

Xavier Delengaigne ←

accès
libre

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

2^e édition

Au-delà de Google...

Outils et astuces pour le professionnel

EYROLLES

© Groupe Eyrolles, 2012, 2014, ISBN : 978-2-212-13945-7

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'information 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'information 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 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 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.

Le 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 de notre veille et nous nous appuyerons notamment sur les réseaux sociaux en ligne pour bâtir une véritable communauté autour de notre veille.

Cette nouvelle édition contient non seulement la mise à jour de toutes les ressources présentées mais elle tient également compte des évolutions de l'écosystème informationnel :

- développement de la curation ;
- prépondérance des réseaux sociaux.

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 ? • 7

Qui produit du contenu sur le Web ? • 8

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

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

- Jusqu'où s'étend le Web ? • 10
- Les sites « traditionnels » • 11
 - Sites vitrines d'une entreprise ou d'une organisation • 11
 - Les sites institutionnels, garants de la parole officielle • 12
 - Les bibliothèques et bases de connaissances • 12
 - Vers une éducation en ligne • 14
 - Les portails • 14
 - 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
 - Les services de curation • 20

- Expression libre : du journal intime au blog • 20
- Dans l'air du temps : le microblogging • 22
- Le wiki : une écriture à plusieurs mains • 22
- Votez pour votre préféré : les Digg-like • 23
- Les forums • 23
- Les plates-formes de commentaires • 23
- Les plates-formes d'agrégation • 23
- Les jeux en ligne • 24
- 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 • 29

- Bien choisir ses mots-clés • 30
 - Exemple : dessiner la carte mentale de votre recherche par mots-clés • 31
- Constituer ses sources • 33

Mettre en place un plan de veille • 34

- Définir les objectifs • 35
- Circonscrire le périmètre • 35
- 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 • 37

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 • 45
 - 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 • 56**
 - Netvibes, un portail complet • 56
 - Symbaloo, simplifier sa page d'accueil • 56
 - Un bureau virtuel et personnalisable façon iPhone • 58
 - Modifier les flux RSS • 59
 - Partager son bureau • 59
 - Créer des webmix • 59
- Les bookmarklets, pour se faciliter le Web • 59**
 - Où trouver des bookmarklets ? • 60
 - Exemples de bookmarklets • 61
 - Rechercher sur un site en particulier avec Search Site • 61
 - Faciliter la lecture sur écran avec Readability • 61
 - Gérer au mieux ses bookmarklets • 61
- Capitaliser ses trouvailles avec les cartes mentales • 62**
 - Visualiser ses favoris web • 64
 - Élaborer des cartes de capitalisation • 65

DEUXIÈME PARTIE

COLLECTER DES DONNÉES 67

4. LA PUISSANCE DES MOTEURS DE RECHERCHE 69

Comment fonctionne un moteur de recherche ? • 70

- Indexation des pages • 70
- Analyse et classement des résultats • 70
 - Pondération des mots-clés • 71
 - Indices de confiance et de popularité • 71

Interroger un moteur de recherche • 72

- Comprendre les opérateurs booléens • 73
 - Bâtir une requête complexe • 74
 - Les opérateurs qui fonctionnent avec Google • 75

Typologie des moteurs • 77

L'incontournable Google • 78

- Comment rechercher efficacement avec Google ? • 79
 - Les astuces pour chercher sur Google • 79
 - Personnaliser ses résultats • 80

