforts pour apprendre par eux-mêmes.

C'est le cas de M. Mohamed Faci, jeune journaliste, qui s'est formé en autodidacte à l'utilisation d'outils d'IA comme ChatGPT, qu'il utilise régulièrement dans ses tâches quotidiennes. Mais il avance seul, sans encadrement ni mentor pour le guider. Et il n'est pas une exception. À l'échelle internationale, près de 58 % des journalistes qui utilisent l'IA déclarent avoir acquis ces compétences par leurs propres moyens. Beaucoup expriment d'ailleurs le souhait de participer à des ateliers spécialisés pour se perfectionner.

En Algérie, l'usage de l'IA reste encore timide mais progresse, souvent grâce à la débrouillardise des journalistes eux-mêmes. Rares sont les rédactions à encadrer cette pratique de façon structurée. Ce constat rejoint celui observé dans d'autres pays émergents, où l'adoption de l'IA se heurte à plusieurs freins : manque de formation, faible soutien des directions, et ressources technologiques ou financières limitées.

Malgré cela, quelques médias algériens commencent à tracer leur propre chemin. Noureddine Allouache, rédacteur en chef du journal El Hiwar, a par exemple mis en place une stratégie interne pour intégrer l'IA au sein de sa rédaction. Il encourage ses journalistes à tester des outils comme ChatGPT, tout en instaurant des règles claires : mention obligatoire de l'assistance IA, vérification humaine systématique, entre autres. Mais même cette initiative pionnière se heurte à des obstacles concrets : manque de moyens pour investir, absence de formateurs qualifiés et besoin de formation continue pour suivre l'évolution rapide des technologies.

En toile de fond, c'est tout le paysage médiatique algérien qui prend conscience de l'urgence : sans montée en compétences sur l'IA, le secteur risque de se laisser distancer. L'automatisation gagne du terrain : aujourd'hui, des outils comme ChatGPT sont capables de rédiger des articles ou de résumer l'actualité de manière autonome. Face à cela, les journalistes n'ont plus le choix : s'appropriier ces technologies devient essentiel pour rester compétitifs.

Comme le résume un expert international : "Tous les journalistes doivent désormais se familiariser avec l'IA, car cette compétence est devenue indispensable pour préserver la qualité et la pertinence du journalisme à l'ère numérique."

En résumé, si l'on observe une véritable prise de conscience et des initiatives individuelles prometteuses chez les professionnels algériens, le manque de formations structurées et de soutien institutionnel creuse des écarts entre les rédactions. Un chantier de taille reste à entreprendre pour faire de l'IA un levier commun et accessible à tous.

II.2.2. Utilisation de l'IA dans le travail quotidien des journalistes algériens

L'intelligence artificielle commence à trouver sa place dans les rédactions algériennes, s'intégrant progressivement dans le quotidien des journalistes. Une

enquête menée auprès de 60 professionnels travaillant dans des médias en ligne révèle que beaucoup utilisent déjà l'IA pour des tâches précises : traduire rapidement une citation, corriger un article, générer un titre percutant ou encore surmonter le syndrome de la page blanche. Ces outils numériques sont devenus de véritables alliés pour améliorer la productivité et alléger les tâches répétitives.

Mais cette adoption reste inégale. Certains journalistes avouent ne recourir que rarement – voire jamais – à ces technologies, souvent par manque de formation ou de moyens techniques. Le fossé se creuse entre ceux à l'aise avec le numérique, qui voient en l'IA un atout, et ceux qui s'en méfient ou n'y ont tout simplement pas accès.

Parmi les utilisateurs convaincus, M. Mohamed Faci, journaliste à Echorouk Online, explique utiliser quotidiennement ChatGPT pour améliorer ses articles et un logiciel de transcription automatique pour convertir ses interviews audio en texte. Résultat : un gain de temps précieux et plus de liberté pour se concentrer sur l'essentiel de son travail.

D'autres, comme M. Noureddine Allouache, rédacteur en chef dans un média en ligne, vont plus loin en intégrant l'IA dans une véritable stratégie de rédaction. Il encourage ses équipes à tester ces outils, tout en fixant des limites claires : l'IA doit rester une aide ponctuelle, encadrée par des règles éthiques strictes. Pas question de remplacer le journaliste, mais plutôt d'automatiser certaines étapes – comme les résumés ou les premières vérifications – tout en maintenant un contrôle humain.

Ce mouvement s'inscrit dans une tendance mondiale. Partout, les journalistes se tournent vers l'IA pour gagner du temps sur les tâches techniques : rédaction, recherche, traduction, transcription, vérification des faits ou génération d'idées. ChatGPT figure d'ailleurs parmi les outils les plus largement adoptés.

En Algérie, cette transition reste progressive. Si les bénéfices sont déjà visibles, l'appropriation de l'IA dépend encore fortement des profils et des moyens des rédactions. L'intelligence artificielle s'impose ainsi comme un nouvel acteur dans les médias, mais l'équilibre entre l'humain et la machine reste à inventer.

