

L'intelligence artificielle dans le journalisme en Algérie : questions de nouvelles pratiques de production, d'économie des médias et d'éthique

Artificial Intelligence in Journalism in Algeria: Issues of New Production Practices, Media Economics, and Ethics

HAMZAOUI HAKIM

École nationale supérieure de journalisme et des sciences de l'information

hamzaoui.hakim@ensjsi.dz

Received: 24/02/2026

Accepted: 05/06/2026

Publication: 13/06/2026

Résumé :

Le journalisme en Algérie connaît beaucoup de changements. La raison en est que les journalistes s'approprient l'intelligence artificielle. Ces changements sont ici développés en trois perspectives. La première identifie les technologies appropriées, la deuxième traite de l'évolution de l'économie des médias algériens, et la dernière questionne l'éthique. À cet effet, nous avons réalisé une enquête allant de septembre 2024 à mai 2025. Nous avons employé des entretiens semi-directifs et des observations. L'analyse a montré une automatisation croissante du travail, un nouveau modèle économique, mais un respect relatif de l'éthique. L'étude s'inscrit dans le déterminisme technologique de Marshall Mc Luhan. Elle s'y inspire pour faire des lectures des réalités du journalisme en Algérie.

Mots clés : Intelligence artificielle-Journaliste-Algérie-Economie des medias

Abstract:

Journalism in Algeria is undergoing major transformations driven by artificial intelligence technologies. This study analyses these changes from three perspectives: it identifies AI tools used in journalistic practice and their impact on production; it examines shifts in the Algerian media economic model; and it critically assesses related ethical implications. An empirical investigation was conducted between September 2024 and May 2025 using semi-structured interviews and observations. Findings reveal increasing automation in journalistic work and the emergence of a new economic model alongside relatively maintained ethical standards. The study draws on Marshall McLuhan's technological determinism to interpret these transformations.

Keywords: artificial intelligence; journalist; Algeria; media economics

1. Introduction:

Le journalisme en algérie fonctionnait de manière classique antérieurement. Le travail dans les sphères internes des médias est orienté par la hiérarchie organisationnelle. Cette hiérarchie limitait l'accès de certains acteurs à la médiatisation. En vue de cela, la liberté d'expression des journalistes est très encadrée, comme dans les médias publics (Hamzaoui, 2019). Quant à la sphère externe, elle est relativement différente. Celle-ci était caractérisée par le fait que les journalistes se rendaient sur les lieux des événements pour collecter l'information.

L'appropriation des journalistes algériens des outils d'intelligence artificielle initie une nouvelle ère. Le journalisme en Algérie connaît beaucoup de changements. L'hypothèse est-elle qu'un processus de transformation générale est en cours. De telle manière, le web devient l'espace où les journalistes collectent l'information. Le rapport à la source d'information est désormais établi principalement via les réseaux sociaux numériques. Les applications de l'intelligence artificielle accélèrent, de ce fait, la pratique d'un journalisme hors sol. L'inconvénient est que cette presse n'établit pas de modèle économique pour rentabiliser ces changements.

Nous pensant, dans cette contribution, que l'usage en question change le journalisme en Algérie. Plusieurs niveaux peuvent alors subir des répercussions. Celui de l'organisation du travail qui est déterminant des pratiques professionnelles. Cette situation, a engendré le recours systématique des journalistes aux sources institutionnelles. Le niveau de l'économie des médias qui est dépendant des ressources publicitaires publiques. L'Agence nationale d'édition et de publicité est la principale source. Cela a limité considérablement la liberté d'expression des journalistes (Mostefaoui, 2013, P. 85). Enfin, l'éthique journalistique. Cet aspect d'éthique était déjà problématique, avant l'introduction de l'intelligence artificielle.

Nous développons dans cette contribution, une réflexion sur cette mutation. Ce développement se base sur les résultats d'une enquête de terrain. Elle est menée auprès des journalistes algériens, à travers des entretiens et des observations. Considérant que, ces technologiques initient des changements dans cette profession, nous projetons de préciser des aspects de celui-ci. Dans cette perspective d'analyse, nous cherchons à répondre aux questions ci-après :

- 1-Quelles sont les technologies d'intelligences artificielles employées ?
- 2-Comment l'intelligence artificielle aide à générer des ressources financières ?
- 3- Quelles sont les règles d'éthique en vigueur ?

