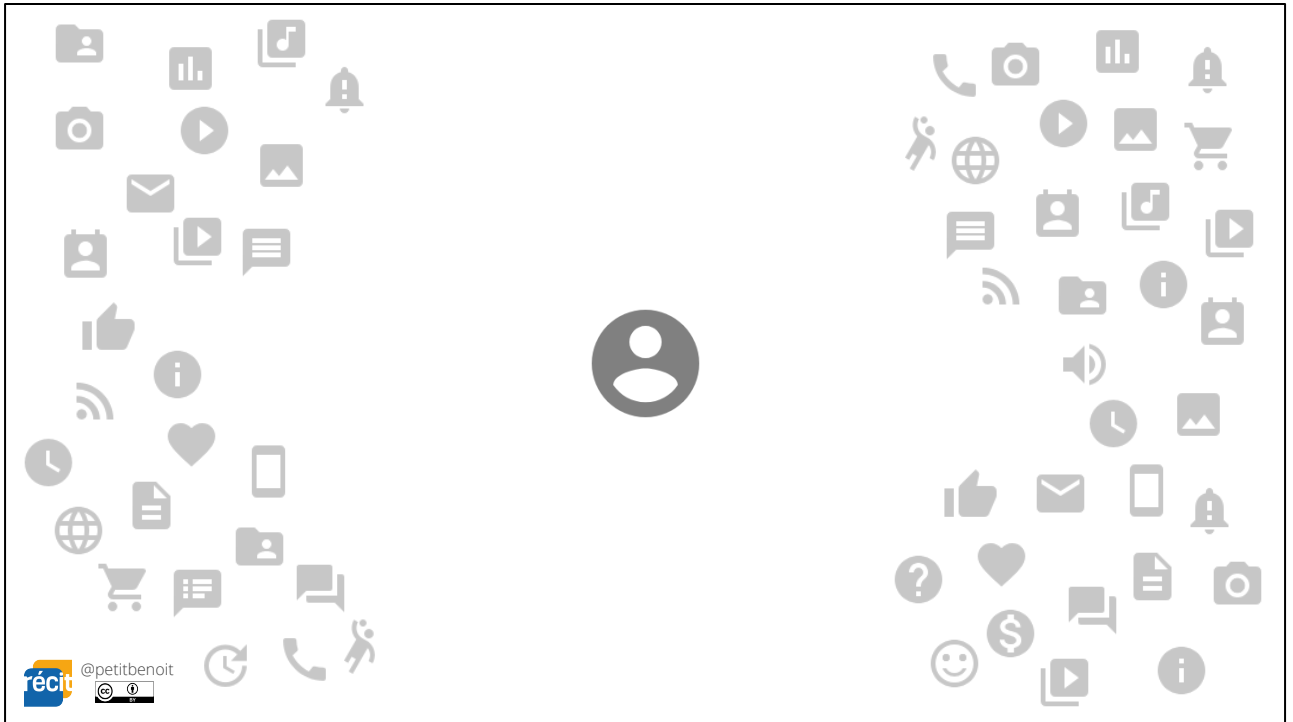


*Bulle de filtres
VS
chambre d'écho*

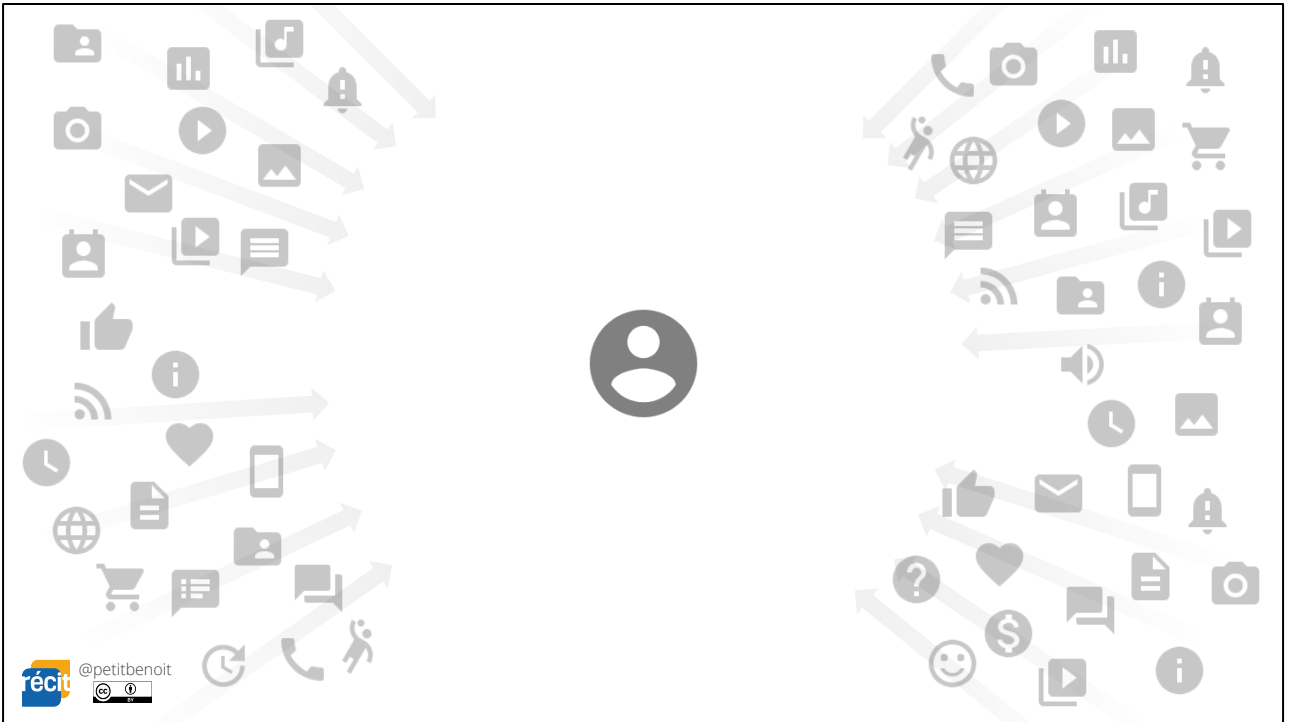
Le numérique fait émerger des phénomènes qui lui sont propres. Deux d'entre eux se nomment la « bulle de filtres » et la « chambre d'écho ». Cette présentation