II.2.3. Les défis éthiques et déontologiques de l'IA dans la presse électronique

L'intégration progressive de l'intelligence artificielle dans la presse électronique algérienne suscite des interrogations éthiques de plus en plus vives. Si de nombreux journalistes perçoivent l'IA comme un outil utile pour alléger la charge de travail, ils sont aussi nombreux à exprimer des réserves. Les inquiétudes portent notamment sur la déshumanisation du contenu, la perte de contrôle éditorial, ou encore le risque d'erreurs banalisées.

Certains craignent que l'automatisation à outrance n'uniformise le style journalistique, ou ne brouille les frontières entre faits et fiction, surtout lorsque les contenus générés ne sont pas relus. M. Mohamed Faci, journaliste à Echorouk Online, insiste sur ce point : même s'il gagne du temps grâce à des outils comme ChatGPT, il relit et corrige systématiquement chaque texte avant publication. « La supervision humaine est indispensable », affirme-t-il. « L'IA reste un outil, pas un auteur. »

Du côté des rédactions, certains encadrants prennent les devants. M. Nouredine Allouache, rédacteur en chef, a mis en place une politique interne stricte : chaque contenu généré avec l'aide de l'IA doit être systématiquement vérifié par un journaliste, et aucune information sensible ne peut être laissée à l'appréciation d'un algorithme. Pour lui, l'IA ne doit jamais remplacer le jugement humain, mais simplement assister dans les tâches techniques.

Ces initiatives locales s'inscrivent dans un débat mondial. Partout, des experts alertent sur les dérives possibles : biais algorithmiques, manipulation de l'opinion,

hallucinations factuelles... autant de risques qui appellent à une utilisation prudente et encadrée. En Algérie, la question ne se pose donc plus en termes d'acceptation ou de rejet de l'IA, mais plutôt en termes d'usage responsable.

La réponse semble claire pour les journalistes interrogés : l'IA peut être une aide précieuse, à condition que l'humain garde la main. Car au-delà de la technologie, c'est la responsabilité éditoriale, la sensibilité et l'engagement journalistique qui garantissent la qualité et la crédibilité de l'information. Ce n'est pas la machine qui est dangereuse en soi, mais ce qu'on choisit de lui confier – et surtout, ce que l'on cesse de faire lorsqu'on lui accorde trop de place.

III. Discussion des résultats

II.1. Comparaison avec les études existantes

Aspect	Mon étude de 2025	Etudes antérieures (nationales)
Formation à l'IA	Formation formelle rare ; majorité sans formation spécifique (auto-apprentissage ou aucune).– Prise de conscience du besoin de former les journalistes (exprimé lors des entretiens).	Faible formation institutionnelle à l'IA : ex. 70 % des journalistes interrogés en 2023 n'avaient reçu aucune formation à l'IA .– Initiatives de formation principalement externes (ateliers ponctuels, programmes internationaux).

Usages quotidiens de l'IA	Adoption modérée et hétérogène : ~1/3 des journalistes utilisent régulièrement au moins un outil d'IA, les autres plus rarement. Outils privilégiés : assistants rédactionnels (ex. ChatGPT), traduction, analyse de données, correction automatique.	Adoption naissante (2023) : seulement 30 % utilisaient des applications d'IA dans leur travail , contre 70 % ne les utilisant pas.– Types d'outils employés : génération de textes assistée (29 % des usages), chatbots (24 %), outils de datajournalisme (12 %), etc. sans généralisation à l'époque.
Perceptions et craintes	Utilité reconnue : l'IA est perçue comme une opportunité d'accélérer la production et d'améliorer certains contenus.– Réserves fortes : refus d'une automatisation totale – l'IA doit rester un outil d'assistance, le journaliste humain demeure central .– Craintes éthiques : risque d'erreurs factuelles (infox) nécessitant vérification humaine, question de la responsabilité en cas de	Enthousiasme mesuré dès 2023 : les journalistes voyaient l'IA comme « un outil précieux, mais qui nécessite un encadrement humain permanent » .– Alerte au remplacement : consensus sur le fait que l'IA ne peut pas remplacer le journaliste humain en matière de créativité et de sens critique (peur d'une déshumanisation du journalisme si on allait trop loin).– Préoccupations éthiques

