EXERCICE 1 : RÉSEAUX SOCIAUX ET RECHERCHE D'INFORMATIONS

1° En fonction de vos propres thèmes ou disciplines, comparez une même recherche de votre choix (termes, filtres, classement des résultats, etc.) sur

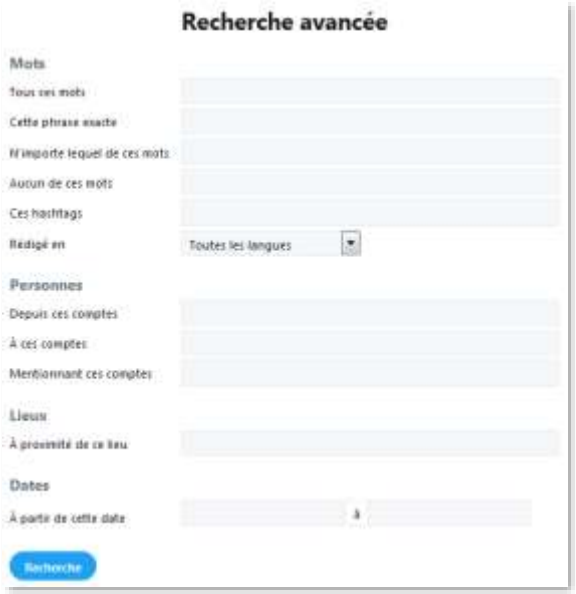
- Google (https://www.google.fr/)
- Twitter (https://twitter.com/search-advanced)

Si le moteur de recherche de Twitter ne porte que sur le contenu publié sur la plateforme Twitter, le fait que des informations très diverses y soient publiées permet de trouver des informations de sources variées, moins connues et qui se trouveraient peut-être loin dans les pages de résultats de Google.
Par rapport à Google, il présente trois avantages :

- un filtre humain (sélection des informations par les internautes) ;
- un accent mis sur la fraîcheur (sur la page de résultats, à côté du classement algorithmique des résultats [« A la une »] dont on ignore les modes de calcul, c'est le seul réseau social à permettre un classement par date [« Récent »]) ;

- une découverte non seulement de contenus mais aussi de personnes / de comptes.

On rappellera que Google indexe assez mal Twitter, et qu'il vaut mieux lancer sa recherche Twitter directement sur la plateforme, d'autant plus que le moteur de recherche est accessible librement sans avoir de compte Twitter (https://twitter.com/search-advanced).



Parmi les points forts du moteur de recherche de Twitter :

- utilisation possible des opérateurs booléens classiques (OR, « », -), etc. ;
- possibilité de choisir une langue ;
- possibilité de choisir un intervalle de dates
- possibilité de croiser les champs
  ex. : occurrence du terme « Luxe » sur le compte de LVMH : [luxe from:lvmh]
- possibilité de créer des alertes sur des expressions (*via* l'outil Tweetdeck)

Attention : contrairement aux tendances actuelles des moteurs de recherche, Twitter respecte strictement la chaîne de caractères saisie : une recherche [doctorant] ne ramènera ni [doctorante], ni [doctorants]

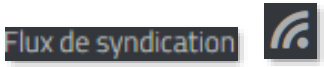
Limites de Twitter :

- outil grand public, donc beaucoup d'informations peu pertinentes sur des sujets de recherche polémiques (ex. : esclavage)
- dans le monde de la recherche, usage variable selon les disciplines (quelles communautés ?)

2° Comparez une même recherche de votre choix sur les plateformes suivantes.
Quels types d'informations obtenez-vous ?
Quelle(s) plateformes vous semble(nt) la(es) plus adaptée(s) à vos domaines de recherches ? Pourquoi ?

