

PLAN DE LEÇON

COMMENT ENTRAÎNER VOTRE ALGORITHME

Cette leçon fait partie de [*Utiliser, comprendre et mobiliser : Un cadre de littératie média numérique pour les écoles canadiennes*](#).



ANNÉES SCOLAIRE : 9^e année à 12^e année

A PROPOS DE L'AUTEUR : Matthew Johnson, Directeur de l'éducation, HabiloMédias

Aperçu

Dans cette leçon, les élèves découvriront les algorithmes et leur fonctionnement, en particulier les algorithmes de recommandation utilisés par des applications populaires comme YouTube, TikTok, Instagram et Netflix. Les étudiants explorent le rôle des objectifs d'optimisation tels que le temps de visionnement, l'engagement et l'utilisation active quotidienne dans la définition du contenu que les algorithmes priorisent. Grâce à des activités telles que le « red teaming », les étudiants analyseront de manière critique les inconvénients et les biais potentiels de ces objectifs d'optimisation. Les étudiants découvriront également comment former des algorithmes en fournissant à la fois des entrées

explicites par le biais d'actions comme aimer et partager, et comprendront les implications des entrées implicites recueillies à partir de leur activité en ligne. Finalement, les étudiants conçoivent leur propre algorithme pour une application de leur choix, en identifiant les objectifs pour lesquels il doit être optimisé et la manière dont ils doivent être pondérés ainsi que les entrées qu'il doit utiliser.

Résultats d'apprentissage

Grandes idées/concepts clés : Les élèves comprendront que...

Les médias sont des constructions :

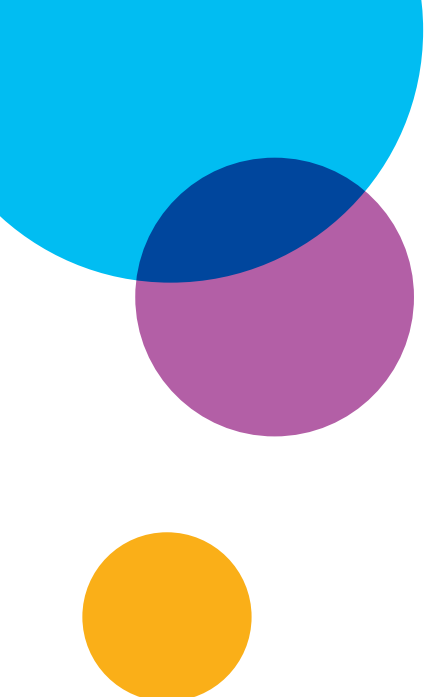
- Les algorithmes sont conçus et optimisés dans un but précis

Les médias ont des répercussions sociales et politiques :

- Les algorithmes de recommandation peuvent avoir des répercussions négatives sur les gens et la société en raison de leurs objectifs d'optimisation

Les médias ont des répercussions commerciales :

- La conception et l'optimisation des algorithmes servent à des fins commerciales telles que la maximisation du temps de visionnement et de l'engagement



Les médias numériques ont des publics inattendus :

- De nombreuses applications, sites Web et autres outils numériques recueillent des informations pendant que vous les utilisez pour les utiliser comme entrées pour leurs algorithmes.

Les expériences des médias numériques sont façonnées par les outils que nous utilisons :

- La façon dont les algorithmes sont conçus et optimisés influence la façon dont nous utilisons une application ou un outil
- Il est possible de « former » consciemment des algorithmes pour influencer le contenu qu'ils diffusent

Questions clés :

- Comment fonctionnent les algorithmes?
- Quelles sont certaines des implications de leur fonctionnement?
- Comment pouvons-nous les utiliser de manière plus consciente et plus attentive?

Connaissances essentielles : Les étudiants sauront...

