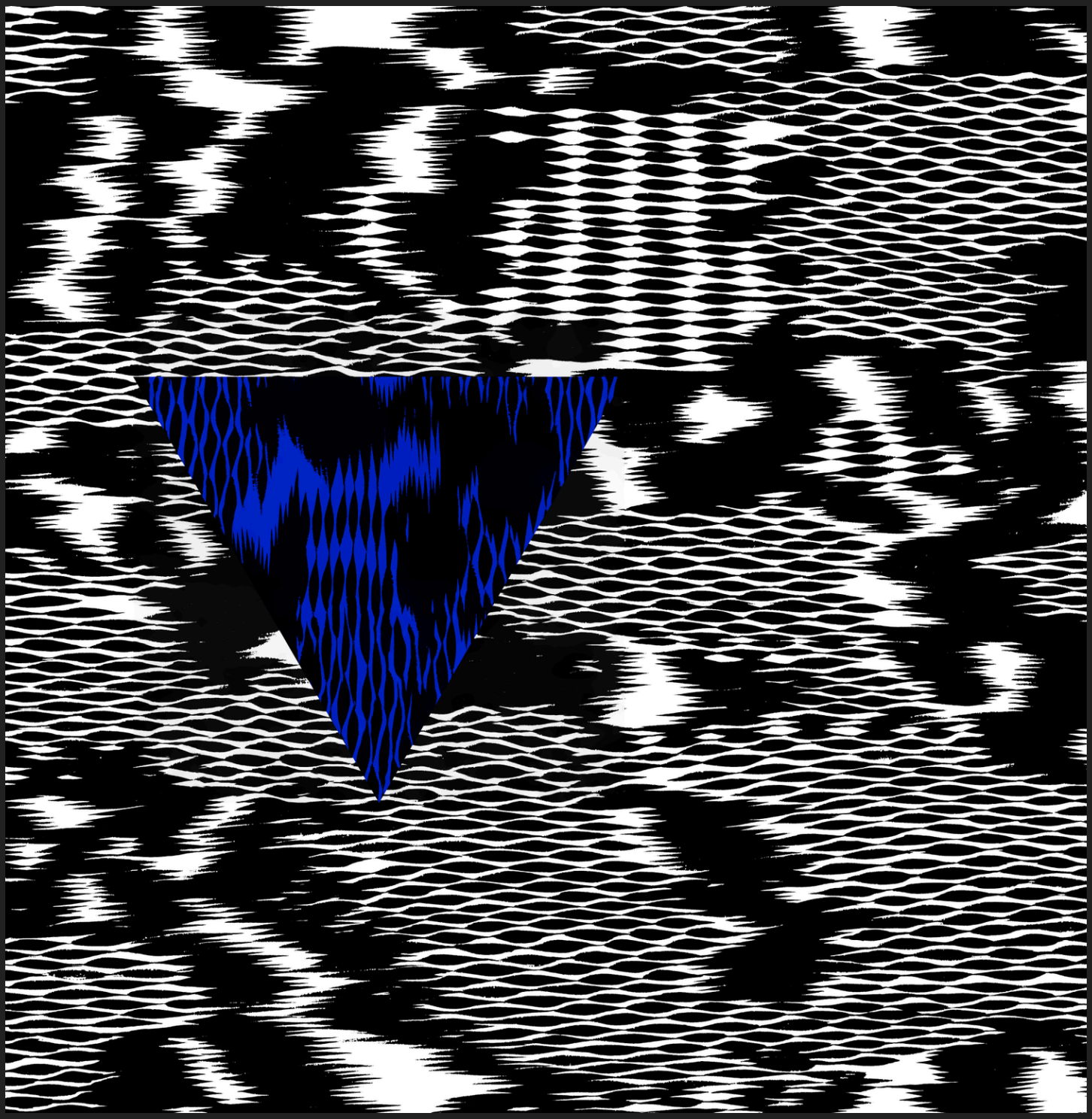
UN PROJET D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS QUI QUESTIONNE L'ÉTHIQUE ET L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

OK MILA

N°01 · IA ET DÉSINFORMATION



Editrice, rédactrice et co-fondatrice du projet

Cassi Ninja

Co-fondatrice du projet

Alyssia Ricci

Mise en page du mag papier

Gaëlle Defeyt (Gilda Fêlée)

Mise en page mag online

Cassi Ninja

Charte graphique

François d'Alcamo

Communication et réseaux sociaux

Anne-Sophie Skit

Journaliste podcast et voix off

Julie Mouvet (Minuit Studio)

Réalisateur et monteur vidéo

Francisco Luzemo (Hiola Films)

Réalisateur et monteur podcast

Marius Adam (MadSound)

Relectrice et responsable édition

Elisabeth Bois d'Enghien

WWW.OK-MILA-EAM.BE

OK MILA

CE PROJET EST RENDU POSSIBLE GRÂCE AU CSEM, LE CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'EDUCATION AUX MÉDIAS

OK MILA A ÉTÉ CRÉÉ PAR TAPAGE STUDIO-
HELLO@TAPAGE.STUDIO - WWW.TAPAGE.STUDIO

EDITO par Cassi Ninja

Ça fait 3 fois que je recommence cet édito! D'abord trop de politique, ensuite pas assez... Dans sa première version, je vous parlais de ma nouvelle personnalité préférée : Asma Mhalla. Politologue, essayiste et chercheuse, elle a écrit un ouvrage de dingue : "Technopolitique, comment la technologie fait de nous des soldats". Puis, après réflexion, je me suis dit : "Cassi, c'est trop politique tout ça. Garde du contenu pour le numéro 5 du magazine!" (et ce n'est pas du tout pour vous teaser que je dis ça... non non!). J'ai ensuite pensé écrire sur les canulars du 1er avril. C'était cool hein! Vraiment! Mais ce matin, quand j'ai écouté les infos et que j'ai échangé des vocaux de 15 minutes avec mes deux meilleures amies en éducation aux médias, je me suis dit : "L'heure est grave!" Et me voici.

