

Xavier **Delengaigne**



Organiser sa **veille** sur **Internet**

Au-delà de Google...

Outils et astuces pour le professionnel

© Groupe Eyrolles, 2012, ISBN : 978-2-212-13295-3

EYROLLES

Avant-propos

« Être bien informé, ce n'est pas savoir un petit peu sur tout, mais tout savoir sur peu – à condition que ce peu soit essentiel. »

Pierre Bourgault

Ce livre aurait pu recevoir comme sous-titre « Les carnets de la vigie ». En effet, à l'image d'une vigie sur un bateau, c'est-à-dire l'homme d'équipage en charge de veiller en haut du mât, l'internaute à la recherche d'informations sur le Web doit pouvoir acquérir une vision de loin et posséder un œil aguerri pour découvrir de nouvelles terres de connaissance. Avec l'expérience, la recherche d'informations se formalisera sous forme de veille.

Qu'est-ce que la veille ?

« La veille est un processus informationnel volontariste à travers lequel l'on recherche des informations à caractère anticipatif concernant l'évolution d'une activité, de connaissances ou d'un environnement particulier. L'objectif de la veille est de déceler des opportunités et de réduire les risques liés à la non-maîtrise de l'avenir. » (Source : <http://www.cyber-strategie.com/ressources/utilite.html>.)

La veille ne représente pas simplement une activité pour se tenir au courant. Elle remplit désormais une mission à part entière présente dans la plupart des emplois professionnels. Rechercher (et trouver !) de l'information sur le Web nécessite toutefois des compétences certaines dans différents domaines : outils de recherche et leur syntaxe, évaluation et validation de l'information, organisation et classement des résultats, etc.

Enfin, au-delà des besoins du seul veilleur, les possibilités de diffusion de l'information et de collecte collaborative ont été décuplées par l'apparition d'un Web plus social, propre à les encourager.

À qui s'adresse ce livre et quel est son objectif ?

Ce livre n'est pas destiné au professionnel de la veille ou de la documentation, déjà rodé à ces thématiques et disposant d'outils et de techniques plus élaborés. Il ne se veut pas non plus être une bible exhaustive des outils de veille disponibles en ligne. Plus simplement, il présente des principes de base, quelques astuces et conseils, et surtout, une sélection de logiciels utiles, à notre avis, pour le professionnel amené, quel que soit son domaine d'activité, à effectuer une veille régulière sur Internet, sans pour autant y avoir été formé.

Bien souvent, en effet, nous nous retrouvons fort dépourvus face au nombre de logiciels disponibles sur le Web, à cette avalanche d'applications souvent gratuites, chacune d'elles présentant des fonctionnalités toutes plus intéressantes les unes que les autres. Les essayer toutes représenterait un temps considérable. Ce livre vous aidera à faire votre choix.

Par ailleurs, face au flux continu de données que le Web charrie, nous devons plus que jamais mettre en place des filtres, afin de nous y retrouver face à l'abondance d'informations disponibles. Ces filtres peuvent revêtir plusieurs formes, qu'ils soient techniques (grâce à des outils informatiques) ou cognitifs.

Plus que jamais, nous devons organiser le Web pour lui donner du sens. Là encore, des méthodes existent, de la folksonomie – qui est un classement par mots-clés (*tags*) – à la cartographie de l'information.

Ainsi, cet ouvrage présente plusieurs méthodes et de nombreux outils pour appréhender la complexité d'une recherche efficace. Vous pourrez piocher au fil de vos besoins dans cette boîte à outils, à conserver toujours à portée de main lorsque vous lancez une recherche sur Internet. En bref, ce livre devrait répondre aux besoins décelés par Jean-Yves Prax : « Apportez-moi l'information dont j'ai besoin au moment où j'en ai besoin. » (Source : <http://www.slideshare.net/hulot/traiter-partager-diffuser-et-capitaliser-sa-veille.>)

Comment ce livre est-il structuré ?

La veille s'articule autour de quatre axes principaux, que cet ouvrage reprend comme fil conducteur :

- la préparation de sa veille ;
- la collecte des données ;
- le traitement et l'organisation des informations ;
- la diffusion de l'information.

Ce livre n'est pas, en effet, construit sur une catégorisation des outils de recherche ; il s'articule autour de l'expérience de l'utilisateur, c'est-à-dire vous.

Dans la première partie (chapitres 1 à 3), vous allez vous familiariser avec les bons outils et les bonnes méthodes pour se lancer dans une veille efficace. Vous apprendrez notamment à bâtir un plan de veille.

La deuxième partie est consacrée à la collecte des données (chapitres 4 à 10). Cette activité représente le cœur d'un système de veille.

Toutefois, de nombreux veilleurs en herbe se cantonnent à cet aspect sans aller plus loin, à savoir sans véritablement analyser leurs trouvailles. La troi-

sième partie (chapitres 11 à 16) est donc dédiée à l'analyse, au traitement et au stockage des données collectées. Nous verrons notamment comment vérifier une information puisée sur le Web.

Enfin, la quatrième partie (chapitres 17 à 20) traite de la diffusion des résultats d'une veille. En fonction de nos besoins, nous pourrions cibler la diffusion de ces résultats et nous nous appuyerions notamment sur les réseaux sociaux en ligne pour bâtir une véritable communauté autour de notre veille.

Remerciements

Merci à Karine Joly pour son implication dans ce projet.

Table des matières

PREMIÈRE PARTIE

PRÉPARER SA VEILLE 1

1. LE WEB, UN TERRITOIRE À EXPLORER 3

Le Web, une application Internet • 4

- Internet : un réseau de réseaux • 4
- Internet et Web : quelles différences ? • 5
- Les évolutions du Web • 7
 - Le Web dit 2.0 • 7
 - Vers un Web sémantique ? • 8

Qui produit du contenu sur le Web ? • 8

- Le règne des experts • 8
- L'expert, c'est vous... ou presque • 9
- L'explosion des sources de données • 9
- Le Web pourvoyeur d'infobésité ? • 10

Topologie du Web : question de forme ou de fond ? • 10

- Jusqu'à où s'étend le Web ? • 11
- Les sites « traditionnels » • 12
 - Sites vitrines d'une entreprise ou d'une organisation • 12
 - Les sites institutionnels, garants de la parole officielle • 13
 - Les bibliothèques et bases de connaissances • 13
 - Vers une éducation en ligne • 15
 - Les sites personnels : une réalité encore bien présente sur le Web • 15
- Les sites d'e-commerce ont le vent en poupe • 15
- La migration à marche forcée des médias traditionnels • 15
- En avant pour le Web social • 16
 - Réseaux sociaux, pour le meilleur et pour le pire • 16
 - Les plates-formes de partage de contenus • 18
 - Expression libre : du journal intime au blog • 20
 - Dans l'air du temps : le microblogging • 21

- Le wiki : une écriture à plusieurs mains • 22
- Votez pour votre préféré : les Digg-like • 22
- Les forums • 22
- Les plates-formes de commentaires • 23
- Les plates-formes d'agrégation • 23
- Les jeux en ligne • 23
- Les outils de recherche • 24
 - Les moteurs de recherche • 24
 - Les annuaires • 24
 - Les métamoteurs • 25

2. BIEN PRÉPARER SA RECHERCHE 27

Deux méthodes de recherche sur le Web • 30

- Bien choisir ses mots-clés • 30
 - Exemple : dessiner la carte mentale de votre recherche par mots-clés • 32
- Constituer ses sources • 33

Mettre en place un plan de veille • 35

- Définir les objectifs • 35
- Circonscrire le périmètre • 36
- Déterminer les sources d'informations • 36
- Suivre sa veille à l'aide d'un tableau de bord • 36
 - Un tableau de bord sous forme de carte • 37
- Cas pratique : un plan de veille e-marketing • 38

Outils : se doter d'un véritable système d'information personnel • 43

- Outils en ligne ou en local ? • 43
- Le kit de survie du veilleur sur Internet • 44
 - La messagerie • 45
 - Le lecteur de flux RSS • 46
 - Le gestionnaire de favoris • 46
 - Le gestionnaire de tâches • 46

