

# Méthodes & Outils pour la Veille

Stéphane Bortzmeyer  
AFNIC  
bortzmeyer@nic.fr

26 janvier 2009

## Le bol et l'eau

Il y a deux choix importants à faire pour la veille :

1. Qu'est-ce que je bois ? (L'eau)
2. Dans quel récipient je la transporte et la stocke ? (Le bol)

La même eau peut être transportée par plusieurs canaux (par exemple, via Twitter ou Atom ou une liste de diffusion).

En fait, c'est même un peu plus compliqué, il y a source, canal et outil.

## Source, canal, outil

1. Source : un humain ou un groupe d'humains. Exemple : AFNIC
2. Canal : méthode de communication. Exemple : site Web
3. Outil : logiciel utilisé. Exemple : Firefox

Bon exemple de confusion entre la source (inconnue) et le canal (« Internet »).

De même, un débat, « Pour la veille, vaut-il mieux utiliser Twitter ou RSS ? » a peu d'intérêt : la source est plus importante que le canal.

## Méthodes de la veille

1. sélectionner les bonnes sources et les évaluer,
2. restituer la veille aux collègues.

Une source **primaire** est la source d'origine. A priori plus fiable. Mais on n'a pas le temps de voir toutes les sources primaires.

Une source **secondaire** (ou **tertiaire**) filtre, agrège, réécrit des sources primaires (ou secondaires). Plus pratique mais moins fiable.

## Médias traditionnels

Indépendamment de leur utilité dans d'autres domaines, en général inadaptés à la veille :

1. Trop lents
2. Trop loins de la source primaire (beaucoup d'erreurs accumulées depuis celle-ci)
3. Et **surtout** trop officiels : ne présentent que le point de vue dominant. Pour la veille, c'est un défaut rédhibitoire. Exemple : jusqu'en 1994 (1995 en France), pas une seule mention d'Internet. Les réseaux étaient toujours des réseaux télécom classiques.

Une source se définit par une **politique éditoriale**. Ce qu'elle publie et pourquoi.

Certaines sources sont produites par une personne ou une organisation, avec étroit contrôle.

D'autres sont plus pluralistes, avec un cadre général, une politique, mais le tout assez lâche (exemple, Wikipédia, ou bien une liste de diffusion bien gérée).

## Des exemples de sources

- ▶ OARC (plutôt technique sur le DNS)
- ▶ CircleID (le monde des noms de domaine en général)
- ▶ Cédric Manara (juridique)
- ▶ StackOverflow (programmation)
- ▶ legalis.net ou Maître Éolas (juridique mais pas spécialisé dans les noms de domaine)
- ▶ IGP (politique des noms de domaine)
- ▶ dns-fr (plutôt technique sur le DNS)

Tous n'ont pas été conçus pour la veille mais tous sont utilisés :

- ▶ La machine à café
- ▶ Le Web
- ▶ La syndication Web
- ▶ Les listes de diffusion et Usenet
- ▶ La messagerie instantanée
- ▶ Le *micro-blogging*
- ▶ Les réseaux sociaux (Facebook...)

Il y a un recouvrement entre certains (exemple : *micro-blogging* et messagerie instantanée).

## La plupart des sources sont diffusées par plusieurs canaux

Exemples :

- ▶ une liste de diffusion archivée sur le Web
- ▶ un flux de syndication relayé sur Twitter

## Choisir son canal

Chaque canal a ses avantages et inconvénients. Le critère le plus important est en général les sources auxquelles il donne accès. Le meilleur canal ne vaut rien sans sources intéressantes.

Exemple : identi.ca est bien meilleur, techniquement et politiquement, que Twitter. Mais les gens sont sur Twitter (loi de Metcalfe).

## Les outils

- ▶ Largement une question de goût. Le choix est très vaste.
- ▶ Votre productivité dépend de votre maîtrise des outils : passez du temps à les apprendre et à les configurer (autrement, risque de noyade en cas d'excès d'information).

## La syndication Web

Principe : le site Web, ou bien un tiers, crée un résumé, dans un langage formel, du site. Des outils savent lire ce langage et produire une liste de nouvelles.

Outils : innombrables. Sur votre machine (Sage, Liferea), ou bien en ligne (Google Reader, Netvibes).

Les outils présentent de manière spécifique les nouveautés. On peut donc voir spécifiquement ce qui est neuf.

On peut agréger plusieurs sources, on peut filtrer, etc.

## Le micro-blogging

Twitter est le canal le plus connu. Accessible via d'innombrables outils (dont les navigateurs Web).

Twitter est centralisé, tout dépend d'un point unique, peu fiable.

Les messages sont limités à 140 caractères, ce qui entraîne une écriture spécifique.



La méthode la plus traditionnelle, mais toujours valable.

Une utilisation sérieuse des listes de diffusion impose un tri automatique du courrier entrant, pour ne pas tout mélanger.

Thunderbird, Gmail, etc, savent faire.

## Conclusions

1. Penser sources plutôt que canaux et canaux plutôt qu'outils,
2. Mais il faut aussi passer du temps à optimiser ses outils,
3. Publier et relayer l'information.