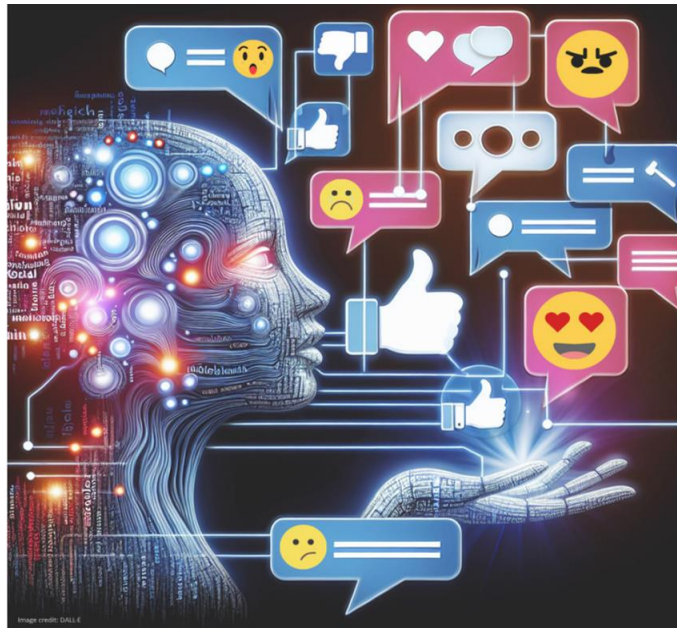




French

*Traduction française réalisée avec
l'aide de Canva et Gemini.



English



P2P 2025
National
Conference

Faits Fragmentés: Comment l'IA générative alimente la désinformation anti-immigrés

Philip Mai



@PhilipMai.com

@SocialMediaLab.ca

Toronto Metropolitan University, Canada

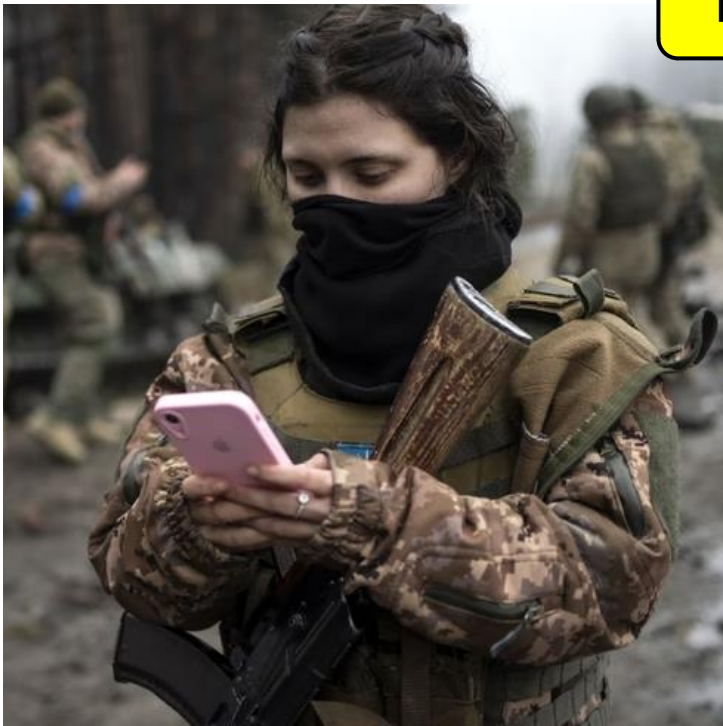
info@SocialMediaLab.ca



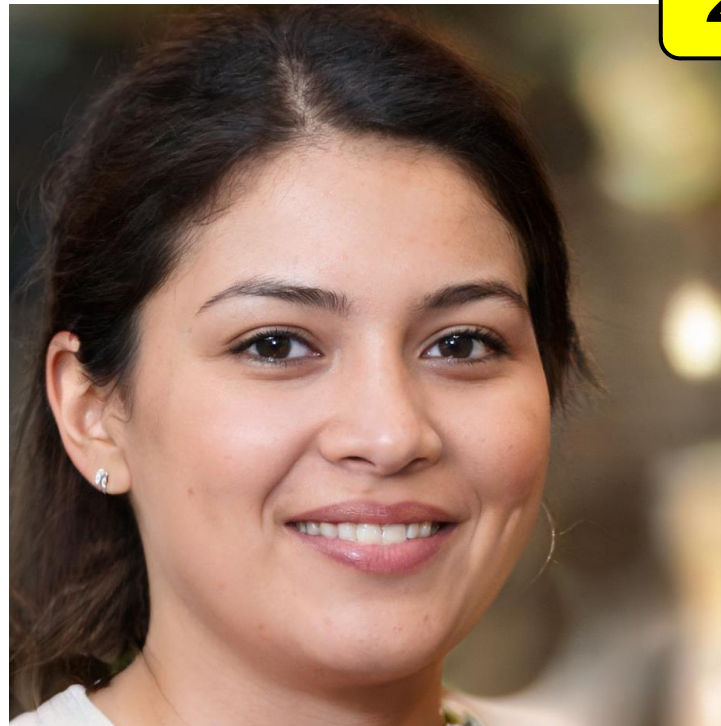
Français

Quelle photo est générée par l'IA ?

1



2





Français

Quelle photo est générée par l'IA ?

Authentique



Dasha, une soldate de l'armée ukrainienne de 22 ans, vérifie son téléphone après une opération militaire de ratissage visant à rechercher d'éventuels restes de troupes russes après leur retrait des villages situés à la périphérie de Kiev, le 1er avril 2022.