3. BIEN S'OUTILLER POUR CHERCHER SUR LE WEB 47

Firefox, le navigateur aux multiples extensions • 48

- Liquid Information ou l'hypertexte total • 48
 - Hypertexte total : le concept d'information liquide • 49
 - Une extension qui ne paye pas de mine • 49
 - Un menu contextuel enrichi • 50
 - Lancer des recherches sur les moteurs • 51
 - Partager ses trouvailles • 51
 - Paramétrer Liquid Information • 52
- S'approprier le Web grâce aux scripts Greasemonkey • 53
- Raccourcir une URL en un clic • 53
 - TinyURL • 54

- Google Short Links • 54
- Exploiter les vidéos • 55
 - DownloadHelper • 55
 - Sothink SWF Catcher • 56

Les portails, véritables bureaux virtuels • 57

- Netvibes, un portail complet • 57
- iGoogle, la page personnalisable de Google • 58
- Symbaloo, simplifier sa page d'accueil • 59
 - Un bureau virtuel et personnalisable façon iPhone • 60
 - Modifier les flux RSS • 61
 - Partager son bureau • 61
 - Créer des webmix • 62

Les bookmarklets, pour se faciliter le Web • 62

- Où trouver des bookmarklets ? • 63
- Exemples de bookmarklets • 63
 - Rechercher sur un site en particulier avec Search Site • 63
 - Démasquer le plagiat avec ConvoTrack • 64
 - Faciliter la lecture sur écran avec Readability • 64
- Gérer au mieux ses bookmarklets • 64

Capitaliser ses trouvailles avec les cartes mentales • 65

- Visualiser ses favoris web • 67
- Élaborer des cartes de capitalisation • 67

DEUXIÈME PARTIE

COLLECTER DES DONNÉES 71

4. LA PUISSANCE DES MOTEURS DE RECHERCHE 73

Comment fonctionne un moteur de recherche ? • 74

- Indexation des pages • 74
- Analyse et classement des résultats • 74
 - Pondération des mots-clés • 75
 - Indices de confiance et de popularité • 75

Interroger un moteur de recherche • 76

- Comprendre les opérateurs booléens • 77
 - Bâtir une requête complexe • 78
 - Les opérateurs qui fonctionnent avec Google • 79

Typologie des moteurs • 81

L'incontournable Google • 83

- Comment rechercher efficacement avec Google ? • 84
 - Les astuces pour chercher sur Google • 84
 - Personnaliser ses résultats • 85

Tester les nouveautés de Google • 86

Les rivaux de Google • 87

Bing, le moteur de Microsoft • 87

Yahoo! toujours dans la course • 88

Les moteurs de recherche spécialisés • 89

Les métamoteurs • 89

Les moteurs de recherche sémantique • 91

Les moteurs de recherche en temps réel • 92

Les moteurs visuels : des résultats en un clin d'œil • 93

Exalead, un moteur pour les pros • 94

Interface de recherche et résultats • 94

Syntaxe • 96

Préférences • 98

La tête dans les nuages avec Quintura • 98

Spezify : la recherche sous forme de Post-it • 99

Les moteurs de recherche cartographiques • 100

5. TROUVER TOUS TYPES DE CONTENUS 103

Trouver des images • 104

Les moteurs de recherche spécialisés • 104

Rechercher des images similaires • 107

Trouver qui utilise ses images • 108

Les banques d'images • 109

Flickr • 110

Trouver des vidéos • 111

Les plates-formes en ligne de vidéos • 111

Les moteurs pour rechercher des vidéos • 112

Rechercher des vidéos par date • 113

La télévision, une source de vidéos à exploiter • 114

Trouver des fichiers audio • 115

Trouver de la musique et du son • 115

Trouver des podcasts • 116

Trouver des présentations • 118

Trouver des documents PDF • 120

Trouver des livres, des magazines et des e-books • 122

Livres et e-books • 122

Les sites commerciaux : une source à ne pas négliger • 123

Feuilleter un livre • 123

Créer des listes de livres • 124

Dépoussiérer sa bibliothèque avec LibraryThing • 125

Trouver des magazines • 128

- 6. PERSONNALISER SA RECHERCHE 131**
- Rolloyo, le moteur de recherche sur mesure • 132**
- Construire son premier moteur • 132
 - Créer un moteur à partir de ses favoris • 134
 - Intégrer Rolloyo à son navigateur web • 134
 - Intégrer ses moteurs de recherche sur son site web • 135
 - Partager ses moteurs • 135
- Yahoo! Pipes : ceci est un Pipe ! • 135**
- Créer son premier Pipe • 136
 - Activer son Pipe • 137
- 7. À LA RECHERCHE DU WEB PERDU... 139**
- Plonger dans les archives du Web • 140**
- Ressusciter des pages mortes • 141**
- La page web a disparu ! • 141
 - Resurrect Pages : quel est son secret ? • 142
 - Afficher l'icône Resurrect Pages • 143
 - Retrouver une page disparue • 143
- Le Web invisible et les bases de données • 144**
- 8. SURVEILLER L'ACTUALITÉ 147**
- Les actualités selon Google • 148**
- Visualiser les actualités de Google • 149
- Mettre en place une veille médiatique avec Pickanews • 150**
- Lancer une recherche sur plus de 50 000 sources d'informations • 151
 - Créer une alerte • 152
 - Utiliser la recherche avancée • 153
- La presse européenne par flux RSS avec Eufeedz • 153**
- Suivre au plus près l'actualité parlementaire • 154**
- Les travaux de l'Assemblée nationale • 154
 - Les travaux du Sénat • 156
- 9. RECHERCHER QUELQU'UN SUR INTERNET 159**
- Le moteur de recherche : un nouvel outil de recrutement ? • 160**
- Premier réflexe : « googler » • 160
 - Les moteurs de recherche spécialisés dans les personnes • 161
- Rechercher sur les réseaux sociaux • 162**
- Pister un expert • 165**
- Consulter ses bookmarks • 166
 - Rechercher dans l'un de ses espaces web • 166
 - Interroger les outils créés par votre expert • 167
 - Entrer dans sa communauté • 167

Identifier une personne • 168

À partir d'une adresse e-mail • 168

À partir d'un identifiant Twitter • 169

Prendre soin de votre identité numérique • 170

10. RECHERCHER DANS LES BLOGS ET LES MICROBLOGS 173

Explorer la blogosphère • 174

Rechercher dans les blogs avec Google Blog Search • 174

Des moteurs de recherche et des annuaires spécialisés dans les blogs • 174

Les Planets • 175

Surveiller les commentaires • 176

Veiller sur Twitter • 177

Lancer des recherches sur Twitter • 178

Suivre une conversation sur Twitter • 180

Trouver de nouvelles personnes à suivre sur Twitter • 181

TROISIÈME PARTIE

ANALYSER, ÉVALUER, STOCKER ET TRAITER L'INFORMATION183

11. COMMENT ÉVALUER L'INFORMATION SUR INTERNET ? 185

Pourquoi vérifier l'information ? • 186

Des outils pour débusquer plagiat et hoaxes • 187

Démasquer le plagiat • 187

Ne pas tomber dans le canular • 189

Que faut-il évaluer ? • 189

L'autorité • 190

La crédibilité • 190

La qualité et la pertinence • 190

Qui se cache derrière l'information ? • 191

Une identité parfois floue... • 191

Déceler l'identité de l'auteur • 192

La rubrique dédiée à l'auteur du contenu • 192

Les mentions légales • 192

Des outils pour en apprendre plus • 192

Pourquoi ne pas contacter l'auteur ? • 193

Par e-mail • 193

Via les commentaires • 194

L'auteur est-il fiable ? • 194

Évaluer la réputation numérique de l'auteur • 195

Quel est l'objet du site consulté ? • 195

D'où provient l'information ? • 196

Les nouvelles sont-elles fraîches ? • 198

Quel est le modèle économique derrière la source d'information ? • 198**Les bons endroits pour trouver du contenu non vérifié • 200**

