

Pourquoi il ne faut JAMAIS croire ses yeux



[Source : off-guardian.org]

Par Kit Knightly

L'annonce est simple. Un bus est bloqué dans les embouteillages après avoir heurté un chariot de fruits, une jeune passagère regarde par la fenêtre un beau jeune homme dans une décapotable. Elle descend du bus, monte dans la voiture et l'homme la conduit comme un chauffeur pendant qu'elle mange une barre chocolatée.

La jeune femme est Audrey Hepburn.

Cela a des implications extrêmement importantes sur notre perception du monde dans lequel nous vivons, dont personne ne parle vraiment. Mais nous reviendrons sur Audrey plus tard.

Cela ne semble pas toujours être le cas, mais les êtres humains font confiance de manière innée.

Qu'il s'agisse d'une évolution destinée à faciliter le fonctionnement d'un groupe social ou d'un vestige de milliers de générations de pensée religieuse, notre position automatique est que la plupart des gens, la plupart du temps, disent la vérité.

Il s'agit d'un penchant naturel que les tyrans ont compris, et dont ils ont profité pendant des siècles.

Mais quelle que soit la confiance que nous accordons de manière innée aux autres, il y a quelque chose en quoi nous avons encore plus confiance : nos propres yeux.

Nous sommes des créatures visuelles, et une fois que quelqu'un a vu quelque chose – ou croit avoir vu quelque chose – il est presque impossible de le convaincre du contraire.

De nos jours, les tyrans en puissance peuvent également en profiter.

Malheureusement, la confiance nécessaire et primitive que notre cerveau

accorde à nos yeux est en retard sur la capacité de la technologie à les confondre.

Comme la plupart d'entre nous le savent, le Deep Faking est une astuce de montage vidéo qui permet de remplacer un visage par un autre de manière transparente. Ce n'est pas particulièrement difficile, ni coûteux. Il suffit que la personne *remplacée* ait une ressemblance superficielle avec la personne qui la *remplace*, un grand nombre de photos montrant différentes positions du visage et le bon logiciel.

Les « shitposters »¹ de 4chan le font depuis le confort de leur chambre pour rire, remplaçant les visages de stars du porno par ceux d'actrices, de célébrités, de politiciens et de Nicolas Cage.

En d'autres termes, de par sa nature même, la technologie du « deep fake » doit rendre suspecte, dans une certaine mesure, *toute* vidéo montrant un visage.

Le potentiel de falsification ne s'arrête pas à la vidéo. La falsification audio devient de plus en plus facile chaque année. Avec suffisamment d'échantillons de voix, les synthétiseurs et les cloneurs de voix peuvent faire dire n'importe quoi à n'importe qui. Cette technologie s'améliore sans cesse et peut imiter l'intonation à la perfection.

L'intelligence artificielle en général peut dessiner, en quelques secondes, n'importe quelle image que vous souhaitez décrire. Elle peut générer des visages photo-réalistes qui peuvent être utilisés comme « victimes » ou comme « photos d'identité », ou jouer n'importe quel faux drame avec de faux acteurs.

Des outils gratuits en ligne peuvent déjà faire tout cela de manière satisfaisante. Il est évident que les gouvernements et les méga-corporations auraient accès à des outils avancés plus coûteux qui seraient probablement presque impossibles à détecter.

Les films hollywoodiens utilisent des images de synthèse pour ramener à la vie des acteurs décédés, ajouter des visages modernes à de vieilles images d'actualité, réduire des villes en cendres ou redonner à des personnes de 60 ans l'apparence d'avoir 20 ans.

Revenons à Audrey Hepburn mangeant une barre chocolatée et examinons-la à nouveau :

On pourrait dire que cette publicité montre en fait les limites de cette technologie, après tout, elle a une qualité « uncanny valley » et personne qui a vu cette publicité n'a jamais pensé une seule seconde qu'il s'agissait vraiment d'Audrey Hepburn.

Tout d'abord, cette publicité a *déjà onze ans*. C'est ce qu'une petite publicité pour des bonbons pouvait faire il y a plus de dix ans. La technologie s'est améliorée depuis.

Deuxièmement, toutes ces informations sont *contextuelles*.

