

Blogs : comment les identifier et évaluer leur crédibilité ?

Carole Tisserand-Barthole

S'il y a bien une information qui est passée complètement inaperçue au cours des derniers mois, c'est celle de la disparition du moteur de blog de Google, « BlogSearch », qui permettait d'effectuer sa recherche sur un index uniquement composé de blogs et non sur l'index général du moteur. Cette disparition est-elle le fruit d'une désaffection des internautes pour les blogs, les blogs ont-ils perdu de leur singularité au point qu'il n'est plus nécessaire de les différencier des autres types de sources ou bien est-ce simplement un pas de plus

dans la stratégie de simplification du géant américain qui effectue un grand ménage de printemps dans ses services tous les ans à la même période (iGoogle, Google Reader, etc) ?

Dans tous les cas, cette disparition est pour nous l'occasion de faire le point sur l'intérêt des blogs pour la veille et la recherche d'informations en ce début d'année 2015, sur les outils et méthodes pour les identifier mais également sur la difficulté et les méthodes pour évaluer ces sources à part.

N°114 JANVIER / FEVRIER 2015

SOMMAIRE

RUBRIQUE : PANORAMA

- Blogs : comment les identifier et évaluer leur crédibilité ?, pp. 1-5.

MEDIAS SOCIAUX ET ENTREPRISE

- Information et média sociaux : règles de bon usage pour les sociétés cotées, p. 6

SURF SUR LE NET

- Google avance dans l'intégration des flux d'informations non traditionnels, p. 7
- La SNCF ouvre l'accès aux données horaires des TGV, p. 7
- Monitory, p. 8
- Filter, p. 8

SOURCING

- Le Meilleur des blogs de Janvier-Février 2015, pp. 9-10
- La twittliste du luxe, pp. 11-12

VEILLE

- Curation et veille en entreprise et dans les collectivités, pp. 13-14