vise à mettre en lumière des ressemblances et des différences entre ces deux concepts. Les commentaires de la présentation offrent des explications et des ressources supplémentaires.



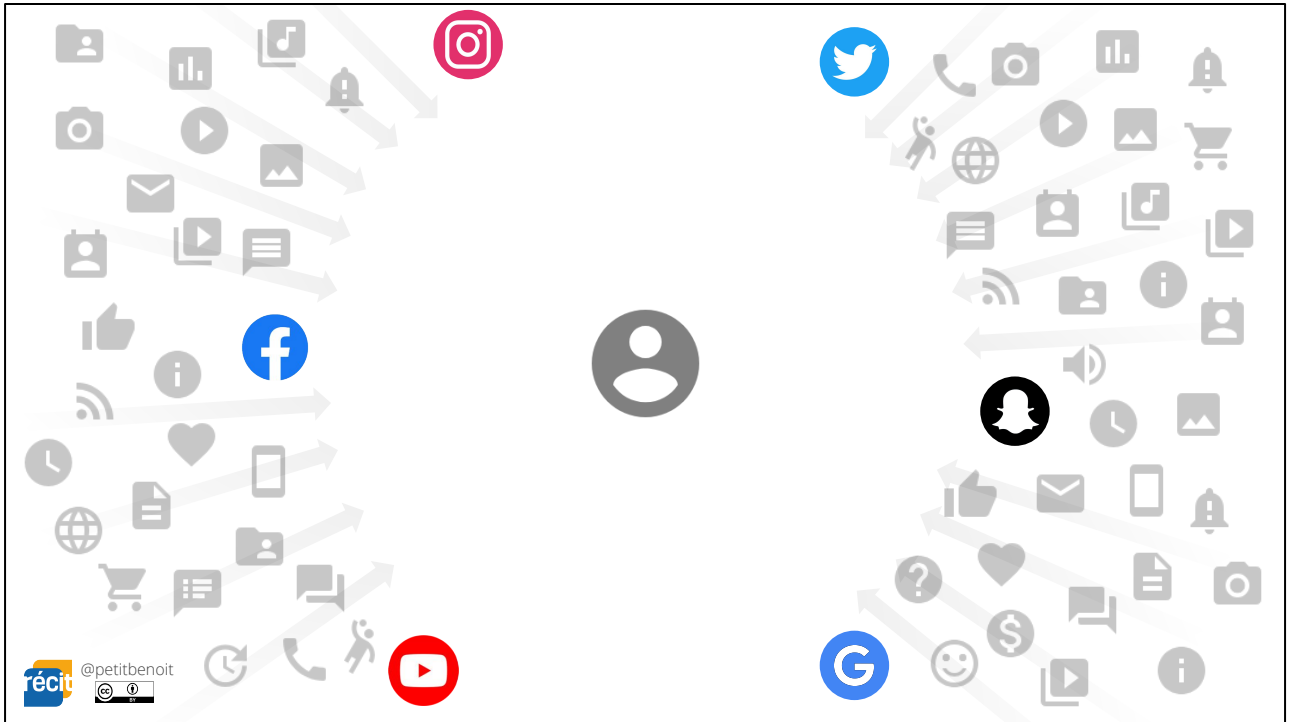
Chacun d'entre nous a besoin d'information.



