

Une étude révèle que l'IA et les technologies émergentes augmentent les tensions alors que les journalistes font face à des défis croissants pour maintenir l'exactitude et la vérité

Le Rapport 2023 sur l'état des médias de Cision met en lumière les défis et les possibilités dans un paysage médiatique en évolution rapide

CHICAGO, le 17 mai 2023 /CNW/ - L'« exactitude » et le « maintien de la crédibilité en tant que source d'information fiable » sont les principales préoccupations des journalistes, en particulier dans le sillage de la montée fulgurante de ChatGPT et d'autres applications axées sur l'intelligence artificielle. Ces derniers voient l'impact de cette technologie émergente sur leur industrie et craignent qu'elle ne rende la pratique d'un journalisme authentique encore plus difficile à l'avenir.

[Cision](#), une plateforme complète de renseignements et de communications sur les consommateurs et les médias qui permet aux professionnels des relations publiques, du marketing et des communications du monde entier de comprendre leur histoire, de la faire évoluer et d'accroître son impact, a publié ces conclusions dans le cadre de son 14^e [rapport annuel sur l'état des médias](#).

Le rapport, qui présente les réponses de plus de 3 100 journalistes de 17 marchés mondiaux, fait état des préoccupations des journalistes au sujet de l'exactitude des nouvelles et du contenu, et de leur combat quotidien contre la désinformation. Les journalistes ont désigné « l'exactitude du contenu » comme leur priorité absolue (**58 %**) et considèrent que cet élément est la priorité absolue de leur organisation (**43 %**). Plus du quart des journalistes (**27 %**) ont répondu que leur plus grand défi était de maintenir leur crédibilité en tant que source d'information fiable. De plus, lorsqu'on a posé des questions sur les générations futures de journalistes, de nombreuses réponses ont mis l'accent sur la réduction des « préjugés » et la séparation entre « les faits et les opinions ».

Ces résultats renforcent l'occasion pour les journalistes et les professionnels en communication de construire des partenariats authentiques fondés sur la confiance, faisant progresser un objectif mutuel de narration honnête et exacte dans le paysage médiatique en évolution.

« Aujourd'hui plus que jamais, les journalistes recherchent des données crédibles et des sources fiables et impartiales. Les professionnels en communication peuvent et doivent leur venir en aide. En travaillant ensemble, en cette période critique de perturbation, les journalistes et les professionnels en communication peuvent protéger et même améliorer le journalisme », a déclaré Putney Cloos, directrice marketing de Cision.

L'avenir de l'état des médias

Pour une première fois dans le cadre du Rapport sur l'état des médias, les personnes interrogées ont été invitées à partager leurs perspectives sur l'avenir de la discipline journalistique. Les thèmes clés comprennent le maintien de l'exactitude, la réduction des préjugés et l'adaptation à une industrie de plus en plus dépendante de la technologie et des données. De nombreux journalistes ont également parlé des occasions et des pièges de l'IA :

- « Les innovations comme ChatGPT ne s'arrêteront pas, et les journalistes qui évitent ces innovations sont désavantagés. »

- « Comme l'IA rédige de plus en plus d'articles, les journalistes qui réussiront seront ceux qui agiront humainement, par exemple qui raconteront des histoires personnelles et trouveront des conclusions originales dans les ensembles de données et les tendances des données. »
- « ... capables d'utiliser l'IA générative pour améliorer leur travail et demeurer pertinents. »

Évolution des données et des médias sociaux

Les données deviennent un facteur clé du journalisme; **40 %** des journalistes affirment qu'ils comptent davantage sur les données cette année et **66 %** d'entre eux disent que fournir des données et des sources spécialisées est un moyen de faciliter le travail des professionnels en communication.

Les plateformes de médias sociaux offrent aux journalistes et aux professionnels en communication des lieux où ils peuvent recueillir des données, établir des liens et promouvoir leur propre travail. Les journalistes visent à accroître leur auditoire sur LinkedIn et Instagram au cours de la prochaine année, tout en réduisant leur dépendance à l'égard de Twitter en raison des changements apportés à la plateforme par la nouvelle direction. Ils s'attendent à une utilisation accrue d'Instagram, de TikTok et de YouTube en raison de leur popularité accrue et de leur désir de rejoindre leur auditoire.

« Les communications sont et continueront d'être un moteur essentiel du progrès pour les marques, les entreprises, les organisations et les collectivités. Les histoires que nous racontons sont importantes, comme la façon dont nous les racontons. En travaillant ensemble, les journalistes et les professionnels en relations publiques et en communication peuvent planifier l'avenir, préserver l'art du journalisme et maintenir la confiance des auditoires que nous servons », a déclaré Putney Cloos.

[Téléchargez le Rapport 2023 sur l'état des médias*](#)

Méthodologie

Cision a mené son Sondage 2023 sur l'état des médias en février et mars 2023. Les formulaires du sondage ont été envoyés par courriel aux membres de la base de données sur les médias de Cision, dont les fonctions de professionnels des médias, d'influenceurs et de blogueurs font l'objet d'une enquête de notre équipe Recherche média. Nous avons également sondé les membres de notre base de données HARO (Help a Reporter Out) et avons mis le sondage à la disposition des professionnels des médias dans la base de données PR Newswire pour Journalistes. Cette année, le Sondage compte 3 132 répondants provenant de 17 marchés dans le monde : États-Unis, Canada, Royaume-Uni, France, Allemagne, Finlande, Suède, Italie, Espagne, Portugal, Chine, Australie, Singapour, Malaisie, Indonésie, Taïwan et Hong Kong.

Le sondage a été traduit et localisé pour chaque marché, et ses résultats ont été compilés afin de produire le rapport mondial que vous avez sous les yeux.

À propos de Cision

Cision est une plateforme complète de renseignements et de communications sur les consommateurs et les médias qui permet aux professionnels des relations publiques, du marketing et des communications du monde entier de comprendre leur histoire, de la faire évoluer et d'accroître son impact. À titre de chef de file du marché, Cision permet à la prochaine génération de dirigeants d'exercer leurs activités dans le paysage médiatique moderne où la réussite d'une entreprise est directement influencée par l'opinion publique. Cision possède des bureaux dans 24 pays à l'échelle de l'Amérique et dans la région

Europe, Moyen-Orient et Afrique et celle de l'Asie-Pacifique, et offre une gamme de solutions de premier ordre, notamment PR Newswire, Brandwatch, Cision Communications Cloud^{MC} et Cision Insights. Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le site www.cision.com et suivez [@Cision](https://twitter.com/Cision) sur Twitter.

* Le rapport est actuellement disponible en anglais seulement. La traduction française sera accessible sous peu.

Personne-ressource :

Pour toute demande de renseignements des médias, veuillez communiquer avec :

Relations publiques de Cision

cision@kcsa.com