

Les émotions sont-elles des données
comme les autres ?

Enjeux de la coopération entre les
équipes créatives et les IA génératives

Journée d'étude

en hybride

le jeudi 4 avril 2024

Grenoble, Maison de la Création et de l'Innovation, UX Lab (RDC)

Lien zoom

[https://univ-grenoble-alpes-
fr.zoom.us/j/4382181797?pwd=bFhHSIVkaHJkcWpUSW9QalVPbU9QQT09](https://univ-grenoble-alpes-fr.zoom.us/j/4382181797?pwd=bFhHSIVkaHJkcWpUSW9QalVPbU9QQT09)

ID de réunion: 438 218 1797

Code secret: 302843



Visuel généré avec une IA

Organisation

Inès Garmon, Iana Antonova, Grégoire Besson et Fabienne Martin-Juchat

Dans le cadre du LabCom MeetUX (Gresec, Université Grenoble Alpes, Innovacs, Fédération de Recherche Innovation) et en coopération avec la Chaire Éthique & IA (Grenoble MIAI).



PROGRAMME

9h : Accueil Café

9h30 : Fabienne Martin-Juchat (Gresec, UGA) et Doriane Simonnet (Agence Ixiade)

Introduction de la journée – Le LabCom MeetUX

9h45 : Iana Antonova (Agence Ixiade, UGA), Grégoire Besson (Innovacs, UGA), Inès Garmon (Gresec, Gael, UGA), Guy Parmentier (Cerag, UGA)

Bricolages grenoblois

10h30 : Sylvie Leleu-Merviel (Larsh, UPHF)

LivXD et inclusion : designer les émotions, entre approches scientifiques et pratiques professionnelles

11h10 : Pause

11h30 : Lucie Alexis (Gresec, UGA) et Laurie Schmitt (Gresec, UGA), Caroline Angé (Gresec, UGA), Clotilde Chevet (Gripic, CELSA)

Table ronde - Accompagner les usages de l'IA générative de l'école à l'université : projets croisés d'enseignants chercheurs

12h15 : Déjeuner

13h15 : Alexandre Foray (Réalisateur indépendant, We prod), Olivier Monnier (Graphiste indépendant, Agence MONN)

Témoignages de professionnels de la création - Explorations graphiques avec l'IA générative : construire la « bonne » posture dans un contexte troublé

14h : Seddik Benlaksira (Gresec, Iphig, UGA), Ambre Davat (Gresec, UGA) et Dakota Root (Iphig, Tiqua, UGA) - Chaire Éthique & IA

Enjeux éthiques et sociopolitiques de l'usage des IA génératives

14h45 : Pierre Engerran (Innovacs, UGA), Guillaume Blanc (Directeur d'études, Agence Enov), Étienne Guerry (Co-fondateur Agence Proton)

Table ronde - Aujourd'hui et demain : l'IA et ses affects par et pour le design fiction, la prospective et les imaginaires du futur

15h25 : Pause

15h35 : Sophie Guicherd (Avocate indépendante, Grenoble MIAI), Karine Pho (Consultante en stratégies de marques, UGA), Doriane Simonnet et Zoé Masson (Agence Ixiade)

Table ronde - L'IA générative pour la communication en organisations : de la reconfiguration des périmètres métiers à une (r)évolution des paradigmes ?

16h30 : Fin de la journée

Modalités

Les approches seront interdisciplinaires et intersectorielles.

La journée se veut un moment d'étude, de travail et d'échange. Elle alternera donc des propositions théoriques, d'études de cas et d'expérimentations, mais aussi plus pratiques, à l'instar de tables rondes croisant différents acteurs. Les auteurs seront issus des champs académiques et professionnels. Les communications pourront donner lieu à un numéro de dossier pour la revue *Approches Théoriques pour l'Information et la Communication* (ATIC).

Argumentaire

Si les agents conversationnels tels que les assistants personnels ou *chatbots* de sites internet peuvent être identifiés comme précurseurs des outils d'IA générative, rien ou presque ne laissait présager de la rapidité de l'immixtion de ces outils dans les sphères professionnelles et privées. Ces derniers sont en effet très rapidement passés d'un usage récréatif, à un usage professionnel. Cette transformation des usages, qui s'est faite au fil des perfectionnements des algorithmes et de l'extension des possibilités des requêtes, s'accompagne d'imaginaires tantôt techno-enthousiastes et tantôt technophobes, de discours médiatiques, sociaux et professionnels, de nouvelles routines et manières de créer et de produire en particulier, et de faire en général.

Plus particulièrement, l'usage des outils d'IA générative comme Chat GPT, Dall-E ou encore Midjourney (pour ne citer que les principaux) pour la représentation et la scénarisation mérite d'être interrogé. Une nouvelle formule « en partie avec un outil d'Intelligence Artificielle » en marge d'une image ou d'un texte a en effet fait son apparition, comme s'il n'allait bientôt plus être possible, ou en tout cas plus convenable, de s'en passer dans certains domaines. C'est par exemple le cas de la publicité et de l'édition (textuelle ou graphique) qui expérimentent ces possibilités avec plus ou moins de succès. Ces créations interrogent d'un point de vue pratique, théorique et éthique.

Les outils d'IA se présentent pour commencer autant comme des « boîtes noires » en constante évolution, que faciles d'utilisation et auxquelles on pourrait s'adresser en langage « naturel ». C'est pourquoi des *guidelines* accompagnent leurs prises en main et promettent d'améliorer les résultats proposés en accompagnant l'utilisateur au fil de ses requêtes. En outre, une nouvelle activité, le *prompt engineering*, accompagne les appropriations, par les professionnels, de ces dispositifs. En dehors de ces spécialisations, des discours de bonnes pratiques circulent, promettant de tirer parti au mieux de ces outils. *In fine*, cet ensemble discursif participe à créer, en termes attentionnels, quelque chose de stupéfiant tout en légitimant ces outils comme nouveaux secrétaires créatifs.

