

PER-5113-3

CITOYENNETÉ À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE



Corrigé

Projet régional 03-12

*Jérémy Bernard (CSSBE), Toby Bédard (RÉCIT FGA 12), Valérie Furois (CSSCS), Jean-Simon Gardner (RÉCIT FGA 03)
Linda Roberge (CSSDA), Hélène St-Laurent (CSSDPS), Marie-Josée Tessier (Portneuf)
Alexandre Tremblay-Therrien (RÉCIT FGA 03), Annie Turbide (RÉCIT DP), Marjorie Paradis (RÉCIT DP)*

juin 2022
mise à jour CSSPS:
juin 2026

TABLE DES MATIÈRES

Faites un **clic gauche** sur des éléments de la table des matières pour accéder à l'**hyperlien** dans le document.

SITUATION D'APPRENTISSAGE 01	1
INTRO	2
BLOC 1 - Comme par exemple	3
BLOC 2 - Le bout « geek » 🤓	5
BLOC 3 - Et les GAFAM...?	7
SITUATION D'APPRENTISSAGE 02	10
INTRO	11
BLOC 1 - Les fausses nouvelles	12
BLOC 2 - Les émotions et les biais	14
BLOC 3 - Intention / Impacts	16
SITUATION D'APPRENTISSAGE 03	19
INTRO	20
BLOC 1 - La liberté d'expression	21
BLOC 2 - Est-ce légal?	24
BLOC 3 - Modération en ligne	25
SITUATION D'APPRENTISSAGE 04	27
INTRO	28
BLOC 1 - Moi, soi, nous	29
BLOC 2 - L'envers du décor	31
BLOC 3 - Le marketing d'influence	36
SITUATION D'APPRENTISSAGE 05	40
INTRO	42
BLOC 1 - Prière de me déranger	44
BLOC 2 - Le multitâche	45
BLOC 3 - Et les jeux vidéo là-dedans ?	46
BLOC 4 - Ma tarte numérique	47

SITUATION D'APPRENTISSAGE 01

Ce qui à moi est à toi

Intentions pédagogiques

Au terme de cette situation d'apprentissage, l'élève sera en mesure de :

- **Expliquer** pourquoi certaines technologies utilisent les données de leurs utilisateurs ;
- **Démontrer** comment l'ère du numérique peut avoir un impact sur la vie privée.

Compétence numérique

Dimensions	Éléments de la dimension
1. AGIR EN CITOYEN ÉTHIQUE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE	• Comprendre les enjeux liés à la marchandisation des renseignements personnels, à l'influence de la publicité numérique et à la perception de la crédibilité des sites Web. • Mener une réflexion éthique sur les lois et les règlements en vigueur qui portent sur le numérique.
2. DÉVELOPPER ET MOBILISER SES HABILETÉS TECHNOLOGIQUES	• Développer une compréhension globale à l'égard de l'intelligence artificielle et de ses impacts sur l'éducation, la société, la culture ou la politique. • Cultiver sa sensibilité face aux phénomènes émergents liés au numérique.
4. DÉVELOPPER ET MOBILISER SA CULTURE INFORMATIONNELLE	• Adopter une attitude réflexive sur l'information et ses usages en étant conscient des contextes dans lesquels elle a été produite et reçue ainsi que des raisons pour lesquelles elle est utilisée.
7. PRODUIRE DU CONTENU AVEC LE NUMÉRIQUE	• Produire ou coproduire une diversité de contenus (numériques ou non) avec le numérique et dans le cadre d'activités pédagogiques, professionnelles ou de la vie courante.
11. DÉVELOPPER SA PENSÉE CRITIQUE ENVERS LE NUMÉRIQUE	• Aborder le contenu numérique en faisant preuve de pensée critique de façon à l'évaluer avant de l'utiliser. • Prendre conscience des enjeux liés aux médias, aux avancées scientifiques, à l'évolution de la technologie et à l'usage que l'on en fait pour poser un jugement critique, notamment en ce qui concerne les bénéfices et les limites du numérique.

INTRO

Amorce : Public ou privé?

Activité 1

L'élève classe des situations selon qu'elles relèvent de la vie privée ou de la vie publique. Il doit ensuite justifier son classement.

Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.

Activité 2

L'élève répond au questionnaire. Il choisit un énoncé pour la vie publique et un autre pour la vie privée. Il donne ensuite un exemple pour chacun.

Ressources supplémentaires :

+ [Article](#) « Vie privée et vie publique » (*Le Devoir*, 2018)

BLOC 1 – Comme par exemple

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera à même de **décrire** un contexte d'utilisation des données personnelles ainsi que les points de vue qu'il suscite.

Activité 3

L'élève regarde la vidéo [Avec le "crédit social", la Chine classe les "bons" et les "mauvais" citoyens \(France24, 2019\)](#) (4 min. 39). Il peut prendre des notes.

Il répond ensuite au questionnaire.

1. Cerner la situation

- De quoi est-il question dans la vidéo ? **On parle du crédit social où les Chinois sont surveillés en permanence puis notés selon leur situation financière, leurs habitudes de consommation, leur carrière, leurs comportements sur les réseaux sociaux ainsi que dans les actions du quotidien.**
- Qui cette situation concerne-t-elle ? **Les Chinois**
- Où cela se passe-t-il ? **Chine (ville pilote de 8 000 000 habitants)**
- Depuis quand cela se passe-t-il ? **Avant 2020**
- Quelle(s) technologie(s) sont utilisée(s) ? **Caméras intelligentes à reconnaissance faciale, capables de mettre une identité sur un visage, en temps réel.**
- Comment le crédit social fonctionne-t-il ?? **Un bon score donne des avantages. Un mauvais score enlève des droits. Il existe une liste noire établie par la cour suprême sur laquelle figurent les noms des mauvais citoyens dont la note est à zéro. Elle concerne des entreprises mais aussi des individus. La population est invitée à dénoncer les mauvais payeurs.**

2. Dégager les points de vue

- Pour quelles raisons les autorités chinoises ont-elles instauré ce contrôle?
 - **Pour mettre tout le monde au pas, pour identifier les bons et mauvais citoyens grâce au rassemblement de centaines de données de banques, sociétés privées et des autorités.**
 - **En utilisant le plus de données possibles (le Big data), ce système jouera un rôle important pour la reconstruction morale de la société.**
- Pour quelle(s) raison(s) la population chinoise pourrait-elle...
 - percevoir des avantages au système de crédit social ?
 - **Les notes obligent les Chinois à bien se comporter**
 - **Ils considèrent qu'il faut des règles dans la société.**
 - **Les bons citoyens apprécient les réductions auxquelles ils ont droit dans les services publics (½ prix pour un billet d'autobus)**
 - percevoir des inconvénients au système de crédit social ?
 - **Dictature numérique**
 - **Perte de liberté individuelle**

BLOC 2 – Le bout « geek » 🧐

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera à même d'**expliquer** le fonctionnement des technologies qui accumulent les données.

Activité 4

L'élève se rend sur google.ca et inscrit la lettre « a » dans la barre de recherche.

On lui demande ensuite de formuler une hypothèse qui explique pourquoi les mots Accès D, Amazon ou Airbnb se sont trouvés dans les 10 premiers résultats.