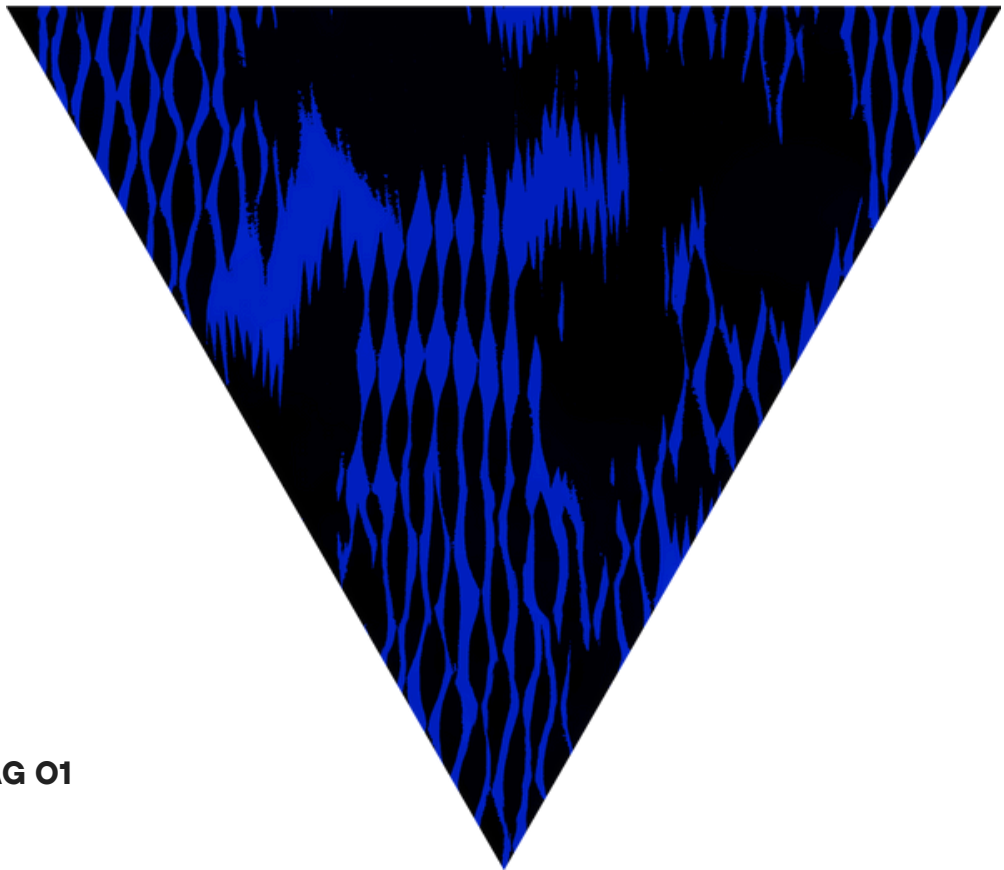
Moi qui suis une Lorie sans le ventre plat des années 2000 (#positiveattitude), c'est le cœur assez lourd que je vous conte mes ressentis de ces derniers temps. Je suis toujours du genre à voir le verre (de bière) à moitié plein et à motiver les troupes pour déceler les opportunités plutôt que les difficultés. Pourtant, ce matin, j'étais terne : les vidéos TikTok et Insta ne cessent de revenir sur le relooking (de veste) de Mark Zuckerberg, aka Meta. Ce revirement conservateur me donne la nausée. Le laxisme de Meta sur le fact-checking, voire leur complicité tacite avec la désinformation, est un problème qui dépasse le simple retournement de veste (vous le voyez le jeu de mots relooking...?). C'est un choix stratégique qui a des conséquences terribles sur nos démocraties, nos discussions publiques et même nos vies privées. Le refus de prendre une position ferme face à la propagation de fausses informations, sous couvert de la "liberté d'expression", n'est en rien ce que l'on pourrait qualifier de "neutre" : c'est une prise de position, qui favorise les contenus qui divisent, qui manipulent, et qui entretiennent un chaos profitable pour les plus puissants (remarquez que j'écris au masculin et non à l'inclusif).

Cette conception de la liberté d'expression se permet de considérer que toutes les voix doivent avoir la même portée. Pourtant, que dire de celles qui ont full pognon et propagent des mensonges qui mettent en danger la santé publique, les processus électoraux ou la cohésion sociale? Un enjeu démocratique me direz-vous ?

Vous savez ce qui me gave encore plus ? C'est que la responsabilité semble encore nous retomber dessus (comme pour l'écologie, soyons honnêtes). C'est à nous, utilisateur·ices que nous incombent les responsabilités qui devraient être prises en charge par ces géants du numérique. Les GAFAM détiennent le pouvoir, continuent de se dédouaner en nous mettant la charge de "vérifier nos sources", "ne pas partager de fake news", ou "signaler les contenus problématiques". En plus, les moyens qu'ils nous donnent pour "assumer cette responsabilité" sont ridiculement limités. Signaler un contenu mensonger ? Cela n'a souvent aucun impact tangible, et les procédures manquent de transparence. S'abstenir de partager ? Oui, mais l'algorithme continuera de toutes façons de promouvoir ces contenus. Faire preuve d'esprit critique ? Bien sûr, mais tout le monde n'a pas les mêmes outils ou compétences pour décrypter les manipulations numériques, surtout face à des campagnes massives de désinformation.

J'ai finalement l'impression qu'il y a deux camps: celles et ceux qui quittent ces plateformes et les autres qui y restent, par habitude, confort ou simplement nécessité d'y rester (boulot, contacts, devoirs scolaires, etc.). Il ne faut toutefois pas perdre de vue que ce transfert de responsabilité est un choix stratégique. En nous culpabilisant ou en nous accablant de tâches impossibles (comme vérifier chaque information dans un flux constant de contenus), ils détournent l'attention de leur propre rôle dans la création du problème. Ils deviennent les "facilitateurs neutres" alors qu'ils sont en réalité les architectes de cet écosystème toxique.

Tout cela pour en conclure que diviser politique et désinformation m'est désormais impossible aujourd'hui. Sorry, c'est pas jojo mais qu'est ce que ça fait du bien de sortir c'que j'avais dans la tête!



QUEL RAPPORT AVEC L'IA ME DIREZ-VOUS ?