Les forums : le règne du tout et de son contraire • 200

Tout le monde y va de son commentaire... • 201

Le site perso : pour le meilleur et pour le pire • 201

Vérifier l'information : vous n'êtes pas seul • 201**12. TRAVAILLER L'INFORMATION WEB : COLLECTE, PRISE DE NOTES, RÉSUMÉ... 205****Accélérer la recherche d'informations au sein d'une page web • 206**

Utiliser la fonction cache du moteur de recherche • 206

Utiliser la fonction « Rechercher » de votre navigateur • 207

Avec Evernote, j'en prends bonne note ! • 208

Créer une note • 208

Rechercher une note • 209

Capturer une page en un clic • 210

Créer plusieurs carnets de notes • 210

Publier ses notes • 210

S'envoyer des notes par e-mail • 211

ScrapBook : l'album de vos sorties sur le Web • 211

Capturer l'info d'un clic de souris • 212

Que faire des pages enregistrées ? • 214

Créer plusieurs ScrapBooks • 215

Résumer une page web avec SweSum • 215**13. AUTOMATISER SA VEILLE 219****Ne pas perdre le fil... RSS • 220**

Comment lire un flux RSS ? • 221

Logiciels ou extensions à installer • 221

Agrégateurs en ligne • 221

Google Reader • 222

S'abonner à un flux • 222

Organiser ses abonnements • 223

Partager ses trouvailles • 223

Sauvegarder ses abonnements • 224

Comment éviter la boulimie ? • 225

Lancer une alerte • 226

Surveiller un site web • 227

Créer un fil RSS • 227

Recevoir une alerte par e-mail avec ChangeDetection • 228

Les plug-ins détecteurs de changements • 229

UpdateScanner • 229

Check4Change • 229

Surveiller une page avec WatchThatPage • 230

Surveiller Twitter • 231

14. FILTRER LE WEB 233

Filtrer les sites web • 234

Filtrer et personnaliser ses flux RSS avec Feedweaver • 234

Agréger différents flux en un seul • 234

Filtrer ses flux grâce à des mots-clés • 235

Lire le flux dans son lecteur de flux RSS • 236

Filtrer les informations d'un blog • 237

Filtrer les tweets à propos d'un blog • 238

Filtrer les alertes Google • 239

15. SUIVRE LES TENDANCES DU WEB 241

Le Web et ses tendances • 242

Connaître les termes les plus recherchés sur Google • 242

Suivre les tendances sur les blogs • 243

BlogPulse • 243

Suivre les tendances sur Wikipédia • 244

Connaître les sujets les plus « chauds » avec Topicfire • 245

Sonder la popularité des publications grâce aux Digg-like • 247

Les tendances sur les médias sociaux • 247

Mesurer le « buzz » sur Twitter • 248

Connaître les sujets les plus populaires via Delicious • 248

Suivre les tendances sur les plates-formes vidéo • 248

Suivre les tendances des images sur Flickr • 249

16. ORGANISER SES FAVORIS AVEC LE SOCIAL BOOKMARKING 251

Delicious à 100 % • 253

Ajouter un favori • 253

Lancer une recherche dans ses favoris • 255

Importer et exporter ses favoris • 255

Exporter • 255

Importer • 256

Diigo : mon service favori • 256

La barre d'outils Diigo • 257

Ajouter un favori • 257

Organiser ses favoris • 258

Filtrer ses favoris • 258

Un favori demande réflexion ? • 258

Une option à souligner • 259

Exporter ses favoris • 259

17. PARTAGER SES TROUVAILLES VIA LE SOCIAL BOOKMARKING	261
Partager ses favoris Diigo • 262	
Partager des favoris avec ses contacts • 262	
Monter son groupe • 262	
Tweeter ses favoris • 263	
Pearltrees : confectionner un collier avec les perles du Web • 264	

QUATRIÈME PARTIE

DIFFUSER L'INFORMATION	273
-------------------------------------	------------

18. PUBLIER SES RECHERCHES SUR UN BLOG	275
---	------------

Un blog pour dialoguer avec les internautes • 276

Publier du contenu sur un blog • 277

- Rédiger un article ou billet • 278
- Ajouter du contenu multimédia • 279
 - Héberger les contenus sur son blog • 279
 - Embarquer le contenu d'un site tiers • 279

Comment choisir sa plate-forme de blogs ? • 281

- Utiliser un service en ligne dédié • 281
- Installer sa propre plate-forme de blogs • 282
- Les principales plates-formes de blogs • 282
 - WordPress • 282
 - Dotclear • 282

19. DIFFUSER SA VEILLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	285
---	------------

Partager ses recherches sur les microblogs • 286

- Tweetez, tweetez, il en restera toujours quelque chose • 286
- Les autres plates-formes de microblogs • 287

Diffuser sa veille sur les réseaux sociaux • 288

- Diffuser au plus grand nombre avec Facebook • 288
 - Via son profil personnel • 289
 - Via une page Facebook • 289
 - Via un groupe • 290
- Et les réseaux professionnels ? • 292

La multidiffusion grâce à un agrégateur • 293

- Partager une ressource avec Yoolink • 293
- Suivre sa communauté • 294

20. NETVIBES, LE PORTAIL WEB PERSONNALISÉ	299
--	------------

Débuter sur Netvibes • 300

Créer une page publique • 300

Rechercher dans les blogs et les microblogs

La blogosphère est devenue une source incontournable d'informations. Pourtant, nous nous trouvons souvent fort dépourvus pour exploiter cette mine de richesses. Heureusement, il existe des outils de recherche spécifiques aux blogs (répertoires et moteurs de recherche) pour nous venir en aide.

SOMMAIRE

- ▶ Lancer une recherche dans la blogosphère
- ▶ Surveiller les commentaires des blogs
- ▶ Filtrer l'information des blogs

Explorer la blogosphère

Les blogs forment une catégorie de sites web à part entière. Loin de n'être que de simples journaux plus ou moins intimes d'internautes en mal de reconnaissance, certains sont devenus de véritables références en matière d'information dans certains domaines. Ils permettent en effet souvent à des spécialistes de s'exprimer sur leur sujet d'expertise ou de publier leurs nouvelles trouvailles.

Par contre, comme on trouvera bien évidemment de tout sur la blogosphère, le crédit d'un blog tiendra essentiellement à la réputation de son auteur et à la validation par ses pairs. Gardez donc un œil sur les commentaires, le nombre de visiteurs d'un blog, et les sources externes recommandant (ou non) ce blog, afin d'évaluer sa crédibilité et sa fiabilité.

Rechercher dans les blogs avec Google Blog Search

Google propose un moteur de recherche dédié pour rechercher au sein de la blogosphère : Google Blog Search.

| ▶ <http://blogsearch.google.fr>

Dès la page d'accueil, Google Blog Search permet de rechercher dans la blogosphère, francophone ou non (pour rechercher un terme dans les blogs du monde entier, sélectionnez *Le Web* dans la colonne latérale, pour des blogs francophones, *Pages en français*, et pour des blogs hébergés en France, *Pays : France*).

Des moteurs de recherche et des annuaires spécialisés dans les blogs

De nombreux sites web proposent de rechercher spécifiquement dans la blogosphère, que ce soit sous la forme de moteurs de recherche ou de répertoires.

TABLEAU 10-1 Répertoires de blogs francophones

BlogArea	http://www.blogarea.net
Blogolist	http://blogolist.com

TABLEAU 10-2 Répertoires de blogs internationaux

Blogarama	http://www.blogarama.com
EatonWeb	http://portal.eatonweb.com

TABLEAU 10-3 Moteurs de recherche internationaux de blogs

NewsIsFree	http://www.newsisfree.com
Technorati	http://www.technorati.com
Google Blog Search	http://www.blogsearch.google.com
BlogPulse	http://www.blogpulse.com

Source : http://inforizon.blogs.com/veille/outils_blogs_et_fil_rss/index.html

EN IMAGES Une carte de métro de la blogosphère en veille et intelligence économique

Demainlaveille, le blog sur la veille animé par Aref Djey, propose une carte de métro de la blogosphère en veille et intelligence économique :

- ▶ <http://www.demainlaveille.fr/2010/09/09/la-carte-de-metro-de-la-blogosphere-veille-et-intelligence-economique/>

Les Planets

Un *Planet* (parfois appelé « planète », en français) est un regroupement de blogs et/ou de sites web. C'est un site sans contenu propre, mais qui agrège d'autres sources de données (provenant, en général, des blogs). Il constitue ainsi généralement un portail de qualité sur une thématique donnée (marketing, vins, etc.). En effet, les sites y sont inscrits après cooptation ou validation éditoriale de son créateur, qui vérifie que les blogs agrégés sont bien pertinents avec la thématique du Planet.