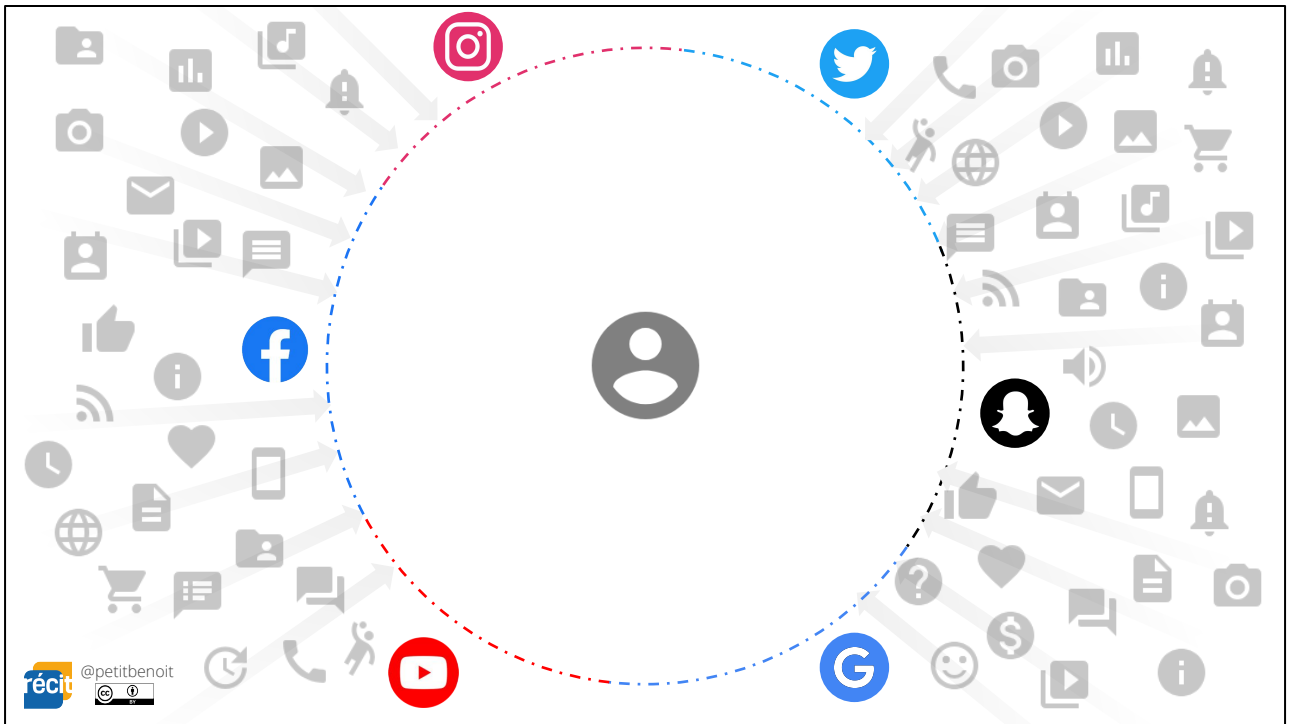
Le numérique nous donne accès à une quantité gigantesque d'informations si bien que notre cerveau à lui seul ne peut parvenir à trier, classer et gérer ces données.



