

Alain Fernandez

**Et si moi aussi je savais
un peu tout sur tout ?**



2^{ème} Édition

**7 outils gratuits pour tout apprendre à
son rythme grâce au web**

**Guide pratique
MIMISMO**

Résumé :

Que ce soit pour épater les collègues, briller au cours d'un dîner ou améliorer ses compétences professionnelles, il n'y a pas à tourner autour du pot, il faut élargir le champ de ses connaissances.

Qui ne s'est jamais retrouvé malgré lui à l'écart d'une conversation parce qu'il n'avait aucune idée du sujet abordé ? Passer pour la truffe de la soirée ? Non merci !

Aujourd'hui, il n'y a plus d'excuses possibles. En effet, nous disposons quasiment tous d'un accès au web et aux réseaux sociaux. Et sur le web tout est là, une masse de connaissances incommensurables est disponible pour celle ou celui qui sait les trouver.

Encore faut-il ne pas se laisser manipuler par Google et consorts ni prendre la Wikipédia pour parole d'évangile.

Au fil de ces pages, nous étudierons les principes des moteurs de recherche pour débusquer les pépites de connaissance sans nous laisser enfumer par les démarches commerciales.

Nous apprendrons aussi à exploiter **Facebook** et **Twitter** dans le cadre de l'autoformation.

Nous veillerons à profiter intelligemment de l'incontournable **Wikipédia** qui n'est pas infallible tant s'en faut, et nous nous attarderons sur une utilisation efficace et profitable des **MOOC** en accord avec les besoins de chacun.

Site associé : www.piloter.org (Onglet : « Se former »).

L'auteur : Alain Fernandez est formateur et consultant international. Il est l'auteur de plusieurs ouvrages didactiques, vendus à plusieurs dizaines de milliers d'exemplaires. Il anime depuis plus de vingt ans un site de formation gratuit pour les professionnels: www.piloter.org . Avec cet ouvrage, l'auteur décode les travers du web et de ses usages afin d'en faire émerger les avantages pour une formation réussie.

Du même auteur

Aux Éditions Eyrolles

Les tableaux de bord du manager innovant

L'essentiel du tableau de bord (5^{ème} édition)

Le chef de projet efficace (6^{ème} édition)

Les nouveaux tableaux de bord des managers (6^{ème} édition)

44 astuces pour démarrer votre business

À son compte : De salarié à entrepreneur indépendant

Les systèmes d'information : Art et pratiques (collectif)

Le bon usage des technologies expliqué au manager

Les guides pratiques Mimismo

7 habitudes pour se former tout au long de la vie

Perfonomique, 30 recommandations pour un management assumé

Copyright © 2024 Alain Fernandez

Éditions Mimismo ® Collection : Les Guides Pratiques

Tous droits réservés.

ISBN : 978-2-9567588-5-3

Crédit images : Pixabay et IMSI/design.

Couverture : © NDE/Pixabay.com.

Copyright : Toutes les marques citées sont des marques déposées par leur propriétaire respectif.

Dépôt légal : Décembre 2024

Alain Fernandez

Et si moi aussi je savais un peu tout sur tout ?

**Sept outils pour tout apprendre grâce
au web et aux réseaux sociaux**

MIMISMO

"Puisqu'on ne peut être universel et savoir tout ce qu'on peut savoir sur tout, il faut savoir un peu de tout, car il est bien plus beau de savoir quelque chose de tout que de savoir tout d'une chose; cette universalité est la plus belle."

Blaise Pascal, Les pensées

SOMMAIRE

INTRODUCTION	9
OUTIL N°1 POUR BIEN PROFITER DE GOOGLE IL VAUT MIEUX EN CONNAITRE LE PRINCIPE ET LES LIMITES	12
Google est bien le moteur de recherche préféré des francophones..	15
Un moteur de recherche, comment ça marche ?.....	17
La rentabilité financière.....	23
4 CONSEILS POUR UNE COLLECTE PERTINENTE SUR LE WEB....	29
Les principales commandes de Google.....	31
EN COMPLEMENT : ÉVALUEZ LA PERTINENCE DES DOCUMENTS COLLECTÉS	33
Le dilemme de la collecte	34
Les critères d'évaluation de la collecte documentaire	36
Les pièges de la recherche documentaire	38
OUTIL N°2 DU BON USAGE DES LIENS HYPERTEXTES, LES LIMITES DE LA SÉRENDIPITÉ.....	40
Le plaisir de découvrir des documents par « hasard »	42
Typologie des liens hypertextes glissés dans un article	43
OUTIL N°3 UTILISEZ LA WIKIPÉDIA AVEC CIRCONSPECTION.....	46
La thèse fondatrice du phénomène Wikipédia	48
QUATRE CRITERES POUR BIEN EXPLOITER LES RESSOURCES DE LA WIKIPEDIA	53
Quelques bonnes pistes pour mieux comprendre le principe de la Wikipédia	56
OUTIL N°4 PROFITEZ DES OUTILS DE VEILLE DISPONIBLES EN LIGNE.....	60
Qu'est-ce que la veille sur le web ?	61
Comment démarrer en 7 temps	62
Autres outils utiles pour la veille sur le Web	64
OUTIL N°5 TIREZ PROFIT DE TWITTER POUR REPÉRER LES INFLUENCEURS.....	66
Twitter, les raisons du succès.....	67
Twitter : les membres à suivre et les membres à éviter.....	68
Petit guide pratique pour utiliser Twitter au profit de votre	

autoformation	71
Suivre les leader et les veilleurs	73
« Minidico » Twitter	75
OUTIL N°6 EXPLOITEZ FACEBOOK POUR DES ÉCHANGES ENRICHISANTS.....	77
Facebook pour la formation.....	79
Facebook en mode pratique.....	81
Autres réseaux sociaux intéressants pour l'autoformation	83
7^{EME} OUTIL METTEZ LES MOOC A VOTRE SERVICE.....	87
Des formations en ligne ouvertes à tous	89
Le Pour et le Contre du MOOC	90
Le bon état d'esprit pour profiter d'un MOOC traditionnel.....	92
Comment choisir un MOOC ?	93
Une sélection de MOOCs.....	95
LES WEBINAIRES, LES CONFÉRENCES EN LIGNE.....	97
Mini-guide pour bien profiter d'un webinaire	98
IL N'Y A PAS QUE LE WEB DANS LA VIE. POUR CONSOLIDER SON AUTOFORMATION, RIEN NE VAUT LA LECTURE ATTENTIVE DE LIVRES BIEN CHOISIS.....	100
Les livres sont l'unique moyen d'approfondir un sujet.....	102
UNE TECHNIQUE DE LECTURE RAPIDE SIMPLISSIME.....	103
Premier temps : choisir le bon livre	103
Second temps : extraire l'essentiel du livre choisi.....	105
Profitez des bibliothèques	108
LE SECRET D'UNE FORMATION REUSSIE : LA MOTIVATION.....	110
Qu'est-ce que la motivation ?.....	111
Apprendre doit rester un plaisir	111
Les deux types de motivation.....	112
Déjà pour être motivé il s'agit d'être bien organisé	114
Comment se démotiver de trois façons différentes	115
POUR CONCLURE : « ABONDANCE » N'EST PAS UN NOUVEAU SYNONYME DE « PERTINENCE »	117
De l'économie de l'attention.....	118
... À l'économie du partage	119
BIBLIOGRAPHIE.....	121
DU MÊME AUTEUR	123
7 habitudes pour se former tout au long de la vie	125
PERFONOMIQUE Saison 2	123
Les tableaux de bord du manager innovant	124

L'essentiel du tableau de bord	125
Le chef de projet efficace	126
Les nouveaux tableaux de bord des managers	127
44 astuces pour démarrer votre business.....	128
À son compte	129
Le bon usage des technologies expliqué au manager	133

INTRODUCTION

*Le web est un grand bazar, on y trouve tout et
n'importe quoi, le pire comme le meilleur.*

Grâce au web, l'accès à la connaissance pour tout un chacun semble n'être rien de plus qu'une formalité, en tout cas pour les résidents des pays développés. Quel que soit le sujet, il suffit d'interroger son moteur de recherche favori pour obtenir une réponse quasi immédiate¹.

Comment faire une tarte Tatin ? Comment remplacer un joint de robinet ? Combien de temps vit un hippopotame ? Comment interpréter le célèbre « cogito ergo sum » ? Comment manager une équipe projet ? À moindre effort et à moindre coût, tout internaute en quête de connaissances vite acquises se sent capable de devenir un chef de cuisine, un plombier d'exception, un spécialiste des animaux d'Afrique, un philosophe avisé ou un manager averti.

Tous les savoirs de l'humanité semblent désormais à portée de main. Selon un mythe largement partagé, il suffirait donc de piocher au gré de ses envies et de ses besoins pour assurer seul la mise à jour continue de ses connaissances. Mais ce n'est qu'un mythe.

Pour profiter de cette somme de savoirs, encore faut-il apprendre au préalable à discerner l'essentiel de l'insignifiant, et ce n'est pas tâche aisée. Si l'on trouve tout sur le web, on y rencontre aussi n'importe quoi. Les rumeurs, les ragots et les « scoop people », qui firent le succès de la presse à sensation du temps où le « papier » était roi, côtoient les informations

¹ Il s'agira de Google pour près de 95% des internautes francophones.

essentielles sans aucune hiérarchie. Et pour ne rien arranger, le commerce et la publicité en ligne, moteurs économiques de l'Internet, brouillent un peu plus les lignes et renforcent la confusion entre la futilité et les vraies informations, celles qui contribuent à construire ses connaissances.

Bref, pour naviguer intelligemment sur le web, il ne serait pas inutile de passer un « permis d'internaute ». Ce serait le moyen de prendre conscience que la première information trouvée n'est pas nécessairement la plus pertinente, et qu'il ne suffit pas qu'une opinion soit partagée par une majorité d'internautes pour qu'elle devienne parole d'évangile. La problématique est d'autant plus sensible dans le cadre d'une autoformation en ligne. Un travail de fond est en effet nécessaire pour construire méthodiquement ses connaissances, et parvenir à enrichir son éventail de compétences. C'est cela l'autoformation et c'est aussi l'objectif de ce livre.

Ainsi, au fil de ces lignes, nous passerons en revue les sept outils indispensables pour exploiter pleinement et à notre avantage les ressources disponibles sur le web et les réseaux sociaux. Maîtriser ces sept outils c'est un peu quelque part détenir son « permis d'internaute » sans risquer de perdre le moindre point.

Les sept outils

Outil n°1 : Domestiquez Google, Bing et les autres moteurs de recherche

Outil n°2 : Du bon usage des liens hypertextes, les limites de la sérendipité

Outil n°3 : Utilisez la Wikipédia avec circonspection

Outil n°4 : Profitez des outils de veille disponibles en ligne

Outil n°5 : Tirez profit de Twitter pour repérer les influenceurs

Outil n°6 : Exploitez Facebook pour des échanges enrichissants

Outil n°7 : Mettez les MOOC à votre service

Pour compléter les 7 outils, nous étudierons aussi
Une technique de lecture rapide en fin d'ouvrage

Deux niveaux de lecture

Pour plusieurs outils un peu complexes quoique simples en apparence, tel le moteur de recherche de Google, ce livre offre deux niveaux de lectures. Une première pour bien comprendre le principe et l'usage de l'outil proposé et une seconde intitulée « Approfondissement » pour mieux comprendre le mécanisme dudit outil.

En mode lecture rapide, la rubrique approfondissement n'est pas nécessaire à la compréhension globale du sujet. Elle est cependant utile pour justement approfondir sa connaissance tout comme sa curiosité et ainsi bien mieux maîtriser l'outil.

Le site « compagnon »

Le site <https://www.piloter.org/autoformation> associé à ce livre propose plusieurs ressources complémentaires, d'approfondissement notamment.

« Don't be evil. » Ne soyez pas malveillants. Il est possible de gagner de l'argent sans vendre son âme au diable.

Devise originelle de Google Corp.

OUTIL N°1 POUR BIEN PROFITER DE GOOGLE IL VAUT MIEUX EN CONNAITRE LE PRINCIPE ET LES LIMITES

Et c'est ce que nous allons faire. Si la devise originale de Google Citée en exergue de cette page cherche à justifier une ambition humaniste, il ne faut pas non plus nous prendre pour des demeurés. La maison mère de Google, Alphabet n'est pas devenu une des principales capitalisations boursières mondiales à force de générosité et de désintérêt, mais bien en développant un modèle de publicité ciblée particulièrement lucratif.

Il n'est pas inutile de donner une autre forme à la devise ci-dessus en exergue bien trop séduisante :

*Il est important que la pertinence des résultats
fournis soit prioritairement au service de
l'accroissement des revenus.*

Ce qui ne signifie pas pour autant que les résultats ne sont pas pertinents. C'est bien pour cela qu'il s'agit de bien savoir utiliser l'outil Google. Voyons tout cela...

Objectif	Maîtriser les moteurs de recherche.
Résultat attendu	Comprendre les avantages et les inconvénients des moteurs de recherche, et savoir mieux les utiliser dans le cadre de l'autoformation.
Conseil	La meilleure méthode pour comprendre les moteurs de recherche consiste simplement à les tester soi-même, en utilisant diverses requêtes sur un thème que l'on connaît parfaitement bien, et en comparant les résultats proposés.
Risques d'échec	Passer un peu rapidement sur ce chapitre et rester sensible à la légende d'universalité altruiste entretenue par Google.

L'idée très largement admise où nous serions tous surinformés n'est qu'une illusion. L'information pertinente existe, mais elle est noyée dans un bruit toujours plus assourdissant d'anecdotes insignifiantes, de distractions dérisoires et de... messages publicitaires !

Le web tend à devenir une immense galerie commerciale, et toutes les techniques marketing pour nous pousser à consommer ont pris le pas sur le partage de l'information.

Peut-on encore faire confiance aux moteurs de recherche, et Google en particulier, pour dénicher l'information qui nous convient ?

Il faut surtout apprendre à mieux les connaître, et prendre conscience que ces moteurs incontournables sont la propriété d'entreprises commerciales dont les finalités ne sont peut-être pas toujours en accord avec notre besoin d'autoformation.

C'est ainsi que l'on pourra un peu mieux les domestiquer et en tirer un profit appréciable.

Google est bien le moteur de recherche préféré des francophones

En France, Google phagocyte largement plus de 90 % de part de marché des moteurs de recherche². Bing de Microsoft et Yahoo se partagent le reste. Les « outsiders » tel DuckduckGo ne sont pas encore suffisamment pertinents dans leur version francophone pour espérer trouver leur place parmi les outils privilégiés des français. Les solutions purement franco-françaises telles que Quant rencontrent bien des difficultés pour dépasser le succès d'estime. Aussi nous concentrons notre étude sur le moteur de recherche Google. Cela dit, les critiques et commentaires formulés ici sont tout aussi valables pour les autres moteurs de recherche commerciaux.

Ils ont tous adopté le même principe d'automatisation au maximum et de captation des données personnelles pour mieux cibler la publicité.

Google, Un outil de confiance ? Pas toujours et c'est bien là le problème !

La large majorité des internautes accordent une confiance absolue aux moteurs de recherche tels que Google. En effet, selon de multiples études régulièrement mises à jour, plus de 90 % des internautes ne dépassent jamais la première page et se limitent aux premiers résultats proposés. Pourtant Google tout comme Bing ou Yahoo se trompent parfois et n'évitent pas toujours les contresens. Dans le pire des cas, ils relaient malgré eux les thèses les plus absurdes et contribuent ainsi à la désinformation généralisée.

Un exemple de désinformation

Fin 2016, le périodique britannique The Guardian a ainsi

² Source : <http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

épinglé Google³.

À la question « **L’holocauste a-t-il eu lieu ?** », le moteur de recherche propose en premières positions rien de moins que des sites révisionnistes.

Bien évidemment, les équipes de Google se sont empressées de corriger « manuellement » cette aberration. Mais qu’en est-il pour toutes les autres questions qui ne sont pas passées par la moulinette d’un grand quotidien ? Cette erreur gravissime n’est pas un cas isolé.

En France, ce sont les sites d’associations extrémistes anti-avortement que le moteur de recherche a longtemps plébiscités au détriment des sites institutionnels, là encore malgré lui.

Google est un indispensable outil pour rechercher l’information pertinente, notamment dans le cadre d’une autoformation. Encore faut-il bien connaître son principe pour débusquer les bons documents d’intérêt qui, à coup sûr, nous échapperons si l’on s’en tient à une utilisation trop basique.

Cette étude se déroule donc dans un premier temps sous l’angle de la critique pour parvenir dans un second temps à un guide pratique en quatre recommandations pour un usage « malin » du moteur de recherche.

³ www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/0211615005624-google-tente-de-mettre-de-lordre-dans-son-moteur-de-recherche-2052065.php

Un moteur de recherche, comment ça marche ?

Le principe fondateur : la foi dans l'algorithme

Les principaux moteurs de recherche actuels partagent le même principe fondateur : **quel que soit le thème, la qualité d'un article dépend de critères précis mathématisables**. Il « suffit » donc de valoriser ces critères pour proposer un classement entièrement automatisé et donc nécessairement pertinent au sens de ce principe.

Il est aussi vrai que pour modérer un tant soit peu le comportement trop robotisé de ses algorithmes, Google s'appuie sur des techniques d'auto-apprentissage fondées sur l'expérience utilisateur. Autrement dit, les algorithmes de recherche bâtissent leurs processus de tri et de sélection en s'inspirant des pratiques humaines.

Quoi qu'il en soit, les documents sont indexés et restitués de manière totalement automatique sans aucune intervention humaine.

Vu la taille du web actuel, il n'est guère concevable de procéder différemment. D'ailleurs, les grands annuaires de sites entièrement élaborés manuellement ont aujourd'hui tous disparu. Yahoo, Voilà, Nomade et Dmoz, l'Open Directory Project, pour ne citer que ceux-ci, avaient construit le succès du web avant d'être phagocytés par Google et le concept de moteur de recherche universel.

Mode approfondissement : Trois classes d'algorithme à connaître

Pour bien comprendre le principe de production des résultats automatisés, commençons par étudier le fameux « PageRank », l'algorithme « historique » de classement qui fit le succès de Google. Même s'il est aujourd'hui moins mis en avant, c'est toujours une brique fondatrice du moteur de recherche.

1. L'algorithme « PageRank »

Le « PageRank⁴ » est le plus connu des algorithmes de tri du moteur de recherche. Il s'agit à l'origine d'une méthode assez ancienne de classement des documents scientifiques par ordre d'importance. Le principe de base, ici brièvement résumé, est assez simple à comprendre.

Dans la grande masse des documents accessibles sur le web, certains d'entre eux disposent par essence d'une notoriété évidente. Les articles de fond publiés dans une revue scientifique de renom, ou par un organisme public, une université ou un centre de recherche, bénéficient en toute logique de cet avantage et sont attribués d'un avis positif a priori pour l'algorithme.

Si d'autres articles bénéficiant eux aussi d'un avis positif font référence à cet article, sa cote, le PageRank, gagne des points. Dans un contexte hypertexte, ces articles notoires pointent nécessairement vers d'autres articles hébergés par des sites moins renommés. Ces derniers sont alors à leur tour valorisés en partant du principe légitime que si des sites à la notoriété reconnue pointent sur un document précis, c'est bien parce qu'il est intéressant.

De même, un document ou une page web recevant un grand nombre de liens provenant de sites d'intérêt traitant du même sujet ou d'un sujet connexe voit théoriquement sa cote grimper

⁴ Le principe du PageRank tel que Sergey Brin et Lawrence Page l'ont conçu à l'origine : <http://infolab.stanford.edu/~backrub/google.html> Évidemment, depuis ce texte fondateur, tout en conservant les principes de base, l'algorithme PageRank a évolué en secret, loin des yeux des copieurs et des fraudeurs.

dans l'échelle de qualité des moteurs de recherche.

En revanche, un premier article écrit par un inconnu sur un système de blog gratuit démarrera au plus bas de l'échelle du système de valeurs PageRank.

En conclusion, plus un document ou plutôt une page web est populaire, plus elle a de chance d'être plébiscitée par le moteur de recherche.

Toute médaille a son revers : l'algorithme du PageRank est un frein à l'originalité

En effet, le PageRank n'est autre qu'une récompense à la citation. Une page web gagne en notoriété si d'autres sites renommés pointent sur cette même page. Autrement dit, plus une page est citée par des sites notoires de préférence, plus elle a de chances d'apparaître en tête de liste.

A contrario, une thèse plus originale et donc moins connue, c'est-à-dire peu référencée par d'autres sites, restera dans les tréfonds du web. Elle aura peu de chance d'apparaître en tête des résultats.

