

Séance “Mettre à distance l'influence des algorithmes”

Les trois situations suivantes permettent de mettre à distance l'influence des algorithmes, en apprenant à reconnaître les données personnelles, le rôle qu'elles jouent dans les suggestions et le fonctionnement de la publicité ciblée.

Objectifs pédagogiques

Objectifs pédagogiques
Reconnaître les données personnelles que je transmets lorsque j'accepte les cookies.
Reconnaître l'impact des algorithmes de recommandation sur mes choix et opinions (biais, bulle de filtre...).
Reconnaître l'influence des publicités ciblées sur mes choix et envies de consommation.

Liens avec le CRCN

Domaine	Compétence
Protection et sécurité	Protéger les données personnelles et la vie privée
Protection et sécurité	Protéger la santé, le bien-être et l'environnement

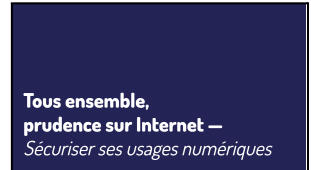
Déroulé synthétique

Séquence	Temps
Introduction de la séance	2 minutes
Activité : Traces et cookies Dans cette activité, chaque binôme d'élèves se voit attribuer une donnée personnelle. Au travers d'exemples sur des sites marchands ou réseaux sociaux, les élèves devront déterminer si la donnée personnelle qui leur est attribuée est collectée, ou non. Ils analysent également si la collecte s'effectue automatiquement et si elle est essentielle pour le fonctionnement du service.	15 minutes
Activité : Algorithme de recommandation Dans cette activité, les élèves incarnent l'algorithme de recommandation en choisissant quelles publications suggérer à des profils établis. Ils déterminent eux-mêmes quels critères mènent à choisir une publication, et ne pas en choisir une autre, reproduisant par eux-même le phénomène de bulle de filtre.	15 minutes
Analyse vidéo : Publicités ciblées Dans cette activité, les élèves se projettent dans le fonctionnement de la publicité ciblée et de la valeur de nos données personnelles au travers de l'analyse d'une vidéo traitant des modèles économiques des services numériques gratuits. Ils découvrent aussi le biais de simple exposition, un des nombreux leviers de la publicité.	15 minutes
Conclusion de la séance	3 minutes


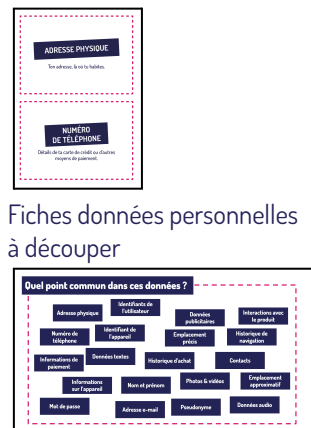
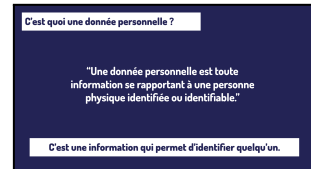
Matériel

Matériel	
20 fiches données personnelles à découper	
15 fiches profils et recommandations (1 fiche par binôme)	

Introduction de la séance — 2 minutes

Actions des participants	Matériel
<p>Accueil</p> <p>L'animateur ou l'animatrice se présente et accueille le groupe. Il pose le cadre de l'intervention. Il explique le programme de la séance et invite à la participation et à la bienveillance de chacun.</p>	<p></p> <p>Tous ensemble, prudence sur Internet — Sécuriser ses usages numériques</p> <p>Support de présentation p.1</p>