Activité 5

L'élève regarde la vidéo [Qu'est-ce qu'un algorithme de recommandation et comment fonctionne-t-il ? \(Sacem, 2018\)](#) (2 min. 22) et répond aux questions suivantes:

1. Nommez 3 autres outils ou applications qui utilisent un algorithme pour fonctionner: **Youtube, Facebook, Tiktok**
2. Nommez 3 avantages liés au fait que certaines applications utilisent des algorithmes.
 - **Recevoir du contenu qui peut vous plaire**
 - **Recevoir du contenu sur mesure**
 - **Découvrir de nouvelles choses**
3. Nommez 3 inconvénients liés au fait que certaines applications utilisent des algorithmes.
 - **Création de bulles de filtre**
 - **Voir seulement les information qui renforcent vos croyances existantes**
 - **Entraîne le spamouflage**

Activité 6

L'élève regarde la vidéo [L'impact subtil des algorithmes sur le quotidien \(Vers une identité numérique positive, 2018\)](#). Il doit ensuite expliquer comment cette mise en situation illustre le fonctionnement de l'algorithme.

En touchant les livres de la bibliothèque, le jeune laisse des traces de ses préférences. Puis, «l'algorithme» lui propose seulement des éléments qui correspondent à ses intérêts.

Ressource supplémentaire :

+ [Article La main invisible des algorithmes \(Le Devoir, 2017\)](#)

Activité 7

L'élève regarde la vidéo [Reconnaissance faciale : comment ça marche, et pourquoi elle inquiète / Les Échos, 2019](#) (6 min. 25).

Il répond ensuite aux questions.

1. Nommez deux environnements présentés dans la vidéo et pour chacun d'entre eux, expliquez le contexte d'utilisation de la reconnaissance faciale.

Environnements	Explications
Aéroports, gares de trains, événements, écoles, applications, médias sociaux	Authentification/accès à un service, filtrer son visage, payer ses achats, ouvrir son appareil numérique, choisir son rouge à lèvres ou sa couleur de cheveux

2. Nommez 3 avantages liés au fait que certaines applications utilisent la reconnaissance faciale.

Avantage 1 : **Sécuriser un lieu lors d'un événement, campus, etc.**

Avantage 2 : **Protéger mes données personnelles**

Avantage 3 : **Faciliter le paiement des achats (sans carte bancaire ou téléphone)**

3. Nommez 3 inconvénients liés au fait que certaines applications utilisent la reconnaissance faciale.

Inconvénient 1 : **Notre photo peut-être utilisée sous une fausse identité.**

Inconvénient 2 : **Cela donne l'impression d'être surveillé.**

Inconvénient 3 : **Atteinte à notre vie privée.**

Ressource supplémentaire :

+ Wikipédia : [Système de reconnaissance faciale](#)

BLOC 3 – Et les GAFAM...?

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera à même de **comparer** la manière dont les données personnelles sont utilisées par les géants du numérique.

Activité 8

L'élève visionne la vidéo [Qui tente de contrôler Internet? / Contrôle du web \(Rad, 2019\)](#) (10 min. 45 sec)

L'élève complète ensuite ce tableau.

GAFAM	
Intentions, objectifs	Augmenter leur pouvoir S'assurer le monopole
Technologies utilisées pour accumuler des données	Applications en lignes Algorithmes Stockage dans le Cloud
Actions qui génèrent des données ?	Magasiner / acheter Écouter / visionner Rechercher Naviguer dans les médias sociaux Collaborer à l'aide de documents
Impacts sur les citoyens	Bulle culturelle Non-neutralité du web Conservation des données de travail, photos, etc. Outils de collaboration Accès à l'information Désinformation Surconsommation

Activité 9

Parmi les activités, l'élève doit déterminer lesquelles pourraient laisser des traces utilisées par les autorités chinoises et/ou les GAFAM.

- Avoir un nouvel emploi **autorités chinoises (AC) et GAFAM**
- Aller magasiner **AC, GAFAM**
- Rencontrer un nouvel amoureux **AC, GAFAM**
- Écouter de la musique **AC, GAFAM**
- Utiliser Google Home pour placer un événement dans son calendrier **GAFAM**
- Payer une facture **AC, si c'est fait en ligne**
- Gérer son compte bancaire en ligne **AC**
- Se déplacer en voiture **AC, GAFAM**
- Présenter son passeport vaccinal dans les endroits publics pendant la COVID
Aucun

Activité 10 – Réinvestissement

L'élève répond à la question: Pourquoi un citoyen éclairé à l'ère du numérique devrait-il posséder certaines connaissances en lien avec l'utilisation des données personnelles ?

Suggestions de réponses:

- **Pour lui permettre de naviguer de façon consciente**
- **D'avoir un pouvoir sur les données qu'il souhaite partager**
- **De mieux comprendre pourquoi lui sont suggérés certains contenus**
- **Etc.**

SITUATION D'APPRENTISSAGE 02

Le goût de partager

Intentions pédagogiques

Au terme de cette situation d'apprentissage, l'élève sera en mesure de :

- **Utiliser** diverses stratégies pour valider un contenu en ligne
- **Expliquer** les mécanismes liés au goût de cliquer
- **Évaluer** les impacts du partage de contenu sur soi, les autres et les situations

Compétence numérique

Dimensions	Éléments de la dimension
I. AGIR EN CITOYEN ÉTHIQUE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE	• Comprendre les enjeux liés à la marchandisation des renseignements personnels, à l'influence de la publicité numérique et à la perception de la crédibilité des sites Web
II. DÉVELOPPER SA PENSÉE CRITIQUE ENVERS LE NUMÉRIQUE	• Aborder le contenu numérique en faisant preuve de pensée critique de façon à l'évaluer avant de l'utiliser • Prendre conscience des enjeux liés aux médias, aux avancées scientifiques, à l'évolution de la technologie et à l'usage que l'on en fait pour poser un jugement critique, notamment en ce qui concerne les bénéfices et les limites du numérique.

INTRO

Amorce : Combien?

Activité 1

L'élève doit résoudre le jeu d'évasion en déterminant si chacune des nouvelles proposées est vraie ou fausse. S'il les identifie correctement, il obtiendra des chiffres formant un code pour déverrouiller le cadenas.

#1	Penguin escaped zoo in Montreal!!! - YouTube (FAUSSE nouvelle)
#2	La covid frappe les cerfs de Virginie (VRAIE nouvelle)
#3	Connecter un générateur aux roues d'une voiture électrique permet de recharger sa batterie. (FAUSSE nouvelle)
#4	 (FAUSSE nouvelle)
#5	Dotée d'un double utérus, elle accouche un mois après son premier bébé. (VRAIE nouvelle)
#6	Elle fraude sa fille pour aller à l'université (VRAIE nouvelle)
#7	Très rare! Un lion noir a été aperçu dans la savane. Deux photos ont été prises par le célèbre photographe Jan Mysak (FAUSSE nouvelle) 
#8	L'eau des océans plus vieille que le Soleil (VRAIE nouvelle)

CODE: 1-3-4-7

L'élève répond ensuite à des questions sur l'activité qu'il vient de réaliser.

1. Avez-vous réussi l'activité? En combien d'essais? (pas besoin de mentir, c'est sans jugement!)
2. De façon générale, sur quel(s) critère(s) vous êtes-vous basés pour déterminer si les nouvelles du jeu d'évasion étaient vraies ou fausses? Nommez-en 2.
3. Faites l'évaluation de ces critères: à quel point se sont-ils avérés utiles? (5 étoiles?)

BLOC 1 – Les fausses nouvelles

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève aura **approfondi** diverses stratégies de recherches lui permettant de **juger** de la validité d'un contenu en ligne.

