

# Littératie en IA

## Guide pour les éducateurs et éducatrices

---

Comprendre les algorithmes utilisés  
dans les médias sociaux



Préparé par : Grace Mireni, Moment numérique

<b>Introduction</b>	<b>1</b>
Comprendre les algorithmes	2
Grandes idées	2
<b>Applications en classe</b>	<b>4</b>
<b>Activité 1 : Ta page de contenu et toi</b>	<b>4</b>
Objectifs d'apprentissage	4
Lien avec le programme de formation	4
À vos cerveaux : Réinitialiser un algorithme (5 minutes)	4
Exercice : Observation de fils d'actualité des médias sociaux (15 minutes)	5
Consolidation (10 minutes)	6
Approfondissement	7
<b>Activité 2 : Émotions et appât à rage</b>	<b>7</b>
Objectifs d'apprentissage	7
Lien avec le programme de formation	7
À vos cerveaux : Qu'est-ce qu'un appât à rage? (5 minutes)	8
Exercice : L'expérience de la manchette (15 minutes)	8
Consolidation (5 minutes)	9
Approfondissement	10
<b>Liens avec le Référentiel de compétences en IA pour les apprenants de l'UNESCO</b>	<b>11</b>
Fonctionnement de ce référentiel	11
Liens entre les compétences	12
Références	13

# Introduction

Bienvenue au premier guide de notre série Littératie en IA conçue pour parfaire les compétences des jeunes adultes dans le domaine de l'IA d'une manière réaliste, accessible et authentique. Ce guide propose deux activités destinées aux élèves du secondaire conçues pour s'intégrer facilement à n'importe quel cours.

Nous savons que nos élèves sont présents sur les médias sociaux. Dans l'ensemble des provinces canadiennes, les jeunes passent 7,5 heures par jour devant divers écrans (Ponti, 2019) et 62 % des Canadiennes et Canadiens âgés de 15 à 24 ans utilisent les médias sociaux pour s'informer (Statistique Canada, 2023).

Il y a 10 ans, les éducateurs et éducatrices s'inquiétaient de ce que les élèves publiaient, surtout en ce qui concernait les questions relatives aux paramètres de confidentialité, à l'empreinte numérique et à ce que leurs futurs employeurs pourraient voir. Aujourd'hui, la génération Z a entraîné un changement radical. Les jeunes passent leur temps à consommer plutôt qu'à publier. Le temps passé sur les médias sociaux est synonyme de défilement passif sur des plateformes leur proposant un fil d'actualité (Choi et coll., 2025). De nouveaux termes et tendances ont émergé de cette expérience, comme « **défilement anxigène** » ou **doomscrolling en anglais**, « **écervelage** » ou **brainrot en anglais** et « **appât à rage** » ou **rage-baiting en anglais**. Ces comportements sont façonnés par les plateformes de médias sociaux qui utilisent des algorithmes d'IA pour encourager un engagement prolongé. Les systèmes d'IA suivent chaque mention « J'aime », partage, pause et défilement. Ces systèmes entrent ces données dans des **modèles d'apprentissage automatique** qui prédisent quel contenu retiendra le plus longtemps l'attention de chaque personne. De plus, les élèves rencontrent quotidiennement sur les médias sociaux du contenu généré ou modifié par l'IA (les hypertrucages) qui deviennent de plus en plus difficiles à détecter. Avant de pouvoir se demander ce qui est réel ou généré par l'IA, les élèves doivent comprendre les systèmes d'IA qui dictent le contenu de leur fil d'actualité.

Ce guide porte plus particulièrement sur l'**IA algorithmique**, les systèmes « invisibles » qui filtrent, classent et diffusent l'information. Alors que l'IA générative (comme ChatGPT) crée du contenu, l'IA algorithmique détermine le contenu et les émotions qui retiennent le plus l'attention.