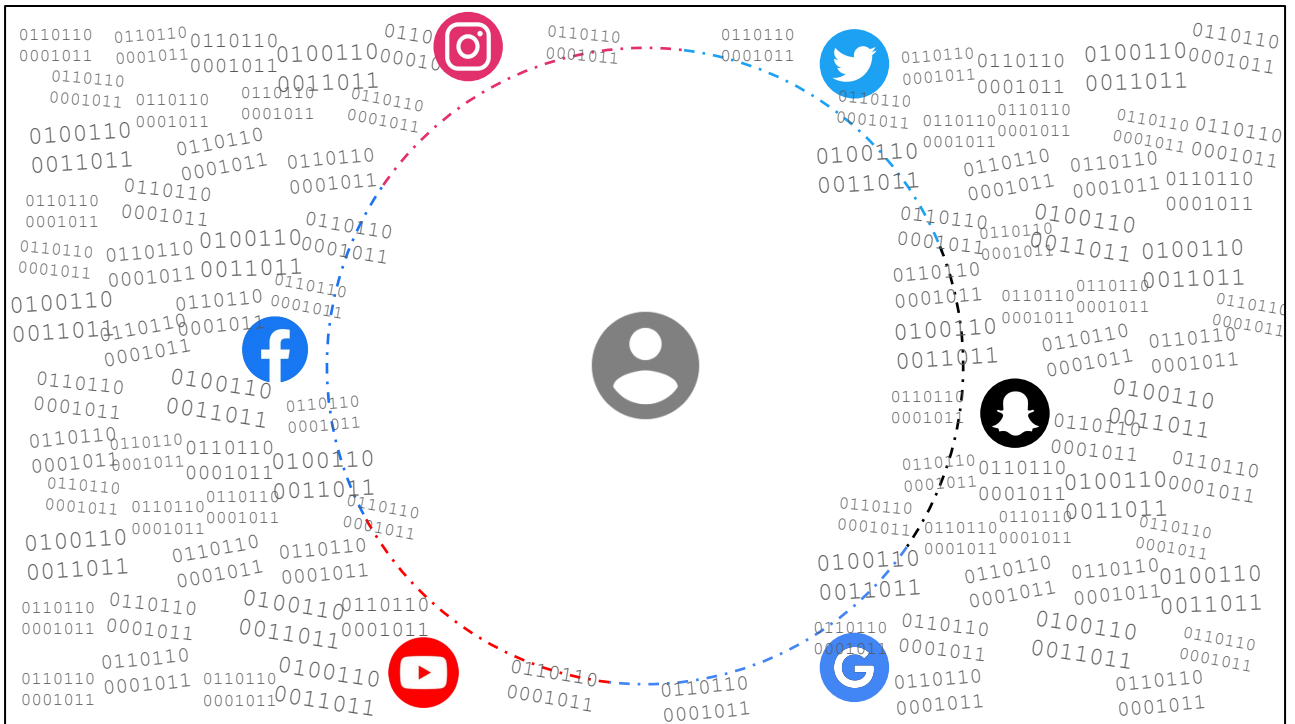
Ces données numériques sont programmées pour chercher à nous atteindre de la manière la plus efficace possible.



Pour accéder à cette information, nous utilisons une diversité d'appareils numériques et d'applications.

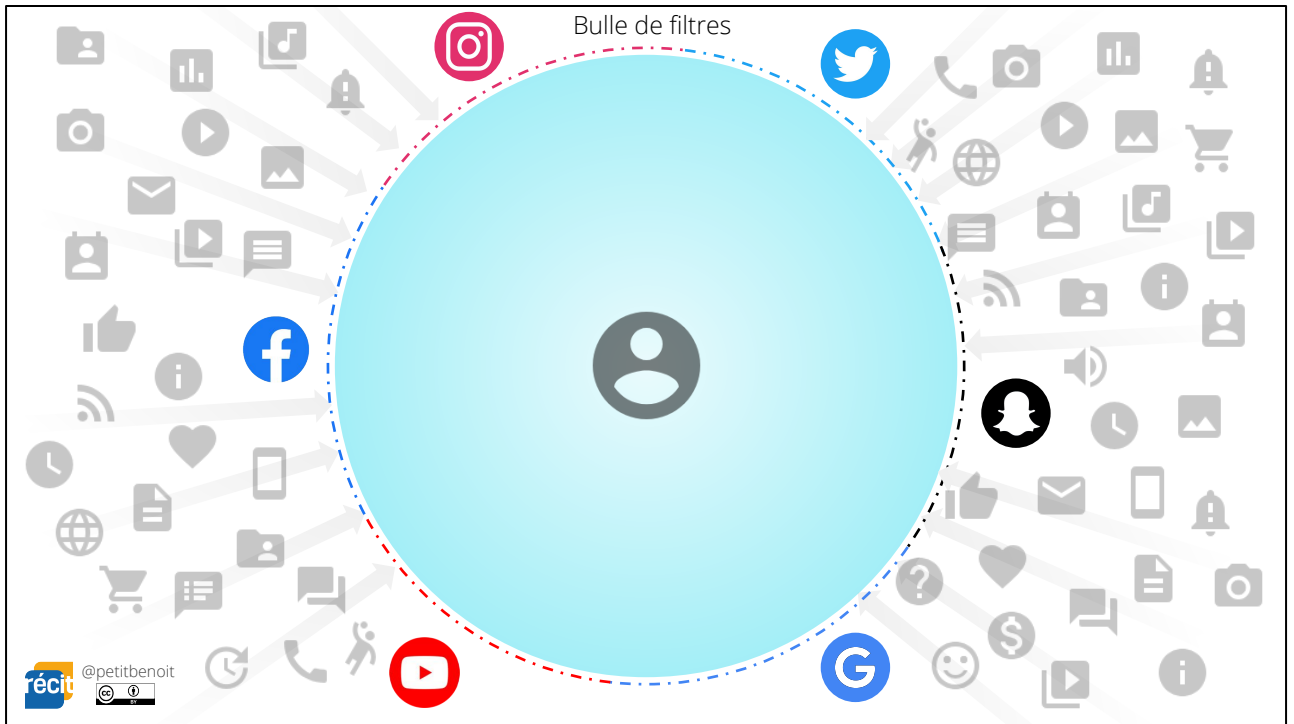


Ces outils agissent à la manière d'un tamis. Ils filtrent l'information afin de nous aider à trouver la plus pertinente pour répondre à nos besoins.