Lecture des médias : Fonctionnement des algorithmes de recommandation, y compris les objectifs d'optimisation et les entrées explicites et implicites

Sensibilisation des consommateurs : Objectifs commerciaux des objectifs d'optimisation des algorithmes

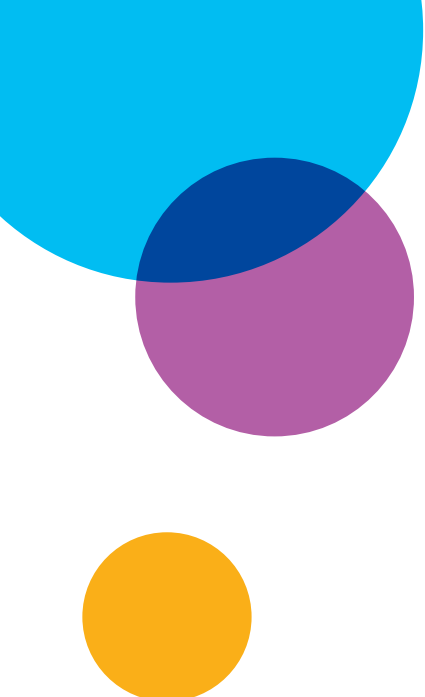
Confidentialité et sécurité : Collecte de données personnelles à utiliser comme données implicites

Tâches de rendement : Les étudiants seront capables de...

Accès : Rechercher et utiliser les paramètres de confidentialité

Utilisation : rafraîchir et personnaliser l'algorithme de recommandation d'une application

Comprendre : analyser les implications et les impacts potentiels des algorithmes, leurs objectifs d'optimisation et leurs entrées



S'engager : identifier les dangers potentiels des algorithmes de recommandation, prendre des mesures pour utiliser les algorithmes de manière plus consciente et concevoir un algorithme qui atténuerait ces dangers

Résultats adaptés aux étudiants :

Nous apprendrons comment fonctionnent les algorithmes et les systèmes de recommandation, quels sont leurs objectifs d'optimisation, et nous découvrirons des termes clés tels que « algorithme », « objectif d'optimisation » et « entrée implicite ».

Nous réfléchirons à l'impact social, politique et commercial des algorithmes, à la manière dont ils collectent et utilisent nos données, et à la manière dont nous pouvons les utiliser de manière plus réfléchie.

Nous trouverons et utiliserons les paramètres de confidentialité, personnalisons les recommandations des applications, analyserons les effets des algorithmes et concevrons des moyens de réduire les dommages potentiels causés par les systèmes de recommandation.

Préparation

- Assurez-vous que vous êtes capable d'afficher les vidéos intégrées

Procédure

Commencez par demander aux élèves :

- Quelle est la dernière vidéo que vous avez regardée?
- L'avez-vous choisi ou l'avez-vous regardé parce qu'il vous a été recommandé par un algorithme?

Demandez aux élèves ce qu'ils pensent qu'est un algorithme de recommandation. Assurez-vous d'abord qu'ils comprennent le terme « algorithme » et que les algorithmes trient les données afin de trouver des modèles et de faire des prédictions et des recommandations.

Expliquez aux élèves qu'une grande partie de ce que nous voyons en ligne, y compris les vidéos, provient d'algorithmes de recommandation tels que la barre Up Next de YouTube, la page For You de TikTok et l'onglet Story d'Instagram.

- Sept vues sur dix sur YouTube proviennent de la barre Up Next
- Plus de neuf vues sur dix sur TikTok proviennent de la page Pour vous.

OPTIMISATION DES ALGORITHMES

Expliquez aux élèves que les algorithmes ne sont pas programmés comme des programmes informatiques classiques. Au lieu de cela, ils sont formés sur des données, puis optimisés pour un objectif particulier. Cela signifie qu'ils se testent constamment pour voir dans quelle mesure ils réussissent à atteindre cet objectif, puis apportent des modifications pour mieux y parvenir.