Chaque grande industrie du web ou du logiciel développe ensuite son IA (Google et Microsoft en premier lieu). Il y a une prétention de ces industries à capitaliser le corps de l'être humain, dont ses émotions. Ces outils se présentent alors comme de nouveaux instruments de cette marchandisation : les émotions sont présentes dans les visuels promotionnels, dans les *guidelines* et exemples proposés, ou dans sa sollicitation même, le corps est figuré et capté par ces dispositifs.

Enfin, il y a une prétention des outils d'IA à représenter le vivant en général et l'émotion en particulier. Si les premières représentations humaines donnaient à sourire par les erreurs « grossières » qu'ils pouvaient faire, rendant rapidement repérable l'origine non humaine des productions, les créations contemporaines semblent de plus en plus vraisemblables. Leurs capacités d'assemblages de situations ou d'imitations se perfectionnent en plus à chaque requête. Enfin, les émotions sont un motif présent des *guidelines* et des créations. Ramenés à la problématique des « biais », particulièrement explorée par la littérature scientifique, les enjeux sont culturels, sociaux et anthropologiques.

Problématique de recherche

Il s'agit de s'inscrire dans une réflexion sur les pratiques émergentes des usages des technologies d'IA dans les sphères scientifiques et professionnelles. Nous focaliserons cette journée sur les types de relations construites avec les IA dans une perspective d'interrogation des modalités de création, dont en particulier la question du traitement et de la place des émotions, de la narration et de la scénarisation, et de l'exploitation des IA sur l'imaginaire des innovations émergentes.

Quelles sont les représentations dans le monde professionnel qui accompagnent ces nouvelles technologies et que produisent-elles ? Comment faire en sorte que ces outils fassent ce que nous souhaitons qu'ils fassent, et non l'inverse ? Quel statut leur accorder ? Le *prompting* relève-t-il du bricolage, du savoir-faire, d'une maîtrise d'un certain langage, ou encore d'autre chose ? Quelle valeur, scénarisation des émotions, produisent les IA et leurs spécificités ? Quel statut est accordé par les IA aux systèmes de valeurs existants ? Comment évaluer les représentations générées ? Quelles sont les émotions présentées ? Comment appréhender ces formes nouvelles de captation de l'attention ? Comment qualifier, penser et comprendre ces nouveaux modes de production ? Une éthique du travail créatif assisté par une IA est-elle possible dans un contexte de coopération humain-non humain ?

L'objectif de la journée est de croiser les expériences, les regards et les perspectives entre les praticiens du monde académique et du monde professionnel. **Pour apporter des éléments de réponses à ces questions, nous proposons plusieurs axes de réflexions.**

- **Les enjeux de la scénarisation et de la représentation des émotions par les outils d'IA générative**

Il y a une sorte d'impensé de la question affective. Or, partant du constat que l'affectivité est le cœur des métiers de la communication, mais aussi des outils de l'IA (visuels, *guidelines* et matérialité des dispositifs), se pose la question dont les professionnels de la communication la pratiquent. En outre, l'ambition des outils d'IA à représenter l'émotion et à la capter interroge quant à son devenir. Il y a une forme d'urgence à déconstruire la façon dont les acteurs marchands, équipés de ces nouveaux outils, mettent en mouvement les gens par des mises en scène de systèmes de valeurs ayant recours à l'affectivité.

- **La boîte noire de la fabrique des supports et des usages en cours**

La massification de l'usage des outils d'IA par des acteurs non formés à la programmation pose ensuite la question de savoir ce qui est produit et comment, de comment qualifier ces gestes créatifs, ou encore quelle épistémologie mobiliser pour comprendre son fonctionnement. Les nouvelles matérialités pluri-sémiotiques engagent à penser le numérique comme un cadre mobilisant des contraintes autant architecturales que scripturaires. Face au numérique et à ses possibilités, l'utilisateur mobiliserait alors les modalités du *problem solving*, de la combinatoire, du puzzle, voire du lego. Cette question de la complexité pluri-sémiotique renvoie à celle de l'intentionnalité dans ce qui est produit avec le numérique.

- **Les coopérations entre scientifiques et professionnels**

Autour des outils d'IA se nouent ensuite des coopérations entre acteurs scientifiques et professionnels. Le design fiction par exemple, comme méthode visant à expérimenter les futurs possibles, met en récit les façons dont l'IA peut changer le monde, ses conséquences possibles et propose des pistes pour s'y préparer. Ce réservoir créatif des mondes futurs offre d'une part un moyen original de comprendre la place des affects dans les créations contemporaines, et d'autre part des pistes pour contourner certaines façons de faire qui pourraient apparaître comme des fatalités. D'autres coopérations entre scientifiques et professionnels aux modalités diverses existent et posent des questions liées notamment aux spécificités économiques de ces outils. Ces usages originaux offrent des cas concrets pour penser leurs enjeux culturels, sociétaux et politiques.

- **La question de l'évaluation**

Participant de la circulation de stéréotypes, de la création ou du renouvellement de certains imaginaires, ces outils mettent en lumière ou au contraire invisibilisent certains aspects des objets et sujets de ces créations, tout en participant à enchanter leurs réceptions. Ils ne sont enfin pas sans effets vis-à-vis de la désirabilité des biens et des services et du consentement à leur acquisition et usage. Du point de vue de la productivité et de l'efficacité, on peut se demander ce qui est évalué, par les consommateurs, quand ils se trouvent face à ce type de créations qui interrogent donc quant aux mécanismes de la recevabilité.