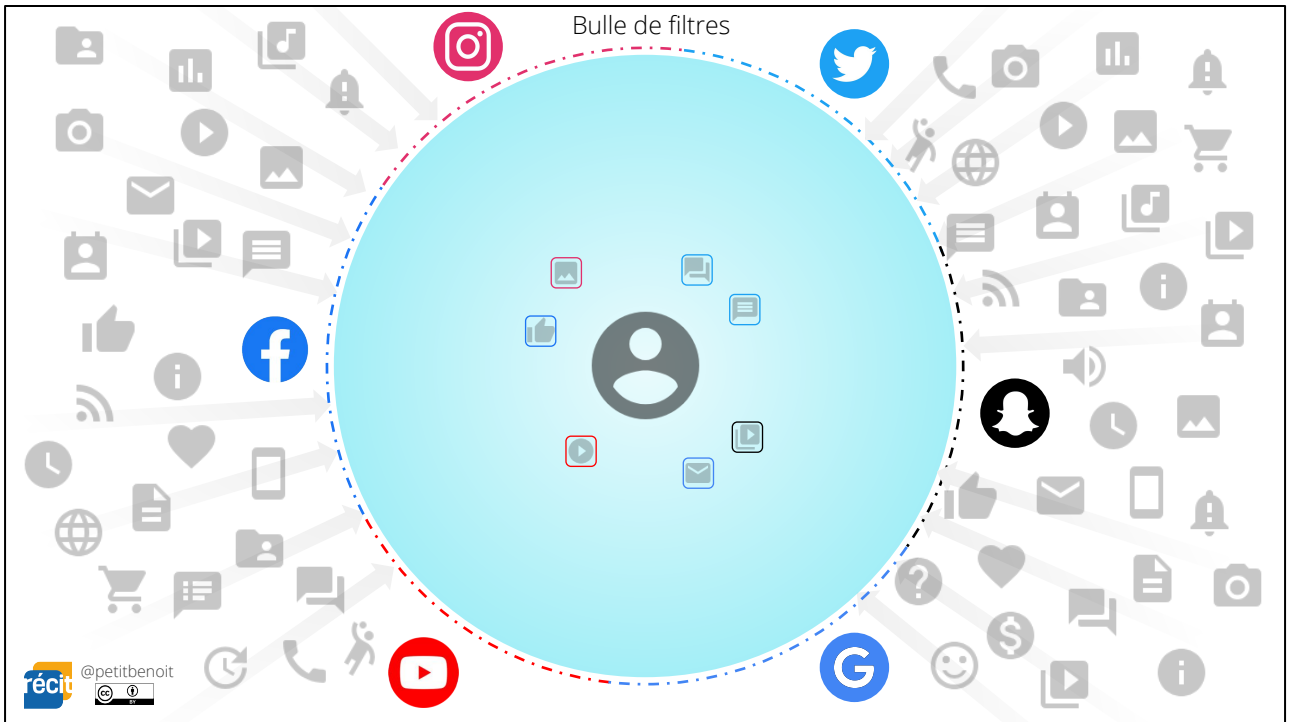


Ces outils fonctionnent à l'aide d'algorithmes programmés pour filtrer cette information. Ils utilisent différentes technologies pour collecter des données à partir de nos actions numériques comme des témoins aussi appelés « cookies » (fichier stocké sur nos appareils collectant des données sur nos actions), le croisement des données que nous enregistrons dans nos comptes (courriels, documents, photos, vidéo, calendrier, etc.), les données générées par les capteurs de nos appareils (GPS, caméra, micro, altimètre, accélérateur, etc.) Ces algorithmes prennent en compte l'ensemble de nos actions numériques pour déterminer les critères de discrimination de l'information qui nous est acheminée. Ils peuvent être influencés par diverses intentions à caractères économique, social ou autres. Leur programmation vise également à nous faire vivre une expérience satisfaisante, nous exposer à des contenus qui nous plaisent, qui nous intéressent, bref pour faire en sorte que nous passions le plus de temps possible à les utiliser. Pour en savoir plus sur le fonctionnement des algorithmes programmés pour garder notre attention, visionnez :