[Photos : Visages de l'Ukraine - The Atlantic](#)

Synthétique



<https://thispersonnotexist.org/>



Français



Anglais

bit.ly/halifax-en

Ordre du jour



- ➔ • À propos du laboratoire des médias sociaux
- Habitudes de consommation de nouvelles et utilisation des médias sociaux
- Adoption de GenAI au Canada et préoccupations liées à la désinformation
- Risques et stratégies d'atténuation en matière d'immigration et d'établissement



French



Social

Media

Lab



A Multidisciplinary Research Laboratory at Toronto Metropolitan University

The Lab's research seeks to advance the public's understanding of the benefits and pitfalls of technology adoption and use.



***Laboratoire de recherche multidisciplinaire de
l'Université métropolitaine de Toronto***

Les travaux du laboratoire cherchent à améliorer la compréhension du public des avantages et des risques liés à l'adoption et à l'usage des technologies.

Toronto
Metropolitan
University

TED
ROGERS
SCHOOL
OF MANAGEMENT



Français



[Publication récente 2024] Tomber dans le piège de la propagande russe: Comprendre les facteurs qui contribuent à la croyance en la désinformation pro-Kremlin sur les médias sociaux

Principales conclusions

1. Les individus qui adhèrent à une idéologie de droite sont globalement plus susceptibles de croire aux affirmations pro-Kremlin que ceux qui ont des opinions mitigées ou de gauche.
2. Ceux qui croient aux affirmations pro-Kremlin sont plus susceptibles de se fier aux médias sociaux pour s'informer sur la guerre que ceux qui n'y croient pas.
3. L'exposition à la désinformation sur les médias sociaux est en corrélation positive avec la croyance en cette désinformation.

<https://doi.org/10.1177/20563051231220330>



Soares, F. B., Gruzd, A., et Mai, P. (2023). Tomber dans le piège de la propagande russe : comprendre les facteurs qui contribuent à la croyance en la désinformation pro-Kremlin sur les médias sociaux. *Social Media+ Society*, 9(4), 20563051231220330.





Français



[Publication récente 2024] Champ de bataille numérique : Analyse du discours antiréfugiés sur Twitter contre les Ukrainiens déplacés par l'invasion russe de l'Ukraine



Collecte et analyse de **811 933** publications Twitter partagées entre **le 24 février 2022 et le 22 février 2023** mentionnant le mot « **Ukraine** » et soit « **réfugiés** », « **immigrants** » ou « **demandeurs d'asile** » dans 10 langues européennes.

Principales conclusions

1. **53 %** des publications de l'échantillon étaient alignées sur des discours pro-Kremlin hostiles à l'Ukraine.
2. Les publications les plus fréquentes étaient motivées par des considérations politiques et comprenaient du contenu partisan (**33 %**), suivies par des publications contenant des expressions contredisant les discours anti-réfugiés (**20 %**).
3. Ces résultats soulignent la politisation et la polarisation croissantes des discussions sur les réfugiés ukrainiens, tant en ligne que hors ligne.

Source : Gruz, A., Mai, P. et Taleb, O. (2024). Champ de bataille numérique : analyse du discours antiréfugiés sur Twitter contre les Ukrainiens déplacés par l'invasion russe de l'Ukraine. *First Monday* 29(8).
<https://doi.org/10.5210/fm.v29i8.13734>





Français



RAPPORTS PUBLICS

Des données sur les Canadiens pour les Canadiens et le monde

Nous produisons des rapports publics qui offrent un aperçu des tendances d'utilisation des médias sociaux au Canada et une fenêtre sur les attitudes et les perspectives des Canadiens à l'égard de questions telles que la désinformation, l'IA, la politique et la protection de la vie privée dans le contexte des médias sociaux.

Nos rapports publics sont largement utilisés par divers intervenants, notamment les commissions parlementaires, les ministères, les journalistes, les chercheurs, les éducateurs, le monde des affaires et le grand public.

socialmedialab.ca/public-reports

Reports

State of Social Media in Canada



Generative AI

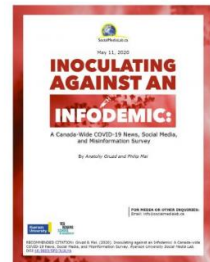


Social Media and Anti-Social Behaviour



Social Media and Political Engagement in Canada

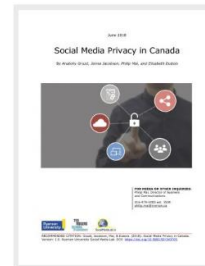
Misinformation Research



The Influence of Influencers



Social Media and User Privacy





Français



COMMUNALYTIC.ORG

A no-code computational social science research tool for studying online communities and discourse.

Two Versions: **EDU** - for Teaching & Learning (30k records) and **PRO** - for Research (10M records)

Outils de recherche et tableaux de bord

Outre la réalisation de recherches originales, nous développons également des outils de recherche qui soutiennent la recherche en sciences sociales.