Les Planets fournissent bien sûr des flux RSS auxquels vous pouvez vous abonner.

EN LIGNE Exemples de Planets

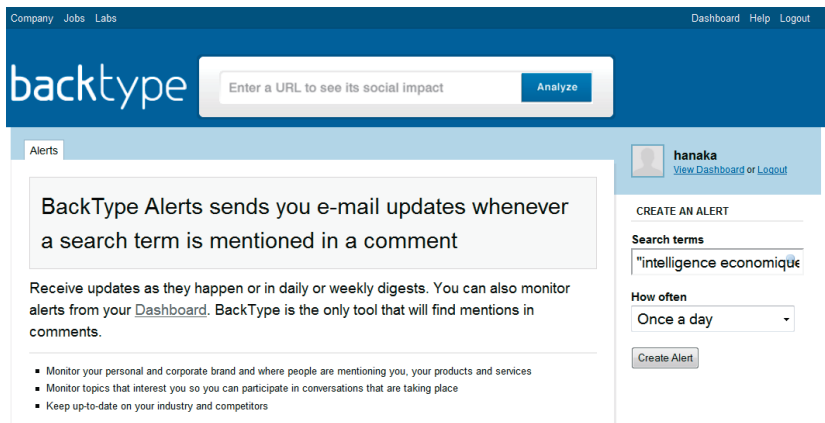
On trouve énormément de Planets dans les thématiques liées à l'informatique, surtout :

- ▶ <http://planete-accessibilite.com>
- ▶ <http://planete-standards-du-web.info>
- ▶ <http://www.planet-libre.org>

Surveiller les commentaires

BackType Alerts est un outil gratuit pour suivre les commentaires de blogs. Il vous alerte des modifications par e-mail, selon une fréquence à choisir. Ce service est particulièrement utile pour surveiller la réputation numérique d'une personne, d'une marque, d'un produit, d'une entreprise.

Il nécessite au préalable de s'inscrire pour obtenir un compte utilisateur.



Company Jobs Labs Dashboard Help Logout

backtype

Alerts

hanaka
[View Dashboard](#) or [Logout](#)

CREATE AN ALERT

Search terms
"intelligence économique"

How often
Once a day

BackType Alerts sends you e-mail updates whenever a search term is mentioned in a comment

Receive updates as they happen or in daily or weekly digests. You can also monitor alerts from your [Dashboard](#). BackType is the only tool that will find mentions in comments.

- Monitor your personal and corporate brand and where people are mentioning you, your products and services
- Monitor topics that interest you so you can participate in conversations that are taking place
- Keep up-to-date on your industry and competitors

FIGURE 10-1 *BackType Alerts*

ALTERNATIVE Suivi des commentaires

coComment et YackTrack proposent des services similaires à BackType Alerts :

- ▶ <http://www.cocomment.com>
- ▶ <http://yacktrack.com/home>

Veiller sur Twitter

Twitter est une plate-forme de microblogging et de réseau social qui permet de diffuser à son réseau des messages courts (140 caractères), appelés *tweets* (gazouillis, en français). Pour pallier cette brièveté, ces messages (ou *statuts*) comportent très souvent des liens, raccourcis automatiquement par Twitter ou par l'intermédiaire d'un réducteur d'URL (comme TinyURL, Bitly, Google URL Shortener...) De par ce condensé et ce flux d'informations, Twitter est l'endroit idéal pour suivre l'information en temps réel : un événement particulier, une conférence, etc.

- ▶ <http://www.twitter.com>

Twitter est disponible en français (la langue se change dans les options de paramètres, au moyen du lien *Settings*).

Pour rédiger les tweets, Twitter a mis au point une syntaxe particulière, parfois propre à intriguer le néophyte... Entre autres :

- @utilisateur signifie que l'on s'adresse à l'utilisateur cité ;
- #hashtag : très utile à la recherche, le *hashtag* est un mot-clé qui permet de signaler un tweet comme traitant d'un sujet en particulier, et ainsi de regrouper facilement les tweets traitant d'un même sujet ;
- RT suivi d'un nom d'utilisateur signifie *retweet*, à savoir que le tweet de l'utilisateur en question a été republié tel quel au réseau de celui qui le retweete ;
- +1 signifie une appréciation positive (plus ou moins comme le *J'aime* de Facebook).

EN CHIFFRES Les chiffres marquants de Twitter

En 2010, Laurence Lubrano, de la société Karalys, a publié sur Slide-Share une présentation sur les chiffres marquants de Twitter. Elle nous apprend que :

- Twitter est le deuxième réseau social au monde, avec 145 millions d'utilisateurs dans le monde (3,5 fois moins que Facebook), parmi lesquels 225 000 utilisateurs français (en août 2010) ;
 - 90 millions de tweets sont publiés chaque jour ;
 - 90 % de l'information est publique ;
 - les États-Unis sont le premier pays en volume de trafic, tandis que la France est en 33^e position.
- http://www.slideshare.net/Laurencelubrano/twitter-principaux-chiffres-cls-2010?from=ss_embed

Lancer des recherches sur Twitter

Twitter dispose de son propre moteur de recherche, pour l'usage duquel vous n'êtes pas obligé de détenir un compte. Les résultats comportent non seulement les mots-clés recherchés, mais également les personnes qui ont utilisé ces termes. Cette recherche peut être sauvegardée via le bouton *Sauvegarder cette recherche* (il faut, dans ce cas, détenir un compte).

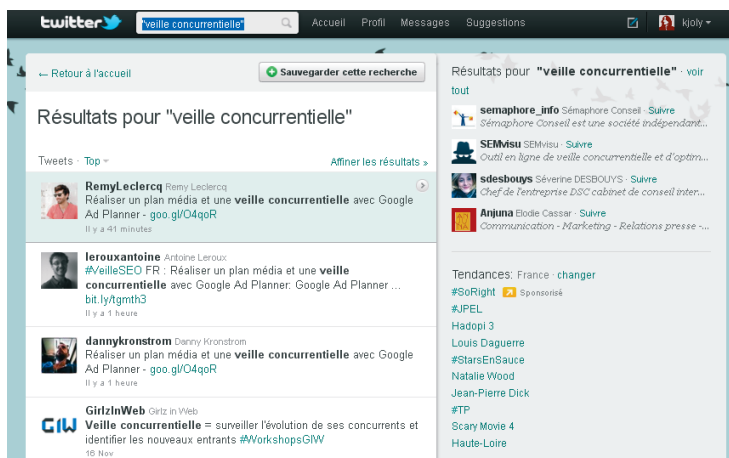


FIGURE 10-2 Recherche de l'expression « veille concurrentielle » sur Twitter

Comme tout moteur de recherche, celui de Twitter dispose d'une syntaxe particulière pour l'interroger. Les opérateurs utilisés sont présentés dans le tableau suivant.

TABLEAU 10-4 Liste des principaux opérateurs pour Twitter

Opérateur	Exemple	Trouve les tweets
Sans opérateur (par défaut)	Informatique réseau	Contenant à la fois « informatique » et « réseau »
Guillemets " "	"intelligence économique"	Avec l'expression exacte « intelligence économique »
OR	digital OR numérique	Contenant soit « digital » soit « numérique » (ou les deux)
#	#veille	Contenant le hashtag « veille »
From:	From:hanaka	Envoyé par l'utilisateur « hanaka »
To:	To:hanaka	Envoyé à l'utilisateur « hanaka »
@	@hanaka	Avec comme référence l'utilisateur « hanaka » (cet utilisateur est mentionné dans le tweet).
-	veille -ecran	Contenant le mot « veille », mais pas le mot « écran ». L'opérateur - va être particulièrement utile pour réduire le bruit généré par les retweets (exemple: veille -RT).