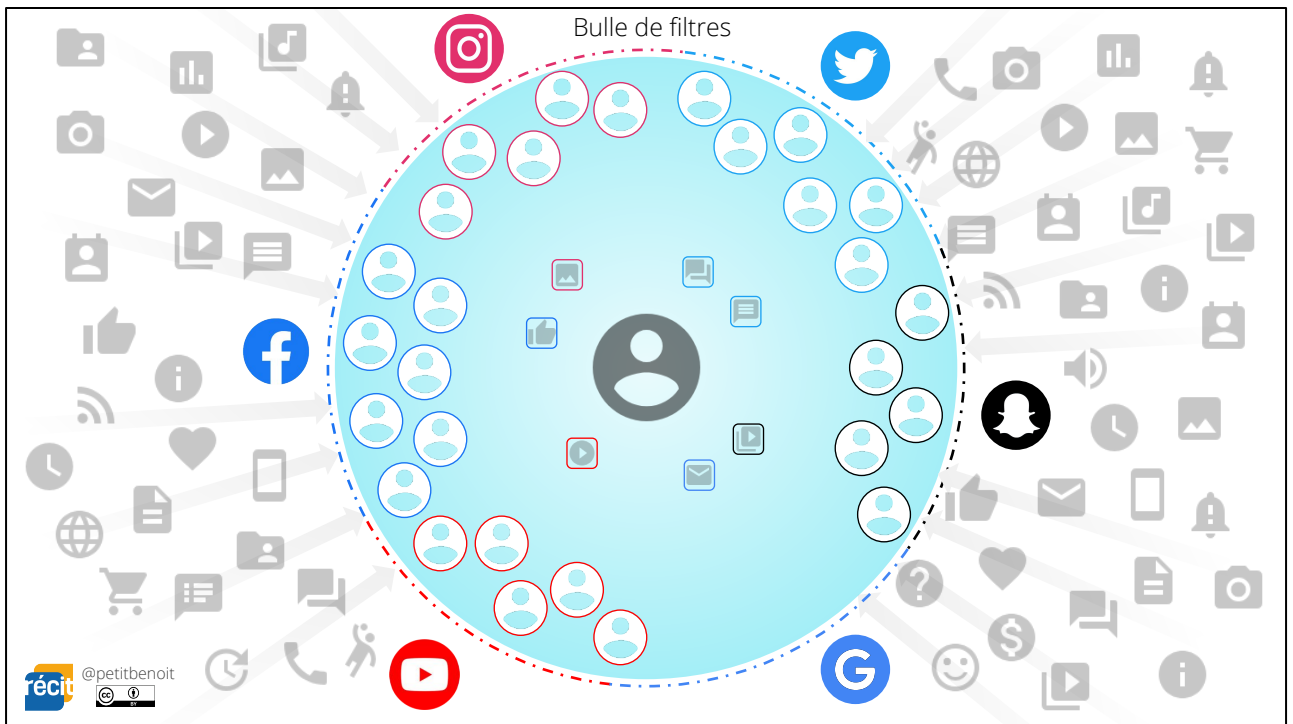
- [Entrevue avec Normand Landry](#) de la Teluq à propos des algorithmes de personnalisation (1 min. 18 sec.)
- [Comment Fornite a conquis ses joueurs](#) (53 min. 40 sec.)



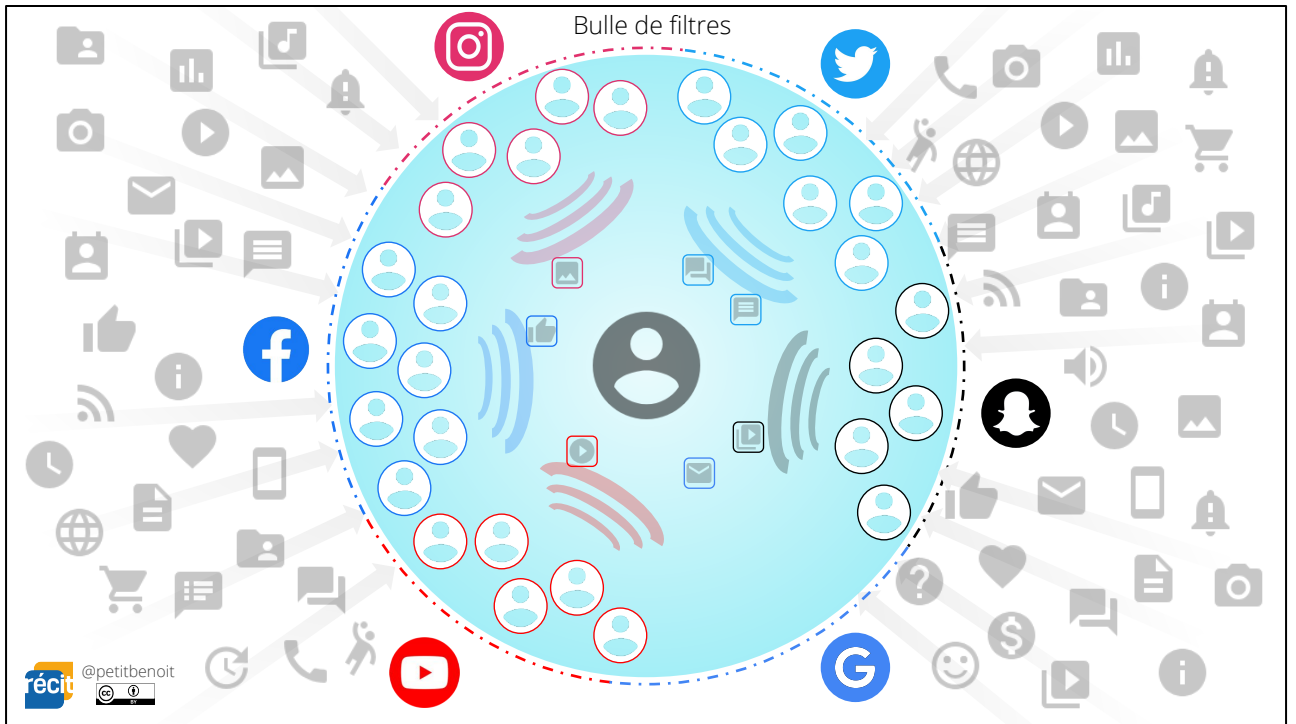
Cela crée le phénomène appelé « bulle de filtres ».



