Edition numérique et recherche d'information

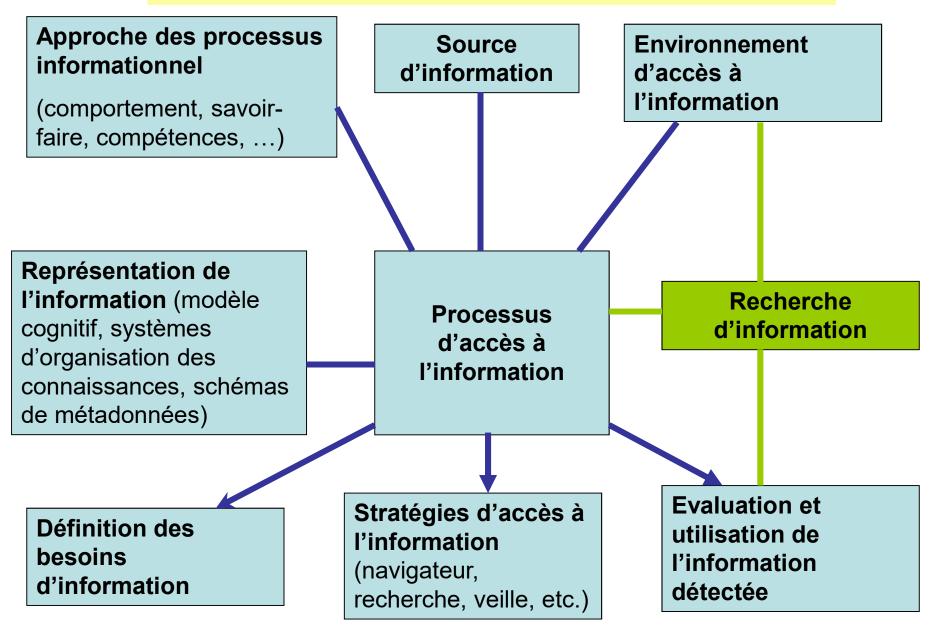
M. EL HACHANI, Dpt Infocom

CM7-CM8 -mars 2021

Eternelles problématiques.....

- favoriser l'accès :
 - aux ressources (notices, documents numérisés, ressources en ligne, etc..)
 - aux informations rédactionnelles (informations sous forme d'articles)
- Trouver des références et des ressources plus facilement
- Fédérer des ressources d'information (internes ou externes)

Schéma global du processus d'accès à l'information pertinente...(source François Feyler, avril 2011 site savoirscdi)



Accès et recherche d'information

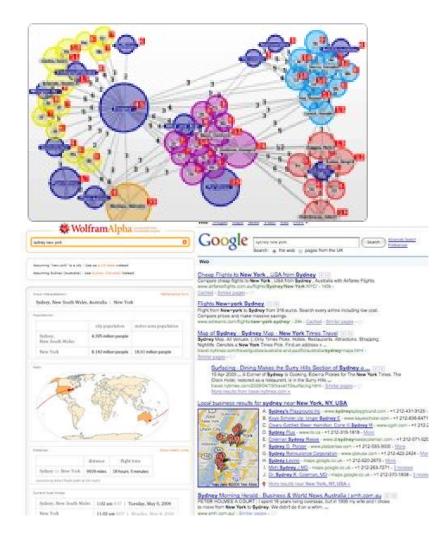
- Vers de nouvelles logiques implicites d'accès et de représentation des connaissances :
 - les moteurs de recherche

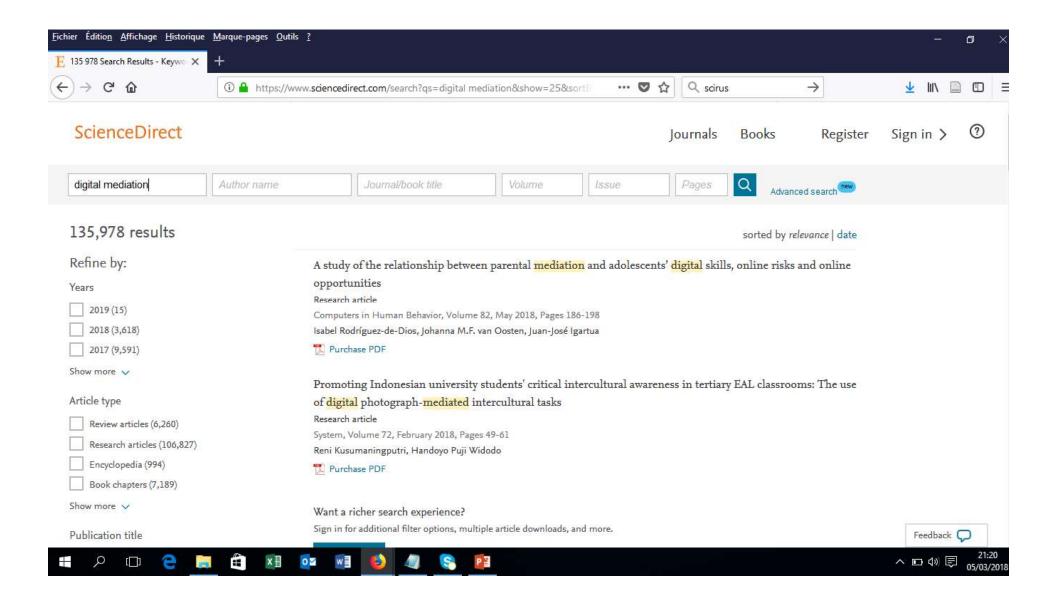
Les différentes générations de moteurs

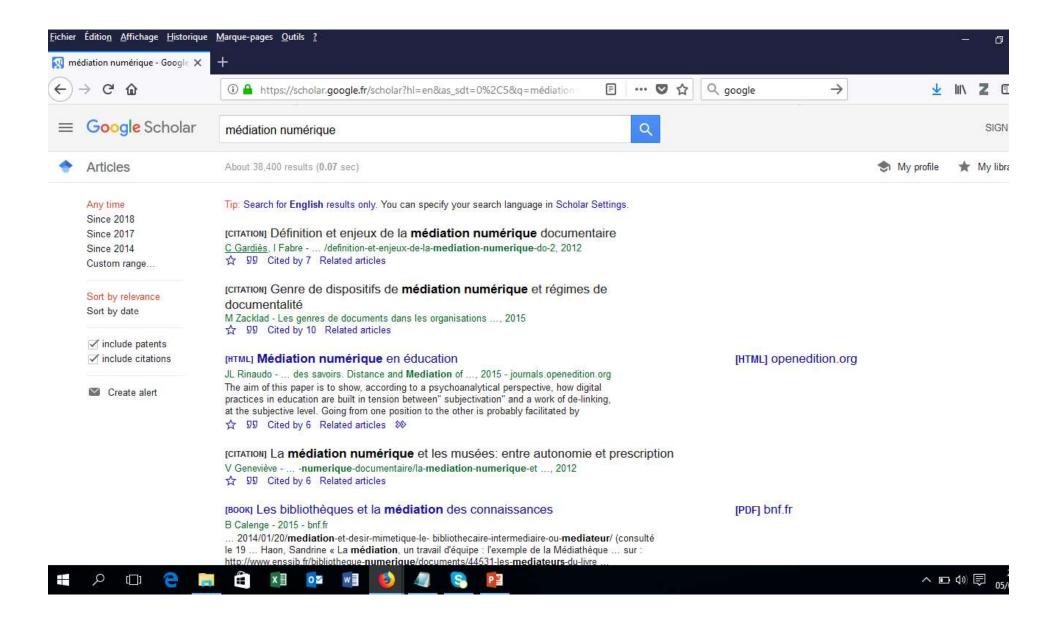
1 ^{ère} génération (apparus en 95-96)	Altavista Hotbot Voilà Lycos	Vieillissement de l'index. Algorithmes de pertinence pas toujours efficaces.
2ème génération (apparus en 98- 99ou plus)	Google Yahoo MSN Bing Ask	Bonne pertinence, index important.
3 ^{ème} génération (apparus à partir de 2001)	Wisenut Exalead Kartoo Cuil	Fonctionnalités de visualisation souvent originales – Wisenut, Cuil et Kartoo ont disparu
4 ^{ème} génération	GG Custom Search Powerset Wolfram Alpha	Les moteurs personnalisables, créés par l'utilisateur Les moteurs sémantiques Les moteurs multimédias
	Truveo 123people – Social Mention	Les moteurs multimedias La recherche de personnes Les moteurs temps réel Source : V Mesguich