Nous avons préparé ce guide et cette vidéo pour aider les élèves à comprendre les systèmes alimentés par l'IA qui sont utilisés dans les médias sociaux. Lorsque les élèves saisissent le fonctionnement des algorithmes d'IA, des données qu'ils recueillent et des raisons pour lesquelles ces plateformes proposent du contenu chargé d'émotion, ils peuvent reconnaître la manipulation et faire des choix éclairés quant à la manière dont ils interagissent avec le contenu.

## COMPRENDRE LES ALGORITHMES

### Qu'est-ce qu'un algorithme?

Un algorithme est un ensemble d'instructions ou de règles permettant de résoudre un problème ou de réaliser une tâche. Les algorithmes existaient bien avant les ordinateurs. On peut les comparer à une recette de gâteau ou aux étapes à suivre pour faire une division longue. Ces exemples représentent des algorithmes traditionnels pour lesquels un être humain définit des règles précises.

Les algorithmes informatiques, en particulier ceux qui utilisent l'intelligence artificielle, c'est-à-dire les « modèles d'apprentissage automatique », fonctionnent à une échelle et à une vitesse incroyables. **Dans un algorithme d'IA/d'apprentissage automatique, une personne fournit les données (des exemples) afin que l'ordinateur puisse établir ses propres règles.** Au lieu de donner à l'ordinateur une recette à suivre, on lui montre des milliers de gâteaux déjà préparés. L'IA « étudie » ces exemples pour en dégager les tendances sous-jacentes, comme le ratio sucre : farine.

### Les algorithmes utilisés dans les médias sociaux sont des systèmes d'IA.

Les algorithmes utilisés dans les médias sociaux sont des systèmes d'IA qui apprennent à partir de vos données, que l'on peut considérer comme un ensemble d'exemples de ce que vous aimez. Chaque fois que vous cliquez sur une vidéo, que vous parcourez une section de commentaires ou que vous envoyez une publication à l'une ou à l'un de vos amis, vous fournissez un nouvel exemple au système d'IA. Le système utilise ces exemples pour établir ses propres « règles » internes concernant votre personnalité, devenant ainsi plus « intelligent » dans sa capacité à prédire ce qui maintiendra votre engagement.

## GRANDES IDÉES

### 1. Les algorithmes ne sont pas neutres.

Les algorithmes utilisés dans les médias sociaux sont optimisés pour favoriser l'engagement. Cette optimisation sert des objectifs d'affaires, parce qu'un engagement plus fort est synonyme de revenus publicitaires plus élevés. Il est important de garder à l'esprit que le but de la plateforme est de générer des profits et non d'assurer le bien-être des utilisateurs et utilisatrices. En comprenant cette réalité, les élèves peuvent prendre conscience que leur fil d'actualité reflète souvent les priorités des entreprises. Les médias sociaux ne sont jamais objectifs.

## 2. La personnalisation crée des environnements d'information invisibles.

Le fil d'actualité de chaque élève est unique et façonné par ses comportements antérieurs ainsi que par le contenu avec lequel il ou elle interagit. Cela crée des « **bulles de filtres** » dans lesquelles les élèves voient du contenu qui confirme leurs opinions et leurs champs d'intérêt actuels. Si la personnalisation peut être utile (pour trouver du contenu qui vous plaît), elle peut aussi être limitante (en ne vous présentant jamais d'idées qui vous font réfléchir) et polarisante (en vous exposant à du contenu qui renforce vos attitudes, croyances ou opinions).



## 3. Les algorithmes peuvent contribuer à la propagation de mésinformation et de désinformation.

Les algorithmes utilisés par les médias sociaux ne vérifient pas l'exactitude du contenu. Comme nous l'avons vu, ils favorisent les contenus qui suscitent l'engagement. Cela met en place des conditions idéales pour que de fausses informations se propagent rapidement. La **mésinformation** désigne la fausse information qui est diffusée sans mauvaises intentions. La **désinformation** désigne, quant à elle, la fausse information qui est diffusée dans le but de manipuler, de causer du tort et de tromper les gens, les organisations et les États (Centre canadien pour la cybersécurité, 2024). Comme les contenus mensongers suscitent souvent une forte réaction émotionnelle, ils peuvent se propager extrêmement rapidement sur nos fils d'actualité.

