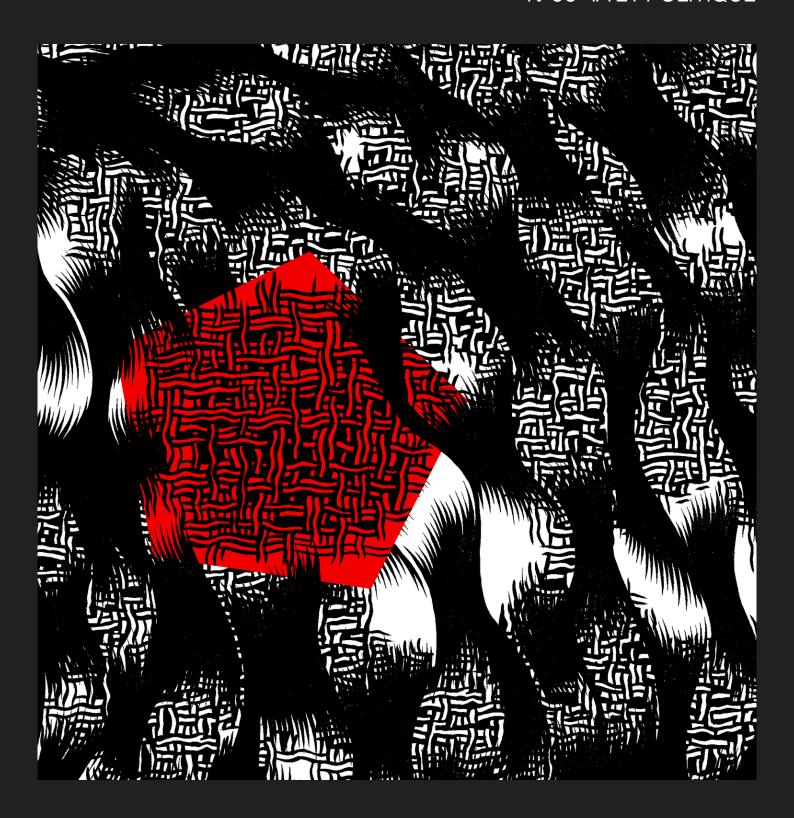
# UN PROJET D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS QUI QUESTIONNE L'ÉTHIQUE ET L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

# OKMILA

N°05 · IA ET POLITIQUE



Editrice, rédactrice et cofondatrice du projet

Cassi Ninja (Tapage Studio)

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** 

Réalisateur et monteur vidéo

Francisco Luzemo (Hiola Films)

Réalisateur et monteur podcast

Marius Adam (MadSound)

Relectrice

Elisabeth Bois d'Enghien



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

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



## Repenser les équilibres de pouvoir

Je parle ici autant en tant qu'entrepreneur tech et spécialiste en intelligence artificielle qu'en tant qu'Africain marqué par une histoire coloniale encore récente. En travaillant avec des entreprises en Europe et en Afrique, en faisant de la recherche dans le domaine, je mesure chaque jour à quel point l'intelligence artificielle n'est pas seulement une affaire de technologie. Elle révèle une lutte politique et culturelle profonde. Derrière l'enthousiasme, je vois se dessiner une nouvelle colonisation. L'IA ne flotte pas dans le nuage : elle s'appuie sur des matières premières, des travailleurs et des cultures souvent invisibles. Plus de 50 % du cobalt qui alimente nos smartphones et data centers est extrait en République démocratique du Congo, au prix d'accidents et de travail des enfants. De jeunes kényans sont payés quelques dollars par jour pour nettoyer des données violentes, afin que nos modèles paraissent « propres ».

Une ouvrière kenyane l'a résumé en parlant d'une continuité de l'esclavage et du colonialisme : nos bras et nos terres alimentent des technologies conçues ailleurs. Dans le même temps, le pouvoir se concentre entre quelques mains. Les grandes firmes américaines et chinoises dominent l'IA, imposant leurs règles et leurs valeurs. Le professeur Toyin Falola avertit que l'Afrique est au bord d'une domination coloniale numérique : les matières premières ne sont plus l'or ou le pétrole, mais nos données, nos identités, nos comportements. L'IA devient ainsi un instrument d'influence politique et culturelle. Les modèles entraînés sur des corpus occidentaux diffusent une vision du monde uniforme, où l'anglais et les références dominantes effacent les langues, récits et savoirs minoritaires. L'idée d'un utilisateur universel est un mythe : l'IA finit par servir avant tout le profil majoritaire, au détriment des autres.

Les conséquences politiques sont déjà visibles. Les algorithmes façonnent l'opinion publique en mettant en avant les discours polarisants. L'affaire Cambridge Analytica a montré comment des données personnelles pouvaient manipuler des scrutins. Avec les IA génératives, la désinformation prend une ampleur inédite : fake news crédibles, deepfakes indétectables, discours dominants renforcés. Emmanuel Macron a défendu l'Al Act européen comme un « moment démocratique » lors du Sommet pour l'action sur l'intelligence artificielle qui s'est tenu à Paris les 10 et 11 février 2025. Mais même ce cadre ambitieux reste fragile face à la puissance des Big Tech. Lula au Brésil appelle, lui, à une gouvernance mondiale plus équitable, qui donne au Sud une place réelle à la table des décisions.



Mais le futur qui se dessine est encore plus vertigineux. Nous parlons déjà d'intelligence artificielle générale (IAG), capable d'égaler ou de dépasser l'intelligence humaine. Couplée à l'informatique quantique, qui promet une puissance de calcul inédite, elle pourrait transformer radicalement l'équilibre des pouvoirs mondiaux. Certains y voient une chance de résoudre le climat, la santé, la pauvreté. D'autres y voient le risque d'une dépendance totale à des systèmes qu'aucun État seul ne pourra contrôler. La course géopolitique à la meilleure IA est lancée : Washington, Pékin, Bruxelles, mais aussi Moscou ou Tel-Aviv investissent des milliards pour garder l'avantage stratégique. Demain, la suprématie technologique pourrait compter autant que la force militaire. Et la robotique, qui intègre déjà l'IA dans l'industrie, la logistique ou la défense, pose la question brûlante des guerres automatisées. Qui aura le contrôle d'un essaim de drones autonomes ? Qui décidera de la frontière entre aide et arme ?