Par exemple, l'algorithme de Netflix est optimisé pour vous aider à trouver quelque chose que vous voulez regarder en moins de 90 secondes. Il fait ce tri et ce choix de vignettes, comme l'a montré la dernière activité.

Demandez aux élèves de penser à une autre application qu'ils connaissent et qui utilise des recommandations algorithmiques. (Exemples : TikTok, Instagram, YouTube, Spotify.)

Distribuez le document intitulé *Optimisation des algorithmes* et passez en revue les différents objectifs d'optimisation. (Précisez qu'il ne s'agit pas là des seuls objectifs possibles, mais qu'ils sont parmi les plus courants.)

Ensuite, demandez-leur de classer les objectifs d'optimisation en fonction de ceux qu'ils jugent les plus importants pour l'application ou le site Web. (Vous pouvez leur demander de le faire individuellement, en paires ou en petits groupes.)

- Si les élèves ont de la difficulté à classer les objectifs, demandez-leur de réfléchir à ce que l'algorithme récompense. Par exemple :
- S'il vous montre plus de vidéos longues et moins de vidéos courtes, il essaie d'augmenter le temps de visionnage.
- Si ça te montre des choses qui t'énervent, ça essaie de stimuler l'engagement.
- Si vous craignez de manquer des choses lorsque vous êtes absent trop longtemps, essayez d'augmenter votre utilisation active quotidienne.

Demandez aux élèves de partager leur classement avec la classe :

Comment ont-ils décidé de leur classement?

- Les étudiants (ou les groupes) qui ont évalué la même application ont-ils classé les objectifs de manière similaire?
- Si c'est le cas, qu'est-ce qui rend si clair à quoi l'application est destinée?
- Si ce n'est pas le cas, pourquoi ne sont-ils pas d'accord?

LE PROBLÈME DU DÉMARRAGE À FROID

Expliquez aux élèves que les objectifs d'optimisation ne représentent que la moitié de la façon dont les algorithmes prennent des décisions sur ce qu'ils doivent vous montrer.

L'autre moitié correspond à vos entrées : ce que l'algorithme sait de vous. Par exemple, si l'algorithme est optimisé pour le temps de visionnement, il doit savoir ce qui vous incitera à regarder plus longtemps.

Il existe deux types d'entrées : explicites et implicites. Les entrées explicites sont celles que vous savez que vous donnez à l'algorithme, tandis que les entrées implicites sont celles que vous ne savez pas que vous envoyez. Ces témoins proviennent de l'application ou du site Web qui surveille ce que vous faites ou obtient des renseignements vous concernant de quelqu'un d'autre. Par exemple, YouTube pourrait utiliser votre historique de recherche Google, car ils appartiennent à la même société. D'autres applications ou sites Web peuvent acheter des renseignements auprès de courtiers en données.

Distribuez le document intitulé *Le problème du démarrage à froid*. Passez en revue les données d'entrée et précisez qu'il ne s'agit en aucun cas de toutes les données d'entrée utilisées par les algorithmes, mais simplement de quelques exemples.

Une fois que les élèves ont trié les entrées en entrées explicites et implicites, demandez :

- Pouvez-vous penser à d'autres entrées explicites? (Rappelez-leur qu'une entrée explicite est une information qu'ils savent qu'ils envoient.)
- Pouvez-vous penser à des entrées implicites? (Si quelqu'un pouvait voir tout ce que vous faites sur votre téléphone ou votre ordinateur, qu'est-ce qu'il saurait de vous?)

- Y a-t-il des renseignements implicites qu'ils ne se sentent pas à l'aise de voir connaître par les applications, les sites Web ou les annonceurs?
- Pourquoi les algorithmes pourraient-ils s'appuyer davantage sur des entrées implicites plutôt que sur des entrées explicites?