	dérapage , perte du style personnel (contenu déshumanisé) .– Attitude globale : pragmatisme prudent – les journalistes se disent ouverts à l’IA, mais très vigilants sur l’éthique et la valeur ajoutée humaine.	similaires : déjà en 2023-2024, on soulignait la nécessité de transparence (ex. signaler les contenus générés par IA) et de fixer des limites à l’IA pour préserver la déontologie
Stratégie en rédaction	Enthousiasme mesuré dès 2023 : les journalistes voyaient l’IA comme « un outil précieux, mais qui nécessite un encadrement humain permanent » .– Alerte au remplacement : consensus sur le fait que l’IA ne peut pas remplacer le journaliste humain en matière de créativité et de sens critique (peur d’une déshumanisation du journalisme si on allait trop loin).– Préoccupations éthiques similaires : déjà en 2023-2024, on soulignait la nécessité de transparence	Pas de stratégie officielle recensée en 2023 dans les médias algériens, mais un besoin ressenti : 60 % des journalistes estimaient nécessaire d’intégrer l’IA dans leur entreprise de presse .– Initiatives isolées : au mieux, quelques formations internes ou consignes ponctuelles, mais rien de systématique. Les études antérieures appelaient à développer de véritables stratégies de transformation numérique incluant l’IA, restées à

	(ex. signaler les contenus générés par IA) et de fixer des limites à l'IA pour préserver la déontologie	l'état embryonnaire jusqu'en 2024.
--	---	------------------------------------

Tableau n°17 : explique une comparaison entre une étude de 2023 et 2025 sur l'impact de l'IA sur la formation des journalistes algériens qui travaillent dans la presse électronique

En résumé, l'étude de 2025 confirme largement les tendances identifiées par les travaux antérieurs, tout en reflétant une légère évolution du contexte. Des convergences nettes apparaissent sur le diagnostic des lacunes – manque de formation organisée, usage encore limité de l'IA au quotidien – et sur la philosophie d'approche : journalistes et chercheurs s'accordent pour considérer l'IA comme une chance technologique qui peut améliorer l'efficacité du journalisme, à condition de ne pas trahir les principes fondamentaux de la profession. De part et d'autre, on insiste sur la primauté du facteur humain, avec la conviction partagée que l'IA doit demeurer un outil au service du journaliste (et non l'inverse). De même, les craintes éthiques soulevées en 2023 restent d'actualité en 2025 : l'exigence de transparence, la fiabilité de l'information et la préservation de l'authenticité du travail journalistique restent des préoccupations centrales et communes. Les divergences, quant à elles, tiennent surtout à une question de degré et d'avancement. L'étude 2025 laisse entrevoir un usage de l'IA un peu plus répandu qu'auparavant – signe que les mentalités évoluent et que les outils (comme ChatGPT) ont gagné en notoriété en très peu de temps. Elle révèle aussi les premiers exemples de stratégies internes structurées dans certaines rédactions, là où en 2023 aucune entreprise de presse n'en affichait véritablement. Autrement dit, le paysage algérien commence doucement à passer de la théorie à la pratique : si les constats de base demeurent similaires (besoin de formation, vigilance éthique, adoption progressive), on observe en 2025 une maturation du débat et les premiers pas concrets vers l'intégration de l'IA dans les salles de rédaction. Les fondements posés par les études précédentes se voient donc renforcés, avec des avancées tangibles qui

marquent le début d'une nouvelle phase – celle de la mise en œuvre réfléchie de l'IA dans le journalisme algérien.

III.2. Impact observé sur la pratique journalistique en Algérie

L'impact de l'intelligence artificielle sur la pratique journalistique en Algérie commence doucement à se faire sentir, même s'il reste encore limité à certains profils et à quelques rédactions pionnières. Ce que révèlent les réponses des journalistes interrogés en 2025, c'est qu'une nouvelle manière de travailler est en train d'émerger, plus rapide, plus structurée, et parfois plus efficace grâce à l'usage de l'IA. Des outils comme ChatGPT ou des logiciels de transcription sont utilisés pour rédiger plus vite, corriger les fautes, traduire des citations, ou générer des titres dynamiques, ce qui permet aux journalistes de gagner du temps sur les tâches répétitives. Certains, comme le journaliste Mohamed Faci, ont totalement intégré ces outils dans leur quotidien, sans jamais les laisser remplacer leur propre jugement. Ils s'en servent pour fluidifier leur travail, mais gardent la main sur le fond, le style et la vérification. Du côté des rédactions, rares sont celles qui ont mis en place une vraie stratégie, mais quelques-unes, comme celle dirigée par Noureddine Allouache, ont commencé à encadrer ces usages avec des règles internes claires. Grâce à l'IA, certains journalistes disent se sentir plus productifs, mieux organisés, voire soulagés de certaines tâches secondaires. Mais cet impact reste progressif, inégal, et souvent dépendant des efforts individuels. Il ne s'agit pas d'une révolution brutale, mais plutôt d'une transformation douce : le métier reste le même dans ses exigences de rigueur, d'enquête et d'éthique, mais les outils changent, et avec eux, le rythme et les méthodes.

Les études précédentes observaient déjà cette transition, en soulignant que l'IA ne remplacerait pas le journaliste, mais changerait la manière d'exercer le métier. C'est exactement ce qui se passe aujourd'hui en Algérie : la technologie s'installe lentement dans les pratiques, sans bousculer les fondamentaux, mais en imposant une adaptation nécessaire, surtout pour ne pas rester à la traîne.

