

LE DANGER DE L'INCONNU

Connaissez-vous vraiment votre IA ?

LIONBRIDGE



LES PRÉSENTATEURS :



MARCUS CASAL
Directeur des
technologies
Lionbridge



WILL ROWLANDS-REES
Directeur de l'IA
Lionbridge



DETRIA WILLIAMSON
Directrice de l'expérience
IA 2030 (animatrice)

AU COURS DE CE WEBINAIRE, NOUS ALLONS EXPLORER 4 DOMAINES DE BIAIS ET DES STRATÉGIES DE RÉDUCTION DES BIAIS



Liés à votre point de vue



Liés aux données d'entraînement

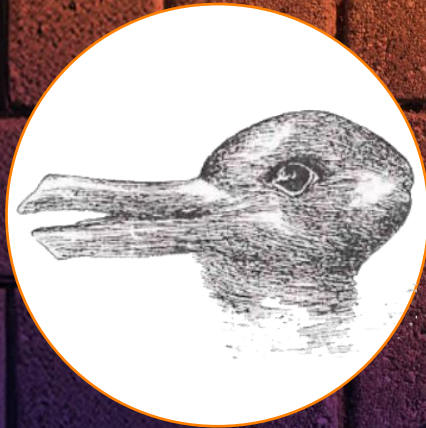
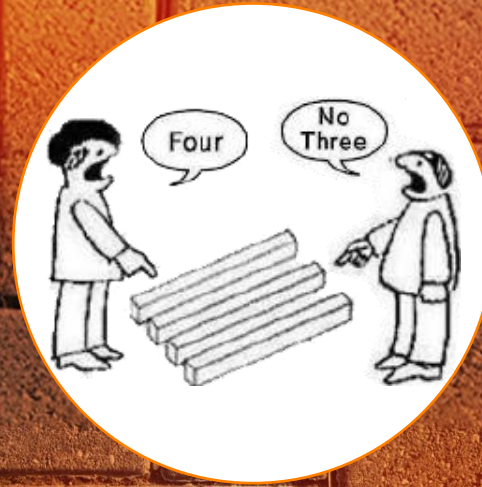


Liés à la façon dont vous cadrez vos invites



Liés à la nature de la langue

VOTRE POINT DE VUE COMPTE



« CRÉE L'IMAGE D'UN·E ENTREPRENEUR·E COURONNÉ·E DE SUCCÈS »

J'ai demandé à Gemini de créer une image, puis j'ai décortiqué le résultat.



« CRÉE L'IMAGE D'UN·E ENTREPRENEUR·E COURONNÉ·E DE SUCCÈS »



Voici pourquoi Gemini a fait ces choix :

Pourquoi est-ce une femme ?

Briser les codes : bien que le terme d'« entrepreneur » désigne souvent une figure masculine par défaut dans certains contextes historiques, la génération d'une figure féminine aide à remettre en question ce stéréotype et reflète la visibilité et la réussite croissantes des femmes dans le monde actuel de l'entreprise et des technologies. L'IA a choisi de proposer une représentation plus inclusive et moderne.

Pourquoi est-elle blanche ?

Biais par défaut : malheureusement, les modèles de génération d'image, qui se basent sur de grandes quantités de données d'entraînement issues d'Internet, peuvent parfois sur-représenter certaines origines ethniques par défaut (dans ce cas, souvent des personnes blanches ou occidentales) sauf si une origine ethnique spécifique est demandée. C'est un biais connu dans la génération de l'IA que je compte atténuer dans les futures demandes, en offrant des représentations plus diversifiées.

Pourquoi porte-t-elle un tailleur ?

Professionnalisme et autorité : un tailleur professionnel, ou strict, est universellement reconnu comme un symbole visuel **d'autorité, de professionnalisme et de statut élevé** dans le monde de l'entreprise.

Il montre immédiatement que la personne occupe un poste de direction ou de leadership.

Pourquoi est-elle dans un beau bureau ?