La liste complète des opérateurs est disponible à l'adresse suivante :

► <http://search.twitter.com/operators>

ASTUCE Créer un flux RSS à partir d'une recherche sur Twitter

SearchTwitter est un moteur de recherche pour Twitter. Il propose un mode avancé pour affiner votre recherche par rapport à des personnes, des lieux, voire des attitudes (positives, négatives, etc.).

Il vous permet également d'obtenir un flux RSS pour le résultat de votre recherche : lancez une requête sur SearchTwitter, puis, une fois les résultats affichés, cliquez sur le bouton *Feed for this Query* afin d'obtenir le flux RSS correspondant.

▶ <http://search.twitter.com>

Suivre une conversation sur Twitter

Sur Twitter, les échanges sont nombreux et se croisent fréquemment. Suivre une conversation de bout en bout devient vite difficile. Heureusement, certains services vous aident dans votre démarche.



FIGURE 10-3 Afficher l'identifiant d'une conversation Twitter

Chaque conversation possède un code identifiant. Pour le trouver, cliquez sur la date de publication du tweet, afin de le faire apparaître dans une nouvelle

fenêtre. Dans l'URL de la page, affichée dans la barre d'adresse de votre navigateur, vous verrez alors une suite de chiffres : c'est l'identifiant de la conversation. Copiez ce numéro d'identifiant (ou même l'URL en entier), puis collez-le dans un service dédié comme Twonvo, qui vous affichera l'ensemble des conversations du tweet.

| ▶ <http://www.twonvo.com>

Trouver de nouvelles personnes à suivre sur Twitter

Plusieurs moyens s'offrent à vous pour trouver de nouvelles personnes à suivre sur Twitter :

- les moteurs de recherche dédiés à Twitter (voir tableau 10-6) ;
- les répertoires Twitter (voir tableau 10-7) ;
- les recommandations (voir tableau 10-8).

TABLEAU 10-5 Moteurs de recherche dédiés à Twitter

Twitter Search	http://search.twitter.com/	Moteur de recherche de Twitter. Il propose également des suggestions pour suivre des personnes.
Tweepz	http://tweepz.com	Filtrage possible par nom, localisation, biographie, etc.

TABLEAU 10-6 Répertoires dédiés à Twitter

WeFollow	http://wefollow.com
Just Tweet It	http://justtweetit.com

TABLEAU 10-7 Services de recommandations pour Twitter

Twindexx	http://www.twindexx.com	Recommander des personnes pour que d'autres les découvrent.
Mr Tweet	https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/mrtweet	Extension Firefox

Source : <http://fr.mashable.com/2009/07/05/twitter-10-moyens-de-trouver-de-nouvelles-personnes-a-suivre/>

Il existe également une tradition parmi les utilisateurs de Twitter : le *Follow Friday*. Tous les vendredis, on recommande les utilisateurs que l'on trouve intéressants à suivre, en accompagnant le message du hashtag #FollowFriday ou #FF. Par exemple : #FF @hanaka @erdeltcroix @eyrolles. Cela permet de se trouver de nouvelles sources d'informations recommandées par vos sources existantes et d'élargir ainsi votre réseau.

À SUIVRE **Google+**

L'apparition de Google+, le tout dernier né des médias sociaux, n'est pas passée inaperçue. Destiné à concurrencer à la fois Facebook et Twitter, il permet de se constituer plusieurs cercles d'amis en fonction de la confidentialité souhaitée, mais aussi des sujets abordés. Ainsi, si un utilisateur X publie sur des sujets aussi variés que la veille et la pêche à la ligne, vous ne pourrez suivre que ses publications sur la veille, si la pêche à la ligne vous ennuie.

S'il n'est encore adopté que par certains précurseurs à l'heure où paraît cet ouvrage, nul doute que Google+ sera l'un des médias à prendre en compte dans vos recherches futures. Gardez un œil sur son évolution !

▶ <https://plus.google.com>

Organiser ses favoris avec le Social Bookmarking

Le Web recèle de véritables trésors de connaissances, encore faut-il les trouver... et les retrouver ! La gestion des favoris (ou marque-pages) est une étape indispensable pour sauvegarder sa mémoire du Web, en traçant des chemins de connaissance à travers l'immensité de la Toile.

SOMMAIRE

- ▶ Delicious
- ▶ Diigo

Afin de pouvoir retrouver facilement une page que vous avez consultée, tous les navigateurs web proposent une fonctionnalité de marque-page, signet ou mise en favori. Sur Firefox, par exemple, il suffit de cliquer sur l'étoile qui se trouve dans la barre d'adresse, à droite de l'URL. En cliquant à nouveau sur cette étoile, vous pouvez renommer le marque-page, le classer, l'afficher sur votre barre personnelle, et même lui associer des mots-clés (étiquettes ou tags). Les liens vers la page en question sont ainsi sauvegardés, organisés et stockés sur votre poste de travail.

Cependant, avec une activité toujours plus nomade (ne serait-ce qu'entre vie personnelle et vie professionnelle), la gestion des favoris en ligne – plutôt qu'en local –, via des plates-formes de partage comme Delicious ou Diigo, offre nombre d'avantages et de nouvelles fonctionnalités bien utiles pour donner du sens à ses trouvailles. C'est ce qu'on appelle le *Social Bookmarking*, déjà largement évoqué dans les chapitres précédents.

Ces services permettent également de partager et de diffuser ces recherches. Mais cela fera l'objet du chapitre suivant.

CONSEIL **Pourquoi utiliser un service en ligne ?**

Quel est l'intérêt de mettre en ligne ses favoris sur un site comme Delicious ? Cette démarche suit la tendance de fond actuelle du tout-en-ligne (bureautique compris). L'explosion des ventes de netbooks et terminaux mobiles qui fournissent un outil bon marché pour se déplacer tout en restant connecté à Internet, renforce ce mouvement. Avec ces services, une simple connexion Internet suffit pour accéder à ses favoris, où que l'on se trouve. Plus besoin de vous soucier du stockage de vos favoris, voire de leur récupération en cas de changement d'ordinateur.

Naturellement, vous restez tributaire de la santé financière du service en ligne. S'il disparaît, vos favoris s'évanouissent avec lui. Tout le temps passé à classer et à archiver vos précieuses recherches sur Internet sera perdu. Vous n'êtes pas non plus à l'abri d'un changement de politique du site. Beaucoup de services gratuits peinent à rester rentable. Une évolution vers un service payant ou Premium est toujours possible.

C'est pourquoi il convient de bien choisir votre service de favoris en ligne. Nous vous en présentons deux ici, Delicious, service de Yahoo! et Diigo, dont l'utilisation peut d'ailleurs être complémentaire.

Enfin, les services de Social Bookmarking offrent, comme leur nom l'indique, des fonctions sociales pour partager ses favoris.

Delicious à 100 %

Delicious (aussi connu sous son ancien nom, del.icio.us), fort de son ancienneté et de son savoir-faire, reste un bon choix. Face à des concurrents de plus en plus redoutables, il reste la référence en matière de Social Bookmarking, même si, en 2011, Yahoo! a revendu ce service. À ce jour, certaines fonctionnalités intéressantes ont ainsi malheureusement disparu. Pour parer à toutes éventualités, nous verrons dans ce chapitre, entre autres, comment exporter vos favoris et les dupliquer sur une autre plate-forme comme Diigo.

| ▶ <http://www.delicious.com>

L'inscription préalable à toute utilisation du service est gratuite. Notez précieusement votre identifiant et votre mot de passe afin de pouvoir vous connecter par la suite à votre espace personnel (cliquez sur *Sign In*). À ce jour, l'interface de Delicious reste en anglais.

Ajouter un favori

Une fois connecté, deux méthodes existent pour ajouter un favori au sein de votre espace Delicious.