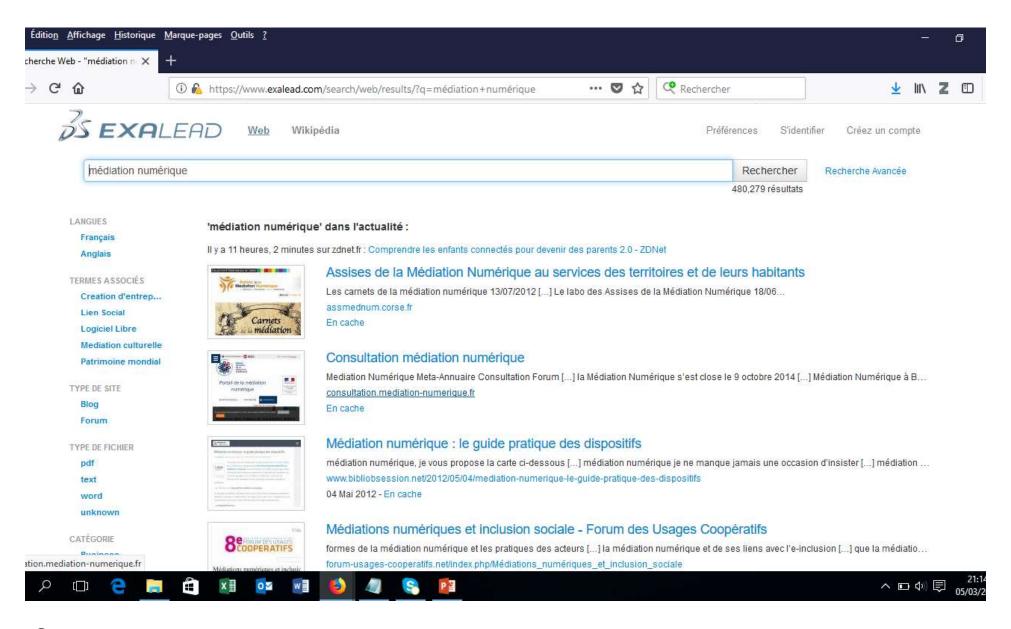
La question de la visualisation des données...

- Représentation cartographique des résultats (Touchgraph, Social Computing, Exalead Constellations, Pikko...)
- Développement des moteurs verticaux ou spécialisés (Scirus, Google Scholar, Medworm...)
- Interrogation en langage naturel (True Knowledge, Powerset – moteur Bing Microsoft)
- Recherche multilingue (Google Translated search)
- Recherche « temps réel» sur les réseaux sociaux (Social Mention, Yauba, Oneriot, Collecta)
- Recherche de données factuelles (Wolfram Alpha, Google Squared)
- Moteurs spécialisés par pays (Yandex pour la Russie, Baidu pour la Chine..) www.searchenginecolossus.com