Conclusion

À l'issue de ce travail de recherche consacré à l'impact de l'intelligence artificielle (IA) sur la formation des journalistes algériens travaillant dans la presse électronique, il apparaît que cette technologie constitue à la fois une opportunité et un défi pour le secteur médiatique national. L'émergence rapide des outils d'IA générative, de l'automatisation de la rédaction à l'analyse des données, transforme profondément les pratiques professionnelles et les compétences requises dans les rédactions numériques.

L'enquête menée auprès de journalistes et professionnels des médias algériens révèle une conscience croissante des enjeux liés à l'IA, mais aussi un manque de formation spécifique et adaptée à ces nouvelles technologies. Si certains journalistes perçoivent l'IA comme un levier pour améliorer la productivité, enrichir les contenus et diversifier les formats, d'autres expriment des craintes quant à la déshumanisation du métier, à la fiabilité des outils ou encore à la menace sur l'emploi.

Les résultats soulignent également que la majorité des journalistes interrogés utilisent des outils basés sur l'IA de manière empirique, sans encadrement clair ni véritable stratégie de formation. Cette situation met en évidence un retard institutionnel en matière d'accompagnement, aussi bien au niveau des établissements de formation journalistique que des organes de presse eux-mêmes.

Ainsi, pour que l'IA soit un facteur d'enrichissement et non de fragilisation du journalisme électronique en Algérie, il est impératif de développer une approche proactive : repenser les cursus de formation, intégrer l'IA dans les politiques éditoriales, et renforcer la culture numérique des journalistes. À long terme, l'avenir du journalisme algérien dépendra de sa capacité à intégrer l'intelligence artificielle de manière éthique, critique et créative.

Liste de bibliographie

- **Dictionnaires :**

-Collins Robert French-English Dictionary, édité par HarperCollins Publishers(Royaume Uni) et Dictionnaires Le Robert (France), Niveau avancé, 10^{ème} édition.

-Larousse Anglais (Maxi Poche/ Compact/ Junior), édité par Larousse (France), dernière édition 2021.

-Harrap's Shorter French and English Dictionary, édité par Chambers Harrap Publishers (Royaume Uni), repris par Larousse (France), 8^{ème} édition 2007.

-Oxford-Hachette French Dictionary, édité par Oxford University Press (Royaume Uni) et Hachette Education (France), 4^{ème} édition 2007.

- **Livres**

-Anderson, C.W., et al. Artificial Intelligence and Journalism: Ethics and Impact. Springer, 2023.

-Angers, Maurice. Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. CASBAH-Édition, Alger, 2015.

-Angres, Maurice. Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. Édition CEC.

-Antheaume, Alice. Le journalisme numérique. 2^e éd., Paris : Presses de Sciences Po, 2016.

-Bourdieu, Pierre. « L'Emprise du journalisme », Actes de la recherche en sciences sociales, vol. 101/102, 1994, pp. 3–9.

-Caumont, Daniel. Les études de marché. Éditions Dunod, Collection « Les Topos », septembre 2023.

-Charon, Jean-Marie. Rapport à Madame la Ministre de la Culture et de la Communication, juin 2015.

-Charon, Jean-Marie & Le Floch, Patrick. La presse en ligne. Paris : La Découverte, 2011.

-Chartron, Ghislaine. La presse électronique : perspectives d'organisation. ASTED, 1999.

-Diakopoulos, Nicholas. Algorithmic Journalism: How AI Changes News Production. Oxford University Press, 2019.

-Fiche méthodologique n°3, Laboratoire interdisciplinaire d'évaluation des politiques publiques, Sciences Po.

-Flichy, Patrice. Les nouvelles frontières du travail à l'ère numérique. Paris : Seuil, 2017.

-Joannes, Alain. Le journalisme à l'ère électronique. Paris : Vuibert, coll. Lire Agir, 2007.

-Martin, Fiona. Digital Journalism and Artificial Intelligence: Trends and Challenges, 2022.

-Nilsson, Nils J. Artificial Intelligence: A New Synthesis, 1998.

-Nilsson, Nils J. The Quest For Artificial Intelligence. Cambridge University Press, 2010.

-Owens, Simon. The Future of News: AI and Journalism, 2023.

-Poell, Thomas & van Dijck, José. Artificial Intelligence for Media: From Automated Reporting to Media Analytics, 2021.

-Russell, Stuart & Norvig, Peter. Intelligence Artificielle : Une approche moderne. 4^e éd., Pearson, 2022. (Trad. de Artificial Intelligence: A Modern Approach).

- **Articles scientifiques ou académiques**

-Bruns, A. (2019). "Algorithmic Gatekeeping, Editorial Power, and the News Feed".

-Carlson, M. (2020). "Automating Judgment? Algorithmic Judgment, News Work, and the Professions". New Media & Society.