Le PageRank est aussi l'algorithme « anti-originalité ». Le quantitatif l'emporte sur le qualitatif.

2. Les algorithmes « qualité »

L'algorithme du PageRank n'est pas le seul algorithme de Google, tant s'en faut. Google dispose d'une multitude d'algorithmes pour étudier le contenu du document et ainsi mieux répondre aux interrogations des internautes. Pour juger de la pertinence d'un document en fonction de la question posée, Google analyse le texte selon des critères bien spécifiques tels que la syntaxe, la structure du document, la présence des mots-clés et leurs fréquences, ainsi que bien d'autres paramètres non dévoilés.

La critique : Les résultats sont aussi manipulables

Le métier de SEO, Search Engine Optimizer, est en plein essor. Ces professionnels ont pour vocation d'optimiser la réalisation des sites web, afin d'améliorer sensiblement leur classement dans les pages de résultats des moteurs de recherche.

En effet, puisque neuf internautes sur dix ne cherchent pas plus loin que les premiers résultats, pour un site web, il est d'un enjeu stratégique d'être présent dans le tiercé de tête. Et ce n'est pas peu dire, des entreprises ont vu leur chiffre d'affaires fondre littéralement une fois leur site web relégué en deuxième page ou au-delà.

Autrement dit, les articles qui n'apparaissent pas dans la partie supérieure de la première page de résultats n'existent pas pour la très large majorité des internautes.

Les professionnels du référencement de site cherchent donc à identifier les critères de pertinence utilisés par Google pour tenter d'orienter les résultats à leur avantage. Ils parsèment les textes des bons mots-clés et créent des réseaux sophistiqués de liens avec d'autres sites web, de manière à accroître artificiellement la notoriété du site et tromper ainsi un tant soit peu les algorithmes de classement de Google⁵.

Le SEO (Search Engine Optimization), ou référencement naturel, consiste à optimiser un site web afin qu'il obtienne la meilleure visibilité possible sur les moteurs de recherche tels que Google ou Bing. Olivier Andrieu, www.abondance.com

3. Les algorithmes anti sur-optimisation

Pour conserver son pouvoir de jugement intact et lutter contre les stratégies élaborées par les experts SEO, Google a développé une batterie d'algorithmes bien spécifiques. Il s'agit en effet de mettre en défaut la large majorité des ruses exploitées par les « manipulateurs »⁶.

⁵ Les spécialistes SEO font preuve d'une certaine pudeur. Pour ne pas utiliser le terme péjoratif de « manipulation », ces professionnels préfèrent user d'euphémisme pour décrire leur profession et parlent de « outils d'écriture sur le web ».

⁶ Le site Webrankinfo, administré par Olivier Duffez, propose une liste des principaux algorithmes de Google : <https://www.webrankinfo.com/dossiers/conseils/algos-google>

Une amélioration continue

Au fil des années, la pertinence du moteur de recherche s'est sérieusement améliorée. Désormais une large majorité des articles proposés en pole position respectent les règles de qualité les plus élémentaires autant sur le plan de la structure que de la pertinence selon la requête formulée. Mais, parce qu'il y a un « mais », un document bien structuré n'est pas nécessairement le plus intéressant.

Ne perdons jamais de vue que les algorithmes de Google ou de Bing, aussi sophistiqués soient-ils, ne savent pas lire et n'ont aucune culture. Ils ne comprennent pas le sens d'un texte.

Le moteur de recherche n'a donc aucune idée du sujet traité ni de la pertinence réelle des articles sélectionnés comme « meilleurs choix », c'est-à-dire ceux qu'il classe en tête de la liste de résultats. Aussi, est-il prudent de maintenir son esprit critique en éveil et d'accorder une confiance « limitée » dans les résultats proposés par le moteur de recherche.

Dans la jungle du web, tous les moyens sont bons

Le web n'est plus un terrain de jeu pour amateur. Seuls les sites gérés par des professionnels parviennent désormais à tirer leur épingle du jeu, c'est-à-dire à apparaître en tête de la page de résultats pour les requêtes les plus concurrentielles.

Google privilégie en effet les sites de taille conséquente qui enrichissent régulièrement leur contenu. Pour produire rapidement de nouveaux articles et conserver ainsi la pole position, bien des gestionnaires sans vergogne n'hésitent pas à recourir à des rédacteurs professionnels qui ne sont pas toujours des spécialistes du sujet traité. C'est actuellement l'un des principaux problèmes pour une autoformation sur le web.

Comme ils écrivent sur des sujets qu'ils ne connaissent pas nécessairement et qu'ils sont peu payés, ils plagient et contrefont des textes déjà existants, la Wikipédia étant une cible privilégiée.

Ces professionnels de la rédaction n'évitent pas non plus les contresens⁷. Bien entendu, ils n'oublient pas d'insérer les mots-clés précisés dans le contrat pour soigner le positionnement de l'article dans la page des résultats de recherche.

Mode approfondissement : Automatiser le plagiat

Le pire est toujours possible

Il existe aussi une multitude d'agences web qui, pour rentabiliser au maximum les phases de création de contenu, n'hésitent pas à utiliser des outils de « *content spinning* » pour automatiser le plagiat. Ces outils exploitent des dictionnaires de synonymes et des listes de périphrases toutes prêtes pour contrefaire automatiquement et en toute discrétion des articles déjà présents sur le web.

La critique : Le web tend à devenir la plateforme du sous-prolétariat internationalisé

Ces articles d'une bien pauvre qualité sont totalement inutiles. Ils envahissent le web et créent encore plus de confusion. Déjà, fin 2015, Gary Illyes, l'un des principaux communicants de l'entreprise Google, annonçait que 60 % du web n'était que de la copie et de la redondance d'informations⁸. On comprend mieux pourquoi.

La complexité des algorithmes

Au fil du temps, les algorithmes de recherche ont atteint un degré de complexité quasiment incompatible avec la compréhension humaine. Selon les ingénieurs de Bing de

⁷ Des plates-formes en ligne, dites « broker » proposent ainsi un large éventail de rédacteurs « grassement » rémunérés à... 1 centime par mot. Vive la crise ! Les textes sont donc revendus très peu cher. Mais à ce prix-là, il ne faut pas s'attendre non plus à un travail de recherche pointu et à une qualité de rédaction exceptionnelle.

⁸ En novembre 2015, Gary Illyes indiquait que Google connaissait 120 mille milliards de pages et que 60% d'entre elles étaient du contenu dupliqué : <http://www.thesepost.com/how-many-urls-duplicates-google-knows-about/>

Microsoft, bien peu de personnes de l'entreprise connaissent exactement le fonctionnement du cœur de l'algorithme. L'équipe de recherche de Google confirme le même constat. De toute façon, avec l'essor du machine learning, il sera d'ici peu humainement impossible de comprendre le fonctionnement interne des algorithmes de classement des résultats.

Source : <https://www.seroundtable.com/bing-understand-how-ranking-works-27158.html> (22/02/2019)

Poursuivons l'étude critique avec l'aspect financier.

La rentabilité financière

Les moteurs de recherche ne sont pas des entreprises philanthropiques, tant s'en faut. Google (Groupe Alphabet) est bien l'une des principales capitalisations mondiales qui, chaque trimestre, se positionne dans le quatuor de tête au côté d'Apple, Microsoft et Amazon.com.

Bien que le groupe Alphabet, maison mère de Google, gère un nombre impressionnant de projets, il tire toujours aujourd'hui l'essentiel de ses revenus de la publicité en ligne.

Pour rentabiliser son moteur de recherche, Google utilise le système « AdWords ». Une annonce publicitaire apparaît en bonne position dès qu'un des mots-clés sélectionnés par l'annonceur est reconnu dans la requête de l'internaute.

Pour bien des recherches, les publicités sont affichées plus ou moins discrètement en tête des résultats dits « naturels ». Pour justifier cette présence commerciale envahissante, Matt Cutt qui fut en charge de la communication de Google jusqu'en 2014, n'hésitait pas à calmer le vent de protestation en tentant de nous persuader que ces publicités étaient aussi pertinentes

que les résultats du moteur de recherche !⁹

La publicité en ligne, un impératif pour exister sur le web

Google recommande régulièrement aux concepteurs de sites d'investir dans la publicité AdWords pour assurer la promotion et améliorer la visibilité de leur site, sans être contraint de passer du temps à améliorer le positionnement.

Le chiffre d'affaires de nombreuses entreprises, et pas seulement les commerces en ligne, est désormais lié au positionnement sur les pages de résultats.

Le ciblage publicitaire

Personne n'apprécie les publicités agressives. D'ailleurs bien des études mettent en doute la rentabilité des messages publicitaires diffusés sans discernement. Ce n'est pas en martelant un slogan que l'on parvient à toucher sa cible. Google ou Facebook ont adopté une tout autre stratégie. Ils apprennent à vous connaître intimement et vous délivrent en priorité les informations que vous préférez afin de bien vous fidéliser. Ils sont alors armés pour ne vous proposer que des publicités bien ciblées selon vos goûts et vos centres d'intérêt.

Le résultat est économiquement incontestable : une gêne réduite pour l'internaute, des prospects mieux qualifiés pour l'annonceur, et donc une meilleure rentabilité pour Google ou Facebook.

Sur le plan de la liberté d'information, le bilan est plus discutable.

⁹ Matt Cutt : « We actually think our ads can be as helpful as the search results in some cases » septembre 2012.

<http://searchenginewatch.com/sew/opinion/2203267/is-google-search-really-only-185-organic-results>

Voyons un peu les travers de la « bulle informationnelle » où cherchent à nous enfermer ces leaders de fait de la prospection d'informations sur le web.

Remarque : Ce chapitre consacré au ciblage concerne autant les moteurs de recherche et Google en particulier que Facebook que nous étudierons plus avant.

L'intérêt du ciblage

Pour chaque recherche, la page de résultats présente la liste des articles classés par ordre de pertinence selon la question posée. Pour affiner ses résultats et mieux comprendre le sens de la question, le moteur de recherche, Google en l'occurrence, s'efforce de mieux connaître l'internaute afin de « deviner » ce qu'il attend et d'affiner ses résultats en conséquence.

Au fur et à mesure de ses activités en liaison avec le moteur de recherche et les produits connexes (Gmail, Youtube, etc.), l'internaute communique malgré lui de grandes quantités d'informations sur ses goûts et préférences.

Le moteur de recherche peut ainsi rapprocher le profil de l'internaute de modèles types toujours plus précis, pour mieux anticiper ses souhaits et ses désirs, et proposer ainsi des annonces publicitaires parfaitement ciblées.

Facebook notamment ne procède guère différemment.

Mode approfondissement : l'enfermement dans une bulle informationnelle

Comme le dénonce dès 2012 Eli Pariser¹⁰, les techniques de ciblage utilisées essentiellement par Google et Facebook cherchent à mieux nous connaître pour nous enfermer dans une « bulle » où nous serions préservés de la surprise, confortés dans

¹⁰ Eli Pariser est l'auteur d'un ouvrage remarqué, « The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You ». Voir la bibliographie à la fin de l'ouvrage.

nos convictions sans courir aucun risque d'être déstabilisés.

L'auteur a ainsi constaté qu'en affichant ses convictions politiques sur Facebook, il ne pouvait consulter dans son fil d'actualités que les articles écrits par des membres de son cercle d'amis défendant les mêmes points de vue. Les publications des amis d'un autre bord politique sont méticuleusement filtrées.

Eli Pariser a réalisé de multiples expériences autant sur Google que sur Facebook pour confirmer ce phénomène insidieux de création d'une bulle informationnelle, un entre soi protecteur assurant un clivage d'opinion parfaitement étanche.

« Deux personnes opposées politiquement, l'une de droite, l'autre de gauche, lancent une recherche Google sur « BP ». La première reçoit, en tête de page, des informations sur les possibilités d'investir dans la British Petroleum, la seconde sur la dernière marée noire qu'a causée la compagnie pétrolière britannique.¹¹ »

L'étude de nos relations, échanges et interactions est primordiale pour affiner le ciblage. Naturellement, nous privilégions les relations pour lesquelles nous éprouvons quelques affinités. Exploitant à la lettre le proverbe « *qui s'assemble se ressemble* », les moteurs de recherche se sentent capables de compléter nos profils d'informations que nous pensions pouvoir garder dans notre jardin secret¹².

Ils exploitent le Big Data, bâtissent des profils types, et n'hésitent pas à faire mentir le dicton : corrélation n'est pas causalité.

N'oublions pas qu'il s'agit d'entreprises commerciales. La finalité est donc nécessairement financière.

Les techniques de ciblage sont le meilleur moyen de nous proposer un minimum de publicités à forte rentabilité puisque parfaitement ciblées. Le crible informationnel fondé sur des

¹¹ Résultat de l'étude réalisée par Elie Pariser citée par le journal Le monde (15 septembre 2016).

¹² Dès 2009, des étudiants et chercheurs du MIT proposent une technique pour détecter l'orientation sexuelle des internautes en étudiant leurs réseaux sociaux. Project gaydar2 : <http://www.nydailynews.com/life-style/gaydar-project-mit-attempts-predict-sexuality-based-facebook-profiles-article-1.404453>

critères obscurs et indépendants de notre volonté mérite que l'on se questionne sérieusement sur l'usage de ces outils et la protection de notre vie privée.

Enfin, pour illustrer les ambitions de Google dans la connaissance intime des internautes, Eric Schmidt¹³, il y a déjà plusieurs années, confiait au Wall Street Journal cette prémonition :

« Avec la puissance du ciblage individuel, la technologie sera si efficace qu'il sera très difficile pour les gens de regarder ou de consommer quelque chose qui n'aura pas été d'une certaine manière taillée sur mesure pour eux... »

À un autre passage de l'article, il précise :

« La sérendipité peut être calculée maintenant, nous pouvons la produire électroniquement...¹⁴ »

Les conséquences imprévues du ciblage

Pour plusieurs observateurs politiques US, cette technique de ciblage aurait contribué tout au moins en partie, au succès de Donald Trump à l'élection présidentielle. En effet, sur Facebook par exemple, l'algorithme de filtrage organise le fil d'actualités d'un sympathisant quasiment uniquement avec les messages des autres sympathisants, ceux qui sont censés penser comme lui. S'il ne cherche pas volontairement d'autres points de vue, il ne sera jamais confronté à une thèse contradictoire.

D'autre part, les actualités étant sélectionnées par une intelligence artificielle et non des humains, les rumeurs mensongères ont été malencontreusement plébiscitées.

Le New York Magazine titre ainsi le 9 novembre 2016 « Donald

¹³Eric Schmidt est le président du conseil d'administration de Google. Cet article paru dans le Wall Street Journal le 10/08/2010, titré « *Google and the Search for the Future* », est consultable ici en version intégrale :

<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704901104575423294099527212>

¹⁴ Nous reviendrons plus avant sur le thème de la sérendipité, l'art de découvrir des pépites par hasard.

Trump a gagné grâce à Facebook ». L'hebdomadaire liste dans cet article quelques-unes des fausses nouvelles, telles que « **Le Pape soutient Trump** », mises en évidence par la fonction « Trending Topics » de Facebook dans le flux d'actualité de bien des utilisateurs du réseau social¹⁵. Ces fausses nouvelles ont un effet dévastateur sur l'opinion publique. Totalement en marge du factuel, elles confortent les lecteurs dans leurs convictions et attisent les réactions émotionnelles. On parlait alors de « post-truth », post-vérité ou post-factuel en français. Aujourd'hui on préfère le terme de « fake-news » pour englober toutes les fausses nouvelles, sans se limiter au seul domaine politique.

Comment résister ?

Il n'est pas du tout recommandé d'effectuer une session de recherche d'information en restant connecté à son compte messagerie ou autre.

Il est indispensable de se déconnecter totalement de tous ses comptes, d'effacer régulièrement les cookies et de privilégier le mode d'utilisation « privé » du navigateur web.

Dans le cadre de Facebook, la mission est quasiment impossible étant donné que l'on est impérativement connecté à son compte. On peut toujours tenter de brouiller un tant soit peu le ciblage en diversifiant ses contacts le plus largement possible. Participer à de multiples forums, multiplier les thèmes de conversation avec les correspondants ou encore varier les « pages » que vous appréciez, sont aussi des pistes pour tromper l'outil mais ce n'est vraiment pas facile à mettre en œuvre dans la durée.

¹⁵ Source : <http://nymag.com/selectall/2016/11/donald-trump-won-because-of-facebook.html>. Depuis, les ténors du web, Facebook notamment, ont promis de se lancer dans une chasse sans pitié aux fausses nouvelles. À suivre !

4 CONSEILS POUR UNE COLLECTE PERTINENTE SUR LE WEB

Après ce constat intentionnellement à charge qui n'a d'autre but que de révéler l'envers du décor, voyons maintenant comment exploiter sereinement ce fantastique outil, actuellement seule porte d'entrée dans le monde de la connaissance en ligne.

1. Évitez de tomber dans les filets du ciblage

Google, Facebook, Bing et bien d'autres cherchent à mieux vous connaître pour vous montrer en priorité ce qui est censé vous plaire. Il est préférable de ne jamais effectuer de recherche en étant connecté à son compte Gmail. Il n'en faut guère plus pour que Google puisse vous identifier, enregistrer vos goûts et centres d'intérêt, et construire ainsi votre profil.

|| **Préférez toujours l'anonymat pour vos recherches.**

Si vous ne l'utilisez pas, déconnectez-vous aussi de votre compte Facebook qui ne s'embarrasse pas non plus des questions d'éthiques et de respect de la vie privée. Il est aussi prudent de profiter des fonctions de navigation en « mode privé » offertes par les navigateurs les plus courants. L'usage d'un navigateur open source tel que Firefox est aussi recommandé. Enfin, pensez à effacer très régulièrement les « caches » et à supprimer les « cookies » subrepticement déposés par les sites visités.

2. Repérez les publicités

Pour certaines recherches particulièrement concurrentielles sur le plan commercial, les publicités

présentes dans la liste de résultats occupent quasiment la majeure partie de la fenêtre visible. C'est d'autant plus vrai pour les smartphones et les tablettes dont l'écran est physiquement plus réduit.

Dans tous les cas, les publicités ne répondent en rien à votre requête de collecte d'informations et de construction des connaissances.

Si vous n'avez pas envie d'acheter quoi que ce soit, il vaut mieux ne pas les visiter au risque de perdre votre temps et le fil de votre raisonnement.

3. Résistez aux choix proposés

Cultivez votre curiosité et n'hésitez pas à dépasser la première page de recherche pour explorer un peu plus avant les résultats susceptibles de répondre à votre requête.

Bien des documents d'intérêt n'apparaissent pas en tête de classement, tout simplement parce que l'auteur ne maîtrise pas les règles de l'écriture sur le web.

Il n'a donc pas choisi les bons mots-clés pour que son article apparaisse en bonne position.

4. Reformulez pour mieux cerner les résultats

Pensez à modifier les requêtes, à affiner la formulation et à changer les termes. Le dictionnaire de synonymes des moteurs de recherche est encore très limité.

Il ne connaît pas tous les pluriels du français et donne encore beaucoup trop d'importance aux articles (le, la, un, une) et aux mots de liaison (de, en...).

Avec le web, on note un certain appauvrissement de la langue.

Il est alors intéressant d'essayer plusieurs manières d'exprimer la même idée pour accroître les chances de collecter des informations plus pertinentes selon son sujet d'étude.

Les principales commandes de Google

Si votre collecte reste infructueuse, ce n'est pas nécessairement la faute du moteur de recherche. La pertinence des résultats dépend aussi de la qualité de la requête. Évitez déjà les fautes d'orthographe même si Google notamment, dans bien des cas, corrige la requête mal formulée. Apprenez aussi à utiliser les commandes élémentaires des moteurs de recherche afin de mieux préciser votre requête. Évitez aussi de systématiquement choisir les suggestions de requête proposée par le moteur sans prendre le soin de vérifier qu'elle correspond précisément à votre questionnement.

Les guillemets « »

La requête placée entre guillemets sera recherchée à l'identique : « Comment faire une pâte feuilletée ». Le moteur de recherche donnera la priorité aux documents comportant exactement cette phrase.

Le caractère *

Caractère dit « générique », il sert à remplacer un mot ou un groupe de mot : Comment faire * aux pommes. Le moteur de recherche listera les recettes avec des pommes telles que tarte aux pommes, beignet aux pommes, boudin aux pommes, etc.

L'opérateur OR

Cet opérateur permet de lister les documents comportant l'un ou l'autre des termes séparés par l'opérateur OR, ou les deux à la fois : Comment faire une tarte aux prunes OR pommes listera ainsi toutes les recettes de tarte aux pommes et de tarte aux prunes.