Après que les élèves ont discuté pendant quelques minutes, expliquez que les algorithmes s'appuient sur des entrées implicites pour surmonter le problème de démarrage à froid. Cela signifie simplement que lorsque vous commencez à utiliser quelque chose qui a des recommandations algorithmiques, l'algorithme ne sait pas grand-chose de vous, donc ses recommandations ne sont pas très précises.

Plus ils utilisent d'entrées implicites, plus vite l'algorithme devient précis : s'il vous a déjà semblé qu'une application pouvait « lire dans vos pensées » ou vous connaître mieux que vous-même, cela signifie probablement qu'elle utilisait beaucoup d'entrées implicites.

Comme le dit le service de diffusion de musique Spotify aux annonceurs : « Plus ils diffusent, plus nous en apprenons. »

L'ÉQUIPE ROUGE

Dites maintenant aux élèves qu'ils vont réfléchir à la manière dont les objectifs d'optimisation que vous et les entrées explicites et implicites que vous venez de discuter pourraient mal tourner de la même manière. Ils y parviendront grâce à un exercice appelé « red teaming ». Une « équipe rouge » est un groupe au sein d'une entreprise, d'un gouvernement ou d'une autre organisation dont le travail consiste à deviner ce qui pourrait mal tourner avec un plan.

Distribuez le document intitulé *L'Équipe rouge*.

Divisez la classe en paires ou en petits groupes. Demandez à chaque paire ou groupe de choisir l'un des sujets abordés dans les exercices précédents :

- Durée de visionnement : Essayer de faire en sorte que les utilisateurs regardent autant de vidéos que possible.
- Engagement : Amener les utilisateurs à aimer, commenter et répondre à autant de vidéos que possible.
- Adhérence : Essayer de s'assurer que les utilisateurs continuent à regarder des vidéos au lieu de quitter la plateforme.

- Viralité : Encourager les utilisateurs à partager les vidéos qu'ils regardent avec le plus grand nombre.
- Utilisation active quotidienne : Encourager les utilisateurs à partager les vidéos qu'ils regardent avec le plus de personnes possibles.
- Entrées implicites : collecte d'informations que l'utilisateur ne sait pas qu'il envoie et utilisation de ces informations pour décider quoi recommander.

(Plusieurs paires ou groupes peuvent travailler sur chaque objectif).

Ensuite, demandez aux élèves de travailler en paires ou en groupes pour identifier tous les problèmes, risques ou inconvénients possibles liés au fait de parler aux chatbots comme s'ils étaient de vraies personnes. Cela devrait être fait à la manière d'un remue-méninge, en écrivant autant de pensées que possible aussi rapidement que possible plutôt que de développer chacune d'elles.

Après cinq minutes, demandez-leur de penser à un défi supplémentaire :

Une fois que les personnes qui créent des vidéos savent à quoi sert l'application, elles modifieront les vidéos qu'elles créent pour essayer de « jouer » avec l'algorithme. Quels effets cela pourrait-il avoir?

Donnez aux élèves trois à cinq minutes de plus pour réfléchir aux implications de l'invite de défi et noter tous les autres problèmes auxquels ils peuvent penser.

Demandez à tous les binômes ou groupes de partager les résultats pour établir une liste principale de « l'équipe rouge » pour chaque objectif d'optimisation.

COMMENT ENTRAÎNER VOTRE ALGORITHME

Passez en revue les listes principales de « l'équipe rouge » avec la classe, afin que chacun connaisse tous les problèmes qui ont été identifiés avec chaque objectif d'optimisation.

Demandez-leur s'ils peuvent penser à des exemples où les objectifs d'optimisation d'une application ou d'un site Web se sont retournés contre eux ou ont mené à de mauvais résultats. Vous pouvez les inciter à le faire avec ces exemples :

- L'optimisation de YouTube pour le temps de visionnement a mené à des vidéos de plus en plus longues
- L'optimisation de Snapchat pour une utilisation quotidienne a amené les gens à passer une heure chaque jour à envoyer des photos vierges juste pour maintenir leurs séquences
- Différents sites optimisant la viralité ont fait en sorte que les « fausses nouvelles » se propagent plus largement que les vraies.
- D'autres sites optimisant l'engagement ont recommandé des publications extrêmes, offensantes et harcelantes plutôt que des publications plus civiles.