Activité 2

L'élève regarde la vidéo de Savoir-Média: [Personne n'est à l'abri](#) (Sensibiliser au fait que personne n'est à l'abri des fausses nouvelles) (2 m 55)

Il doit ensuite répondre à la question suivante: **Les gens de quelles tranches d'âge sont-ils plus susceptibles de transmettre de fausses informations, et pourquoi?**

Selon la vidéo, bien que toutes les tranches d'âge soient vulnérables à la désinformation, les recherches mettent en évidence des comportements spécifiques chez les jeunes et les aînés :

- **Les jeunes** : Une étude de l'Université Stanford en 2016 a révélé que la majorité des jeunes (du secondaire à l'université), malgré leur statut de « natifs du web », étaient **incapables de distinguer une information crédible d'une information fabriquée** ou d'identifier une publicité sur un site de nouvelles.
- **Les 65 ans et plus** : Une recherche de 2019 portant sur les utilisateurs de Facebook a conclu que cette tranche d'âge était **plus susceptible de partager de fausses nouvelles** que les jeunes dans la vingtaine, et ce, indépendamment de leurs revenus ou de leur allégeance politique.

Pourquoi cette susceptibilité ?

La vidéo avance plusieurs raisons pour expliquer pourquoi nous tombons dans le panneau, peu importe notre âge :

1. **La mise en veilleuse de l'esprit critique** : Sur les réseaux sociaux, nous avons tendance à moins analyser l'information, car nous y allons principalement pour nous **divertir**.
2. **La confiance et le biais de confirmation** : Nous baissons notre garde lorsque l'information est **partagée par des amis** ou lorsqu'elle **confirme nos croyances préexistantes**.
3. **Le manque d'habiletés numériques** : Les réseaux sociaux étant récents, nous n'aurions pas encore développé toutes les compétences nécessaires pour naviguer dans un univers d'information fragmenté et filtré par des **algorithmes**.
4. **Le délaissement des médias traditionnels** : Le fait de s'informer de plus en plus via les réseaux sociaux plutôt que par les médias conventionnels accentue le problème.
5. **La surcharge d'information** : L'exposition constante à une trop grande quantité de données, combinée à la **capacité d'attention limitée** de notre cerveau, favoriserait le partage d'informations de mauvaise qualité.

Activité 3

L'élève consulte les stratégies de recherche suggérées afin de valider la véracité du contenu mis en ligne ([Genially](#)).



Pour chacun des trois exemples, l'élève doit identifier si les nouvelles sont vraies ou fausses en justifiant sa réponse à l'aide d'au moins deux stratégies présentées dans le Genially précédent.

Image 1: **Il s'agit d'une FAUSSE NOUVELLE qui a été créée sur le site [breakyourownnews.com](#) où il est possible de bâtir notre propre fausse nouvelle.**

Image 2: **Il s'agit d'une FAUSSE NOUVELLE. Un article de Radio-Canada en fait mention.**
 Référence: <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1700106/photos-foules-distanciation-sociale-angle-trompeur>

Image 3: **Il s'agit d'une FAUSSE NOUVELLE qui utilise la technique de l'hypertrucage, aussi connu sous le nom *deepfake*. Il s'agit d'un procédé de manipulation audiovisuelle qui recourt aux algorithmes de l'apprentissage profond pour créer des trucages ultraréalistes. Dans la vidéo proposée, les créateurs ont utilisé une publicité véridique de l'humoriste québécois André Sauvé, mais ils ont remplacé son visage par celui de Gad Elmaleh, un humoriste qui a fait les manchettes pour des allégations de plagiat.**

Il doit ensuite identifier quelles stratégies ont été les plus utiles puis expliquer si l'une d'elle fut plus difficile.

Ressources supplémentaires:
 (texte) [  l'assaut des fausses nouvelles](#)

(texte) [Comment repérer les fausses nouvelles?](#)

(texte) [Les fausses nouvelles au fil du temps](#)

(Affiches) [Aide-mémoire](#)

BLOC 2 – Les émotions et les biais

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera à même d'**expliquer** le rôle que jouent les émotions et les biais cognitifs dans sa perception d'un contenu.

Activité 4

L'élève regarde [la vidéo de Louis T.](#) (1 m 39 s).

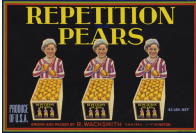
Il doit identifier, parmi les définitions qui lui sont proposées, celle qui est la plus adéquate pour décrire le concept de biais cognitif.

1	2	3	4
Un biais cognitif, c'est un dysfonctionnement du cerveau qui mène nécessairement à des réponses fausses.	Un biais cognitif, c'est une façon de penser que l'humain avait avant pour lui permettre de survivre.	Un biais cognitif, c'est ce qui t'empêche de réfléchir	Un biais cognitif, c'est un raccourci que prend le cerveau pour juger d'une situation rapidement.

Activité 5

L'élève lit l'article [Pourquoi croit-on aux fausses nouvelles](#).

L'élève associe chacun des biais cognitifs au gif qui le représente le mieux. ([Genially](#) 📌)

Biais de confirmation	Effet de vérité illusoire	Biais de corrélation illusoire
		
Biais d'intentionnalité	Biais de proportionnalité	Biais social
		

Activité 6

- L'élève regarde la vidéo [VÉRIFIÉ! | Tes émotions te jouent des tours!](#) (CQEMI, 3m 29)
- L'élève répond aux questions:

- Quelles émotions sont les plus susceptibles d'attirer l'attention des lecteurs?

Le dégoût, la peur, la colère

- Quels sont les effets de ces émotions sur notre traitement de l'information.

Elles dirigent notre attention sur des informations qui disent ce qu'on veut entendre. Cela nous rassure.

Activité 7

- L'élève regarde la vidéo [C'est quoi les fake news ?](#) (1 m 42)
- L'élève analyse une nouvelle en fonction des émotions qu'elle peut susciter et des biais cognitifs qui peuvent être à l'œuvre dans ces trois vidéos.

Hippo des familles <https://www.youtube.com/watch?v=zSmPJBNQWHc>

Alligator en liberté à Mtl <https://youtu.be/ks5J2VKNe0s>

Pingouin s'échappe du zoo: <https://youtu.be/Unl36hw-jT0>

Activité 8

L'élève doit formuler un conseil à quelqu'un qui partage beaucoup de contenu.

Plusieurs réponses possibles.

BLOC 3 – Intention / Impacts

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera à même d'**évaluer** les impacts du partage de faux contenu sur soi, les autres, les situations.

Activité 9

L'élève lit l'article [Oups, mauvais Maxime \(Patrick Lagacé\)](#).

L'élève répond au questionnaire.

1. Quelles étaient les intentions des acteurs?

Maxime Dupuis (musicien)	Il se sert de Facebook pour se faire connaître et aider sa carrière de musicien. Il envoie donc des demandes d'amitié à des centaines de personnes, inconnues pour la plupart.
Brian Y	Il fait partie de ceux qui reçoivent une demande d'amitié de Maxime Dupuis. Il fait une recherche sur son profil et en voyant la photo de couverture avec un astronaute, il saute à la conclusion que c'est le Maxime qui a été dénoncé publiquement pour conduites sexuelles. Pour prévenir ses amis et collègues de l'industrie de la mode que <i>Maxime</i> est de retour, il accuse publiquement Maxime Dupuis (le musicien) et en profite pour taguer son profil. Il n'a fait aucune vérification avant sa publication
L'autre Maxime	Utilise plusieurs pseudos sur les réseaux sociaux. Photographe, sa marque de commerce est de placer un astronaute dans divers contextes.
Les internautes	Certains estimant que Brian Y est une personne influente et qu'il doit sûrement avoir vérifié son information avant de la publier, Deux cents personnes décident de partager aussi la publication.