2-Méthodologie

L'enquête s'est étendue de septembre 2024 à mai 2025. Elle a suivi le cours de deux principales étapes. La première est celle de la pré-enquête. Lors de celle-ci, nous nous sommes entretenus avec cinq journalistes algériens. Il s'agit d'un reporter de la presse écrite¹, une présentatrice d'émission radio², un rédacteur en chef d'un journal électronique, une rédactrice en chef d'un magazine imprimé³, et une journaliste de télévision publique⁴. Les échanges avaient porté sur l'introduction de l'intelligence artificielle dans le journalisme.

La seconde est celle de l'enquête de terrain approfondie (Stéphane Beaud, Florence Weber, 2010). Nous avons alors élaboré une méthodologie s'appuyant sur des entretiens semi-directifs et des observations (Angers, 2015, PP. 208-236). Nous avons réalisé dix-sept entretiens semi-directifs, en plus des cinq premiers, pour totaliser vingt et un. Les trois axes du guide d'entretien sont comme ci-après mentionnés : 1-Les technologies d'intelligence artificielle employées par les journalistes. 2-La manière dont les pratiques professionnelles sont influencées par cet usage. 3-Le rôle de l'éthique dans la co-construction de l'information entre les journalistes et l'IA.

Dans l'intention de synthétiser le corpus d'étude, nous avons confectionné une représentation visuelle. Elle montre les trois variables en question (voir page 5). La première représente la durée du temps des entretiens. D'ailleurs, les cinq premiers sont de vingt minutes chacun. Ils sont courts parce que la visée était d'explorer l'appréhension des journalistes de cette thématique. Les dix-sept autres enregistrés ensuite, sont des entretiens approfondis. Ils sont ainsi d'une période de temps allant de trente minutes à une heure. La deuxième est la variable sexe : 71,43 % sont du sexe masculin alors que les 28,57 % sont de celui féminin. Cette variable semble caduque a priori. En revanche, quand on tient compte du contexte

¹ L. N. journaliste reporter à Horizons, quotidien national algérien public d'information.

² A. N. animatrice d'émission à Chaîne I. Une station de radio publique algérienne généraliste d'expression arabe. Elle est rattachée à la Radio algérienne.

³ D. K. Journaliste santé & fondatrice du média en ligne : TDMsanteinov.dz. Une société de médias-Site web spécialisé, dédié au domaine de la Santé, de l'innovation digitale et de la e-santé.

⁴ TV 4, chaîne de télévision généraliste nationale publique. Elle est rattachée à l'Établissement public de télévision algérienne. Elle diffuse en langue Amazighe. Site web : www.entv.dz

socioculturel de l'étude, la variable indique un aspect intéressant de la pratique journalistique. Il s'agit de l'absence de différences genres dans l'appropriation des technologies de l'intelligence artificielle. Cette situation est contraire dans le cas de plusieurs autres problématiques du journalisme en Algérie. La troisième caractéristique est le média de rattachement des journalistes. Plus de la moitié exercent dans l'audiovisuel. Presque quarante pour cent (38,9 %) travaillent dans des radios et 19,4 % au sein des télévisions. Le profil des enquêtés se basant sur cette variable média de rattachement indique une caractéristique concluante. Réellement, ils sont attirés plus que les autres par l'utilisation de ces technologies. Le reste des journalistes exerce dans les journaux électroniques (26,57%), et Sites Web de journaux imprimés (14,30%).

In fine, nous avons réalisé deux observations participantes. La première au sein du journal El-Lika⁵ et la seconde dans le siège de la plateforme Inter-news⁶ à Alger, le 16 avril 2025. Les observations nous ont permis de noter des changements structuraux dans les rédactions. Il existe maintenant un studio audiovisuel à l'intérieur de celles-ci. Ce n'était pas le cas avant l'arrivée de l'intelligence artificielle. Les rédactions de journaux imprimés ne comprenaient pas du matériel audiovisuel. Le nouveau mode de production, en l'occurrence l'enregistrement de contenus multimédia pour la diffusion sur les réseaux sociaux numériques, a fait que, les rédactions s'adaptent (Nathalie, Pignard-Cheynel *et ali*, 2019, PP. 165-188).