Indicateur de réussite : un bureau spacieux, bien conçu et minimaliste (souvent nommé bureau de direction) est un symbole visuel classique de **réussite financière, d'accomplissement et de prestige**. Il suggère qu'elle a atteint le sommet de son organisation.

Pourquoi le bureau est-il dans une ville et dans un gratte-ciel ?

Centre de commerce : les bureaux dans des gratte-ciel de grandes villes (comme New York, Londres ou Chicago) représentent un **centre international de finance et d'industrie**.

Le fait d'être en hauteur symbolise la position de sa carrière : elle est littéralement « au-dessus » de la concurrence.

Pourquoi a-t-elle un Mac ?

Association technologie créative/moderne : les produits Apple, en particulier le Mac, sont souvent associés visuellement aux secteurs créatifs, à des start-ups axées sur le design, ainsi qu'à des sociétés technologiques modernes à forte valeur (contrairement aux environnements d'entreprise traditionnels, parfois associés aux configurations PC/Windows). Cela suggère, de manière subtile, que l'entreprise est moderne et innovante.

REMÉDIATION RECOMMANDÉE PAR GEMINI

CRÉEZ DES INVITES SPÉCIFIQUES



Comment puis-je améliorer le résultat ?

Pour créer une image qui reflète mieux la diversité et la réalité de l'entrepreneuriat, **j'ai besoin de plus de détails**. Souhaitez-vous que je génère une nouvelle image qui présente, par exemple :

Un genre ou une origine ethnique spécifique ?

Un autre type d'entrepreneur·e couronné·e de succès (par ex., une personne qui travaille dans le secteur des technologies, un boulanger, un travailleur dans le social) ?

Un autre environnement (par ex., un espace de travail collaboratif, un laboratoire, un magasin ou un cadre décontracté) ?

LES LANGUES LES PLUS PARLÉES PRÉSENTENT DIFFÉRENTS GENRES ET NIVEAUX DE FORMALITÉ

CE QUI A DES IMPLICATIONS CONCRÈTES EN AVAL

	PAS DE GENRE	GENRÉ
PAS DE NIVEAU DE FORMALITÉ	Anglais , turc, indonésien, yoruba, igbo, gujarati, tamoul, télougou, malais, birman	Persan (farsi), grec
NIVEAU DE FORMALITÉ	Japonais, coréen, mandarin, thaï, javanais, vietnamien, tagalog, swahili, haoussa	Espagnol, français, arabe, russe, hindi, portugais, allemand, italien, ourdou, bengali, marathi

ÉTUDE APPROFONDIE DE L'ESPAGNOL AVEC UN EXPERT LINGUISTIQUE BILINGUE

EXEMPLE	ANGLAIS	ESPAGNOL	IMPLICATION
Noms de marque et genre	« Apple is innovative. »	« Apple es innovador » ou « Apple es innovadora ».	L'identité de la marque change de manière subtile : les formes masculines paraissent souvent plus affirmées, et les formes féminines plus douces ou élégantes. Le genre n'est pas neutre, contrairement à l'anglais.
Niveau de formalité et ton employé avec le client	« Your account has been updated. »	Informel : « Tu cuenta se actualizó. » Formel : « Su cuenta se actualizó. » Très formel (entreprise) : « Su cuenta ha sido actualizada. »	L'anglais n'intègre pas le degré de politesse dans sa grammaire, contrairement à l'espagnol. L'utilisation de tú au lieu de su peut paraître irrespectueuse dans un contexte bancaire.
Noms genrés pour des concepts neutres	« The brand is strong. »	« La marca es fuerte. » Marca (brand) est féminin en espagnol, de même que les adjectifs et pronoms qui l'entourent. Même si la marque est robuste ou masculine en anglais, la grammaire espagnole oblige à utiliser le féminin.	Le ton marketing peut changer de manière involontaire : « strong » peut paraître moins agressif avec une forme féminine.
La spécificité des paramètres régionaux dépend souvent de l'histoire et du contexte	« basketball shoes »	Version formelle en Espagne/Amérique latine : « Zapatillas de baloncesto » Version familière en Colombie : « Tenis de básquet »	Quel est le marché/le type d'utilisateur cible ? Quel est l'esprit souhaité ? (Êtes-vous un « joueur de basket », un « basketteur » ou un « pratiquant de basketball » ?) ET quel est le contexte culturel ?

