Universität Zürich[UZH]

Communication

Media Relations
Telefon: +41 44 634 44 67
Telefax: +41 44 634 23 46
mediarelations@kommunikation.uzh.ch
www.media.uzh.ch

Communiqué de presse

Zurich, le 23 septembre 2025

Une nette majorité des professionnels des médias suisses utilisent des outils d'IA, mais avec des réserves

La grande majorité des professionnels des médias en Suisse utilisent l'IA dans leur travail quotidien, mais principalement pour des tâches de soutien et moins pour la production de contenu. Ils ont une opinion plutôt ambivalente sur les effets de l'utilisation des outils d'IA sur la qualité des médias. Ils sont favorables à des normes sectorielles et à une coopération renforcée dans le domaine des infrastructures d'IA afin de réduire la dépendance vis-à-vis des plateformes technologiques. C'est ce que révèle une étude de l'Université de Zurich.

Le développement rapide de l'intelligence artificielle (IA) générative modifie la manière dont les informations sont produites. Mais quelles en sont les conséquences pour le journalisme ? Sur la base d'une enquête en ligne menée auprès de 730 professionnels des médias issus des trois grandes régions linguistiques, le fög – Centre de recherche sur le public et la société de l'Université de Zurich (UZH) – a pour la première fois étudié de manière approfondie l'utilisation et les effets de l'IA sur le journalisme suisse.

La majorité des professionnels des médias utilisent des outils d'IA

Les outils d'IA se sont imposés dans les rédactions : la majorité des professionnels des médias (87 %) utilisent l'IA dans leur travail quotidien, certains même de manière intensive (17 %). À l'inverse, une partie non négligeable des personnes interrogées n'utilisent jamais (13 %) ou très rarement (18 %) les outils d'IA. Les jeunes professionnels des médias et les collaborateurs des grandes rédactions y ont plus souvent recours que leurs collègues plus âgés ou les collaborateurs des petites rédactions.

Près de deux tiers (63 %) des journalistes suisses considèrent que l'IA est utile pour leur travail. « Les outils d'IA sont principalement utilisés en support, par exemple pour les transcriptions, l'optimisation de textes ou les suggestions de titres », explique Silke Fürst, responsable de l'étude. La génération de contenus complets, qu'il s'agisse de textes, d'images ou de vidéos, ne jouerait pratiquement aucun rôle, selon la collaboratrice scientifique du fög.

Évaluation ambiguë de l’impact sur la qualité

Les avis divergent quant à l'impact de l'utilisation de l'IA sur la qualité des contenus. Environ un tiers des personnes interrogées déclarent que la qualité de leurs contributions s'améliore grâce à l'utilisation de l'IA. Une proportion plus importante (38 %) constate toutefois que ce n'est guère ou pas du tout le cas. Une partie des professionnels des médias admet en outre ne pas avoir suffisamment de temps pour vérifier minutieusement les informations générées par l'IA (18 %) ou pour les compléter à l'aide de leurs propres sources ou informateurs (24 %).

La majorité des personnes interrogées indiquent que leur rédaction ne disposait pas de mesures systématiques d'assurance qualité en matière d'utilisation de l'IA ou n’en avait pas connaissance.

15 % des personnes interrogées déclarent que l'utilisation rédactionnelle de l'IA a déjà conduit à des erreurs. « Sans surprise, quatre professionnels des médias sur cinq estiment que l'IA soulève de nombreuses questions éthiques dans le domaine du journalisme », déclare M. Fürst.

Les directives relatives à l'IA ne sont pas suffisamment connues

Au cours des dernières années, de nombreuses entreprises médiatiques et l'ensemble du secteur ont introduit des directives relatives à l'utilisation de l'IA. Près de la moitié des personnes interrogées trouvent que celles de leur propre entreprise médiatique ou rédaction sont utiles, mais un petit tiers d'entre elles les ignorent. Les directives sectorielles relatives à l'IA sont jugées utiles par nettement moins de personnes interrogées, et encore moins les connaissent. Cependant, plus de 80 % des professionnels des médias estiment que des normes sectorielles sont nécessaires pour signaler l'utilisation de l'IA dans les reportages médiatiques. Cela permettrait au public de mieux comprendre l'utilisation de l'IA.

Dépendance problématique vis-à-vis des entreprises technologiques

En ce qui concerne l'impact sur l'ensemble du secteur des médias, les avis sceptiques prédominent clairement, comme c'est le cas dans la population suisse. « 61 % des professionnels des médias estiment que l'utilisation de l'IA dans le journalisme suisse favorise la diffusion de fausses informations, 68 % s'attendent à un nivellement des contenus et 70 % craignent que l'IA ne compromette la confiance du public », explique Silke Fürst.

En outre, de nombreux journalistes constatent une dépendance croissante aux entreprises technologiques (75 %) et se prononcent en faveur de coopérations pour développer leurs propres outils d'IA (46 %). Cela permettrait de réduire les coûts d'investissement pour les différentes entreprises médiatiques, de mieux répondre aux besoins des rédactions suisses et de réduire le déséquilibre entre les grandes et les petites rédactions.

L'étude sur les opinions des professionnels des médias suisses concernant l'utilisation de l'IA dans le journalisme est disponible sur www.foeg.uzh.ch.

L'étude a été financée par l'initiative de numérisation des hautes écoles zurichoises (DIZH). Les partenaires suivants participent au projet : Università della Svizzera italiana (USI), Université de Fribourg, Haute école spécialisée des Grisons, IAM Institut für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW, réseau Jeunes journalistes suisses (JJS), association pour la qualité dans le journalisme (QuaJou) et Syndicat suisse des journalistes (SSM). L'étude a également été soutenue par d'autres associations et organisations médiatiques. Plus d'informations sur le projet.

Contact

Dr. Silke Fürst
Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög)
Universität Zürich
+41 44 635 20 74 I silke.fuerst@uzh.ch

Media Relations
Universität Zürich
+41 44 634 44 67 I mediarelations@kommunikation.uzh.ch