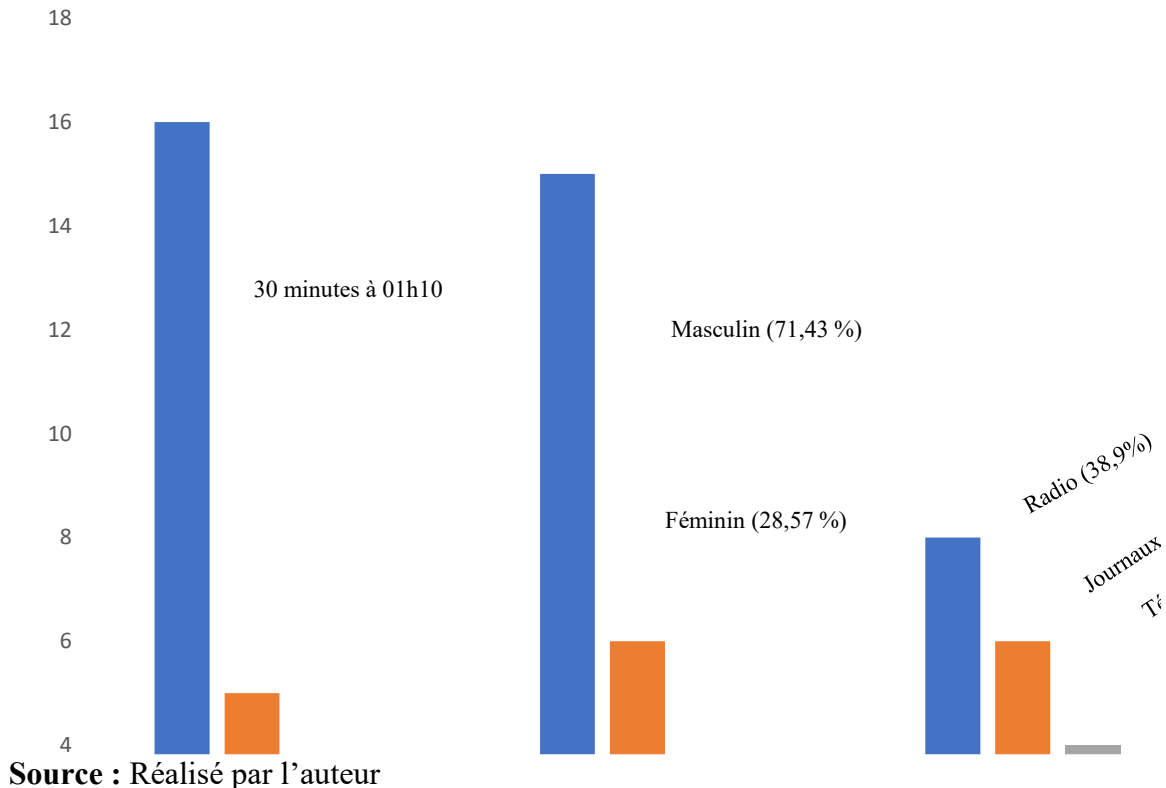
Cette contribution s'inscrit dans le cadrage théorique du déterminisme technologique proposé par Mac Luhan. L'auteur affirme, qu'avec Gutenberg l'Europe est entraînée dans une phase technologique où le changement lui-même devient la norme (Mac Luhan, 1968, pp. 287-292). Pour la production de l'information, le type de technologie détermine le contenu du message. Il écrit qu' : «en réalité et en pratique, le vrai message, c'est le médium lui-même» (Mac Luhan, 1968, P. 25). En l'occurrence dans notre étude, nous mettons en évidence l'effet que produit l'usage des algorithmes de l'IA sur le contenu de l'information. Il est constatable dans les stratégies rédactionnelles des articles des journaux électroniques. La captation est un facteur d'effet intervenant sur le style des auteurs. Dans d'autres de ses travaux Mac Luhan « a essayé de montrer que l'analyse des attributs essentiels d'un média dominant permettait de comprendre, de manière indissociable, comment on organisait l'information » (Lazar, 2004, p. 72).

⁵ Quotidien national d'information qui couvre l'actualité locale, maghrébine et internationale.

⁶ Journal indépendant qui couvre l'actualité nationale, maghrébine, régionale et internationale.

L'approche de Mac Luhan, présente des limites au niveau scientifique. Bien des chercheurs ont remis en question, les thèses de l'auteur. Mettre en évidence les critiques de la pensée de Mac Luhan n'est pas notre objectif ici. Néanmoins, nous avons estimé nécessaire de présenter quelques-unes. Éric Maigret met en évidence la faiblesse de l'argumentaire de Mac Luhan. Il écrit que : « Marshall McLuhan est un spécialiste de littérature venu à la question technique, préférant mêler citations de tous ordres et images hardies pour défendre ses thèses plutôt que de produire une enquête méthodique » (Maigret, 2010, p. 90). Il ajoute que, selon la formule de Valéry : « McLuhan ne fournit aucune preuve à l'appui de ses allégations, il raisonne essentiellement par des exemples historiques. Or chacun sait que l'histoire donne des exemples de tout et des preuves de rien » (Maigret, 2010, p. 92). D'autres contre-exemples ont été avancés par la recherche historique. Dans ce sens, une large enquête a analysé les rapports entre le développement et l'imprimé ainsi que les sociétés occidentales. Elle est réalisée par l'historienne Elisabeth Einstein, qui conclue, aux limites du déterminisme technologique (Maigret, 2010, p. 94).

