

Alain Fernandez

**Objectif :
Débusquer les pépites
de connaissance dans le
foutoir du web**



Les 7 bonnes pratiques
de l'autodidacte 3.0



**Guide pratique
MIMISMO**

Résumé :

Dans un monde en mutation perpétuel, nous avons tous conscience de la nécessité d'enrichir en continu notre capital de connaissances. Le web semble la solution la plus évidente pour assurer son autoformation. Mais bien qu'il recèle des montagnes de ressources, il se rapproche plus aujourd'hui du grand foutoir que d'une bibliothèque soigneusement organisée !

Bien sûr, il y a les moteurs de recherche toujours plus performants. Il ne faudrait pas pour autant oublier que **Google**, **Bing** et **Yahoo**, pour ne citer que ceux-ci, ne sont pas des organisations philanthropiques mais bien des entreprises commerciales. Leurs finalités ne sont donc pas nécessairement en parfaite harmonie avec celles du prospecteur de savoirs en ligne, et c'est peu dire.

Au fil de ces pages, nous étudierons les principes des moteurs de recherche pour débusquer les pépites de connaissance sans se laisser enfumer. 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 infaillible tant s'en faut, et nous nous attarderons sur une utilisation efficace et profitable des **MOOC** en accord avec le programme de formation que chacun s'est choisi.

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



Alain Fernandez est un consultant et formateur international, auteur de plusieurs ouvrages de management vendus à plusieurs dizaines de milliers d'exemplaires. Accro aux réseaux en ligne de longue date, il édite le site www.piloter.org depuis plus de vingt ans. Avec cet ouvrage, il décode les travers des moteurs de recherche et des réseaux sociaux afin d'en faire émerger les avantages pour une autoformation profitable.

Du même auteur

Les guides pratiques Mimismo

7 habitudes pour se former tout au long de la vie

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

Sur une idée et une collaboration active de Marie Sonzini.

Copyright © 2019 Alain Fernandez

Éditions Mimismo ®

Collection : Les Guides Pratiques

Tous droits réservés.

ISBN : 978-2-9567588-2-2

Crédit images : Pixabay et IMSI/design.

Couverture : © Pathdoc/Adobe Stock.

Portrait et expérience de Michael Faraday : commons.wikimedia.org.

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

Dépôt légal : Mai 2019

Alain Fernandez

Objectif : débusquer les pépites de connaissance dans le futoir du web

**Les 7 bonnes pratiques
de l'autodidacte 3.0**

MIMISMO

Ce que l'on apprend le plus solidement et ce que l'on retient le mieux, c'est ce que l'on apprend en quelque sorte par soi-même. Il n'y a pourtant qu'un petit nombre d'hommes qui soient en état de le faire. On les appelle en grec « autodidactes ».

Emmanuel Kant

SOMMAIRE

INTRODUCTION

BONNE PRATIQUE N°1 DOMESTIQUEZ GOOGLE, BING ET LES AUTRES MOTEURS DE RECHERCHE

Google, le moteur de recherche préféré des francophones
Le principe fondateur : la foi dans l'algorithme
La rentabilité financière
4 conseils pour une collecte pertinente sur le web
Les principales commandes de Google

EN COMPLEMENT : ÉVALUEZ LA PERTINENCE DES DOCUMENTS COLLECTÉS

Le dilemme de la collecte
Les critères d'évaluation de la collecte documentaire
Les pièges de la recherche documentaire

BONNE PRATIQUE N°2 DU BON USAGE DES LIENS HYPERTEXTES, LES LIMITES DE LA SÉRENDIPITÉ

Le plaisir de découvrir des documents par « hasard »
Typologie des liens hypertextes glissés dans un article

BONNE PRATIQUE N°3 UTILISEZ LA WIKIPÉDIA AVEC CIRCONSPÉCTION

La thèse fondatrice du phénomène Wikipédia
Une fantastique encyclopédie mais une qualité inégale
Quatre critères pour bien exploiter les ressources de la Wikipédia
Quelques bonnes pistes pour mieux comprendre le principe de la Wikipédia

BONNE PRATIQUE N°4 PROFITEZ DES OUTILS DE VEILLE DISPONIBLES EN LIGNE

Qu'est-ce que la veille sur le web ?
Comment démarrer en 7 temps
Autres outils utiles pour la veille sur le Web

BONNE PRATIQUE N°5 TIREZ PROFIT DE TWITTER POUR REPÉRER LES INFLUENCEURS

Twitter, les raisons du succès
Twitter : les membres à suivre et les membres à éviter
Petit guide pratique pour utiliser Twitter au profit de votre autoformation

