



Colloque international de l'Institut de Presse et des Sciences de l'Information (IPSI)

27 et 28 Avril 2023

Appel à communications

Thème: les Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) à l'ère de l'Intelligence Artificielle (IA): état des lieux et perspectives

1 - Contexte et justifications :

La démocratisation de l'Internet a donné naissance à des nouvelles pratiques numériques reposant sur des approches complémentaires en sciences de l'information et de la communication (approche journalistique et approche communicationnelle).

Ces mutations ont fait émerger de nouvelles interactions tant au niveau cognitif que comportemental (simulation du comportement humain et interactions avec les utilisateurs).

Ces interactions fondées sur des dispositifs d'intelligence artificielle (IA), en l'occurrence le « Machine Learning » et le « DeepLearning ». En effet, l'intelligence artificielle peut être définie comme un ensemble d'algorithmes et de techniques visant à imiter l'intelligence humaine. Le « Machine Learning » est une catégorie d'intelligence artificielle, et le « DeepLearning » est une technique de Machine Learning » (Bastien, 2022).

Force est de constater que les utilisateurs sont en relation quotidienne avec les dispositifs de l'intelligence artificielle par le biais des algorithmes de collecte des données qui permettent d'analyser et de prédire ; ils utilisent les comportements intelligents et interagissent avec les objets (Cook& Al,2009).

Selon Bernard Marr, l'intelligence artificielle est l'une des technologies les plus puissantes et les plus transformatrices disponibles pour l'humanité aujourd'hui.

L'intelligence artificielle, est définie comme une variété de comportements humains intelligents, tels que la perception, la mémoire, l'émotion, le jugement, le raisonnement, la preuve, la reconnaissance, la compréhension, la communication, la conception, la pensée, l'apprentissage, l'oubli, la création, etc. qui peuvent être réalisés artificiellement par une machine, un système ou un réseau et visant à développer des machines qui se comportent comme si elles étaient intelligentes (Dakouan& al, 2020) .

Nous partons alors du constat que ce système intelligent s'intègre dans une démarche s'interrogeant sur son appropriation par les Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), et plus particulièrement par les pratiques journalistiques et communicationnelles.

Cette démarche devra reposer sur des études quantitatives et qualitatives permettant d'interpréter cela.

2 - Les objectifs du colloque :

Nous cherchons à travers cette thématique :

- À proposer un corpus théorique reposant sur des recherches scientifiques permettant d'expliquer les enjeux, les perspectives d'IA tant au niveau informationnel que communicationnel.

- À cerner les nouvelles pratiques d'IA en journalisme et en communication.

- À analyser l'impact d'IA sur le comportement des utilisateurs : comment ces dispositifs affectent la relation de communication Homme-Machine ?

- À analyser l'impact sur les pratiques journalistiques : éthiques, régulation, etc.

3 - Les axes du colloque :

Nous déclinons ces objectifs en cinq axes:

1^{er} axe :Intelligence Artificielle (IA) et Réseaux Sociaux Numériques (RSN)

Les RSN ont développé une forme de sociabilité numérique grâce aux plates-formes contributives et participatives qui ont donné naissance à de nombreux dispositifs sociotechniques d'information et de communication permettant aux internautes d'interagir instantanément.

Ces dispositifs reposent sur un système intelligent qui permet un échange interactif ayant les caractéristiques de l'intelligence humaine, il s'agit de l'intelligence artificielle. Cette tendance de navigation et de communication a un impact important sur le comportement des internautes en général et sur l'appropriation et la perception de cette forme de communication numérique via les « Chatbots » également connus sous le nom d'assistants virtuels, et ils permettent à l'utilisateur de vivre une nouvelle expérience et d'entretenir des conversations sur les réseaux sociaux (Triboi& al 2022).

Nous explorons à travers cet axe :

- L'impact de l'intelligence artificielle sur la communication dans un espace numérique.
- Les changements comportementaux des utilisateurs quant à ces nouvelles pratiques intelligentes et leurs effets sur les capacités cognitives des internautes.
- Les valeurs communicatives et relationnelles apportées par l'intelligence artificielle.

2^{ème} axe:Intelligence artificielle (IA) et communication organisationnelle

Ces technologies émergentes ont permis aux organisations d'investir dans un système intelligent opérant un changement des pratiques communicationnelles pouvant avoir un impact sur l'e-réputation et l'identité numérique de l'organisation soulevant des enjeux, des opportunités et des menaces relatifs à l'intelligence artificielle.

Certains chercheurs préconisent les dangers possibles relatifs à l'intelligence artificielle : « Les risques possibles de l'intelligence artificielle, tels que les pertes d'emploi dues à l'automatisation, les violations de la vie privée, les "Deep Fakes", les

biais algorithmiques causés par de mauvaises données, les inégalités socio-économiques, la manipulation sociale... » (Ilovan& al, 2022).