- Carlson, M. & Lewis, S. (2022). « Artificial Intelligence in Journalism: A Systematic Review ».
- Carlson, M. & Lewis, S.C. (2015). “Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation”.
- Charon, Jean-Marie. « De la presse écrite à la presse numérique.
- Diaz Noci, Javier et al. Journalisme numérique : théorie, méthodologie et critères d’analyse, 2007.
- Flichy, Patrice. « Le multimédia : objet-valise, objet-frontière ».
- Lee, J. (2021). « Automated Journalism and Media Literacy: Preparing Future Journalists ».
- Lindén, C.-G. & Karlsson, M. (2017). “Algorithmic Journalism: On the transformation of the newsroom and news practices”.
- Napoli, P. M. (2014). “Automated Media: An Institutional Theory Perspective on Algorithmic Media Production and Consumption”.
- Napoli, P. M. (2019). “Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age”.
- Nguyen, L., et al. (2023). « Training Journalists in the Age of AI: New Skills and Challenges ».
- Schmidt, J., & Wiegand, M. (2017). “A Survey on Hate Speech Detection using Natural Language Processing”.
- Schulz, W., & Becker, L.B. (2020). “Journalism Education and the Digital Transformation: Challenges and Trends”.

-Taiebi Moussaoui, Fatima Zohra. « Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques ». L'Année du Maghreb, 2016.

-Zouari, Khaled. « La presse en ligne : vers un nouveau média ? », Les Enjeux de l'information et de la communication, n°1, 2007.

• **Rapports et documents officiels**

- Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI), France (2022). Guide de bonnes pratiques pour l'intégration de l'IA dans les systèmes critiques.

-Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), France (2021). L'intelligence artificielle dans les médias : enjeux éthiques et réglementaires.

-European Commission (2020). White Paper on Artificial Intelligence - A European approach to excellence and trust.

-Mission Villani. Qu'est-ce que l'intelligence artificielle ? Livret de vulgarisation, mars 2018.

-OECD (2019). Artificial Intelligence in Society. OECD Publishing.

-Reporters Sans Frontières (2023). Artificial Intelligence and Media Freedom: Challenges and Opportunities.

-Reuters Institute (2024). AI in Newsrooms: Opportunities and Risks.

-UNDP Algeria (2024). Rapport sur la transformation digitale et l'intelligence artificielle en Algérie.

-UNESCO (2021). Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence.

-UNESCO (2023). Artificial Intelligence and the Future of Journalism.

-Villani, Cédric (2018). Donner un sens à l'intelligence artificielle, Rapport au Premier Ministre (France).

Entretiens

-ABASSE Naima, Directrice du journal El Moudjahid, entretien réalisé le 23/02/2012, à Alger.

- **Articles Web/ Journalistiques/ Plateformes**

-CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés). « L'intelligence artificielle », disponible sur : <https://www.cnil.fr/fr/intelligence-artificielle>.

-CNRS. « Intelligence artificielle : les grandes dates », disponible sur : <https://lejournel.cnrs.fr/articles/intelligence-artificielle-les-grandes-dates>.

-El Moudjahid. « Digitalisation et Intelligence Artificielle : Les deux défis des médias et de la communication ».

-Encyclopédie Universalis. « Intelligence artificielle ».

-France Culture. « Qu'est-ce que l'intelligence artificielle ? », disponible sur : <https://www.radiofrance.fr/franceculture>.

-France Inter. « IA et journalisme : vers la fin des reporters ? », émission du 12/03/2024.

-JournalismAI. *AI in Journalism Report 2023*, disponible sur : <https://www.journalismai.info>.

-Kassouni Law. « AI and journalism: How artificial intelligence is changing the news industry ».

-La Gazette. « L'intelligence artificielle, outil ou menace pour les journalistes ? », article du 05/05/2024.

-La Nouvelle République. « L'Intelligence Artificielle : un allié pour les journalistes », article du 02/10/2024.

-La Presse. « L'intelligence artificielle au service du journalisme », article du 04/10/2022.

-Le Monde. « Les outils d'intelligence artificielle dans les rédactions ».