Je refuse pourtant de céder au fatalisme. Il est possible de penser une IA plurielle, ancrée dans nos réalités. L'Afrique du Sud avec Lelapa AI ou l'Ouganda avec ses projets universitaires montrent qu'on peut développer des modèles entraînés sur nos langues et nos besoins. C'est la preuve qu'une IA locale et inclusive est possible si l'on investit dans la formation et si l'on fait confiance à nos talents. Je plaide pour que les États du Sud construisent leurs propres politiques publiques, créent des coalitions régionales et mutualisent leurs ressources. C'est une condition pour ne pas rester un terrain d'extraction, mais devenir un espace d'innovation et de souveraineté.

Dans mon livre L'Afrique et l'Intelligence Artificielle : Vers un Avenir Durable et Innovant, j'ai insisté sur le fait que l'IA ne doit pas être le privilège de quelques nations développées. Elle doit être inclusive, éthique et adaptée aux besoins locaux. Je le répète ici : l'IA n'est ni un dieu ni un démon, mais un outil. Si nous laissons d'autres écrire seuls son code, elle servira leurs intérêts. Si nous l'écrivons ensemble, elle pourra refléter la diversité de nos voix et de nos cultures. C'est le sens du projet OK Mila : éduquer sans polariser, donner la parole à toutes les perspectives, nourrir un débat critique qui nous permet de rester maîtres de nos choix.

Il y a un proverbe africain qui dit : « Si tu ne sais pas où tu vas, regarde d'où tu viens. » L'histoire coloniale nous a appris combien la dépossession peut être dévastatrice. Aujourd'hui, nous avons l'opportunité d'écrire un autre récit. Ne laissons pas l'intelligence artificielle devenir un nouvel outil d'asservissement : faisons-en un levier de libération et de progrès partagé. Entre IAG, quantique et robotique, l'avenir sera ce que nous déciderons d'en faire.

On confond souvent LA politique et LE politique. La politique, c'est ce qu'on voit le plus: les élections, les débats télé, les partis, les campagnes électorales. Mais le politique, c'est plus large : c'est l'organisation même de nos vies, nos choix collectifs et individuels et les rapports de pouvoir qui traversent la société.

Dire "je ne m'intéresse pas à la politique", est une illusion : chaque geste du quotidien est politique. Acheter une table en plastique produite à l'autre bout du monde ou une table en bois fabriquée par un artisan local, ce n'est pas le même choix de société. Décider de consommer fast fashion ou de privilégier la seconde main, de passer ses soirées dans tel ou tel lieu culturel ou de sortir dans tel ou tel bar (ça sent l'vécu) : tout cela reflète et renforce certaines visions du monde. Mais attention : ces choix ne sont pas toujours "libres". Ils reflètent aussi des inégalités sociales. Tout le monde n'a pas les moyens de consommer local ou éthique, et souvent, la contrainte budgétaire impose des choix qui paraissent moins "vertueux". C'est bien la preuve que le politique traverse nos vies : même nos achats dépendent d'un système économique et d'un rapport de force plus large.

C'était ma mini intro pour vous dire dire qu'on a décidé d'organiser ce numéro en deux temps : <u>IA et le politique</u>, <u>puis IA et la politique</u>. Deux manières d'aborder le même constat: l'intelligence artificielle est politique, que ce soit dans nos vies quotidiennes ou au cœur de nos institutions.

# L'IA ET <u>Le</u> politique

L'édito de Joël Parfait Kuate nous a énormément inspirées. Pour être 100% transparente, je ne connaissais même pas le concept de colonialisme numérique. Dès lors, et pour celles et ceux qui me connaissent, j'ai donc retourné le web pour aller un pas plus loin. Dans un article plutôt compliqué qui date de 2023, Artificial Intelligence in the Colonial Matrix of Power, James Muldoon et Boxi A Wu, les 2 auteurs expliquent que l'IA s'inscrit dans une matrice de pouvoir héritée du colonialisme. Les déséquilibres de pouvoir ne sont pas simplement historiques ou symboliques, ils sont structurels dans l'économie mondiale de l'IA. Ces imbrications entre pouvoir économique, savoir, extraction et travail, font que l'IA continue d'être un moyen de reproduction du colonialisme sous une forme numérique. Dans le but de vulgariser leur analyse, on a décliné leur théorie en 5 points :

#### 1. La chaîne coloniale de l'IA

Pour développer des modèles d'IA de grande envergure, comme les chatbots ou les systèmes de reconnaissance d'images, il faut des matières premières rares (minerais, métaux) extraites souvent dans le sud du monde, et provoquant une forte consommation d'énergie, d'eau et de ressources naturelles (coucou nos épisodes avec Sarah Descamps et Jules Delcon). Ces coûts environnementaux et matériels, souvent externalisés hors des pays riches, sont au cœur de ce que les auteurs appellent la "colonial supply chain".

### 2. Division internationale du travail numérique

Muldoon & Wu soulignent que l'IA repose sur une division du travail où les tâches les moins visibles et les moins rémunérées (annotations de données, modérations, étiquetage, nettoyage, etc.) sont largement effectuées dans le "majority world" (pays non-occidentaux), tandis que les bénéfices, le contrôle technologique et la valeur économique sont happés par les entreprises occidentales.