La première consiste à cliquer sur *Save link*, puis à copier-coller l'URL de votre raccourci (celle de la page que vous souhaitez mémoriser) dans le champ prévu à cet effet. Cliquez ensuite sur *Next*.

Delicious affiche alors une nouvelle page pour ajouter des informations complémentaires à votre favori. Vous pouvez le marquer par des tags (mots-clés) et le ranger dans une sorte de *playlist* (préalablement, vous devez l'avoir créée via le bouton *Create a stack* présent dans le menu *My stacks*). L'intitulé des tags reste libre et ces tags doivent être séparés par une espace. Par défaut, Delicious vous propose une série de recommandations. Pour garder une certaine homogénéité et faciliter par la suite les recherches au sein de vos favoris, choisissez vos tags avec soin.

Vous pouvez également personnaliser votre favori en ajoutant un commentaire, et le rendre privé, en cochant la case *Private*.

add link details

La collectivité numérique

http://www.collectivitenumerique.fr/

add tags (comma separated):

mind_mapping ✕

recommended tags:

blog
mindmap
veille
éducation
numérique
web2.0
formation

freemind

add to one of your stacks

▼

make this link private

close

save

FIGURE 16-1 Ajouter des détails à un favori sur Delicious

ASTUCE Comment faire lorsque mon tag est composé de plusieurs mots ?

En ce qui concerne les expressions insécables, plusieurs solutions s'offrent à vous :

- coller les mots : *open source* devient *opensource* ;
- ajouter un tiret bas : *open_source* ;
- ajouter un trait d'union : *open-source*.

MÉTHODE Classer ses tags par projet

Les tags peuvent également servir à « prédigérer » les données et fournir une sorte de premier classement. Ainsi, vous pouvez préalablement donner un nom de code à l'ensemble de vos projets. À chaque fois que vous rencontrez sur le Web un site en adéquation avec un projet, marquez-le d'un tag portant ce nom de code. Vous pourrez ainsi retrouver facilement tous les favoris associés à ce projet.

La seconde façon de faire est plus rapide : Delicious a prévu un bouton à ajouter à votre navigateur web. En un clic, vous ajoutez un favori. Pour utiliser le bouton *Ajouter un favori à Delicious*, glissez-déposez le bouton *Save on Delicious* (présent dans la page *My stacks*) dans la barre d'outils de votre navigateur.

| ▶ <http://delicious.com/stacks>

Lancer une recherche dans ses favoris

Delicious dispose de son propre moteur de recherche. Il affichera les résultats présents dans vos propres favoris (*My links*) et dans les favoris de tous les utilisateurs de Delicious (*Links*).

Le moteur de recherche travaille uniquement à partir de termes présents lors de l'enregistrement du favori (titre, commentaire, tags) et non sur le texte de la page web correspondant au favori.

À la place du moteur de recherche (et notamment pour une recherche simple), vous pouvez également cliquer sur vos tags présents dans un panneau latéral droit.

Importer et exporter ses favoris

Pour importer ou exporter vos favoris, cliquez sur le lien *Settings* présent dans le menu déroulant de votre profil.

Exporter

L'opération est très simple : cliquez sur le lien *Export/Backup links*. Décochez éventuellement certaines cases, puis cliquez sur le bouton *Export*.

Petit plus appréciable, Delicious offre la possibilité d'exporter vos favoris avec un filtre à partir de vos tags. Saisissez le tag dans le champ intitulé *Export links with the following tags*.

Une fenêtre s'affiche ensuite pour enregistrer vos favoris sous la forme d'une page HTML. Dans un premier temps, pour visualiser le fichier obtenu, vous pouvez choisir de l'ouvrir avec votre navigateur. Il sera possible, par la suite, de récupérer vos favoris dans un autre logiciel, si ce dernier accepte les formats standards.

Importer

Cliquez sur *Import/Upload links*. Delicious vous indique tout d'abord comment exporter vos favoris à partir de votre navigateur. Pour Firefox, dans le menu *Marque-pages*, cliquez sur *Organiser les marque-pages*. Une fenêtre intitulée *Bibliothèque* s'ouvre. Dans le menu *Importation et sauvegarde*, choisissez *Exporter au format HTML*. Nommez votre fichier et enregistrez-le à l'endroit de votre choix.

Dans Delicious, maintenant, cliquez sur le bouton *Parcourir* et retrouvez votre fichier HTML. Par défaut, Delicious ajoutera le tag *Imported* à vos favoris. Cochez les options qui vous conviennent, puis cliquez sur le bouton *Import Now*.

POUR ALLER PLUS LOIN

Effectuer un suivi par sujet ou par utilisateur

Delicious permet un suivi par flux RSS des favoris publiés, classés par sujet ou par utilisateur. La procédure s'étant quelque peu compliquée, nous ne la détaillons pas ici, mais vous pouvez la retrouver en détail (et en anglais) sur la page suivante :

▶ <http://delicious.com/help/feeds>

AIDE Un support de cours sur Delicious

Le site Interactive Insights Group propose, en anglais, un guide complet pour utiliser au mieux Delicious :

▶ <http://www.interactiveinsightsgroup.com/blog1/ultimate-guide-to-delicious-social-bookmarking/>

Diigo : mon service favori

Diigo est un service similaire à Delicious, avec cependant quelques particularités et fonctionnalités en plus. À noter qu'à ce jour, l'interface de Diigo est elle aussi en anglais.

▶ <http://www.diigo.com>

Pour vous inscrire, cliquez sur *Join Diigo* dans le menu en haut à droite ou sur le bouton *Get Started Now!*, puis renseignez les champs du formulaire : nom d'utilisateur, nom et prénom, adresse e-mail et mot de passe. Une fois votre inscription validée, il suffira de vous connecter via le lien *Sign In* pour accéder à votre espace utilisateur.

La barre d'outils Diigo

Comme la plupart des services en ligne, Diigo propose une barre d'outils pour votre navigateur web (Firefox, Internet Explorer, Safari, Google Chrome...). Elle est compatible avec les systèmes d'exploitation Windows 7/Vista/XP/2000 SP4+, Red Hat Linux 9.0+ et Mac OS X 10.2+.

| ▶ <http://www.diigo.com/tools/toolbar>

Au redémarrage du navigateur après installation, un nouveau menu Diigo apparaît dans la barre de menus, de même qu'une nouvelle barre d'outils. Si cette barre n'apparaît pas, rendez-vous dans le menu *Affichage*, choisissez *Barre d'outils* et cochez *Diigo Toolbar*.

Ajouter un favori

Quand vous visitez un site, cliquez sur le bouton *Diigo* désormais présent dans votre barre d'outils. Une fenêtre s'affiche alors pour éditer vos favoris sur Diigo.

Pour un ajout simple, entrez des mots-clés (si vous manquez d'inspiration, Diigo vous en propose). Vous pouvez également garder votre favori privé en cochant la case *Private*. Puis, cliquez sur *Save*. Si vous êtes pressé, utilisez le bouton *Collect Flash* pour sauvegarder votre favori sans prendre le temps de lui assigner des tags.

En cliquant sur *More Options*, vous obtenez des options supplémentaires. Cochez la case *Snapshot*, par exemple, pour enregistrer une copie de la page sur votre espace Diigo.