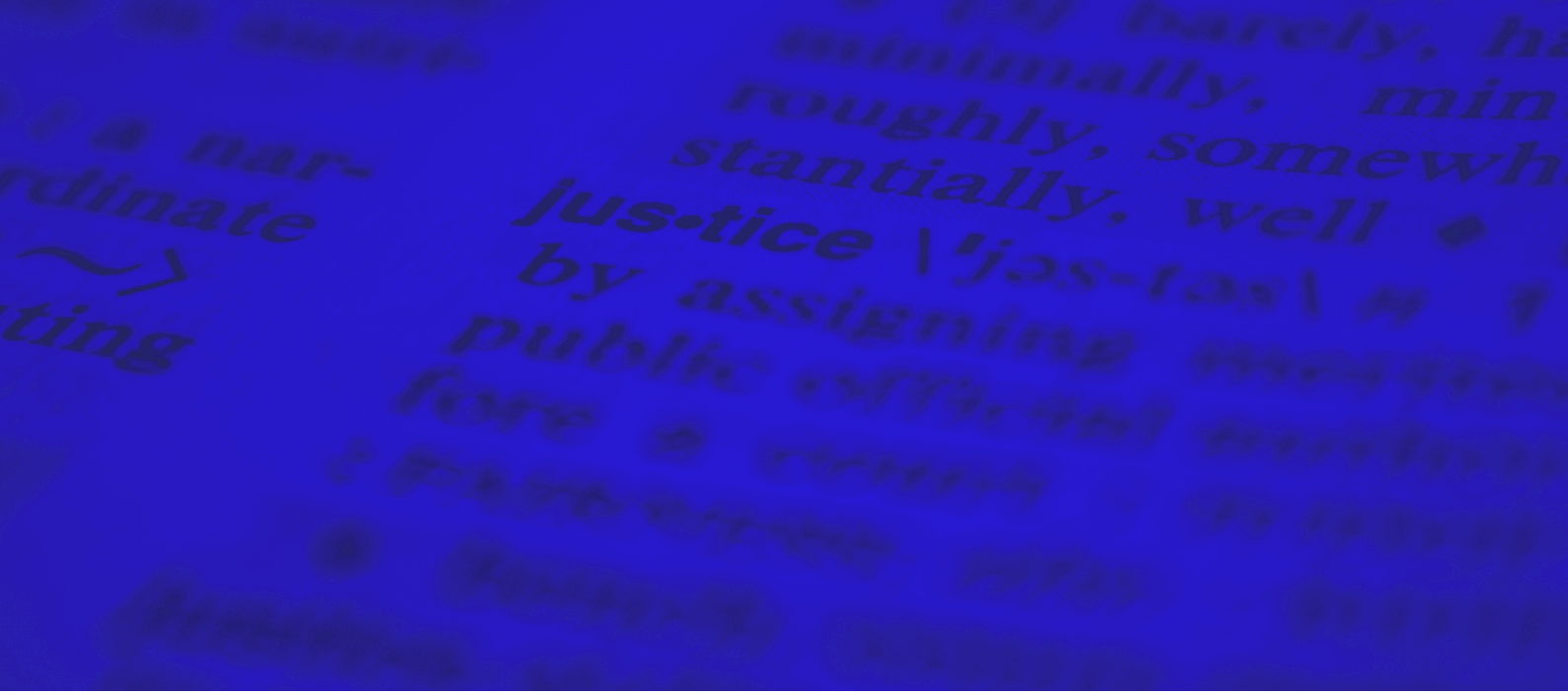
Hé bien, beaucoup, pour ne pas dire... tout !

1. L'intelligence artificielle est au cœur de cet écosystème complexe et souvent problématique. Les algorithmes, ces "cerveaux" artificiels conçus pour organiser et prioriser les contenus que nous voyons, ne se contentent pas de trier passivement les publications : ils apprennent de nos comportements, amplifient nos biais, et influencent profondément ce qui est mis en avant, ce qui est ignoré et, parfois, ce qui est rendu viral.

1. Ces algorithmes ne sont pas conçus pour rechercher la vérité ou favoriser la diversité des opinions : leur objectif principal est d'augmenter notre engagement, c'est-à-dire de maximiser le temps que nous passons sur les plateformes. Pour y parvenir, ils exploitent nos émotions les plus puissantes, telles que la colère, la peur, l'indignation, ou d'autres encore, susceptibles de nous faire réagir et interagir. Chaque fois que nous cliquons, commentons ou partageons un contenu choquant, même pour le dénoncer, nous renforçons ce mécanisme insidieux. En somme, nous apprenons à ces systèmes que ce type de contenu est efficace, incitant les algorithmes à le promouvoir davantage.

1. Ce qui est souvent occulté dans ces débats, c'est que les plateformes se présentent comme des acteurs neutres. "Ce n'est pas nous, c'est l'algorithme", entend-on régulièrement. Cette neutralité est une illusion, car derrière chaque algorithme, il y a des choix et des biais humains : quels critères doivent primer, quels comportements doivent être encouragés, ou encore quelles langues et communautés méritent une modération efficace. Les GAFAM, loin d'être de simples diffuseurs, sont les architectes de cet écosystème. Ils fixent les règles, conçoivent les outils, et décident des priorités, souvent dictées par des logiques de profit à court terme.

1. Enfin, l'IA, est aussi une technologie fine et précise capable de générer un tas de contenus, vrais ou fake. Et c'est là le coeur de notre numéro : "non Martine, ce n'est pas depuis le développement de ChatGPT et de Dall-E que les fake news ont le vent en poupe." La désinformation existait bien avant l'émergence des technologies numériques. Ce qui a changé, c'est l'ampleur, la rapidité de sa diffusion et surtout, la qualité des productions.



VOCABULAIRE D'AURÉLIE DURIAU "LES ROCHDUR"

01. CHANGEMENT DE PARADIGME

l'IA change la donne de notre rapport au savoir, et ne fait qu'entériner une évolution déjà en cours depuis plusieurs années... Ce qui est au centre, à présent, n'est plus "l'apprentissage de connaissances", mais bien de développer des compétences vers un usage critique de ce savoir. Comment puis-je me rapporter à ce savoir ? Quelle analyse réflexive suis-je capable de développer par rapport à ce savoir ?

02. PENSÉE CRITIQUE

on peut la considérer comme un ensemble de mécanismes/compétences de pensée permettant d'exercer pleinement son esprit critique. Avec la popularisation de l'IA, le développement de la pensée critique devient l'une des compétences primordiales de ce XXIe siècle. Plus que jamais, les programmes scolaires doivent faire du développement de ces compétences une priorité.

03. SENSIBILISATION

l'enjeu de sensibilisation à l'usage de l'IA doit faire l'objet d'une réflexion méta de la part de nos gouvernements et de nos systèmes éducatifs. C'est un enjeu démocratique dont il devient urgent de mesurer l'importance.

04. MÉSINFORMATION

avec l'IA, la barrière entre mésinformation et désinformation devient de plus en plus floue et ténue. Par exemple : les dernières sorties "politiques" d'Elon Musk peuvent questionner sur l'orientation sous-jacente à Grok. L'IA comme outil de mésinformation ou de désinformation ?

05. BIAIS

avant le "comment utiliser l'IA", nous privilégions une approche du "pourquoi utiliser l'IA" ou du "pourquoi ne pas utiliser l'IA". Selon nous, ce questionnement ne peut être éclairé que si la personne dispose d'une conscientisation suffisante des différents biais, limites et risques inhérents à l'usage de l'IA.