## 4. Comprendre nous permet d'agir.

Les élèves ne peuvent pas s'extraire totalement à la sélection algorithmique, mais ils peuvent en comprendre le fonctionnement et faire des choix éclairés pour en contrecarrer les effets. Savoir reconnaître quand un contenu est conçu pour **provoquer des réactions émotionnelles**, rechercher activement des perspectives diversifiées et comprendre pourquoi l'algorithme affiche certains contenus par rapport à d'autres constituent un excellent point de départ. Ces compétences aident les élèves à contrôler leur régime informationnel, c'est-à-dire les sources et le volume de données qu'une personne consomme pour préserver son bien-être intellectuel et psychologique (Rathod, 2024).

# Applications en classe

## Activité 1 : Ta page de contenu et toi

**Année :** 9-12

**Durée :** 30 minutes

**Matériel :** Exemple de [captures d'écran](#) d'un fil de média social

### OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

Les élèves seront en mesure de :

- Identifier les comportements récurrents qui influencent les recommandations algorithmiques.
- Expliquer comment les algorithmes d'apprentissage automatique créent des fils d'actualité personnalisés à partir de données.
- Comprendre que les algorithmes suivent des instructions conçues par des êtres humains.

### LIEN AVEC LE PROGRAMME DE FORMATION

ENGID, Anglais → Études médiatiques

**But et public 1.1 :** Expliquer comment les textes médiatiques, qu'ils soient simples ou complexes, sont conçus pour atteindre des objectifs précis et s'adresser à des publics en particulier.

### À VOS CERVEAUX : RÉINITIALISER UN ALGORITHME (5 MINUTES)

Discussion de groupe

**L'enseignant ou l'enseignante :** « Nous sommes tous et toutes présents sur les médias sociaux et, en faisant défiler notre fil d'actualité, plusieurs d'entre nous voient les mêmes choses. C'est pourquoi on arrive à finir les phrases les uns des autres quand on fait référence à quelque chose qui est tendance. Mais avez-vous déjà essayé de "réinitialiser" ce que vous voyez sur une application de média social? Peut-être en créant un nouveau compte, en effaçant votre historique de navigation ou en interagissant délibérément avec du contenu complètement différent? »

- Recueillez les réponses de deux ou trois élèves.
- Si aucun élève ne se lance : « Certaines applications ont même une section "Votre algorithme" dans les paramètres. Qu'est-ce que ça signifie? Pourquoi cela existe-t-il? »

**L'enseignant ou l'enseignante :** « Aujourd'hui, nous allons en apprendre un peu plus sur les algorithmes d'IA qui façonnent nos médias sociaux, sur leur fonctionnement et sur ce qui se passe lorsque nous faisons défiler notre fil d'actualité. »

## EXERCICE : OBSERVATION DE FILS D'ACTUALITÉ DES MÉDIAS SOCIAUX (15 MINUTES)

### Small Group Task

Divisez la classe en cinq groupes. Remettez à chaque groupe une capture d'écran papier d'un fil d'actualité ou demandez à chaque groupe de travailler sur un ordinateur et partagez le document en utilisant le système de gestion de classe.



★ Sachez que toutes les images ont été créées en utilisant l'outil d'IA Nanobana de Gemini. Cette activité pourrait être utilisée pour aborder la question des biais présents dans le contenu généré par l'IA.

- [Fil A](#) : contenu lié à l'entraînement (vidéos d'entraînement, préparation de repas, motivation pour s'entraîner)
- [Fil B](#) : contenu créatif (activités pour faire des trucs soi-même, cuisine, pâtisseries)
- [Fil C](#) : contenu lié aux animaux de compagnie (chiots, gâteries pour chiens, bien-être animal)
- [Fil D](#) : contenu lié aux jeux vidéo (jouabilité, études techniques, balados)
- [Fil E](#) : contenu lié aux activités de plein air (randonnées, publicités de bouteille d'eau)

Posez ces questions concernant le contenu fourni aux groupes. Affichez-les au tableau ou sur une diapositive :