2. Quelles sont les conséquences sur chacun des acteurs?

L'élève doit relever les conséquences de la publication sur chacun.

Maxime Dupuis	Il est considéré coupable d'avoir commis des gestes qu'il n'a pas faits. Il a reçu des messages haineux. Il a été traité de tous les noms, ce qui l'a ébranlé psychologiquement, Des gens avec qui il avait eu des discussions ont cessé de lui répondre. Plusieurs de ses amis ont reçu des messages privés les incitant à le supprimer de leur liste d'amis Sa vie a changé Sa blonde a envie de faire des poursuites mais pas lui. Il est triste et fatigué. Il a fait une publication sur Facebook pour clamer son innocence. Certains le croient mais d'autres continuent de l'insulter
Brian Y	Il publie un mea culpa après 48 heures. Il dit avoir agi par bienveillance en voulant prévenir ses collègues. Il voulait empêcher qu'il y ait d'autres victimes. Si Brian Y avait fait partie d'une grande organisation, il aurait pu être poursuivi et payer des dommages.
Les internautes	Ils distribuent eux aussi la mauvaise information.

3. Afin d'éviter ce genre de situation, que pourriez-vous faire comme internaute?

Exemples de réponse:

- **Vérifier les photos sur Google Image Search**
- **Trouver au moins deux sources en lien avec la nouvelle.**
- **Faire attention et penser aux conséquences de publier de faux faits potentiels**

Activité 10 - Réinvestissement

L'élève choisit une publication (article, photo, vidéo, etc). Elle doit répondre à au moins un des critères suivants :

- a) Elle semble douteuse.
- b) Elle semble sensationnelle.
- c) Elle a le potentiel de porter atteinte aux droits et à l'intégrité d'une personne, d'une institution ou de la société..

L'élève doit mentionner s'il la partagerait et expliquer pourquoi.

SITUATION D'APPRENTISSAGE 03

Commen[taire] la haine

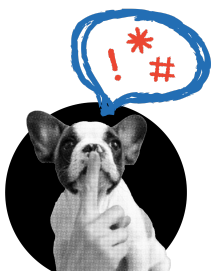
Intentions pédagogiques

Au terme de cette situation d'apprentissage, l'élève sera en mesure de:

- **analyser** des commentaires en ligne en regard de valeurs et de critères légaux ;
- **expliquer** comment s'applique la liberté d'expression sur les médias sociaux.

Compétence numérique

Dimensions	Éléments de la dimension
I. AGIR EN CITOYEN ÉTHIQUE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE	• Agir de manière éthique en considérant la diversité sociale, culturelle et philosophique des parties prenantes de la société numérique ainsi que du contexte social, économique environnemental ou professionnel dans lequel se déroulent les interactions • Être conscient de l'impact de son utilisation du numérique sur son bien-être physique et psychologique • Mener une réflexion éthique sur les lois et les règlements en vigueur qui portent sur le numérique
II. DÉVELOPPER SA PENSÉE CRITIQUE ENVERS LE NUMÉRIQUE	• Aborder le contenu numérique en faisant preuve de pensée critique de façon à l'évaluer avant de l'utiliser



INTRO

Amorce : La haine en ligne

Activité 1

L'élève regarde la vidéo *Je suis donc tu es* (2:21) puis répond aux questions:

1. À quoi associez-vous les boules noires et jaunes ?

Boules noires: **méchanceté, haine**

Boules jaunes: **gentillesse, bienveillance**

2. Quel message voulait faire passer le réalisateur de cette vidéo ? **La haine ou la gentillesse sont contagieuses. Si nous transmettons des émotions négatives ou positives, la personne qui les reçoit les transmettra à son tour.**

Activité 2

L'élève lit le texte "La haine, ça vient d'où?"

Ressource supplémentaire :

 + Article « Les internautes hostiles sont tout aussi méchants dans la vraie vie, révèle une étude! »

(La Presse, 2021)

Veillez respecter la licence [Copibec](#). Si vous imprimez ce document, nous vous invitons à déclarer votre reproduction à [Copibec](#).

BLOC 1 – La liberté d'expression

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera à même de **comprendre** l'impact et les répercussions de ses écrits dans la sphère web.

Activité 3

L'élève complète ces deux phrases:

- La liberté d'expression c'est...
- La liberté d'expression ce n'est pas...

Activité 4

L'élève lit le court texte, réalise l'activité interactive et répond à la question:

1. Selon vous, quelles sont les limites à la liberté d'expression ?

Suggestion de réponse

<http://www.webpedago.com/media/file/0phbmWA6/les-limites-de-la-liberte-d-expression.pdf>

AUSSI

1. L'incitation à la discrimination, à la haine, à la violence ou à la ségrégation* à l'égard d'autrui, en public, intentionnellement et pour une raison précise
2. La diffusion d'idées fondées sur la supériorité raciale ou la haine raciale
3. L'appartenance ou la collaboration à un groupement ou à une association qui, de manière répétée, prône la discrimination ou la ségrégation
- 4 Le négationnisme
5. Les injures écrites, l'abus de moyens de communication & le harcèlement
6. Les délits de presse

2. Les citoyen•nes de tous les pays possèdent-ils la liberté d'expression?

Non, car certains pays exercent de la censure et menacent de prison les journalistes ou citoyens qui les défient. Ils restreignent également l'accès à Internet afin d'empêcher la presse de s'exprimer. Le lien suivant affiche les 10 pays qui exercent la censure la plus forte:

<https://cpj.org/fr/2019/09/les-10-pays-les-plus-censures/>

Activité 5

L'élève lit des textes au sujet de la censure.

BLOC 2 – Est-ce légal?

Intention

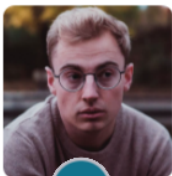
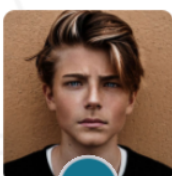
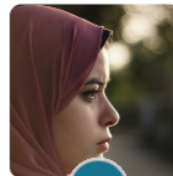
Au terme de ce bloc, l'élève sera à même de **distinguer** des commentaires qui dépassent les limites en lien avec le droit civil et criminel.

Activité 6

L'élève lit des textes portant sur les limites juridiques de la liberté d'expression.

Il réalise ensuite l'activité où il doit juger si les commentaires sont légaux ou non.

				
✓	✓	✓	✓	✓
Illégal	Illégal	Légal	Illégal	Légal

				
✓	✓	✓	✓	✓
Illégal	Illégal	Illégal	Légal	Illégal

BLOC 3 – Modération en ligne

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera à même de **clarifier** ce qu'est une modération et un modérateur.

Activité 7

L'élève lit des textes portant sur la modération en ligne.

Il regarde ensuite la vidéo d'un conseiller municipal de la Ville de Québec.(4 min 12) puis répond au questionnaire.

Suggestion de réponse

- Lire les commentaires des autres participants avant d'intervenir
- maîtriser une charte du site dans lequel il travaille pour connaître les interdictions et les sanctions qui s'y appliquent
- Garder en tête la ligne éditoriale de l'organisation (personnalité, valeurs, idéologie de l'organisation)
- Ne pas alimenter le "troll". Ne pas donner d'attention aux personnes qui font des commentaires négatifs (masquer le commentaire)
- Se relire et faire relire par un collègue
- etc.

Activité 8

L'élève choisit deux critères dont il tiendra compte dans l'activité qui suit.