Alors demandez :

Repensez à l'application vidéo que vous avez analysée. Maintenant que vous connaissez certaines des préoccupations concernant les différentes choses pour lesquelles une application peut être optimisée, êtes-vous d'accord avec le classement de ses objectifs d'optimisation?

Pourquoi ou pourquoi pas?

Ensuite, demandez aux élèves de penser à d'autres objectifs d'optimisation que les algorithmes pourraient viser. Vous pouvez inciter les élèves à citer ces exemples :

- Précision
- Civilité (favoriser les interactions positives entre les utilisateurs)
- Diversité (ne pas vous montrer trop de la même chose)

Une fois que les élèves ont discuté de ces questions pendant quelques minutes, expliquez-leur que même si on ne peut pas toujours influencer les algorithmes pour lesquels ils sont optimisés, on peut souvent entraîner nos algorithmes à nous montrer davantage ce qu'on veut et moins ce qu'on ne veut pas.

Distribuez le document intitulé *Comment entraîner votre algorithme* et diffusez la [vidéo](#). Demandez aux élèves de répondre aux questions posées dans la vidéo.

Dites aux élèves que vous allez maintenant essayer d'entraîner consciemment l'algorithme d'une application.

Vous pouvez demander aux élèves de faire cette activité individuellement ou en petits groupes, ou vous pouvez la faire ensemble en classe.

Si les étudiants le font individuellement ou en petits groupes, lisez les instructions du chapitre étudiant Formation algorithmique. Les étudiants peuvent rafraîchir et former leurs comptes TikTok, Instagram ou YouTube s'ils en possèdent un. S'ils n'ont pas de compte sur l'une de ces applications, ou ne veulent pas que l'application oublie ce qu'elle sait déjà à leur sujet, vous pouvez les connecter à ce compte YouTube :

Adresse courriel : Tamealgorithm@gmail.com

Mot de passe : Gmsh2tyae!

Si vous le faites ensemble en classe, utilisez le compte YouTube ci-dessus et suivez les instructions suivantes sur un projecteur numérique ou un tableau blanc numérique :

- Allez sur [Myactivity.google.com](https://myactivity.google.com)
- Cliquez ou appuyez sur Historique YouTube
- Cliquez ou appuyez sur DÉACTIVER

RÉINVENTER LES RECOMMANDATIONS

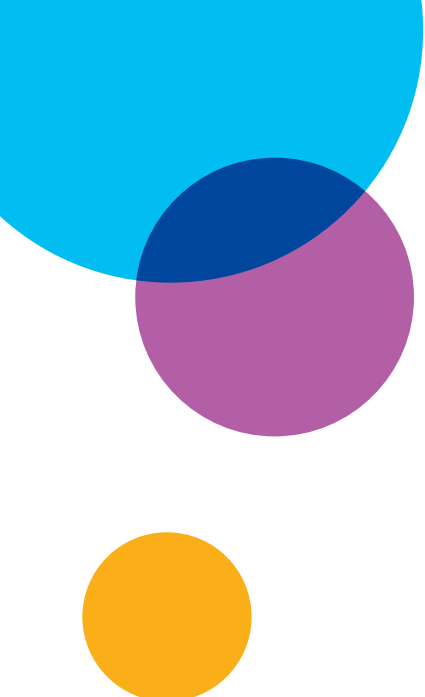
Dites aux élèves que maintenant qu'ils savent comment former les algorithmes que leurs applications utilisent déjà, il est temps de réfléchir à la manière dont ces algorithmes devraient fonctionner.