### 3. Exploitation invisible / travail de données

Pour qu'une IA "apprenne", il ne suffit pas de lui donner des données brutes. Il faut que des humains classent, trient et corrigent ces données. Ces tâches de "data annotation", "data evaluation" ou de "data cleaning" sont souvent invisibles, peu reconnues, mais essentielles. Ils appellent cela des "digital labour regimes" (régimes de travail numérique), comparables aux anciennes formes d'exploitation coloniale : le nord concentre les bénéfices et le prestige, pendant que le sud fournit une main-d'œuvre invisible et précaire.

### 4. Production de savoirs hégémoniques

On l'a déjà évoqué dans le magazine 2 mais c'est toujours une bonne chose de le répéter (et puis, ça fait partie de l'article) : les données utilisées pour entraîner les systèmes IA incarnent des biais de savoir (langues, normes culturelles, perspectives), car elles proviennent en grande partie de contextes occidentaux. Ce qui est considéré "neutre" ou "objectif" reflète donc ces valeurs et marginalise les alternatives non occidentales.

#### 5. Universalité illusoire

Bien que l'IA soit souvent présentée comme universelle, utile à tous et toutes et partout, Muldoon & Wu montrent que cette universalité masque une norme : celle de l'Occident, de ses valeurs linguistiques, de ses priorités économiques et culturelles. Les usages, perspectives et langues locales sont souvent ignorés ou assimilés à des erreurs.

Muldoon & Wu ne s'arrêtent pas à des constats. Ils appellent aussi à "décoloniser l'IA" en construisant des alternatives :

- Reconnaître les savoirs non occidentaux : en intégrant par exemple dans les modèles des perspectives issues d'Afrique, d'Asie, d'Amérique latine, plutôt qu'en se basant uniquement sur des sources anglophones ou occidentales.
- Valoriser les langues locales : entraîner les IA sur des langues africaines, asiatiques ou minoritaires, et pas seulement sur l'anglais, afin d'éviter que des langues ne disparaissent de l'écosystème numérique.
- S'inspirer d'éthiques locales : comme par exemple la philosophie de l'Ubuntu ("je suis parce que nous sommes") comme principe pour penser une lA qui renforce la communauté plutôt que la compétition.
- Repolitiser la production des données : rappeler que les données ne sont pas "neutres". Elles sont produites par quelqu'un, avec des valeurs, des intentions, des exclusions. La question est donc : Qui collecte ? Pour qui ? Avec quel objectif ?

Dans un autre article de Sociologique de mai 2025 intitulé "Comment les géants technologiques remplacent les empires?", une phrase saute aux yeux et résume bien la réflexion précédente : on passe de la colonisation territoriale à la domination algorithmique et l'IA générative en est l'ultime outil de colonisation. Cet éclairage remet au centre notre responsabilité collective puisque que l'IA n'est pas un destin technologique. Elle est le résultat de choix humains, institutionnels et économiques, et nous en tirons profit par le simple fait d'être occidentaux. Reconnaître ça, c'est accepter que nous avons un rôle à jouer, ensemble, pour décider comment elle influence nos vies et nos démocraties. Comprendre la manière dont l'IA influence LA politique, c'est une manière de reprendre le pouvoir sur elle.

# L'IA ET LA POLITIQUE

Aujourd'hui, les candidates et partis politiques ne se contentent plus d'affiches, de tracts ou de débats télévisés. L'IA permet de cibler les électeurs et électrices avec une précision inédite. Grâce aux bases de données massives (âge, genre, localisation, habitudes de consommation, préférences politiques supposées), les campagnes peuvent envoyer des messages sur mesure à chaque segment de la population. Ce micro-ciblage électoral transforme la communication politique en une stratégie algorithmique, où chaque citoyen ne reçoit « sa » vérité. Ciao les affiches rouges avec le visage de Mao ou de Staline placardé partout, aujourd'hui, la propagande est automatisée, discrète, clairement invisible (c'est drôle cette antithèse naturelle) (ou oxymore?). La propagande n'est plus l'apanage des régimes autoritaires, elle existe aussi dans nos démocraties.

#### Reprenons du début.

Au départ, la collecte de données personnelles par les plateformes en ligne avait un objectif simple : la publicité. Nos clics, nos recherches, nos habitudes de navigation servaient à nous montrer une paire de chaussures pile au bon moment, ou une promo sur la pizzeria du coin. Rien de très politique (en apparence).

Très vite, les plateformes ont compris que ces données ne valaient pas seulement de l'argent pour la pub : elles étaient en fait une source d'information infiniment précieuse. Chaque donnée est une pièce d'un puzzle qui permet de savoir qui nous sommes, ce que nous aimons, ce qui nous met en colère, ce qui nous fait réagir. Les données sont devenues un nouvel or, une ressource à exploiter, à extraire et à monétiser. C'est là qu'intervient l'IA : grâce aux algorithmes de traitement massif, ces données servent à prédire et orienter nos comportements. L'IA anticipe et recommande. Et c'est là que naît la logique des bulles de filtres : tout ce à quoi nous sommes exposées confirme ce que nous pensons déjà. Les plateformes, pour garder notre attention, organisent notre monde en petits univers fermés, adaptés à chacune d'entre nous.

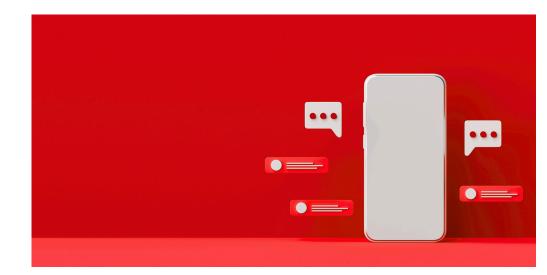
Au début, cela pouvait sembler anodin : chacun·e voit les pubs qui l'intéressent, point. Mais rapidement, cette logique s'est étendue à tout : nos lectures, nos informations, nos vidéos, nos débats. Les bulles de filtres ne concernent plus seulement le commerce : elles s'appliquent aussi au niveau social et politique. Si l'on nous montre surtout les articles qui confirment nos convictions, si l'on nous recommande surtout les vidéos qui alimentent notre indignation, alors notre vision du monde devient fragmentée. C'est ainsi que la collecte de données, pensée au départ pour la publicité, est devenue un outil politique majeur. Les mêmes mécanismes qui vendent des chaussures peuvent aussi vendre des idées, orienter un vote ou (et, serait même plus juste) polariser un débat. Les données, devenues l'or du numérique, sont donc aussi devenues une arme dans le champ démocratique.