Activité : Traces et cookies — 15 minutes

Actions des participants	Matériel
<p>L'animateur ou l'animatrice projette la situation et lit le texte :</p> <p>“Lorsqu’il se connecte à un service, Hugo accepte tous les “cookies”. Mais il ne comprend pas vraiment ce que ça veut dire.”</p> <p>L'animateur ou l'animatrice demande ;</p> <p>“c’est déjà arrivé à certains d’entre-vous ?”</p> <p>puis : “vous savez ce que sont les cookies ?”</p>	<p></p> <p>LA SITUATION DE HUGO</p> <p>Support de présentation p.2</p>
<p>“Pour comprendre cette situation, je vous distribue des fiches. Vous allez lire ce qui est écrit dessus. Nous allons essayer de comprendre quel est le point commun entre toutes ces fiches.”</p> <p>L'animateur ou l'animatrice distribue les fiches aux groupes d'élèves, puis affiche la slide avec toutes les données personnelles. Il demande aux élèves qui ont les fiches de données compliquées de lire les définitions à voix haute pour tout le monde : <i>emplacement approximatif, identifiant de l'appareil, ou interactions avec le site ou l'appli.</i></p> <p>L'animateur ou l'animatrice demande ensuite aux élèves</p> <p>“Quel est le point commun entre toutes ces données ? — Toutes ces données sont des données personnelles”.</p>	<p></p> <p>Fiches données personnelles à découper</p> <p>Quel point commun dans ces données ?</p> <p>Support de présentation p.3</p>
<p>C'est quoi une donnée personnelle ?</p> <p>L'animateur ou l'animatrice lit ensuite les définitions inscrites sur la slide. D'abord la définition “officielle” de la CNIL, puis la version résumée / simplifiée.</p> <p>L'animateur ou l'animatrice demande ensuite ; “qu'est ce que ça veut dire, “identifier quelqu'un ?”</p>	<p></p> <p>C'est quoi une donnée personnelle ?</p> <p>Support de présentation p.4</p>

Actions des participants

Matériel

Identifier une personne ?

L'animateur ou l'animatrice désigne certaines des données présentées sur l'image : certaines permettent **d'identifier une personne directement** (nom, prénom) et d'autres permettent **d'identifier une personne indirectement** (adresse postale, numéro de téléphone...).

L'animateur ou l'animatrice peut utiliser cet exemple :

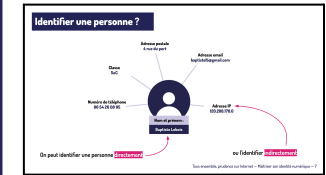
“On sait que cette adresse mail appartient à Baptiste. Donc si je reçois un mail depuis cette adresse, c'est que c'est Baptiste qui m'a envoyé un email.”

L'animateur ou l'animatrice explique

“on peut identifier une personne avec une seule donnée, comme avec son numéro de téléphone.

Mais on peut également identifier une personne en croisant des données qui, seules, ne seraient pas suffisantes : le prénom et la classe, par exemple.”

L'animateur ou l'animatrice explique que ces données personnelles, nous en donnons constamment sur internet.



Support de présentation p.5

L'animateur ou l'animatrice explique la consigne de la slide suivante :

“D'après-vous, quelles données sont collectées lorsque nous arrivons sur un site internet où nous n'avons pas besoin de compte ?”

“Parmi les données qui figurent sur les fiches que je vous ai distribuées, certaines sont indispensables, d'autres ne le sont pas.”

“Regardez la fiche que vous avez dans les mains. À votre avis, est-ce que le site web collecte cette donnée ?”

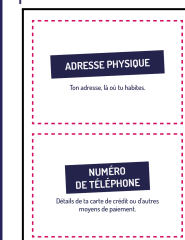
Les élèves lèvent la main s'ils pensent que le site web collecte la donnée qu'ils ont entre les mains.

Ensuite, l'animateur ou l'animatrice affiche la correction. Il explique :

“certaines données sont indispensables. La donnée personnelle “type d'appareil” permet au site d'afficher une version compatible avec l'appareil. Vous avez déjà remarqué qu'un site paraît différent selon que vous le visitez avec un ordinateur ou un smartphone ? D'autres données ne sont pas nécessaires : la donnée personnelle “données publicitaires” permet au site de faire des recommandations personnalisées, ou de montrer des publicités ciblées. Ça ne vous apporte rien, à vous ! Indispensables ou pas, toutes les données collectées quand on visite un site web sont collectées grâce aux cookies”.



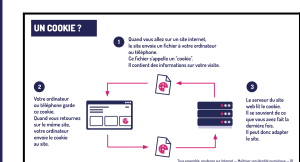
Support de présentation p.6-7



Fiches données personnelles à découper

C'est quoi les cookies ?