LA DÉSINFORMATION AU FIL DES SIÈCLES

Comme évoqué plus haut, et bien avant de devenir un enjeu contemporain, la désinformation a toujours été un outil de pouvoir et de contrôle dans les récits historiques, religieux et mythologiques. La manipulation de l'info traverse en effet les époques, en s'adaptant aux croyances et aux structures sociales de son temps. On notera que:

- d'une part, l'objectif des fake news est de tromper l'autre, pour le dominer, le séduire et/ou le convaincre.
- d'autre part, et par conséquent, que le contexte dans lequel sont produites ces "fake news" influence la manière dont l'histoire est racontée, puisqu'elles sont soutenues par des motivations politiques, sociales et culturelles.

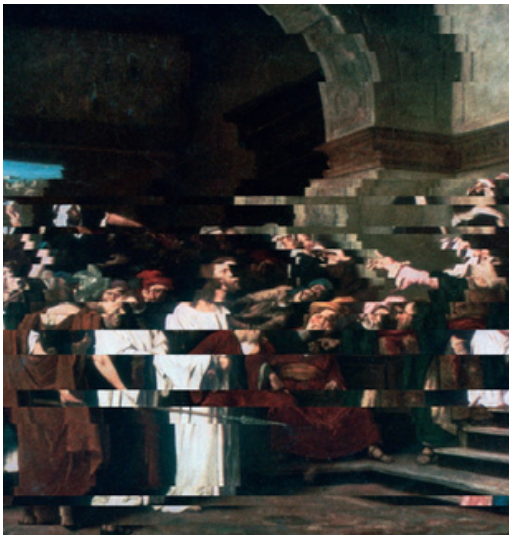
Dans l'article "Introduction. La désinformation, hier et aujourd'hui, une approche interdisciplinaire. Les contextes", les auteur·ices (Djbril Diakhaté, Susan Kovacs et Stéphane Le Bras) évoquent l'exposition Universelle de 1904, la "Louisiana Purchase Exposition" à Saint Louis, dans le Missouri aux USA.

Pour vous replacer dans le contexte : nous sommes en 1902. La guerre américano-philippine prend fin et marque l'entrée des États-Unis dans une période de colonisation et de suprématie, où l'exotisme des peuples autochtones qu'ils dominent fascine une partie de la société américaine. C'est à cette époque, en 1904, qu'a lieu l'Exposition universelle à Saint-Louis, et qu'elle deviendra un moyen pour les États-Unis de mettre en scène leur domination. Ils y consacreront alors 1,5 million de dollars pour transporter plus de 1000 Philippins afin de les exposer dans ce que l'on qualifierait aujourd'hui de "zoo humain".

Pourquoi un tel effort ? À l'époque, les journalistes américains avaient propagé des récits stéréotypés et dégradants, décrivant ces peuples comme des "sauvages" prétendument habitués à manger du chien et à vivre presque nus. Ces clichés alimentaient alors une curiosité malsaine et servaient à justifier la colonisation en présentant ces populations comme inférieures. Bien entendu, on sait aujourd'hui que de nombreuses informations ont été volontairement tues (le chien n'est pas la base de leur alimentation, il n'occupe pas la même place que chez nous, et ce peuple mange en réalité peu de viande, etc.) mais *"Il s'agit de caricaturer par le biais de raccourcis usant de clichés et de préjugés réducteurs afin de rendre acceptable la domination des États-Unis dans un archipel philippin qu'ils viennent de conquérir et où ils commettent de nombreuses exactions (Guillermo et Win, 2005)."*

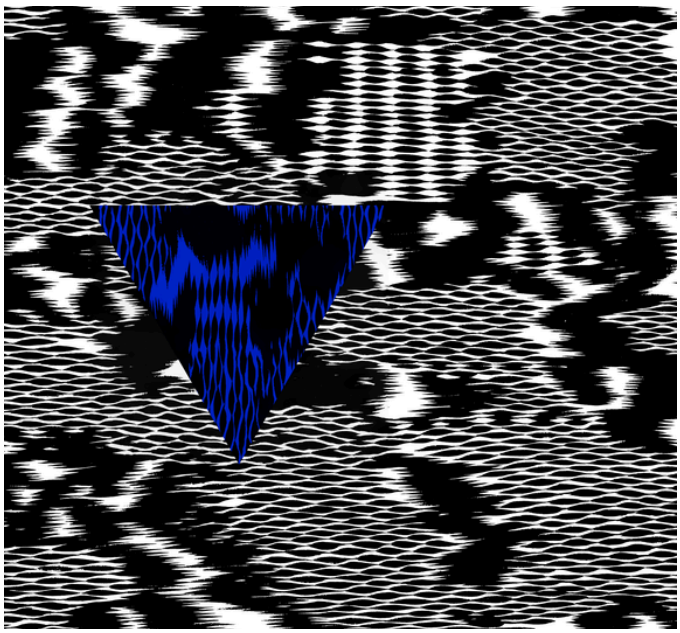
Afin de mieux comprendre les mécanismes et les intentions de la désinformation, nous avons retracé pour vous une ligne du temps de son histoire :

1. Les Évangiles racontent l'histoire de la Passion de Jésus, c'est-à-dire son arrestation, son procès, et sa crucifixion. Dans ces récits, Ponce Pilate, le gouverneur romain chargé de maintenir l'ordre en Judée, est présenté comme un personnage hésitant et manipulé. Les leaders religieux juifs du Sanhédrin, une sorte de conseil religieux et juridique, apparaissent comme les principaux responsables qui auraient poussé Pilate à condamner Jésus. Pourtant, cette version des faits ne reflète pas uniquement la réalité historique : elle est influencée par des choix politiques et sociaux de l'époque où les Évangiles ont été écrits. D'abord, pour minimiser le rôle de Ponce Pilate. Ensuite, pour accentuer la responsabilité des leaders juifs. Enfin, à l'époque où les Évangiles étaient rédigés, les chrétiens cherchaient à se faire accepter au sein de l'Empire romain. C'est pour cela qu'ils évitaient de s'opposer frontalement à Rome et préféraient insister sur le rôle des autorités juives dans la mort de Jésus. Ce choix narratif aidait à apaiser les tensions avec les Romains, qui exerçaient une pression considérable sur les minorités religieuses.



2. Dans la mythologie romaine, Fama est la déesse de la rumeur. Elle incarne la voix publique et est capable de propager à la fois la gloire et la rumeur. Représentée avec de multiples yeux, oreilles et bouches, elle est omniprésente et omnisciente, écoutant et observant tout ce qui se passe dans le monde des mortels et des dieux. Elle porte deux trompettes :

a. Une longue trompette, utilisée pour annoncer la renommée et les exploits.
b. Une petite trompette, dédiée à la diffusion des rumeurs, souvent amplifiées et déformées.