En 2013, lorsque la publicité a été diffusée, votre cerveau aurait su qu'il n'était pas censé croire ce qu'il voyait parce que vous regardiez une publicité télévisée. Votre cerveau aurait également su que ce que vous voyiez était impossible, car Audrey Hepburn aurait eu 84 ans... si elle n'était pas déjà très, très morte.

Votre cerveau analytique peut filtrer lorsqu'il dispose d'informations et d'un contexte supplémentaires. Vous voyez les ficelles quand vous savez qu'elles sont là.

Mais imaginez que ce ne soit pas Audrey Hepburn, que *ce ne soit pas* une publicité.

Imaginons qu'il s'agisse d'une séquence diffusée aux informations, et qu'au lieu d'une publicité pour des bonbons en technicolor, il s'agisse d'une vidéo de téléphone portable granuleuse montrant la victime A d'un attentat terroriste X. Il s'agit d'une séquence de vidéosurveillance montrant un politicien B recevant un pot-de-vin Y. Il s'agit de l'accusé C diffusant en direct son procès pour le délit Z. Le visage semble réel, l'arrière-plan semble réel, et le contexte semble réel.

Le visage semble réel, l'arrière-plan semble réel, la voix semble réelle...

... et pourtant, *rien de tout cela n'est potentiellement réel*.

Mais combien de personnes font cela ? Combien d'entre nous ont réinitialisé leur cerveau pour que la première question qu'ils se posent soit « oui, mais la vidéo est-elle réelle ? »

Pourtant, la réaction automatique de la plupart des gens lorsqu'on leur dit que « c'est faux » est de se moquer sans réfléchir.

Il s'agit là d'un raisonnement démodé.

Aucune des informations présentées ci-dessus n'est choquante ou nouvelle, et je ne prétends pas qu'elle le soit. La technologie est largement connue et une partie date de plus de dix ans, c'est l'ajout à notre méta mental qui est à la traîne. Son utilisation n'est pas encore automatiquement prise en considération, mais elle devrait l'être.

En clair, vous ne pouvez pas faire confiance aux images ou aux vidéos. Jamais. C'est une leçon que nous devons tous apprendre.

Nous savons donc que les outils qui se développent rapidement rendent non seulement possibles, mais aussi faciles les fausses nouvelles très convaincantes ou les événements mis en scène. Pour notre dernier point, je voudrais me concentrer davantage sur la leçon répétée de l'histoire que les gens refusent d'apprendre :

Ils. Truquent. Déjà. Tout.

D'accord, pas littéralement tout, mais beaucoup. Une quantité énorme. Bien plus que ce que la plupart des gens pensent.

C'est un exemple mineur, mais dans ce clip de CNN, deux femmes journalistes font semblant d'être à des kilomètres l'une de l'autre pour réaliser une interview par satellite, lorsqu'un bus qui passe en arrière-plan prouve qu'elles sont en fait dans le même parking, et qu'elles ne sont pas séparées par plus de quinze mètres.

Cela nous rappelle à quel point les médias que nous consommons chaque jour sont, d'une manière ou d'une autre, irréels.

On pourrait dire que la « réalité », telle que nous la concevons, n'apparaît pratiquement jamais dans les médias. Les couvertures de magazines sont retouchées. Les interviews sont mises en scène. Les « scandales » peuvent être en grande partie des opérations de relations publiques. La « télé-réalité » met en scène des acteurs rémunérés qui simulent des conflits entre eux. Chaque scénario est une invention, chaque émotion une performance.

L'Internet regorge de présentateurs météo qui se penchent sur des vents d'ouragan inexistantes ou qui pagaient en canoë dans des « inondations » de quinze centimètres de profondeur.

Regardez cette vidéo, prétendument enregistrée en Égypte à l'époque du printemps arabe :

Que font-ils ? Ils semblent faire semblant de manifester, puis se figent pour poser sur des photos, certains avec de fausses blessures. Il est évident qu'ils ne sont pas réels, mais si on ne vous avait présenté que les photos ou que la vidéo, cela vous aurait-il traversé l'esprit ?