Graphe : le corpus d'étude selon la durée des entretiens, la variable sexe et le m des journalistes. (Total des entretiens : 21).



3. Analyse des données :

3-1-Les nouvelles pratiques de production

Plusieurs technologies de l'intelligence artificielle sont appropriées par les journalistes interrogés. ChatGpt et Deepseek sont les plus fréquemment cités par nos interlocuteurs. Certaines tâches professionnelles sont d' dorénavant confiées aux algorithmes. Cette appropriation rapide des technologies par les gens est compréhensible, d'après Mac Luhan. La raison, au gré de ses thèses, serait que, les médias sont un prolongement technologique de l'homme (Mc Luhan, 1968).

La traduction automatique est pratiquée par beaucoup de journalistes interviewés, lors de l'enquête. Les langues étrangères sont facilement accessibles aux journalistes travaillant surtout dans les journaux imprimés et électroniques.

Traduire un communiqué, convertir des fichiers audios en texte, ou corriger les articles, est dorénavant une tâche algorithmique. Avant l'intégration de ces technologies, la langue arabe, le français étaient les langues de travail des journalistes les plus en usage. Grâce à l'IA, des journalistes avouent avoir utilisé des sources anglophones, russes, iraniennes et coréennes dans leur travail. Journaliste à la radio, N. M. est âgé de 25 ans. Il décrit son expérience avec cette technologie lors d'une couverture journalistique à Alger :

[...] Lors du salon dédié aux technologies de l'information et de la communication, je me suis retrouvé avec un responsable d'une startup sud-coréenne. Eh bien, c'est l'IA qui nous a permis de communiquer [...]. Nous sommes allés sur un modèle de traduction que j'utilise fréquemment. Je lui ai dit, j'aimerais saluer cette personne qui parle en coréen. J'aimerais lui demander des informations. Écris-moi un texte que je pourrai lui lire. Il a généré un texte, j'ai donné le téléphone à mon interlocuteur, il a compris et il a répondu avec sa langue [...]. Puis, l'IA a fait le travail à l'inverse [...]. De cette façon, nous avons réussi à communiquer. (N. M., Communication personnelle, 25/04/2025).

La génération de graphiques, d'animations, et de cartes interactives sont en usage chez des journalistes de radio et de télévision. La production des programmes d'informations avec ces technologies est alors sujette à l'initiation. Pour ceux des journaux électroniques, générer plusieurs photos attrayantes sur un événement, un lieu, par ChatGpt est une pratique courante. La présentation du journal télévisé par un robot a fait l'objet d'initiatives par la rédaction du journal El Lika. Ces inventions techniques captivent principalement les jeunes journalistes. Elles initient une nouvelle culture professionnelle dans la presse algérienne. Saisir leur portée sur les pratiques professionnelles implique l'analyse de leur dimension technique et culturelle. Dans ses écrits, Régis Debray appuie ce point de vue. Il écrit dans Cours de médiologie générale :

Les inventions techniques font système entre elles, et un système n'est jamais seulement technique mais techno-culturel. Aussi son étude doit toujours se rattacher à l'histoire générale des cultures et des civilisations, qui englobe l'histoire des techniques dont, cependant, elle dépend en partie. Les machines ne sont pas qu'un système de technologie, mais aussi culturel et socio-culturel (Debray, 1991, p. 19).

Le recours à l'intelligence artificielle dans le journalisme est d'effet positif. Beaucoup de journalistes interrogés ont approuvé cela. Économiser du temps est le point focal de tous. Prélever un extrait d'un entretien pour illustration de propos nécessite moins de temps qu'auparavant. Faciliter des tâches professionnelles

autrefois ardues est pour les journalistes comme l'une des faveurs de cette technologie. Nous pouvons citer par exemple, la traduction de contenus avec des méthodes classiques. Celle-ci nécessitait des efforts considérables, contrairement lorsque la traduction est réalisée au moyen de l'intelligence artificielle.