Les rivaux de Google • 81

Bing, le moteur de Microsoft • 82

Yahoo! toujours dans la course • 82

Les moteurs de recherche spécialisés • 83

Les métamoteurs • 86

Les moteurs de recherche sémantique • 87

Les moteurs de recherche en temps réel • 88

Les moteurs visuels : des résultats en un clin d'œil • 89

Exalead, un moteur pour les pros • 90

Interface de recherche et résultats • 90

Syntaxe • 92

Préférences • 94

La tête dans les nuages avec Quintura • 95

Spezify : la recherche sous forme de Post-it • 96

Les moteurs de recherche cartographiques • 97

5. TROUVER TOUS TYPES DE CONTENUS 99

Trouver des images • 100

Les moteurs de recherche spécialisés • 100

Rechercher des images similaires • 102

Trouver qui utilise ses images • 103

Les banques d'images • 104

Flickr • 105

Trouver des vidéos • 106

Les plates-formes en ligne de vidéos • 106

Les moteurs pour rechercher des vidéos • 107

Rechercher des vidéos par date • 108

La télévision, une source de vidéos à exploiter • 109

Trouver des fichiers audio • 110

Trouver de la musique et du son • 110

Trouver des podcasts • 112

Trouver des présentations • 113

Trouver des documents PDF • 115

Trouver des livres, des magazines

et des e-books • 117

Livres et e-books • 117

Les sites commerciaux : une source à ne pas négliger • 117

Feuilleter un livre • 118

Créer des listes de livres • 119

Dépeussier sa bibliothèque avec LibraryThing • 120

Trouver des magazines • 122

6. PERSONNALISER SA RECHERCHE	125
Google CSE, le moteur de recherche sur mesure • 126	
Construire son premier moteur • 126	
Intégrer un moteur de recherche sur son site web • 128	
Yahoo! Pipes : ceci est un Pipe ! • 128	
Créer son premier Pipe • 128	
Activer son Pipe • 130	
7. À LA RECHERCHE DU WEB PERDU...	131
Plonger dans les archives du Web • 132	
Ressusciter des pages mortes • 133	
La page web a disparu ! • 133	
Resurrect Pages : quel est son secret ? • 134	
Afficher l'icône Resurrect Pages • 135	
Retrouver une page disparue • 135	
Le Web invisible et les bases de données • 135	
8. SURVEILLER L'ACTUALITÉ	137
Les actualités selon Google • 138	
Visualiser les actualités de Google • 139	
Mettre en place une veille médiatique avec Pickanews • 140	
Lancer une recherche sur plus de 50 000 sources d'informations • 141	
Utiliser la recherche avancée • 142	
La presse européenne par flux RSS avec Eufeeders • 142	
Suivre au plus près l'actualité parlementaire • 144	
Les travaux de l'Assemblée nationale • 144	
Les travaux du Sénat • 146	
9. RECHERCHER QUELQU'UN SUR INTERNET	149
Le moteur de recherche : un nouvel outil de recrutement ? • 150	
Premier réflexe : « googler » • 150	
Les moteurs de recherche spécialisés dans les personnes • 151	
Rechercher sur les réseaux sociaux • 152	
Pister un expert • 155	
Consulter ses bookmarks • 156	
Rechercher dans l'un de ses espaces web • 156	
Interroger les outils créés par votre expert • 157	
Entrer dans sa communauté • 157	
Identifier une personne • 158	
À partir d'une adresse e-mail • 158	
À partir d'un identifiant Twitter • 159	
Prendre soin de votre identité numérique • 160	

10. RECHERCHER DANS LES MÉDIAS SOCIAUX : RÉSEAUX SOCIAUX, BLOGS ET MICROBLOGS 163

Explorer la blogosphère • 164

- Rechercher dans les blogs avec Google Blog Search • 164
- Des moteurs de recherche et des annuaires spécialisés dans les blogs • 164
- Les Planets • 166

Veiller sur Twitter • 166

- Lancer des recherches sur Twitter • 167
- Suivre une conversation sur Twitter • 169
- Trouver de nouvelles personnes à suivre sur Twitter • 170

Fouiller les réseaux sociaux ? • 171

- Surveiller Facebook • 171
- Suivre les hashtags • 172

TROISIÈME PARTIE

ANALYSER, ÉVALUER, STOCKER ET TRAITER L'INFORMATION173

11. COMMENT ÉVALUER L'INFORMATION SUR INTERNET ? 175

Pourquoi vérifier l'information ? • 176

- Des outils pour débusquer plagiat et hoaxes • 177
- Démasquer le plagiat • 177
- Ne pas tomber dans le canular • 179

Que faut-il évaluer ? • 179

- L'autorité • 180
- La crédibilité • 180
- La qualité et la pertinence • 180

Qui se cache derrière l'information ? • 181

- Une identité parfois floue... • 181
- Déceler l'identité de l'auteur • 182
 - La rubrique dédiée à l'auteur du contenu • 182
 - Les mentions légales • 182
- Des outils pour en apprendre plus • 182
- Pourquoi ne pas contacter l'auteur ? • 183
 - Par e-mail • 183
 - Via les commentaires • 184
- L'auteur est-il fiable ? • 184
- Évaluer la réputation numérique de l'auteur • 185