3. Petit bond dans le temps pour ce 3ème exemple (soit près de 1600 ans, hum hum). Connaissez-vous le texte de la dent d'Or? Bernard Le Bovier de Fontenelle y remet en question les méthodes scientifiques de son époque à partir d'une histoire : *En 1593, le bruit courut que les dents étant tombées à un enfant de Silésie, âgé de sept ans, il lui en était venu une d'or, à la place d'une de ses grosses dents. Horatius, professeur en médecine à l'université de Helmstad, écrivit, en 1595, l'histoire de cette dent, et prétendit qu'elle était en partie naturelle, en partie miraculeuse, et qu'elle avait été envoyée de Dieu à cet enfant pour consoler les chrétiens affligés par les turcs. Figurez vous quelle consolation, et quel rapport de cette dent aux chrétiens, et aux turcs. En la même année, afin que cette dent d'or ne manquât pas d'historiens, Rullandus en écrit encore l'histoire. Deux ans après, Ingolsteterus, autre savant, écrit contre le sentiment que Rullandus avait de la dent d'or, et Rullandus fait aussitôt une belle et docte réplique. Un autre grand homme, nommé Libavius, ramasse tout ce qui avait été dit sur la dent, et y ajoute son sentiment particulier. Il ne manquait autre chose à tant de beaux ouvrages, sinon qu'il fût vrai que la dent était d'or. Quand un orfèvre l'eût examinée, il se trouva que c'était une feuille d'or appliquée à la dent avec beaucoup d'adresse; mais on commença par faire des livres, et puis on consulta l'orfèvre." Comme le disait* Bernard Le Bovier de Fontenelle *"Assurons-nous bien du fait avant de nous inquiéter de la cause".*

4. Au 16ème et 17ème siècles, les “canards” ont le vent en poupe et rencontrent un grand succès. Dans la même démarche que les titres putaclics, ils reposent d’une part sur le réel (= l’actualité) et d’autre part sur le registre du fantastique. On notera aussi, et cela fait d’ailleurs doucement sourire, la matérialité de ces “canards” : une qualité de document douteuse, une conservation du papier quasi nulle, plusieurs fautes d’orthographe et un coût abordable, tout en étant un gain d’argent pour celles et ceux qui les produisent.

5. En 1881, l’article 27 de la Loi de la Liberté de la Presse fait apparaître les notions de “fausses nouvelles”. *“La publication, la diffusion ou la reproduction, par quelque moyen que ce soit, de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers lorsque, faite de mauvaise foi, elle aura troublé la paix publique, ou aura été susceptible de la troubler, sera punie d'une amende de 45 000 euros.”* Sacrée étape dans la reconnaissance légale de la désinformation.

6. En même temps que l’exposition Universelle de Saint Louis dont on vous contait l’histoire précédemment, l’Europe dénigrait la communauté italienne qui vivait en Allemagne. On racontait alors qu'eux aussi consommaient de la viande de chien (qu’est-ce qu’ils ont tous avec ces cabots?!)

7. En 1938, on pourrait bien sûr évoquer la célèbre adaptation radiophonique de La Guerre des Mondes par Orson Welles, diffusée sur CBS. Ce faux flash info annonçait alors le débarquement des martiens sur terre : *“Une forme voûtée s’extrait de la fosse. Je parviens à distinguer un faible rayon de lumière sur un miroir. Qu’est-ce que c’est ? Un jet de flamme vient de jaillir du miroir et bondit droit vers les hommes qui s’avançaient ! Ils sont frappés de plein fouet ! Oh mon Dieu, ils viennent de prendre feu !”.* À la suite de cette émission, les journaux accusent Welles d’avoir créé un mouvement de panique à l’échelle nationale. Que nenni ! En réalité, les journaux, inquiets de la montée en puissance de la radio, saisissent cette opportunité pour casser du sucre sur le dos de ce média concurrent.

Ainsi, et petit à petit, on arrive à notre époque, constatant malheureusement que les mêmes logiques de domination, de manipulation et de politique y prennent vie : citons notamment les théories du complot liées aux attentats du 11 septembre, le GamerGate, le terme de post-verité (post truth), l’élection de Donald Trump, etc. Tous les exemples de notre ligne du temps montrent que la désinformation a toujours existé sous différentes formes, mais qu'elle a pris une nouvelle dimension avec l'essor des technologies numériques. Elle met aussi en évidence comment la désinformation a été utilisée pour manipuler les populations, justifier des conflits et des persécutions à travers l'histoire et comment sa définition évolue en même temps que ses techniques.

MAIS ALORS, QU'EST-CE QUI DIFFÉRENCIE TOUTES CES FAKE NEWS, NUMÉRIQUES OU PAS, DE CELLES PRODUITES PAR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ?

en collaboration avec Laurent Di Pasquale de l'Ecole Branchée et Simon Duguay enseignant en éducation aux médias à l'école secondaire De Rochebelle à Québec et chargé de cours en didactique des sciences à l'Université Laval.

01 MOINS D'INDICES ET PLUS DIFFICILE À DÉTECTER

Si les fake news traditionnelles pouvaient être repérées grâce à des incohérences, des fautes d'orthographe ou une qualité médiocre des images et vidéos, avec l'IA, ces imperfections disparaissent, rendant leur origine moins facilement détectable, voire quasi indétectable : les deepfakes produisent à présent des vidéos hyperréalistes où expressions et mouvements semblent authentiques, et les textes générés par des modèles comme GPT imitent parfaitement les styles d'écriture.

02 LE RÉALISME ABSOLU

L'IA excelle dans la production de contenus visuels, audio et textuels d'une qualité remarquable, souvent indiscernables de la réalité: les deep fakes, par exemple, reproduisent avec une précision troublante les expressions et les mouvements des visages, simulant des discours ou des actions inexistants. Grâce aux outils génératifs, des images convaincantes sont créées en fusionnant plusieurs éléments pour composer des scènes crédibles. Le tout à des coûts réduits, voire gratuits.

Jusqu'il y a peu, ce réalisme quasi absolu était encore encadré par une "politique de génération", visant à limiter autant que possible la production de contenus nourrissant la désinformation ou la haine. Mais aujourd'hui, hélas, de nouvelles plateformes émergent, balayant le peu de normes qui permettaient – tant bien que mal – de limiter cette logique de désinformation.