En Syrie, l'Occident a même falsifié une organisation caritative. Les « Casques blancs » étaient censés être une organisation organique de Syriens qui se consacraient à sauver des vies. Il n'en est rien. Il s'agissait d'une opération psychologique financée par l'OTAN et nombre de leurs vidéos de « sauvetage » ont été clairement mises en scène. Ils ont même participé au viral « défi du mannequin » (une mauvaise opération de relations publiques).

« Nayirah », l'infirmière koweïtienne qui a témoigné avoir vu des « bébés jetés hors des couveuses » avant la première guerre du Golfe, n'a jamais vraiment existé ; c'est la fille de l'ambassadeur du Koweït qui a joué ce

rôle.

Dans son livre *Bought Journalists (Journalistes achetés)*, le regretté Udo Ulfkotte raconte qu'il était en Irak pendant la guerre et qu'il a vu des journalistes verser de l'essence sur des chars et des voitures brûlés, à des kilomètres de la ligne de front, afin de les incendier et de prétendre faire un reportage dans une zone de guerre.

Vous vous souvenez du tristement célèbre article de Rolling Stone intitulé « Un viol sur le campus » ? 9 000 mots décrivant un viol collectif *qui n'a jamais eu lieu*.

Quelques jours après le lancement par la Russie de son « opération militaire spéciale » en Ukraine, les médias grand public et les réseaux sociaux ont été inondés de vidéos fausses ou mal attribuées vendant des histoires inventées de toutes pièces.

Dès sa création, La Covid a été une avalanche de faussetés, tant au niveau macro que micro.

Lorsqu'il a été lancé en Chine, nous avons eu droit à des images et des vidéos absurdes de personnes censées s'effondrer dans les rues à cause de la maladie.

La vague de personnes souffrant de la maladie « allongées sur le dos dans la rue avec un masque » s'est étendue à l'Italie en mars 2020, mais a rapidement disparu pour ne plus jamais faire parler d'elle.

Au plus fort de la panique, un utilisateur de Twitter nommé TraceyZ a affirmé que deux infirmières de l'hôpital de Swansea étaient mortes de la Covid et que trois autres se trouvaient aux soins intensifs. Cette affirmation est devenue virale avant que l'hôpital lui-même ne la contredise.

Non seulement les cinq infirmières malades n'existaient pas, mais TraceyZ n'existait pas non plus.

Le compte portant ce nom a été supprimé peu après.

Souvenez-vous de cette vidéo prise par un passant montrant des « nettoyeurs » dans le métro londonien qui font semblant de nettoyer.

Ou encore cette vidéo prise à l'intérieur d'un hôpital espagnol, où les deux « médecins » au premier plan sont habillés comme des figurants d'Outbreak, tandis qu'une personne à l'arrière-plan observe, perplexe, la scène vêtue d'un simple T-shirt.

Rappelez-vous le nombre impressionnant de personnes qui se sont engagées dans le « théâtre politique » en faisant semblant de porter des masques, comme ce type :

Les exemples de Covid ne cessent de s'accumuler, depuis quatre ans.

Et il ne s'agit là que de ceux que nous connaissons, de ceux que nous pouvons *prouver*.

Le paysage médiatique est saturé de *faux*, et ce depuis des décennies.

La technologie évoquée ci-dessus ne signifie pas qu'ils vont *se mettre à faire des faux*, elle signifie que les faux qu'ils font depuis des années seront plus faciles à faire et plus difficiles à détecter.

La technologie existe. La motivation existe. Les niveaux requis de malhonnêteté et de corruption sont plus qu'existants. Le droit à la paresse qui « justifie » une culture du faux-semblant existe également.

Nous avons depuis longtemps dépassé le stade où remettre en question tout ce que vous voyez et/ou entendez pourrait être considéré comme de la « paranoïa ». C'est sain, rationnel et même une condition sine qua non pour rester sain d'esprit.

Nous savons qu'ils sont prêts à truquer *n'importe quoi*, nous devons donc être prêts à tout remettre en question.

Cet article explique comment l'establishment pourrait créer des fausses nouvelles. Dans la deuxième partie de cet article, nous poserons une question plus importante : pourquoi.

1 Personnes qui publient des messages agressifs, ironiques ou médiocres conçus pour faire dérailler les discussions sur les réseaux sociaux ou les forums en ligne. Similaires à des « trolls ». NDT