Quel est l'objet du site consulté ? • 186

D'où provient l'information ? • 187

Les nouvelles sont-elles fraîches ? • 188

Quel est le modèle économique derrière la source d'information ? • 189

Les bons endroits pour trouver du contenu non vérifié • 190

Les forums : le règne du tout et de son contraire • 190

Tout le monde y va de son commentaire... • 191

Le site perso : pour le meilleur et pour le pire • 191

Vérifier l'information : vous n'êtes pas seul • 192

12. TRAVAILLER L'INFORMATION WEB : COLLECTE, PRISE DE NOTES, RÉSUMÉ... 195

Accélérer la recherche d'informations au sein d'une page web • 196

Faire ressortir le terme recherché • 196

Utiliser la fonction « Rechercher » de votre navigateur • 196

Avec Evernote, j'en prends bonne note ! • 196

Créer une note • 197

Rechercher une note • 198

Capturer une page en un clic • 198

Créer plusieurs carnets de notes • 199

Publier ses notes • 199

S'envoyer des notes par e-mail • 200

ScrapBook : l'album de vos sorties sur le Web • 201

Capturer l'info d'un clic de souris • 201

Que faire des pages enregistrées ? • 203

Créer plusieurs ScrapBooks • 204

Résumer une page web avec SweSum • 204

13. AUTOMATISER SA VEILLE 209

Ne pas perdre le fil... RSS • 210

Comment lire un flux RSS ? • 211

Logiciels ou extensions à installer • 211

Agrégateurs en ligne • 211

Feedly • 212

S'abonner à un flux • 212

Organiser ses abonnements • 212

Partager ses trouvailles • 213

Comment éviter la boulimie ? • 214

Lancer une alerte • 215

Surveiller un site web • 216

Créer un fil RSS • 216

Recevoir une alerte par e-mail avec ChangeDetection • 217

Les plug-ins détecteurs de changements • 218

UpdateScanner • 218

Check4Change • 219

Surveiller une page avec WatchThatPage • 219

Surveiller Twitter • 220

14. FILTRER LE WEB	221
Filtrer les sites web • 222	
Filtrer et personnaliser ses flux RSS avec Feedweaver • 222	
Agréger différents flux en un seul • 222	
Filtrer ses flux grâce à des mots-clés • 223	
Lire le flux dans son lecteur de flux RSS • 224	
Filtrer les informations d'un blog • 225	
Filtrer les tweets à propos d'un blog • 226	
Filtrer les alertes Google • 227	
15. SUIVRE LES TENDANCES DU WEB	229
Le Web et ses tendances • 230	
Connaître les termes les plus recherchés sur Google • 230	
Suivre les tendances sur les blogs • 231	
Suivre les tendances sur Wikipédia • 231	
Connaître les sujets les plus « chauds » avec Topicfire • 232	
Sonder la popularité des publications grâce aux Digg-like • 233	
Les tendances sur les médias sociaux • 234	
Connaître les sujets les plus populaires via Delicious • 234	
Suivre les tendances sur les plates-formes vidéo • 235	
Suivre les tendances des images sur Flickr • 235	
16. ORGANISER SES FAVORIS AVEC LE SOCIAL BOOKMARKING	237
Delicious à 100 % • 239	
Ajouter un favori • 239	
Lancer une recherche dans ses favoris • 241	
Importer et exporter ses favoris • 241	
Exporter • 241	
Importer • 241	
Diigo : mon service favori • 242	
La barre d'outils Diigo • 242	
Ajouter un favori • 242	
Organiser ses favoris • 243	
Filtrer ses favoris • 243	
Un favori demande réflexion ? • 243	
Une option à souligner • 244	
Exporter ses favoris • 244	
17. PARTAGER SES TROUVAILLES VIA LE SOCIAL BOOKMARKING	247
Partager ses favoris Diigo • 248	
Partager des favoris avec ses contacts • 248	
Monter son groupe • 248	