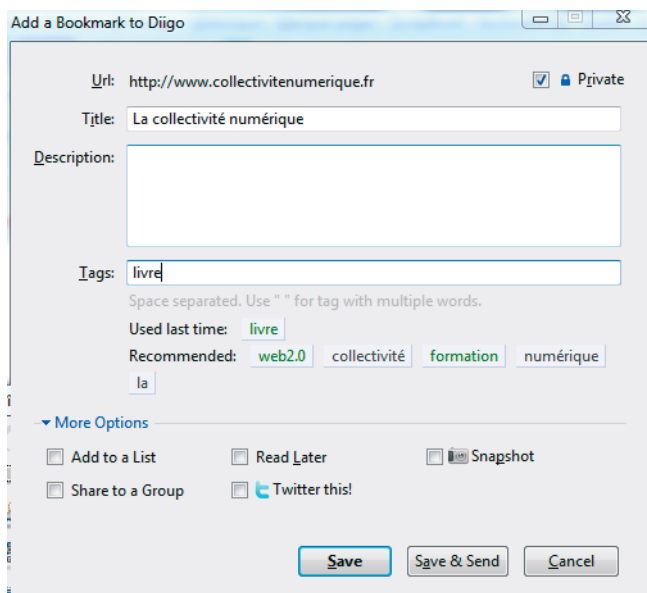


FIGURE 16-2 Ajouter un favori à Diigo

Organiser ses favoris

Filtrer ses favoris

La barre Diigo recèle de nombreux autres trésors d’astuce. Elle permet, par exemple, de rechercher dans vos favoris directement via une barre latérale. Cliquez sur le bouton *Open Diigo Sidebar* (le premier bouton de la barre). Dans une nouvelle fenêtre, vous allez pouvoir filtrer vos favoris selon différentes options : par tags, par listes, par date ou selon qu’ils sont lus ou non.

Un favori demande réflexion ?

Bien souvent sur Internet, les trouvailles se font de manière impromptue. Diigo a tout prévu et propose un bouton *Read it later* (à lire plus tard) dans sa barre d’outils. Ainsi, il sauvegardera l’onglet et le fermera. Par la suite, au moyen du bouton *Unread*, vous pourrez afficher l’ensemble des pages qu’il vous reste à lire.

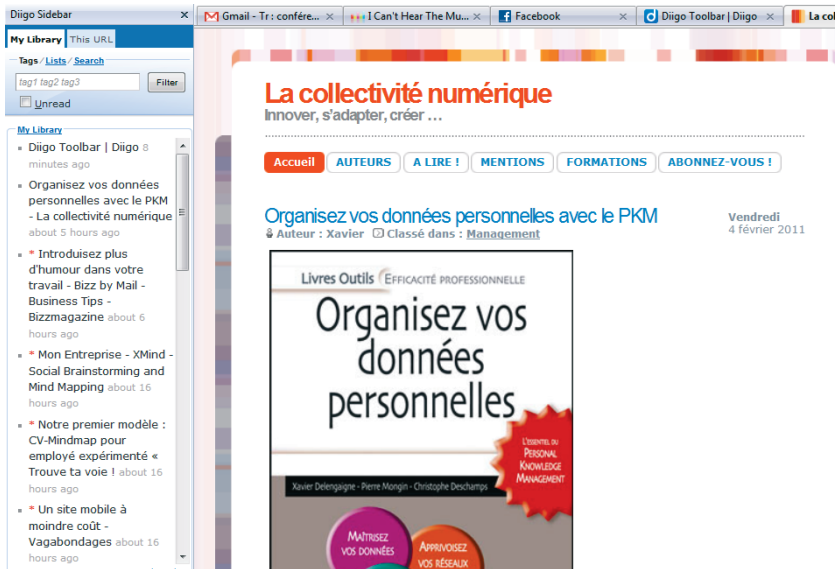


FIGURE 16-3 Rechercher dans ses favoris Diigo

Une option à souligner

Enfin, Diigo offre la possibilité de travailler l'information web presque comme sur du papier, grâce à des notes et à un surligneur. Pour utiliser cette fonctionnalité, sélectionnez le texte, puis cliquez sur le bouton *Highlight*.

Exporter ses favoris

Diigo propose d'exporter vos signets sur d'autres plates-formes, ce qui permet de sauvegarder vos favoris et de ne pas perdre ainsi le fruit de vos précieuses recherches.

Au sein de votre espace Diigo, allez dans le menu *Tools*. Dans le panneau latéral gauche, cliquez sur *More Tools* et choisissez l'option *Save to Delicious*, afin de dupliquer ces signets dans Delicious. Cochez l'option correspondante puis renseignez vos identifiants.

Diigo permet également d'exporter ses favoris au format CSV (*Comma Separated Values*), afin de pouvoir les récupérer dans un tableur (Microsoft Excel, OpenOffice.org Calc...).

OUPS ! Exporter en filtrant

À ce jour, filtrer ses favoris par un tag puis exporter le fichier des données contenant uniquement ce tag n'est pas possible dans Diigo. Delicious, lui, offre cette fonctionnalité (voir section précédente).

MÉTHODE Maîtriser les tags

Un tag (ou balise, étiquette, marqueur, libellé) est un mot-clé (signifiant que l'on associe ou assigne à un élément d'information (par exemple, une image, un article ou un clip vidéo), qui décrit ainsi l'objet et permet une classification des informations basée sur les mots-clés.

Ajouter des tags vous permet donc de marquer un article (ou autre contenu) par un ou plusieurs mots-clés. Vous pouvez ainsi organiser votre veille en définissant des mots-clés représentatifs de vos centres d'intérêt ou de votre activité. Vous pouvez également choisir des tags en fonction du statut d'une information pour un projet (par exemple, si vous êtes l'auteur d'un blog, vous pouvez attribuer, en fonction de l'importance de vos billets, des tags tels que « Urgent », pour les billets à relayer rapidement, « En attente », pour les moins urgents, et « à étudier » pour ceux qui demandent davantage de recherche préalable).

La plupart des lecteurs de flux permettent ensuite de filtrer et de trier les contenus par tag. L'utilisation des tags permet ainsi de donner du sens aux flux d'informations.

Il est également possible de positionner une information à deux endroits (ou plus) de façon simultanée. Vous pouvez, en effet, étiqueter un même billet avec deux tags différents. Il pourra donc faire référence à deux centres d'intérêt bien distincts.

Simplistes au premier abord, les mots-clés sont en fait un moyen à la fois souple et efficace pour filtrer ses champs de veille.

Index

123people 162

A

ActionScript 310

actualité 147

parlementaire 154

adresse e-mail 168

Afnic (Association française pour le
nommage Internet en
coopération) 308

agent de surveillance 229

agrégateur 293

de flux 221

agrégation

plates-formes 23

Ajax (Asynchronous JavaScript and
XML) 310

alerte 226

actualités 152

e-mail 228

filtres 239

Alerts Grader 239

annuaire 24

de blogs 174

application web 309

Archive.org 140, 143

Arpanet 203

aspirateur de site web 213

Assemblée nationale 154

Atom 220, 313

audio 115

auteur (identité) 191

automatisation 219

autorité 190

B

BackType Alerts 176

banque

d'images 109

de sons 116

bibliographie 130

bibliothèque 13, 124, 125

Biggerplate 120

Bing 87

Blinkx 112

blog 20, 173

article ou billet 278

commentaire 176, 276

diffusion 275

filtres 237

multimédia 279

plates-formes 281

tendances 243

Blogger 283

BlogPulse 243

Blummy 64

bookmark 166

bookmarklet 62, 134

C

cache 142, 206

Calaméo 120

canular 189

capture 212

carte mentale 32, 65, 100, 120

diffusion 265

ChangeDetection 228

Check4Change 229

Cluuz 101

CMS (Content Management System) 9, 283
coComment 177
Color.slightlyblue.com 108
commentaire 176, 201
 blog 276
 plates-formes 23
communauté 167
 Twitter 286
ConvoTrack 64
cookie 199
copyright 106
Copyright Spot 187
Creative Commons 106, 110
crédibilité 190
CriticalPast 113
CSS (Cascading Style Sheet) 310

D

Dailymotion 111
Deezer 115
Delicious 252, 253, 267
 tendances 248
diffusion 261, 285
 automatisation 292
Digg 247
Digg-like 22, 247
Diigo 252, 256, 267
 groupe d'utilisateurs 262
 partage 262
Distill 247
Dotclear 282
DownloadHelper 55
droit 6
dynamique 309