Nos outils et notre tableau de bord sont utilisés chaque année par des milliers d'étudiants, d'enseignants, de chercheurs et d'analystes du monde entier.

socialmedialab.ca/apps

SOCIAL MEDIA DATA COLLECTORS

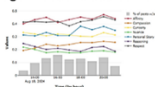
Bluesky Mastodon Reddit Telegram X (Twitter) YouTube
or Bring Your Own Dataset

DATA ANALYZERS

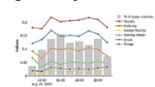
Civility Analyzer

Detect toxic and prosocial interactions

Average Prosocial Scores Per Hour



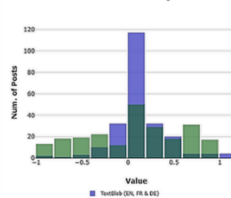
Average Toxicity Scores Per Hour



Sentiment Analyzer

Detect and analyze the polarity of text

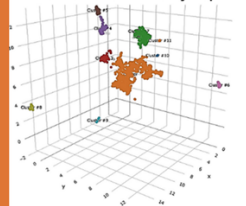
Distribution of Polarity Value



Topic Analyzer

Discover and label latent topics that are semantically similar

3D Semantic Similarity Map



Network Analyzer

Visualize and analyze large networks

A Communication Network



admin@communalYTIC.org





Français

Outils de recherche et tableaux de bord

En plus de mener des recherches originales, nous développons également des tableaux de bord d'information pour suivre la désinformation.

Nos outils et notre tableau de bord sont utilisés chaque année par des milliers d'étudiants, d'enseignants, de chercheurs et d'analystes du monde entier.

socialmedialab.ca/apps



Un tableau de bord pour le suivi des vérifications de faits concernant les deepfakes et les contenus médiatiques et narratifs sortis de leur contexte.



Un tableau de bord pour suivre la désinformation et la désinformation concernant la guerre russo-ukrainienne



notetracker.socialmediadata.org

Une base de données et un tableau de bord consultables pour toutes les notes de la communauté sur X.



Français



À propos du laboratoire

Making Sense of a Networked World since 2010



@SocialMediaLab.ca

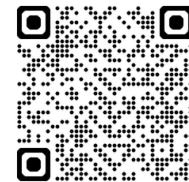
Research

How social media changes the ways people communicate and connect



Train

Postdoctoral fellows, graduate students and undergraduate students



International conferences and research seminars

Organize

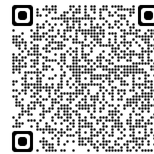


Social media analytics software

Develop



Français



Anglais

bit.ly/halifax-en

Ordre du jour



- À propos du laboratoire des médias sociaux
- ➔ • Habitudes de consommation de nouvelles et utilisation des médias sociaux
- Adoption de GenAI au Canada et préoccupations liées à la désinformation
- Risques et stratégies d'atténuation en matière d'immigration et d'établissement

Où les Canadiens s'informent

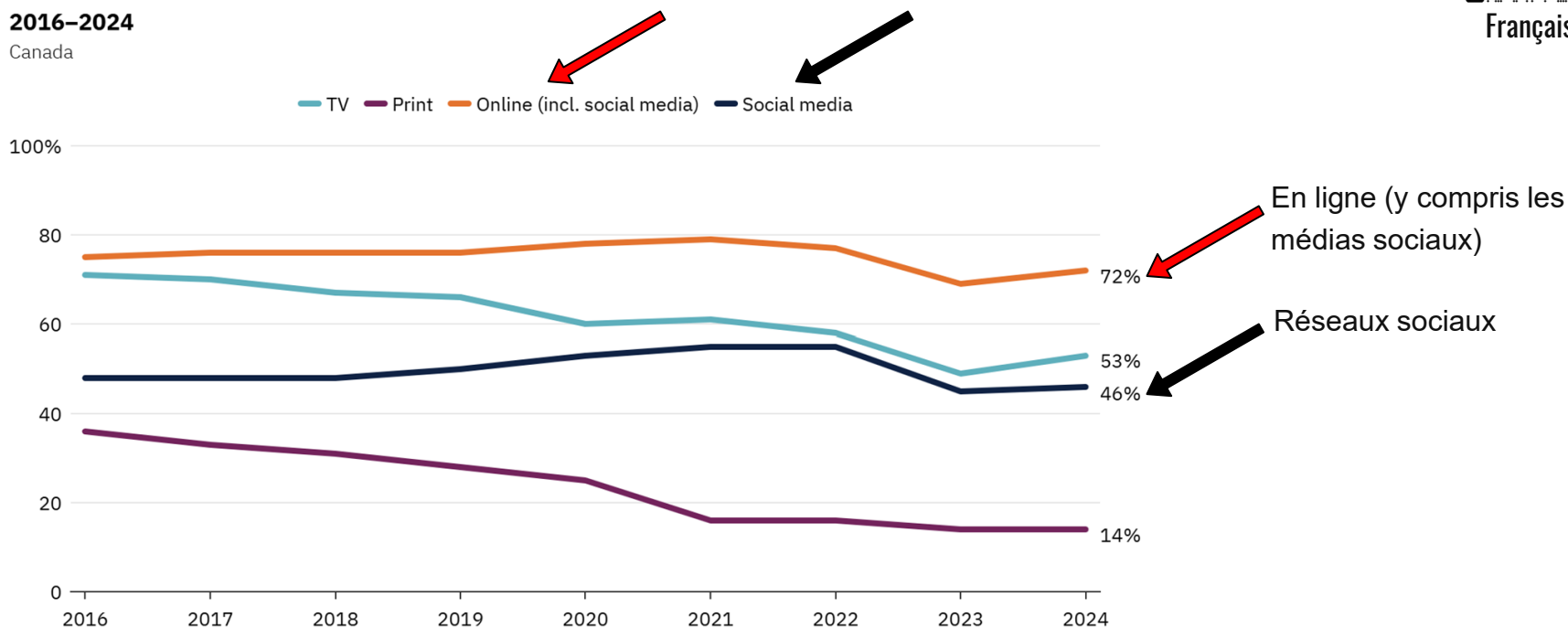
Sources of news

2016–2024

Canada



Français



[Get the data](#) • [Embed](#) • Created with [Datawrapper](#)