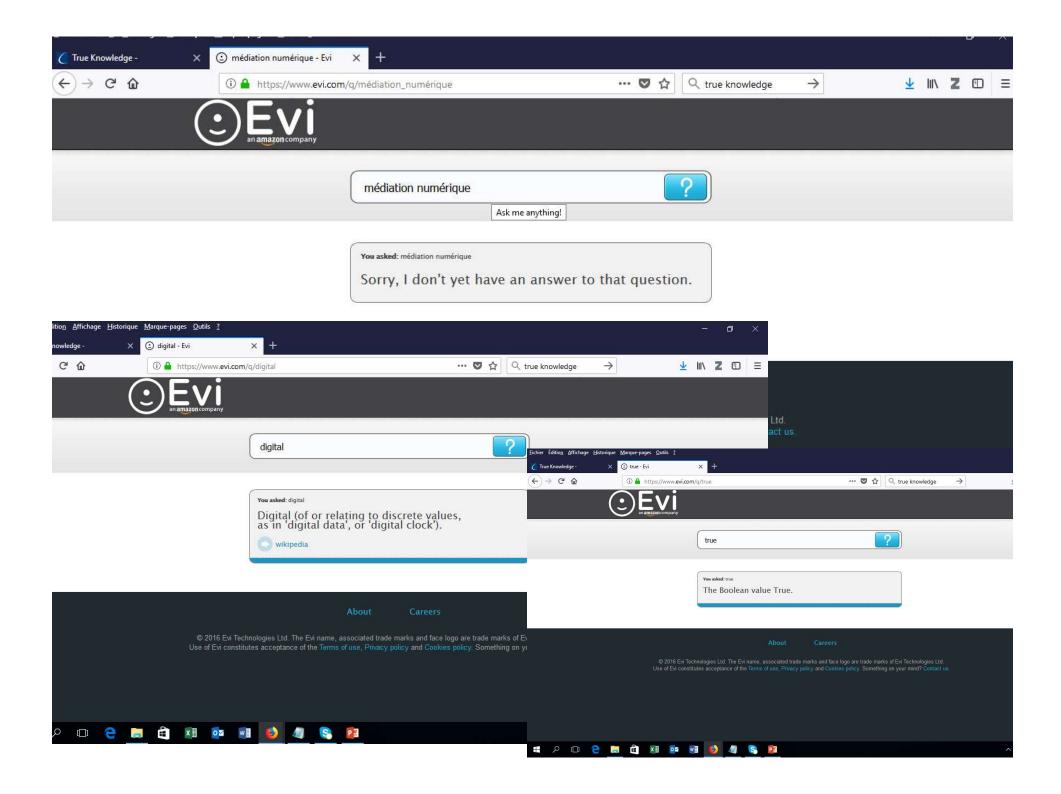


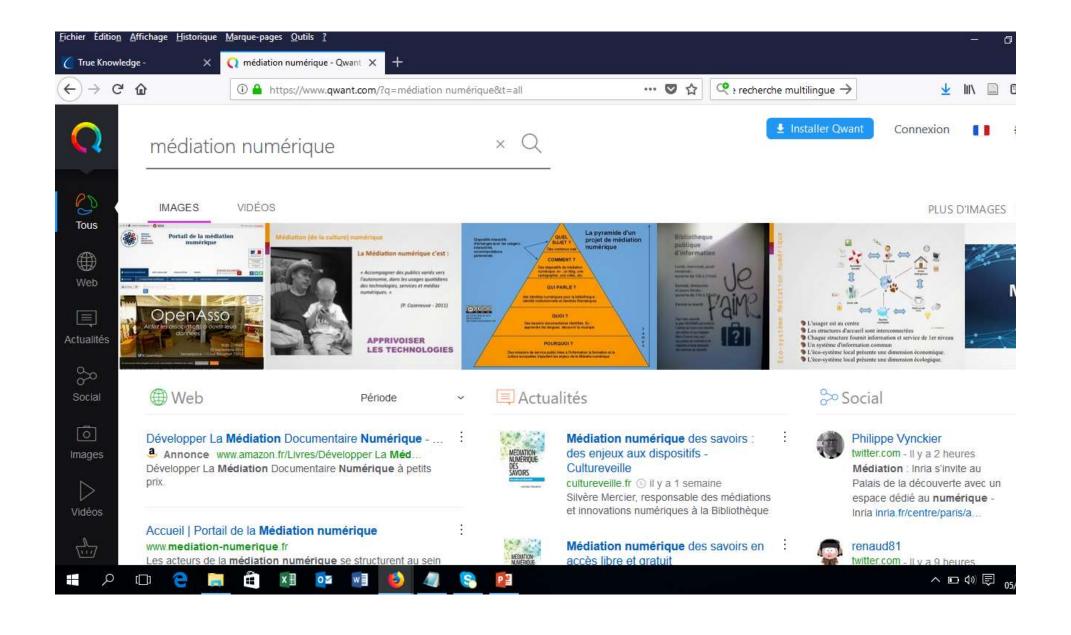


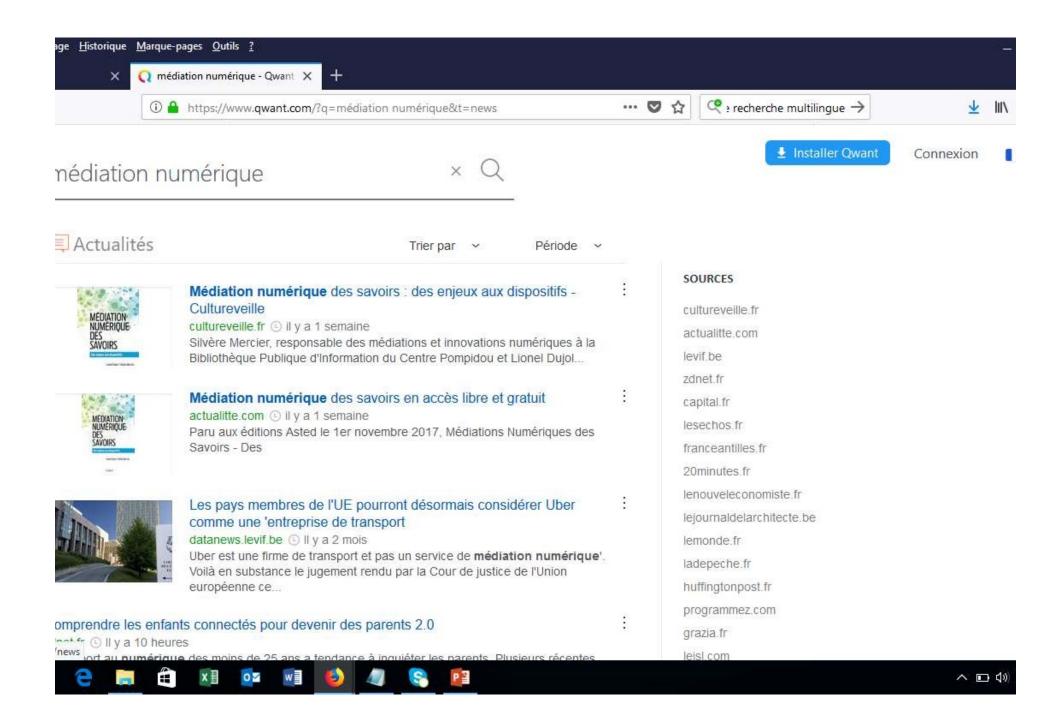


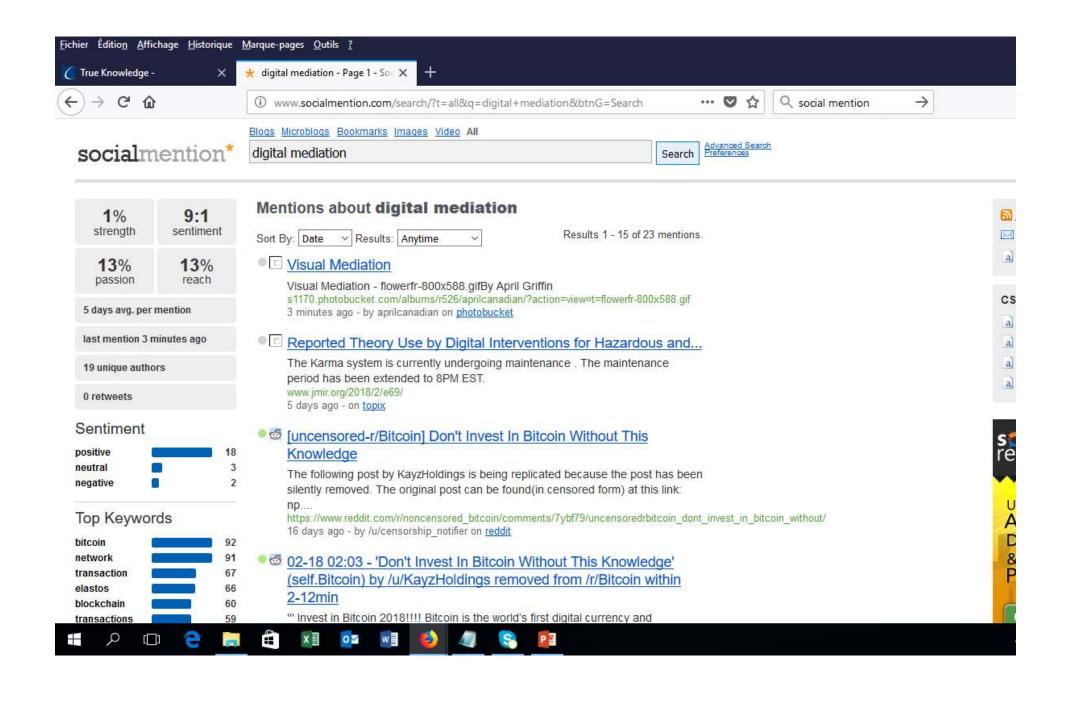
Source:

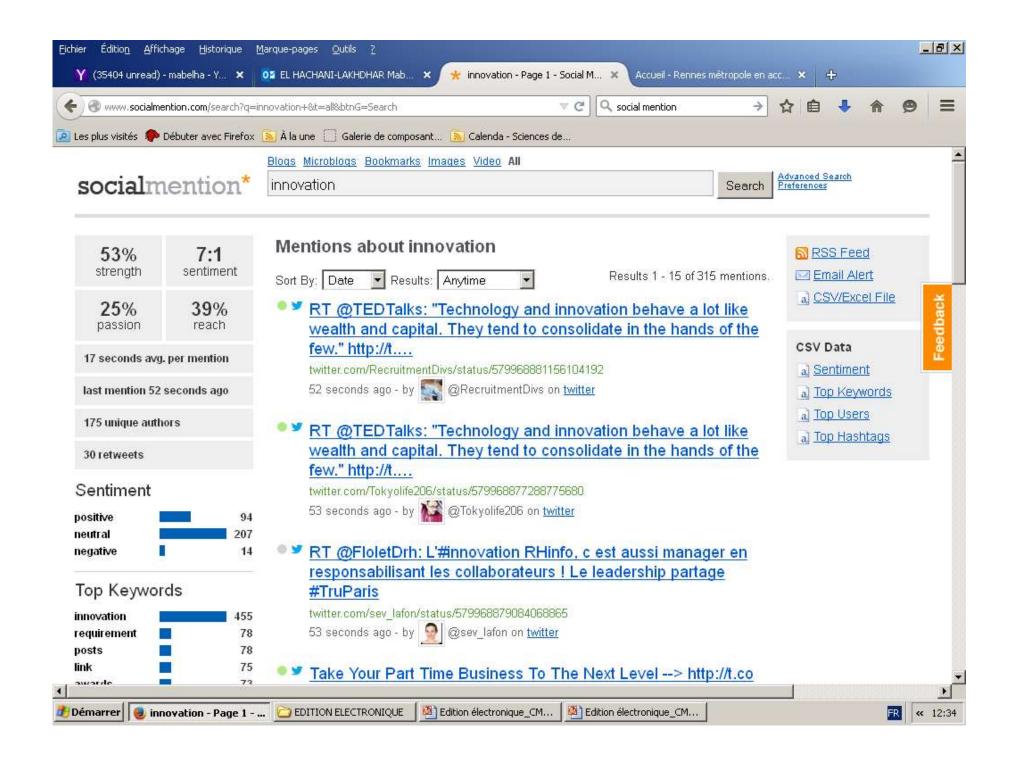
https://www.exalead.com/search/web/results/?q=m%C3%A9diation+num%C3%A9rique