# MICRO-CIBLAGE ÉLECTORAL

Les responsables politiques l'ont bien compris. L'IA offre une arme redoutable pour transformer leur communication. Là où il s'agissait autrefois de convaincre un électorat large avec un même message, il est désormais possible d'adresser un discours différent à chaque individu. Ils segmentent l'électorat à l'extrême, en croisant des données comme l'âge, le genre, le lieu de résidence, les habitudes de consommation, les centres d'intérêt supposés ou les engagements en ligne. Chaque profil peut ainsi recevoir une publicité spécifique, calibrée pour maximiser son impact. On ne parle plus d'un discours politique partagé, mais d'une multitude de discours parallèles, invisibles les uns aux autres.

En Belgique, le phénomène est ouf. Rien qu'en 2024, les partis ont dépensé plus de 15 millions d'euros en publicité en ligne, soit environ 1 700 euros par heure, principalement sur Meta (Facebook, Instagram) et Google. Ces chiffres records montrent que le micro-ciblage électoral n'est pas une hypothèse abstraite : il est devenu le cœur de la stratégie politique. Les réseaux sociaux deviennent un terrain central où les partis mènent campagne en continu, bien au-delà des seules périodes électorales.

Ces investissements ne sont pas neutres. Dans un article de la RTBF, on voit clairement deux tendances : d'abord, un déséquilibre entre partis francophones et néerlandophones (les seconds dépensant beaucoup plus) et ensuite, des sommes co-lo-ssales investies par l'extrême droite (tiens tiens...) qui a toujours eu une stratégie numérique agressive. Elle sait que les réseaux sociaux sont des espaces où la colère, la peur et l'indignation circulent mieux que les discours modérés. Or ce sont justement ces émotions qui déclenchent le plus d'engagement et qui sont alors favorisées par les algorithmes. En investissant full tunes, ces partis maximisent leur visibilité et occupent une place démesurée dans nos fils d'actualité.



BUT! Ce matin (29 septembre 2025), j'écoutais comme tous les jours, la Première. Bertrand Henne annonçait qu'à partir du 1er octobre 2025, Meta interdira toute publicité politique sponsorisée en Belgique. En gros, Mark and co, pour protester contre la nouvelle réglementation européenne sur la transparence et le ciblage des publicités politiques qui leur cassent les pieds, préfèrent interdire le sponsoring des posts politiques. Mais gros LOL(s)!

- LOL 1: en gros, ces géants de la tech préfèrent interdire que d'assumer le boulot technique et juridique qu'il y a derrière les nouvelles règles. Bah oui, ça impliquerait de revoir tout leur système de pub, d'investir dans la modération, de prendre des risques d'amende... (et qu'on découvre des trucs pas ouf).
- LOL 2 : On découvre qu'il y aura interdiction de cibler les gens sur base de religion, origine, appartenance politique. Seuls des critères "objectifs" (âge, etc.) resteront possibles... héhé! Coucou Cambridge Analytica.
- LOL 3: finalement, les partis qui ont déjà claqué des fortunes dans le sponsoring avant le 1er octobre (salut le Vlaams Belang) en sortent gagnants vu qu'ils ont développé leur communauté. Comme d'hab, les gros budgets creusent l'écart avec les petites structures. Sacrée révolution démocratique hein... hum.
- LOL 4: (je vous promets, c'est bientôt fini l'ironie) même les ONG se retrouvent coincées dans l'affaire. Ben oui, parce qu'entre LE politique (les partis, les campagnes électorales) et LA politique (les grands enjeux de société), les plateformes mettent tout dans le même sac. Résultat : des assos comme Gaïa ou Médecins Sans Frontières qui veulent récolter des dons par contenus sponsorisés seront désormais censurées...
- LOL 5 : certes, on sort de l'ère du sponsoring massif des partis sur les réseaux, mais quid des contenus organiques postés directement par les responsables politiques?



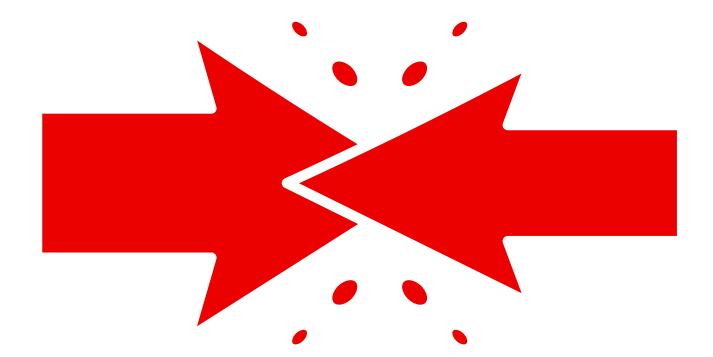
Prenons un exemple très parlant : quand Georges-Louis Bouchez poste sur TikTok une vidéo où il saute une barrière pour rapporter le ballon d'un enfant, ce n'est pas de la pub politique au sens strict. Encore moins sponsorisée. Pourtant, il s'agit bel et bien de communication politique : son image est mise en scène, sa proximité est valorisée, son audience est entretenue. Ce type de contenu, qui brouille volontairement la frontière entre vie privée et message politique, échappe totalement à la régulation. Et c'est précisément là que se joue une grande partie de la politique numérique contemporaine : moins dans les pubs déclarées que dans la construction d'une présence continue, intime, quasi-influenceur.