Source : Institut Reuters et Université d'Oxford



[Nouveau rapport] L'état des médias sociaux au Canada en 2025

Une enquête pondérée selon le recensement sur l'adoption et l'utilisation des médias sociaux au Canada (n=1500)



Français

May 2025



The State of Social Media in Canada 2025

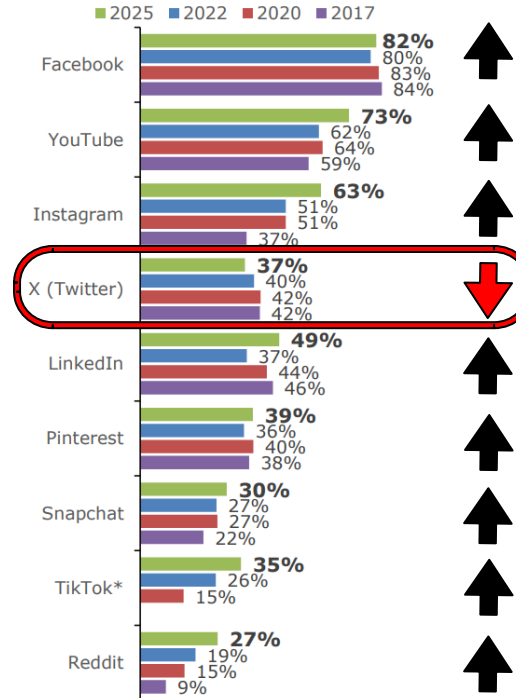
A Census-balanced Survey About Social Media Adoption and Use in Canada

By Anatoliy Gruzd and Philip Mai



95% des adultes canadiens en ligne ont un compte sur au moins une plateforme de médias sociaux, et **93%** d'entre eux consultent au moins une des principales plateformes chaque mois.

Online Canadian adults with a Social Media Account
(%, n=1500)



Source : Gruzd, A. et Mai, P. (2025). L'état des médias sociaux au Canada en 2025. Laboratoire des médias sociaux, Université métropolitaine de Toronto. DOI: [10.6084/m9.figshare.28830188](https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28830188)



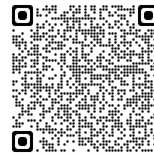
For media or other inquiries:
EMAIL: info@socialmedialab.ca

RECOMMENDED CITATION: Mai & Gruzd (2025). The State of Social Media in Canada 2025. Social Media Lab, Toronto Metropolitan University. DOI: [10.6084/m9.figshare.28830188](https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28830188)





Français



Anglais

bit.ly/halifax-en

Ordre du jour



- À propos du laboratoire des médias sociaux
- Habitudes de consommation de nouvelles et utilisation des médias sociaux
- ➔ • Adoption de GenAI au Canada et préoccupations liées à la désinformation
- Risques et stratégies d'atténuation en matière d'immigration et d'établissement

Applications de l'IA générative: quelques exemples...



Français

Commercialisation



The Holiday Magic is coming.

Coca-Cola 4.9M subscribers 7.8K

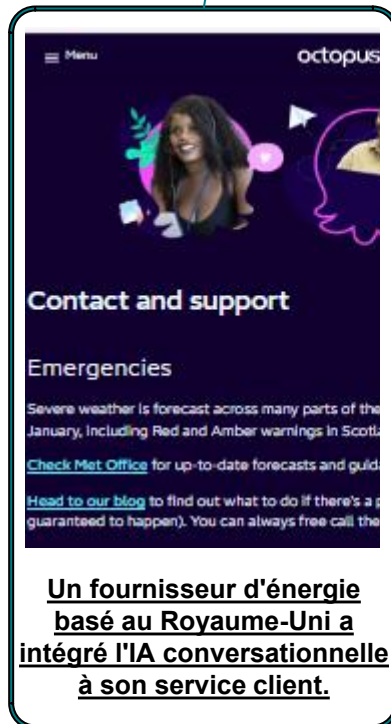
**Publicité de Coca-Cola
générée par l'IA**

Divertissement



**Imitateur de Tom
Cruise**

Service à
la
clientèle



**Un fournisseur d'énergie
basé au Royaume-Uni a
intégré l'IA conversationnelle
à son service client.**

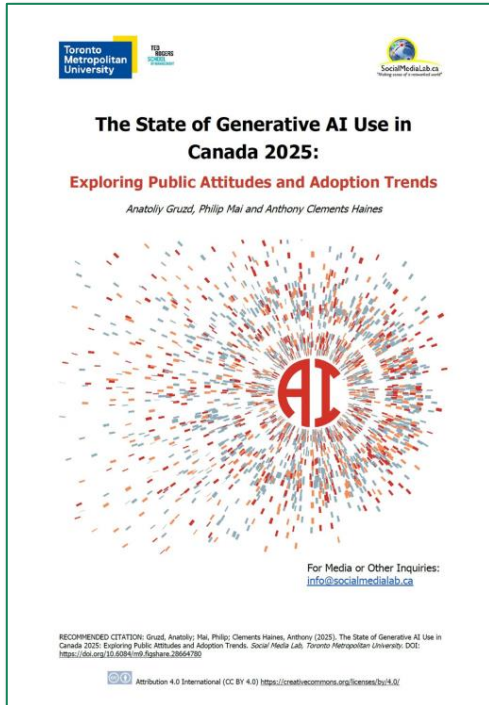
Engagement
citoyen



Adoption de l'IA générative au Canada (n=1500)