Tweeter ses favoris • 249

Pearltrees : confectionner un collier avec les perles du Web • 249

QUATRIÈME PARTIE

DIFFUSER L'INFORMATION255

18. PUBLIER SES RECHERCHES SUR UN BLOG 257

Un blog pour dialoguer avec les internautes • 258

Publier du contenu sur un blog • 259

Rédiger un article ou billet • 260

Ajouter du contenu multimédia • 260

Héberger les contenus sur son blog • 260

Embarquer le contenu d'un site tiers • 261

Comment choisir sa plate-forme de blogs ? • 262

Utiliser un service en ligne dédié • 262

Installer sa propre plate-forme de blogs • 263

Les principales plates-formes de blogs • 263

WordPress • 263

Dotclear • 264

19. DIFFUSER SA VEILLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX 265

Partager ses recherches sur les microblogs • 266

Tweetez, tweetez, il en restera toujours quelque chose • 266

Les autres plates-formes de microblogs • 267

Diffuser sa veille sur les réseaux sociaux • 268

Diffuser au plus grand nombre avec Facebook • 268

Via son profil personnel • 268

Via une page Facebook • 269

Via un groupe • 270

Et les réseaux professionnels ? • 272

La multidiffusion grâce à un agrégateur • 273

Partager une ressource avec Yoolink • 273

Suivre sa communauté • 274

20. NETVIBES, LE PORTAIL WEB PERSONNALISÉ 279

Débuter sur Netvibes • 280

Créer une page publique • 280

Ajouter des widgets • 280

Ajouter des flux RSS • 281

Modifier les onglets et les partager • 282

Publier du contenu • 282

Conserver un espace privé • 283

CONCLUSION	285
A. COMMENT FONCTIONNE LE WEB ?	287
Comment lire une URL ? · 288	
Statique ou dynamique ? · 289	
Les différents langages · 289	
Des formats pour tous les goûts · 290	
Formats multimédias · 291	
Formats de compression · 292	
Formats de syndication · 293	
INDEX	295

Index

123people 152

A

ActionScript 290

actualité 137

parlementaire 144

adresse e-mail 158

AFNIC (Association française pour le
nommage Internet en
coopération) 288

agent de surveillance 218

agrégateur 273

de flux 211

agrégation

plates-formes 23

Ajax (Asynchronous JavaScript and
XML) 290

alerte 215

e-mail 217

filtres 227

Alerts Grader 227

annuaire 24

de blogs 164

application web 289

Archive.org 132, 135

Arpanet 193

aspirateur de site web 202

Assemblée nationale 144

Atom 210, 293

audio 110

auteur (identité) 181

automatisation 209

autorité 180

B

banque

d'images 104

de sons 110

bibliothèque 12, 119, 120

Blinkx 107

blog 20, 163

article ou billet 260

commentaire 258

filtres 225

multimédia 260

plates-formes 262

tendances 231

Blogger 264

Blummy 62

bookmark 156

bookmarklet 59

C

cache 134

Calaméo 115

canular 179

capture 201

carte mentale 31, 62, 97

ChangeDetection 217

Check4Change 219

Cluuz 97

CMS (Content Management System) 9, 264

Color.slightlyblue.com 102
commentaire 191
 blog 258
 plates-formes 23
communauté 157
 Twitter 266
cookie 190
copyright 101
Copyright Spot 177
Creative Commons 101, 104, 105
crédibilité 180
CriticalPast 108
CSS (Cascading Style Sheet) 289

D

Dailymotion 106
Deezer 110
Delicious 238, 239
 tendances 234
diffusion 247, 265
Digg 233
Digg-like 23, 233
Diigo 238, 242
 groupe d'utilisateurs 248
 partage 248
Distill 234
Dotclear 264
DownloadHelper 55
droit 6
dynamique 289

E

e-book 117
e-commerce 15
Elgg 272
e-mail 45
encyclopédie 13
étiquette 245
Eufeedz 142
évaluation de l'information 175
Evernote 196
extension Firefox 48, 133, 198, 204, 211, 218

F

Facebook 157
 diffusion 268
 groupe 270

 page 269
 profil 268
FairShare 177
favori 237
Feedweaver 222
fiabilité 184
fil RSS 210
 voir aussi flux RSS
filtre 221
Firefox 48
Flash 290
Flickr 105
 tendances 235
flux RSS 210
 création 216
 filtres 222
 lecteur 45, 59
 Netvibes 281
format 290
forum 23, 190
fraîcheur de l'information 188
FreeMind 62
FuzzFind 87

G

Gallica 119
géolocalisation 155
gestionnaire de favoris 46
Google 78, 150
 Actualités 138
 Alertes 215
 Blog Search 164
 Books 119
 cache 134
 filtre 222
 Goggles 102
 Google+ 272
 Images 100
 moteur de recherche 79
 opérateurs 75
 personnalisation 80
 Reader 214
 Realtime 89
 Short Links 54
 suggestion 80
 syntaxe 72, 79

- Trends 230
- Vidéos 107
- googler 150, 160
- Greasemonkey 53
- GTD (Getting Things Done) 45

H

- hashtag 167, 168, 172
- hébergement 187
- hoax 179
- Hshtags 172
- HTML (HyperText Markup Language) 289
- HTTP (HyperText Transfer Protocol) 287
- hypertexte
 - total 49
- Hyperwords 48

I

- Iboogie 86
- ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) 6, 288
- Identi.ca 267
- identifiant
 - Twitter 159
- identité numérique 160
- image 100
 - banques 104
 - copyright et licences d'utilisation 104
 - similaire 102
 - tendances 235
- infobésité 9
- Internet 4, 5
 - droit 6
 - gouvernance 6
 - histoire 4
- Issuu 116
- Ixquick 86