Le trait d'union

Indique que les deux mots séparés par le trait d'union sont étroitement liés : *cours-cuisine*. Le

- moteur de recherche privilégie dans les résultats les documents où les deux termes ainsi connectés ne sont jamais trop éloignés. Attention, ne pas mettre d'espace au risque d'une confusion avec le signe moins.

Le signe moins

- Ce caractère impose l'exclusion d'un terme précis dans les résultats. Imaginons un pâtissier amateur qui (bêtement) n'aimerait pas la cannelle. Il formulera ainsi sa recherche :
Tarte aux pommes -cannelle.
Le moteur de recherche a compris la requête et évite les pages contenant le mot « cannelle ». Attention de bien mettre un espace devant le signe – au risque qu'il soit considéré comme un trait d'union.

La commande site :

Pour limiter la recherche à un seul site web bien déterminé, utiliser la commande site :
formation site : www.piloter.org.
Seules les pages de ce site bien précis correspondant à la requête « formation » seront restituées dans la liste de résultats.

Une synthèse en ligne des limites des moteurs de recherche évoquées dans cette première Outil est disponible ici :

<https://www.piloter.org/autoformation/web/web-visible.htm>

EN COMPLEMENT : ÉVALUEZ LA PERTINENCE DES DOCUMENTS COLLECTÉS

*Apprendre, c'est prendre le temps de trouver
l'articulation entre ce que l'on sait déjà et ce que l'on
ne sait pas encore.*

Il n'est pas aisé de juger à l'estime la pertinence des documents collectés. C'est là la principale difficulté de la recherche documentaire.

Pour ne pas se trouver face à un dilemme dès que l'on déniché un document qui paraît sérieux, il est prudent d'établir un juste barème auquel se référer.

C'est grâce à cet outil d'aide à la décision que l'on évalue la qualité de chacune des pièces et que l'on choisit sans (trop de) regret entre « je garde » et « je jette ». Voyons comment réaliser ce crible.

Le dilemme de la collecte

Lors de l'étape de collecte, il n'est guère possible de lire avec attention l'ensemble des documents qui semblent *a priori* correspondre aux critères de recherche.

C'est le moment où se pose le dilemme de tout prospecteur d'information. Doit-on le garder et donc le classer, ou au contraire le rejeter ?

Le droit au remords

Déjà, on s'accorde le droit au remords. Rien n'est définitif. Ce n'est pas parce que l'on a fait le choix de garder ou de ne pas garder un document ou une source d'information que l'on s'interdit à tout jamais de revenir sur cette décision. Mais ce n'est pas encore suffisant.



Curiosité versus esprit critique

Si la curiosité est une qualité indispensable pour l'apprenant, elle se doit d'être modérée par la rationalité et l'esprit critique. La rationalité nous assure de rester bien en phase avec notre plan de travail. L'esprit critique nous incite à ne pas prendre pour argent comptant l'information sans se référer à quelques critères bien choisis.

Mais avant d'établir une grille de critères, intéressons-nous en premier lieu à la question de l'auteur de l'article.

Le document que l'on a sous les yeux a bien été écrit par un auteur. Qui est-il ?

Les « auteurs » du web, qui sont-ils ?

Les algorithmes des moteurs de recherche utilisent de bien nombreux critères pour définir la pertinence d'un document selon la requête formulée. Même si on peut le supposer, il n'est pas encore manifeste que l'expertise du signataire dudit document soit un facteur décisif pour le tri. Les systèmes automatisés comme Google semblent d'ailleurs marquer le pas sur cette question. Elle est pourtant d'importance.

La notion « d'auteur » est un critère essentiel pour juger de la qualité et de l'originalité d'un document.

Comme nous l'avons vu lors de l'étude de la première Outil consacrée aux moteurs de recherche, Gary Illyes, alors porte-parole de l'entreprise Google, nous informait en 2015 que 60 % des pages présentes sur le web n'étaient que de la copie.

Il ne reste plus qu'à évaluer la proportion du web qui n'est que du plagiat indétectable par les algorithmes. Il y a fort à parier que le taux a toutes les chances d'être significatif. Il est donc essentiel de bien connaître les principaux experts de sa spécialité pour privilégier les articles originaux, et ne pas perdre de temps avec de pâles copies riches en contresens.

De l'importance du signataire

Les moteurs de recherche ont toujours été orientés « *documents* ». C'est-à-dire que la pertinence du document dépend de sa qualité intrinsèque (structure et mots-clés) et de la notoriété du site qui l'héberge. La renommée du signataire ne semble pas un critère majeur.

Avec l'essor des réseaux sociaux, orientés « personnes identifiées », la tendance tente de s'infléchir pour se

rapprocher un tant soit peu de la « vraie vie » où l'on préfère, à juste titre, connaître l'auteur d'un texte.

Il semble évident que l'identification du signataire d'un document est un critère indispensable pour juger de la pertinence et de l'orientation du propos.

L'objectivité prise dans le sens de la neutralité, comme l'envisage la Wikipédia, n'est guère concevable dans le monde réel. Quel que soit le thème, il est nécessairement complexe et chaque expert défend un point de vue précis. Cette orientation transparaît nécessairement dans le contenu du document. Il est donc primordial de connaître le signataire.

Les critères d'évaluation de la collecte documentaire

Pour juger de la fiabilité de l'information transmise, il est prudent de se poser quelques questions à propos de l'auteur.

Identifiez le signataire du document

- ☐ L'expertise de l'auteur est-elle notoire ?
Il suffit de « googliser » son nom complet pour vérifier son champ de connaissance.
- ☐ A-t-il déjà publié ?
On vérifiera la liste de ses publications, ouvrages et articles.
- ☐ **L'auteur détient-il un site web ou un blog personnel ?**
C'est le moyen de connaître ses centres d'intérêt et ses travaux réalisés.
- ☐ **Ce site ou ce blog est-il régulièrement actualisé ?**
Si oui, c'est une bonne information à propos de son expertise.
- ☐ **L'auteur est-il présent sur Twitter ?**
Là encore, c'est le moyen d'évaluer ses centres d'intérêt

en tout cas s'il publie régulièrement, c'est-à-dire au moins une fois par semaine.

- ☐ **Est-il inscrit sur un réseau professionnel tel que LinkedIn ?**

Nous pouvons alors mieux connaître son expérience et son statut professionnel.

Cette analyse s'effectue très rapidement. Elle permet de s'assurer de la notoriété et de l'objectivité de l'auteur.

Il est prudent de bien repérer les auteurs qui, bien que connus sur le web, sont affiliés à une entité commerciale. Ils risquent alors d'assurer, plus ou moins discrètement, la promotion de solutions commerciales qui ne répondent pas nécessairement à nos attentes. On peut alors mettre sérieusement en doute leur impartialité.

Intéressons-nous à présent à la qualité du document proposé. La qualité est perceptible autant dans le fond que dans la forme.

Évaluez la qualité du document

- ☐ **Le propos est-il bien argumenté ?**

Les éléments pour illustrer la thèse développée sont bien à propos.

- ☐ **Les idées sont-elles bien exposées ?**

Elles sont expliquées, démontrées sans recourir à des références abstraites ou morales.

- ☐ **Le signataire respecte-il les droits d'auteur ?**

Ce point est plus difficile à vérifier. Il n'est pas toujours aisé de repérer les emprunts et les plagats.

- ☐ **Les sources sont-elles correctement citées ?**

Bien des auteurs amateurs du web se contentent d'agglomérer des fragments de textes d'auteurs différents sans citer les sources, liens et bibliographies.

Remarque : Cette seconde grille de critères rejoint celle que nous avons établie pour juger de la pertinence d'un article de la Wikipedia.

La question de la « fraîcheur » du document

À juste titre, les moteurs de recherche ne donnent pas toujours la priorité aux informations les plus récentes. La nouveauté n'est pas nécessairement un critère de qualité et de pertinence.

Cela dit, il est toujours préférable de s'informer de la date de rédaction du document afin de s'assurer qu'il n'existe pas de version plus récente. Il serait dommage de considérer comme pertinentes des analyses mises en défaut depuis par des faits nouveaux.

Il est recommandé d'identifier soigneusement l'auteur d'un texte avant de lui accorder un quelconque crédit. Les outils du web orientés « auteur », comme Twitter, Facebook ou LinkedIn, sont de précieux instruments pour découvrir de nouveaux auteurs d'intérêt et éliminer tous ceux qui ne font que répéter ce qui se dit ailleurs sans proposer la moindre analyse.

Remarque : Les diplômes, titres et distinctions ne sont pas nécessairement les attributs d'un bon passeur de connaissances. Ils ne présument en rien de sa capacité d'adopter un style suffisamment fluide et didactique propre à un bon pédagogue.

Les pièges de la recherche documentaire

Ne devenez pas un boulimique informationnel

Il n'est pas toujours évident de prendre la décision de stopper sa prospection pour un thème choisi. Effectuer une recherche documentaire efficace, c'est aussi savoir faire le deuil de ce que l'on ne trouve pas malgré nos efforts. Il est contre-productif de consacrer trop de temps à rechercher l'introuvable perle rare. Attention aussi à ne pas se laisser emporter par sa fringale documentaire hors du périmètre de son sujet.

Résistez au syndrome FOMO

Pour illustrer ce dernier propos, il n'est peut-être pas inutile d'évoquer en quelques lignes le syndrome FOMO¹⁶. Acronyme de « Fear of Missing Out », la « peur de rater quelque chose », FOMO désigne une nouvelle forme d'angoisse assez répandue aujourd'hui. Elle se caractérise par le besoin d'assurer une veille permanente, de rester toujours aux aguets devant son écran, sa tablette ou son smartphone, de crainte de passer à côté de l'évènement. Là encore, il est prudent de conserver sa rationalité et son esprit critique en alerte. Ce sont les meilleurs outils pour parvenir à surnager dans un océan informationnel toujours plus agité. Il est clair que l'on ne saura jamais tout. Il est préférable de se contenter de moins d'informations, mais de bien les intégrer dans son schéma personnel d'acquisition et de structuration des connaissances.

¹⁶ https://fr.wikipedia.org/wiki/Fear_of_missing_out

OUTIL N°2

DU BON USAGE DES LIENS HYPERTEXTES, LES LIMITES DE LA SÉRÉNDIPITÉ

« Le web, c'est le lien hypertexte. »

*Tim Berners-Lee, promoteur de l'hypertexte et
quelque part l'inventeur du web*

Objectif	Mieux comprendre l'usage des liens hypertextes.
Résultat attendu	Bien comprendre que tous les liens hypertextes au cœur d'un document ne sont pas nécessairement utiles pour le lecteur.
Conseil	Tant que l'on n'a pas achevé la lecture d'un document, il vaut mieux ne pas cliquer sur les liens, quitte à y revenir ensuite.
Risques d'échec	Ne pas accorder l'importance qu'il se doit à ce thème. L'insertion de liens est aussi une technique pour chercher à tromper les algorithmes de recherche.

L'algorithme des moteurs de recherche, et notamment celui de Google, juge la pertinence d'un document en se référant au nombre de fois où celui-ci est cité sur le web, de préférence sur des sites de référence, mais pas seulement.

C'est le fameux « PageRank ».

Ce n'est pas le seul critère mais c'est vraisemblablement l'un des plus importants encore aujourd'hui.

Il est assez tentant d'essayer de tromper l'algorithme du moteur de recherche en glissant des liens de complaisance pointant sur d'autres articles de son propre site ou de sites partenaires. Ces liens ne sont pas toujours très utiles pour le lecteur.

Le plaisir de découvrir des documents par « hasard »

Le terme de sérendipité est entré assez récemment dans le vocabulaire du quotidien. La sérendipité n'est autre que l'art de faire des découvertes par hasard. Bien des innovations essentielles à notre vie quotidienne comme la pénicilline, le Viagra, le Velcro, le Post-it ou encore la tarte Tatin pour les plus gourmands ont été des découvertes fortuites, le pur fruit du hasard, en tout cas selon la légende généralement admise. On peut cependant douter qu'il suffise de courir derrière le moindre micro-signal placé sur notre route, en chasse de l'aubaine, pour parvenir au secret de la création. On ne découvrira pas systématiquement au détour d'une expérience ratée l'innovation qui nous rendra célèbre. Le hasard est facétieux et tout aussi parcimonieux en matière de bonne fortune.

La problématique est assez similaire sur le web. Voleter d'article en article, butiner comme disent les Canadiens francophones, et dénicher tout à fait par hasard des ressources d'exception que l'on aurait jamais dénichées autrement, c'est justement le principe du Web ou plus précisément de l'hypertexte. Mais découvrira-t-on immanquablement la perle informationnelle ou risque-t-on plutôt de perdre le fil de notre sujet ? Voyons tout cela d'un peu plus près.

Faut-il suivre les liens hypertextes de l'article en cours de lecture ? Non. Enfin pas toujours...

Les liens hypertextes parsemant l'article en cours de lecture éveillent notre curiosité. Ils sont bien utiles lorsque l'auteur les a placés au service des lecteurs souhaitant approfondir le sujet traité.

En suivant ce lien, le lecteur trouvera peut-être de précieux compléments pour son étude personnelle. Mais avec la marchandisation du web, le système de liens dans les articles a été dévoyé de son but initial. Subrepticement glissés au cœur du texte, de nombreux liens n'ont qu'une finalité publicitaire. Ils captent notre attention et nous font perdre le fil de notre lecture.

S'il n'est pas désagréable de voler de document en document sur le web, sans jamais prendre le temps de s'attarder à lire un texte dans sa totalité, ce n'est pas vraiment la meilleure méthode pour construire ses connaissances.

Il n'est pas facile de se concentrer et, pour peu que le sujet soit un tant soit peu ardu, l'attention n'attend que la moindre occasion pour s'échapper. Les publicitaires du web l'ont bien compris. C'est pour cela que la publicité envahit la très large majorité des sites web.

Typologie des liens hypertextes glissés dans un article

L'hypertexte est un outil assez fantastique pour éclaircir et enrichir un point précis de l'article au service du lecteur. L'auteur glisse donc des liens au cœur de son article pour mieux informer les lecteurs.

Deux bonnes raisons de cliquer sur le lien



L'auteur ne fait qu'effleurer un thème connexe pour ne pas s'éloigner de son sujet.

Le lecteur qui souhaite justement travailler cet aspect de la thématique dispose ainsi d'une nouvelle ressource.



Pour écrire son article, l'auteur s'inspire d'autres sources.

Il les cite exhaustivement pour que le lecteur puisse, là encore, approfondir le thème s'il le souhaite.

Trois raisons pour ne pas se sentir obligé de cliquer

Mais malheureusement, la volonté de mieux informer le lecteur n'est pas toujours la principale motivation de l'auteur. Il vise quelquefois d'autres fins moins désintéressées lorsqu'il insère des liens dans son article. Passons en revue les trois types les plus courants de liens inutiles pour la bonne compréhension du

texte publié.



Le lien sert uniquement à améliorer le positionnement de la page dans les résultats des moteurs de recherche.

L'auteur profite de son article pour soigner le « maillage interne » de son site web. Il multiplie les références à ses propres articles afin d'en améliorer le positionnement dans les résultats du moteur de recherche.



L'auteur pratique les échanges croisés de liens avec d'autres auteurs d'articles afin d'améliorer leur positionnement réciproque.

Le nombre de liens pointant sur un article est l'un des critères utilisés par les moteurs de recherche pour juger de sa pertinence. Bien des auteurs utilisent donc ce principe de liens croisés « amicaux » uniquement pour améliorer la visibilité de leurs articles respectifs.



Le lien est utile pour le portefeuille de l'auteur, la publicité camouflée.

Certains auteurs de blogs peu scrupuleux n'hésitent pas à publier, sans le signaler pour autant, des articles de complaisance rémunérés par un annonceur et truffés de liens commerciaux. Bien qu'illégale, cette pratique perdure encore aujourd'hui. La publicité camouflée est l'une des plaies du web. Les moteurs de recherche, Google en tête, combattent difficilement ces pratiques à l'éthique pour le moins douteuse.

Attention à ne pas perdre son fil d'Ariane

Plusieurs expériences se déroulant dans le milieu universitaire ont démontré qu'au bout de quelques clics, on perdait assez rapidement son sujet initial.

À partir du sixième lien cliqué, la très large majorité des étudiants, cobayes de l'expérience, oublient de revenir au texte original en cours d'étude.

Les étudiants ne sont sûrement pas les seuls à tomber dans le piège de l'hypertexte compulsif.

Le test est en effet assez facile à réaliser. Entamez la lecture d'un document d'intérêt et cliquez sur l'un des tout premiers liens que vous rencontrerez. Faites de même avec ce nouveau document et répétez l'opération encore deux, trois ou quatre fois. Faites une pause et essayez de vous rappeler la teneur du premier document. Comme tout un chacun, vous l'aurez oublié et, de surcroît, vous serez surpris du sujet du dernier document en cours de lecture qui, à coup sûr, n'aura strictement rien à voir avec le thème du document d'origine.

OUTIL N°3

UTILISEZ LA WIKIPÉDIA AVEC CIRCONSPECTION

L'encyclopédie libre que chacun peut améliorer.

Devise de la Wikipédia

Objectif	Mieux utiliser les ressources de la Wikipédia.
Résultat attendu	Comprendre qu'une ressource Wikipédia n'est pas fiable par principe et mérite d'être confrontée à d'autres sources.
Conseil	Ne pas hésiter à étudier de près les fiches Wikipédia correspondant à des thèmes que l'on maîtrise pour mieux évaluer la qualité de l'encyclopédie pour le sujet en cours d'étude.
Risques d'échec	Utiliser comme référence des articles de faible qualité.

Nul besoin de présenter la Wikipédia. L'encyclopédie libre, comme elle se dénomme elle-même, est devenue la référence du « savoir en ligne » pour une large majorité d'utilisateurs du web.

Il est vrai que les principaux moteurs de recherche, Google en tête, la favorisent dans les pages de résultats. La Wikipédia est un site de plusieurs millions de pages, et elle est référencée par un nombre tout aussi impressionnant de sites web.

Il n'est donc pas étonnant de la retrouver en tête des résultats, même si l'article sélectionné par le moteur de recherche n'est pas nécessairement le plus complet ou le mieux écrit.

Voyons dès à présent les limites de sa pertinence. Elles sont inhérentes à son principe fondamental. Nous en déduirons un « mode d'emploi » afin d'en tirer le meilleur parti.

La thèse fondatrice du phénomène Wikipédia

Le projet Wikipédia est évidemment l'une des plus belles créations du web. L'idée de départ est assez simple. Nous détenons tous des connaissances sur des sujets bien précis et certains d'entre nous ont envie de les partager. Dès l'origine, le projet compte justement sur ces derniers pour constituer ce qui est devenu la plus grande encyclopédie multilingue. Le succès fut fulgurant. En peu d'années, l'encyclopédie a acquis ses lettres de noblesse. Elle est aujourd'hui une référence incontournable des savoirs disponibles sur le web.

Au contraire de la célèbre encyclopédie de Diderot et d'Alembert, phare du siècle des Lumières, les contributeurs de la Wikipédia sont très majoritairement des anonymes.

De toute façon, aucun article n'est signé d'un auteur unique, tout simplement parce qu'aucun article n'est écrit par un auteur unique. Chacun est libre d'apporter sa contribution, ne serait-ce qu'en corrigeant une faute d'orthographe, de syntaxe ou un contresens.

Ce principe collaboratif dépersonnalisé est aussi l'angle d'attaque des principales critiques. Et c'est sous l'angle de la critique que nous allons aborder cette étude afin de mieux en comprendre les limites pour le projet d'autoformation. Mais commençons par quelques chiffres.

La Wikipédia françaises en cinq chiffres

1. La taille

La Wikipédia française comporte plus de **2,2 millions d'articles**. La wikipédia internationale propose plus de 30 millions d'articles rédigés en 280 langues.

2. La qualité

Seulement 2000 articles bénéficient du label « *Article de qualité* » soit moins de 0,1 %. Plus de 3000 articles sont classés comme « bons articles » soit à peu près 0,15% de la totalité des publications de la wikipédia française.

3. Les utilisateurs

3,8 millions d'utilisateurs de l'encyclopédie sont enregistrés, ce sont les « wikipédiens ». Il s'agit des utilisateurs ayant ouvert un compte. La wikipédia reçoit bien plus de visiteurs. La version internationale, c'est-à-dire toutes langues confondues, voit journellement la visite de plus de 500 millions d'internautes.

4. Les contributeurs

21000 contributeurs enrichissent la Wikipédia française et réalisent au moins une modification par mois. 800 d'entre eux sont très actifs et effectuent plus de 100 contributions par mois.