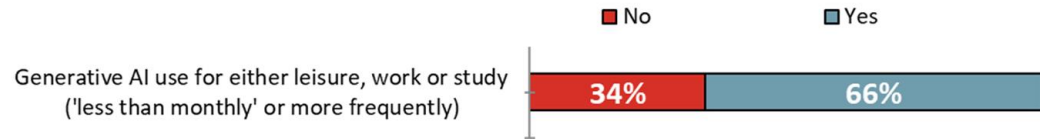


Français



QUESTION

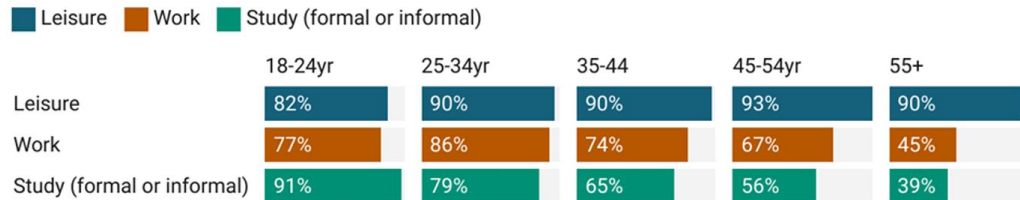
Have you used Generative AI tools?



QUESTION

How frequently have you used Generative AI tools for:

Based on 986 individuals who tried Generative AI for leisure, work, or study



Note: All percentages are rounded to the nearest 1%.

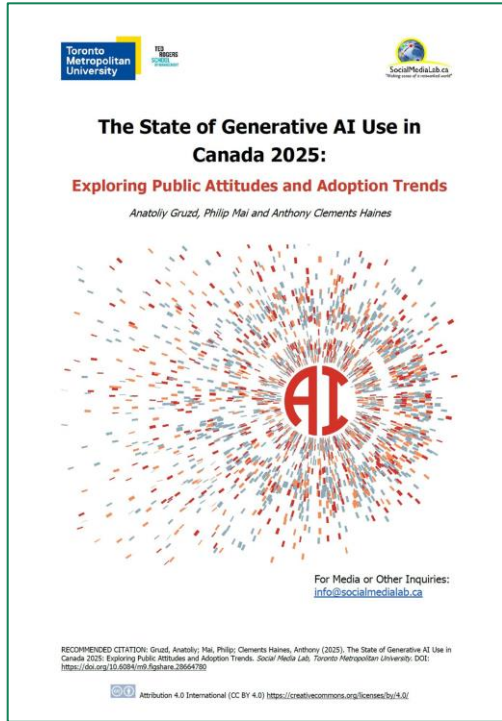
Source: "The State of Generative AI Use in Canada 2025," Social Media Lab, Toronto Metropolitan University

<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28664780>

Adoption de l'IA générative au Canada (n=1500)



Français



QUESTION

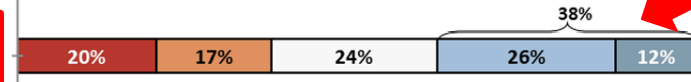
To what extent do you agree with the following statements about your knowledge and use of Generative AI tools in general?

Strongly disagree Somewhat disagree Neither agree nor disagree Somewhat agree Strongly agree

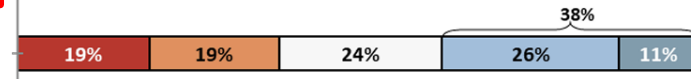
I'm aware of the issues and challenges related to Generative AI



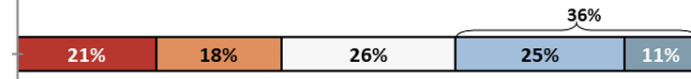
I understand how to effectively use Generative AI



I keep up with news about Generative AI



I'm familiar with the rules and ethics around Generative AI



Note: All percentages are rounded to the nearest 1%.

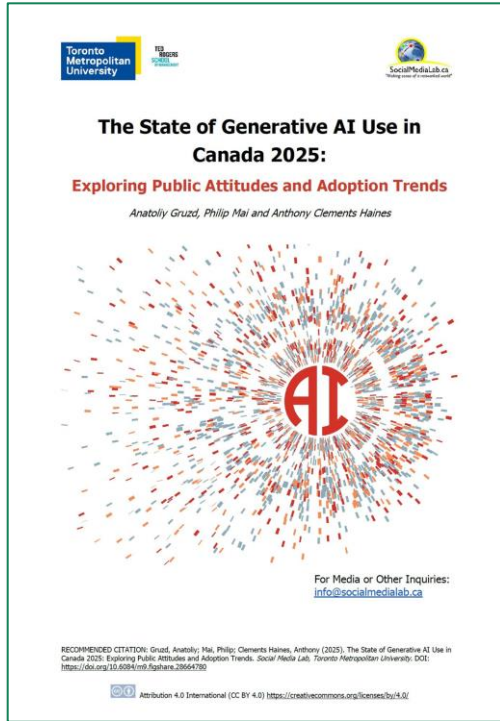
Source: "The State of Generative AI Use in Canada 2025," Social Media Lab, Toronto Metropolitan University"

<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28664780>

Adoption de l'IA générative au Canada (n=1500)



Français

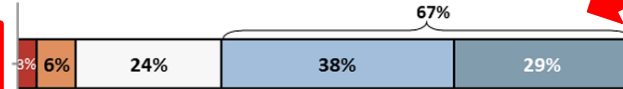


QUESTION

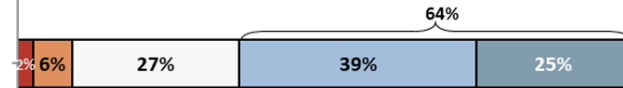
To what extent do you agree with the following statements about Generative AI's potential to influence elections?