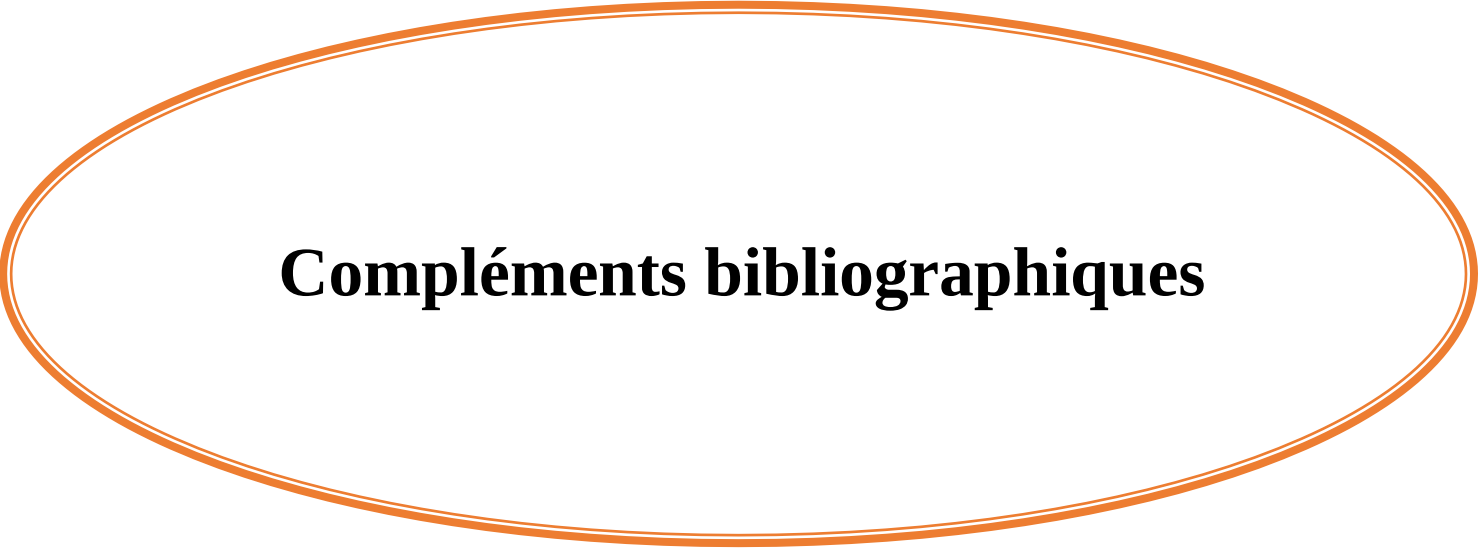
-Le Monde. « Tout comprendre à l'intelligence artificielle, cette technologie source de nombreux malentendus ».

-L'Express. « Intelligence artificielle : quel avenir pour les journalistes ? », article du 27/04/2023.

-TuringBots. « Qu'est-ce que l'intelligence artificielle ? », disponible sur : <https://www.turingbots.ai>.

-Université Paris Cité. *Encyclopédie numérique*, article « Intelligence artificielle et médias ».

-UNESCO. « L'impact de l'IA sur la liberté de la presse », rapport interactif.

A large, horizontal orange oval border with a double-line effect, framing the central text.

Compléments bibliographiques

I. Le questionnaire en ligne

Un questionnaire a été distribué en ligne intitulé “L’impact de l’intelligence artificielle sur la formation des journalistes algériens travaillant dans la presse électronique -Une étude analytique sur un échantillon des journalistes- “

Cher journaliste,

Dans le cadre de mon mémoire de fin d’étude, j’étudie l’impact de l’intelligence artificielle sur la formations des journalistes algériens qui travaillent dans la presse électronique. Votre expérience et votre point de vue en tant que professionnel de la presse électronique sont essentiels pour enrichir cette étude.

Je vous invite donc à répondre à ce court questionnaire, qui ne vous prendra que quelques minutes. Toutes les informations recueillies resteront strictement confidentielles et seront utilisées uniquement à des fins de recherche scientifique. Aucune donnée personnelle ne sera exploitée à d’autres fins.

Votre contribution est précieuse et je vous remercie d’avance pour votre temps et votre participation.