“Les cookies, ce sont des fichiers que les sites internet enregistrent sur ton ordinateur ou ton téléphone quand tu les visites. Ces fichiers contiennent la liste des choses que tu as



Actions des participants	Matériel
<p><i>fait sur le site : les pages regardées, les liens sur lesquels tu as cliqué, les recherches, les choses que tu as mises dans un panier d'achat. Certaines des données des cookies permettent de faire fonctionner le site, comme le "type d'appareil." D'autres ne servent qu'à te recommander des contenus, ou te montrer des publicités ciblées."</i></p>	<p>Support de présentation p.:8</p>
<p>L'animateur ou l'animatrice passe à l'exemple suivant. <i>"Maintenant nous allons essayer de comprendre, ce que collecte un site web ou une application lorsqu'on effectue vraiment des actions, comme mettre des articles dans son panier".</i></p> <p>L'animateur ou l'animatrice donne plus de détails sur la capture d'écran. <i>"Sur cette capture d'écran d'un site qui vend des vêtements, on voit que l'utilisateur a mis 2 articles dans son panier. Donc, il ou elle a déjà choisi des articles, et s'apprête à payer."</i></p> <p><i>"D'après-vous, quelles données vont être collectées ? "Regardez la fiche que vous avez dans les mains. À votre avis, est-ce que dans ce cas, vous fournissez cette donnée personnelle ? Si oui, est-ce volontaire ou automatique ?</i></p> <p><i>"Il y a des informations qu'on fournit volontairement. Par exemple, sur un site de vêtements, on entre nos informations de paiement pour pouvoir payer ce qu'on a choisi. On dit si l'on veut un t-shirt ou un sweat-shirt. On donne sa taille. Et sa couleur préférée. Et où l'on veut que notre achat soit livré..."</i></p> <p><i>Mais parfois, le site collecte aussi des données automatiquement. Il garde l'historique d'achat pour ne pas vous proposer quelque chose que vous avez déjà acheté. Ou ce que vous avez regardé, ou retiré du panier, pour vous inciter à les acheter également."</i></p>	<p>Support de présentation p.9-10</p> <p>Fiches données personnelles à découper</p>
<p>L'animateur ou l'animatrice passe à l'exemple suivant : Dans votre <i>for you page</i> (feed) Tiktok vous tombez sur une vidéo Tiktok que vous aimez et que vous envoyez à l'un de vos amis avec un commentaire.</p> <p><i>"D'après-vous, quelles données vont être collectées ? "Regardez la fiche que vous avez dans les mains. À votre avis, est-ce que dans ce cas, vous fournissez cette donnée personnelle ? Si oui, est-ce volontaire ou automatique ?</i></p> <p><i>"Dans cet exemple, Tik Tok va par exemple collecter le texte que vous envoyez, la personne à qui vous l'envoyez, quelle est la vidéo avec laquelle vous interagissez."</i></p> <p><i>"Les données personnelles peuvent donc être collectées par des cookies. Certaines sont saisies volontairement par l'utilisateur, comme un like ou un commentaire. D'autres sont collectées automatiquement, comme l'historique de navigation. Certaines données sont considérées comme essentielles au fonctionnement du site. D'autres permettent notamment au site de nous montrer de la publicité ciblée, ce qui n'est pas essentiel.</i></p> <p><i>La très grande majorité des services en ligne collectent des données personnelles lorsque nous les utilisons."</i></p>	<p>Fiches données personnelles à découper</p> <p>Support de présentation p.11-12</p>

Actions des participants

L'animateur ou l'animatrice revient sur la situation d'Hugo et demande, *“que peut faire Hugo dans sa situation ?”*

Pour guider les élèves vers les réponses, l'animateur ou l'animatrice peut poser les questions suivantes :

“Qui peut me rappeler la définition d'un cookie ? Est-ce que tous les cookies sont essentiels au fonctionnement des sites ? Est-ce que fournir toutes ces données est obligatoire ?”

La situation de Hugo :

- Les cookies sont des fichiers qui collectent nos données
- Certains cookies sont essentiels pour le fonctionnement du service
- Il peut refuser les cookies non essentiels
- Il peut limiter l'accès à ses données

On peut aussi aller dans les paramètres pour autoriser ou interdire l'accès à nos données personnelles à certaines applications. Pareil pour choisir les cookies qui seront acceptés et ceux qui ne le seront pas.