- *Quels thèmes ou sujets remarquez-vous?*
- *Quelles sont les publications que cette personne est susceptible de regarder, d'aimer ou de commenter le plus souvent?*
- *Quels types d'influenceurs, d'influenceuses ou de comptes cette personne pourrait-elle suivre?*
- *Que peut vous révéler ce fil d'actualité sur les champs d'intérêt de cette personne?*
- *Parmi ces images, lesquelles ressemblent à une publication d'un ami ou d'une amie, mais sont en réalité conçues pour vous vendre quelque chose (une bouteille d'eau ou une paire de chaussures de randonnée)? Pouvez-vous faire la différence?*

**Retour en groupe** *Chaque groupe présente ses observations.*

**L'enseignant ou l'enseignante :** « Que remarquez-vous lorsque l'on examine les cinq fils ensemble? Par exemple, chacun est unique, reflète des comportements particuliers, etc. »

## CONSOLIDATION (10 MINUTES)

**L'enseignant ou l'enseignante :** « Chaque action que vous effectuez constitue un exemple à partir duquel l'algorithme apprend » :

- *Les vidéos que vous regardez ou que vous ne regardez pas.*
- *Le temps que vous passez sur chaque publication.*
- *Ce que vous aimez, commentez ou partagez.*
- *Les personnes que vous suivez.*
- *Ce que vous recherchez.*

**L'enseignant ou l'enseignante :** « L'algorithme analyse des milliers de ces exemples et cerne les tendances. Il s'agit d'un processus mathématique. »

**Exemple :** Si vous regardez 10 vidéos sur la préparation de repas dans leur intégralité, mais que vous sautez 10 tutoriels de maquillage en 2 secondes, l'algorithme détecte une tendance : « Proposer davantage de contenu sur le bien-être et la nutrition à cette personne. »

L'algorithme détecte aussi : « Les personnes qui aiment les vidéos sur la préparation de repas ont aussi tendance à aimer les vêtements de sport et certains styles de musique. » Il vous propose donc aussi ce type de contenu, même si vous ne l'avez jamais recherché.

Montrez le diagramme des bulles de filtres qui se trouve dans le guide

« C'est ce qui crée ce qu'on appelle une **bulle de filtres**. L'algorithme continue de vous proposer du contenu semblable, ce qui peut être utile (pour trouver ce que vous aimez), mais aussi limitant (puisque vous ne découvrez jamais d'idées différentes). »

### Qui décide?

**L'enseignant ou l'enseignante :** « Les algorithmes ne se créent pas seuls. Ce sont des ingénieurs et ingénieures, des équipes de produit et d'autres personnes ayant un pouvoir décisionnel qui ont écrit le code et déterminé quelles données recueillir pour vous proposer du contenu semblable plutôt que différent et prioriser votre engagement. »

Les algorithmes sont des outils conçus par des gens et comme c'est le cas pour tout outil, nous devrions nous demander : « Qui l'a construit? Quel était leur objectif? Et quelles sont les conséquences? »

## APPROFONDISSEMENT

- ✓ Pour explorer les algorithmes utilisés par les médias sociaux dans la vie réelle, invitez les élèves les plus courageux à rechercher l'option « Réinitialiser l'algorithme » dans les paramètres de leur application de média social préférée. Observez ce que devient leur fil d'actualité et présentez vos observations au groupe.
- ✓ Explorez un outil de simulation d'algorithme de média social : <https://somekone.gen-ai.fi/start>.
- ✓ Discutez des biais présents dans le contenu généré par l'IA, de l'impact du contenu généré par l'IA qui apparaît sur le fil d'actualité des utilisateurs et utilisatrices, et de la manière dont cela influence leur l'expérience sur les médias sociaux.