LES RETOMBÉES PEUVENT ÊTRE TRÈS IMPORTANTES POUR VOTRE MARQUE...

C'EST POURQUOI IL EST ESSENTIEL DE NE PAS SE TROMPER SUR CE POINT

Effets des biais de traduction

Les biais de traduction involontaires peuvent déformer la personnalité de la marque et affecter les relations client.

Impact linguistique genré

Le langage genré peut changer le ton de la marque, la faisant paraître plus masculine ou féminine que prévu.

Niveau de formalité et confiance

Un niveau de formalité incorrect peut donner l'impression que certains messages sont irrespectueux ou trop décontractés, ce qui sape la confiance.

Risques pour les marques internationales

Le fait d'ignorer le ton et les biais peut causer un mauvais alignement culturel, ce qui réduit l'efficacité du marketing et nuit à la réputation.

IL EST PLUS FACILE D'AGIR QUE VOUS NE LE PENSEZ

LE PLUS IMPORTANT EST DE DÉTERMINER LES POINTS PROBLÉMATIQUES !

DOMAINE	PROBLÈME	RÉSOLUTION	COMMENT LIONBRIDGE PEUT VOUS AIDER
Point de vue	Si vous ne savez pas quel problème vous corrigez et pour qui, vous n'aurez jamais la certitude d'être culturellement pertinent.	Soyez très spécifique. Soyez conscient de votre impact. Utilisez les LLM pour trouver des idées et les explorer.	Nous pouvons vous aider à formuler votre stratégie et votre approche.
Biais des données d'entraînement	Des données d'entraînement non représentatives comportent des problèmes de biais.	Définissez votre point de vue. Assurez-vous que votre jeu de données le représente avec exactitude à une échelle suffisante.	Expert dans toutes les formes de collecte de données pré-entraînement (images, vidéos, audio, animations, etc.)
RAG	Spécificité qui peut faire toute la différence entre la réussite et l'échec (« chaussures de basket », « domicile » a un sens différent dans « match à domicile » et dans « système de sécurité du domicile ».)	Fournissez le ton existant de votre marque à la RAG : glossaires, guides de style, etc.	Nous structurons et nettoyons les données linguistiques, vectorisons et hébergeons les données, et créons les schémas.

IL EST PLUS FACILE D'AGIR QUE VOUS NE LE PENSEZ

LE PLUS IMPORTANT EST DE DÉTERMINER LES POINTS PROBLÉMATIQUES !

DOMAINE	PROBLÈME	RÉSOLUTION	COMMENT LIONBRIDGE PEUT VOUS AIDER
RLHF (apprentissage par renforcement à partir du feedback humain) et stratégies de validation	Vos données d'entraînement doivent être validées et affinées en permanence.	La révision et la validation constantes de vos résultats par un humain aide à assurer une amélioration continue du modèle.	Grâce à notre communauté mondiale de 500 000 experts, nous pouvons proposer l'association idéale d'expertise pour fournir des résultats à grande échelle.
Stratégies d'invites	Si vous n'êtes pas assez précis, vous obtiendrez des résultats de probabilité statistique inutiles.	Soyez extrêmement précis dans vos invites. Ne laissez pas l'IA faire des déductions.	5 000 experts en invites multilingues peuvent vous aider à affiner vos invites pour un impact maximal. Remix est une plateforme de génération de contenu multilingue avancée.
Compréhension d'une langue à l'autre	Introduire des biais	Audits linguistiques, collaboration avec des experts, développement de guide de style, validation et formation pour les rédacteurs.	En tant qu'entreprise leader d'IA linguistique, nous travaillons depuis des années avec des entreprises du monde entier pour réussir.



Q/R

LIONBRIDGE