Strongly disagree Somewhat disagree Neither agree nor disagree Somewhat agree Strongly agree

I am worried about the potential for Generative AI to influence future elections



Compared to the last election, I will be more skeptical of the political content I see online



I no longer trust the political news that I see online due to the possibility that it may be fake or manipulated



Note: All percentages are rounded to the nearest 1%.

Source: "The State of Generative AI Use in Canada 2025," Social Media Lab, Toronto Metropolitan University

Les Canadiens s'inquiètent de la désinformation



Français

Concern about misinformation:
Connections to trust in media,
confidence in institutions, civic
engagement, and hopefulness

by Helen Foran, Howard Bilodeau and Lauren Pinault

Release date: June 18, 2025



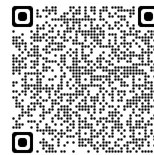
Canada

- **59% des Canadiens sont très préoccupés par la désinformation en ligne.**
- L'inquiétude est plus grande chez les personnes plus instruites.
- Les personnes les plus préoccupées sont aussi plus enclines à vérifier la véracité de l'information (69%), comparativement à celles qui sont quelque peu préoccupées (22%) ou indifférentes (10%).

Source : <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/75-006-x/2025001/article/00008-eng.htm>



Français



Anglais

bit.ly/halifax-en

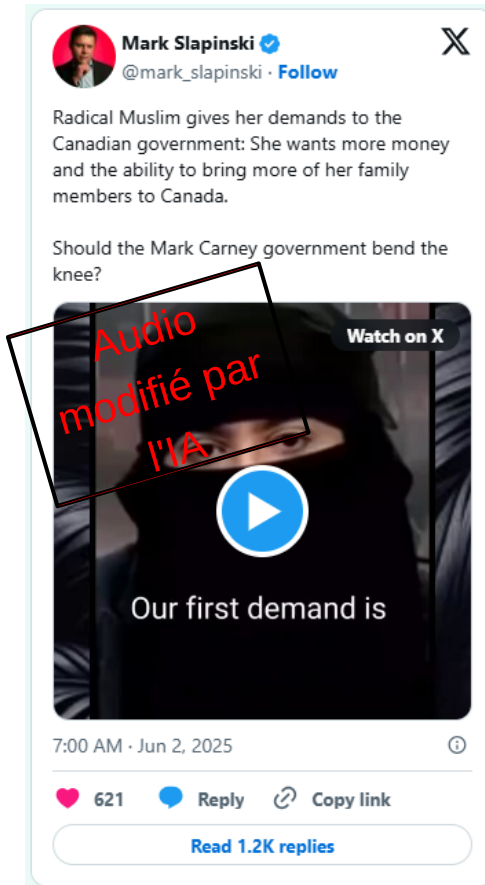
Ordre du jour

- À propos du laboratoire des médias sociaux
- Habitudes de consommation de nouvelles et utilisation des médias sociaux
- Adoption de GenAI au Canada et préoccupations liées à la désinformation
- Risques et stratégies d'atténuation en matière d'immigration et d'établissement



Le paysage des risques au Canada

- Au Canada, les personnes racisées et les immigrants récents sont de 50 à 100 % plus souvent confrontés à des discours haineux. (Source : TMU/Dais)
- Des acteurs malveillants utilisent déjà les deepfakes pour attiser les débats sur les immigrants au Canada. (Source : CST)
 - diffusion de désinformation sur les immigrants et les réfugiés
 - discréditer les autorités locales/fédérales en critiquant sélectivement leur réponse à l'aide de récits faux ou biaisés
- **Les médias sociaux omettent souvent de signaler/bloquer ce type de contenu.**
- **La vérification des faits est cruciale, mais elle n'est plus une priorité pour les plateformes.**



La vidéo TikTok d'une « immigrante » faisant des demandes au Canada est en réalité une vidéo modifiée d'une Galloise
| thecanadianpressnews.ca



Français



Comment GenAI transforme les discours anti-immigrants



Français

Rapide



Contenu IA



Réseaux sociaux



**Manifestation / Pressions
politiques**



Moins cher

Un individu malveillant peut générer des centaines d'images d'« invasion » en quelques heures.



Plus vite

Les campagnes de désinformation peuvent réagir à l'actualité en quelques minutes, prenant au dépourvu les vérificateurs de faits.



Plus visuel

Les images photoréalistes de la « criminalité des migrants » peuvent paraître réelles, même si elles sont 100% fausses.



Plus ciblé

La même histoire peut être réinterprétée pour différents groupes et plateformes.

Exemple n° 1 : Mêmes allemands sur l'IA

Rapport 2025 de l'Institut pour le dialogue stratégique (ISD) sur l'IA générative et l'extrême droite allemande



Français

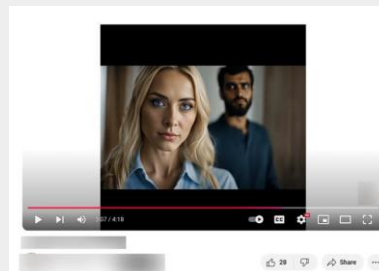


Source: L'utilisation de l'IA
générative par l'extrême droite
allemande

- ISD a identifié 883 publications de comptes d'extrême droite allemands intégrant du contenu généré par l'IA.
- Le parti Alternative pour l'Allemagne (AfD) – une source clé de ce type de contenu.
- Récits courants :
 - attaques contre les réfugiés, les immigrants, les personnes LGBTQ+ et les militants pour le climat,
 - un contenu qui idéalisait l'Allemagne comme un pays très menacé qu'il fallait sauver.
- Le contenu généré par l'IA sert à créer un sentiment d'identité parmi les membres des groupes d'extrême droite et leurs partisans.