	Academia https://www.academia.edu/about	ResearchGate https://www.researchgate.net/search	Twitter https://twitter.com/search-advanced	Mendeley https://www.mendeley.com/research-papers/
profils de chercheurs	oui	oui, mais restreint	oui, mais courte biographie	oui
publications (réf., PDF ?)	oui - références bibliographiques - PDF (articles, ouvrages, *preprints*), mais éventuellement besoin d'avoir un compte pour y accéder - images	oui - références bibliographiques - PDF (articles, ouvrages, *preprints*), mais éventuellement besoin d'avoir un compte pour y accéder - images	oui - références bibliographiques et lien éventuel vers le texte intégral - images (extraits de publications, *slides* de présentation)	oui - références bibliographiques et lien éventuel vers le texte intégral
actualités (annonces, projets, etc.)	oui, mais à la marge : n'est pas un canal d'informations d'actualités, mais est d'abord un espace de dépôt de contenu	oui, mais à la marge (section *Projects*) : n'est pas un canal d'informations d'actualités, mais est d'abord un espace de dépôt de contenu	oui : Twitter est d'abord un canal d'informations (annonces d'appels à communication, de projets, d'offres d'emploi, etc.)	
autres (définir)	*sessions* sur des publications publicité ciblée pour des offres d'emploi	service de questions / réponses (Q & A) *feedbacks* sur des publications publicité ciblée pour des offres d'emploi	outil d'échanges ouvert en dehors du monde académique	possibilité de gérer ses références bibliographiques avec Mendeley

3° Comment puis-je me tenir au courant des nouvelles informations dans mon domaine de recherche (actualités, publications, etc.) sur les plateformes suivantes ?

	Academia https://www.academia.edu/about	ResearchGate https://www.researchgate.net/search	Twitter https://twitter.com/search-advanced	un blog ex. ! https://biospraktikos.hypotheses.org/
outil de veille	en se créant un compte : - abonnement à des comptes - indication de *research interests* sur son profil faisant remonter les publications associées à ces domaines (par ex. par mail) ex. de retour d'expérience, E. Verdeil « Le fait de pouvoir suivre des personnes et des travaux sur des thèmes identifiés, en paramétrant (relativement) finement les domaines et mots clés, de manière à faire des découvertes et à mieux structurer le flux d'information qui arrive. De ce point de vue, ils offrent une modalité assez comparable à un système de flux RSS mais qui porteraient non pas sur le contenu de certains sites mais sur des thématiques ou des personnes ».	en se créant un compte : - abonnement à des comptes - sur les publications, projets et questions sur des thématiques spécifiques, possibilité de *follow ;* accessibles ensuite *via* l'onglet *Research you follow* sur son profil privé - dans les paramètres, possibilité de recevoir des notifications mails quand « *I am cited or acknowledged in a publication* » ex. de retour d'expérience, Th. Guiraud « Quand j'ai lu un article intéressant, je follow systématiquement l'article en question ainsi que tous ses auteurs inscrits. Je suis donc tenu en temps réel de toute nouveauté dans les domaines proches de cet article. […] Régulièrement, je nettoie ma liste de « followed » s'il s'avère qu'ils ne publient plus du tout dans les domaines qui m'intéressent directement. »	sans se créer de comptes : - possibilité de se créer des flux RSS (Queryfeed, Morss) en se créant un compte : - abonnement à des comptes - possibilité d'enregistrer des requêtes - possibilité de créer des alertes sur des expressions (*via* l'outil Tweetdeck)	suivant les blogs, on trouve différentes façons : - lettre d'information (souvent accessible dans la colonne de droite) - flux RSS (généralement indiqué en pied de page)  - une présence sur les réseaux sociaux (trouver les icônes sur la page d'accueil)

4° Comment faire pour interroger un site (réseau social) où vous ne trouvez pas de moteur de recherche ?

Le plus simple est de passer par un moteur de recherche comme Google pour une recherche de type [XXX site:URL], qui permet de limiter la recherche au seul site en question. Attention à ne pas mettre d'espace avant et après les : .
La recherche ["academic social networks" site:academia.edu] ramènera ainsi les résultats concernant les réseaux sociaux académiques uniquement sur le site Academia. Je peux également filtrer uniquement sur les PDF ["academic social networks" site:academia.edu PDF]. Et je peux également faire un filtre sur les dates pour n'obtenir que les ressources les plus récentes (rubrique Outils).