Suivre les leader et les veilleurs
« Minidico » Twitter
Attention aux tweets « Pièges à clics »

BONNE PRATIQUE N°6 EXPLOITEZ FACEBOOK POUR DES ÉCHANGES ENRICHISSANTS

Facebook pour la formation
Facebook en mode pratique
Autres réseaux sociaux intéressants pour l'autoformation

7^{EME} BONNE PRATIQUE METTEZ LES MOOC A VOTRE SERVICE

Des formations en ligne ouvertes à tous
Le Pour et le Contre du MOOC
Le bon état d'esprit pour profiter d'un MOOC traditionnel
Comment choisir un MOOC ?
Une sélection de MOOCs

LES WEBINAIRES, LES CONFÉRENCES EN LIGNE

Mini-guide pour bien profiter d'un webinaire

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 sont l'unique moyen d'approfondir un sujet
Une technique de lecture rapide simplissime
Premier temps : choisir le bon livre
Second temps : extraire l'essentiel du livre choisi
Profitez des bibliothèques

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

De l'économie de l'attention...
... À l'économie du partage

BIBLIOGRAPHIE

COMMENTAIRES LECTEURS

DANS LA MEME COLLECTION

7 habitudes pour se former tout au long de la vie

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

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

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 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 bonnes pratiques pour exploiter pleinement et à notre avantage les ressources disponibles sur le web et les réseaux sociaux. Maîtriser ces sept bonnes pratiques c'est un peu quelque part détenir son « permis d'internaute » avec la totalité de ses points.

Objectif : débusquer les pépites de connaissance dans le futoir du web

Les sept bonnes pratiques

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

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

Bonne Pratique n°3 : Utilisez la Wikipédia avec circonspection

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

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

Bonne Pratique n°6 : Exploitez Facebook pour des échanges enrichissants

Bonne Pratique n°7 : Mettez les MOOC à votre service

Pour compléter les 7 bonnes pratiques, nous étudierons ensuite :

⇒ Une technique de lecture rapide

Le site « compagnon »

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



BONNE PRATIQUE N°1 DOMESTIQUEZ GOOGLE, BING ET LES AUTRES MOTEURS DE RECHERCHE

« 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.

(Extrait)

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, le moteur de recherche préféré des francophones

(Extrait) 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 Qwant 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.

Un outil de confiance ?

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 épingle 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

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

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

Objectif : débusquer les pépites de connaissance dans le futoir du web

de Google se sont empressées de corriger « manuellement » cette aberration...

Le principe fondateur : la foi dans l'algorithme

(Extrait) 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.

(Extrait) 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...

La rentabilité financière

(Extrait) 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...

Le ciblage publicitaire

(Extrait) 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...

DISPONIBLE

Titre	Objectif : Débusquer les pépites de connaissance dans le futoir du web
S-Titre	Les 7 bonnes pratiques de l'autodidacte 3.0
ISBN	978-2-9567588-2-2
Pages	137 pages
Format	15,2 x 22,9 cm
Broché	10 Euros Amazon.fr (en stock)
Lien	https://amzn.to/2VKQtSm
Kindle	7 Euros (à télécharger)
Epub	7 Euros (à télécharger)

Le site compagnon

Le site <https://www.piloter.org/autoformation> associé à ce livre propose de nombreuses ressources complémentaires.



DANS LA MEME COLLECTION



7 habitudes pour se former tout au long de la vie

À notre époque où les changements sont aussi brutaux que rapides, le slogan « *se former tout au long de la vie* » s'avère plus que jamais un impératif. Par chance, et grâce au web, il n'a jamais été aussi facile de maintenir ses connaissances à jour. Encore faut-il ne pas se fourvoyer dans le labyrinthe des ressources disponibles.

L'autoformation n'est pas née d'hier. Michael Faraday, l'un des plus grands savants du dix-neuvième siècle, autodidacte de surcroît et pédagogue émérite, a défini en son temps les **bonnes habitudes** à adopter pour un autoapprentissage efficace tout au long de la vie.

Une fois adaptées et complétées, ces bonnes habitudes essentiellement orientées sur la collecte des informations pertinentes et la qualité des échanges entre pairs se fondent à merveille dans l'univers du **web** et des **réseaux sociaux**.

Au fil de cet ouvrage, nous allons étudier de près chacune des sept bonnes habitudes actualisées afin que chacun puisse les adopter pour assurer sa **formation en continu**.

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

ISBN : 978-2-9567588-1-5

Voir ici : <https://amzn.to/2H27zTK>