E

e-book 122
e-commerce 15
e-mail 45
Ebuzzing 246
Elgg 292
encyclopédie 14
erreur 404 142
étiquette 260
Eufeed 153
évaluation de l'information 185
Evernote 208

extension Firefox 48, 141, 160, 210, 214,
 221, 229

F

Facebook 163, 167
 abonnement 289
 diffusion 288
 groupe 290
 page 289
 profil 289
FairShare 187
Faviki 268
favori 251
Feedly 58
Feedweaver 234
fiabilité 194
fil RSS 220
 voir aussi flux RSS
Filetype 122
filtre 233
Firefox 48
Flash 310
Flickr 110
 tendances 249
flux RSS 220
 création 227
 filtres 234
 lecteur 46, 61
 Netvibes 301
 partage 264
 privé 276
format 310
forum 22, 200
Foursquare 165
fraîcheur de l'information 198
FreeMind 65
FuzzFind 90

G

Gallica 124
géolocalisation 165
gestionnaire de favoris 46
Google 83, 160, 206
 Actualités 148
 Alertes 226
 Blog Search 174
 Books 124

cache 142
 filtre 234
 Goggles 107
 Google+ 182, 292
 iGoogle 58
 Images 104
 moteur de recherche 84
 opérateurs 79
 personnalisation 85
 Reader 221, 222, 225, 264
 Realtime 92
 Short Links 54
 suggestion 84
 syntaxe 76, 84
 Trends 242
 Vidéos 112
 Zeitgeist 243
 googler 160, 170
 Greasemonkey 53, 62
 GTD (Getting Things Done) 45
 Gutenberg (projet) 124

H

hashtag 177, 179
 hébergement 196
 hoax 189
 HTML (HyperText Markup Language) 309
 HTTP (HyperText Transfer Protocol) 307
 hypertexte
 total 49
 Hyperwords 48

I

Iboogie 90
 ICANN (Internet Corporation for Assigned
 Names and Numbers) 6, 308
 Identi.ca 287
 identifiant 171
 Twitter 169
 identité numérique 170
 iGoogle 58
 image 104
 banques 109
 copyright et licences d'utilisation 106,
 109
 similaire 107
 tendances 249

infobésité 10
 Inframutt 81
 Internet 4, 5
 droit 6
 gouvernance 6
 histoire 4
 origine 203
 Issuu 121
 Ixquick 90

J

JavaScript 310
 Juice 116

L

langage 309
 naturel 91
 Librarything 125
 licence 109
 lien hypertexte 4, 5
 mort 10
 LinkedIn 269, 292
 Liquid Information 48
 Liquid Web Text 49
 liste de diffusion 294
 Liveplasma 115
 livre 122
 Lullar 169

M

Macroglossa 108
 magazine 128
 Magma 248
 marque-page 251
 mash-up 7
 Media-convert 107
 médias 15
 sociaux 247
 mentions légales 192
 messagerie 45
 métamoteur 25, 89
 microblog 21, 177, 281
 diffusion 285, 286
 plates-formes 287
 Mind Mapping 65
 modèle économique 198
 mot-clé 30, 260

- suggestion 31, 84
- voir aussi* tag
- moteur de recherche 24, 73, 160
 - cache 206
 - cartographique 100
 - d'e-books 123
 - d'images 104
 - de blogs 174
 - de magazines 128
 - de PDF 122
 - de personnes 161
 - de vidéos 112
 - indexation 74
 - métamoteur 89
 - musique 115
 - opérateurs booléens 77
 - personnalisé 131
 - résultats 74
 - sémantique 91
 - spécialisé 89
 - syntaxe 76
 - temps réel 92
 - typologie 81
 - visuel 93
- multidiffusion 293
- musique 115

N

- Nachofoto 107
- navigateur 5, 48
 - extensions 48
 - favoris 252
 - information liquide 49
- Neotake 123
- Netvibes 57, 167, 299
- Newsmap 149
- nom de domaine 197, 307, 308
- note 208, 212

O

- Open Data 13
- Open Facebook Search 163
- OpenMicroBlogging 287, 288
- opérateur
 - booléen 160
 - pour Twitter 179

- OPML (Outline Processor Markup Language) 224

P

- page morte 141
- Page2RSS 227
- Pages Jaunes 169
- partage de contenus 261
 - plates-formes 18
- PDF (Portable Document Format) 120
- Pearltrees 264, 269
- personnalisation 131
- personne
 - identification 168
 - recherche de 159
- pertinence 191
- Pickanews 150
- PKM (Personal Knowledge Management) 43
- plagiat 64, 107, 187
- plan de veille 35
- Planet 175
- podcast 116
- Polymeta 90
- portail 57
- PowerPoint 118
- présentation 118
- presse 147, 148

Q

- qualité 190
- Quintura 98
- QuoteURLText 214
- Qwerly 169

R

- Readibility 64
- recherche
 - au sein d'une page 206
 - par mots-clés 30
 - par sources 33
- réputation numérique 170, 195
- requête
 - fréquence 242
- réseau 4
- réseau social 16, 177
 - bibliothèque 125
 - diffusion 285, 288

- professionnel 292
- profils, personnes 162
- résumé automatique 215
- Resurrect Pages 141
- retweet 177, 286
- Rollyo 132
- RSS 220, 313
 - RSS Bandit 221
 - voir aussi* flux RSS
- rumeur 189

S

- Sage 221
- SamePoint 163
- Scideralle 110, 116
- Scoop.it 292
- ScrapBook 211
- screencast 55
- Search Site 63
- Searchroll 132
- SearchTwitter 180
- Seek 90
- sérendipité 34
- serveur 307
- service en ligne 25
- ShowIP 193
- signet 252
- site perso 15, 201
- SlideFinder 119
- SlideShare 118, 268
- Social Bookmarking 68, 251, 261, 293
 - profil 262
- son 115
- Sothink SWF Catcher 56
- sourcing 33
- Spezify 99
- Spotify 115
- statique 309
- statistiques 244
- SweSum 215
- Swicki 134
- Symbaloo 59
- syndication 7, 220
 - formats 313

T

- tag 260
 - favori 253
- télévision 114
- tendances 241
- text mining 215
- TinyEye 108
- TinyURL 54
- Topicfire 245
- Topsy 238
- Travel Film Archive 113
- treemap 149
- Trending Topics 244
- Tumblr 21, 268, 287
- tweet 177
- TweetAlarm 231
- TweetDeck 269
- Twitscoop 248
- Twitter 21, 168, 177
 - actualité 153
 - alertes 231
 - communauté 286
 - filtres 238
 - identifiant 169
 - partage des favoris 263
 - tendances 248
- Twonvo 181

U

- Ubiquity 56
- UpdateScanner 229
- URL (Uniform Resource Locator) 5, 307, 308
- Uwhois 193, 198

V

- validation de l'information 202
- veille 29
 - e-marketing 38
- vérification de l'information 186
- Viadeo 292
- vidéo 111
 - agrégateur 248
 - droit 111
 - moteurs de recherche 112
 - plates-formes 111
 - tendances 248
- Vimeo 111

ORGANISER SA VEILLE SUR INTERNET

W

WatchThatPage 230

Web 3, 5

2.0 7

archives 140

fonctionnement technique 307

histoire 4

invisible, profond 11, 144

mobile 8

profond 144

sémantique 8

social 16

Squared 8

typologie 10

World Wide Web 308

webmix 62

widget 300

wiki 22, 187

Wikio 246

Wikipédia

tendances 244

Wolfram Alpha 91

WordPress 282

World Wide Web 5

Wp-Private 276

X

Xing 292

Y

YackTrack 177

Yahoo!

Actualités 149

moteur de recherche 88

Pipes 135, 237

Search 88

Yauba 90

Yoolink 293

YouTube 111, 268

YTTM 113

Z

Zotero 130, 188

ORGANISER SA VEILLE SUR INTERNET

Ajouter des widgets • 300

Ajouter des flux RSS • 301

Modifier les onglets et les partager • 302

Publier du contenu • 302

Conserver un espace privé • 303

CONCLUSION 305

ANNEXE : COMMENT FONCTIONNE LE WEB ? 307

Comment lire une URL ? • 308

Statique ou dynamique ? • 309

Les différents langages • 309

Des formats pour tous les goûts • 310

Formats multimédias • 311

Formats de compression • 313

Formats de syndication • 313

INDEX 315