L'animateur ou l'animatrice affiche les slides suivantes montrant **une bannière de consentement pour la collecte des données et les cookies**.

*“Quand vous naviguez sur un site web pour la première fois, on doit vous demander votre consentement pour collecter vos données. Et on doit également préciser le type de données collectées. Ces bannières de consentement vous permettent de refuser la collecte de certaines données. Elles apparaissent à chaque fois que vous vous rendez sur un nouveau site. Pour refuser les cookies contenant les données qui ne sont pas indispensables, il suffit de **cliquer sur le bouton “refuser les cookies facultatifs”**. Mais parfois, ça peut être un peu plus compliqué.”*

L'animateur ou l'animatrice passe la prochaine slide

*“Sur certaines bannières, le bouton pour refuser les cookies n'est pas toujours bien visible, ou il est remplacé par **un bouton ‘Paramétrer’**. Dans ce cas, il faut cliquer dessus, puis **refuser un par un les cookies qu'on ne veut pas accepter**. Ensuite, il faut bien cliquer sur le bouton ‘enregistrer’ car certains sites mettent plus en valeur le bouton ‘accepter tout’ pour nous inciter à accepter tous les cookies.”*

L'animateur ou l'animatrice explique que cela fonctionne un peu de la même façon avec les applications qu'on installe sur nos téléphones.

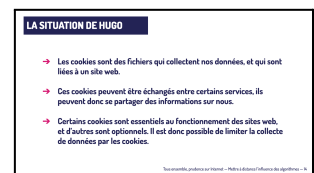
*“Par exemple sur iPhone, quand vous installez une application pour la première fois, **une petite bannière demande l'autorisation pour que l'application suive votre activité dans d'autres applications**. Si vous acceptez, c'est comme si vous acceptiez les cookies. L'application va pouvoir collecter des données sur vous quand vous passez du temps sur d'autres applications. Par contre, cette bannière de consentement n'existe pas sur Android.”*

Il est aussi possible de gérer sur nos téléphones la façon dont les applications

Matériel



Support de présentation p.13



Support de présentation p.14



Support de présentation p.15-19

Actions des participants	Matériel
<p>pourront accéder à nos données.</p> <p><i>"Depuis votre téléphone, dans vos paramètres, vous pouvez régler les différents accès que vous accordez aux applications. Dans "paramètres", rechercher "confidentialité." Vous pouvez interdire à Snapchat d'accéder à vos contacts, mais autoriser Whatsapp. Et en plus de ça, pour chacune des applications que vous utilisez, vous pouvez aller dans les paramètres de l'application pour choisir quelles données vous fournissez."</i></p> <p>L'animateur ou l'animatrice cite brièvement le chemin à suivre pour instagram.</p> <p>L'animateur ou l'animatrice précise que c'est valable pour n'importe quelle application ou site web, il est toujours possible de changer ses préférences dans les paramètres.</p>	

Activité : Algorithme de recommandation – 15 minutes

Actions des participants	Matériel
<p>L'animateur ou l'animatrice projette la situation.</p> <p>Dans son feed Instagram, Laura voit plein de vidéos de foot. Ses amis, eux, semblent en voir beaucoup moins.</p> <p>L'animateur ou l'animatrice demande aux élèves</p> <p><i>"Vous en voyez, vous, du foot, sur vos réseaux sociaux ? Ce sont les mêmes vidéos, que vous voyez ?</i></p> <p><i>"Vous avez déjà comparé les fils de vos réseaux sociaux ?</i></p> <p><i>"Pourquoi certains d'entre vous voient des vidéos de foot du PSG, d'autres de l'OL, et d'autres, pas du tout de foot ?"</i></p>	<p></p> <p>Support de présentation p.20</p>
<p>L'animateur ou l'animatrice donne les consignes et prépare l'activité en donnant les fiches "profils et recommandations".</p> <p><i>"Pour comprendre ce qui arrive à Laura, c'est vous qui allez être l'algorithme de recommandation. Par groupe de 3 ou 4, vous devrez choisir quels contenus proposer à un utilisateur.</i></p> <p><i>À droite, dans le smartphone, vous avez l'historique des publications Instagram et des vidéos YouTube avec lesquelles l'utilisateur a interagi (liké, commenté, regardé, etc.)."</i></p> <p><i>À gauche, il y a des contenus de TikTok ou d'Instagram. Lesquels allez-vous recommander à l'utilisateur ?</i></p> <p>L'animateur ou l'animatrice laisse un temps de réflexion aux élèves.</p> <p>L'animateur ou l'animatrice invite ensuite un par un les groupes à venir au tableau</p>	<p></p> <p>Support de présentation p.21-44</p>