Distribuez le document *Réinventer les recommandations* et passez en revue le travail à réaliser avec la classe :

Demandez aux élèves d'utiliser l'outil interactif pour choisir soit un type d'application (par exemple, une application vidéo, un réseau social ou un moteur de recherche) ou une application qui existe déjà (YouTube, Instagram, Google, etc.) et de concevoir comment ils pensent que son algorithme devrait fonctionner.

Leur mission devrait comprendre :

Ils estiment que l'algorithme devrait avoir au moins **trois objectifs d'optimisation**. Assurez-vous que les élèves comprennent qu'ils ne sont pas limités aux objectifs d'optimisation discutés en classe et rappelez-



leur certains des objectifs d'optimisation alternatifs qu'ils ont évoqués. Ils doivent classer ces objectifs d'optimisation par poids (leur importance pour le classement de l'algorithme) et expliquer pourquoi ils ont choisi chacun d'eux et pourquoi ils lui ont attribué ce rang.

Au moins trois entrées auxquelles ils pensent que l'algorithme devrait porter attention. Ces derniers ne se limitent pas non plus à ceux abordés en classe ; les étudiants peuvent utiliser n'importe quel moyen par lequel les utilisateurs peuvent envoyer des informations aux plateformes. Pour chacun d'eux, ils doivent identifier s'il s'agit d'une entrée explicite ou implicite et expliquer pourquoi ils pensent que l'algorithme devrait y porter attention.

COMMENT ENTRAÎNER VOTRE ALGORITHME



Optimisation des algorithmes

.....

Pensez à une application qui inclut des vidéos et qui recommande et trie des choses pour vous.

Lisez les différents objectifs d'optimisation ci-dessous. 2.

- Durée de visionnage : Essayer de faire en sorte que les utilisateurs regardent le plus possible chaque vidéo.
- L'accroche : Essayer de faire en sorte que les utilisateurs continuent à regarder des vidéos au lieu de quitter la plateforme.
- Viralité : Encourager les utilisateurs à partager les vidéos qu'ils regardent avec le plus grand nombre de personnes possible. 3.
- Engagement : Inciter les utilisateurs à aimer, commenter et répondre à autant de vidéos que possible.
- Utilisation active quotidienne : Encourager les utilisateurs à partager les vidéos qu'ils regardent avec le plus grand nombre de personnes possible. 4.

Ensuite, classez-les en fonction de ce qui, selon vous, est le plus optimisé. Soyez prêt à expliquer votre classement en classe.

1.

5.

COMMENT ENTRAÎNER VOTRE ALGORITHME



Le problème du démarrage à froid

.....

Les objectifs d'optimisation ne représentent que la moitié de la façon dont les algorithmes prennent des décisions sur ce qu'ils doivent vous montrer.

L'autre moitié correspond à vos entrées : ce que l'algorithme sait de vous.

Il existe deux types d'entrées : *explicites* et *implicites*.

Les entrées explicites sont celles que vous *savez que* vous donnez à l'algorithme.

Les entrées implicites sont celles que vous *ne savez pas* que vous donnez.

Regardez les exemples ci-dessous et triez-les en entrées **explicites** et **implicites**.

- Laisser un commentaire sur une vidéo
- Dernière vidéo visionnée
- Cliquer ou appuyer sur le bouton « J'aime »
- Votre historique de visionnage
- Votre historique de recherche
- La durée pendant laquelle vous regardez une vidéo

ENTRÉES EXPLICITES	ENTRÉES IMPLICITES

COMMENT ENTRAÎNER VOTRE ALGORITHME



L'équipe rouge

.....

Une « équipe rouge » est un groupe qui essaie de deviner ce qui pourrait mal tourner avec un plan. Pour ce faire, ils pensent à tous les *problèmes, risques* ou *inconvenients* auxquels ils peuvent penser.

