

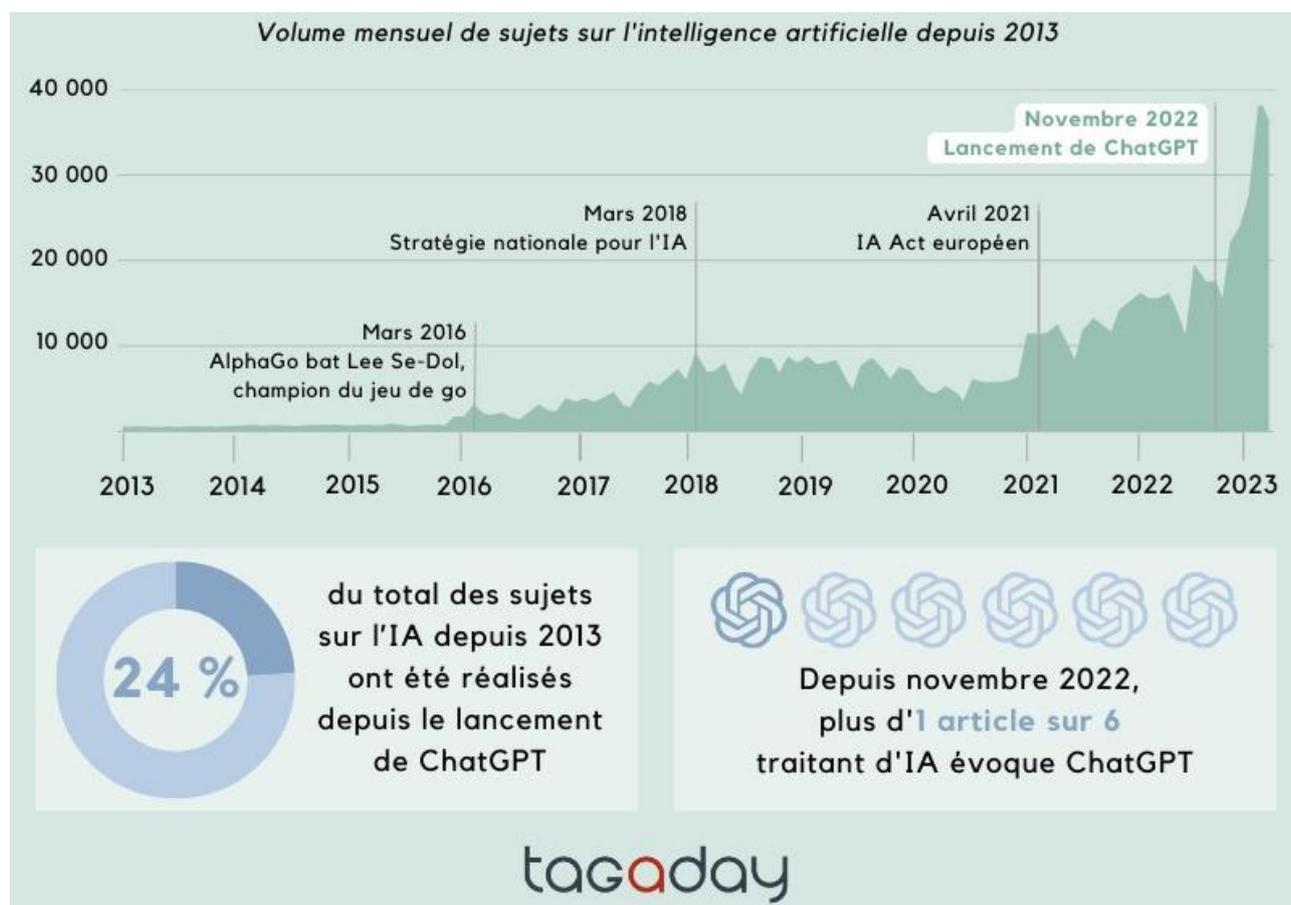
## Intelligence artificielle dans les médias : l'effet ChatGPT

Paris, juin 2023. Plus grande révolution depuis l'électricité pour les uns, cauchemar social pour les autres, l'intelligence artificielle intrigue autant qu'elle fascine. Si cette technologie semble offrir des perspectives prometteuses dans de nombreux domaines, tels que la santé ou l'informatique, elle soulève également nombre d'interrogations, jusque sur les bancs de l'école, quant à la démocratisation de ses usages.