Autrement dit, le règlement européen ET le choix de Mea s'attaquent à une partie visible de l'iceberg, mais ignore la plus massive : cette politique-spectacle permanente, qui se déploie sur TikTok, Instagram ou YouTube et qui transforme les élu·es en figures pop-culture... Problématique me direz-vous...

#### Chatbots politiques et automatisation du dialogue

Vous ne le saviez peut-être pas mais plusieurs partis politiques ont leur chatbots (Bonjour, je m'appelle Victor, comment puis-je vous aider?) À priori, les chatbots sont présentés comme un outil de proximité : on peut poser une question à un e candidate via Messenger ou WhatsApp et recevoir une réponse immédiate, polie et adaptée. Sur le papier, cela donne l'impression que la politique se rapproche de nous. En réalité, cette discussion est une illusion. Derrière l'écran, il ne s'agit pas d'une personne mais d'un programme qui a intégré les discours et positions du parti.

Cela pose plusieurs problèmes : d'abord, la ligne éditoriale du parti encadre déjà tout ce que le bot peut répondre : les questions sont filtrées, les réponses orientées (demandez donc au bot de Trump ce qu'il pense du Mexique). Ensuite, chaque interaction est enregistrée : nos préoccupations, nos formulations, nos centres d'intérêt deviennent des données exploitables pour affiner la stratégie électorale. Autrement dit, on croit poser une question, mais on nourrit en fait une machine à profiler et à convaincre. Enfin, il y a le piège de l'individualisation : chacun-e reçoit une réponse "sur mesure", mais ce sur-mesure casse le débat collectif. Au lieu de confronter nos idées en public, on se retrouve seul-e avec une machine qui nous renvoie ce qu'elle a décidé d'afficher.



# POLARISATION DES DÉBATS

Ce qu'on remarque aussi avec l'IA et la politique sur les réseaux sociaux, c'est la polarisation. Ce n'est pas seulement une théorie, c'est un constat. Nos sociétés se divisent de plus en plus en camps irréconciliables, et nos fils d'actualité reflètent et aggravent cette fracture.

On l'a déjà évoqué mais le système capitaliste des plateformes en ligne est à la base des algos de recommandation : Meta n'est pas un philanthrope, loin de là. Son objectif est de faire de la moula comme diraient les jeunes (disent-ils vraiment ça?). Et comment faire du profit ? En captant notre attention. Plus nous restons connectés, plus nous cliquons, plus nous générons de données exploitables. Et donc, pour atteindre cet objectif, ces systèmes privilégient ce qui déclenche le plus d'émotions fortes.

Des enquêtes ont montré que YouTube pousse ses utilisateur-ices vers des vidéos toujours plus radicales, parce que ce sont elles qui génèrent le plus de clics et de visionnages. Sur TikTok, la logique est encore plus brutale : en quelques dizaines de minutes, un fil peut être saturé d'un seul type de contenu politique, idéologique ou identitaire. La nuance disparaît, remplacée par des spirales de radicalisation.

(LOL 6 : la nouvelle règle dont on parlait quelques paragraphes plus tôt permettrait que les contenus extrêmes ne soient plus valorisés. Même sans pub sponsorisée, les contenus les plus polarisants, ceux qui déclenchent colère, peur ou clash, sont toujours boostés. Fini, promis).

C'est là que la logique algorithmique devient politique. Les plateformes ne sont plus de simples vitrines neutres : elles agissent comme de véritables éditeurs de contenus, puisqu'elles sélectionnent, hiérarchisent et amplifient ce que nous voyons. La différence, c'est qu'elles ne sont pas soumises aux mêmes règles que la presse ou l'audiovisuel, alors même qu'elles ont un pouvoir bien supérieur.

# IA ET LE SÈME POUVOIR

On a l'habitude de dire que les médias constituent le "4º pouvoir", capables de surveiller et de critiquer les trois autres. Mais avec l'IA et les réseaux sociaux, c'est un nouvel acteur efficace qui s'impose et qu'on appellera le "5º pouvoir". Ce pouvoir ne produit pas forcément de contenus : il décide lesquels nous parviennent.

Par ses algorithmes, il fixe l'agenda public, amplifie certaines voix et en étouffe d'autres. Chloé Tran Phu et Florence Hainaut le disaient déjà dans OK MILA 4 sur l'IA et le cyber-harcèlement : les réseaux sociaux sont considérés comme des hébergeurs de contenus et donc, se lavent les mains de toute responsabilité sociale et dans ce cas-ci, politique. C'est aussi et surtout sur Facebook et Youtube (entre autres) que s'expriment nos idées et où se jouent nos désaccords, de manière détournée. On ne s'exprime presque plus dans un espace démocratique classique (qu'on pourrait d'ailleurs vivement critiquer aussi sur des questions de représentativité) mais à travers des logiques de likes, de partages, de scroll.

C'est donc le moment de vous parler de mon dernier crush du moment. Il y a de ces femmes qu'on admire, et l'une d'entre elles s'appelle Asma Mhalla (on vous en parlait d'ailleurs déjà dans l'édito du mag 1). Politologue, essayiste et chercheuse, elle a écrit un ouvrage "Technopolitique, comment la technologie fait de nous des soldats" (et aussi Cyber Punk mais je ne l'ai pas encore lu). Vous le voyez, le lien entre IA, réseaux sociaux et pouvoir ? Son apport est essentiel pour comprendre pourquoi parler d'un "5e pouvoir" n'est pas une simple métaphore. Elle montre notamment comment les Big Tech et les États sont liés (infrastructures numériques, collecte massive de données, services de cybersécurité, programmes de surveillance, etc) et comment le pouvoir n'est plus seulement institutionnel ou économique, mais qu'il est aussi technologique. C'est ce qu'elle appelle l'articulation entre Big Tech et Big State : ensemble, ils construisent une nouvelle forme de souveraineté. à la fois civile et militaire.