Néanmoins, cette appropriation présente des écueils, constatés lors de l'enquête. Elle est d'abord, une initiative individuelle des journalistes et pas une politique institutionnelle de leur média de rattachement. L'apprentissage se réalise alors sur le tas, ce qui induit une maîtrise limitée des technologies. Par la suite, l'âge des journalistes a un effet remarquable sur l'appropriation. Les jeunes professionnels perçoivent ces technologies comme nécessaire à l'exercice de la profession. Par contre, leurs collègues plus âgés révoquent relativement cela. Enfin, l'ensemble de nos interlocuteurs critiquent ces technologies du point de vue idéologique. Ils ne retrouvent pas dans celles-ci un point de vue algérien. Rédacteur en chef d'une plateforme d'information, L. S. est âgé de plus de 50 ans. Il dit être réticent à l'usage de l'IA dans le journalisme. Il évoque la question de la formation et l'imperfection de ces technologies :

[...] Actuellement, l'usage de l'intelligence artificielle dans le journalisme algérien est très limité. [...] Cette situation est dû au manque de formation des journalistes. Pour se spécialiser dans l'IA, il faut une formation. J'ai interdit à mes journalistes d'utiliser ces technologies car cela les rendra dépendant. Ces outils engendrent aussi des erreurs dans les données et les statistiques. L'intelligence artificielle ne remplacera pas la production humaine. (L. S., Communication personnelle, 11/04/2025).

Bien entendu, l'appropriation optimale d'une technologie est conditionnée. Analysant l'utilisation des technologies Mc Luhan parle de l'automation. Dans Pour comprendre les médias, il refuse que l'automation soit appréhendée comme une extension des principes mécaniques. Il écrit qu'« Elle est plutôt une invasion du monde mécanique par l'instantanéité de l'électricité. C'est pour cette raison que les spécialistes de l'automation la décrivent comme une façon de penser tout autant qu'une façon de faire » (Mc Luhan, 1968, p. 394). Pour maîtriser une nouvelle technologie, il est nécessaire, selon l'auteur, d'avoir la connaissance. Il affirme cette conviction en écrivant :

[...] Il faut, pour perfectionner une machine particulière en la rendant automatique, y assurer le « feed-back » ou l'information en retour. Cela implique la mise en place d'un circuit d'information là où il n'y avait auparavant qu'un simple débit à sens unique, en succession mécanique. Le feed-back annonce la fin de la linéarité apparue en Occident avec l'alphabet et les formes continues de l'espace euclidien. Le feed-back,

dialogue entre un mécanisme et son environnement, réunit les machines individuelles en une galaxie de machines s'étendant à toute l'usine. Le pas suivant consiste à relier les fabriques et les usines individuelles en une matrice industrielle globale de tous les matériaux et de tous les services d'une culture (Mc Luhan, 1968, p. 400).

D'après les données précédentes, la formation sur l'intelligence artificielle manque aux journalistes interrogés. Elle n'est pas une politique institutionnelle des médias de rattachement. Elle est l'aboutissement de leurs initiatives individuelles. Cet état de fait justifie les limites de sa maîtrise. Il cause également l'insatisfaction professionnelle de beaucoup de journalistes.

3-2- Les ressources financières grâce à Internet

Une nouvelle économie de l'information est en avènement en Algérie. Il s'agit d'engendrer des finances en introduisant l'intelligence artificielle dans le journalisme. Durant l'enquête, des journalistes ont déclarés recevoir des subventions de Google. Le volume des ressources est déterminé en fonction du nombre de vues des articles sur Internet. Ancien journaliste de la presse imprimée, M. D. dépassant la cinquantaine, a fait sa conversion professionnelle. Il déclare travailler dans un journal fonctionnant selon le mode de financement en question. Il dit : « [...] Nous n'avons pas de subvention de l'État ou des entreprises. C'est Google qui nous finance, c'est donc en fonction du nombre de vues qui dépend du nombre d'articles publiés » (M. D., Communication personnelle, 19/03/2025).

Le modèle économique en question détermine les contenus de la presse. Il fait effet déjà à l'échelle de la formulation discursive. Les journalistes avouent que le vocabulaire utilisé doit être captivant. À postériori, le format des articles, tend à être court. Il est dû au fait que, les lecteurs consultent ces articles sur leurs smartphones, ou en situation de mobilité (Baba Wamé, 2021, PP 117-135). En de telles situations de réception, la titraille est déterminante dans le fait que le lecteur décide ou pas à poursuivre la lecture. Les interviewés ont déclaré que la rédaction du titre suit une stratégie double : d'abord, il doit inciter à lire, puis, il ne devrait pas donner l'information essentielle. Au contraire, il faut omettre cette information essentielle pour la publier dans le corps du texte. Ce raisonnement croise le point de vue de Mc Luhan concernant la publicité. Mc Luhan écrit que « les annonces ne sont pas faites pour la consommation consciente. Ce sont des pilules subliminales pour l'inconscient, conçues pour provoquer une transe hypnotique [...] » (Mc Luhan, 1968, p. 263).