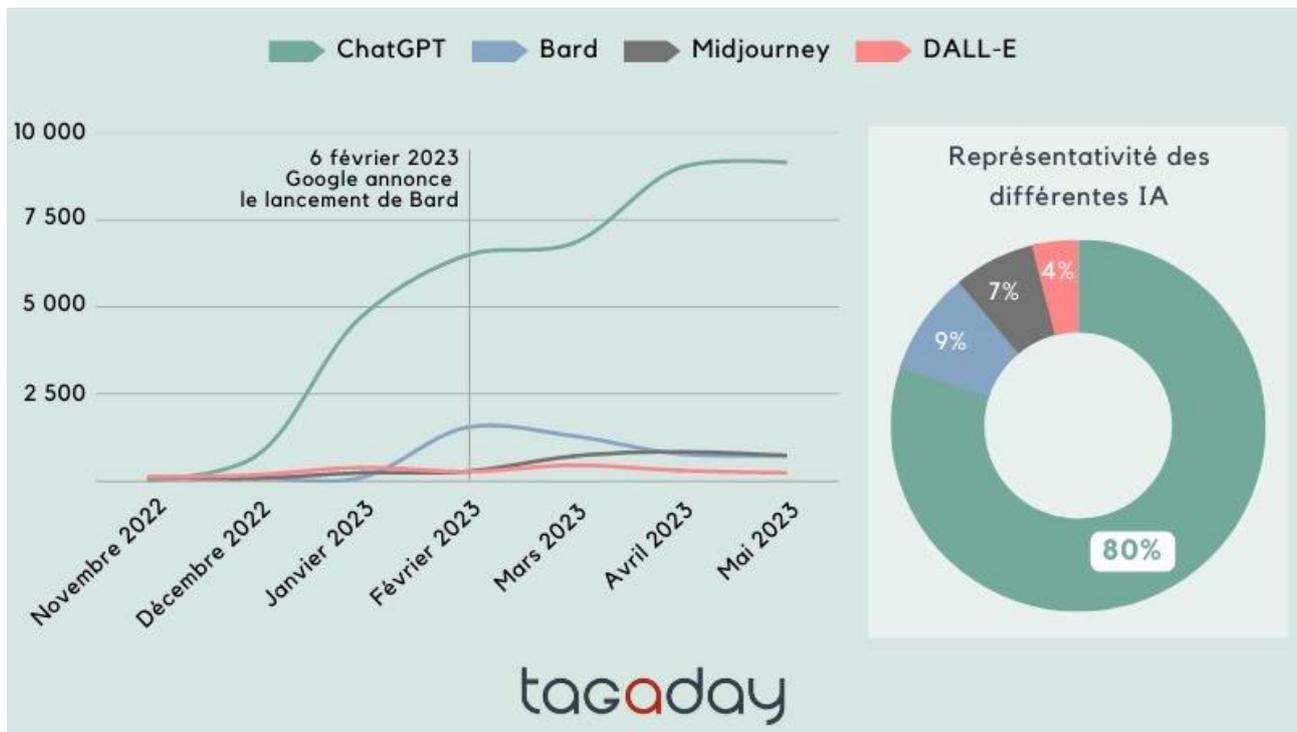
Le déclencheur de ce débat médiatique qui touche désormais également les *mass media* : ChatGPT... Alors qu'une récente étude évoque 300 millions d'emplois susceptibles d'être menacés au niveau mondial<sup>1</sup> par l'intelligence artificielle générative, ChatGPT, dont la quatrième version vient de sortir, est-elle vraiment devenue un phénomène médiatique ?

Pour répondre à cette question, Tagaday, plateforme n°1 de veille médias en France, a mesuré la visibilité médiatique de l'IA dans 5 400 programmes d'information diffusés par 410 chaînes de télé et de radio, et dans une sélection de 3 000 publications de presse écrite imprimée et en ligne.

### ChatGPT : un accélérateur de visibilité pour l'IA sans concurrents médiatiques



<sup>1</sup> Rapport Goldman Sachs, 2023



Au début de l'année 2016, la victoire du logiciel de Google AlphaGo face au champion de jeu de go Lee Se-Dol mettait en lumière les progrès spectaculaires des algorithmes, amorçant par là-même les débuts d'une couverture presse significative pour l'intelligence artificielle dans les médias français.