BENSEKHRI Lina

- **1^{ère} section : Questions sur l’interviewé**

- 1- **Quel est votre sexe :**

- Homme
 - Femme

- 2- **Quel est votre âge ?**

- Moins de 25 ans
 - 25-35 ans
 - 36-45 ans
 - Plus de 45 ans

- 3- **Depuis combien de temps travaillez-vous en tant que journaliste ?**

- Moins de 1 an
 - 1-3 ans
 - 3-5 ans
 - Plus de 5 ans

- 4- **Quel est le format de contenu que vous produisez le plus fréquemment ?**

- Articles écrits

- Vidéos (reportages, interviews, etc.)
 - Podcasts
 - Infographies ou visualisation de données
 - Autre (préciser)
-
- **2^{ème} section : Questions sur le métier du journalisme (Presse électronique)**
 - 1- **Depuis combien de temps travaillez-vous dans la presse électronique ?**
 - Moins de 1 an
 - 1-3 ans
 - 3-5 ans
 - Plus de 5 ans
 - 2- **Selon vous, quelle est la principale différence entre le travail d'un journaliste dans la presse traditionnelle et celui dans la presse électronique ?**
 - La rapidité de publication
 - La dépendance aux outils numériques et aux plateformes
 - La variété des formats (texte, vidéo, infographie, etc.)
 - Autre (préciser)
 - 3- **Dans quelle mesure estimez-vous que les plateformes de presse électronique en Algérie sont adaptées aux besoins des journalistes d'aujourd'hui ?**
 - Très adaptées, elles offrent une large gamme d'outils et de ressources
 - Moyennement adaptées, mais elles manquent parfois d'outils spécialisés
 - Peu adaptées, il manque des technologies de pointe pour soutenir notre travail
 - 4- **Les journalistes dans votre environnement de travail sont-ils encouragés à se tenir au courant des nouvelles technologies et outils numériques (y compris l'IA) ?**
 - Oui, de manière active, nous avons des sessions de mise à jour régulières
 - Oui, mais c'est principalement à l'initiative des journalistes eux-mêmes
 - Non, il n'y a pas d'incitation spécifique à s'informer sur ces technologies
 - **3^{ème} section : Questions sur IA**
 - 1- **Avez-vous déjà entendu parler de l'intelligence artificielle (IA) dans le contexte du journalisme ?**
 - Oui
 - Non

2- Quels outils d'IA connaissez-vous dans le journalisme ? (Vous pouvez choisir plusieurs réponses)

- Outils d'écriture automatisée comme Wordsmith
- Outil de rédaction comme ChatGPT
- Analyse prédictive de contenu comme BuzzSumo
- Outils d'analyse des tendances sociales comme Sprinklr
- Je ne connais aucun outil spécifique

3- Pensez-vous qu'il existe suffisamment de formations sur l'IA adaptées aux journalistes en Algérie ?

- Oui
- Non

4- Avez-vous déjà suivi une formation ou un atelier sur l'utilisation de l'IA dans votre travail (Le journalisme) ?

- Oui, dans un cadre professionnel
- Oui, dans un cadre académique
- Non

5- Si vous avez suivi une formation en IA, comment évalueriez-vous sa pertinence et son efficacité ?

- Très utile et efficace
- Plutôt utile
- Moyennement utile
- Peu utile
- Pas du tout utile

6- Si vous n'avez pas suivi de formation en IA, quelles sont les raisons ? (Vous pouvez choisir plusieurs réponses)

- Manque de formations accessibles en Algérie
- Manque de temps
- Je ne vois pas l'utilité d'une telle formation
- Autre (Exprimez):

7- Comment évalueriez-vous l'impact de l'IA sur votre travail quotidien ?

- Très positif

- Plutôt positif
- Neutre
- Plutôt négatif
- Très négatif

8- Quels sont, selon vous, les principaux avantages de l'utilisation de l'IA dans le journalisme ? (Vous pouvez choisir plusieurs réponses)

- Gain de temps dans la production de contenu
- Amélioration de la qualité des analyses de données
- Automatisation des tâches répétitives
- Aide à la prise de décision stratégique
- Autre (Exprimez) :

9- Quels sont les risques ou inconvénients de l'utilisation de l'IA dans le journalisme ? (Vous pouvez choisir plusieurs réponses)

- Perte de la créativité humaine
- Perte d'éthiques journalistiques
- Risques d'erreurs ou de biais dans l'analyse des données
- Risques de remplacement des journalistes humains
- Autre (Exprimez):

II. Guide pour les interviews

J'ai réalisé deux (02) interviews : Une avec un journaliste qui travaille dans le journal Echourouk Online et une autre avec le rédacteur en chef du journal El Hiwar.

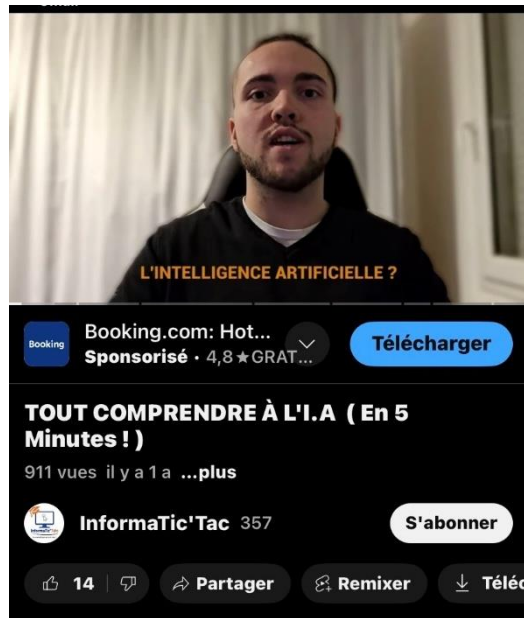
Les questions sont les suivantes :

- Questions pour le journaliste :
 - ✓ Pouvez-vous me parler un peu de votre parcours dans le journalisme, et depuis combien de temps vous travaillez dans la presse électronique ?
 - ✓ À quel moment avez-vous entendu parler d'intelligence artificielle appliquée aux médias ?
 - ✓ Avez-vous déjà reçu une formation (ou atelier) sur l'utilisation de l'IA dans votre métier ?
 - ✓ Si non, pensez-vous qu'il serait utile que les journalistes reçoivent ce type de formation ? Pourquoi ?