Selon ce mode de production, le nombre d'articles de chaque journaliste est problématique. Un des interviewés déclare être en divergence avec le directeur de

publication. Il est soucieux de la quantité des articles, or que, le directeur demande d'augmenter le nombre de publications. Le journaliste réfute la décision. Pour les pigistes, c'est au contraire une opportunité pour augmenter leur revenu mensuel. Pour eux, ces technologies contribuent à rédiger rapidement beaucoup d'articles.

La production de contenu est une autre source financière du développement technologique. Les journalistes, en situation d'observateurs la société, invoquent deux aspects de production. D'abord, la production de contenu complémentaire à celui des médias traditionnels. Il est diffusé ensuite sur leurs chaînes You Tub. Certains sujets d'actualité ne sont pas suffisamment étayés par les médias classiques pour plusieurs raisons. L'importation du bétail de l'étranger par le gouvernement algérien, au cours de la fête musulmane est évoquée dans leur propos. Puis, l'indisponibilité de l'information de proximité de quelques wilayas algériennes. Cela se produit, même si l'information institutionnelle est diffusée lors des activités officielles. L'intelligence artificielle est sollicitée dans ce cas. Elle facilite ainsi la production. Cette pratique se fait indépendamment des médias de rattachement des journalistes. Elle constitue une source de financement individuelle.

Les journalistes génèrent des ressources financières grâce à ce contenu produit. En fonction des critères d'éligibilité, des algorithmes distribuent les annonces publicitaires. La technologie a permis un marché virtuel de publicité. Dans l'optique d'un déterminisme technologique, Mc Luhan écrit :

Pour dire les choses brutalement, l'industrie publicitaire est une tentative grossière d'étendre les principes de l'automation à tous les aspects de la société. Idéalement, la publicité vise à établir une harmonie « programmée » entre toutes les impulsions, les aspirations et les entreprises humaines. Elle cherche à atteindre, par des méthodes artisanales, le but électronique ultime d'une conscience collective. (Mc Luhan, 1968, pp 262-263).

La technologie propose alors, grâce à de la publicité, de permettre des exploits. Elle a contribué à la création de richesse. Les contraintes administratives traditionnelles pourront à l'avenir ne plus constituer une entrave. Cependant, son impact sur le contenu du journalisme, est problématique. Nous l'avons constaté au cours de cette recherche.

3-3-Les règles éthiques en vigueur

Plusieurs interlocuteurs déclarent rédiger l'information, avec l'intelligence artificielle. Ces technologies assistent les journalistes dans leur travail. Nous avons constaté qu'il est difficile pour eux d'exercer sans recourir à celles-ci. Leur production, dans le cas échéant, sera d'une qualité moindre. L'interrogation se rapporte alors à la place de l'éthique en présence de ces algorithmes. Comment un journaliste emploie une technologie en fonction des règles d'éthique ?

La vérification des contenus demeure une pratique très répandue. Les journalistes déclarent relire toujours les traductions générées par ChatGpt ou Deepseek. L'objectif est de corriger les éventuelles omissions. Le style de rédaction des algorithmes est parfois amplifiant des faits. Il est remarquable surtout au niveau de la titraille proposée. Les articles générés sont qualifiés de fades par les journalistes. Les expressions proposées sont routinières se retrouvant sur Internet. La vérification atteint aussi les sources d'informations des contenus générés par l'IA. Les journalistes contactent souvent ces sources pour s'assurer de la véracité des propos. Journaliste à la radio, N. M. est âgé de 25 ans. Il déclare toujours relire les articles générés par ChatGpt.

J'interviens parce que l'IA est imprévisible. Elle n'est pas très fiable. Parfois, elle n'est pas à jour. Cette technologie me donne parfois des informations fausses, des citations erronées. Elle fait parler un ministre ou une autre personne, selon le sujet. Elle ouvre des guillemets, et invente une déclaration inexistante (N. M., Communication personnelle, 13/11/2024).

L'équité des avis sur l'actualité est moins présente selon les enquêtés. Ils déclarent que des sujets d'articles générés sont cadrés de façon subjective. Ce cadrage élimine l'avis algérien, sur certaines actualités. Les cadrages de l'intelligence artificielle de quelques sujets sont idéologisés. L'exemple du conflit israélo-palestinien est édifiant. Les journalistes reformulent alors les contenus. Ils incluent le point de vue algérien. Ils mettent à part aussi un angle contraire à la ligne éditoriale des médias dans lesquels ils travaillent.