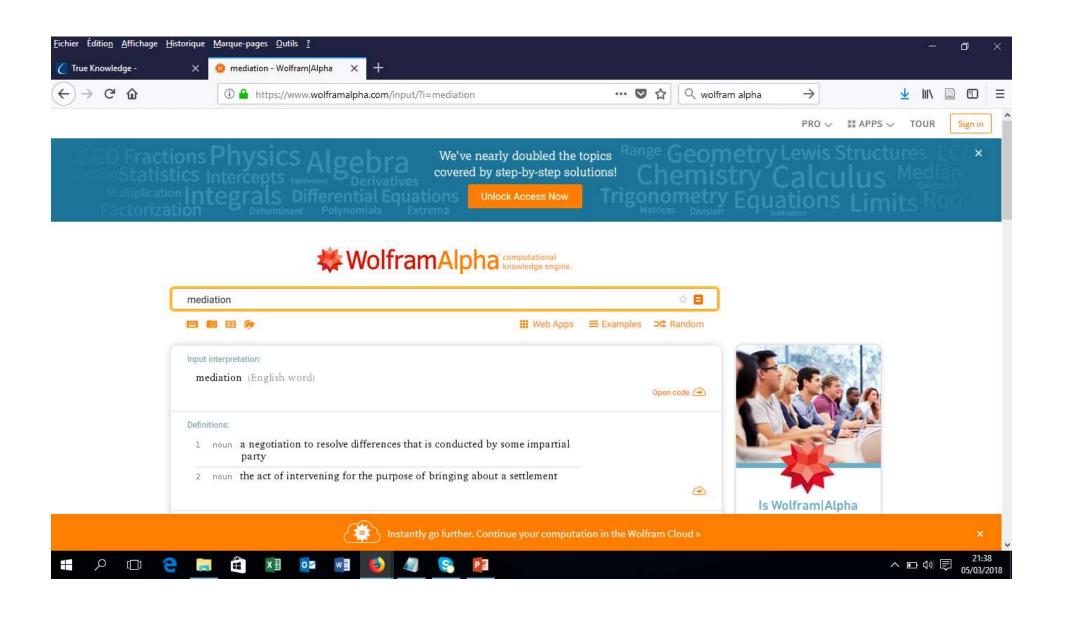








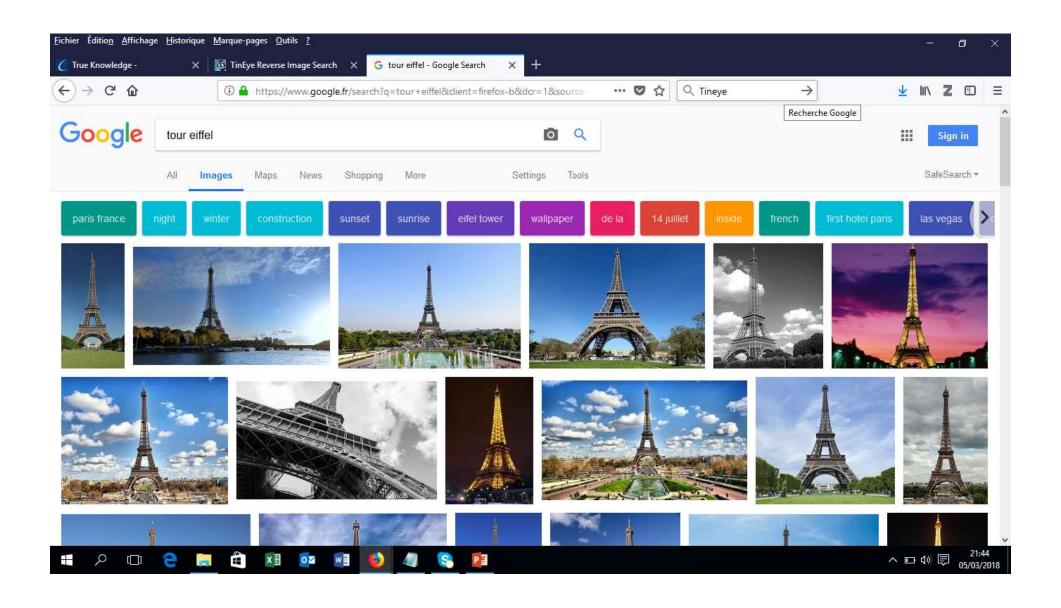


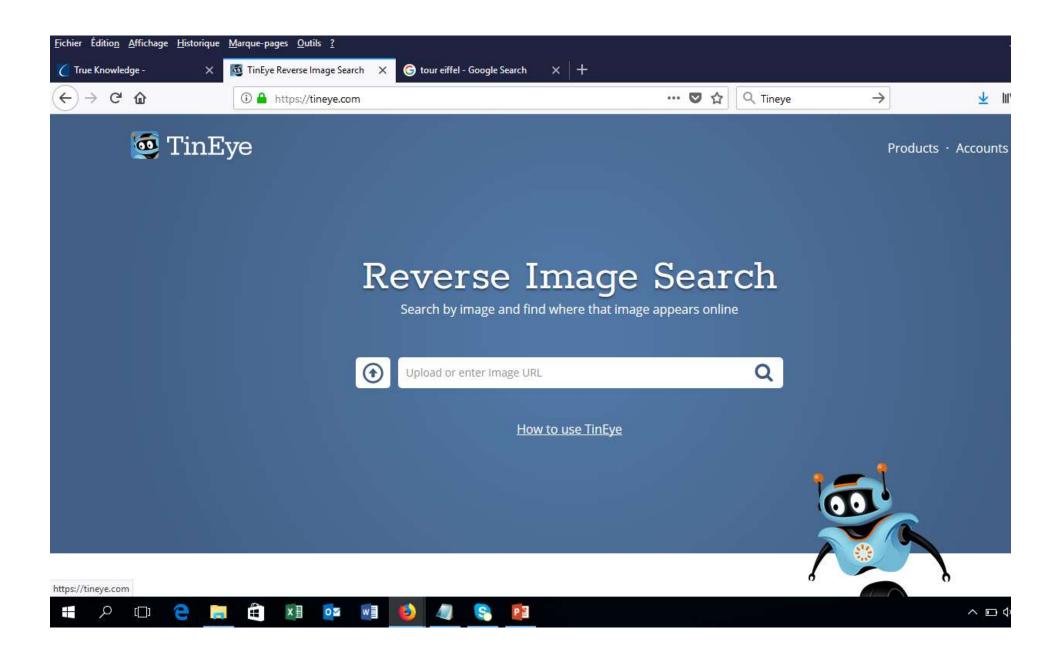


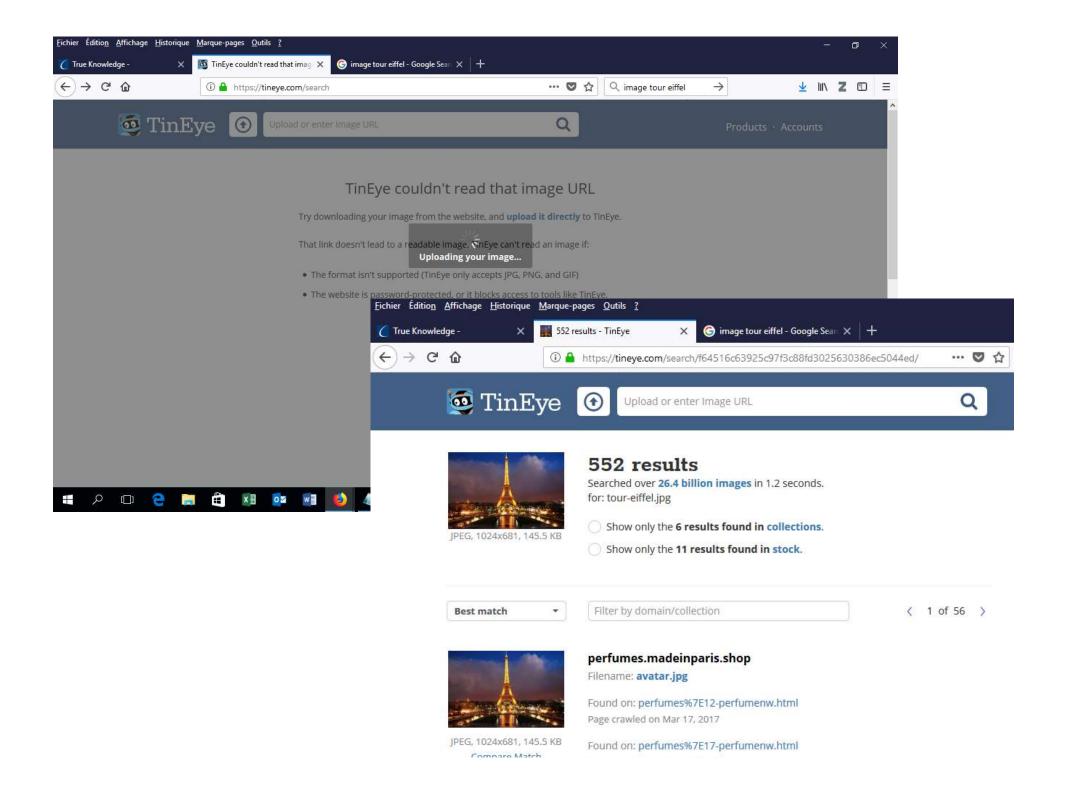
Recherche multimédia

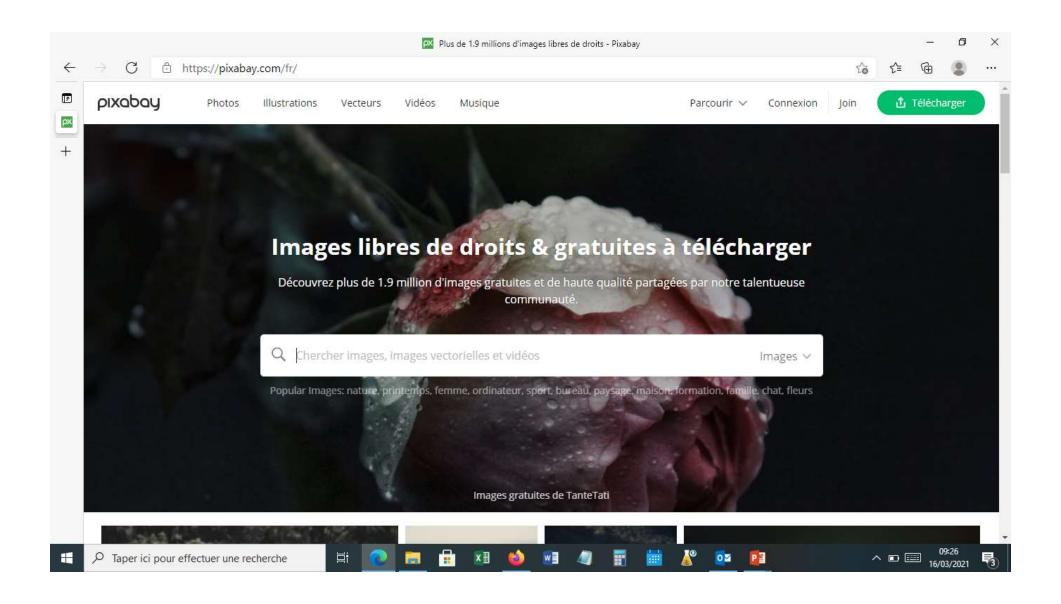
- Nombreux moteurs audio et video : Blinkx, Truveo...
- Technologies
 « Speech to text » Exalead :
 lancement de Voxalead
 Google Audio Indexing
- Options de recherche avancée d'images (Google, Bing, Exalead...).
 Reconnaissance des couleurs
- Recherche par similarité d'image : Like.com, Cydral, Google Similar Images, Tineye

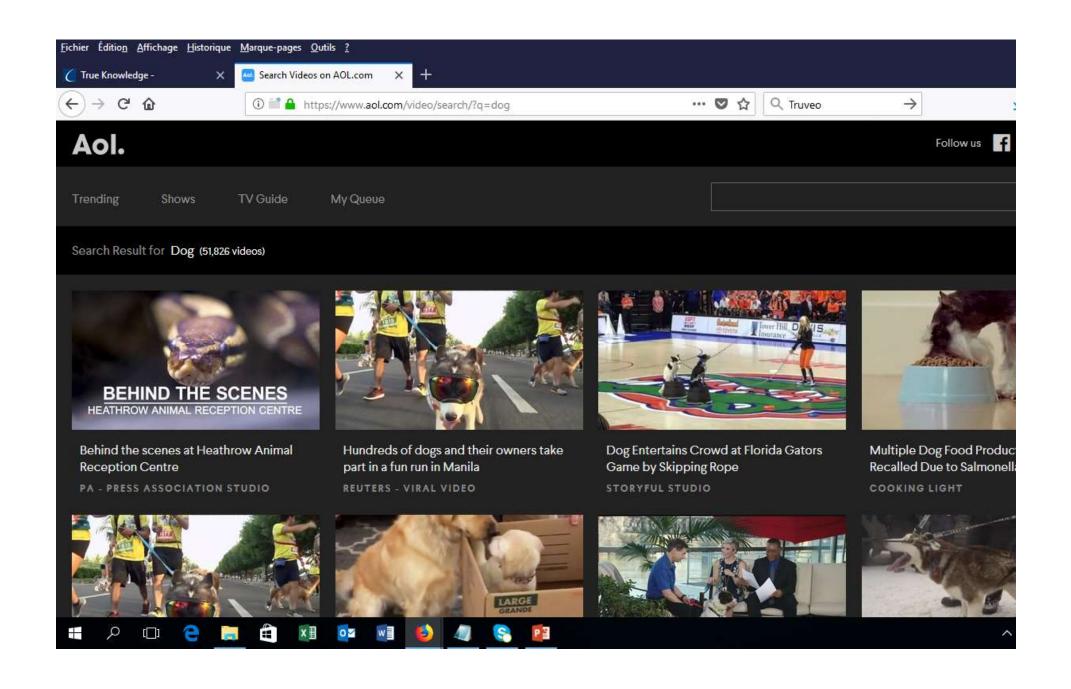












Recherche « sociale »

- Google real time versus Bing social?
- Bouton Like de Facebook versus Pagerank?
- Vers un référencement «social » ?
- L'appel à la communauté : Yahoo Answers, services questions/réponses en ligne (Guichets du Savoir, Ubib...)