### Activité 2 : Émotions et appât à rage

**Années :** 9 à 12

**Durée :** 20 minutes

**Matériel :** grandes feuilles de papier ou tableaux blancs

## OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

Les élèves seront en mesure de :

- Comprendre comment le contenu à forte charge émotionnelle favorise l'engagement.
- Prendre conscience que les « appâts à rage » peuvent être considérés comme une stratégie qu'emploient les plateformes et le personnel responsable de leur création et que les algorithmes priorisent.
- Évaluer les conséquences éthiques de la manipulation émotionnelle générée par l'IA.

## LIEN AVEC LE PROGRAMME DE FORMATION

ENG1D, Anglais → Études médiatique

- Littératie critique 1.5 :** Identifier les perspectives et/ou les biais qui transparaissent dans les textes médiatiques, qu'ils soient simples ou complexes, et commenter toute question qu'ils peuvent soulever concernant les croyances, les valeurs et l'identité.

## À VOS CERVEAUX : QU'EST-CE QU'UN APPÂT À RAGE? (5 MINUTES)

### Discussion de groupe :

**L'enseignant ou l'enseignante :** « Y en a-t-il parmi vous qui ont déjà entendu parler du terme "appât à rage"? À votre avis, de quoi s'agit-il? »

*[Prenez deux à trois réponses.]*

**Définition** → Rage bait, appât à rage en français, qui a été nommé mot de l'année du dictionnaire d'Oxford en 2025, signifie « contenu en ligne conçu pour susciter la colère ou l'indignation par son caractère frustrant, provocateur ou offensant, généralement publié dans le but d'augmenter le trafic ou l'engagement sur une page Web ou un compte de média social particulier » (Oxford University Press).

**L'enseignant ou l'enseignante :** « Comme nous l'avons vu, les algorithmes proposent du contenu qui favorise l'engagement. Et aujourd'hui, grâce aux outils d'IA générative, n'importe qui peut créer en quelques secondes des manchettes, des images ou des vidéos servant d'appât à rage pour vous inciter à faire défiler votre fil d'actualité encore plus longtemps. »

## EXERCICE : L'EXPÉRIENCE DE LA MANCHETTE (15 MINUTES)

Divisez la classe en cinq groupes.

Affichez ces trois manchettes neutres, une à la fois :

1. « Le conseil scolaire local examine le projet de budget »
2. « Une nouvelle étude révèle que les adolescents et adolescentes utilisent quotidiennement les médias sociaux »
3. « Débat sur la rénovation des parcs au conseil municipal »

**Tâche à réaliser en groupe :** « Votre mission consiste à provoquer – avec modération – le groupe en créant un appât à rage. Réécrivez les manchettes comme si vous cherchiez à obtenir le plus grand nombre de clics, de partages et de commentaires sur les médias sociaux. Veillez à ce que le contenu reste adapté à un contexte scolaire, mais rendez-le controversé. Faites en sorte que les gens aient envie d'arrêter de faire défiler leur écran et de réagir. »

Règles :

- Gardez le même sujet de base.
- Vous pouvez exagérer, ajouter votre opinion et utiliser un langage émotionnel (effet dramatique).
- Réfléchissez : qu'est-ce qui pourrait mettre quelqu'un en colère, le choquer ou lui donner l'impression qu'il DOIT absolument partager ce contenu?

Voici un exemple :

- Neutre : « Le conseil scolaire local examine le projet de budget »
- Appât à rage : « Des COUPES BUDGÉTAIRES au conseil scolaire — vos enfants en payeront le prix »

Les groupes écrivent leurs manchettes transformées en appât à rage sur le tableau blanc ou une grande feuille de papier.

Chaque groupe présente sa manchette

**Le groupe vote sur :** « Quelle manchette vous inciterait le plus à cliquer, à réagir ou à partager? »

## CONSOLIDATION (5 MINUTES)

**L'enseignant ou l'enseignante :** « Alors, pourquoi les manchettes les plus émotionnelles et controversées ont-elles recueilli le plus grand nombre de votes? »

**Pour guider la discussion :**

- Le contenu émotionnel suscite des réactions (mentions « J'aime », commentaires, partages).
- Les gens passent plus de temps sur les publications qui les mettent en colère ou les choquent.
- L'algorithme interprète cela comme de « l'engagement ». Donc, il en affiche davantage.