5. Les administrateurs

160 administrateurs assurent le bon fonctionnement de l'encyclopédie à l'aide d'une batterie d'outils techniques bien spécifiques.

|| **Source: <https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Statistiques>**

Quelques précisions

Article de qualité



Les articles bénéficiant de ce label d'exception répondent à des critères bien précis : « *ils sont bien écrits, complets, argumentés et neutres* ».

Contributeur

C'est un « wikipédien » qui effectue au moins une contribution par mois.

Contribution

Une contribution peut être une simple correction ou une création d'articles.

Contributeur actif

Ce sont des passionnés bien entendu qui consacrent anonymement plusieurs heures par semaine à ce travail solitaire.

Administrateur

Ce sont des bénévoles élus par la communauté. Ils disposent d'une batterie d'outils pour assurer la maintenance de l'encyclopédie.

Mode approfondissement

Une fantastique encyclopédie mais une qualité inégale

Comme son nom l'indique, la Wikipédia est de type « wiki ». C'est-à-dire que l'on peut écrire ou corriger un texte déjà présent, en ne laissant comme trace de son passage que son pseudo ou son adresse de connexion internet (adresse IP). À force d'écriture et de réécriture, la vérité émergera.

En résultat, la qualité est assez inégale. Les sujets qui n'intéressent pas beaucoup les internautes, apprentis rédacteurs à l'occasion, comportent de nombreuses omissions, voire des erreurs. D'autres, à force de réécriture sont totalement déstructurés et de bien piètre qualité rédactionnelle.

Les modérateurs ont bien compris le problème et ont édicté des règles de rédaction. Les articles qui les respectent bénéficient de la mention :



« Vous lisez un article de qualité »¹⁷.

Les articles inachevés

En revanche, les très nombreux articles inachevés qui ne respectent pas les règles d'écriture sont agrémentés d'un bandeau afin de prévenir le lecteur tel que :

« *Cet article est une ébauche concernant l'économie* », ou une mise en garde plus précise : « *Cet article ne cite pas assez ses sources* », ou encore « *La forme ou le fond de cet article est à vérifier* ».

Ce ne sont que des exemples, les rédacteurs avertis de la Wikipédia utilisent bien d'autres types de mises en garde destinées autant aux simples lecteurs qu'aux contributeurs de l'encyclopédie.

Malheureusement, pour le prospecteur d'informations à l'aide des moteurs de recherche, Google tout comme Bing ou Yahoo ne savent pas lire. Ils ne voient donc pas ces mises en garde et classent les documents inachevés, mal rédigés ou aux sources douteuses en tête de résultats. Malgré leurs insuffisances flagrantes, ils sont parfois parfaitement conformes aux critères de pertinence des principaux moteurs de recherche.

Il faut effectivement laisser du temps à l'encyclopédie mais, en attendant, les articles incomplets ou bâclés sont aussi en ligne au même titre que les articles de référence.

Peut-on toujours se satisfaire d'un point de vue neutre ?

Dès son origine, les fondateurs de la Wikipédia ont décidé que chaque sujet serait traité sur une page unique. Jimmy Wales, initiateur de l'encyclopédie, précise toutefois qu'il convient, pour les sujets susceptibles de polémiques, de citer les thèses concurrentes dans un esprit de neutralité de point de vue.

Cette concession sous-entend que, quel que soit le sujet, il existerait nécessairement une approche objective et factuelle

¹⁷ Les meilleurs articles, ceux qui répondent aux critères sont listés ici : [http://fr.Wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Articles de qualité](http://fr.Wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Articles_de_qualité)

quasiment univoque.

Ce n'est pas si simple.

Bien des thèmes sont complexes, et on ne peut les comprendre qu'en étudiant de près différentes thèses qui n'abordent pas la question avec le même angle d'attaque. Elles sont toutes recevables à partir du moment où elles sont documentées, argumentées et signées.

Que ce soit à propos de l'économie, de la biologie (les OGM notamment), de l'écologie (le réchauffement climatique par exemple), de l'Histoire ou de la politique, quelques thèmes parmi tant d'autres, il est inconcevable de s'imaginer qu'il puisse exister une thèse universelle et neutre et quelques points de vue contradictoires mineurs. Cette manière de simplifier et d'éliminer les polémiques constructives conduit irrémédiablement à un appauvrissement de la connaissance.

La Wikipédia est une mine d'informations, mais il s'agit d'être vigilant, de placer son esprit critique en alerte maximale pour en tirer un enseignement riche d'intérêt selon les besoins de sa recherche.

Lorsqu'il est correctement écrit, un article de la Wikipédia n'est qu'une ressource parmi d'autres. Le cas échéant, surtout s'il traite d'un thème controversé, l'article sera impérativement confronté à d'autres documents d'intérêt.

C'est bien en confrontant les points de vue que l'on parvient à construire son propre système de connaissances.

QUATRE CRITERES POUR BIEN EXPLOITER LES RESSOURCES DE LA WIKIPEDIA

Encore faut-il identifier les articles correctement écrits avant de les exploiter pour son autoformation. Pour juger de la pertinence d'un article de l'encyclopédie, nous retiendrons quatre critères :

1. La cohérence
2. La qualité et la structure
3. La maturité
4. La diversité de points de vue

Utilisez le crible ci-après pour identifier chacun des quatre critères.

1. Cohérence

- ☐ **L'article respecte-t-il la hiérarchie de l'information ?**
Bien souvent des idées et des faits secondaires sont développés aux dépens des grandes lignes de l'article.
- ☐ **L'article vous semble-t-il parfaitement cohérent, sans contresens ?**
Il arrive aussi qu'un auteur ou un groupe d'auteurs complètent l'article sans prendre le soin de le lire en totalité et n'évitent pas les répétitions et les contresens.
- ☐ **L'article cumule-t-il les défauts de jeunesse ?**
Bien des articles en début d'existence sont rédigés par un rédacteur principal qui tout naturellement développe sa thèse comme l'unique vérité. Il faut du temps pour que d'autres contributeurs connaissant le sujet modèrent un tant soit peu ce premier jet.
- ☐ **Ne discerne-t-on pas un certain parti pris sans aucune référence aux thèses opposées ?**

Bien que ce soit la règle fondamentale de l'encyclopédie, le manque patent d'objectivité de certains articles est une caractéristique de la Wikipédia.

2. Qualité & Structure

☐ **Le texte est-il correctement rédigé, donc aisé à lire ?**

L'écriture à plusieurs mains ne facilite pas la fluidité du texte.

☐ **La page est-elle bien divisée en paragraphes cohérents ?**

Un article bien écrit est structuré de manière à bien identifier les idées secondaires.

☐ **Comporte-t-elle une table des matières ?**

C'est le signe que le document est logiquement structuré.

☐ **L'article est-il chapeauté d'une mise en garde des administrateurs ?**

Il s'agit d'un article incomplet ou douteux, à étudier avec précautions.

☐ **Le texte est-il agrémenté du très rare label « Article de qualité » ?**

Malheureusement, trop peu d'articles bénéficient de ce label. Voir aussi le label « Bon article », moins rigoureux mais tout aussi parcimonieusement distribué.

☐ **La bibliographie est-elle diversifiée et en accord avec l'article ?**

Ce n'est pas toujours le cas, notamment pour les articles les plus anciens ou qui n'ont pas été révisés récemment.

☐ **Les sources sont-elles soigneusement citées ?**

L'absence d'un paragraphe « Notes et références » détaillé est un point négatif. On ne sait pas sur quelle étude ou quelle thèse se fondent les rédacteurs.

☐ **Visitez quelques liens. Sont-ils de qualité ?**

Là non plus, ce n'est pas toujours le cas. Les liens de complaisance, glissés uniquement pour améliorer la notoriété de l'auteur, existent encore, notamment dans les articles qui n'ont pas été révisés. Pour les articles plus récents, heureusement, la Wikipédia est devenue plus rigoureuse sur cette question et supprime les liens opportunistes totalement hors sujet.

3. Maturité

☐ **Vérifier l'ancienneté de la page**

Une page trop récente a peu de chance d'avoir été relue, reprise et corrigée. Vérifier alors l'historique des modifications pour bien s'assurer de la diversité des intervenants.

4. Diversité de points de vue

☐ **Existe-t-il un conflit d'opinion ?**

Pour cela, vérifier la page de discussion, il suffit de cliquer sur l'onglet « Discussion ».

☐ **Quelles sont les thèses en opposition ?**

Assez souvent il est vrai, les opposants s'écharpent pour des points de détails. Mais il peut aussi arriver que les défenseurs d'une thèse d'intérêt subissent l'opprobre des tenants de la thèse principale. À étudier.

☐ **Les modérateurs sont-ils intervenus pour départager les points de vue discordants ?**

Pour mettre fin aux polémiques entre irréconciliables, les modérateurs interviennent parfois d'une manière radicale.

À chacun d'en tirer ses conclusions

À noter : La page historique est aussi riche d'informations à propos des conflits d'écriture en cours et des interventions des modérateurs.

Avant d'exploiter l'encyclopédie en ligne, il vaut mieux bien prendre conscience que, quel que soit le sujet, la Wikipédia n'est qu'une source d'information parmi d'autres. Elle ne reflète qu'un seul aspect de la question. Tous les sujets ne sont pas suffisamment univoques pour être ainsi objectivés. Il convient de chercher d'autres sources et de les confronter pour se forger sa propre opinion.

Quelques bonnes pistes pour mieux comprendre le principe de la Wikipédia

Exemples d'articles neutres

Deux exemples types d'articles relativement neutres où les sujets de polémiques sont assez limités. Il est en effet assez facile de fédérer suffisamment les points de vue pour que l'article soit neutre :

-  [https://fr.wikipedia.org/wiki/Géographie de la France](https://fr.wikipedia.org/wiki/Géographie_de_la_France)
-  [https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste d'inventions françaises](https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_d'inventions_françaises)

Exemples d'articles polémiques

En revanche, voici exemple d'un article plus polémique qui ne peut être univoque : (consultez la page « *Discussion* »)

-  [https://fr.wikipedia.org/wiki/Libéralisme économique](https://fr.wikipedia.org/wiki/Libéralisme_économique)

Pour poursuivre, trois exemples d'articles, véritables aimants à polémique, dont la page « *Discussion* » est bien étoffée :

-  <https://fr.wikipedia.org/wiki/Palestine>
-  [https://fr.wikipedia.org/wiki/Interruption volontaire de grossesse](https://fr.wikipedia.org/wiki/Interruption_volontaire_de_grossesse)
-  [https://fr.wikipedia.org/wiki/Organisme génétiquement modifié](https://fr.wikipedia.org/wiki/Organisme_génétiquement_modifié)

Enfin, une page Wikipédia répertorie les polémiques les plus futiles :

-  [https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Guerres d'édition les plus futiles](https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Guerres_d'édition_les_plus_futiles)

(La page discussion de l'article « endive ou chicon » est particulièrement savoureuse.)

Quelques recommandations complémentaires pour bien exploiter l'encyclopédie en ligne

La Wikipédia met aussi en ligne une série d'articles consacrés au fonctionnement de l'encyclopédie. Une lecture de ces articles s'impose pour mieux comprendre les principes et les dérives potentielles. Passons en revue les principaux.

Neutralité de point de vue

La lecture de l'article consacré à la neutralité de point de vue est un préalable indispensable avant d'utiliser les ressources disponibles de la Wikipédia, et ce quel que soit le sujet d'étude :

-  [https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Neutralité de point de vue](https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Neutralité_de_point_de_vue)

En exemple, une liste d'articles ne respectant pas la consigne de neutralité de point de vue :

-  [https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Liste des articles non neutres](https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Liste_des_articles_non_neutres)
- 

Vandalismes et conflits d'intérêts

Il est tout aussi instructif de consacrer un peu de temps à la

lecture de l'article à propos des types de vandalismes dont est victime la Wikipédia :

 <https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia:Vandalisme>

Il permet de mieux comprendre les risques que l'on prend à suivre au pied de la lettre les informations d'un article sur un sujet que l'on ne maîtrise pas.

Dans le même ordre d'idée, lire aussi la page consacrée aux conflits d'intérêts :

 [https://fr.wikipedia.org/wiki/Conflits d%27intérêts sur Wikipédia](https://fr.wikipedia.org/wiki/Conflits_d%27intérêts_sur_Wikipédia)

Mode approfondissement : Les faux articles

Les **articles promotionnels** écrits par des spécialistes sont toujours très difficiles à détecter. Il existe des entreprises spécialisées dans l'écriture d'articles qui assurent la promotion des produits de leurs clients. Dans le même ordre d'idées, les biographies de certaines personnalités, réécrites par leur cabinet de communication, sont de vraies hagiographies quasiment intouchables tant elles sont surveillées de près.

La Wikipédia et les bots

La Wikipédia est aussi le paradis des robots, les « bots ». Les bots ont en charge diverses missions, telles que l'annulation des vandalismes, la correction des fautes d'orthographe ou de mise en forme, et même... la rédaction d'articles !

En 2014, le Wall Street Journal cite le cas de ce contributeur suédois Sverker Johansson¹⁸. Grâce au bot qu'il a créé, « Lsjbot », il ne rédige pas moins de 10 000 articles par jour.

¹⁸ <https://www.wsj.com/articles/for-this-author-10-000-wikipedia-articles-is-a-good-days-work-1405305001>

Il était alors en 2014, l'auteur de 2,7 millions d'articles pour les versions suédoise et philippine (Cebuano) de la Wikipédia.

Lien de cause à effet, les versions philippine (cebuano, 15 millions de locuteurs) et suédoise (10 millions de locuteurs) de la Wikipédia occupent respectivement le deuxième et le troisième rang en nombre d'articles, juste derrière la version anglophone (400 millions de locuteurs de langue maternelle, plus d'un milliard de locuteurs de seconde langue). Suivent ensuite les versions germanique et francophone (293 langues au total).

Bien entendu, la rédaction d'articles en mode automatique est critiquable et critiquée au sein même de la communauté Wikipédia. Il faut cependant supposer que la nécessité d'occuper le maximum d'espace sur le Web semble suffisante pour justifier cette latitude pour le moins abusive.

OUTIL N°4

PROFITEZ DES OUTILS DE VEILLE DISPONIBLES EN LIGNE

*Laissez donc les outils de veille prospecter
l'information à votre place !*

Objectif	Utiliser un outil simple de veille en ligne.
Résultat attendu	Une maîtrise sommaire d'un outil de type « Netvibes » pour assurer la bonne organisation de ses sources d'information.
Conseil	Prendre soin de reproduire la structure de son programme de formation au sein même de l'outil de veille.
Risques d'échec	Mettre trop de rubriques, tenter de suivre trop de flux ou encore choisir des sources trop statiques.

Il existe une multitude d'outils bureautiques pour faciliter sa veille informationnelle. Ils sont disponibles en téléchargement et la plupart proposent une version gratuite.

Parmi ceux-ci, le produit **Netvibes** désormais géré et maintenu par Dassault Systèmes semble incontournable pour accompagner son autoformation. Attardons-nous un instant sur cet outil simple d'emploi.

Qu'est-ce que la veille sur le web ?



La veille consiste à suivre l'actualité de sites d'intérêt soigneusement choisis sans pour autant être contraint de les consulter les uns à la suite des autres. Il suffit en effet de récupérer le fichier RSS (Really Simple Syndication) que fournissent les sites d'information. Ce fichier au format standard XML contient le résumé des toutes dernières informations publiées sur le site. Le flux RSS est représenté par le symbole ci-dessus.

Netvibes

L'outil **Netvibes**, racheté par le groupe Dassault Système en 2012, a bien évolué depuis la première version mise en ligne par son créateur Tariq Crim en 2005. Pour autant, les développeurs successifs de l'application ont su conserver le concept fondateur.

Netvibes permet en effet de concevoir, en quelques clics, des tableaux de bord de suivi de l'actualité produite sur le web et rafraîchis en dynamique. Il est utilisable gratuitement dans sa version de base, une version bien suffisante pour l'autoformation.

|| L'outil est disponible ici : <https://www.netvibes.com/fr>

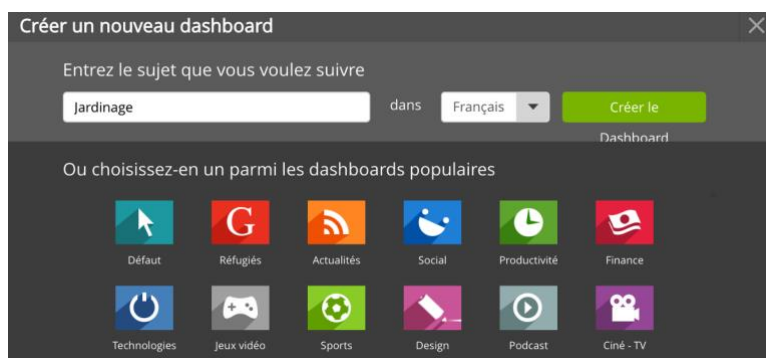
Le principe

L'idée géniale des concepteurs de Netvibes est justement de permettre à chaque utilisateur de se créer une page web spécifique, puis de sélectionner les flux RSS des sites qu'il juge utile pour son projet de veille. Netvibes propose à chacun de se construire ainsi, à moindres coûts et à moindre effort, un tableau de bord personnel de veille informationnelle.

Comment démarrer en 7 temps

1. Créez votre tableau de bord (dashboard)

Donnez-lui un nom significatif correspondant au thème de veille. Vous pouvez aisément créer plusieurs tableaux de bord et passer de l'un à l'autre en toute simplicité selon vos besoins en matière de veille.



2. Créez les onglets

Commencez par créer un onglet spécifique pour chacun des sous-thèmes de votre veille. Dans le cadre d'un programme d'acquisition des connaissances, il est prudent d'être bien organisé. Ainsi, imaginons un projet d'autoformation au jardinage. Nous créons pour cet exemple un sous-thème, un onglet donc, dédié à la veille pour les questions de création et d'entretien d'un potager.



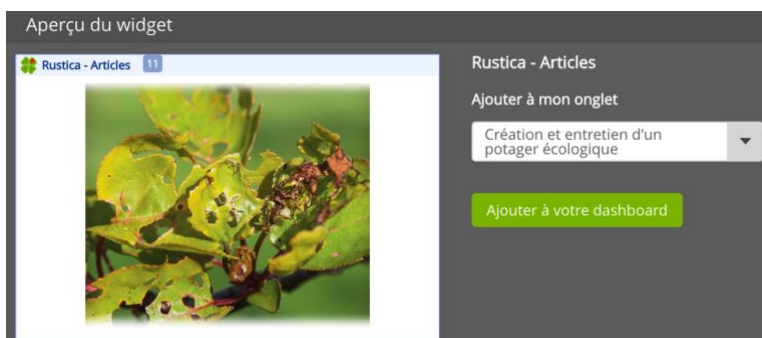
3. Associez les sources d'information

Ensuite, vous choisissez les sources d'information les

plus représentatives : sites web, blogs, journaux et magazines... Les flux d'actualités (RSS) sont rafraîchis dynamiquement sans nécessiter votre intervention.



Le flux a bien été reconnu. Netvibes vous présente le flux décodé et vous propose de l'associer à un onglet déjà créé.



4. Construisez le tableau de bord

Répétez l'opération avec tous les flux des ressources à suivre que vous avez identifiés. Il suffit ensuite en mode veille de cliquer sur un onglet pour consulter les toutes dernières actualités des sites web associés à ce thème.

5. Modifiez-le à volonté

Rien n'est figé. À tout instant, vous pouvez recomposer votre tableau de bord à volonté. Les sources d'information sont accessibles directement d'un simple

clic. Ainsi vous pouvez commencer à l'utiliser sans tarder. Vous le complétez au fur et à mesure de vos besoins et de vos découvertes sur le web.

6. Enrichissez votre tableau de bord

Les utilisateurs ont aussi le loisir d'enrichir le tableau de bord de fonctions bien pratiques telles que la traditionnelle calculatrice, la prise de notes, les accès Facebook ou Twitter, une to-do list, etc.

7. Les fonctions automatisées « Potions »

Mode approfondissement

Les utilisateurs un peu plus avertis exploiteront les fonctions « potions » pour automatiser des services d'alerte, ou toutes autres actions telles que l'envoi d'un e-mail si un mot précis apparaît dans l'un des flux. Si l'on reste dans le cadre de la veille en matière de jardinage, imaginons que vous soyez ennuyé par un parasite qui perturbe vos plantations. Vous êtes donc particulièrement réceptif à toutes les informations concernant ce parasite. Il suffit alors de programmer une action automatisée qui, dès qu'un flux cite ce parasite, vous recevez un e-mail. Ce n'est qu'un exemple des très nombreuses possibilités de programmation d'actions automatisées.