Actions des participants	Matériel
<p>pour donner la réponse en se justifiant et en expliquant à la classe. L'animateur ou l'animatrice peut demander aux autres groupes possédant la même fiche s'ils sont d'accord avec la proposition.</p> <p>L'objectif est que les élèves fassent le rapprochement entre les données collectées (visibles dans l'historique) et les recommandations. Pour les aider, l'animateur a la possibilité de leur poser une question : "Comment avez-vous choisi ?".</p> <p>À la fin de cette activité, l'animateur ou l'animatrice explique : "la façon dont vous avez choisi les contenus à recommander, c'est justement comme ça qu'un algorithme de recommandation fonctionne. Il se base sur ce que l'utilisateur a déjà regardé ou aimé pour lui proposer des choses qui y ressemblent, susceptibles de lui plaire."</p>	 <p>Fiches profils et recommandations</p>
<p>L'animateur ou l'animatrice entre un peu plus dans les détails pour expliquer comment un algorithme choisit le contenu à recommander.</p> <p><i>"Un algorithme de recommandation commence par analyser les publications qu'un utilisateur a aimées, partagées, commentées ou regardées. C'est à ce moment-là qu'il utilise les données de l'utilisateur. Grâce à ça, il détermine les sujets qui l'intéressent. Ensuite, il regarde les contenus disponibles sur la plateforme et leur donne un score, selon le contenu avec lequel l'utilisateur a le plus interagi. Les contenus qui ont les meilleurs scores pour son profil lui seront alors proposés."</i></p> <p><i>"Les contenus recommandés sont ceux que l'utilisateur va probablement liker, commenter ou partager. S'il réagit (ou pas) à ces contenus, cela donnera encore plus d'informations à l'algorithme pour mieux comprendre ses centres d'intérêt. Et ainsi, la boucle recommence."</i></p>	 <p>Support de présentation p.45</p>
<p><i>"Les publications avec un haut score sont recommandées, mais qu'en est-il des autres publications ? Comme l'algorithme vous montre uniquement ce qui est susceptible de vous plaire, il vous montrera le même type de publication encore et encore."</i></p> <p>L'animateur ou l'animatrice montre qu'un algorithme de recommandation produit ce qu'on appelle une "bulle de filtre".</p> <p><i>"Les publications qui ont obtenu un mauvais score sont celles que l'utilisateur ne verra probablement jamais. Il ne sera exposé qu'aux sujets qui l'intéressent, ce qui fait que les autres sujets ou les opinions contraires ont peu de chances d'apparaître dans ses recommandations ou dans les contenus avec lesquels il interagit. Ce phénomène s'appelle une bulle de filtre."</i></p> <p><i>Dans une bulle de filtre, le score d'un contenu est propre à chaque utilisateur. Une vidéo avec un score de 99/100 pour vous, aura peut-être un 10/100 pour un de vos camarades.</i></p>	 <p>Support de présentation p.46</p>