Les constats d'usage de l'intelligence artificielle montrent des limites à l'idéal technologique. Maigret donne beaucoup d'exemples d'inventions techniques en Europe à ce propos. L'usage socio-culturel a déterminé la fonction de ces inventions, contrairement au principe du déterminisme technologique. Maigret écrit :

Le principe d'action de la technique se dissout dans une poussière d'interactions ou plutôt d'interactions. Encore Eisenstein néglige-t-elle d'évoquer les « effets » en retour que la société exerce sur une invention que le mouvement de la Renaissance attendait peut-être et a certainement contribué à créer, au moins autant que le protestantisme a pu modeler la signification sociale du livre, la mise en œuvre des inventions étant souvent dépendante d'une demande « précise et insistante » comme l'a montré Fernand Braudel à propos des machines à filer et à tisser durant la révolution industrielle ou comme le rappelle l'échec de la machine à calculer de Charles Babbage, ancêtre de l'ordinateur inventé dès XIX^e siècle mais sans impact sur la société de son temps (Maigret, 2010, p. 94)

L'irrévérence à l'égard de l'éthique concerne des productions audiovisuelles. Nous l'avons noté dans le discours des journalistes de ce secteur. Les journalistes interrogés déclarent générer souvent des photos utilisées dans les articles. Ils réalisent des animations pour leurs productions télévisuelles. En l'occurrence, ils n'évoquent aucune règle de ce type à respecter. L'éthique d'utilisation chez les participants à notre enquête est moins évoquée dans les propos. Malgré que, la pratique est en expansion chez la nouvelle génération de journalistes. Aucune des personnes interrogées n'a affirmé avoir fait référence à une charte d'éthique lors de ce type d'usage.

Le non-respect de l'éthique constitue une conséquence négative de l'appropriation. En ce sens, Régis Debray fait évoluer la réflexion sur le déterminisme technologique. Il propose le concept de médiologie qui est plus englobant de la question technique. Il écrit :

Bien avant Mc Luhan, l'histoire de l'écriture avait matérialisé *le medium is message* en montrant comment le matériau conditionne l'outil d'inscription, qui lui-même dicte la forme d'écriture. La médiologie élargie le mouvement et prolonge la commande matérielle du domaine graphique à l'univers moral et symbolique (Debray, 1991, P. 196).

L'éthique réside au vif de ce sujet en se rapportant à l'usage des nouvelles technologies. Elle est relativement moins respectée de certains usagers, dans le contexte de l'étude. Elle doit être encadrée par des politiques publiques, pour optimiser un usage positif de la technologie par la corporation de la presse.

4. Conclusion :

Cette enquête a examiné l'introduction de l'intelligence artificielle dans la presse en Algérie. Elle a conclu à l'amorçage d'un processus de changement. Il est dû à l'appropriation de ces technologies par les journalistes. Cette contribution trouve

un ancrage théorique dans le déterminisme technologique. Mc Luhan affirme dans ses thèses que le message est déterminé en fonction de la technologie. Sur une échelle plus large, la technologie détermine le mode de vie des sociétés (Mc Luhan, 1968). Mc Luhan a inspiré beaucoup de penseurs. Les chercheurs en question ont fait évoluer ses thèses. Pour l'historienne Elisabeth Eisenstein :

L'irruption de la galaxie Gutenberg dans l'Europe du XVe siècle s'est traduite par des modifications de schéma mentaux (l'imprimerie favorise l'ouverture sur le monde et instaure un rapport personnel au savoir) et par la mise en place de processus cumulatifs et irréversibles, preuves de l'impact de l'innovation (Maigret, 2010, p. 94).

Au cours de l'enquête, nous avons noté que les jeunes journalistes s'approprient rapidement ces technologies. Les plus âgés sont relativement réticents. Ce comportement de réticence joue en leur faveur. Les pratiques professionnelles classiques se conforment aux règles d'éthique. Ce schéma d'appropriation nous laisse penser que cela est dû à la formation initiale des journalistes. Les plus expérimentés ont déjà des savoir-faire. Ils maîtrisent les techniques rédactionnelles et la langue de travail. Ils n'éprouvent pas le besoin de faire recours à l'intelligence artificielle. La situation est différente pour la jeune génération de journalistes.

L'intégration de ces nouvelles technologies dans le journalisme ouvre un horizon professionnel. Il s'agit de celui de la génération de ressources financières. Cela permettra éventuellement une autonomie politique dans le traitement des actualités. La dépendance financière de la presse algérienne des ressources financières publiques, limite son autonomie. L'étude de cet aspect laisse présager que la dépendance économique orientera les angles de traitement. Il affectera éventuellement aussi les formats de production. Cette dimension de l'économie des médias en Algérie est l'une des perspectives de recherches à explorer.