Autres outils utiles pour la veille sur le Web

En complément, trois outils très simples d'utilisation qui faciliteront vos travaux de veille :

Distill Web Monitor

Distill Web Monitor, anciennement *Alertbox*, est une extension du navigateur Firefox de Mozilla. Ce petit outil vous signale les mises à jour des pages web que vous avez placées sous surveillance.

Il est disponible sur la page :

<https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/distill-web-monitor-ff/>

Google alert

Google alert est un produit gratuit de Google corp. Très facile à configurer, Google alert vous signale par mail les nouvelles actualités du web selon les mots-clés que vous avez sélectionnés. Il est disponible ici : <https://www.google.fr/alerts>

Feedly

Feedly est un petit outil bien pratique pour gérer les fils RSS des sites d'informations en phase avec vos besoins de recherche. Bien conçu, il facilite les recherches de sources d'information par thématique.

Il est accessible ici : <https://feedly.com>

Pour une palette plus large d'outils, il s'en crée un nouveau quasiment chaque jour, n'hésitez pas à visiter le site <https://outilsfroids.net>. Christophe Deschamps assure une veille régulière et très pointue des outils de veille disponibles.

OUTIL N°5

TIREZ PROFIT DE TWITTER (X) POUR REPÉRER LES INFLUENCEURS

*Quoi de neuf ? Identifiez les « vital few » parmi les
500 millions de tweets journaliers.*

Objectif	Découvrir les avantages de Twitter pour la formation.
Résultat attendu	Utiliser son compte Twitter pour l'autoformation et choisir ses abonnements en conséquence.
Conseil	Sélectionner avec soin vos abonnements. Twitter n'évite pas le buzz et la futilité. Mal exploité, cet outil chronophage peut décourager plus d'un auto-apprenant.
Risques d'échec	Choisir trop d'abonnements, ne pas suffisamment éliminer les comptes d'abonnés sans intérêt qui encombrant le fil d'actualité.

Twitter (X) est toujours un outil particulièrement efficace pour compléter ses recherches en ligne indépendamment de son rachat par Elon Musk...à condition de bien choisir les membres à suivre ! il s'agit en effet de fuir la profusion d'utilisateurs sans réel intérêt et la multitude de « bots » qui brouillent les pistes. Voyons comment trier les utilisateurs à suivre et

Twitter (X), les raisons du succès

Twitter a connu un essor fulgurant. La longueur limitée de chaque message publié pouvait sembler dissuasive pour un usage autre que celui qu'avaient prévu ses créateurs. À son origine, Twitter était en effet destiné à échanger en instantané des impressions spontanées avec quelques amis. L'outil de microblogging a pourtant rapidement été largement adopté par une multitude d'utilisateurs.

La taille des messages, quoique limitée (280 caractères dans sa version sans abonnement), est bien suffisante pour diffuser l'adresse d'un document d'intérêt, celle d'une vidéo, pour lancer une idée qui se passe d'argumentation, ou pour commenter une actualité sur le vif ou un séminaire en direct. On parle alors de ce cas de « live-tweet ».

Enfin la simplicité de « retweet », c'est-à-dire le partage d'un simple clic d'un message qui vous a interpellé, est aussi l'une des explications de ce plébiscite unanime. D'ailleurs, bien des blogueurs « historiques » ont délaissé leur blog pour se consacrer quasi exclusivement à leur compte Twitter bien plus aisé à maintenir et plus interactif.

Le microblogging au service de l'autoformation...

Twitter est un excellent outil pour dénicher les documents de référence qui échappent au crible des moteurs de recherche. Lorsque l'on suit les bons « dénicheurs d'informations », on cumule les chances d'être orienté vers un document digne d'intérêt, un document qui a été réellement lu et apprécié par un connaisseur du sujet, un humain donc.

Mode approfondissement : les bourreurs de mou

Séparez le bon grain de l'ivraie !

Envers du décor, Twitter n'échappe pas aux principaux maux

du web, tels que la course sans retenue à la réputation, la marchandisation tous azimuts et l'abêtissement organisé. Bien des utilisateurs de Twitter sont obsédés par le besoin d'élargir leur audience, en application de la règle généralement admise sur les réseaux sociaux où le nombre de fans serait la parfaite mesure de sa notoriété.

Les uns n'hésitent pas à acheter des abonnés factices, et les offres se multiplient sur l'Internet. Les autres suivent n'importe qui et attendent qu'on lui retourne la politesse en appliquant le principe absurde du « *je te suis et ensuite tu me suis* ».

Les spécialistes du marketing viral ont aussi flairé très tôt les capacités de « buzz » de l'instrument. Ils l'exploitent sans aucune retenue pour lancer des actions de promotions.

Enfin, Twitter est aussi l'une des chambres d'échos des rumeurs et de l'insignifiance. Les thèmes « people » sont les plus relayés. Ce sont d'ailleurs quasiment les seuls à profiter de l'effet viral à grande échelle.

Twitter (X): les membres à suivre et les membres à éviter

Une rapide typologie des utilisateurs de Twitter pour ne pas perdre son temps et ne suivre que les membres d'intérêt.

Membres à suivre

Les leaders d'influence



Ils sont connus et reconnus pour leur expertise, ce sont des professionnels, journalistes, entrepreneurs de renom, enseignants...

Les leaders d'influence ne suivent que très peu d'autres membres mais ils ont une très large audience. Leurs observations, remarques et affirmations tiennent en effet lieu de

« vérité » officielle. Ce ne sont pas toujours de grands communicants. Il ne faut pas s'attendre à ce qu'ils répondent aux sollicitateurs et aux contradicteurs.

Les veilleurs



Ils sont à l'affût des nouveautés sur leurs thèmes de compétences et relaient l'information.

Ils savent repérer les sources pertinentes, ils épluchent la presse spécialisée, les blogs, les annonces et les tweets des leaders d'influence. Ils relaient sans hésitation l'information collectée et l'enrichissent à l'occasion. On les appelle aussi les « curateurs du web ». Les twittos malins savent très bien que ce sont eux qu'il faut suivre.

Membres à éviter

Les bavards



Comme tous les bavards, ils n'ont pas grand-chose d'intéressant à dire mais le disent quand même. Ils ont besoin d'être présents sur les réseaux.

Ils jouent à « je te suis, tu me suis », c'est-à-dire qu'ils suivent plus de personnes qu'ils ne sont suivis. Ils relaient les tweets uniquement parce qu'ils y trouvent un mot-clé ou un *hashtag* qui les interpelle. Bref, ils font du bruit sur le réseau et sont à rapprocher des robots.

Les promoteurs



Ils n'ont qu'une idée en tête : assurer la promotion de leurs produits ou de leur personne.

On retrouve dans cette catégorie des professionnels des réseaux sociaux qui se font passer pour des «

leaders d'influence » afin de créer une émulation autour des produits qu'ils représentent. Ils maîtrisent l'usage des *hashtags*, ce sont des communicants.

Les prétentieux



Ils n'ont qu'une raison d'exister : leur ego.

Ils ne parlent que d'eux-mêmes et de leur quotidien, persuadés que le moindre de leurs faits et gestes intéresse le monde des réseaux. Ils ne relaient que les informations qui parlent d'eux et ne communiquent que s'ils y trouvent leur intérêt. Leur but : être reconnu comme un leader, rien de moins.

Les anonymes



Ils ne publient que très peu, polémique parfois, on cerne mal leur expertise, il n'y a aucune raison de les suivre.

Ils sont la majorité. Le plus souvent silencieux, ils utilisent leur compte Twitter uniquement pour suivre les leaders d'opinion. D'autres encore, cachés derrière un pseudo peu évocateur de leur identité, prennent une part active dans les très nombreuses polémiques qui détruisent peu à peu l'intérêt de l'outil Twitter. Dans tous les cas, il n'y a aucun intérêt à les suivre.

Les bots



Par définition, ils ne sont pas humains et disent et relaient n'importe quoi.

Selon la société Twitter elle-même, près de 10 % des comptes (soit vingt-cinq millions) sont exclusivement alimentés par des applications automatiques sans aucune intervention humaine.

Ces « robots » génèrent un quart de l'ensemble des tweets. De temps à autre, Twitter lance une vaste opération de « nettoyage » pour éliminer les robots les plus voyants mais ils renaissent de leurs cendres régulièrement.

Petit guide pratique pour utiliser Twitter (X) au profit de votre autoformation

1. Commencez par créer votre propre compte Twitter (X)

Il suffit de saisir son nom ou un pseudo, un numéro de téléphone ou une adresse e-mail et de valider la vérification. Le compte est alors prêt à être personnalisé. N'hésitez pas à ajouter une photo, c'est un indice d'authenticité du compte.

2. Profitez-en pour communiquer et partager

Collecter des informations sans jamais en donner n'est pas le comportement à adopter sur les réseaux sociaux.

Pour se développer plus rapidement et établir des liens avec des membres d'intérêt, il est recommandé d'être interactif.

Les « *puits* » qui absorbent l'information sans jamais la rendre ne sont pas la bonne solution. Le « *boomerang* » est bien plus efficace. « *Je donne donc je reçois et vice-versa* ».

3. Apprenez à utiliser les hashtags

C'est très simple, il s'agit juste de glisser les bons mots-clés précédés du symbole dièse « # » dans ses messages

pour en augmenter la visibilité.

4. Apprenez aussi à utiliser les « listes »

C'est le seul outil de classement de Twitter bien pratique pour organiser thématiquement ses abonnements. Une liste peut être « *publique* » et n'importe qui peut la suivre, ou « *privée* » et vous vous en réservez l'usage exclusif.

5. N'hésitez pas à commenter les messages qui vous interpellent

Il suffit de cliquer sur l'icône « répondre » sous le tweet que vous souhaitez commenter. Votre réponse est aussi limitée à deux cent quatre-vingts caractères.

6. Ne retweetez que les messages qui vous semblent intéressants pour vos abonnés

Ne retweetez pas comme un robot sans avoir pris soin d'étudier le document cité en référence. Ce n'est pas cela qu'attendent les membres de votre réseau. Certains membres trouvent judicieux de retweeter dès qu'ils identifient un mot-clé spécifique dans le message sans aller plus avant. Vos abonnés seront vite lassés d'un tel comportement sans aucune valeur ajoutée.

Complétez les messages d'une touche personnelle avant de les relayer, vous en renforcerez la pertinence et la visibilité.

7. Restez mono sujet

Évitez de vous éparpiller. Vos abonnés ne sauront plus à quel thème vous rattacher. Vous n'êtes pas le seul « twittos » qu'ils suivent, et vos tweets apparaissent chronologiquement dans leurs fils d'actualité mixés avec toutes les publications des autres abonnements suivis.

8. N'entrez pas dans le jeu ridicule du « je-te-suis-et-ensuite-tu-me-suis »

Ces abonnés fugaces n'ont qu'une seule idée : que vous

vous abonnez à votre tour à leur fil d'actualité afin de faire grimper les compteurs. Ils n'ont aucune envie de suivre votre actualité.

Ils sont faciles à identifier, les deux compteurs abonnés et abonnements sont quasi identiques et atteignent des valeurs respectables.

Il est difficile d'imaginer que l'on puisse suivre réellement plusieurs milliers de membres.

9. Repérez les membres à suivre

Seuls les *leaders* et les *veilleurs* méritent d'être suivis. Pour les identifier, il suffit de suivre leurs publications et de les soumettre au crible suivant.

Suivre les leader et les veilleurs

Je le suis si...



Il ne traite que d'un seul sujet

Il n'est guère possible de tenir des propos avisés dans tous les domaines.



Il publie régulièrement

Les réseaux sociaux sont chronophages et après une période euphorique l'enthousiasme parfois retombe.



Il utilise à bon escient les hashtags

Il ne s'agit pas de promouvoir tous les tweets.



Il participe aux échanges

Cela veut dire qu'ils jouent bien l'interactivité. Il est aussi vrai que pour certains sujets sensibles, la foire d'empoigne remplace de plus en plus rapidement les échanges courtois. On comprend ceux qui quittent rapidement l'échange.



Il répond aux messages adressés en direct

Cela dit, il est pénible d'être sollicité à tort et à travers. Ne le contactez qu'à bon escient.



Il a de nombreux abonnés et un nombre d'abonnements raisonnables

Si les deux compteurs « abonnements » et « abonnés » présentent des valeurs assez proches l'une de l'autre, il y a de fortes chances pour que le membre twitter en cours d'étude pratique le « *je te suis et ensuite tu me suis* ». Ce n'est pas très bon signe.

Une célébrité n'est pas intéressante par principe

Ce n'est pas parce qu'un membre est une personnalité reconnue dans la vraie vie qu'il anime pour autant un compte Twitter intéressant et actif. Être présent sur Twitter est devenu un passage obligé. Bien des célébrités utilisent les services d'une agence spécialisée de communication ou d'un programme automatique (les robots déjà mentionnés) pour animer leur compte.

Le nombre d'abonnés n'est pas un critère de pertinence

Un nombre important d'abonnés n'est pas un critère suffisant pour juger de la pertinence d'un membre. Les vendeurs de « followers » pullulent sur le web. Cette remarque vaut aussi pour le réseau Facebook que nous étudierons au cours de la prochaine « Outil ».

« Minidico » Twitter (X)

Abonnés	Liste des utilisateurs de Twitter qui ont choisi de suivre vos publications.
Abonnements	Liste des utilisateurs de Twitter dont vous avez choisi de suivre les publications.
Tweet	Le message posté de 280 caractères maximum qui peut comporter des liens, images, vidéos et hashtags.
Tweeter	Verbe conjugué, désigne l'action de poster
Retweeter	Abrégé en RT, désigne l'action de relayer à ses « abonnés » un tweet de son fil d'actualité.
Twittos	Utilisateur de Twitter.
Fil d'actualité	Liste chronologique sans cesse mise à jour des tweets publiés par les membres de votre sélection d'abonnements.
Liste	Pour faciliter la lecture des tweets en flux continu, il est utile de regrouper les twittos par listes thématiques.
@pseudo	Commande pour adresser un message en direct à un correspondant : <u>@jack</u> pour adresser un message à Jack Dorsey, PDG de Twitter. Mais vous ne pourrez pas lui envoyer un message privé s'il n'est pas abonné à vos publications.
#Hashtag	Pour faciliter les recherches thématiques. Par exemple, les hashtags #JO2024 et #paris2024 sont utilisés pour référencer les messages ayant trait aux jeux olympiques de Paris en 2024.

Mode approfondissement

Attention aux tweets « Pièges à clics »

Pour accroître la visibilité d'un tweet, bien des auteurs n'hésitent pas à déformer un peu la syntaxe de la phrase, quitte à en changer le sens afin d'attirer l'attention des internautes. Le procédé est compréhensible. Avec la quantité invraisemblable de publications que l'on trouve dans son fil d'actualité, sans recourir à un slogan choc, un tweet n'a aucune chance d'être remarqué par les internautes. Il est toutefois prudent de ne pas s'en tenir à ce titre racoleur et d'explorer un peu plus avant l'article avant de le retweeter.

En complément, consultez l'article en ligne consacré aux « curateurs du web », ces acteurs qui se placent aux nœuds de l'information pour mieux la relayer.

<https://www.piloter.org/autoformation/web/curateur-web.htm>

OUTIL N°6

EXPLOITEZ FACEBOOK POUR DES ÉCHANGES ENRICHISSANTS

*Profitions de cet incontournable outil social pour
entrer en contact avec les femmes et les hommes qui
comptent.*

Objectif	Découvrir les avantages de Facebook pour la formation.
Résultat attendu	Utiliser son compte Facebook pour l'autoformation et choisir ses « amis », ses « pages » et ses « forums » en conséquence.
Conseil	Même remarque que pour Twitter, Facebook n'évite pas le buzz et la futilité. Il est important de bien choisir ses correspondants et les pages d'intérêt pour optimiser son fil d'actualité.
Risques d'échec	Ne pas être suffisamment rigoureux dans le choix de ses « amis » et des pages d'intérêt, et perdre son temps à suivre des polémiques sans aucun intérêt.

Facebook, le réseau social bien connu, est par définition orienté auteur. Les articles sont nécessairement signés, même si le profil de l'auteur n'est pas toujours accessible pour des raisons de confidentialité choisies par l'utilisateur lui-même. En

revanche, la société

Facebook conserve toutes les informations que chacun des membres du réseau lui offre en toute innocence. Le descriptif du profil, ses relations, ses goûts ou encore les pages consultées et appréciées (j'aime) ou les profils visités, sont une mine d'or pour établir des ciblage publicitaires. Bref, Facebook vous connaît très bien, en tout cas bien mieux que vous ne le pensez.

Il sait aussi vous glisser dans une « bulle » afin de vous fidéliser en ne rendant visible que les informations susceptibles de vous satisfaire. Voyons comment l'utiliser pour regagner les quelques degrés de liberté indispensables pour sa quête de connaissances.

Facebook pour la formation

Pour utiliser efficacement Facebook, il est utile de s'attarder un instant sur son principe de fonctionnement en adoptant un regard critique. C'est en effet le meilleur moyen de ne pas subir l'outil et d'en profiter pleinement. Commençons par étudier le principe de gestion du flux d'actualité. Nous nous limitons bien sûr aux seules fonctions utiles pour une autoformation.

Comprendre la gestion du flux Facebook

Facebook ne vous présente pas toutes les nouvelles disponibles. Il choisit soigneusement les informations à publier dans votre flux d'actualités personnel, en se basant sur quatre critères principaux :

1. Popularité

Les pages les plus populaires, celles qui comportent le plus de « j'aime » et de commentaires, bénéficient d'un sérieux bonus qui leur permet d'apparaître dans votre fil d'actualités. Il suffit que l'une de vos relations l'ait remarquée et signalée d'un « j'aime » ou d'un « je partage » ou d'un commentaire.

2. Fraîcheur

Naturellement, les nouvelles les plus fraîches sont favorisées pour apparaître en position de choix dans votre flux d'actualités personnel.

3. Proximité sociale

Les nouvelles publiées par vos amis les plus proches apparaissent en bonne position dans votre flux personnel. Les amis les plus proches sont ceux avec qui vous entretenez des échanges réguliers, comme des messages, des commentaires ou des mentions « j'aime » sur leurs publications.

4. Les filets du ciblage, ce qu'il sait de vous

Tout comme les moteurs de recherche, Facebook pratique aussi le principe du « ciblage informationnel et publicitaire »¹⁹. Il passe au crible les informations et présente en priorité dans votre fil d'actualité celles qu'il juge susceptibles de vous intéresser, au vu de ce qu'il pense connaître de vous.

Le nombre de « j'aime » n'est pas un indicateur fiable

Pour bien alimenter son flux d'information, il est indispensable de suivre des membres influenceurs et de s'abonner à des « pages » spécifiques traitant des sujets à étudier. Mais attention le nombre de « j'aime » n'est pas toujours significatif.

D'ailleurs, une bonne majorité d'internautes ont maintenant bien compris que les mentions « *j'aime* » sont aisées à détourner. Le nombre de « fans » ne peut être l'unique critère pour indiquer la qualité ou la pertinence d'un document, d'une page spécifique ou d'un membre.

À un coût tout à fait abordable, chaque membre a la possibilité d'acheter des fans factices, que ce soit pour améliorer sa notoriété personnelle ou la page que l'on souhaite promouvoir. Comme pour Twitter, les offres pullulent sur le web.

Bien des lecteurs accordent des « *j'aime* » sans avoir lu l'article, juste après avoir parcouru le titre et reconnu les mots-clés raccrocheurs du moment.

La quantité n'a jamais fait la qualité tout comme la popularité ne préjuge pas de la pertinence.

¹⁹ Voir première Outil pour une description plus précise du ciblage publicitaire.

Facebook en mode pratique

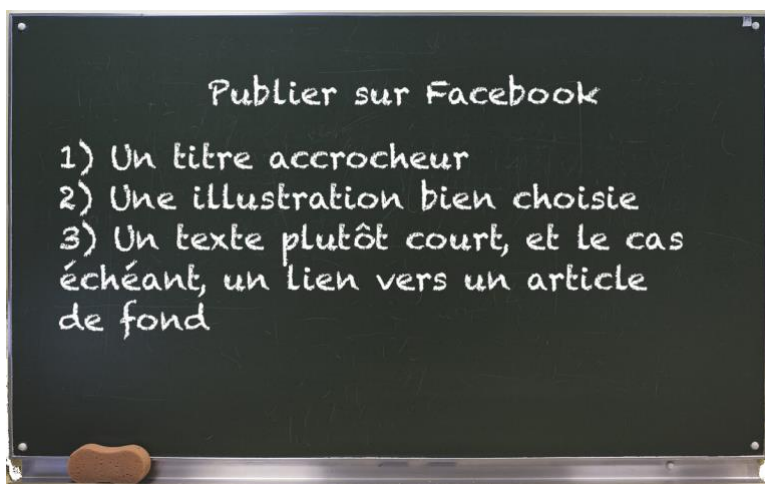
Repérez les experts

Facebook est un très bon outil pour repérer les experts des thèmes de votre programme d'autoformation. Une fois ceux-ci identifiés, encore faut-il s'inviter dans les bons groupes relationnels et interagir afin de les conserver dans son « fil d'actualité ».