Asma insiste sur la dualité des technologies : toute technologie peut être utilisée à la fois pour des usages civils et pour des usages militaires. Les réseaux sociaux et l'IA en sont l'exemple parfait. Côté civil, ils facilitent la communication, la créativité, l'innovation, la productivité. Côté militaire, ils deviennent des instruments de guerre cognitive : désinformation de masse, manipulations électorales, campagnes de déstabilisation, propagande algorithmique. Nos espaces civils sont ainsi militarisés, transformés en terrains de conflits invisibles où chaque utilisateur-rice devient une cible potentielle (d'où le titre qu'on est des soldats, sans consentement véritable).

Si ce 5° pouvoir est si puissant qu'il nous laisse avec une grosse question en tête : qui le contrôle? Aujourd'hui, les plateformes privées ne sont pas soumises aux mêmes règles que les médias traditionnels, alors même qu'elles façonnent beaucoup plus directement nos opinions et nos comportements politiques. Leur influence échappe largement aux garde-fous démocratiques.

Pire encore : cette absence de régulation ouvre la voie à des choix idéologiques assumés. Quand Meta annonce en avril 2025 qu'il ne modérera plus les contenus politiques ou climatosceptiques aux États-Unis, c'est loin d'être sans conséquence : c'est une décision politique qui favorise de fait la circulation de discours radicaux, souvent portés par l'extrême droite. C'est dans ce contexte que le débat sur la régulation prend tout son sens. Réguler, c'est encadrer une technologie trop puissante mais c'est aussi réaffirmer que l'espace numérique est un espace politique qui doit répondre à des règles démocratiques.



# RÉGULER LE 5° POUVOIR : "OUI, MAIS..."

Face à un pouvoir aussi massif que celui des plateformes et de l'IA, difficile d'éviter la question de la régulation. L'Union européenne adore se présenter comme pionnière du sujet, et il faut admettre qu'elle a déjà posé quelques jalons importants. Pourtant, c'est marrant hein... il y a toujours quelque chose qui cloche : un angle mort, une faille, un petit détournement...

Le **RGPD** (2018) fut une première étape : il a donné aux citoyen nes de nouveaux droits (droit à l'information, à l'oubli, à la portabilité des données, etc.) et a obligé les entreprises à demander explicitement notre consentement pour collecter et utiliser nos données personnelles. Sur le papier, c'est une avancée démocratique majeure : nous ne sommes plus censées être des "produits" passifs, mais des acteur ices qui peuvent décider ce qu'ils et elles partagent.

Dans la pratique, les choses sont plus compliquées. Qui prend vraiment le temps de lire les conditions d'utilisation de Meta, Google ou TikTok? Presque personne. Les plateformes ont appris à contourner l'esprit de la loi avec des dark patterns : ces interfaces conçues pour nous pousser à cliquer sur "accepter tout" en deux secondes (le bouton est énorme, coloré, placé au centre), tandis que le refus ou la personnalisation nécessite de fouiller plusieurs onglets. Techniquement, le consentement existe: concrètement, il est mis en scène.

Le **Digital Services Act (DSA)**, entré en vigueur en 2024, est allé plus loin en imposant plus de transparence sur les algorithmes, en renforçant la modération des contenus et en permettant aux chercheur-ses d'accéder aux données des grandes plateformes. Sur le papier, c'est énorme : pour la première fois, les Big Tech doivent ouvrir une partie de leur boîte noire. Mais dans les faits ? La transparence reste limitée : les plateformes publient des rapports tellement techniques ou vagues qu'ils ne permettent pas vraiment de comprendre les mécanismes d'influence. Les sanctions sont lentes et/ou rares : oui, l'UE peut infliger des amendes de plusieurs milliards, mais il faut des années de procédure, pendant que les pratiques problématiques continuent. Et surtout, le DSA reste européen : les règles s'appliquent à nos frontières, mais les contenus et les entreprises, eux, sont mondiaux.

L'Al Act, entré en vigueur en 2024, a lui aussi fait grand bruit. Présenté comme le premier grand cadre législatif au monde sur l'IA, il établit une hiérarchie des risques : inacceptable, à haut risque et limité. L'IA Act interdit donc certains usages (la reconnaissance faciale de masse dans l'espace public, par exemple, ou la notation sociale à la chinoise). Il en encadre d'autres (santé, justice, éducation et recrutement) et impose des obligations de transparence pour les systèmes aux risques limités.

Encore une fois, les Big Tech ont eu leur mot à dire tout au long des négociations, et on voit bien que les garde-fous (encore eux!) sont poreux : les dérogations sécuritaires ou militaires laissent la porte ouverte à des usages massifs de surveillance. Et puis, une loi n'empêche pas une pratique : il suffit de voir comment le RGPD a été contourné pour comprendre que l'Al Act ne sera pas une barrière magique. Bien que les interdictions et obligations existent, il y aura toujours des appels à l'exception (aaaah, la sécurité nationale), des zones "grises" et des moyens techniques pour les contourner.

Autre texte en cours dont on vous parlait plutôt avec Bertrand Henne : en 2024, l'Union européenne a adopté un **Règlement sur la transparence et le ciblage de la publicité politique en ligne**, qui devait entrer en vigueur en 2025. L'idée était simple : encadrer les pubs politiques pour éviter les dérives du micro-ciblage électoral. Sur le papier, c'était une avancée : indiquer clairement qu'il s'agit d'une pub politique, afficher qui l'a financée, interdire l'usage de données sensibles (opinion politique, orientation sexuelle, religion, etc.), et archiver tout ça dans des bibliothèques publiques. Mais dans la pratique, c'est que je vous expliquais : l'histoire a pris un autre tournant. Plutôt que de se conformer à ces règles, Meta et Google ont annoncé qu'ils interdisaient purement et simplement toute publicité politique sponsorisée sur leurs plateformes en Europe. Une façon radicale de régler le problème et qui soulève de nouvelles questions sur la communication politique et la démocratie numérique.

