

9<sup>ÈME</sup> RENCONTRE INTERPROFESSIONNELLE DES ACTEURS DU LIVRE

## ***VOIR ET FAIRE VOIR LE LIVRE EN 2017***

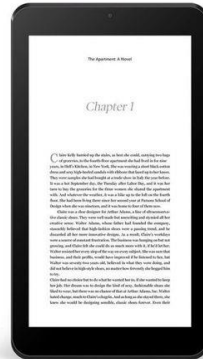
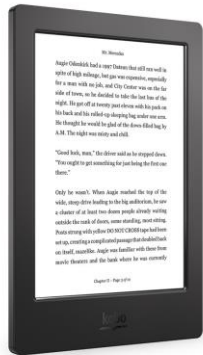
un événement organisé par



Fenwick McKelvey  
*L'internet des objets*



# L'Internet des objets



COMME  
L'Internet<sup>v</sup> des objets

code

algorithmes

COMME

L'Internet<sup>v</sup> des objets

A.I.

bots

télécommunications à culture



# Découvrabilité

## **Surround (cercle / entourer):**

Une présentation de choix à l'écran

“Leviers”:

Design graphique

Advertising (publicité)

l'autopromotion

## **Vector (vecteur):**

Trajectoires créées par des interfaces algorithmiques et des recommandations

“Leviers”:

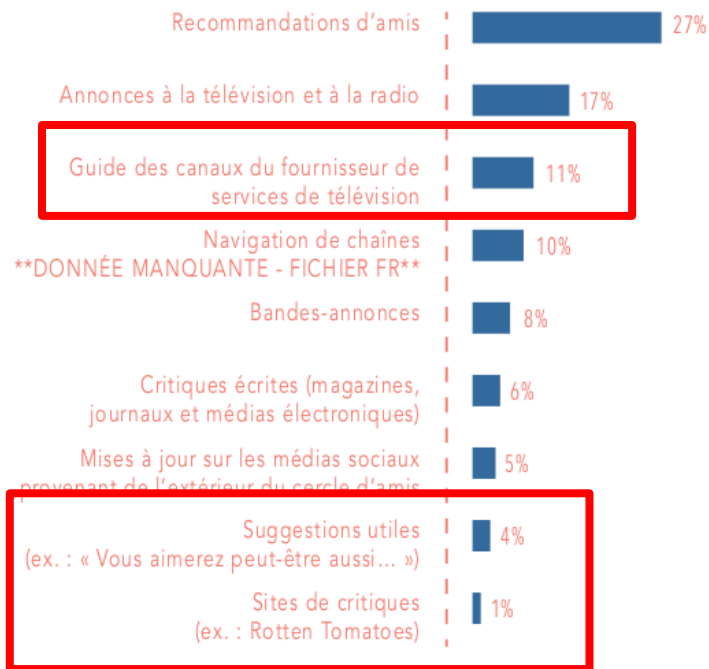
User-generated content

Algorithmes & bots

Deep learning

## MÉTHODES DE DÉCOUVERTE

% de Canadiens 18 ans + ayant affirmé que c'était leur méthode principale



Source : OTM, Rapport sur la découvrabilité et la télévision – marché canadien, printemps 2016

## METHODS OF DISCOVERY

% of Canadians 18+ who said it was their main method



Source: MTM Discoverability and TV Report – Canadian Market, Spring 2016

# Méthodes de découverte par télévision

	2014		2015	
	Revenue \$Millions	Market Share	Revenue \$Millions	Market Share
Google	1896.5	50	2302	50
Facebook	535	14.1	757.5	16.5
Torstar	126	3.3	125.9	2.7
Postmedia	8	2.3	97.7	2.1
Quebecor	82.7	2.2	88.7	1.9
Power Corp	32.6	0.9	16.2	0.4
Globe & Mail	24.7	0.7	19.9	0.4
Rogers	20.1	0.5	16.7	0.4
Groupe Capitales			12.7	0.3
Total \$ (Mills)	3793		4604	
CR4	69.7		71.3	
HHI	2721.6		2786.9	