À travers cet axe, nous cherchons à explorer :

- Les valeurs éthiques sur lesquelles repose l'intelligence artificielle.
- Les différents enjeux sociétaux, économiques, communicationnels de l'intelligence artificielle.
- Les problèmes et défis relevés par l'intelligence artificielle.

3^{ème} axe: Journalistes et usages de l'intelligence artificielle (IA) dans les salles de rédaction

Le domaine du journalisme évolue au gré du développement technologique. À l'heure du Big Data et de l'évolution des outils de l'intelligence artificielle, de nouvelles mutations ont fortement impacté le processus de production de l'information dans les salles de rédaction (collecte de données, édition, diffusion, vérification des faits pour éviter la désinformation, etc.). L'intelligence artificielle possède le potentiel de transformer en profondeur la façon dont le journalisme est produit et consommé (Beckett, 2019).

À travers cet axe, nous cherchons à explorer :

- L'impact de l'intelligence artificielle sur les méthodes et le processus de production de l'information dans les salles de rédaction.
- Les nouvelles façons de réception et de consommation de l'information.
- Le nouveau profil et les comportements des journalistes à l'ère de l'intelligence artificielle.

4^{ème} axe: Intelligence artificielle et nouvelle industrie des médias

La nature même du journalisme oblige les entreprises médiatiques à « se saisir des derniers progrès dans le domaine de la technologie de la communication » (Delporte, 2005, p. 204). L'intelligence artificielle a offert pour ces entreprises de nouvelles perspectives/opportunités dans toute leur chaîne de valeur (automatisation des processus commerciaux, veille informationnelle, écoute des réseaux sociaux, analyse prédictive de succès, etc.).

À travers cet axe, nous cherchons à explorer si :

- L'intelligence artificielle est-elle la meilleure solution aux difficultés que connaît le secteur des médias (perte de revenus publicitaires, perte de publics au profit des réseaux sociaux, etc.) ?
- Les entreprises médiatiques sont-elles vraiment dans l'obligation de se réappropriier l'intelligence artificielle dans leurs stratégies organisationnelles afin de l'adapter à leurs besoins ?

5^{ème} axe: Intelligence artificielle : un mécanisme de lutte contre la désinformation et le discours de haine

Grâce à ses capacités d'analyse poussées, l'intelligence artificielle est devenue une alliée importante dans la lutte contre la désinformation et le discours de haine. La plupart des initiatives en la matière (plateformes de fact-checking, algorithmes, technologie blockchain, Social Media Analysis, etc) fonctionnent avec l'intelligence artificielle, et permettant ainsi l'authentification des informations diffusées dans l'espace numérique.

À travers cet axe, nous cherchons à explorer :

- Les initiatives et plateformes de fact-checking basées sur l'intelligence artificielle.
- Les nouvelles méthodes de collecte et d'analyse des données apportées par l'intelligence artificielle et leur impact sur la lutte contre la désinformation et les discours haineux.

Comité scientifique :

- Pr Abdelkrim Hizaoui, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Pr Jamel Zran, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Pr Saloua Charfi, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Pr Sami Melki, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Pr Sihem Najjar, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Pr Moncef Ayari, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Pr Zohra Gharbi, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Pr Sadok Hammami, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Dr Jacques Araszkievitz, Université Côte d'Azur, URE TransitionS, Ecole de Journalisme de Cannes (France).

- Pr Lucia Granget, Université de Toulon.
- Pr Marc-François Bernier, Université d'Ottawa, Canada.
- Pr Vincent Meyer, université Côte d'Azur, URE TransitionS. (France).
- Dr Hamida El Bour, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Dr YousraSeghir, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Dr Fredj Zammit, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Dr Amine Ben messaoud, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Dr Chahira Ben Abdallah, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Dr Hanen Melliti, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Dr Soumaya Berrejeb, Université de la Manouba, IPSI, Tunisie.
- Dr Hatem Zein, Université El Maaref, Liban.
- Dr Myrna AbouZeid, Jordan Media Institute, Jordanie.
- Dr Catherine Ghosn, Université Toulouse III Paul Sabatier, France.

Coordinateurs scientifiques du colloque :

- Dr Yousra Gazbar, Université de la Manouba, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, Tunisie.
- Dr Walid Hayouni, Université de la Manouba, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, Tunisie.

Comité d'organisation :

- Olfa Beji, Konrad Adenauer Stiftung, Tunisie.
- ElhemJouini, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, Tunisie.
- Mohamed Drissi, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, Tunisie.

Comité de traduction :

- Mme Rafiaa Somai, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, Tunisie.
- Dr Amine ben messaoud, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, Tunisie.
- Dr Kamel Sahbani, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, Tunisie.

Calendrier :

- 20 décembre 2022 : diffusion de l'appel à communications.
- 15 février 2023 : date limite d'envoi des propositions.