En progression constante, **l'intelligence artificielle enregistre depuis 2013 un total de 758 888 citations, passant de 2 396 articles ou sujets en 2013, soit près de 200 en moyenne par mois, à 181 850 articles ou sujets en 2022, soit plus de 15 000 par mois en moyenne. Sur les cinq premiers mois de l'année 2023, l'IA enregistre déjà 147 656 articles ou sujets, soit près de 30 000 par mois en moyenne.** A noter sur la période, la présence de quelques temps forts médiatiques. En 2018 par exemple avec la présentation du rapport de Cédric Villani pour une stratégie nationale et européenne pour l'intelligence artificielle, ou encore en 2021 lorsque la Commission Européenne a présenté son projet de loi *Artificial Intelligence Act* visant à encadrer l'usage et la commercialisation des intelligences artificielles. Projet législatif examiné en ce moment par le Parlement européen.

Si l'intelligence artificielle a donc toujours fait parler d'elle, si elle est déjà utilisée dans le monde réel, en routine, pour certaines activités comme celle de l'analyse en imagerie médicale, c'est à la fin de l'année 2022 que sa visibilité s'accélère, portée par le lancement et les développements de ChatGPT. Ainsi, **24% du total des sujets sur l'IA depuis 2013 ont été réalisés depuis le lancement de ChatGPT en novembre 2022. Les articles citant ChatGPT représentent 15% de la totalité des articles et sujets parus sur l'IA depuis sept mois.**

Depuis son lancement, **l'intelligence artificielle développée par OpenAI enregistre un total de 36 879 citations, soit plus de 5 200 articles ou sujets par mois en moyenne.**

C'est aux mois d'avril et mai 2023 que les sujets ChatGPT et intelligence artificielle enregistrent leurs records de visibilité (9 145 citations pour ChatGPT en mai et 38 043 citations pour l'intelligence artificielle en avril). Une visibilité qui coïncide notamment avec la disponibilité de GPT-4 puis le lancement de la version mobile de l'IA. A noter que leur présence médiatique a également été favorisée au mois d'avril par la lettre ouverte de plus de 1 300 chercheurs et spécialistes appelant tous les laboratoires d'IA à suspendre la formation des systèmes d'IA plus puissants que GPT-4.

Et dans la course à la visibilité médiatique, ChatGPT n'a, pour le moment, pas de concurrent sérieux. **Dans le match contre Bard, MidJourney et DALL-E : c'est une victoire par KO de ChatGPT qui concentre 80% des articles ou sujets.**

*Méthodologie : étude établie du 1<sup>er</sup> janvier 2013 au 31 mai 2023 par Tagaday, plateforme n°1 des médias français, sur la base de l'analyse de 5 400 programmes d'information (diffusés par 410 chaînes et stations TV/radio pour une moyenne de 2 400 heures quotidiennes) et d'une sélection de 3 000 publications de presse écrite (titres de la presse imprimée et sites web éditoriaux). Les articles paraissant dans plusieurs éditions de publications print régionales ne sont comptabilisés qu'une fois.*

### A propos de Aday

Aday indexe et archive en continu toute la presse écrite, Web ou papier, la télévision et la radio. La plateforme Tagaday analyse et restitue à une clientèle de décideurs et de communicants les contenus pertinents et toutes les retombées médias de leurs alertes : veille de crise, de la concurrence, de la réputation... Revues de presse, panoramas et bilans, analyses quanti et quali, recherches d'archives : tous les services Tagaday rémunèrent les éditeurs par un prélèvement à la source s'appuyant sur un marquage numérique traçant chaque contenu et chaque usage de chaque client.

Avec toute l'intelligence artificielle nécessaire et ce qu'il faut d'esprit, Tagaday sert le marché de la veille et de l'analyse des médias avec une précision et une rapidité inégalées.

En savoir plus sur Aday et Tagaday, la 1<sup>ère</sup> plateforme de services de veille des médias : [www.aday.fr](http://www.aday.fr)



### Contacts presse

**Agence Dakota Communication**

[aday@dakota.fr](mailto:aday@dakota.fr) – 01 55 32 10 40