Publiez régulièrement...

Échanger, ce n'est pas uniquement recevoir. Il faut aussi publier. Publier sur Facebook n'a rien de sorcier. C'est à la portée de tout un chacun. Aussi n'hésitez pas à partager vos réflexions et vos découvertes sur le web.

Les règles de rédaction sont fort simples :



Il est prudent de se souvenir que Facebook n'est pas une institution philanthropique mais bien une société commerciale. Il est donc impossible d'accroître la visibilité de ses articles sans lancer une campagne de publicité adéquate. De toute façon, chaque fois que vous publiez un article, Facebook vous rappelle régulièrement ce passage obligé par la case paiement.

Créez un groupe d'étude

Facebook offre la possibilité de créer des groupes privés réservés à des membres bien identifiés. Pour être plus précis, il existe deux types de groupes « *privés* » : les groupes « *secrets* » et les groupes « *fermés* ». Les groupes « *secrets* » se différencient des groupes « *fermés* » par un degré de confidentialité plus élevé. Les deux types de groupes se créent avec la même simplicité.

Les groupes privés sont un bon outil pour échanger avec d'autres apprenants explorant les mêmes sujets d'étude ou des thèmes connexes.

Ne jamais perdre de vue que suivre une autoformation ne signifie pas apprendre seul. Dès que l'on en a la possibilité, il est recommandé de former un groupe.

Groupe Public

Tout un chacun peut s'inscrire. L'intitulé du groupe, la liste des membres ainsi que les publications sont publics et donc visibles par tout le monde.

Groupe Privé

Tout un chacun peut demander à s'inscrire. L'intitulé du groupe et la liste des membres sont publics et donc visibles par tout le monde. En revanche, les publications sont privées et ne sont accessibles qu'aux seuls membres.

Groupe Secret

Seules les personnes invitées par un membre peuvent s'inscrire. L'intitulé du groupe, la liste des membres ainsi que les publications sont privés et ne sont accessibles qu'aux seuls membres. Au contraire des deux types de groupes précédents, le groupe secret ne peut pas apparaître dans une recherche effectuée par une personne extérieure au groupe.

Autres réseaux sociaux intéressants pour l'autoformation

Il n'existe pas que Facebook, loin s'en faut. Voyons maintenant quelques réseaux sociaux utiles pour une autoformation.

Linkedin

Linkedin est le plus important des réseaux sociaux destinés aux professionnels. Si vous vous intéressez entre autres aux thèmes de l'entrepreneuriat, de l'informatique, du marketing ou encore du management, il est indispensable de vous inscrire à ce réseau.

|| **Le site web : <https://www.linkedin.com/>**

Comment participer

L'inscription est gratuite pour un premier niveau d'utilisation, bien suffisant pour une autoformation en ligne.

Aussi, soignez bien votre page profil, détaillez-la afin que l'on puisse mieux vous connaître.

|| **La règle de survie sur les réseaux sociaux est simple : pour intéresser, il faut être intéressant.**

Linkedin propose aussi un flux d'actualités listant les publications des personnes que vous suivez, relations de votre réseau ou influenceurs, en privilégiant les plus populaires. Linkedin est bien utile pour découvrir des auteurs qui publient des articles d'intérêt sur vos thèmes de prédilection. N'hésitez pas à publier les résultats de vos prospections pour les partager avec votre réseau.

Construire son réseau

Les membres Linkedin sont invités à participer activement afin de nouer de nouvelles relations. C'est en effet le moyen d'accroître ses sources d'information et peut-être de dénicher une nouvelle opportunité de carrière. N'hésitez pas à lancer des invitations auprès de personnes partageant les mêmes thèmes

d'intérêt.

Comme sur Twitter ou Facebook, repérez les leaders d'influence et les veilleurs. Vous pouvez simplement les suivre sans être contraint de demander une mise en relation. À voir au cas par cas.

Créer un groupe

Les groupes de réflexion sont des lieux d'échanges à privilégier. Dans l'esprit de l'autoformation, ils sont bien pratiques pour profiter de l'émulation du collectif. Encore faut-il bien les choisir et ne pas hésiter à participer. Comme avec Facebook, vous pouvez aussi créer votre propre groupe. Il suffit de choisir le niveau de confidentialité voulu.

Standard

Le groupe est visible dans les résultats de recherche. Les membres peuvent inviter d'autres membres à adhérer.

Non répertorié

Le groupe n'apparaît pas dans les résultats de recherches. Seuls les propriétaires et les managers peuvent inviter des membres à rejoindre le groupe²⁰.

Learning

Linkedin propose aussi plusieurs milliers de cours en ligne en version payante, principalement sur les thèmes de l'entreprise. À voir au cas par cas.

Note : LinkedIn a été racheté en 2016 par Microsoft.

Slack

Slack est un outil de collaboration d'équipes particulièrement efficace pour construire un groupe d'autoformation. Cet outil d'échanges est structuré en canaux, chacun correspondant à un thème de discussion. Slack intègre une messagerie ainsi que des

²⁰ Source : Aide en ligne de LinkedIn

espaces virtuels de discussions publiques ou privées. Point intéressant, Slack conserve la trace de tous les échanges. Un outil de recherche permet ainsi de retrouver une discussion ou un fichier partagé.

|| **Le site web :** <https://slack.com>

Quora

Tous ceux qui sont à l'aise avec la langue anglaise exploreront avec profit l'outil social Quora. Quora propose un principe original et efficace de questions/réponses pour dynamiser la collaboration entre « experts ».

|| **Le site web :** <https://www.quora.com>

Yammer

Yammer est une solution de réseau social privé essentiellement utilisée par les entreprises. Yammer est aujourd'hui intégré au sein de l'offre Office 365 Groups de Microsoft. C'est surtout un outil pour les collaborateurs d'une même entité, même si des possibilités d'ouverture externe sont aussi prévues. L'outil est bien conçu et d'un usage intuitif exploitant avec profit les principes du « groupware » tel que nous le connaissons depuis une bonne vingtaine d'années : création aisée de groupes thématiques, publics ou privés, partage de documents, espace de travail collectif, recherche d'experts, gestion d'historique des échanges passés, etc.

|| **Le site web :** <https://www.yammer.com/?locale=fr>

Une liste sans fin

Chaque jour voit la naissance d'un nouveau réseau social. Ils ne sont pas tous aussi innovateurs que le laissent entendre leurs créateurs. La grande majorité de ces nouveaux venus se contentent de recopier des concepts déjà connus. Leur chance de survie tend généralement vers le zéro absolu.

Pour les plus originaux, la partie n'est pas pour autant gagnée

d'avance. La viabilité d'un réseau social est directement liée au nombre de participants et à la qualité des échanges. La taille critique est difficile à atteindre. C'est pourtant l'unique moyen d'attirer l'intérêt des investisseurs. Ils sont les seuls garants de la pérennité du réseau. Google lui-même n'a pas réussi à percer avec Google plus, un réseau pourtant riche en innovation.

La nouveauté n'est pas toujours la bonne solution

Dans tous les cas, pour celui qui cherche à acquérir de nouvelles connaissances sur un thème spécifique, il n'est pas judicieux de trop surfer sur la nouveauté. Il est toujours préférable de choisir un produit et d'apprendre à le domestiquer pour en profiter pleinement avant de chercher des solutions de remplacement. Les besoins pour suivre une autoformation à plusieurs sont malgré tout assez limités. L'ensemble des réseaux sociaux cités ici font parfaitement l'affaire.

7^{EME} OUTIL

METTEZ LES MOOC A VOTRE SERVICE

Les moocs ne sont pas la solution miracle de la formation en ligne. Cela dit, bien exploités, ils sont utiles pour une autoformation maîtrisée.

Objectif	Choisir et suivre les MOOC de son thème de formation.
Résultat attendu	Sélectionner avec soin les MOOC potentiels.
Conseil	Éviter le buzz autour des MOOC qui ne sont en rien la solution universelle. Ce n'est qu'une brique de plus pour l'autoformation, mais une brique qui peut être d'importance.
Risques d'échec	Un MOOC est nécessairement contraignant. Il est important de bien prévoir ses disponibilités dans la durée.

Les MOOCs, Massive Open Online Course, sont le fruit de l'union de la formation classique avec le web. Nous connaissons déjà les solutions d'e-learning, mais les moocs vont un peu plus avant et démocratisent l'accès aux formations en ligne.

Pour leur grande majorité, ils sont en effet accessibles à tout un chacun sans sélection préalable. À l'heure des réseaux sociaux, l'utilisation des technologies de l'information devrait être riche d'innovation. Dans les faits, il faut bien constater que la majorité des moocs ne profitent guère de ces avantages et se contentent de diffuser des cours magistraux.

Démythifions les moocs pour bien comprendre le principe afin d'en profiter pleinement dans le cadre de notre programme personnel de formation.

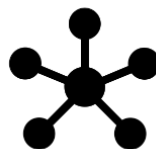
Des formations en ligne ouvertes à tous

MOOC est l'Acronyme de Massive Open Online Course, traduit en français par « formation en ligne ouverte à tous ». Il suffit en effet d'une connexion internet, de temps libre et d'une forte motivation pour suivre une formation en ligne. Les MOOCs semblent être la solution universelle pour démocratiser l'accès à la connaissance structurée.

En pratique, il existe deux types principaux de MOOC : le *MOOC connectiviste* ou *cMOOC* et le *MOOC traditionnel* ou *xMOOC*.

MOOC connectiviste

Le *cMOOC dit connectiviste* est centré sur les besoins de l'apprenant. Il construit ses connaissances en relation avec les autres participants suivant la même formation.



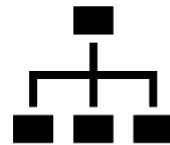
Les meilleurs moocs « connectivistes » se rapprochent du principe des classes inversées.

Au cours d'une classe inversée²¹, les apprenants étudient seuls les aspects théoriques et l'enseignant est là pour émuler la discussion, apporter des éclaircissements et stimuler le travail en groupe et la production d'idées. Ce type de solutions est riche de promesses. Mais un MOOC de ce type est plus délicat et surtout plus coûteux à développer et à gérer.

²¹ Pour illustrer le propos, un site dédié à la classe inversée : <http://www.laclasseninversee.com/>

MOOC traditionnel

La large majorité des organismes de formation en ligne, publics ou privés, préfèrent se limiter à la mise en œuvre des solutions de *MOOC* plus traditionnels, le *xMOOC*.



Plus prosaïquement, derrière cet acronyme se dissimule le plus souvent la mise en ligne des cours magistraux enregistrés en mode vidéo accompagnés de quizz standardisés.

Si cette seconde solution est plus limitée en termes d'innovation pour le passage des connaissances, elle se révèle prometteuse pour la réalisation d'économie d'échelle et permet ainsi une très large diffusion (massive) à moindres coûts.

Le Pour et le Contre du MOOC

Passons en revue quelques caractéristiques des MOOCs afin de jeter un œil sur les deux faces de la médaille.

Accessibilité



Les moocs démocratisent l'accès à l'enseignement. Ils permettent à tout un chacun de suivre une formation quel que soit son lieu de résidence.



En revanche : Avec le recul, fort est de constater que les moocs attirent beaucoup de curieux mais l'assiduité aux cours est très réduite. Une toute petite minorité d'inscrits poursuivent la formation jusqu'à son terme.

Accès aux plus grandes universités



Les moocs offrent l'accès aux cours des plus grandes universités. Le processus est simple, il suffit de s'inscrire.



En revanche : Toutes les universités de renom ont mis

en place des solutions de type MOOC mais actuellement, la majorité des certifications délivrées au terme de l'enseignement ne sont pas équivalentes aux diplômes.

Remarque : Avec le développement de la formation en ligne, quelques centres d'enseignement proposent des modèles pédagogiques combinant présentiel et e-learning débouchant sur un diplôme reconnu par l'état.

Interactivité

 Les moocs de type "connectiviste" s'appuient sur l'interactivité et les échanges entre apprenants pour des formations plus profitables et mieux adaptées aux besoins.

 **En revanche :** Aujourd'hui, la large majorité des programmes de formation des moocs se limitent à la mise en ligne de cours magistraux en vidéo accompagnés au mieux de forums et de web conférences²².

Remarque : Tous les centres d'enseignement n'ont pas une approche aussi tranchée, et sans proposer un MOOC purement connectiviste, ils exploitent les solutions de classes virtuelles afin de dynamiser la coopération entre apprenants.

Initiatives originales

 Les moocs ouvrent la porte à de nouvelles formes d'enseignement.

 **En revanche :** Pour l'instant, l'enseignement délivré par les moocs conserve le modèle classique du type maître-

²² On traitera plus avant la question des web conférences ou « webinaires ».

élève, où ce dernier n'a pas l'initiative de l'échange.

Un bon usage des technologies



Il existera d'ici peu un choix d'applications intéressantes exploitant les possibilités des smartphones (tests, exercices...).



En revanche : Rien ne remplacera les contacts directs avec ses pairs et son mentor. L'automatisation à l'extrême ne sera pas la solution.

Remarque : Il existe des centres d'enseignement qui incluent dans la formation des séances de « coaching » en liaison avec un enseignant.

Le bon état d'esprit pour profiter d'un MOOC traditionnel

Le MOOC est un bon outil pour éclairer l'un des modules de son plan de formation et ajouter une nouvelle brique à son capital de connaissances.

1. Le côté directif n'est pas un obstacle

Le principe de l'enseignement magistral proposé par le MOOC traditionnel n'est pas un obstacle dans la mesure où le cours est complété de recherches personnelles.

2. Vous êtes seul décideur

Si la qualité n'est pas au rendez-vous, n'attendez pas la fin du cours et n'hésitez pas à changer de MOOC.

Personne ne vous contraint à suivre des programmes ennuyeux ou des formations que vous jugez inutiles. Seul votre intérêt personnel importe.

3. Votre objectif n'est pas la certification

Vous ne courez pas après les titres. De toute façon, à quelques exceptions près, ce ne sont pas des diplômes et

ils n'ont qu'une valeur très relative. Vous êtes donc libre. C'est bien cela l'autoformation.

4. Suivre un MOOC est bien évidemment utile

Mais à condition d'en évaluer les limites avant de les exploiter et de les insérer au sein d'un programme plus global d'autoformation. Suivre un MOOC n'est pas une fin en soi. Voir ci-après le guide de choix et d'utilisation d'un MOOC.

Comment choisir un MOOC ?

La grille d'évaluation proposée ci-après est valide pour tous les types de **formation en ligne en format long**.

1. Commencez par étudier soigneusement le plan du cours et le contenu des enseignements

- ☐ Correspond-il précisément à votre besoin, est-il une brique essentielle pour votre formation ?
- ☐ Disposez-vous des indispensables prérequis ?
- ☐ Le programme ne vous contraint-il pas à revenir longuement sur des thèmes déjà bien acquis ?
- ☐ Le programme vous semble-t-il bien ciblé sur vos besoins, c'est-à-dire ni trop général ni trop spécifique ?
- ☐ L'approche du cours, telle que vous l'imaginez à la lecture du plan détaillé, correspond-elle à votre perception de la problématique ?
- ☐ Disposez-vous du temps nécessaire pour suivre la formation jusqu'à son terme ?
- ☐ Les enseignants sont-ils notoires dans leur spécialité ?
- ☐ Ont-ils déjà publié ?

- ☐ A-t-on un accès facile à leurs travaux pour en apprécier la teneur ?

2. Intéressez-vous ensuite au déroulement du cours proprement dit

- ☐ S'agit-il uniquement de cours vidéo en ligne sans aucune interactivité avec l'enseignant ?
- ☐ Quelles sont les possibilités d'interactions avec les autres participants (forum, groupes de travail supervisés, classes virtuelles) ?
- ☐ L'enseignant organise-t-il des web conférences (webinaires) ?
- ☐ Est-il prévu des séances de coaching personnalisé ou de groupe ?
- ☐ Comment se déroule l'évaluation ?
- ☐ Les résultats des tests sont-ils standardisés, ou existe-t-il une option de résultats personnalisés ?

3. Enfin, passez en revue les éléments disponibles pour juger a priori de la qualité (subjective) de la formation

- ☐ Peut-on accéder à des témoignages réels d'anciens auditeurs ?
- ☐ La formation bénéficie-t-elle d'un solide bouche-à-oreille indépendant des opérations marketing de ses promoteurs ?
- ☐ A-t-on accès à des informations à propos des auditeurs qui ont suivi le cursus en totalité (profil et niveau initial) ?
- ☐ Peut-on contacter aisément un responsable de la formation (enseignant ou directeur des études) pour des compléments ?

Disposer de quelques bases est un plus

Pour bien profiter d'un MOOC, il est préférable de disposer déjà de bonnes bases sur le sujet traité. On commence à avoir un peu de recul sur l'usage des MOOCs. Si ces nouveaux instruments sont censés en théorie attirer un très large public de tous horizons, dans les faits ce sont plutôt des professionnels diplômés déjà initiés au thème enseigné qui en tirent le meilleur parti.

SPOC et COOC

Les MOOC(s) se déclinent aussi selon d'autres formats d'enseignement en ligne tels que les *SPOC(s)* (*Small Private Online Courses*), cours privés en petits groupes, qui semblent chercher à remédier aux faiblesses des MOOCs et les *COOCs* (*Corporate Online Open Course*) qui sont, comme leur nom l'indique, réservés aux salariés et à l'occasion aux partenaires de l'entreprise.

Une sélection de MOOCs

Les plateformes de moocs proposant une offre en français :

- ⇒ **FUN**, France Université Numérique, mise en place par le ministère de l'éducation : www.fun-mooc.fr
- ⇒ **edX**, une plateforme à but non lucratif mise en place par le MIT (Massachusetts Institute of Technology), héberge de nombreux cours universitaires en ligne : www.edx.org
- ⇒ **Coursera**, une entreprise de formation en ligne, propose aussi quelques cours en français : coursera.org
- ⇒ **Sillages.info**, une initiative de la conférence des grandes écoles destinée de préférence aux étudiants préparant les concours d'entrée : flot.sillages.info
- ⇒ **Khan académie**, une association à but non lucratif fondée par Salman khan : fr.khanacademy.org/
- ⇒ **Openclassroom.com**, ex site du zéro fondé par *Pierre Dubuc* et *Mathieu Nebra*, une approche originale de la formation à l'informatique associant cours en ligne et mentor-tuteur : openclassrooms.com

- ⇒ **AFPA**, les MOOCs de l'AFPA dédiés aux métiers de bouche : mooc.afpa.fr
- ⇒ Voir aussi **Udemy**, une « place de marché » de cours en ligne multilingues. Une interface en français mais une offre assez pauvre pour cette langue : www.udemy.com
- ⇒ **Google pour les pros**, Google propose une série de cours en ligne gratuits pour acquérir les indispensables compétences numériques: learndigital.withgoogle.com

LES WEBINAIRES, LES CONFÉRENCES EN LIGNE

Webinaire est un néologisme formé sur les termes de « web » et de « séminaire » (webinar pour les anglophones).

Tout comme les séminaires, les webinaires se déroulent à un horaire précis. Au contraire d'une vidéoconférence préenregistrée et diffusée ensuite à volonté, les webinaires ont lieu en direct et les auditeurs interagissent avec l'animateur de la conférence.

Les webinaires les mieux conçus profitent des avantages du web comme le partage dynamique de données et de documents. Les recommandations présentées ici sont valables pour toutes les déclinaisons de formations en ligne en format court qui semblent renaître aujourd'hui dans la foulée des MOOC(s).

Mini-guide pour bien profiter d'un webinaire

Voyons quelques règles de bon sens pour tirer le maximum de profit d'un webinaire.

1. Un webinaire, ça se prépare

- ☐ Vérifier le programme détaillé du webinaire. Correspond-il à vos centres d'intérêt ?
- ☐ Pour mieux profiter du webinaire, prenez le temps de vous informer sur les thèmes que vous connaissez le moins, notamment en parcourant le cas échéant les écrits et publications de l'animateur.
- ☐ Bloquez votre agenda bien à l'avance et assurez-vous d'être totalement disponible pour suivre ce webinaire en toute tranquillité.
- ☐ Informez vos contacts susceptibles d'être intéressés par ce webinaire. Vous pourrez ensuite partager vos impressions et enseignements.