Activité 9

L'élève joue le rôle d'un modérateur dans "Le cas pitbull!". Il doit décider s'il conserve ou s'il supprime des commentaires.

Activité 10 – Réinvestissement

L'élève regarde le documentaire [Troller les Trolls](#) (52 minutes).

Il répond ensuite au questionnaire.

1. Pour quelles raisons une personne peut-elle devenir un troll?

Éléments de réponse:

- **Parce qu'elle veut de l'attention, faire du mal, "foutre le bordel";**
- **Cette personne n'a pas le courage d'affronter ceux qu'elle intimide alors elle se cache derrière un écran.**
- **pour se sentir plus "fin" que les autres**
- **Elle donne un spectacle et alimente son auditoire**

2. Quoi faire si vous jugez qu'un contenu est offensant

Éléments de réponse:

- **Vous pouvez dénoncer/signaler à la plateforme de diffusion le contenu ou le profil de la personne qui a publié;**
- **Vous évitez de partager le contenu (la plupart du temps l'intention première dans la publication de contenus offensants/controversés est justement de générer une grande visibilité, peu importe qu'elle soit positive ou négative);**
- **Évitez de commenter les publications, même si c'est pour dénoncer, vous générez de la visibilité en commentant;**
- **Si vous connaissez la personne qui a partagé ou produit ce genre de contenu, vous pouvez tenter de faire une intervention de sensibilisation à cette personne;**
- **Bloquer la personne qui publie ce genre de contenu;**

SITUATION D'APPRENTISSAGE 04

La belle vie

Intention pédagogique

Au terme de cette situation d'apprentissage, l'élève sera en mesure de **reconnaître** les impacts de la recherche de l'image parfaite publiée sur les réseaux sociaux.

Compétence numérique

Dimensions	Éléments de la dimension
1. AGIR EN CITOYEN ÉTHIQUE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE	• Être conscient de l'impact de son utilisation du numérique sur son bien-être physique et psychologique • Comprendre les enjeux liés à la marchandisation des renseignements personnels, à l'influence de la publicité numérique • Mener une réflexion éthique sur les lois et les règlements en vigueur qui portent sur le numérique
2. DÉVELOPPER ET MOBILISER SES HABILETÉS TECHNOLOGIQUE	• Cultiver sa sensibilité face aux phénomènes émergents liés au numérique et à ses impacts
11. DÉVELOPPER SA PENSÉE CRITIQUE ENVERS LE NUMÉRIQUE	• Aborder le contenu numérique en faisant preuve de pensée critique de façon à l'évaluer avant de l'utiliser • Poser un jugement réflexif sur son utilisation du numérique en faisant preuve d'autocritique

INTRO

Amorce : J'aime ou pas ?

Activité 1

L'élève doit attribuer un ❤️ ou un 👎 à des images et se questionner sur les critères qui le poussent à les aimer ou non.

Activité 2

L'élève fait le quiz *La belle vie* disponible [ici](#) ou avec ce lien raccourci: monurl.ca/instaquiz

BLOC 1 – Moi, soi, nous

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera à même d'**évaluer** comment les réseaux sociaux valorisent des standards de beauté.

Activité 3

L'élève visionne deux vidéos [Are You Living an Insta Lie? Social Media Vs. Reality](#) (3:13) et [L'effet Instagramm](#) (10:13) puis complète un tableau.

	Vidéo 1 (Insta lie)	Vidéo 2 (L'effet Instagramm)
Quel message les créateurs de cette vidéo voulaient-ils passer ? Quelle était leur intention ? Quel(s) message(s) retenez-vous de ces vidéos ?	L'intention derrière ce message était de nous démontrer qu'on peut faire croire ce qu'on souhaite en publiant une photo sur Instagram. Même si notre vie nous semble monotone, on peut la modifier et s'en inventer une autre. On peut mentir aux autres, mais peut-on vraiment se mentir à soi-même?	Instagram uniformise l'esthétisme dans plusieurs domaines. Instagram joue un rôle central dans la définition de nos idéaux de beauté, surtout féminins. L'intention était de montrer que souvent, on commence par retoucher des photos avant de "permanentiser" les effets par une chirurgie.
Quels sont les effets sur la personne qui publie?	La personne qui publie reçoit des mentions "j'aime" et elle se sent bien pour un instant.	La personne qui publie se voit telle qu'elle veut être.
Quels sont les effets sur les personnes qui voient les publications?	Les personnes qui voient la publication se comparent et publie à leur tour quelque chose qui pourrait plaire, même si ce quelque chose n'est pas la réalité. Peut-être est-ce un souhait...	Les personnes qui voient les publications sont portées à mettre plus de "J'aime". La personne qui se voit en version améliorée, c.-à-d. après avoir retouché les parties de son corps qu'elle n'aime pas, peut aller jusqu'à la chirurgie (dysmorphie Snapchat).
VIDÉO 2 SEULEMENT		

Quels sont les points de vue des personnes suivantes:

1. La médecin
2. L'éducatrice
3. L'entrepreneure
4. Une personne non présente dans la vidéo.

MÉDECIN: Dre Chloé Sylvestre

Les 45 ans et plus pensent que la meilleure version d'eux-mêmes est l'idéal de beauté. Chez les plus jeunes, c'est d'avoir des traits qui correspondent souvent à la beauté de quelqu'un d'autre. (le visage Instagram)

Valorise la remise à niveau du visage d'avant. Elle trouve triste que le but soit de tous se ressembler comme des robots.

ÉDUCATRICE: Emy, 26 ans, se trouve belle, car avec les traitements, elle peut faire disparaître ses problèmes de peau. Elle n'a pas l'impression de répondre à des standards de beauté, elle a davantage l'impression que ça vient renforcer son estime d'elle.

ENTREPRENEURE:

Camille Desrosiers-Gaudette, "tu vieillis avec Internet et c'est un rappel constant de quoi t'as l'air. C'est un rappel constant aussi que les autres te jugent par rapport à ton image." Plus de mentions "J'aime" sur ses photos retouchées et elle est contente, mais ce n'est pas elle; c'est hyper pervers.

Permanentiser n'est pas un moyen pour elle, car elle a peur de se faire rater. Pas fière de l'image qu'elle envoie à ses cousines plus jeunes ou de jeunes inconnues quand elle fait ses retouches. Elle veut les aider à ne pas faire cette erreur.

PERSONNE NON PRÉSENTE:

Ce n'est pas correct d'imposer ces critères-là.
Ça ne me touche pas ou ça ne m'influence pas.
Plusieurs autres réponses sont possibles.

BLOC 2 – L'envers du décor

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera à même d'**évaluer** l'influence des réseaux sociaux sur le plan environnemental.

Activité 4

L'élève lit le dossier [Dénaturer la #nature sur Instagram](#) et complète un tableau au fil de sa lecture.

Chacun des textes arrive aux mêmes conclusions, à quelques nuances près.

Pour faciliter la correction, les informations dans le tableau réfère à un texte précis selon cette légende:

T1: Dénaturer la #nature sur Instagram

T2: Joffre Lakes, des lacs à likes

T3: Le rêve piétiné d'un gardien de parc incluant les oiseaux de Joffre Lakes

T4: Comme une apocalypse de zombies

T5: Appel de la nature ou course aux "j'aime"

Dénaturer la #nature sur Instagram

Cerner la situation

Qu'observe-t-on ?
Quel est le phénomène observé ?

T1

Des sites naturels sont assaillis par une masse de touristes.

T2

Un fléau grandissant de photographes amateurs dans un parc. Ça provoque la déchéance du milieu.