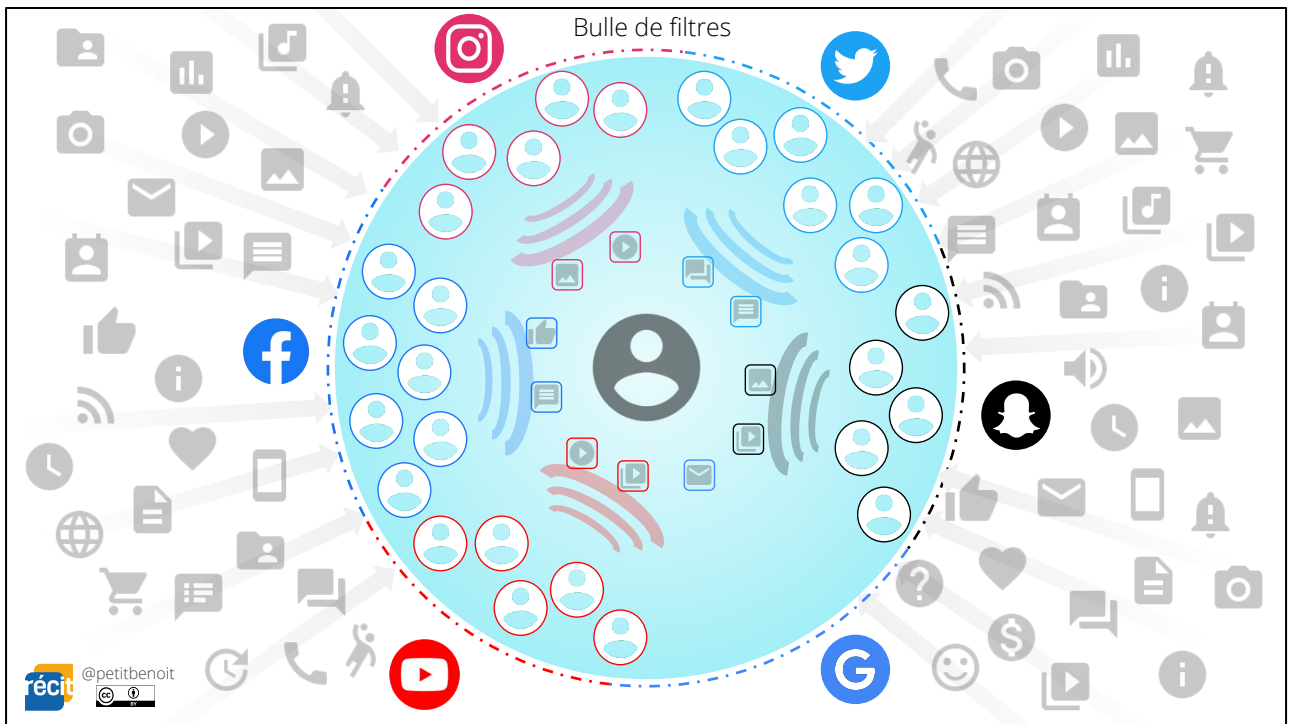
Cette bulle de filtre est donc influencée par les différents outils que nous utilisons et chacun d'eux fait appel à un modèle économique qui lui permet de financer ses activités. La plupart d'entre eux utilisent de la publicité ciblée qui tient compte de nos intérêts et donc de nos actions numériques pour nous présenter des contenus commerciaux susceptibles de nous intéresser, voire de passer à l'action. Évidemment, ce ne sont pas les seuls critères de discrimination, on souhaite que notre expérience soit positive. Pour en savoir plus à propos du fonctionnement de la publicité dans l'espace numérique : [Quand la pub vous traque.](#)