Actions des participants	Matériel
<p>L'animateur ou l'animatrice revient à la situation de Laura.</p> <ul style="list-style-type: none"> → Si Laura voit beaucoup de vidéos de foot, alors que ses amis n'en voient pas autant, c'est parce qu'elle interagit (regarde jusqu'au bout, like, partage, commente...) souvent avec ce type de contenu, contrairement à eux. → Pour lui recommander des vidéos, l'algorithme se base sur ses données personnelles (Ce qu'elle aime, ce qu'elle regarde longtemps...) → Si elle veut voir moins de vidéos de foot, il faut qu'elle interagisse plus longtemps avec d'autres thématiques et moins avec les vidéos de foot pour diversifier son contenu. 	<div data-bbox="1150 383 1453 555"> <p>LA SITUATION DE LAURA</p>  <p>Dans son feed Instagram, Laura voit plein de vidéos de foot. Pourtant ses amis semblent en voir beaucoup moins.</p> </div> <div data-bbox="1150 566 1453 736"> <p>LA SITUATION DE LAURA</p> <ul style="list-style-type: none"> → L'algorithme de recommandation lui propose des contenus susceptibles de l'intéresser → L'algorithme se base sur ses données récoltées (likes, commentaires, vues...) → Si elle veut voir moins de vidéos de foot, il faut qu'elle interagisse moins avec ce type de contenus </div> <p>Support de présentation p.47-48</p>
<p>Pour introduire l'activité suivante, l'animateur ou l'animatrice peut poser cette question : <i>"L'algorithme vous montre des photos, des vidéos ou des personnes à suivre, mais qu'est ce que l'algorithme peut aussi vous montrer ? Quel type de publication, peut-il aussi y avoir sur les réseaux sociaux ?"</i></p> <p>"L'algorithme ne sert pas seulement à recommander des contenus, il est aussi utilisé pour proposer des publicités adaptées à l'utilisateur. En fait, c'est surtout pour les pubs que les algorithmes sont conçus. Le problème est que ça traite tous les contenus comme s'il s'agissait de publicités."</p>	

Analyse vidéo : Publicités ciblées — 15 minutes

Actions des participants	Matériel
<p>L'animateur ou l'animatrice pose la situation de Mialy</p> <p><i>"Mialy a consulté le prix d'une nouvelle paire d'écouteurs Bluetooth sur internet. Plus tard, en allant sur ses réseaux sociaux, elle est surprise de voir plein de publicités pour des écouteurs."</i></p> <p>L'animateur ou l'animatrice explique :</p> <p><i>"Avez-vous remarqué que les applications comme TikTok, Instagram et autres étaient gratuites ? Si les réseaux sociaux sont gratuits, c'est parce qu'ils gagnent de l'argent en nous montrant de la publicité. "</i></p>	<div data-bbox="1150 1608 1453 1780"> <p>LA SITUATION DE MIALY</p>  <p>Mialy a consulté le prix d'une nouvelle paire d'écouteurs Bluetooth sur internet. Plus tard, en allant sur ses réseaux sociaux, elle est surprise de voir plein de publicités pour des écouteurs.</p> </div> <p>Support de présentation p.49</p>

Actions des participants

L'animateur ou l'animatrice montre la vidéo au groupe et revient ensuite avec les publics, sur ce qu'ils ont vu dans la vidéo :

"Que font les applications gratuites de nos données ?

Que font les réseaux sociaux quand ils nous montrent des pubs ?

Ils nous montrent n'importe quoi ? Vous avez compris comment ce genre d'applications fait pour gagner de l'argent ?"

L'animateur ou l'animatrice explique à l'aide du schéma comment les applications font pour gagner de l'argent

Les marques, qu'on appelle des annonceurs, paient les plateformes pour diffuser leurs publicités auprès de profils d'utilisateurs spécifiques. Ces profils sont ciblés grâce aux données personnelles des utilisateurs, qui permettent de déterminer leurs centres d'intérêt. Si les publicités atteignent efficacement leur cible, les annonceurs peuvent générer des revenus, mais seulement si les utilisateurs consomment effectivement le produit.

Les réseaux sociaux gagnent de l'argent même si leurs utilisateurs n'achètent pas les produits qui leur sont montrés.

Les annonceurs paient pour montrer leurs pubs à des profils bien choisis, parce qu'ils veulent que ces personnes achètent leurs produits. Plus on voit une pub, plus on s'y habitue, et parfois, on finit par vouloir le produit. C'est ce qu'on appelle **l'effet de simple exposition**.

L'animateur ou l'animatrice entre un peu plus dans les détails en expliquant la publicité ciblée.