Le constat est donc double. Oui, l'Europe avance et tente de poser un cadre face aux Big Tech. Mais ces régulations de paquebot restent lentes, partielles, et souvent dépassées au moment même où elles entrent en vigueur. Pendant que les juristes peaufinent les articles de loi, les algorithmes évoluent, les IA génératives explosent, et de nouvelles techniques de manipulation émergent. Pas évident à accepter mais cette réalité me pose une question encore plus fondamentale : est-il vraiment possible d'encadrer un pouvoir privé qui dépasse en vitesse, en moyens et en influence la plupart des Etats ?

Pour finir sur une touche un peu plus positive (je savais que ce numéro ne serait pas tout rose), il y a un article sur DémocratieS qui pose la question : « Qu'est-ce qu'une IA démocratique ?». Avec le team, on a trouvé cette approche hyper intéressante, parce qu'elle change le mindset. Il ne s'agit pas de se demander si l'IA est compatible ou non avec la démocratie, mais de réfléchir à la manière dont nous la concevons et dont nous la régulons.

L'intérêt collectif: une IA n'est pas bonne ou mauvaise "par nature". Ce qui compte, ce sont les choix faits en amont: qui la construit, avec quelles données, pour quel objectif. Par exemple: si une IA est conçue par une Big Tech pour maximiser le temps qu'on passe sur une appli, son but sera de capter notre attention, pas d'informer de manière équilibrée. À l'inverse, si on la conçoit pour aider des citoyen·nes à comprendre un débat complexe (comme dans une convention citoyenne), elle peut renforcer la démocratie. En gros, une IA démocratique, c'est une IA pensée dès le départ pour servir l'intérêt collectif, pas seulement les intérêts économiques de quelques entreprises.

La transparence : la plupart des IA fonctionnent actuellement comme des boîtes noires. Elles donnent un résultat sans qu'on sache vraiment pourquoi. Une IA démocratique devrait fonctionner à l'inverse : rendre visibles ses mécanismes. Qui a choisi les données utilisées ? Quels critères sont pris en compte ? Comment les décisions sont-elles calculées ? Et surtout, il ne s'agit pas seulement de comprendre, mais aussi de pouvoir agir. Individuellement, on devrait avoir un droit de recours : demander une révision, corriger une erreur, refuser qu'une décision soit laissée uniquement à une machine. Collectivement, on devrait pouvoir débattre des règles qui orientent l'IA, comme on débat des lois. Par contre, contrairement aux assemblées politiques traditionnelles, souvent dominées par une poignée d'hommes cis blancs et riches, ce débat devrait être représentatif de la société dans toute sa diversité. Des fois, on n'a pas le choix que d'instaurer des quotas pour garantir que les voix minoritaires ne soient pas encore une fois effacées...

**Corriger les biais**: l'article explique qu'une IA démocratique ne peut pas ignorer les discriminations qu'elle reproduit. On le sait, les algorithmes "apprennent" à partir de données existantes. Si ces données reflètent une société inégalitaire, l'IA va amplifier ces inégalités (tous les exemples sont à lire dans le numéro 2 d'OK MILA). Donc on va pas répéter ce qu'on a déjà abordé mais corriger les biais c'est aussi un choix politique.

Inclusion & participation: c'est directement lié au point précédent et à une conclusion qu'on tirait dans notre édition "IA et diversité": rien sur nous sans nous. Une IA démocratique ne se construit pas seulement dans les laboratoires des ingénieurs ou les bureaux des décideurs politiques. Elle doit inclure toutes celles et ceux qu'elle impacte. Cela veut dire que les citoyen nes ne doivent pas être de simples usagers passifs, mais des acteur rices du débat et de la conception. Concrètement, ça suppose d'ouvrir des espaces de participation: conventions citoyennes, ateliers de co-design, consultations publiques réelles (et pas juste un formulaire en ligne qu'on ne lit jamais). Mais ça veut aussi dire qu'on doit s'assurer que ces espaces soient représentatifs: pas seulement des experts, pas seulement des urbains diplômés, pas seulement des voix dominantes. Les minorités, les personnes précarisées, les jeunes, les personnes racisées, les personnes en situation de handicap doivent avoir leur place autour de la table.

### REMERCIEMENTS

La team OK Mila, Gaëlle Defeyt, Anne-Sophie Skit, Julie Mouvet, François d'Alcamo, Marius Adam, Francisco Luzemo, Elisabeth Bois d'Enghien, Cassi Henaff, Alyssia Ricci

Le CSEM, le Conseil Supérieur de l'Education aux Médias sans qui le projet OK Mila, n'aurait pas pu voir le jour.