« L'algorithme se moque de savoir si le contenu est vrai, utile ou bon pour vous. Ce qui compte pour lui, c'est que vous réagissiez, et la colère est l'émotion la plus facile à susciter en ligne. »

**Discussion :** « Pourquoi les plateformes priorisent-elles l'engagement au détriment de la vérité et du bien-être? »

Les algorithmes sont conçus par des personnes qui décident :

- Engagement = succès
- Contenu émotionnel = plus d'engagement
- Plus d'engagement = plus de profits. Par conséquent, affichez plus de contenu émotionnel.

**Le problème éthique :**

Les algorithmes sont conçus par des personnes qui ont décidé que l'engagement était synonyme de succès.

**Ce choix a des conséquences bien réelles :** des répercussions négatives sur la santé mentale dues à un sentiment d'indignation constant, comme les bulles de filtres où l'on ne voit que du contenu qui confirme nos opinions actuelles, la **mésinformation** qui se propage plus vite que la vérité, et une société de plus en plus polarisée.

Nous ne pouvons pas échapper aux algorithmes, mais nous pouvons reconnaître un « appât à rage » quand nous en voyons un. Demandez-vous : « Est-ce que cela a été conçu pour me mettre en colère? » Prenez le temps de réfléchir avant de réagir. Recherchez des sources moins émotionnelles et plus fiables, comme des sites d'information de confiance. Enfin, comprenez que votre fil d'actualité est optimisé pour vos émotions et non pas pour votre compréhension.

**Question de réflexion :** « La commodité d'un contenu personnalisé vaut-elle le prix à payer pour une manipulation émotionnelle constante? »

## APPROFONDISSEMENT

- ☑ Cette semaine, trouvez trois publications réelles sur les médias sociaux. Identifiez celles qui utilisent un langage émotionnel destiné à susciter des réactions. Quelles tendances remarquez-vous?
- ☑ Utilisez un outil d'IA pour générer trois manchettes sur le même sujet neutre. Comparez les résultats. Est-il facile de susciter l'indignation?

# Liens avec le Référentiel de compétences en IA pour les apprenants de l'UNESCO

Ce guide s'appuie sur le Référentiel de compétences en IA pour les apprenants de l'UNESCO, qui constitue une norme mondialement reconnue en matière de littératie en IA. En présentant ce contenu, les enseignants et enseignantes peuvent avoir l'assurance que leur enseignement est conforme aux normes établies dans le domaine de l'éducation.

## LE FONCTIONNEMENT DU CADRE DE COMPÉTENCES DES ÉLÈVES DE L'UNESCO

Dans le référentiel de l'UNESCO, l'apprentissage de l'IA s'articule autour de quatre aspects : **1)** une perspective centrée sur l'humain, **2)** l'éthique de l'IA, **3)** les techniques et les applications de l'IA et **4)** la conception de systèmes d'IA, et ce, selon trois niveaux de progression : comprendre, appliquer et créer.

Aspects des compétences	Niveaux de progression		
	Comprendre	Appliquer	Créer
<b>Perspective centrée sur l'humain</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agentivité humaine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilité humaine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Citoyenneté à l'ère de l'IA</li> </ul>
<b>Éthique de l'IA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intériorisation de l'éthique (« Embodied ethics »)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilisation sûre et responsable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Éthique dès la conception (« Ethics by design »)</li> </ul>
<b>Techniques et applications de l'IA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fondements de l'IA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compétences pour l'application</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Création d'outils d'IA</li> </ul>
<b>Conception de systèmes d'IA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Délimitation des problèmes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conception de l'architecture</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Itérations et boucles de rétroaction</li> </ul>

## LIENS ENTRE LES COMPÉTENCES

### Perspective centrée sur l'humain → Agentivité humaine (Comprendre)

**Compétence du référentiel :** « Il est attendu des apprenants qu'ils soient capables de reconnaître que l'IA est dirigée par l'humain et que les décisions des créateurs de l'IA influencent la manière dont les systèmes d'IA produisent des effets sur les droits humains, l'interaction entre les êtres humains et l'IA, ainsi que sur leur propre vie et la société dans laquelle ils évoluent. » (UNESCO, 2024, p. 21)