2. Durant le webinaire, on s'impose d'être captivé

- ☐ Soyez prêt avant l'heure de début afin de vous assurer que votre équipement et votre réseau sont opérationnels. Prenez le temps de vous mettre en condition.
- ☐ Adoptez une attitude positive et réceptive. Partez du principe que ce webinaire sera intéressant.
- ☐ Éloignez de vous toutes les formes de distractions. Vos emails, votre page Facebook et votre flux Twitter seront toujours là une fois la session achevée, n'en doutez pas.
- ☐ Évitez de vous bloquer sur les propos qui sont en opposition avec votre mode de pensée.

- ☐ Prenez note des positions défendues par l'animateur qui vous interpellent, positivement comme négativement. Vous les approfondirez par la suite.
- ☐ Évitez de ne prendre note que des sujets qui satisfont vos idées. Les thèses en opposition à votre point de vue sont bien souvent les plus profitables.
- ☐ Contentez-vous de prendre des notes rapides sans développer pour ne pas perdre le fil de la conférence.
- ☐ Prenez note des questions à poser puis posez-les si vous le pouvez.
- ☐ Suivez les questions posées par les autres participants et soyez attentif aux réponses apportées par l'animateur, quitte à le relancer si vous êtes insatisfait. Il faut profiter au maximum de l'échange, il est en temps limité.

3. Enfin, on n'oublie pas de consolider les enseignements

- ☐ Rédigez rapidement un compte rendu du webinaire tout en restant positif. Seul le fruit que l'on a pu en tirer nous intéresse.
- ☐ Quels éclaircissements avez-vous obtenus au cours de cette session ?
- ☐ Quels sont parmi les thèmes qui vous ont interpellés ceux qui méritent des approfondissements ?
- ☐ Quelles nouvelles pistes ont été ouvertes ?
- ☐ Quels sont les références ou compléments qui, le cas échéant, ont été suggérés par l'animateur ou d'autres participants, comme des livres ou des sites web ?
- ☐ Échangez aussi à chaud avec vos relations qui ont suivi ce même webinaire et complétez votre compte rendu.

IL N'Y A PAS QUE LE WEB DANS LA VIE.

POUR CONSOLIDER SON AUTOFORMATION, RIEN NE VAUT LA LECTURE ATTENTIVE DE LIVRES BIEN CHOISIS

*Les livres vous permettent de vous immerger dans un
sujet plus profondément que la plupart des médias
aujourd'hui.*

Mark Zuckerberg²³

Objectif	L'importance des livres comme synthèse d'un thème d'étude.
Résultat attendu	Choisir et lire les bons livres pour son autoformation.
Conseil	S'éloigner de toutes les sources de perturbation et redécouvrir les plaisirs de la lecture au calme.
Risques d'échec	Ne pas prendre le temps de choisir les bons ouvrages ou les survoler trop rapidement.

²³ Mark Zuckerberg, fondateur de Facebook, a pris la résolution de lire des livres, beaucoup de livres, rapportait Le Monde dans son édition du 5 janvier 2015.

Une bonne majorité d'apprenants ne voient pas l'intérêt de lire les principaux ouvrages de référence pour compléter les enseignements en ligne. Ils se cramponnent à l'idée que la consultation du web est bien suffisante pour acquérir des connaissances.

Le livre et le web ne s'opposent pas. Ils se complètent.

Le web est un excellent outil pour détecter les tendances, repérer les nouveautés et partager les bonnes références. Le livre est le fruit d'un travail de fond sur un thème donné accompli par un spécialiste du sujet.

Seuls ceux qui ont bien compris l'importance de s'accorder le temps de la lecture sans recourir aux traditionnels prétextes fallacieux « *en ce moment, je n'ai pas le temps de lire, mais plus tard, on verra...* », s'achètent une assurance pour leur avenir.

Les livres sont l'unique moyen d'approfondir un sujet

Une fois le plan construit et le système de veille mis en place, si on se permet la métaphore, l'apprenant est un peu comme un pêcheur à la ligne qui recherche les meilleurs coins pour mouiller son hameçon et collecter les informations essentielles à sa formation.

Le flux et le stock : le web est le flux, le livre est le stock

Chercher des informations sur le web, c'est pêcher dans un torrent de montagne, les informations passent rapidement. Le web est donc plutôt dans le **flux**.

Twitter ou les fils d'actualité de Facebook ou de LinkedIn sont de bons exemples de ce flux continu et addictif. Si vous n'êtes pas connecté, les yeux braqués sur votre écran, vous risquez de manquer une information.

En revanche, les livres disponibles dans les librairies, les bibliothèques ou en ligne sous une forme dématérialisée sont plus proches de la notion de **stock**.

Le pêcheur mouille alors sa ligne dans un lac alimenté par les torrents de montagne et connu pour ses eaux poissonneuses, si l'on termine là la métaphore.

Avec le livre, les savoirs qualifiés et mieux structurés persistent dans la durée.

L'Internet est dans l'immédiateté, le flux sans cesse renouvelé. Tandis que le livre est dans la durée, dans la constance. Grâce à la dématérialisation des documents, tel que l'ebook, les livres risquent moins de disparaître lorsqu'ils ne sont plus réédités. En théorie, un ebook a une durée de vie infinie et peut être toujours disponible.

UNE TECHNIQUE DE LECTURE RAPIDE SIMPLISSIME

Ce ne sont pas les livres dignes d'intérêt qui font défaut, mais bien le temps pour les lire.

Bien entendu, pour lire un livre, il faut consacrer bien plus de temps que n'en exige la simple consultation d'une page web.

Postulat de base : On ne peut pas lire tous les livres qui a priori semblent intéressants. Chacun d'entre nous s'est déjà heurté à cet obstacle insurmontable. Il est donc utile de savoir les trier pour ne conserver que ceux que l'on juge dignes d'intérêt pour son autoformation.

Ensuite, on ne dispose pas d'un temps infini. Le livre choisi devra être lu rapidement. La maîtrise de quelques techniques de lecture rapide s'impose. La méthode proposée ici se déroule donc en deux temps.

Premier temps : choisir le bon livre

Je choisis un livre. Mérite-t-il d'être lu ?

Pour un essai, un livre de méthode ou un manuel technique, rien ne vous oblige à adopter une lecture linéaire, ni de lire l'ouvrage en totalité. Sauf bien sûr s'il vous captive dès les premières lignes.

1) Je commence par lire soigneusement l'introduction

✔ Question 1 : Les questions à résoudre sont-elles clairement exposées ?

✔ Question 2 : Sont-elles en phase avec ma recherche ?

2) Je passe ensuite directement à la conclusion

Un ouvrage technique ou un essai n'est pas un polar, vous ne découvrirez pas l'assassin en commençant par la fin. En revanche, vous pourrez juger de la qualité du développement de

Rien ne vaut la lecture attentive de livres bien choisis

l'étude en étudiant la conclusion.

- ✔ Question 1 : Les réponses aux questions de l'introduction semblent-elles avoir été solutionnées ?
- ✔ Question 2 : Le champ d'étude semble-t-il circonscrit ?
- ✔ Question 3 : Ouvre-t-elle de nouvelles perspectives ?

3) Je parcours le sommaire

Je considère la structure du livre, je repère les enchaînements et les points d'articulation de la thèse développée.

- ✔ Question : Sont-ils en phase avec mes centres d'intérêt ?

4) Je parcours rapidement le livre

Je feuillette le livre en quête de mots-clés, je lis soigneusement quelques paragraphes (début, milieu et fin du livre) développant les termes du sujet qui me préoccupe et je prends conscience de la qualité du développement.

- ✔ Question : Suis-je satisfait ?

5) Bilan

Cette courte grille de critères permet de se construire rapidement une idée assez précise de l'intérêt de l'ouvrage selon ses propres thèmes de recherche.

Bien évidemment, si on multiplie les réponses négatives, il vaut mieux s'intéresser à un autre livre, mais cela va s'en dire.

Second temps : extraire l'essentiel du livre choisi

1) Je ne lis que les chapitres qui m'intéressent

Je parcours le livre et j'en profite pour identifier les idées-clés de l'auteur.



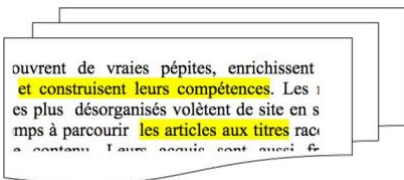
2) Je fais régulièrement des pauses

Je prends un peu de recul et j'intègre ce que je viens de lire dans mon projet global.



3) Je surligne et je commente dans la marge

Mon objectif : Retrouver ensuite facilement les passages-clés correspondant à mon étude sans être contraint de relire le livre.



4) Je rédige un compte rendu

Je fais l'effort de combattre mon flegme et je rédige un petit compte rendu de lecture.

Le truc : Je reste neutre et je m'en tiens à la thèse de l'auteur. Je note à part les idées et commentaires survenus en cours de lecture.



5) Je partage

Si j'ai fait le juste choix de participer à un groupe d'autoformation, je partage et je compare mes comptes rendus avec les notes et impressions de mes pairs.



Précision : Si le temps presse

Même si le livre est globalement intéressant mais que le temps presse, on peut se contenter de ne lire que les seuls chapitres correspondant à notre thème d'étude. Pour repérer les chapitres dignes d'intérêt, il suffit de lire les premières phrases et les dernières. On ne lit le chapitre en totalité seulement s'il répond à nos questions.

Vaincre les obstacles à la concentration

Commençons par faire mentir Nicholas Carr²⁴ et démontrons que l'on peut se concentrer sans se laisser distraire à la moindre occasion.

Nicholas Carr, spécialiste des technologies, publiait en 2008 un article intitulé « Google nous rend-il idiots ? ». L'auteur cherchait à démontrer les effets néfastes de l'usage intensif du web sur notre structure neuronale. Nous n'étions alors plus capables de concentrer notre attention suffisamment longtemps pour lire un livre.

La meilleure solution reste encore de se déconnecter totalement du web qui ne cesse de nous bombarder de distractions et morcelle notre attention. Il n'est pas réellement indispensable de consulter à tout instant ses mails, ses sites favoris, et il est bon de se souvenir que l'on peut éteindre son smartphone. Avec un peu d'organisation et une gestion précise de son agenda, il est toujours possible de se réserver une plage de temps dans la journée ou dans la semaine pour étudier en toute tranquillité, loin de toutes les formes de distractions.

Evgeny Morozov²⁵, chercheur américain, spécialiste des usages des technologies, confiait dans une interview sa technique personnelle : il enferme son portable et son routeur dans un coffre pour résister à la tentation de les consulter à tout instant. Il peut ainsi se concentrer en toute liberté.

²⁴ Voir la bibliographie en fin d'ouvrage.

²⁵ Voir la bibliographie en fin d'ouvrage.

Profitez des bibliothèques

*Faut-il être millionnaire pour lire des livres ? Non,
puisqu'il y a les bibliothèques*

Les bibliothèques sont des lieux privilégiés pour les apprenants. Pour nous préparer le travail, le bibliothécaire a réalisé un classement thématique des ouvrages. Un rayonnage devient un lieu de découvertes pour celui qui sait se donner le temps de fureter au sein de ce temple de la connaissance.

Les bibliothèques sont une excellente solution pour découvrir des auteurs sans être contraint pour autant de prévoir un budget « livres » conséquents. La très large majorité des bibliothèques sont accessibles pour un coût d'abonnement très modique, voire gratuit lorsqu'elles ne pratiquent pas le prêt d'ouvrages.

Une bonne bibliothèque

Comme il en existe dans la majorité des villes qui ont encore foi dans la culture. L'outil de recherche dans le catalogue permet de trouver un ouvrage précis. Le bibliothécaire est aussi présent pour vous assister dans vos recherches, c'est son métier.

De plus, il a déjà effectué un solide travail de classement et les livres traitant d'un même sujet se côtoient sur la même étagère. C'est bien en explorant les rayons que l'on découvre de vraies perles, des ouvrages plus anciens, moins connus ou en perte de notoriété tout à fait dignes d'intérêt pour notre quête de connaissances.

Quelques bibliothèques en ligne

-  BiblioVox de Cyberlibris, www.bibliovox.com :
Sur abonnement, mais de nombreuses bibliothèques
municipales l'intègrent dans leurs formules
d'inscriptions.
-  Gallica, gallica.bnf.fr : Bibliothèque numérique de la
Bibliothèque Nationale de France (BNF).

☞ www.noslivres.net : Catalogue de livres du domaine public francophone.

☞ www.gutenberg.org : Le projet Gutenberg propose un large choix d'ebooks gratuits.

LE SECRET D'UNE FORMATION REUSSIE : LA MOTIVATION

*La sagesse suprême, c'est d'avoir des rêves assez
grands pour ne pas les perdre de vue quand on les
poursuit.*

William Faulkner

Bien évidemment, s'imprégner d'un enseignement, et ce quel que soit le sujet, exige une attention soutenue. Et nous humains, n'apprécions pas toujours de consommer notre énergie, même si l'enseignement suivi nous passionne. Les sources de distraction envahissent notre environnement et dès que la lassitude commence à poindre le bout de son nez, il est bien difficile de ne pas se laisser tenter et de détourner l'attention.

En d'autres termes, la motivation, principale source d'énergie, est en train de s'affaiblir. Il est temps d'agir. Voyons comment.

Qu'est-ce que la motivation ?

La définition la plus adéquate du concept de motivation dans le cadre d'une autoformation est celle-ci :

La motivation désigne l'action de l'ensemble des forces conscientes ou inconscientes qui nous poussent à agir dans un certain sens, à adopter un certain comportement.

Le plaisir d'apprendre par exemple est le véritable moteur pour conduire sa formation à son terme.

Apprendre doit rester un plaisir

Qui ne s'est jamais retrouvé essayant en vain de se concentrer sur un sujet rébarbatif ? On a beau s'autojustifier avec des "*il faut bien le faire*", à la première occasion notre attention s'évade... Et on relit pour la troisième fois le même paragraphe sans le comprendre pour autant. Il est toujours préférable d'étudier des thèmes que l'on aime. C'est une évidence, mais il n'est pas inutile de le rappeler.

On apprend mieux quand on apprécie son sujet

Encore faut-il ne pas tomber dans le piège de l'apprentissage à court terme, et se contenter d'enchaîner des sessions de formations accélérées, où seule l'acquisition de réflexes automatisés importe. Ces sessions n'abordent que les aspects opérationnels sans aucun recul. Ce sont des formations sans « saveur » que l'on suit les bottes chargées de plomb. Elles ne sont guère profitables. Attardons-nous justement un instant sur les termes « saveurs » et « savoirs ».

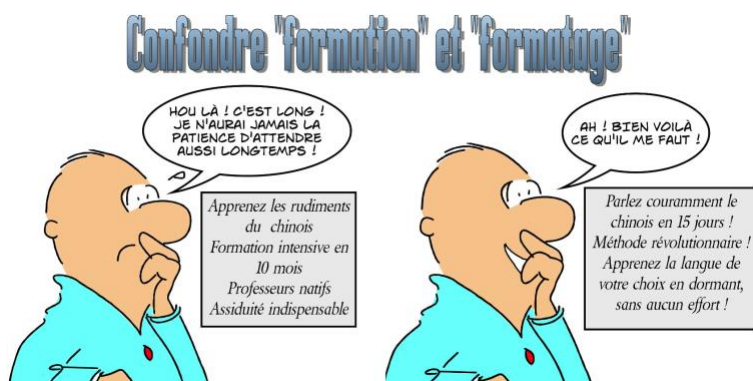
Savoir et saveur

Les termes savoir et saveur ont la même racine étymologique latine (*sapere*). Pour profiter pleinement de sa formation, il semble donc essentiel d'en détecter la saveur, c'est-à-dire de

l'apprécier et d'y prendre plaisir.

Nous sommes nombreux, j'imagine, à être tombés au moins une fois au cours de notre parcours professionnel dans le piège de la formation supposément indispensable pour notre carrière, mais que l'on sait insipide et ennuyeuse au possible. On ne mène jamais à leur terme les formations de ce type. L'opiniâtreté est bien utile, mais elle résiste mal face à l'ennui.

La lassitude finit toujours par prendre le dessus, et notre attention sera définitivement captée par d'autres centres d'intérêt. Qu'il s'agisse d'un projet d'autoformation pour satisfaire sa curiosité ou plus prosaïquement pour améliorer ses compétences professionnelles, la notion de plaisir doit être au cœur de votre projet. (Voir aussi comment développer le goût d'apprendre).



Les deux types de motivation

Au cours d'une longue formation, l'enthousiasme ne sera pas au beau fixe tous les jours. Le sentiment de ne plus progresser, la difficulté de se concentrer, et l'impression de perdre son temps face à des enseignements particulièrement ardues sont autant de causes de découragement qu'il s'agit de surmonter coûte que coûte.

Pour contribuer à résoudre la problématique de la démotivation, les spécialistes des sciences sociales font appel à la théorie des

deux motivations : La **motivation intrinsèque** et la **motivation extrinsèque**.

La motivation intrinsèque

Elle est essentiellement liée au plaisir qu'éprouve celui qui suit une formation. Il est motivé par sa passion pour le sujet et l'envie d'en savoir toujours plus. Le besoin de satisfaire sa curiosité et le sens de l'étonnement permanent, pour ne pas parler d'émerveillement, sont les moteurs pour conserver son enthousiasme.

La motivation extrinsèque

Lorsque la motivation intrinsèque s'émousse, lorsque l'enchantement et le goût d'apprendre sont en berne, on peut alors tenter de recourir à des mobiles extérieurs présentés comme des récompenses.

Si l'on n'a pas fait pas l'erreur de sélectionner des objectifs trop ambitieux, l'accession à ces derniers sera perçue comme un encouragement à poursuivre son plan de travail. C'est là une récompense personnelle.

Aussi, en cas de découragement passager, il est recommandé de « s'auto-stimuler » en étudiant le parcours accompli et la distance nous séparant du prochain objectif. Pour renforcer sa capacité de persévérance et retrouver la confiance en soi et le courage de poursuivre, il est aussi bien utile de reprendre contact avec les finalités de cette démarche de formation.

Si l'on a pris soin de bien de procéder à un diagnostic des besoins, il suffira de s'y reporter pour retrouver un point d'appui, tel que changer de métier, obtenir une promotion ou une meilleure rémunération par exemple. Enfin, il est aussi utile de participer à des groupes de travail pour profiter de l'émulation collective et retrouver le goût d'apprendre.

Déjà pour être motivé il s'agit d'être bien organisé

Se laisser déborder par sa charge de travail, voilà une excellente recette pour réduire sa motivation à néant. Pour éviter ce piège classique, il est prudent de commencer par établir une première frontière avec sa vie professionnelle pour ne pas nuire à son efficacité et une seconde frontière avec sa vie privée pour ne surtout pas la perturber. Ces deux frontières sont indispensables et c'est bien pour cela qu'il s'agit de s'en tenir rigoureusement à son planning.

Comment s'organiser sans nuire à son efficacité professionnelle?

Seule une parfaite organisation à laquelle on ne manquera pas de se contraindre permet de conjuguer métier et formation.

Si le thème de la formation n'est pas trop éloigné du contexte professionnel, c'est aussi l'occasion de mettre en pratique sans tarder l'enseignement acquis et de précipiter un peu l'acquisition des compétences désirées.

Comment s'organiser sans (trop) perturber sa vie personnelle ?

Il est déjà bien difficile de jongler avec son emploi du temps pour mener une vie équilibrée, c'est-à-dire une vie où l'on parvient à conjuguer son activité professionnelle, ses loisirs, le temps dédié à sa famille et les activités extraprofessionnelles. Pourtant il faudra bien trouver un espace dans son agenda pour caser son programme de formation.

On sait désormais qu'une vie professionnelle trop intense peut se transformer en un véritable amplificateur de tensions conjugales. À chacun de résoudre du mieux possible cette équation à multiples inconnues en tenant compte des

conséquences à moyen terme.

Comment se démotiver en trois leçons

La motivation est fragile, si on y prend garde elle est rompue et laisse place à son antagoniste diabolique : la démotivation !

Voyons 3 cas de figure qui conduisent irrémédiablement à une démotivation assurée :

- 1. Perdre son temps à acquérir des compétences "jetables"**
- 2. Se contenter d'un simple "verniss"**
- 3. Ne pas suffisamment considérer la phase de mise en pratique**

1. Perdre son temps à acquérir des compétences "jetables"

Seules les compétences issues d'un rapide « formatage » au cours d'une formation accélérée sont périssables et éphémères. Censées répondre aux exigences du changement continu, elles sont des freins à l'adaptation dans le sens où elles ne sont que réflexes et acquisitions d'habitudes rigidifiées par une pratique sans réflexion de fond.