Internet Advertising: Revenue (millions), Market Shares and Concentration Scores, 2014 and 2015



Brittney Helmrich  
Edit Profile

- FAVORITES
- News Feed
- Messages
- Events
- Sale Groups

- APPS
- Games
- Find Friends
- Photos
- Suggest Edits
- Pokes
- Saved

- PAGES
- Pages Feed
- Like Pages
- Create Page

- GROUPS
- Create Group

Update Status | Add Photos/Video | Create Photo Album

What's on your mind?

Friends | Post

Recommandations d'amis

<<Newsfeed>>

Suggestions utils

<<Trending>>

# Trending Algorithm

## **“Do people select topics?”**

No. Topics are selected by an algorithm and are reviewed by a team to ensure they represent real-world events. The Quality Review guidelines can be found [here](#).”

## ***Les usagers choisissent-ils leur sujet ?***

*Non, les sujets sont choisis par un algorithme et une équipe s’assure qu’ils représentent bien des événements réels. Le guide d’évaluation de la qualité se trouve ici.*

## **“Everyone in the same region sees the same topics**

Lastly, the list of which topics are trending on Facebook will no longer be personalized based on someone’s interests. Everyone in the same region will see the same topics. This is designed to help make sure people don’t miss important topics being discussed on Facebook that might not show up in their News Feed.”

## ***Toutes les personnes d’une même région voient les mêmes sujets***

*Enfin, la liste des sujets populaires sur Facebook ne sera plus personnalisée en fonction des intérêts d’une personne. Toutes les personnes d’une même région auront accès aux mêmes sujets. On s’assure ainsi que les gens ne manquent pas de sujets importants discutés sur Facebook et qui risquent de ne pas apparaître dans leurs fils de nouvelles.*

See: <http://newsroom.fb.com/news/2017/01/continuing-our-updates-to-trending/>

# Newsfeed Algorithm

## “FRIENDS AND FAMILY COME FIRST

Facebook was built on the idea of connecting people with their friends and family. That is still the driving principle of News Feed today. Our top priority is keeping you connected to the people, places and things you want to be connected to — starting with the people you are friends with on Facebook. That’s why if it’s from your friends, it’s in your feed, period — you just have to scroll down. To help make sure you don’t miss the friends and family posts you are likely to care about, we put those posts toward the top of your News Feed. We learn from you and adapt over time. For example, if you tend to like photos from your sister, we’ll start putting her posts closer to the top of your feed so you won’t miss what she posted while you were away.”

### ***Les amis et la famille d’abord***

*Facebook a été conçu dans l’idée de connecter les gens avec leurs amis et leur famille. C’est toujours le principe du fil de nouvelles aujourd’hui. Notre priorité est d’assurer votre lien avec les gens, les lieux et les choses avec lesquelles vous voulez être connectés – en commençant par vos amis Facebook. C’est pourquoi, ce qui vient de vos amis est dans votre fil – vous n’avez qu’à dérouler vers le bas. Pour être sûr que vous ne ratez pas les statuts de vos amis et de votre famille qui sont susceptibles de vous intéresser, nous les plaçons en haut de votre fil. Nous apprenons de vous et nous nous adaptons avec le temps. Par exemple, si vous aimez les photos de votre sœur, nous les mettrons plus près du haut de votre fil de nouvelles pour que vous ne ratiez pas ce qu’elle a posté pendant que vous étiez parti.*

Source: <https://newsroom.fb.com/news/2016/06/building-a-better-news-feed-for-you/>

# Les stratégies de la découvrabilité

1. Platform-specific production (e.g. aesthlete like [Brad Troemel](#))
2. Ubiquitous search-engine optimization (clickbait)
3. “Connective media”
4. Probing implications of regions (geographic, linguistic on Facebook)