Si l'on se penche sur Grok, le dernier modèle de Elon Musk, on découvre un nouveau paradigme : les limites de génération y sont encore repoussées, entraînant avec elles des considérations idéologiques et politiques. Si ces dernières raviront certains extrêmes, elles feront peur à d'autres, de par le réalisme absolu qui en découle. Ceci nous amène alors à une question fondamentale: "Est-ce parce que l'on peut que l'on doit" ? Les infinies possibilités de générations, réalisées en quelques secondes grâce à ces nouvelles percées de l'IA, permettant la production de contenus qui flouent les limites entre réalité et fiction. Plus que jamais, celles-ci nous renvoient à un principe central : celui de notre responsabilité numérique quant à leur utilisation.

03 LA VIRALITÉ DES CONTENUS ET DONC L'ÉCONOMIE DES PLATEFORMES

Les algorithmes jouent un rôle crucial dans la viralité de ces fake news. Aujourd'hui, plus les vidéos sont regardées, plus elles génèrent des revenus aux plateformes et aux créateur·ices. C'est simple : on sait que les images et vidéos générées par l'IA sont optimisées pour capter l'attention, jouer sur les émotions et donc remonter dans le fil d'actualité. Leur vitesse de propagation est donc démultipliée. Cette viralité, amplifiée par des algorithmes privilégiant l'engagement à la vérité, a déjà engendré des événements tragiques.

Si un algorithme peut nous faire gagner du temps, nous référencer des informations qui pourraient être plus adaptées pour notre recherche, il peut tout aussi bien alimenter la haine, et provoquer la mort. Un exemple marquant de l'actualité est celui des rohingyas : en 2017, les populations rohingyas ont été victimes de graves violences, étant mêmes jugées par certains comme un véritable génocide. Par la suite, différentes enquêtes ont prouvé que l'algorithme de Facebook avait eu une responsabilité dans la propagation des contenus haineux à leur encontre, ce qui avait amplifié le phénomène. Les contenus d'alors avaient été créés et partagés par de véritables humains et rédigés sans l'aide d'une intelligence artificielle. Qu'adviendrait-il si demain, un algorithme mettant prioritairement des contenus tout aussi dangereux, et créés à l'aide d'une IA générative, prenait pour cible une autre population dans le monde ? La responsabilité ne peut pas reposer uniquement sur la personne qui génère le contenu. Malheureusement, la direction prise par X, ainsi que la récente décision de Meta de réduire le fact-checking sur sa plateforme, ne feront qu'amplifier cette vague de désinformation.

04 LES BIAIS COGNITIFS

L'IA alimente les biais de confirmation, en produisant des contenus personnalisés, adaptés aux croyances ou valeurs de chaque utilisateur·ice. La phrase qui dit "je crois ce que je vois" pourrait aussi se traduire par "je crois ce que je crois de base". Les vidéos et images diffusées sur les plateformes ne viennent alors que renforcer des convictions déjà implantées dans le chef des utilisateur·ices peu conscient·es des biais présents dans les générations, et crée alors un effet boule de neige.

Durant les élections, par exemple, ce phénomène atteint son paroxysme, avec des contenus toujours un peu plus orientés et qui enferment littéralement les personnes consultant du contenu dans une bulle de filtre. Certaines entreprises l'ont d'ailleurs bien compris depuis plus d'une décennie. Avant l'élection présidentielle américaine de 2016, l'entreprise Cambridge Analytica utilisait des données privées de 87 millions de personnes, afin de leur envoyer des messages ciblés via l'algorithme de Meta et dans le but d'influencer leurs votes. Le même processus avait également fait pencher la balance dans les élections du Brexit en Europe en 2020. Si l'esprit critique est un muscle mental qui se développe par la pratique, il faudra certainement un bon nombre d'exercices pour préparer la population à prendre conscience des biais auxquels nous sommes confrontés en étant en ligne.
On peut toutefois prendre le contrepied de ces dangers : certains modèles génératifs pourraient en effet nous permettre de lutter indirectement contre ces biais (par des pratiques éducatives). En exemple, nous citerons notamment un chatbot ayant pour objectif de faire prendre consciences des différents biais cognitifs à l'utilisateur·ice : https://chatgpt.com/g/g-osrFvmjp0-monsieur-biais-cognitifs

05 LA POLARISATION ACCRUE DES POINTS DE VUE

Si on couple le point 3 et le point 4, on obtient ce qu'on appelle "la polarisation des points de vue". Les fake news, alimentées par l'IA, exacerbent la polarisation des opinions : les récits sont ciblés pour diviser des groupes, en jouant sur leurs sensibilités culturelles, religieuses ou politiques. La société se fragmente alors davantage, rendant le dialogue et la résolution des conflits plus difficiles.

À l'heure d'aujourd'hui, une polarisation des points de vue, qui pourrait bien être exacerbée par une prise de position politique de certains états ou groupes idéologiques, concerne les orientations à donner aux modèles d'IA. Concrètement, les rapprochements entre les grands géants du monde numérique (tel que Elon Musk, mais pas que), témoignent du fait que les lignes qui existaient entre groupes privés et intérêts politiques deviennent de plus en plus floues. Là où ces grandes entreprises pourraient faire office de garde-fou pour préserver la démocratie, on ne peut hélas que constater leur impact grandissant sur les décisions prises à l'échelle d'un pays. Une question légitime survient alors : est-il possible d'orienter un modèle d'IA et son algorithme pour répondre aux sensibilités politiques d'un groupe précis ? La réponse trouve sa source dans les types de modération qui sont d'application sur certains modèles.

On imagine mal des plateformes d'intelligences artificielles chinoises promouvoir les faits de la place Tian'anmen par exemple, ou de tout autre fait sociétal qui pourrait nuire à l'ordre social. Si l'on transpose à des modèles occidentaux, pourrait-on voir un jour s'installer doucement, mais sûrement, une censure de la pensée, valorisant certains contenus plutôt que d'autres?

Dans les faits, cela est déjà le cas. Si nous avons encore l'impression que ce processus va dans le sens de nos valeurs communes et d'une certaine forme d'éthique partagée, il n'en faudrait pas beaucoup pour basculer dans des réponses orientées, promouvant une vision politique du monde bien précise.

Bien que ce ne soit pas via la polarisation politique que cela ait lieu, les réponses générées mettent davantage en avant des références culturelles occidentalisées. Ignacio Ramonet l'expliquait merveilleusement dans son livre "Propagande Silencieuse" (2000) : tout au long de notre vie, nous sommes influencés par des contenus médiatiques et fictionnels, qui marquent en nous une représentation du monde. Et si demain, en mettant à jour ce livre, y était ajoutées les différentes orientations des modèles d'IA, ainsi que l'impact qu'ils ont pu avoir sur notre vision du monde?