T4

Des sites naturels des quatre coins du monde sont piétinés par une masse de photographes amateurs avides de jolies photos.

T5

Un des exemples cités est sur l'île aux Lièvres, mais ce phénomène peut se vivre un peu partout, surtout dans les destinations natures populaires ou les régions touristiques.

Le marketing d'influence sur le "créneau" de la nature.

	Comment l'attrait de la "bonne" photo en nature peut changer l'expérience d'une randonnée dans en forêt.
Où cela se passe-t-il?	T1 Au Parc britano-colombien Joffre Lakes, particulièrement au Middle Lake et à l'Upper Lake. T2 Au parc provincial de Joffre Lakes en Colombie Britannique. T4 Dans plusieurs endroits: à Trolltunga en Norvège, près de Toronto à la ferme Bogle Seeds, une ferme de Winnipeg, dans les champs de pavots californiens à Lake Elsinore, à la montagne Vinicunca au Pérou, Kanarraville en Utah, Mermaid Pool à Matapouri en Nouvelle-Zélande, Vance Creel Bridge dans l'état de Washington, Maetaman Elephant Adventure en Thaïlande
Quelles données ou statistiques aident à mieux comprendre la situation ?	T2 Entre 2000 et 2015, il y a eu une moyenne de 52 300 touristes par année. Au moment d'écrire le texte (été 2019), on mentionne que l'année 2018 a été la plus achalandée de son histoire, avec 183 000 visites. Un bond de 250%. Lors des 10 journées les plus achalandées de cette année, il y a eu en moyenne 2300 personnes par jour. T4 Trolltunga a accueilli 90 000 personnes en 2016 comparativement à 800 en 2010. Champs de pavots californiens, 100 000 personnes en une fin de semaine. 1000 personnes montent la montagne Vinicunca par jour et il y a cinq ans, on ne connaissait pas son existence. T5 Des organisations font appel au service de marketing d'influence pour augmenter la visibilité d'attrait et de régions touristiques. Suite à la publication d'une photo des hébergements Dômes Charlevoix, le complexe hôtelier voit une augmentation de 800 nouveaux abonnés sur le compte en deux jours. De plus, les dates disponibles pour des réservations ont toutes été réservées. Il est difficile de quantifier la valeur exacte des retombés suite à la publication d'une photo, mais il est tout de même notable de voir une augmentation des visiteurs suite à une publication de l'influenceuse.
Depuis quand ce phénomène est-il observable ?	T1 L'augmentation de l'achalandage est reliée à la popularité des réseaux sociaux. La réfection du parc en 2014, qui a rendu les sentiers plus accessibles, a aussi contribué à la popularité des lieux. T2 C'est un endroit qui était déjà populaire à la fin des années 90. Cependant, la popularité a commencé à connaître une hausse astronomique en 2016. T4 L'augmentation de l'achalandage est reliée à la popularité d'Instagram surtout. • 2016 pour Trolltunga

	• 2018 pour ferme Bogle Seeds • 2018 Ferme de Winnipeg • 2018 Ferme de lavande ontarienne • 2019 champs de pavots californiens Lake Elsinore • 2018 montagne Vinicunca au Pérou • 2017 Kanarraville en Utah • 2019 Mermaid pools à Matapouri en Nouvelle-Zélande (fermées) 2016 le Vance Creek Bridge a été démoli (découvert en 2021 par les internautes) T5 C'est un phénomène présent toutefois depuis quelques années. Le phénomène <i>no tag</i> ou <i>no location tag</i> en 2014 et 2018
Examiner des points de vue	
a) Touristes : pour quelles raisons ont-ils ce comportement ?	T1 Les touristes recherchent la photo parfaite avec "l'instalog" comme s'il s'agissait d'une preuve qu'ils ont réellement visité le parc, une sorte de passage obligé. T2 Les touristes ne rapportent pas eux-mêmes les raisons de leur comportement, mais par le témoignage d'un gardien de parc et d'un caporal de la GRC, on comprend que les "nouveaux touristes" veulent recréer la photo qu'ils ont vu sur Instagram ou dans un magazine. T3 D'autres veulent se faire photographier en train de nourrir des oiseaux dans leur main. • Les visiteurs sont influencés par l'appel du "j'aime". • Certains touristes veulent vérifier si la beauté des lieux est aussi exceptionnelle qu'Instagram le prétend. T4 Les touristes recherchent des images époustouflantes comme s'ils désiraient vérifier si la beauté des lieux est aussi exceptionnelle qu'Instagram le prétend. Ils sont en quête d'images insta-parfaites. La popularité du tourisme d'égoportraits avec les animaux exotiques (éléphants, tigres ou dauphins). T5 Beaucoup de touristes vont avoir envie de vivre le moment dans le décor qui est présenté dans la photo. Ils ont tendance à vouloir aller recréer le même événement qu'ils ont vu sur instagram, par exemple, et si possible. de recréer le même genre de photo.
b) Population locale : quel est leur point de vue ?	T2 L'auteur Stephen Hui mentionne que Joffre Lakes est devenu la risée des adeptes de plein air. " C'est l'endroit auquel on réfère quand on parle d'un sentier surpeuplé".

Le point de vue des locaux est-il unique, ou les points de vue divergents ?	Un caporal de la GRC partage son impuissance face à l'attitude des automobilistes et des masses alors qu'il a tenté durant 2-3 heures d'empêcher les gens de se stationner sur la bretelle de l'autoroute. Il a finalement abandonné face au mépris total, pour la sécurité d'autrui, dont les gens faisaient preuve. T3 Les visiteurs manquent de préparation. T4 Les gens ont peur pour leur eau potable (Utah) Ils perdent leur tranquillité (Ferme Bogle Seeds) Les touristes manquent de respect ou de savoir-vivre envers le personnel, les infrastructures et la flore. T5 Il peut être avantageux pour les industries et les commerçants locaux vivant des retombées du tourisme de pouvoir bénéficier des impacts de ce genre de publicité.
c) Chercheurs ou spécialistes : quel est leur point de vue sur la question ?	T2 Le gardien de parc mentionne que la hausse de l'achalandage a eu des conséquences directes sur l'ambiance du parc et sur l'environnement de travail. Les excursionnistes d'avant, qui arrivaient avec une bonne préparation, ont fait place à un autre type de touristes, qui lui ne se soucie guère du plein-air. T4 Les environnementalistes craignent pour l'intégrité du milieu naturel de la montagne Vinicunca au Pérou, car trop de visiteurs. Déjà qu'une zone humide a été éliminée pour laisser place à un stationnement.
d) Quelles autres personnes ou groupe de personnes pourraient avoir un point de vue face à ce phénomène ?	T1 Des randonneurs, qui tentent de se frayer un chemin parmi la foule, sont exaspérés; d'autres, plus moqueurs face au phénomène, lancent des "Do it for the gram"! T2 Un politicien libéral, Jordan Sturdy, croit que le budget de BC Parks, qui est d'environ 40 millions de dollars, devrait être doublé. T4 Les propriétaires de sites sont dépassés par le comportement des touristes.
Impacts et solutions	
Quels effets liés à ce phénomène sont nommés dans le texte ?	T2 Les visiteurs endommagent la végétation, nourrissent les animaux. Congestion fréquente des sentiers Manque de toilettes La dangerosité du stationnement le long de l'autoroute Manque de préparation des visiteurs Surcharge de travail pour le personnel en place et déchéance de