- ✓ Quels types de formations aimeriez-vous voir exister (en ligne, en présentiel, ciblées sur certains outils, etc.) ?
 - ✓ Est-ce que vous utilisez personnellement des outils d'IA dans votre travail ? Si oui, lesquels ?
 - ✓ Dans quelles tâches l'IA vous aide le plus (transcription, correction, veille, etc.) ?
 - ✓ Est-ce que cela a changé votre manière de travailler ? (en bien ou en moins bien)
 - ✓ Qu'est-ce que vous pensez des contenus générés automatiquement par des IA (textes, images, etc.) dans le journalisme ?
 - ✓ Est-ce que vous pensez qu'un jour une IA pourrait remplacer un journaliste humain ? Pourquoi ?
 - ✓ Selon vous, où faut-il mettre des limites à l'usage de l'IA dans notre métier ?
 - ✓ Est-ce que l'usage de l'IA remet en question certains principes déontologiques (vérification, responsabilité, style personnel...) ?
 - ✓ Avez-vous déjà testé ChatGPT, Google Bard, ou d'autres outils similaires ? Pour quelles raisons ?
 - ✓ Est-ce que vous vous sentez accompagné(e) ou plutôt livré(e) à vous-même face à ces nouvelles technologies ?
 - ✓ Avez-vous déjà publié un contenu où l'IA a eu un rôle important (même partiel) ?
- Questions pour le rédacteurs en chef :
 - ✓ Peux-tu me parler un peu de ton parcours dans le domaine du journalisme ? Et depuis quand travailles-tu dans la presse électronique ?
 - ✓ Quand as-tu entendu parler pour la première fois de l'intelligence artificielle appliquée aux médias ?
 - ✓ As-tu déjà reçu une formation (même basique) sur l'utilisation de l'intelligence artificielle dans ton travail ?
 - ✓ Si ce n'est pas le cas, penses-tu qu'il serait utile pour les journalistes de suivre ce type de formation ? Et pourquoi ?

- ✓ Quels types de formations souhaiterais-tu voir (à distance, en présentiel, axées sur des outils spécifiques...) ?
- ✓ Utilises-tu personnellement des outils d'intelligence artificielle dans ton travail ? Si oui, lesquels ?
- ✓ Pour quelles tâches l'intelligence artificielle t'aide-t-elle le plus ? (transcription, correction, veille médiatique, etc.)
- ✓ Cela a-t-il changé ta manière de travailler ? (en bien ou en mal)
- ✓ Que penses-tu des contenus générés automatiquement par l'intelligence artificielle (textes, images...) dans le domaine du journalisme ?
- ✓ Penses-tu que l'intelligence artificielle pourrait un jour remplacer le journaliste humain ? Pourquoi ?
- ✓ Selon toi, où devrait-on placer les limites de l'utilisation de l'intelligence artificielle dans notre métier ?
- ✓ L'utilisation de l'intelligence artificielle menace-t-elle, selon toi, certains principes éthiques comme la vérification des faits, la responsabilité ou le style personnel ?
- ✓ Votre média a-t-il envisagé une stratégie pour intégrer l'intelligence artificielle dans les processus de rédaction ?
- ✓ Encouragez-vous les journalistes à utiliser certains outils ? Ou cela repose-t-il encore sur des initiatives individuelles ?
- ✓ Avez-vous mis en place des règles internes concernant l'utilisation de l'IA (comme mentionner que le contenu a été produit avec l'aide de l'intelligence artificielle) ?
- ✓ À ton avis, quel rôle pourrait jouer l'intelligence artificielle dans l'avenir de la presse électronique en Algérie ?
- ✓ Considères-tu cette évolution comme une menace, une opportunité ou simplement un outil parmi d'autres ?
- ✓ Quels sont, selon toi, les obstacles actuels à une meilleure adoption de l'intelligence artificielle dans les rédactions algériennes ?

III. Des vidéos sur Youtube



- ✓ Chaine de InformaTic'Tac : TOUT COMPRENDRE À L'I.A (En 5 Minutes !)



- ✓ Chaine de Europe 1 : L'intelligence artificielle, qu'est-ce que c'est ?



- ✓ Chaîne de L'Esprit Sorcier TV : TOUT COMPRENDRE À L'IA - Dossier #33 - L'Esprit Sorcier



- ✓ Chaîne de Ecole de journalisme de Sciences Po : Faire travailler l'IA au service du journalisme



Chaine de Prof. Chazoule, NEW YORK. USA. En : L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DETRUIT-ELLE LA PRESSE ET LE JOURNALISME ???



Chaine de MIAI Cluster IA : IA et presse : affaire sensible ?



Chaine de Transformations Managériales & RH : #172 - CNIL : Droits et devoirs des IA génératives



Chaine de ADVANT Altana : FIL ROUGE : Recommandations de la CNIL sur le développement des systèmes d'IA