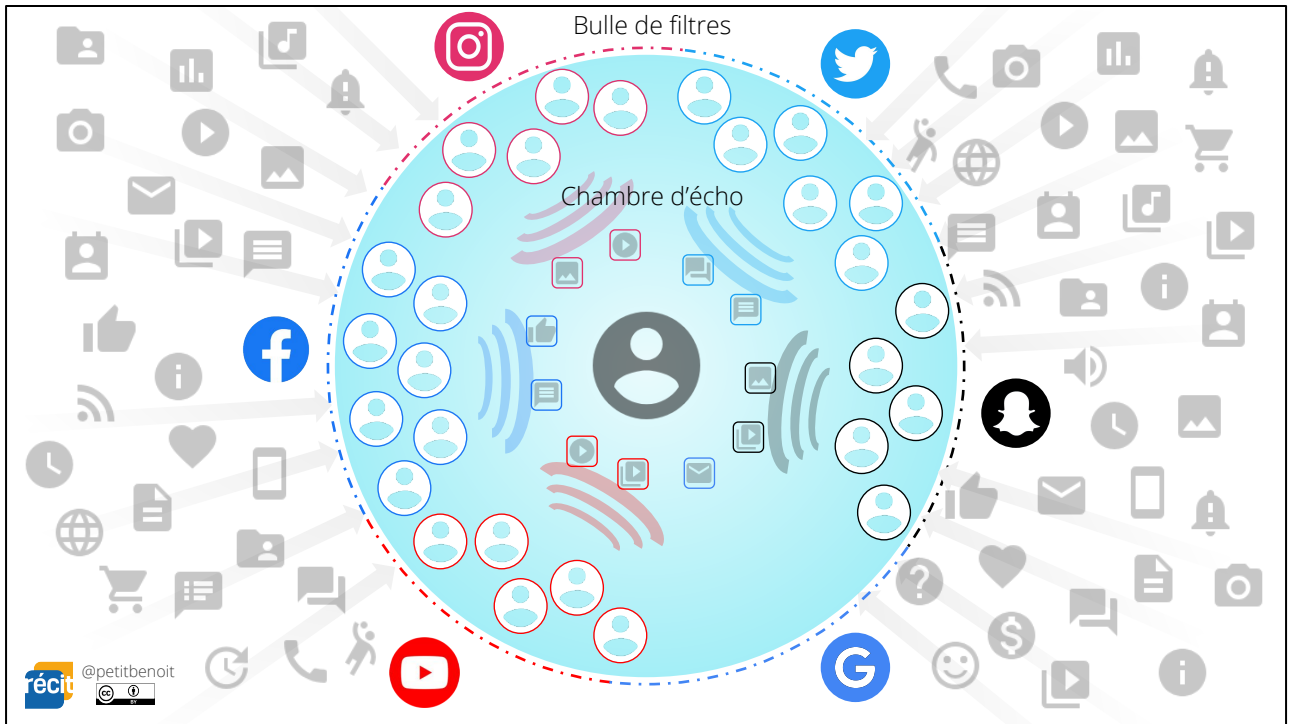
Plusieurs de ces outils numériques comportent une dimension sociale. Bien des applications nous proposent de nous créer un réseau de contacts, d'abonnés, de membres, etc. Ces réseaux socionumériques nous mettent en contact avec des personnes de notre entourage, de notre famille et nous propose des personnes ayant des intérêts communs aux nôtres. Cela engendre des interactions sociales qui amènent une autre couche de filtres dits sociaux.



Ces filtres sociaux, parce que basés sur nos intérêts, engendrent un effet d'écho par l'approbation sociale, le partage des mêmes informations, etc.



Cet écho social a souvent tendance à nous exposer à des informations qui sont de plus en plus similaires et ont comme effet de nous conforter dans nos goûts, nos intérêts, nos points de vue, etc. C'est donc un effet de concentration de l'information. Le revers de ce phénomène est de nous couper partiellement de points de vue différents des nôtres, d'information qui ne correspond pas à nos goûts ou à nos intérêts.



Ce phénomène est appelé la « chambre d'écho ».

Bulle de filtres
VS
chambre d'écho



Version sombre
monurl.ca/filtress

Pour consulter la version sombre de cette animation, suivez ce lien :
<https://monurl.ca/filtress>