Toute technologie nouvelle aura un effet sur la société l'appropriant. Jack Goody s'inscrit dans ce sens. Traitant de l'effet de l'écriture, sur le développement des sociétés :

L'anthropologue Jack Goody a clairement exprimé dans *La Raison graphique* la dimension déterminante d'une technique telle que l'écriture en éclairant ses réflexions d'une comparaison entre société tribales africaines dotées ou non d'écriture. L'écrit a un support matériel et permet donc le stockage de l'information : ce qui est écrit reste contrairement à ce qui dit (ou en tous cas plus). Par sa spatialisation, il autorise des exercices analytiques plus important que l'oral : les mots d'une phrase sont

découpés sur une feuille et les phrases se détachent les unes des autres comme autant d'invitations à une prise de distance (Maigret, 2010, p. 93).

L'éthique de l'usage de l'intelligence artificielle dans le journalisme en Algérie demeure problématique. Les journalistes interrogés n'ont fait référence à aucune charte d'éthique. Ils n'ont pas précisé que cette dimension est prise en considération dans leurs médias de rattachement. Il est vrai qu'ils ont évoqués des pratiques professionnelles liées à l'éthique. Il s'agit essentiellement de la vérification des sources d'information. De relecture des contenus générés par ces technologies. L'éthique à l'ère de l'intelligence artificielle demeure une perspective de recherche importante. Dans le contexte algérien, elle prend un sens large. Ces technologies attirent d'avantage les jeunes journalistes. En l'absence de formations spécifiques, l'usage demeure sans cadre précis.

5. Liste Bibliographique :

- Alén-Savikko Anette, Pihlajarinne Taina. (2022). Artificial Intelligence and the Media. Elgar Edward.
- Angers Mauris. (1996). Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. CEC.
- Augey Dominique. (2019). Ecosystème de l'information en ligne. ISTE.
- Baba Wamé. (2021). Le journalisme numérique. L'Harmattan.
- Bersini Hugues, Badinet Gilles. (2023). Algocratie : Allons-nous donner le pouvoir aux algorithmes ? DeBoeck.
- Bouchaala Aldjia, Merah Aissa. (2019). « Les mutations de l'espace public médiatique en Algérie ». *Revue NAQD*, n° 37.
- Bouchaala Aldjia. (2016). « Les journalistes des télévisions privées algériennes en 2015 : nouvelles figures, nouvelles pratiques ». *L'année du Maghreb*, n° 15.
- Breton Philippe. (2012). Le culte internet. La découverte.
- Brin Collette, Guévrmnt Dominique. (2023). Intelligence artificielle, culture et médias. PUL.
- Champagne Patrick. (2016). La double dépendance. Raisons D'agir.
- Cherif Dris. (2017). « La presse Algérienne : une dérégulation sous contraintes, les nouvelles formes de contrôle ou la « main invisible » de l'État ». *Question de communication*, n° 32.
- Debray Régis. (1991). Cours de médiologie générale. Gallimard.
- Florence Le Cam et Fábio H. Pereira. (2022). Un journalisme en ligne mondialisé. PUR.

- Hamzaoui Hakim. (2019). « De la liberté d'expression à la « Radio algérienne », aux origines de la révolte des journalistes radio durant le Hirak ». Revue NAQD, n° 37
- Institut Europaia. (2023). L'intelligence artificielle. OVADIA.
- Lalaoui Yacine, Bouguila Nizar. (2015). Artificial Intelligence applications in information and communication technologies. Sprin.
- Maigret Eric. (2010). Sociologie de la communication et des médias. Armand Colin.
- Marshall McLuhan. (1968). Pour comprendre les médias. Bibliothèque Québécoise.
- Marshall McLuhan. (1967). La galaxie Gutenberg 2. Jean-Pierre Delarge-Mame.
- Mostefaoui Belkacem. (2013). Médias et liberté d'expression en Algérie. El Dar El Othmania.
- Mostefaoui Belkacem. (2019). « Jeux de pouvoir dans la gouvernance des médias en Algérie au prisme du mouvement populaire du 22 février 2019 ». Revue NAQD, n° 37.
- Nathalie Pignard-Cheynel, Lara Van Dievoet. (2019). Journalisme en ligne. De Boeck supérieur.
- Stéphane Beaud, Florence Weber. (2010). Guide de l'enquête de terrain. La Découverte.