Vous allez faire un exercice d'équipe rouge pour trouver les risques possibles de **l'un** des objectifs d'optimisation dont on vient de parler :

- **Durée de visionnement** : Essayer de faire en sorte que les utilisateurs regardent autant de vidéos que possible.
- **Engagement** : Amener les utilisateurs à aimer, commenter et répondre à autant de vidéos que possible.
- **Adhérence** : Essayer de s'assurer que les utilisateurs continuent à regarder des vidéos au lieu de quitter la plateforme.

- **Viralité** : Encourager les utilisateurs à partager les vidéos qu'ils regardent avec le plus grand nombre.
- **Utilisation active quotidienne** : Encourager les utilisateurs à partager les vidéos qu'ils regardent avec le plus de personnes possibles.

Prenez quelques minutes pour noter tous les *problèmes, risques* ou *inconvenients* possibles de cet objectif d'optimisation auxquels vous pouvez penser.

COMMENT ENTRAÎNER VOTRE ALGORITHME



Entraîner votre algorithme : Questions

.....

Regardez la vidéo « Comment entraîner votre algorithme » (<https://www.youtube.com/watch?v=qmKEnYO1mAA>) et répondez aux questions suivantes :

Comment les algorithmes décident-ils de ce qu'ils vont vous montrer?

- a) Ils émettent des hypothèses en se basant sur ce qu'ils savent de vous
- b) Ils émettent des hypothèses en se basant sur ce qu'ils pensent savoir de vous
- c) Ils vous montrent ce qu'ils veulent que vous regardiez
- d) Ils vous montrent toujours les vidéos les plus populaires

Selon la vidéo, quelle est la première étape pour entraîner votre algorithme?

- a) Regarder davantage de vidéos
- b) Repartir de zéro en utilisant les paramètres de confidentialité
- c) Partager davantage de contenu
- d) Créer plusieurs comptes

Quel est le principal avantage de l'entraînement de votre algorithme?

- a) Il aide les créateurs de contenu à obtenir plus de vues et d'abonnés.
- b) Il réduit la quantité de données collectées sur votre activité en ligne.
- c) Cela garantit que seul le contenu correspondant à vos valeurs vous est proposé.
- d) Cela augmente la probabilité que l'on vous propose des contenus qui vous plaisent

En quoi le fait de regarder une vidéo jusqu'à la fin influence-t-il l'algorithme?

- a) Cela indique que vous souhaitez voir davantage de contenus de ce type
- b) Cela n'a aucun effet sur l'algorithme
- c) Cela indique à l'algorithme de moins afficher ce contenu
- d) Cela perturbe l'algorithme

COMMENT ENTRAÎNER VOTRE ALGORITHME



Entraîner votre algorithme : Réponses

.....

Regardez la vidéo « Comment entraîner votre algorithme » (<https://www.youtube.com/watch?v=qmKENYO1mAA>) et répondez aux questions suivantes :

Comment les algorithmes décident-ils de ce qu'ils vont vous montrer?

- a) Ils émettent des hypothèses en se basant sur ce qu'ils savent de vous
- b) Ils émettent des hypothèses en se basant sur ce qu'ils pensent savoir de vous**
- c) Ils vous montrent ce qu'ils veulent que vous regardiez
- d) Ils vous montrent toujours les vidéos les plus populaires

Selon la vidéo, quelle est la première étape pour entraîner votre algorithme?

- a) Regarder davantage de vidéos
- b) Repartir de zéro en utilisant les paramètres de confidentialité**
- c) Partager davantage de contenu
- d) Créer plusieurs comptes

Quel est le principal avantage de l'entraînement de votre algorithme?

- a) Il aide les créateurs de contenu à obtenir plus de vues et d'abonnés.
- b) Il réduit la quantité de données collectées sur votre activité en ligne.
- c) Cela garantit que seul le contenu correspondant à vos valeurs vous est proposé.
- d) Cela augmente la probabilité que l'on vous propose des contenus qui vous plaisent**

En quoi le fait de regarder une vidéo jusqu'à la fin influence-t-il l'algorithme?