A contrario, les véritables compétences acquises au terme d'une solide formation et d'une pratique assidue sont un très net avantage. Celui qui cumule compétences et expériences est bien plus à l'aise pour résoudre les problèmes inédits. Il est plus tolérant à l'incertitude et il sait mixer les savoirs d'horizons différents pour découvrir les solutions originales. Adeptes du système « D », il sait déployer son ingéniosité sans attendre que les procédures apprises ou imposées débloquent miraculeusement le problème où elles l'ont bien souvent plongé.

2. Se contenter d'un simple "verniss"

L'autoformation n'est recommandée ni pour les dilettantes ni pour les velléitaires. Entreprendre un programme d'autoformation conséquent exige des efforts de tous les

instants. Quelles que soient les connaissances ou les compétences que l'on souhaite acquérir, il sera toujours indispensable d'étudier les fondamentaux comme nous avons appris à lire, à écrire et à compter dans notre petite enfance.

Bien des thèmes de la formation, et ce, quelle que soit la science choisie, sont peut-être moins séduisants et plus rébarbatifs que ce que l'on espérait. Il faudra tout de même consacrer du temps et de l'énergie pour les étudier. Certains concepts resteraient inaccessibles sans ce bagage préalable.

3. Ne pas suffisamment considérer la phase de mise en pratique

Une compétence s'acquiert sur le terrain. Les connaissances sont indispensables, mais sans le savoir-faire elles ne sont pas suffisantes. Il est évidemment plus profitable de choisir un thème de formation pas trop éloigné de son activité professionnelle afin de mettre en pratique sur le terrain chacun des acquis.

POUR CONCLURE : « ABONDANCE » N'EST PAS UN NOUVEAU SYNONYME DE « PERTINENCE »

*Dans un monde riche en informations, l'abondance
de l'information signifie un manque de quelque chose
d'autre, de ce que l'information consomme. Et ce que
l'information consomme est évident : elle consomme
l'attention de ses destinataires.*

Herbert A. Simon (1916-2001)²⁶

²⁶ Cette citation date de 1971 : « Designing Organizations for an Information-Rich World » The Johns Hopkins Press.

https://en.wikiquote.org/wiki/Herbert_A._Simon

C'est peut-être là le principal piège de la prospection de connaissances sur l'internet. Dès 1971, Herbert Simon, prix Nobel d'économie 1978 et spécialiste de la décision, mettait en évidence le lien étroit entre une information pléthorique et la perte de l'attention. L'équation est simple et le constat est radical. Pour prendre en compte un maximum d'informations, il est indispensable de fractionner son « capital d'attention ».

Autrement dit, il sera toujours plus difficile de s'attarder le temps suffisant pour juger de la pertinence d'une information et l'exploiter à sa juste valeur. Le flux de nouveautés sans cesse renouvelé déroutera notre attention. L'attrait de la nouveauté est irrésistible. Nous sommes toujours en attente d'un effet de surprise. Les spécialistes du marketing sur le web l'ont bien compris. Tous les moyens sont bons pour capter notre attention et nous détourner de nos centres d'intérêt afin de nous inciter à l'acte d'achat. C'est là leur objectif. Pour l'atteindre, ils inondent le web de publicités.

De l'économie de l'attention...

La crainte de manquer quelque chose et de passer à côté du scoop sollicite en continu notre vigilance. On ne sait plus si l'on doit accorder notre intérêt à une information essentielle ou à un message publicitaire qui occupe la majeure partie de notre écran ou, plus subtilement, se camoufle au cœur du texte en cours de lecture. Capturer notre attention par tous les moyens pour l'attirer vers des messages publicitaires et déclencher à terme l'acte d'achat, c'est un peu cela que devient le web. En tout cas, c'est ainsi que cherchent à le transformer les publicistes et spécialistes du marketing des médias en ligne. On parle alors ***d'économie de l'attention***.

Il est vrai que le web a bien changé depuis son origine, où le partage et la mise en commun sans contrainte et sans limite en étaient la principale caractéristique. Désormais, tous les acteurs du monde économique, et pas uniquement les GAFA (Google, Amazon, Facebook et Apple), profitent de la permissivité libérale d'un internet sans réelle gouvernance. Ces acteurs économiques ont rapidement su tirer parti de la démocratisation

des accès à l'internet. Ils ont dicté les règles du marché à leur avantage. La question d'une gouvernance efficace de l'internet, toujours irrésolue, se pose aujourd'hui avec plus d'acuité. En attendant, ils brouillent les pistes.

Par chance, le web n'est pas encore réduit à n'être qu'une plate-forme d'expérimentations livrée aux publicitaires. Le média est bien plus complexe que cela. N'en déplaise à ses détracteurs, le web, c'est aussi *l'économie du partage*.

... À l'économie du partage

L'internet et plus particulièrement les réseaux sociaux offrent des possibilités de coopération que l'on ne pouvait augurer il y a seulement une vingtaine d'années. Nos modes de partage et de confrontation d'idées ont été bouleversés de fond en comble, et le web est une véritable manne de connaissances pour l'auto-apprenant bien armé. La notion de coopération et de communauté est une voie d'essor majeure du web. Et c'est dans cet esprit qu'il s'agit de s'efforcer de considérer et d'utiliser ce fantastique média. Les initiatives de coopération ne manquent pas. Le logiciel libre et l'Open Source n'auraient jamais connu un tel développement sans une coopération internationale que seul permet le web²⁷.

Citons aussi pour le secteur économique la multiplication des expériences de crowdfunding ou financement participatif. Le crowdfunding ouvre à tout un chacun la possibilité d'investir simplement et sans aucun intermédiaire dans les projets qui lui tiennent à cœur. Le domaine politique n'est pas non plus en reste. Le parti de gauche espagnol Podemos utilise le web pour réaliser des sondages sur le vif. Très présent sur Twitter et à l'origine de forums dédiés, Podemos exploite les solutions coopératives qu'offre le web pour établir une interaction avec les citoyens. L'idée étant de profiter de « l'expertise des foules » pour ébaucher une nouvelle démocratie plus interactive en

²⁷ Plus de la moitié des sites web sont gérés par une solution Open Source.

limitant au maximum l'intermédiation. Puisque c'est bien cela qu'apporte le web : un contact direct sans intermédiaire.

C'est dans cet esprit qu'il s'agit d'utiliser le web pour assurer son autoformation. Nous avons évoqué « les pépites de connaissance » dans le titre de ce livre. En effet, le candidat à l'autoformation en quête d'informations pertinentes pour construire ses connaissances est un peu dans la situation de l'orpailleur qui doit éliminer la collante et envahissante gangue pour laisser apparaître le minerai rare dans toute sa splendeur. Pour poursuivre la métaphore, si les prospecteurs du Klondike n'hésitaient pas à sortir leur fusil pour défendre leur territoire, remarquons que les auto-apprenants les plus efficaces sont des orpailleurs d'un genre plutôt singulier : ils partagent leurs meilleurs filons ! L'information n'est pas un bien comme un autre. Elle acquiert de la valeur à être partagée au sein d'un réseau coopératif où chaque membre ne poursuit d'autre but que celui d'apprendre en commun.

C'est bien évidemment en adoptant l'angle de vue du partage que l'auto-apprenant tire le meilleur parti du web. En privilégiant cette dimension, il satisfait ses besoins de formation personnels tout en contribuant à un projet humaniste d'un usage collaboratif et émancipateur des technologies de l'information. Pour conserver intacte notre confiance dans l'avenir du web, tout en maintenant notre capacité d'étonnement en éveil, gardons en mémoire cette citation de Roland Barthes :

*L'histoire n'assure jamais le triomphe pur et simple
d'un contraire sur son contraire : elle dévoile, en se
faisant, des issues inimaginables, des synthèses
imprévisibles*

BIBLIOGRAPHIE

- Ballargeon Normand, *L'éducation Textes choisis et présentés par*, Garnier Flammarion 2011
- Bertrand Baschwitz, Maria Antonia *Comment me documenter ? Guide pratique pour les enseignants et formateurs*, De Boek 2010
- Carré Philippe, *L'autoformation de Presses Universitaires de France*, PUF 2010
- Cardon Dominique, *La démocratie Internet : Promesses et limites*, La république des idées 2010
- Cardon Dominique, *À quoi rêvent les algorithmes, nos vies à l'heure des big data*, La république des idées 2015
- Carr Nicholas The Shallows, *What the Internet Is Doing to Our Brains*, W. W. Norton & Company 2011
- Casilli Antonio, *Les liaisons numériques : Vers une nouvelle sociabilité ?*, Seuil 2010
- Cassin Barbara, *Google-moi*, Editions Albin Michel (4 janvier 2007)
- Dumazedier Joffre, *Penser l'autoformation : Société d'aujourd'hui et pratiques d'autoformation*, Chronique sociale 2002
- European Journalism Centre, *Guide du datajournalisme : Collecter, analyser et visualiser les données*, Eyrolles 2013
- Hameline Daniel, *Les objectifs pédagogiques : En formation initiale et en formation continue ; Suivi de L'éducateur et l'action sensée*, ESF 2005
- Lemur Georges, *Construire ma recherche : Joffre Dumazedier, chercheur-accompagnateur*, Chronique sociale 2005
- Mager Robert, *Comment définir des objectifs pédagogiques*, Dunod 2013
- Maniez Dominique, *Préparer et réussir le C2i2e*, Dunod 2012

- Michel Jean-François, *Les 7 profils d'apprentissage. Pour informer, enseigner et apprendre*, Éditions Eyrolles Mai 2013
- Morozov Evgeny, *Pour tout résoudre cliquez ici - L'aberration du solutionnisme technologique*, Fyp Éditions 2014
- Morozov Evgeny, *Le mirage numérique : Pour une politique du Big Data*, Les Prairies Ordinaires, 2015
- Pariser Eli, *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, Éditions Penguin 2012
- Pelissier Nicolas, Gallezot Gabriel, *Twitter, un monde en tout petit*, L'harmattan 2013
- Rastier François, *Apprendre pour transmettre*, PUF 2013
- Salaün Jean-Michel, *Vu Lu Su*, La découverte 2012
- Serre Michel, *Petite Poucette*, Éditions le Pommier 2012
- Simonnot Brigitte et Gallezot Gabriel, *L'entonnoir : Google sous la loupe des sciences de l'information & de la communication*, C&F Édition 2009
- Stark Kio, *Don't Go Back to School: A Handbook for Learning Anything*, GreenGlass Books 2013
- Turkle Sherry, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Basic Books 2013
- Van Handel Pek, *La Sérendipité : Le hasard heureux*, Éditions Hernann 2011
- Le dossier : « *Inattention Danger* » paru dans la revue Esprit de janvier 2014
- Entretien avec Nicholas Carr « *Notre perception rétrécit* » paru dans la Revue des deux mondes numéro de janvier 2013

DU MÊME AUTEUR

PERFONOMIQUE Saison III



Manager, c'est cumuler les intelligences. Le bon manager n'est plus celui qui règne sur son équipe en s'appuyant, au mieux sur une supériorité de compétences, au pire sur une autorité établie officiellement. Ce temps est largement dépassé ou en tout cas il devrait l'être. Le bon manager est celui qui dynamise l'expression de toutes les intelligences pour accéder au stade ultime de l'efficacité, l'intelligence cumulée. Pas si simple.

Dans cet ouvrage, le rôle du manager est structuré selon huit verbes d'action, chacun placé sous l'éclairage plus ou moins diffus des trois facteurs d'influence : le bon sens, le respect d'autrui et le principe de mesure de la performance.

Les trente-deux recommandations sont chacune illustrée d'un exemple concret et développé pour mieux cerner par le récit la complexité du rôle du manager.

Cet ouvrage au format ebook est gratuit au format PDF

Site Web associé : www.perfonomique.com

Les tableaux de bord du manager innovant



Une démarche en 7 étapes pour faciliter la prise de décision en équipe

Édition Eyrolles

Alain Fernandez

Collection Management

320 pages 25 Euros

Disponible :

[Librairie Eyrolles](#)

[Librairie Amazon](#)

[Librairie Izibook](#)

Résumé

Comment répondre aux nouveaux besoins de pilotage des entreprises ? L'auteur propose une démarche en 7 étapes pour mettre en place les tableaux de bord du manager innovant. Cette démarche pratique permet de bâtir un système de mesure de la performance qui remplit pleinement sa fonction d'assistance au pilotage, dans une logique de coopération et de prise de décision en équipe.

La première partie développe une analyse critique de la mesure de la performance telle qu'elle est pratiquée aujourd'hui. Elle apporte notamment des réponses aux questions : pourquoi la mesure de la performance est-elle encore un outil de coercition ? Comment démasquer les mesures maquillées ? Comment éviter les indicateurs inadaptés et donc trompeurs ?

La seconde partie détaille, exemples à l'appui, les sept étapes de la démarche pour bâtir les tableaux de bord de l'organisation innovante : concevoir des stratégies coopératives ; identifier collectivement les objectifs tactiques ; instaurer un climat de confiance, premier pivot de la démarche ; pratiquer la reconnaissance, second pivot de la démarche ; sélectionner les indicateurs pertinents ; construire l'aide à la décision ; développer la prise de décision en équipe.

[*Voir la fiche technique*](#)

L'essentiel du tableau de bord



Méthode complète et mise en pratique avec Microsoft Excel

Édition Eyrolles

Alain Fernandez

Collection Gestion de projets

280 pages 5^e édition 22 Euros

Disponible :

[Librairie Eyrolles](#)

[Librairie Amazon](#)

[Librairie Izibook](#)

Résumé

La méthode proposée dans cet ouvrage reprend les principes les plus récents de conception des tableaux de bord pour les adapter aux besoins des managers. Rapidité, simplicité et faible coût de réalisation en sont les priorités.

À la fois théorique et pratique, le livre est structuré en deux parties. La première développe concrètement, avec exemples à l'appui, les phases fondamentales de la conception d'un tableau de bord en cinq étapes et quinze outils : définition des axes de progrès, détermination des points d'intervention, sélection des objectifs et des indicateurs, structuration du tableau de bord. La seconde partie est orientée réalisation, grâce à quinze fiches pratiques.

Les fonctionnalités de Microsoft Excel utiles pour la création d'un tableau de bord de pilotage opérationnel sont expliquées dans cette nouvelle édition mise à jour. De plus, chaque chapitre est associé à une page Web spécifique du site de l'auteur *www.tableau-de-bord.org* où le lecteur pourra y trouver des conseils et tutoriels en vidéo.

Des informations pratiques, des mises à jour, des liens complémentaires et des références d'ouvrages sont également consultables grâce à des QR codes.

Tous les exemples, ainsi que le tableau de bord type développé étape par étape au fil de l'ouvrage, sont à télécharger sur ce même site.

[Voir la fiche technique](#)

Le chef de projet efficace



12 bonnes pratiques pour un management humain

Édition Eyrolles

Alain Fernandez

Collection Gestion de projets

248 pages 6^e édition 22 Euros

Disponible :

[Librairie Eyrolles](#)

[Librairie Amazon](#)

[Librairie Izibook](#)

Résumé

Pour réussir les projets d'entreprise, il ne suffit plus de satisfaire le traditionnel triptyque qualité-délais-coûts, même si l'on y adjoint l'incontournable maîtrise des risques. La coopération active de l'ensemble des partenaires tout comme l'accession au maximum de créativité de l'équipe font la différence.

Mais comment inciter des acteurs aux intérêts divergents à oeuvrer en commun ? Comment libérer la créativité de chacun ? Pour répondre à ces multiples enjeux, il n'y a guère d'autre solution que d'adopter une démarche active centrée sur les femmes et les hommes qui font l'entreprise.

Ce guide entièrement revu et complété pour répondre aux besoins actuels a été conçu à partir de la connaissance cumulée de plusieurs dizaines de chefs de projet. Il réunit en 12 bonnes pratiques les conditions pour réussir tout projet d'entreprise, en expliquant comment :

- négocier efficacement avec tous les partenaires ;
 - anticiper les risques et les menaces ;
 - satisfaire toutes les parties prenantes ;
 - bâtir des équipes performantes ;
 - dynamiser la créativité de l'équipe ;
 - réaliser le tableau de bord projet ;
 - réussir l'accompagnement du changement ;
 - accroître sa capacité de rebond.
- [*Voir la fiche technique*](#)

Les nouveaux tableaux de bord des managers



Le projet Business Intelligence clés en main.

Édition Eyrolles

Alain Fernandez

495 pages 6^e édition 35 Euros

Disponible :

[Librairie Eyrolles](#)

[Librairie Amazon](#)

[Librairie Izibook](#)

Résumé

Les tableaux de bord sont au cœur du processus de management de la performance. La qualité et la cohérence du système d'information décisionnel conditionnent la réussite de la stratégie déployée. Encore faut-il que les tableaux de bord soient conçus méthodiquement, qu'ils mesurent toutes les formes de performance et qu'ils assistent du mieux possible les décideurs en situation.

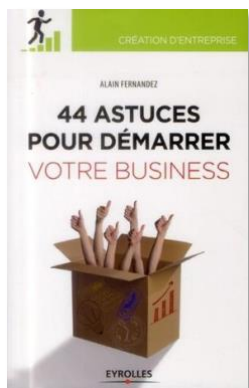
Ce livre, best-seller depuis plusieurs années, s'est imposé auprès des concepteurs de système de business intelligence, des consultants et des chefs de projet. Centré sur la problématique du décideur en action, cet ouvrage régulièrement mis à jour explique comment :

- Réaliser le projet de business intelligence dans sa totalité, de la conception à la mise en action.
- Assurer le déploiement de la stratégie gagnante.
- Faciliter la mise en pratique de la gouvernance.
- Composer les tableaux de bord pour assister la prise de décision.
- Choisir les indicateurs de performance les mieux adaptés à chaque situation.
- Fiabiliser les informations dès la collecte des données.
- Comprendre et exploiter le "Big Data".
- Manager les risques à tous les stades du processus décisionnel.
- Choisir les outils de business intelligence, méthode de sélection

détaillée.

L'ouvrage développe une démarche coopérative et illustrée en dix étapes qui insiste sur la sélection des objectifs selon la stratégie, le choix des indicateurs de performance, la mise en œuvre et le déploiement. [Voir la fiche technique](#)

44 astuces pour démarrer votre business



Édition Eyrolles
Alain Fernandez
160 pages 16 Euros
Disponible :
[Librairie Eyrolles](#)
[Librairie Amazon](#)
[Librairie Izibook](#)

Résumé

Gagner sa vie en vivant son rêve

Certains passent leur vie en entreprise sans rien en apprécier ni être reconnu à leur juste valeur, ayant parfois le sentiment de passer à côté de leurs vraies envies professionnelles. Et si la solution était du côté de l'entrepreneuriat en solo ?

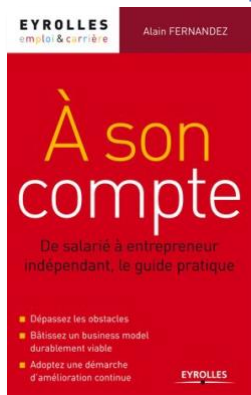
Réaliser son projet professionnel, gagner en autonomie, choisir son chemin en connaissance de cause : tel est le programme de ce guide pratique, structuré en sept étapes balisant de façon progressive la démarche entrepreneuriale.

- Comment changer ses repères ?
- Quelles qualités développer ?
- Comment bâtir son business model ?
- Comment intégrer les réseaux professionnels qui comptent ?

Toujours pragmatique, l'auteur accompagne le lecteur sur la voie de la réussite via nombre d'exemples, de témoignages et d'une quarantaine d'astuces issues du terrain.

[Voir la fiche technique](#)

À son compte



De salarié à entrepreneur indépendant, le guide pratique. Dépassez les obstacles. Bâissez un business model durablement viable. Adoptez une démarche d'amélioration continue.

Édition Eyrolles

Alain Fernandez

260 pages 20 Euros

Disponible :

[Librairie Eyrolles](#)

[Librairie Amazon](#)

[Librairie Izibook](#)

Résumé

Le salariat n'est pas la seule voie possible pour se réaliser.

Il est désormais bien difficile de bâtir un projet de vie professionnelle conforme à ses aspirations, tout en conservant un statut de salarié. La course à la performance et les exigences de flexibilité des entreprises entravent les projets personnels les mieux préparés.

Fort de ce constat, il est alors temps de **se lancer**.

Mais comment s'y prendre ?

Comment bâtir un projet solide et viable pour se réaliser, tout en assurant son confort matériel ?

C'est là l'objet de ce livre.

Véritable **coach personnel**, il vous accompagne pas à pas et vous aide à franchir les étapes pour développer une **activité rentable** qui vous permet d'exprimer votre talent.

Ce livre est illustré de multiples **expériences d'entrepreneurs** qui un jour ont choisi de prendre leur carrière en main.

[*Voir la fiche technique*](#)