Source : V. Mesguich

Une pointe de curiosité ?

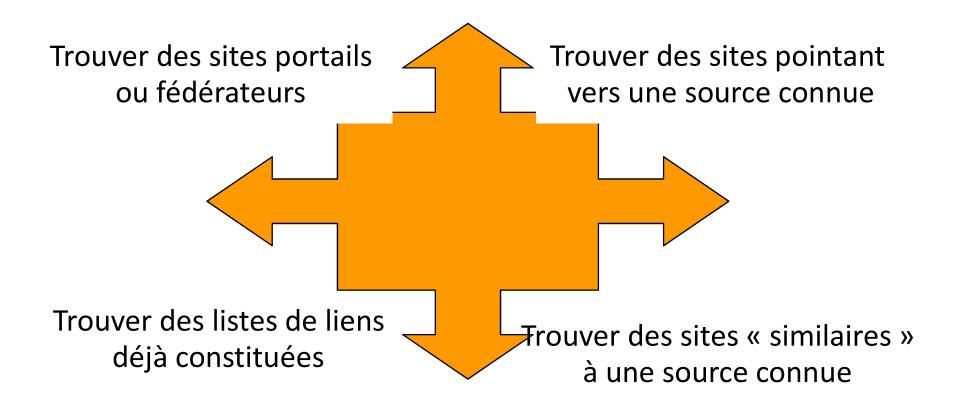
- Sérendipité :
- Emprunté à l'anglais serendipity, dérivé de Serendip, ancien nom du Sri Lanka, d'après un conte traditionnel persan Les Trois Princes de Serendip de Horace Walpole (1754) dans lequel les héros étaient tout le temps en train de trouver par accident ce qu'ils ne recherchaient pas (source wiktionnaire)
- Autre source : <u>http://www.lemonde.fr/idees/article/2012/12/01/s</u> erendipite 1798814 3232.html

Sérendipité et compétence...

« La sérendipité est ainsi donc un phénomène rare, et que nous estimons liée à des habiletés spécifiques. À ce stade, la sérendipité nous apparaît plus profonde qu'un simple « état d'esprit », mais comme l'aptitude à prendre le contrôle de sa recherche, à objectiver sa pratique. Reprenons à ce titre les propos pionniers de Claude Baltz pour décrire le concept de culture informationnelle : « Mais l'image qui peut dès maintenant asseoir la culture informationnelle, c'est que, dans la société d'information, il ne suffit pas de naviguer, quel que soit l'outil utilisé pour cela, il faut savoir ce que naviguer veut dire » [1]

Source : Karine Aillerie, « Pratiques juvéniles d'information : de l'incertitude à la sérendipité », Documentaliste-Sciences de l'Information 1/2012 (Vol. 49), p. 62-69. URL : www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2012-1-page-62.htm

Activer la sérendipité



Source : véronique Mesguich

Curation de contenu ?

« Curation, communication, communauté : les 3 C du succès » . V Mesguich

- Pour Véronique Mesguich, la situation actuelle de surabondance informationnelle
 - va faire émerger de nouveaux modèles d'accès à l'information utile, basés moins sur la dimension technique que sur la dimension sociale.
 - Filtrage social et échanges interactifs au sein d'une communauté peuvent ainsi constituer des réponses nouvelles aux problèmes causés par la surabondance de données non structurées et parfois éphémères.

La règle des 3C

Curation de contenus

Sélection d'informations de qualité, structuration et organisation, capitalisation au sein d'une plate-forme de gestion de contenus.

Communication

Diffusion d'information ciblée en fonction des besoins Formation à la maîtrise de l'information, à la qualification des sources

Communauté

Animation de communautés ciblées, dissémination de contenus pour ces communautés

Sérendipité et gestion du contenu

 Curation : Parcourir du contenu éditorialisé par d'autres peut nous offrir cette possibilité de découverte.

Curation, curateur

- La curation est un terme qui est utilisé historiquement dans le monde de l'art.
- Le curateur (curator en anglais):
 commissaire d'exposition qui effectue un
 choix, trie, filtre, sélectionne, des œuvres,
 parmi une grande volumétrie, pour
 constituer un ensemble amenant le
 visiteur à réfléchir sur une thématique
 donnée.

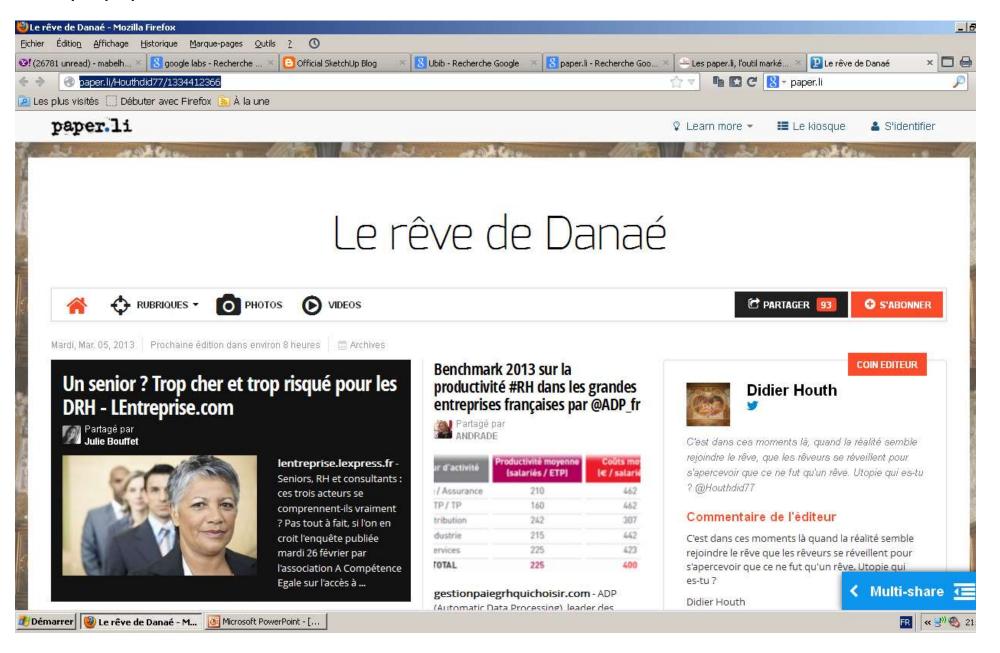
Curation, curateur

- Le curateur a donc une influence sur l'angle sous lequel est abordé l'exposition qu'il met en place :
- le commissaire d'exposition rédige des textes accompagnant son exposition et les œuvres qui la composent
- il est le premier vecteur d'une meilleure compréhension de la problématique qui lui est confiée.