- a) Cela indique que vous souhaitez voir davantage de contenus de ce type**
- b) Cela n'a aucun effet sur l'algorithme
- c) Cela indique à l'algorithme de moins afficher ce contenu
- d) Cela perturbe l'algorithme

COMMENT ENTRAÎNER VOTRE ALGORITHME



Formation algorithmique

.....

Vous pouvez maintenant essayer d'entraîner l'une de vos applications pour qu'elle vous montre une seule chose.

Voici comment faire en sorte que différentes applications et plateformes oublient ce qu'elles savent de vous :

TIKTOK

- Commencez par vous rendre sur votre profil
- Appuyez ou cliquez sur les trois lignes en haut à droite
- Cliquez ou appuyez sur « Paramètres » (Confidentialité et paramètres)
- Cliquez ou appuyez sur Préférences de contenu
- Sélectionnez Rafraîchir votre flux Pour vous
- Cliquez ou appuyez sur Actualiser.

INSTAGRAM

- Appuyez sur l'icône de votre profil (en bas à droite de l'écran)
- Appuyez sur l'icône du menu (les trois lignes en haut à droite)
- Cliquez ou appuyez sur « Préférences de contenu »
- Cliquez ou appuyez sur « Réinitialiser les suggestions de contenu »
- Cliquez ou appuyez sur « Suivant », puis sur « Réinitialiser les suggestions de contenu »

YOUTUBE

- Allez sur [Myactivity.google.com](https://myactivity.google.com)
- Cliquez ou appuyez sur Historique YouTube
- Cliquez ou appuyez sur DÉSACTIVÉR

Vous pouvez maintenant commencer à réentraîner consciemment votre algorithme :

Essayez de faire en sorte que l'application ne vous montre qu'un seul type de contenu : toutes les vidéos de chats, par exemple.

- Combien de temps ça prend?
- Qu'est-ce qui fonctionne le mieux : aimer les vidéos, les regarder jusqu'au bout ou autre chose?

S'il vous propose des options pour les commentaires négatifs, comme les boutons « Pas intéressé » ou « Ne pas recommander », testez leur efficacité pour éliminer le contenu que vous ne voulez pas voir.

COMMENT ENTRAÎNER VOTRE ALGORITHME



Réinventer les recommandations

.....

Vous avez appris ce que vous pouvez faire **maintenant** pour former les algorithmes que les applications utilisent déjà.

Réfléchissons maintenant à la manière dont ces algorithmes **devraient** fonctionner. 2.

En utilisant le formulaire ci-dessous, indiquez soit un type d'application (par exemple, une application vidéo, un réseau social ou un moteur de recherche) soit une application qui existe déjà (YouTube, Instagram, Google, etc.) : 3.

Suivant:

OBJECTIFS D'OPTIMISATION

Notez au moins **trois** objectifs d'optimisation que, selon vous, l'algorithme devrait avoir. Il ne s'agit **pas** nécessairement des objectifs d'optimisation dont on a parlé en classe.

- 1.
- 2.
- 3.

Classez ces objectifs d'optimisation par **poids** (leur importance pour le classement de l'algorithme). Pour chaque objectif, expliquez pourquoi vous l'avez choisi et pourquoi vous lui avez attribué ce rang.

- 1.

ENTRÉES

Notez au moins **trois** entrées auxquelles, selon vous, l'algorithme devrait porter attention. Il **n'est pas** nécessaire que ce soient des entrées dont nous avons discuté en classe. Il peut s'agir de n'importe quel moyen par lequel un utilisateur peut envoyer des informations à l'algorithme. Pour chacun, identifiez s'il s'agit d'une entrée **explicite** ou **implicite** et expliquez **pourquoi vous croyez que l'algorithme devrait y porter attention.**

- 1.
- 2.
- 3.