#### Toutes nos contributrices de feu:

- Kuate Joel Parfait : <a href="https://www.linkedin.com/in/joelparfaitkuate/?locale=en US">https://www.linkedin.com/in/joelparfaitkuate/?locale=en US</a>
- Marie Peltier <a href="https://www.instagram.com/marie-peltier-officiel/?hl=fr">https://www.instagram.com/marie-peltier-officiel/?hl=fr</a>
- Olga Thiry de <u>l'Université de Namur</u>
- Anne Charlotte Recker de <u>l'Autorité de Protection de Données</u>

Ce projet a été créé par Tapage Studio <u>www.ok-mila-eam.be</u> - cassi<u>@tapage.studio</u> - <u>www.tapage.studio</u>

### **NOTRE PODCAST**



EPISODE 5A avec Marie Peltier

EPISODE 5B avec Olga Thiry



# BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE

#### Vidéos et interviews

- YouTube, Live Intervention sur IA et politique : https://www.youtube.com/live/MQPBILurtYg
- YouTube, Asma Mhalla entretien sur la technopolitique : https://www.youtube.com/watch?
   v=uozCIMCY01A
- Usbek & Rica, Asma Mhalla: "Les Big Tech ont un projet de contrôle total du monde et du futur": https://usbeketrica.com/fr/article/asma-mhalla-les-big-tech-ont-un-projet-de-controle-total-du-monde-et-du-futur

#### **Exploitation et extraction**

 Amnesty International, This is what we die for (2016, cobalt en RDC et travail des enfants): https://www.amnesty.org/fr/latest/campaigns/2016/06/drc-cobalt-child-labour/

#### Protection des données et scandales

 Parlement européen, Facebook / Cambridge Analytica: des mesures pour protéger la vie privée (2018): https://www.europarl.europa.eu/news/fr/press-room/20181018IPR16525/facebook-cambridge-analytica-des-mesures-pour-proteger-la-vie-privee

#### Discours politiques et régulation

- Élysée, Déclaration sur une intelligence artificielle inclusive et durable (2025) : https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2025/02/11/declaration-sur-une-intelligence-artificielle-inclusive-et-durable-pour-les-peuples-et-la-planete
- Le Monde, IA: Emmanuel Macron détaille sa stratégie et appelle au patriotisme économique (2025): https://www.lemonde.fr/pixels/article/2025/02/07/ia-emmanuel-macron-detaille-sa-strategie-et-appelle-au-patriotisme-economique\_6536394\_4408996.html
- Sia Partners, Artificial Intelligence Act : que faut-il savoir ? : https://www.sia-partners.com/fr/perspectives/artificial-intelligence-act-que-faut-il-savoir
- Union européenne, Transparence et ciblage de la publicité politique : https://eur-lex.europa.eu/FR/legal-content/summary/transparency-and-targeting-of-political-advertising.html

#### Analyses académiques et critiques

- Muldoon, J. & Wu, B. X., Artificial Intelligence in the Colonial Matrix of Power (2023), Philosophy & Technology: https://link.springer.com/article/10.1007/s13347-023-00687-8
- SocioLogique, Néo-colonialisme numérique : GAFAM et domination par les algorithmes (2025) : https://sociologique.ch/neo-colonialisme-numerique-gafam-domination-algorithmes/

#### Cas belges

- RTBF, 1700 h : les dépenses records des partis belges en pub sur les réseaux sociaux en 2024 : <a href="https://www.rtbf.be/article/1700-h-les-depenses-records-des-partis-belges-en-pub-sur-les-reseaux-sociaux-en-2024-11489248">https://www.rtbf.be/article/1700-h-les-depenses-records-des-partis-belges-en-pub-sur-les-reseaux-sociaux-en-2024-11489248</a>
- RTBF. Publicité politique sur les réseaux sociaux : la fin d'une époque . RTBF Actus. https://www.rtbf.be/article/publicite-politique-sur-les-reseaux-sociaux-la-fin-d-une-epoque-11608050

#### Polarisation et radicalisation (études scientifiques)

- Bakshy, E., Messing, S. & Adamic, L. A. (2015), Science: Facebook réduit l'exposition à des contenus divergents, renforçant les bulles de filtres.
- Nyhan, B. & Guess, A. (2018), Journal of Democracy: désinformation ciblée et structure des flux favorisent la polarisation politique.
- Tufekci, Z. (2018), The New York Times: YouTube pousse vers des contenus toujours plus extrêmes (altright, complotisme).
- Hosseinmardi, H. et al. (2020), PNAS: l'algorithme YouTube contribue à amplifier l'audience des contenus radicaux.
- AlgorithmWatch (2021): démonstration que TikTok sature un fil en <30 minutes avec des contenus anxiogènes ou idéologiques.
- The Wall Street Journal (2021): enquête sur TikTok montrant comment l'algorithme enferme les utilisateur-ices dans des boucles obsessionnelles.

#### Réflexions démocratiques

DémocratieS, Qu'est-ce qu'une IA démocratique ? : https://democraties.media/quest-ce-quune-ia-democratique/

# 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 cyber-harcèlement (septembre 2025): Le cyber-harcèlement se renouvelle sans cesse à travers de nouvelles formes: deepfakes pornographiques, création de nudes, faux chatbots d'harcèlement, modération douteuse sur certaines plateformes comme Twitch.

  Comment sensibiliser pour mieux prévenir ces violences et, surtout, quelles solutions proposer aux victimes pour réagir efficacement?
- IA et politique (octobre 2025) : La propagande politique ne concerne pas uniquement les régimes autoritaires. Elle s'exerce aussi chez nous, à travers les algorithmes de big data, les chatbots des partis ou encore l'ajustement permanent des stratégies de communication.

  Comment l'intelligence artificielle impacte-t-elle concrètement nos démocraties?
- IA et créativité (novembre 2025) : Si l'IA suscite des inquiétudes légitimes du côté des artistes, elle ouvre aussi des perspectives inédites en matière de création. Elle soulève en parallèle des questions essentielles sur la protection des œuvres et les droits d'auteur-ices. Comment utiliser l'IA pour stimuler sa créativité tout en respectant celles et ceux qui créent ?

Les 3 premières thématiques sont sorties en mars, avril et juin et abordaient : l'IA et la désinformation, l'IA et la diversité et l'IA et l'écologie.

#### 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 <u>Spotify</u>, Apple Podcasts, Deezer et toutes les plateformes d'écoute. ► Retrouvez nos vidéos et ressources sur <u>www.ok-mila-eam.be</u>. ► Suivez-nous sur <u>Instagram</u> pour ne rien manquer!

# **OK MILA MAG**

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

N°05 · IA ET POLITIQUE