Processus de curation : éditorialisation

http://paper.li/Houthdid77/1334412366



Pearltrees

- outil de réseau éditorial participatif
- outil de réseau social par centres d'intérêts
- carte heuristique de ses pages web favorites
- Exemple de pearltrees : vidéo pédagogique
 - http://www.parcoursnumeriques.net/articles/outils/pearltrees-les-fonctionnalites



rechercher

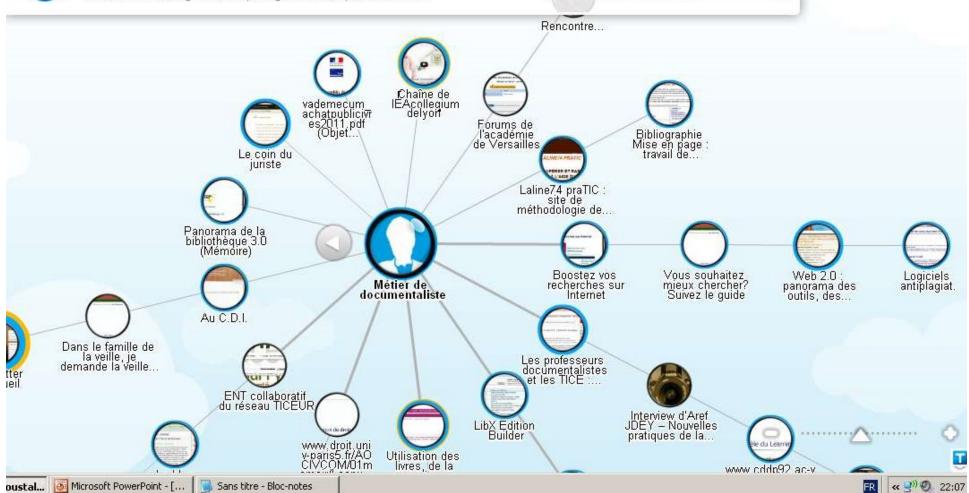


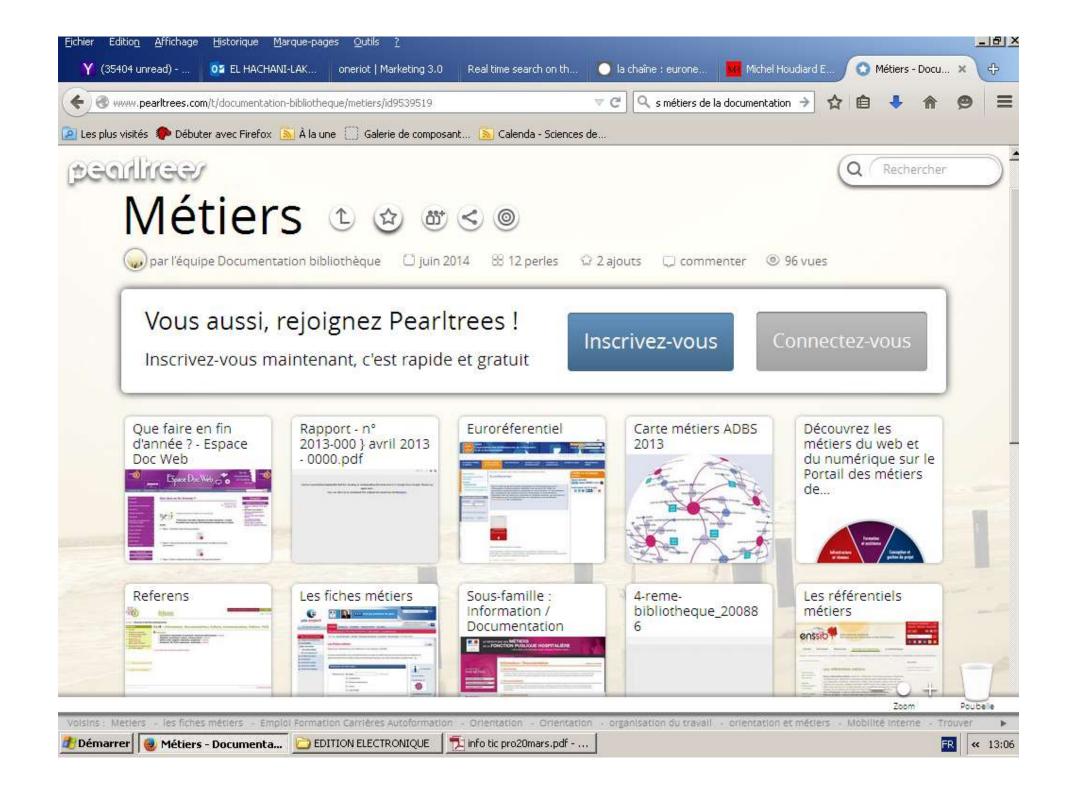
Pearltrees vous permet de cultiver vos intérêts

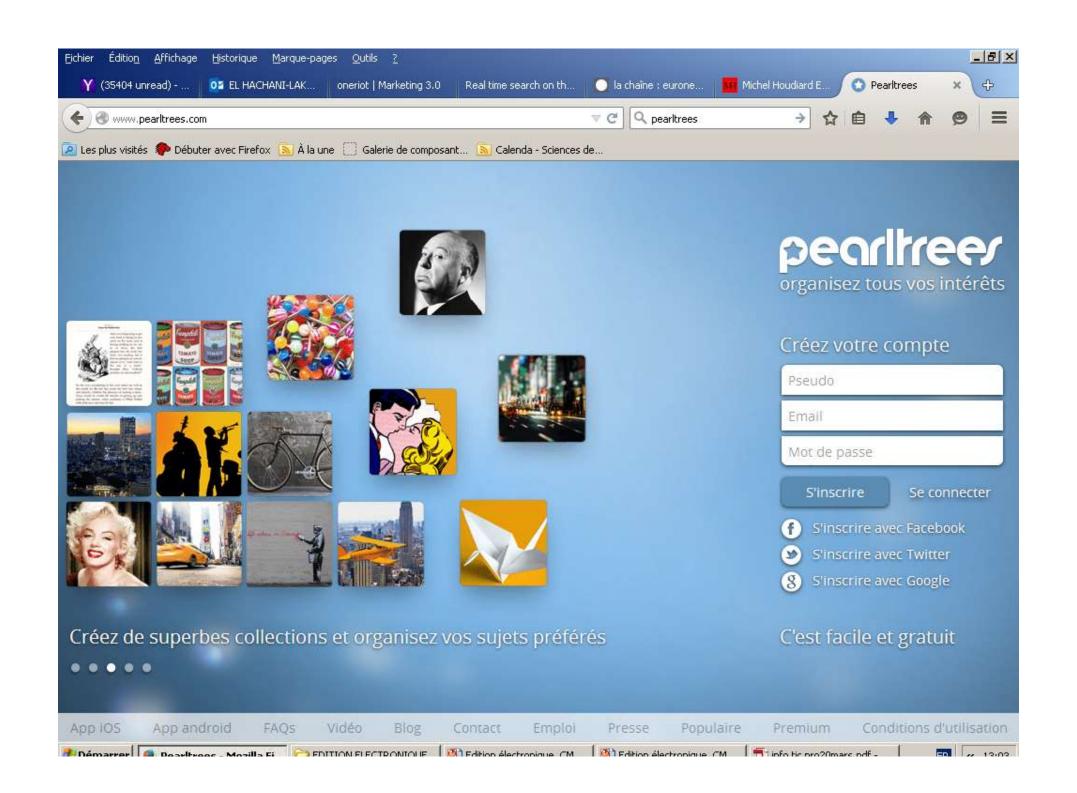
Collectionnez, organisez et partagez tout ce que vous aimez

Inscription

Connexion









Ajoutez tout : pages web, fichiers, photos, vidéos, notes...