Les deux activités abordent cette compétence en montrant que les algorithmes sont créés par des êtres humains qui font des choix de conception intentionnels. Dans l'activité 1, les élèves analysent des fils d'actualité personnalisés et apprennent que les responsables, les équipes de produit et les ingénieurs et ingénieures choisissent de recueillir certains types de données (mentions « J'aime », partages, temps de visionnage) et programment l'algorithme pour afficher du contenu semblable en fonction des comportements antérieurs. L'activité 2 renforce cette idée en invitant les élèves à examiner comment les plateformes priorisent l'engagement en misant sur du contenu émotionnel.

### L'éthique de l'IA → Intériorisation de l'éthique (Comprendre)

**Compétence du référentiel :** « Il est attendu des apprenants qu'ils comprennent les bases relatives aux questions qui sous-tendent les principaux débats éthiques autour de l'IA [...] et qu'ils comprendront et intégreront les principes éthiques clés suivants : proportionnalité (évaluer les bénéfices de l'IA par rapport aux risques et aux coûts) et transparence (défendre le droit des utilisateurs à comprendre les opérations et les décisions de l'IA). » (UNESCO, 2024, p. 22-23)

L'activité 1 encourage la **transparence** dans le cadre de l'activité d'approfondissement où les élèves sont invités à repérer le paramètre « Réinitialiser l'algorithme », faisant ainsi valoir leur droit à comprendre et à contrôler le fonctionnement du système. L'activité 2 aborde la question de la **proportionnalité** en demandant aux élèves d'évaluer si les recommandations algorithmiques justifient les conséquences liées aux bulles de filtres/de préférences, aux répercussions négatives sur la santé mentale dues à un sentiment constant d'indignation ainsi qu'à la propagation constante de désinformation.

### Techniques et applications de l'IA → Fondations de l'IA (Comprendre)

**Compétence du référentiel :** « Les apprenants doivent être capables d'acquérir des connaissances et des compétences de base sur l'IA, notamment en ce qui concerne les données et les algorithmes » et apprennent à « établir des liens entre d'une part leurs connaissances conceptuelles sur l'IA et d'autre part leurs activités dans la société et dans la vie quotidienne. » (UNESCO, 2024, p. 24)

L'activité 1 permet d'acquérir ces connaissances de base en expliquant la différence entre les **algorithmes traditionnels** et les **algorithmes d'apprentissage automatique**. Les élèves apprennent que les algorithmes utilisés dans les médias sociaux recueillent des données de la vie quotidienne, puis utilisent ces exemples pour détecter des tendances et prédire quel contenu maintiendra l'engagement des utilisateurs et utilisatrices.

## RÉFÉRENCES

Oxford University Press. (1er décembre 2025). The Oxford Word of the Year 2025 is rage bait. <https://corp.oup.com/news/the-oxford-word-of-the-year-2025-is-rage-bait/>

Ponti, M., et le groupe de travail sur la santé numérique de la Société canadienne de pédiatrie. (6 juin 2019). Les médias numériques : la promotion d'une saine utilisation des écrans chez les enfants d'âge scolaire et les adolescents. <https://cps.ca/fr/documents/position/les-medias-numeriques>

Statistique Canada. (15 mai 2024). Survol des statistiques des médias sociaux. <https://www.statcan.gc.ca/o1/fr/plus/6540-survol-des-statistiques-des-medias-sociaux>

Centre canadien pour la cybersécurité. (Mai 2024). Repérer les cas de mésinformation, désinformation et malinformation (ITSAP.00.300). Gouvernement du Canada. <https://www.cyber.gc.ca/fr/orientation/reperer-les-cas-de-mesinformation-desinformation-et-malinformation-itsap00300>

Miao, F., Shiohira, K., et Lao, N. (2024). Référentiel de compétences en IA pour les apprenants. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392652>