AI-generated video claiming that large amounts of Muslim immigrants travel to Germany to commit murder.



AI-generated video warning women about entering into relationships with Muslim men.



Français

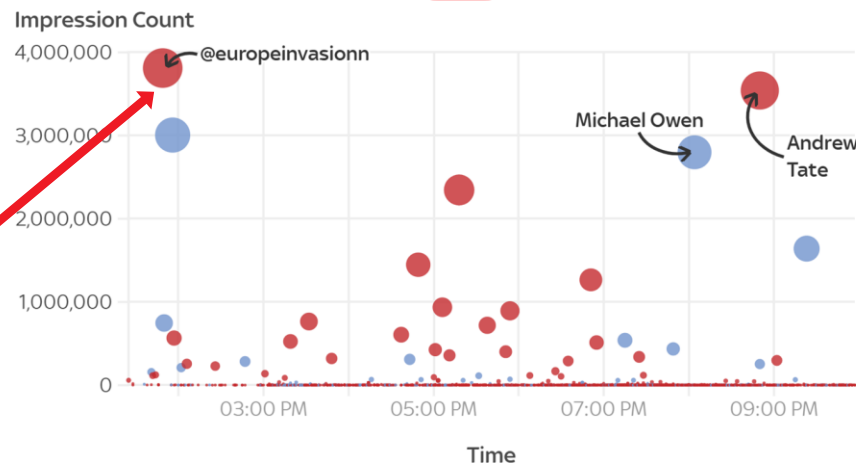
Exemple n° 2 : Attaques au couteau à Southport (Royaume-Uni)

Quoi: Image générée par l'IA montrant des « **hommes barbus** » armés d'un couteau devant le Parlement britannique, à côté d'un enfant qui pleure.

Quand: Publié moins de 3 heures après l'attaque, avant que les faits ne soient confirmés.

Qui: Compte X « Europe Invasion » (@europeinvasionn - n'existe plus), faisant partie d'un réseau conspirationniste raciste.

Impact: Visionné environ 4 millions de fois, utilisé pour inciter à l'émeute.



SOURCE: Dr. Marc O. Jones, Associate Professor at the College of Humanities and Social Science, Hamad Bin Khalifa University

« [La désinformation sur l'attaque de Southport alimente le discours d'extrême droite sur les médias sociaux](#) » Sky News



Impact négatif de l'IA générative et de la désinformation sur Services aux immigrants et à l'établissement



Français

Impact sur les immigrants

-  **Sécurité et appartenance** : Les récits criminels générés par l'IA rendent les communautés moins accueillantes et peuvent encourager le harcèlement et les émeutes.
-  **Recours aux services** La peur d'être filmé ou d'être mal représenté peut dissuader les gens de participer aux programmes en présentiel.
-  **Santé mentale** : L'exposition répétée à des récits déshumanisants augmente le stress lors de l'établissement d'un établissement.
-  **Arnaques et usurpation d'identité** : Les appels truqués ou les faux entretiens d'embauche ciblent les nouveaux arrivants et volent des informations personnelles.

Impact sur les services

-  **Risque narratif** : Les contenus viraux générés par l'IA qui qualifient les immigrants de criminels influencent l'opinion publique et le financement des campagnes.
-  **Risque opérationnel** : Les arnaques par Deepfake qui copient votre logo ou votre personnel nuisent à la confiance de vos clients.
-  **Risque d'atteinte à la réputation** : Une image ou une citation fabriquée de toutes pièces et liée à votre organisation peut se propager instantanément.
-  **Les outils de sélection par IA des candidats en matière d'équité** peuvent mal évaluer les candidats en fonction de leur dialecte ou de leur accent.



Stratégies d'atténuation : Renforcer la résilience



Français

Pour les immigrants

-  Vérifiez avant de partager : prenez le temps de vérifier la source. Utilisez des outils comme la recherche d'images inversée pour repérer les fausses photos de « nouvelles ».
-  Vérifiez les demandes « officielles » : si « IRCC » ou la « police » vous appelle pour vous demander de l'argent ou des cryptomonnaies, raccrochez et appelez directement le numéro officiel.
-  Repérer les signes de deepfake : faites attention aux clignements d'yeux anormaux, aux mains étranges ou à un son qui ne correspond pas aux mouvements des lèvres dans les vidéos.
-  Faites confiance à des réseaux de confiance. Confirmez les informations alarmantes auprès des travailleurs sociaux ou des leaders communautaires établis avant de réagir.

Pour les organisations

-  Établir des politiques GenAI Établir des règles claires : quand le personnel peut utiliser l'IA (par exemple, la rédaction) et quand il ne le peut pas (par exemple, les données des clients).
-  Examen humain obligatoire : s'assurer qu'un humain examine *tout* le contenu généré par l'IA afin de déceler les hallucinations ou les biais.
-  Formez votre personnel de première ligne : fournissez à votre équipe des protocoles pour traiter les signalements d'escroqueries par deepfake de la part des clients.
-  Communication proactive : Avertir les clients des arnaques actuelles par le biais des canaux officiels (par exemple : « On ne vous demandera jamais de cryptomonnaie »).