	l'environnement de travail. T3 Faune et flore fragilisées Personnel dépassé Expérience en plein air gâchée Nourrir ces geais gris met leur vie en danger. Congestion des sentiers Nombre insuffisant de toilettes Dangerosité du stationnement T4 Hausse du nombre d'opérations de secours Fermeture (Mermaid Pools Nouvelle-Zélande) Démolition (Pont Vance Creek Bridge) Interdiction d'accès au public Zone humide éliminée pour bâtir un stationnement (Pérou) Un sentier de terre gravement érodé (Pérou) Source d'eau qui alimente la communauté pourrait être contaminée Pollution (Mermaid Pools, Nouvelle-Zélande) Souffrance des animaux exotiques (Maetaman Elephant Adventure en Thaïlande) Ils sont gardés dans des conditions pitoyables. Les touristes doivent faire la file pendant des heures pour obtenir la photo
Des solutions sont-elles envisagées ?	T2 Il est proposé par le gardien de parc, d'engager des interprètes de la nature et des gardiens de parc qui pourraient expliquer aux gens les règles à suivre pour préserver la faune et la flore. Il propose aussi, avec l'augmentation significative de budget, de prévoir des aires de pique-nique et du personnel pour nettoyer. Il y a eu un plan d'action d'annoncé: • Agrandissement du stationnement (200 places de plus) • Service de navette depuis un parc voisin • Bonification de l'offre de Parkbus, un OSBL qui assure le transport à partir de Vancouver. • Ajouts de 2 responsables issus des Premières Nations pour venir en appui aux gardiens de parc. T3 Agrandissement du stationnement, service de navettes, ajout de ressources pour expliquer aux visiteurs les règles à suivre pour préserver la faune et la flore, ajouter des aires de pique-nique T5 Des organisations incitent de plus en plus les gens à éviter d'indiquer la localisation des lieux lors de la publication des photos. Chaque fois que des photos sont identifiées par leur lieu, cela génère un excédent d'achalandage qui nuit à l'environnement.

À la suite de la lecture, l'élève indique sa réaction en se rendant sur ce lien <https://www.menti.com/1almey479j> ou en numérisant le code:



BLOC 3 – Le marketing d’influence

Intention

Au terme de ce bloc, l’élève sera à même **d’expliquer** le concept du marketing d’influence présent sur les réseaux sociaux.

Activité 5

L’élève lit un court texte et regarde la vidéo [Le marketing d’influence](#) (4 min 39).
Il doit ensuite repérer les publicités parmi des publications d’influenceurs

sarahcout: publicité

Lydianeautourdu: publicité

marieloubiz: c’est un coup de coeur et non une publicité

rosalievaillancourt: publicité

enola.bedard: publicité

emylalune: publicité

Ressources supplémentaires :

- + [État du Marketing d’influence au Canada](#) (Clark, 2021)
- + [Le métier d’influenceur, avec Karine St-Michel](#) (25:50)
- + balado [Les influenceurs, quand la pub prend vie](#) (dans **On parle d’argent**)
- + [Quelles sont les responsabilités des influenceurs ?](#) (11:34) (Télé-Québec)
- + [Les influenceurs sur le web](#) (7:52) (Télé-Québec)

Activité 6 – Réinvestissement

L'élève s'imagine être conseiller(ère) d'orientation et il doit transmettre de l'information à un élève qui vient le voir avec le projet de devenir influenceur.

Que devrait-il savoir ?

De quoi devrait-il tenir compte ?

Quelles informations seraient les plus pertinentes ?

Suggestions de réponse (D'autres réponses sont aussi acceptées)

Les informations doivent toucher un minimum de 3 angles différents parmi ceux qui sont soulignés.

Enjeux liés à l'image de soi et à la santé mentale

- **Ton profil Instagram est important.**
- **Tu te crées une image et tu te respectes.**

Enjeux environnementaux

- **Le message vert trouve de plus en plus sa place auprès des jeunes qui sont sur les réseaux sociaux.**
- **Il y a de plus en plus de créateurs animés par une conscience sociale et écologique.**

Représentation de la réalité

- **Essayer de rester authentique, mais tu ne peux pas tout dire.**

Intention derrière le travail d'influenceur (ambition, visées, but)

- **Porte d'entrée pour différents métiers comme en communication**

Responsabilités et impacts sociaux liés à ce métier

- **Tu dois faire attention à tout ce que tu dis ou ce que tu fais.**
- **Faire attention à ce que tu publies**
- **Accepter la critique**
- **Faire attention à la façon dont on traite les autres**

Ascension, notoriété, façons de devenir connu

- **Avoir une agence; au Québec, il y en a très peu.**
- **Participer à des télé-réalités mousse l'ascension.**
- **Tu ne peux pas décrocher si tu veux garder tes abonnés, car ils s'attendent à ce que tu publies.**

Façon de faire le travail d'influenceur (tâches, médiums utilisés, horaires de travail, alimentation d'une image de marque, qualité de vie, etc.)

- Avoir un compte Instagram ou être actif sur les médias sociaux.
- C'est un créateur de contenu (80% femmes, 20% hommes).
- Aimer la vente.
- Aimer se créer un monde.

Aspect économique (partenariats commerciaux, marketing, salaire, lois, etc.)

- Ton profil Instagram est important.
- Tes publications ont une valeur (monétaire), mais ce n'est pas toutes les compagnies qui veulent payer (pas de budget). Souvent, elles souhaitent offrir des produits en échange. Elles préfèrent encore les médias papier.
- Le métier ne dure pas toute la vie.
- C'est un métier qui n'est pas encore assez reconnu, alors généralement tu dois avoir un autre travail.
- Tu travailles beaucoup pour peu, en 2020, 58 % des influenceurs gagnaient moins de 30 000\$.
- Selon la loi, on n'a pas le droit de faire de la publicité auprès de personnes vulnérables (les ados sont considérés comme vulnérables).
- C'est stressant financièrement

SITUATION D'APPRENTISSAGE 05

Encore 5 minutes!

Intentions pédagogiques

Au terme de cette activité, les élèves seront à même de :

- **Expliquer** comment les notifications peuvent avoir un impact sur notre quotidien.
- **Expliquer** dans quels contextes il est possible de faire plusieurs tâches à la fois.
- **Expliquer** deux mécanismes sous-jacents aux jeux vidéo.
- **Nommer** des leviers facilitant la gestion du temps d'utilisation des appareils mobiles.

Compétences numériques

Dimensions	Éléments de la dimension
1. AGIR EN CITOYEN ÉTHIQUE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE	• Être conscient de l'impact de son utilisation du numérique sur son bien-être physique et psychologique.
2. DÉVELOPPER ET MOBILISER SES HABILETÉS TECHNOLOGIQUES	• Développer une compréhension globale à l'égard de l'intelligence artificielle et de ses impacts sur l'éducation, la société, la culture ou la politique. • Cultiver sa sensibilité face aux phénomènes émergents liés au numérique et à ses impacts .
11. DÉVELOPPER SA PENSÉE CRITIQUE ENVERS LE NUMÉRIQUE	• Poser un jugement réflexif sur son utilisation du numérique en faisant preuve d'autocritique

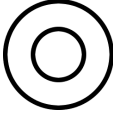
INTRO

Amorce : Les divers usages du cellulaire

Activité 1

L'élève doit trouver un exemple de contexte d'utilisation qui est plutôt productif et un exemple d'utilisation plutôt improductif.