06 LA PRODUCTION À GRANDE ÉCHELLE

L'IA permet de créer des fake news en masse, à une vitesse et à un coût jamais vus auparavant : assez facilement, et en quelques minutes, les campagnes automatisées de désinformation peuvent inonder les réseaux sociaux de fausses informations. Et si, à l'époque, des humains étaient à la manœuvre pour perpétrer ces crimes, aujourd'hui, et depuis quelques années déjà, ce sont des bots génératifs qui créent et publient des articles, vidéos et commentaires coordonnés pour paraître légitimes.

Devoir double-checker tous les contenus qu'on consomme (en masse, et tout le temps, de surcroît) peut paraître fatiguant. Pour éviter ce burnout informationnel, Simon Duguay nous rappelle 3 conseils :

- Définir si ça vaut la peine d'aller vérifier l'info : si on vous dit que Taylor Swift (qu'on adore) a vendu 3 milliards d'albums et que c'est faux... Bon, c'est dommage... mais ça ne va pas changer nos vies. En revanche, dès qu'il s'agit d'images, de vidéos, de contenus liés à la politique ou à la société, il devient essentiel de recouper ses sources et d'aller chercher d'autres références informationnelles.
- Rétablir la confiance envers les comptes des médias officiels : bien entendu, ces médias dits officiels peuvent faire des erreurs et les lignes éditoriales sont des aussi des orientations politiques. Cependant, les journalistes ont un code de déontologie à respecter et des objectifs d'information et d'éducation.
- Distinguer les contenus informationnels des opinions : un contenu informationnel rapporte des faits vérifiés, avec des sources fiables et un ton neutre. À l'inverse, une opinion exprime un point de vue personnel, souvent accompagné de jugements ou d'émotions. Identifier cette différence passe par l'analyse du ton, des termes utilisés, et des références citées. Cela permet de consommer l'information de manière critique et éclairée, tout en prenant conscience des biais potentiels.

Vous le voyez venir, notre point de vue sur la désinformation et la politique ? Fondamentalement, scroller sur TikTok et voir le deepfake d'une tornade au Mexique qui ravage tout sur son passage pose d'abord des questions d'empathie et de climat (pour les plus logiques d'entre nous).

Mais, tout bien réfléchi, ce deepfake nous met face à d'autres problématiques : quid de la réappropriation étatique de ces fake news dans l'intention de nous manipuler ? On pourrait alors parler de flux migratoires, définir des politiques discriminatoires suite à ces images, créer de faux témoignages, etc. Et tout cela, en faveur d'un type de pouvoir !

INITIATIVES ET SOLUTIONS

L'IA Box Education de la team "Les RochDur" et sa partie liée aux enjeux de l'IA et de l'éthique https://lesrochdur.com/enjeux-ia-education/

Un rapport produit par Obvia pour identifier les pistes d'action et de réflexion sur les dérapages de l'IA et de l'hypertrucage: https://www.obvia.ca/ressources/Desinformation-amplifiee-par-IA

Un bot IA "Fait ou Fake" créé aussi par Aurélia Duriau et Franck Roch, à utiliser avec des jeunes et pas que : https://chatgpt.com/g/g-YsKyLUyLa-fait-ou-fake

Monsieur "Biais cognitifs", bot créé par Laurent Di Pasquale de l'Ecole Branchée : https://chatgpt.com/g/g-osrFvmjp0-monsieur-biais-cognitifs

La série de 10 épisodes de "La semaine des médias" autour de l'IA (dont certaines vidéos sont dédiées à la désinformation) : https://www.semainedesmedias.tv/intelligence-artificielle-fake-news.html

Sébastien Place et quelques collèges passionnés de Microsoft proposent le kit OpenSource de formation à l'IA : https://splc.be/kit-open-source-de-formation-a-lia/?fbclid=IwY2xjawHqF2RleHRuA2FlbQIxMAABHUeXA8VhxR096okIaWUPmyOvoMYfMXtFkdkxcztvn7PmaIvkCye-UMdd3g_aem_rCeuUSWphO0_Si44WdvCbA

Mila (notre inspiration) est un institut de recherche en intelligence artificielle situé à Montréal qui regroupe des chercheur·euses de l'Université de Montréal, l'Université McGill : https://mila.quebec/fr
Technocité organise la "Fake news factory", une activité adaptable sur plusieurs jours autour de l'IA et de la désinformation pour les ados de 15 à 18 ans. Après avoir sensibilisé à la fiabilité de l'information au sens large du terme (définir ses sources, les recouper, etc) et à l'aspect technique de l'IA (générative de texte et d'images), les jeunes, divisés en groupe, sont invités à user de tous les outils mis à leur disposition pour créer une vraie info d'un côté et une fausse de l'autre (site internet, vidéo, image, etc.). Une méthode similaire est aussi proposée pour les adultes et principalement les demandeur·euses d'emploi. Pour découvrir la team derrière tout ça: https://www.atallnetworks.com/

Action Médias Jeunes, organisation jeunesse d'éducation aux médias, propose une animation de 3*50 minutes aux jeunes (scolaires et hors scolaires) : dans "Decode Chat GPT", l'équipe amène les jeunes à comprendre comment fonctionne cette IA générative de texte ? Sont-iels conscient·es que les réponses données ne sont pas toujours fiables ? Et au-delà de la fiabilité de l'information, que les textes générés sont le produit des biais de notre société ? Savent-iels que l'utilisation de l'intelligence artificielle générative a un fort impact environnemental ?

Pour suivre la formation "les jeunes et l'IA", c'est par ici : www.acmj.be

BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE

Hygiène mentale, "*Ep16 La Dent d'Or Assurons-nous bien du fait avant de nous inquiéter de la cause*" https://www.youtube.com/watch?v=lduaHsRywuw
King Kong Mag, "*Numérique Tech et Education*" https://kingkong-mag.com/numerique-tech-education/
CulturAdvisor, *"Le Listenbourg, ou une histoire des fake news !" https://www.culturadvisor.com/2022/11/le-listembourg-ou-une-histoire-des-fake-news/?v=910955a907e7*
Ville de Genève, *"Les fake news ont-elles toujours existé ?"* https://www.geneve.ch/themes/culture/bibliotheques/interroge/reponses/les-fake-news-ont-toujours-existe
LegiFrance, *"Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse"* https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000006070722
Revue Histoire, "*le canard, le fait d'hiver d'hier*" https://revue-histoire.fr/histoire-moderne/le-canard-le-fait-divers-de-nos-aines/
Numerama, *"Grok 2, l'intelligence artificielle d'Elon Musk, génère de fausses photos de célébrités gratuitement"* https://www.numerama.com/tech/1864660-grok-2-lintelligence-artificielle-delon-musk-genere-de-fausses-photos-de-celebrites.html
RTBF, *Cambridge Analytica : Meta, la société mère de Facebook, conclut un accord préliminaire* https://www.rtbf.be/article/cambridge-analytica-meta-la-societe-mere-de-facebook-conclut-un-accord-preliminaire-11055083
Amnesty International,
Myanmar. *Les systèmes de Facebook ont promu la violence contre les Rohingyas – Meta doit des réparation* https://www.amnesty.org/fr/latest/news/2022/09/myanmar-facebooks-systems-promoted-violence-against-rohingya-meta-owes-reparations-new-report/