J

- JavaScript 290
- Juice 112

L

- langage 289
 - naturel 87
- Librarything 120
- licence 104

- lien hypertexte 4, 5
 - mort 10
- LinkedIn 272
- Liquid Information 48
- Liquid Web Text 49
- liste de diffusion 274
- Liveplasma 110
- livre 117
- Lullar 159

M

- Macroglossa 102
- magazine 122
- Magma 235
- marque-page 237
- mash-up 7
- médias 15
 - sociaux 234
- mentions légales 182
- messagerie 45
- métamoteur 25, 86
- microblog 22, 166
 - diffusion 265, 266
 - plates-formes 267
- Mind Mapping 62
- modèle économique 189
- mot-clé 30, 245
 - suggestion 30, 80
 - voir aussi* tag
- moteur de recherche 24, 69, 150
 - cartographique 97
 - d'images 100
 - de blogs 164
 - de magazines 122
 - de PDF 116
 - de personnes 151
 - de vidéos 107
 - indexation 70
 - métamoteur 86
 - musique 110
 - opérateurs booléens 73
 - personnalisé 125
 - résultats 70
 - sémantique 87
 - spécialisé 83
 - syntaxe 72

temps réel 88
typologie 77
visuel 89
multidiffusion 273
musique 110

N

navigateur 5, 48
 extensions 48
 favoris 238
 information liquide 49
Netvibes 56, 157, 279
Newsmap 139
nom de domaine 287, 288
note 196, 201

O

OAI 84
Open Data 12
OpenMicroBlogging 267
opérateur
 booléen 150
 pour Twitter 168

P

page morte 133
Page2RSS 216
Pages Jaunes 159
partage de contenus
 plates-formes 18
PDF (Portable Document Format) 115
Pearltrees 249
personnalisation 125
personne
 identification 158
 recherche de 149
pertinence 181
Pickanews 140
PKM (Personal Knowledge Management) 43
plagiat 102, 177
plan de veille 34
Planet 166
podcast 112
Polymeta 86
portail 56
présentation 113
presse 137, 138

Q

qualité 180
Quintura 95
Qwerly 159

R

Readability 61
recherche
 au sein d'une page 196
 par mots-clés 30
 par sources 33
réputation numérique 160, 185
requête
 fréquence 230
réseau 4
réseau social 16, 166
 bibliothèque 120
 diffusion 265, 268
 professionnel 272
 profils, personnes 152
résumé automatique 204
Resurrect Pages 133
retweet 167, 267
Rollyo 126
RSS 210, 293
 RSS Bandit 211
 voir aussi flux RSS

S

Sage 211
SamePoint 153
Scideralle 105, 111
ScrapBook 201
Search Site 61
SearchTwitter 168
Seek 86
serveur 287
signet 238
site perso 15, 191
SlideFinder 115
SlideShare 113
Social Bookmarking 237, 247, 273
son 110
Sothink SWF Catcher 56
sourcing 33
Spezify 96

Spotify 110
 statique 289
 SweSum 204
 Swicki 127
 Symbaloo 56
 syndication 7, 210
 formats 293

T

tag
 favori 239
 télévision 109
 tendances 229
 text mining 205
 TinyEye 103
 TinyURL 54
 Topicfire 232
 Topsy 226
 Travel Film Archive 108
 treemap 139
 Trending Topics 231
 Tumblr 22, 267
 tweet 166
 TweetAlarm 220
 Twitter 22, 158, 166
 actualité 143
 alertes 220
 communauté 266
 filtres 226
 identifiant 159
 partage des favoris 249
 Twonvo 169

U

UpdateScanner 218
 URL (Uniform Resource Locator) 5, 287, 288
 Uwhois 183, 188

V

veille
 e-marketing 37
 vérification de l'information 176
 Viadeo 272

vidéo 106
 agrégateur 235
 moteurs de recherche 107
 plates-formes 106
 tendances 235
 Vimeo 106

W

WatchThatPage 219
 Web 3, 5
 2.0 7
 archives 132
 histoire 4
 invisible, profond 11, 135
 mobile 7
 profond 135
 sémantique 7
 social 16
 Squared 8
 typologie 10
 World Wide Web 288
 webmix 59
 widget 280
 wiki 22, 177
 Wikio 233
 Wikipédia
 tendances 231
 Wolfram Alpha 87
 WordPress 263
 World Wide Web 5

X

Xing 272

Y

Yahoo!
 moteur de recherche 82
 Pipes 128, 224, 225
 Search 82
 Yauba 86
 Yoolink 273
 YouTube 106
 YTTM 108