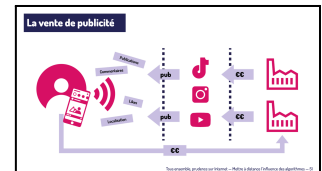
Les marques **achètent des espaces publicitaires aux plateformes**. Les pubs ne sont pas montrées à tout le monde, mais uniquement à des profils de personnes qui pourraient être intéressées par le produit. Les plateformes savent à qui montrer ces pubs grâce aux données personnelles des utilisateurs. Du coup, les annonceurs paient pour que leurs pubs apparaissent chez les personnes qui ont le plus de chances d'acheter. C'est ce qu'on appelle de **la publicité ciblée**.

Exemple O'tacos

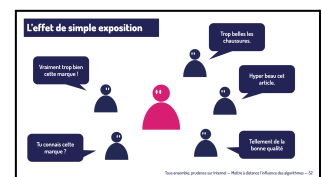
"Les annonceurs ont beaucoup à gagner avec la publicité ciblée. Comme on l'a vu dans la vidéo, ils ne montrent pas leurs pubs à n'importe qui, mais seulement aux personnes qui ont des chances d'acheter leur produit. Par exemple, prenons le cas d' O'Tacos..."

L'animateur ou l'animatrice lit et explique l'exemple de O'tacos, il revient ensuite sur le principe de simple exposition, appliquée à O'tacos.

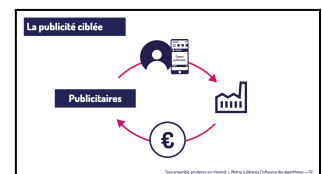
Matériel



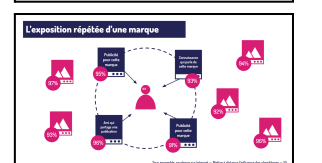
Support de présentation
p.50-51





Support de présentation p.52



Support de présentation p.53



Support de présentation
p.54-55

Actions des participants	Matériel
<p><i>“Les annonceurs ont beaucoup d'intérêts à récupérer nos données et faire de la publicité ciblée”</i></p> <p>Comme dans la vidéo, certaines applications sont gratuites et ne montrent pas de publicité. Pour gagner de l'argent, ces applications ne vendent pas d'espaces publicitaires : il n'y a pas de publicité sur nos écrans.</p> <p>Les entreprises qui font ces applications vendent directement nos données personnelles à des annonceurs pour qu'ils fassent de la publicité ciblée.</p>	 <p>Support de présentation p.56</p>
<p>L'animateur ou l'animatrice cherche à répondre à Mialy. Il rappelle la situation.</p> <p>“Comment les réseaux sociaux gagnent-ils de l'argent ?”</p> <p>“Comment les réseaux sociaux savent-ils que Mialy a envie d'écouteurs bluetooth ?”</p> <p>“Pourquoi les annonceurs font-ils de la publicité ciblée ?”</p> <p>Après avoir regardé le prix des écouteurs sur un site, elle voit plein de pubs pour des écouteurs sur ses réseaux sociaux. C'est parce que le site a collecté son intérêt pour les écouteurs, et a partagé cette donnée avec le réseau social. Il s'en sert alors pour adapter les publicités qui sont montrées à Mialy.</p> <p>Si elle veut éviter cette situation, Mialy peut :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utiliser la navigation privée lorsqu'elle effectue une recherche (sur ordinateur et sur téléphone). La navigation privée bloque les cookies tiers. - Modifier ces préférences publicitaires. Pour l'application TikTok > Paramètres et confidentialité > Publicités. En désactivant les annonces personnalisées, l'utilisateur continuera de voir de la publicité, mais celle-ci ne sera plus personnalisée en fonction de ces centres d'intérêts, de ce qu'elle a vu. Les préférences publicitaires peuvent se modifier sur les autres applications comme Snapchat et Instagram. 	 <p>Support de présentation p.57-60</p>

Conclusion de la séance — 3 minutes

Actions des participants	Matériel
<p>Conclusion</p> <p>L'animateur ou l'animatrice demande au public de résumer ce qu'il s'est passé au cours de ces séances, ce que les élèves ont retenu.</p> <p>L'animateur ou l'animatrice donne la parole aux participants, et pour chaque point abordé, leur demande à quoi ils pensent que cela leur servira, aujourd'hui, demain, plus tard...</p>	