LES CONTRIBUTEURS ET CONTRIBUTRICES SUR CE NUMÉRO

- **Laurent Di Pasquale de l'Ecole Branchée https://ecolebranchee.com/**
- **Aurélie Duriau et Franck Roch "Les Rochdur"** *https://lesrochdur.com/*
- **Dominique Mangiatordi de AI5** https://ai5.be/
- **Gaétan Santarelli du Mundaneum de Mons https://mundaneum.org/**
- **Eglantine Braem d'Action Médias Jeunes** *https://www.actionmediasjeunes.be/*
- **Jérôme Marciniak de Technocité** *https://technocite.be/*
- **Gerard Destrait d'Atallnetworks** https://www.atallnetworks.be/
- **Simon Duguay** https://www.linkedin.com/in/simon-duguay/

OK MILA

L'intelligence artificielle bouleverse notre manière de nous informer, de créer et d'interagir. Avec OK Mila, nous décryptons ses impacts éthiques et sociétaux à travers six thématiques clés :

- IA et désinformation (avril 2025) : La désinformation n'est pas une nouveauté mais la professionnalisation et la précision des fausses images et vidéos rendent l'authentification des contenus difficile. Comment déceler le vrai du faux ?
- IA et diversité (mai 2025) : l'IA diffuse de nombreux stéréotypes liées au genre, à l'âge, à l'origine, à l'orientation sexuelle et tout type de minorité : hypersexualisation des femmes, attitude de bandit des personnes racisées, exotisation des personnes lesbiennes, diktats de beauté normée. Comment sortir de la représentation de l'individu universel ?
- IA et écologie (juin 2025) : bien qu'il nous semble dématérialisé, le numérique pollue énormément. Et l'IA n'arrange rien : entre autres, l'entraînement des algorithmes est le poste le plus polluant et les IA utilisent une électricité bien plus importante que les moteurs de recherche classiques. Comment réduire notre empreinte carbone malgré une utilisation de l'IA régulière ?

A partir de septembre 2025, on parlera IA et cyber-harcèlement, IA et politique et enfin, IA et créativité.

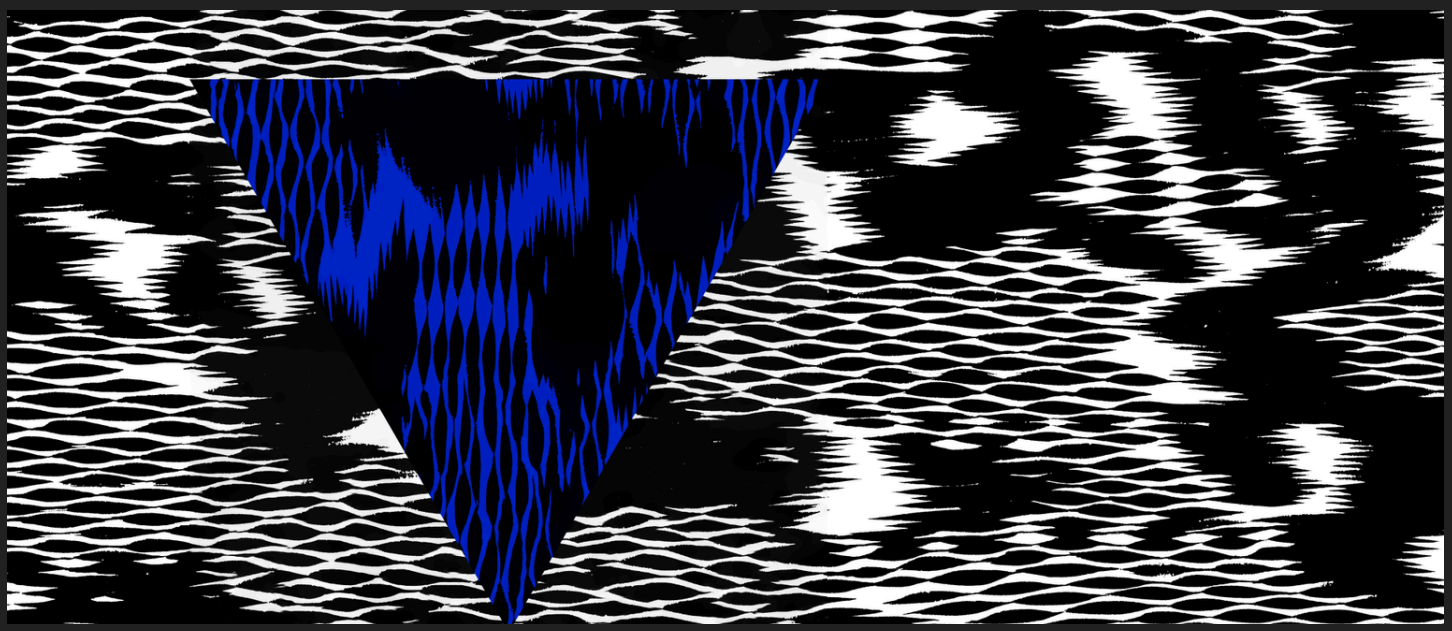
Un projet multimodal pour toucher un large public

OK Mila, c'est trois formats interconnectés pour explorer ces enjeux en profondeur et développer un esprit critique face à l'IA :

- Un podcast (12 épisodes) : une thématique et 2 interventions, un sujet et deux volets car les discussions autour de l'IA et de l'éthique révèlent de nombreuses questions.
- Des vidéos courtes : des capsules percutantes et accessibles pour sensibiliser un large public autour d'informations concrètes.
- Un magazine papier (6 numéros) : un format A2 pliable avec un lexique IA, des interviews et des QR codes vers des ressources supplémentaires, diffusé dans les écoles, maisons de jeunes, AMO et centres culturels.

Où nous retrouver ? ▶ Écoutez nos podcasts sur **Spotify, Apple Podcasts, Deezer et toutes les plateformes d'écoute**. ▶ Retrouvez nos vidéos et ressources sur **www.ok-mila-eam.be**. ▶ Suivez-nous sur **Instagram** pour ne rien manquer !

OK MILA MAG

UN PROJET D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS QUI QUESTIONNE L'ÉTHIQUE ET L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

N°01 · IA ET DÉSINFORMATION