		Exemple de contexte d'utilisation plutôt productif	Exemple de contexte d'utilisation plutôt improductif
	a) Visionner une vidéo en ligne	C'est productif quand j'ai besoin d'apprendre quelque chose	C'est improductif quand je regarde des vidéos de chats en classe
	b) Prendre une photo avec son cell	C'est productif quand je veux garder des souvenirs de voyage	C'est improductif quand c'est pour rire d'une personne
	c) Envoyer un texto	C'est productif quand je veux avertir une amie que je serai en retard	C'est improductif quand je texte pendant que je conduis
	d) Faire des transactions bancaires	C'est productif quand je veux envoyer mon loyer à mon propriétaire	C'est improductif quand je le fais pendant que je travaille
	e) Jouer à un jeu vidéo	C'est productif quand j'ai besoin de relaxer	C'est improductif quand je joue au lieu de dormir
	f) Utiliser un calendrier en ligne	C'est productif quand je prends en note des rendez-vous	C'est improductif quand il est partagé avec mon conjoint ou ma conjointe et que ça devient un moyen de contrôle
	g) Écouter quelque chose avec ses écouteurs	C'est productif quand je suis entrain de prendre une marche	C'est improductif quand quand je suis à vélo au centre-ville
	h) Taper un mot dans un moteur de recherche	C'est productif quand j'ai besoin d'information	C'est improductif quand je veux copier un site dans un travail

	i) Rechercher un lieu dans une application de cartographie en ligne	C'est productif quand j'ai besoin de planifier mon itinéraire et arriver à l'heure.	C'est improductif quand les informations sur l'endroit sont incorrectes (les heures d'ouverture du commerce ne sont pas à jour)
	j) Être sur un média social	C'est productif quand je veux rester en contact avec mes amis	C'est improductif quand je passe des heures à défiler mon fil d'actualité
	k) Regarder des images déposées sur un babillard de partage d'idées	C'est productif quand je veux m'inspirer pour décorer ma chambre	C'est improductif quand je me compare aux autres
	l) Enregistrer une vidéo de soi	C'est productif quand je veux envoyer un message vidéo à ma grand-maman	C'est improductif quand je partage une vidéo intime
	m) Participer à une discussion vidéo en ligne	C'est productif quand je fais un travail d'équipe	C'est improductif quand je ne participe pas et que ma caméra est fermée
	n) Lire du contenu en ligne	C'est productif quand je lis une source crédible	C'est improductif quand c'est un long texte que j'aimerais mieux lire en version papier pour l'annoter
	o) Prendre un selfie	C'est productif quand pour immortaliser ma rencontre avec mon idole	C'est improductif quand ça prend 30 minutes pour avoir la meilleure photo et que ça bloque l'accès à un lieu

BLOC 1 – Prière de me déranger

Au terme de ce bloc, l'élève sera en mesure **d'expliquer** les effets des notifications sur le cerveau et sur les habitudes de vie.

Activité 2

L'élève lit l'article « [Notifications : Prière de me déranger](#) » (Nicholas De Rosa, Radio-Canada)

Il doit ensuite répondre à des questions sur sa gestion des notifications:

Comment gérez-vous vos notifications ?

- vous les ouvrez dès qu'elles entrent ?
- arrivent-elles sur plus d'un appareil ?
- quelles formes prennent-elles ? (pastille, bannière, son, etc.)
- d'où proviennent-elles (des gens ? des abonnements à des journaux ? des réseaux sociaux? autres ?)

Sur une échelle de 1 à 10, à quel niveau vous êtes-vous sentis interpellés par ce texte ?

Illustrez ce niveau par un extrait du texte que vous auriez envie de partager avec un(e) ami(e).

BLOC 2 – Le multitâche

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera en mesure **d'expliquer** comment fonctionne le cerveau lorsqu'il fait plusieurs tâches à la fois.

Activité 3

L'élève regarde une vidéo qui illustre le multitâche.

https://www.youtube.com/watch?v=FNlpGnczcJs&ab_channel=%C3%89ditionsVaSavoir

Activité 4

L'élève écoute un balado *Les temps modernes* [É2 - L'illusion du multitâche: pourquoi y croit-on?](#) (Récit DP, durée : 18 min. 6 s). Il doit ensuite écrire une publication pour informer ses proches sur le cerveau multitâche.

BLOC 3 – Et les jeux vidéo là-dedans ?

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera en mesure **d'expliquer** les mécanismes de rétention et de monétisation liés aux jeux vidéo et aux autres plateformes de divertissement.

Activité 5

L'élève consulte un [document interactif](#) qui illustre les mécanismes du jeu vidéo. Il répond ensuite à cette question: -Parmi ces mécanismes, lequel avez-vous déjà observé dans un jeu ou une plateforme de divertissement ? Donnez un exemple.

Activité 6

L'élève regarde une vidéo [L'impact des jeux vidéos dans nos vies](#) (Télé-Québec en classe) puis répond à la question: Selon vous, est-ce qu'une compagnie pourrait être tenue responsable pour les effets de sa plateforme sur ses utilisateurs? Expliquez pourquoi.

Ressources complémentaires:

[Comment les jeux vidéo façonnent notre cerveau](#) (Santé sur le net, juillet 2017)

[Mon ado est-il cyberdépendant?](#) (Radio-Canada, 2020)

[Trouble du jeu vidéo](#) (OMS, octobre 2020)

BLOC 4 – Ma tarte numérique

Intention

Au terme de ce bloc, l'élève sera en mesure **d'analyser** et de **réfléchir** à son usage des outils numériques.

Activité 7

L'élève utilise un document Google Sheets pour réaliser un portrait de son usage des appareils numériques. Il répond à ces questions:

- Questions d'analyse
 - Au total, combien de temps passez-vous sur un écran par jour (le chiffre inscrit en VERT).
 - Quelle est votre réaction devant le total de minutes ?
 - À quelle activité consacrez-vous le plus de temps ? Le moins de temps ?
 - En général, à quel moment arrêtez-vous d'utiliser un écran ?
 - Trouvez-vous difficile d'arrêter d'utiliser ces écrans ?

- Questions de réflexion
 - À quels endroits, dans votre graphique, vous constatez que certains mécanismes de rétention ou de monétisation influencent votre utilisation ? Expliquez votre réponse en vous appuyant sur les apprentissages réalisés au bloc 1.
 - Comment qualifieriez-vous votre type d'usage? Diriez-vous que vous êtes plutôt varié ou notez-vous une tendance prédominante pour les loisirs, la détente, le travail, la socialisation, etc.?
 - Est-ce que vous considérez que les constats du bloc 3 sur le multitâche vous concernent? Pouvez-vous donner un exemple pour appuyer votre réponse?
 - Est-ce que vous considérez que vous avez une saine relation avec vos appareils?
 - Aimerez-vous apporter certaines modifications à vos habitudes ? Lesquelles et pourquoi ?

Activité 8 – Réinvestissement

L'élève crée un tutoriel pour aider les autres à gérer leur temps d'écran, leurs notifications, etc. Il prend la forme d'un texte en point de forme (étapes) ou d'une vidéo simple. Il appuie sa proposition sur...

- sa compréhension des mécanismes des plateformes
- la prise en compte des différents usages possibles des outils numériques
- d'une banque de ressources qui proposent des moyens ou des courants de pensée sur la question de la déconnexion/du temps d'écran.

Ressources possibles :

- [Balado / textes sur la déconnexion au travail](#)
- [Le minimalisme numérique](#)
- [Des processus de déconnexion des médias sociaux à différents degrés](#)
- Pause ton écran : [Quiz](#)
- Pause ton écran : [Agir pour viser l'équilibre](#) (astuces, fonctionnalités, paramètres, etc.)
- Pause ton écran : [applications utiles](#)