Créez votre compte

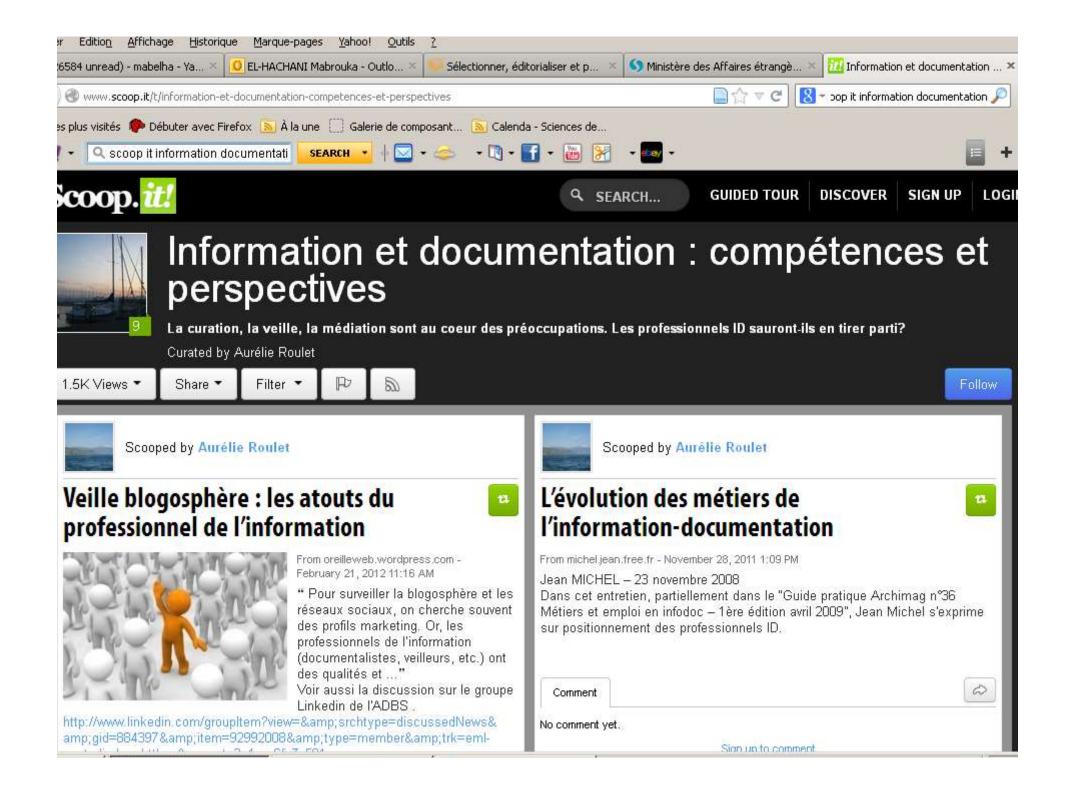
Pseudo
Email
Mot de passe

S'inscrire

Se connecter

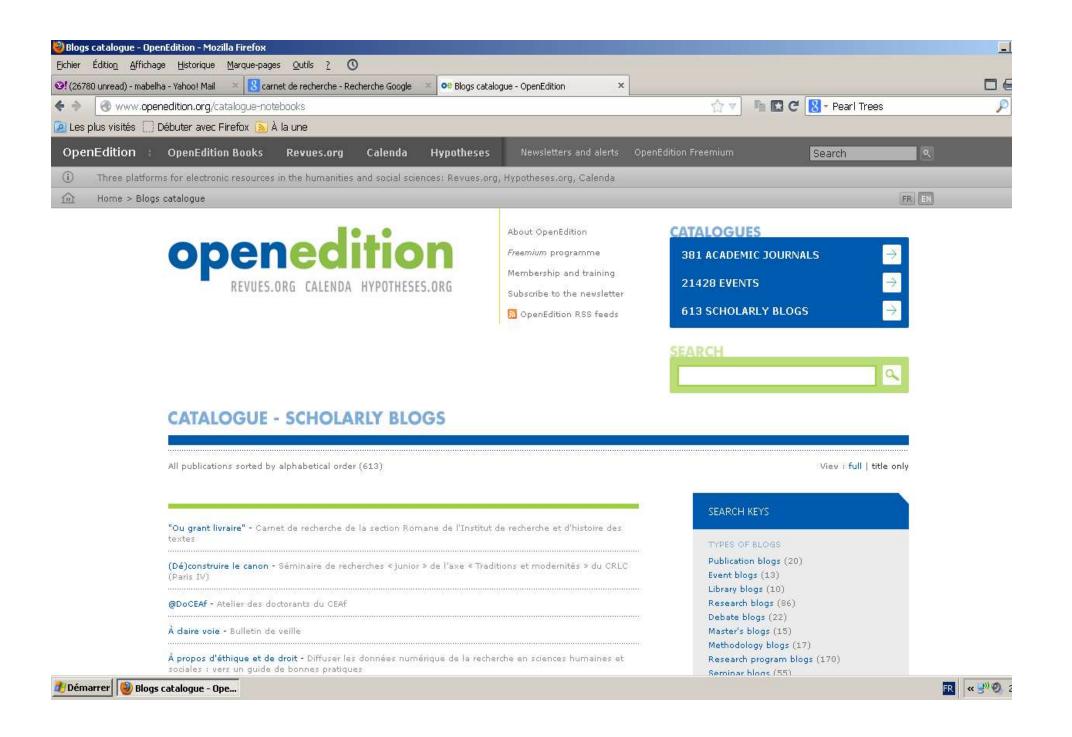
Pearltrees Premium
Pearltrees Éducation

C'est facile et gratuit



CONSTAT AUJOURD'HUI SUR L'EVOLUTION DU SECTEUR

- Documentation, évolution, numérisation, nouveaux services
- RELATION DOCUMENTATION ET EDITION...
- DOCUMENTATION COMMUNICATION EDITION: 3 métiers différents. Cohésion ou incohérence?
- Famille professionnelle proche ou lointaine ?



Le tout numérique ?

- Deux axes d'apport en valeur ajoutée ressortent :
- « la maîtrise des outils, des méthodes et de l'organisation que leur mise en œuvre implique. Une véritable expertise en termes de « usability » s'impose au professionnel de l'ID : technologie web, réseaux sociaux, outils de communication, plates-formes collaboratives, veille automatisée, etc.; »
- « la compréhension des besoins propres au métier de l'entreprise. Donc soit une double formation science de l'ID ET domaine principal de l'entreprise; soit une interpénétration de compétences par immersion. »
- Source : Henri Stiller fondateur et président directeur général de Histen Riller (HR), société créée en 1979, in Ruptures et mutations, Documentaliste-Sciences de l'Information ,2011/2 (Vol. 48)

bibliographie

- Webographie
 - O Ertzscheid, G. Gallezot, Chercher faux et trouver juste, Serendipité et recherche d'information CIFSIC, Bucarest, 2003 "communication et complexité
 - http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/06/22/72/HTML/index.html
 - Karine Aillerie « Pratiques juvéniles d'information : de l'incertitude à la sérendipité », Documentaliste-Sciences de l'Information 1/2012 (Vol. 49), p. 62-69.
 - URL: <u>www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2012-1-page-62.htm</u>