- 1^{er} mars 2023 : réponses aux auteurs.
- 27 et 28 avril 2023 : tenue du colloque.
- 31 mai 2023 : remise de la version complète des textes.
- 20 juin 2023 : retour des commentaires et recommandations des évaluateurs.
- 10 juillet 2023 : remise des versions finales des textes.
- Octobre 2023 : publication des actes du colloque.

Modalités de soumission et d'évaluation des propositions :

Les propositions doivent inclure les éléments suivants :

- Les coordonnées : nom, adresse mail, université et titre de la communication.
- Une proposition de contribution de 500 mots ainsi que l'axe dans lequel s'inscrit la contribution.
- Une brève bibliographie.
- Les propositions sont acceptées en arabe, français et anglais et seront évaluées en double aveugle.
- Les propositions sont à envoyer par courriel à l'adresse suivante : colloqueipsi2023@gmail.com

Bibliographie indicative :

Références en français :

- Bastien L.(2020) Intelligence Artificielle : définition, histoire, utilisations, dangers.
Lien : <https://datascientest.com/intelligence-artificielle-definition>
- Christian Delporte (2005). Jules Verne et le journaliste. Imaginer l'information du XXe siècle. Le Temps des medias, n° 4(1), 201 213.
- Christophe, A et Alain, L (2020), une approche empirique et pluridisciplinaire pour comprendre et analyser les applications de l'IA dans les organisations, communication et management, vol 17.
- Dominique Cardon, Jean-Philippe Cointet, Antoine Mazières (2018). La revanche des neurones. L'invention des machines inductives et la controverses de l'intelligence artificielle », Réseaux, 2018/5, n° 211.Lien : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2018-5-page-173.htm>

- Évelyne, L, Serge, A (2021) Éthique et Intelligence Artificielle, entre problèmes et solution Management des technologies organisationnelles, N° 13.
- Jean-Sébastien Vayre (2018) Les machines apprenantes et la (re)production de la société : les enjeux communicationnels de la socialisation algorithmique ?, Les Enjeux de l'information et de la communication, n° 19/2. Lien : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2018-2-page-93.htm?contenu=plan>
- Kiyindou, A (2019) Intelligence Artificielle : Pratiques et enjeux pour le développement, Paris, Éditions L'Harmattan.
- Laurent Petit, Les sciences humaines et sociales (SHS) et les sciences de l'information et de la communication (SIC) aux défis de l'IA, Communication, technologies et développement [En ligne], 20 mai 2020. Lien : <https://journals.openedition.org/ctd/4475>
- Lever, Rob (2019) L'intelligence artificielle gagne du terrain dans les salles de rédaction, le Devoir. Lien : <https://www.ledevoir.com/culture/medias/549562/l-intelligence-artificielle-gagne-du-terrain-dans-les-salles-de-redaction>
- Lise, V et Ewan, O (2020) l'intelligence artificielle annonce-t-elle un changement de paradigme dans la communication des organisations ? », communication et management, vol 17.
- Marc, M, (2019) L'intelligence artificielle et la démarche scientifique, Le Débat, n° 207.
- Marr, B. (2020) The Intelligence Revolution, Kogan Page, ISBN 1789664373, 9781789664379. Étude sur l'intelligence artificielle. [en ligne]. Lien : <https://ai100.stanford.edu/gathering-strength-gathering-storms-one-hundred-year-study-artificial-intelligence-ai100-2021-study>
- Pierre-Michel Menger, Simon PAYE, dir (2017) Big Data et traçabilité numérique. Les sciences sociales face à la quantification massive des individus, Paris, Collège de France. Lien : <https://books.openedition.org/cdf/4990?lang=fr>
- Serge, A, Pierre-Miche, I R (2020) Vers une intelligence organisationnelle, Communication & management, Vol. 17.

References in English:

- Andrew Boyarski, The Future of Artificial Intelligence, Yeshiva University. Lien : https://www.yu.edu/sites/default/files/inline-files/YUIdeas_artificial_intell3.pdf
- Charlie Beckett (2019). New powers, new responsibilities. A global survey of journalism and artificial intelligence. Polis. [En ligne] <https://blogs.lse.ac.uk/polis/>
- Redouane BENABDELOUAHED et Chouaib DAKOUAN (2020) The Use of Artificial Intelligence in Social Media: Opportunities and Perspectives. In: Expert Journal of Marketing, Hassan II University, Morocco, Volume 8, Issue 1.
- Van Rijmenam, M, AI (2020) Journalism : possibilities, limitations and outcomes. Lien : <https://www.thedigitalspeaker.com/>
- Waterson, J., Microsoft sacks (2020) Journalists to replace them with robots. The Guardian, section technology. Lien : <https://www.theguardian.com/technology/2020/may/30/microsoft-sacks-journalists-to-replace-them-with-robots>