Un aperçu de notre « Observatoire des publicités sur la migration »

Un tableau de bord qui suit, analyse et visualise les publicités liées à la migration sur Facebook et Instagram au Canada afin de dégager les tendances, les récits et les schémas.



Français



migration.polidashboard.org/overview
(Date prévue: février 2026)

Groupe d'annonces basé sur 11 cadres d'analyse

1. Cadre des menaces à la sécurité
2. Cadre nationaliste
3. Cadre des menaces culturelles
4. Cadre des difficultés d'intégration
5. Cadre des coûts économiques
6. Cadre des coûts administratifs
7. Cadre multiculturel
8. Cadre humanitaire
9. Cadre d'intégration culturelle
10. Cadre des avantages économiques
11. Contre-cadre



Biggest Spender

Who is spending the most on Migration Ads?

UNHCR Canada

\$8.9k+

[Click here for more details.](#)



Top-performing Frame

Which Migration Frame is the performing the best in impressions?

Humanitarianism

5.8M+

[Click here for more details.](#)



Notable Ads

Sample ads of possible interest

Popular Ad

This ad received particularly high impressions.

Efficient Ad

This ad received particularly high impressions per \$ spent.

War Child Canada

Paid for by: War Child Canada



Spending: \$5.5k - \$6.5k

Impressions: 1.1M+

Ad Copies: 2

Tags: Humanitarianism

Ad Content:

Sign up for updates

For refugee children in South Sudan and Uganda, school can lead to a hope-filled future. We're working with refugee-led partners to create safe classrooms and remove barriers to get young people back to school. Hear what they have to say and learn how our Geared for Success program is helping increase enrollment and change lives.

UNICEF Canada

Paid for by: UNICEF Canada



Spending: \$200 - \$299

Impressions: 250.0k+

Ad Copies: 1

Tags: Humanitarianism

Ad Content:

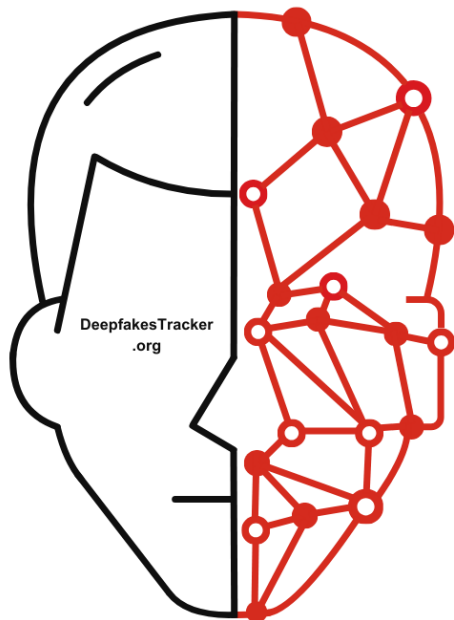
Keep Showing Up For The World

Continue Your Support



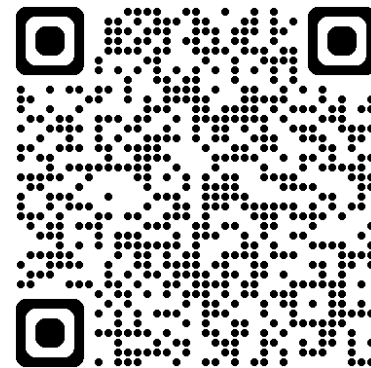
Français

Explorez le portail de recherche AI DeepFakesTracker.org du Social Media Lab pour en savoir plus !



Utilisez-le pour :

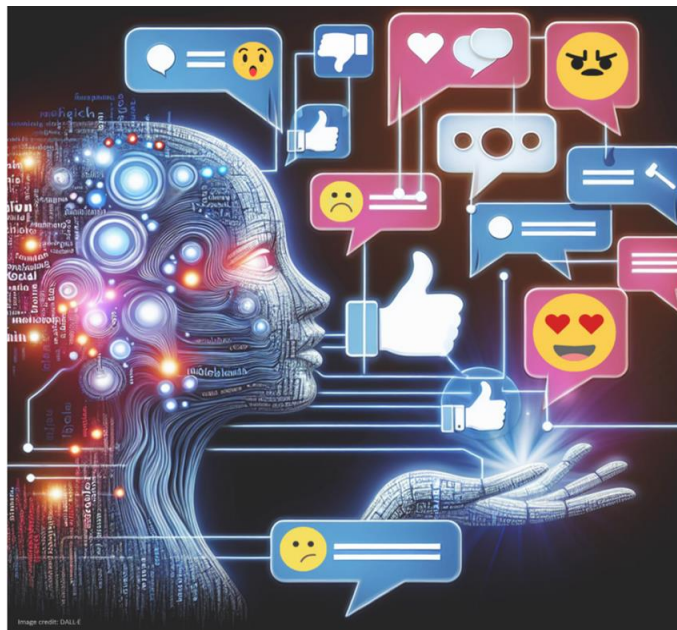
- **Découvrez** ce que sont les deepfakes et en quoi ils constituent une menace.
- **Analyser** les tendances actuelles en matière de deepfake
- **Accédez** à des outils pour détecter les deepfakes
- Et encore plus !



DeepfakesTracker.org



French



English



P2P 2025
National
Conference

Faits Fragmentés: Comment l'IA générative alimente la désinformation anti-immigrés

Philip Mai



@PhilipMai.com

@SocialMediaLab.ca

Toronto Metropolitan University, Canada

info@SocialMediaLab.ca