

# **Rechercher efficacement l'information sur Internet**

**Formation**

## Sommaire

<b>Les différents outils de recherche</b> .....	Page 4
Les annuaires de recherche .....	Page 4
Présentation de l'annuaire de recherche « Voilà » .....	Page 5
Les moteurs de recherche .....	Page 7
Présentation du moteur de recherche Google .....	Page 8
Les métamoteurs .....	Page 11
Présentation du métamoteur Kartoo .....	Page 11
<b>Méthodologie de recherche</b> .....	Page 13
Elaborer une stratégie de recherche .....	Page 13
Mots clés : « règle de base » .....	Page 15
Les opérateurs booléens .....	Page 16
<b>Utilisation de la recherche avancée de Google</b> .....	Page 18
<b>Savoir analyser les résultats</b> .....	Page 21
Repérer les sources d'informations fiables .....	Page 22
Grille d'analyse d'un site Web .....	Page 23
<b>Utilisation d'outils spécialisés</b> .....	Page 27
Les sites d'orientations .....	Page 27
Les listes de diffusion .....	Page 27
Les forums de discussion .....	Page 29

La quantité d'informations disponibles sur Internet est très vaste et augmente à une vitesse vertigineuse. Internet est devenu donc un outil indispensable qui permet à chacun d'obtenir en quelques clics de souris les inestimables informations qui nourriront vos projets, vos travaux ou vos recherches.

Des centaines de millions de recherches sont effectuées chaque jour sur Internet et ce dans le monde entier. Récemment, la recherche sur l'Internet a même dépassé l'utilisation du courrier électronique. La majorité d'entre vous utilisent l'Internet quotidiennement. Vous cherchez des informations, des idées, des solutions à des problèmes, vous magasinez.

Mais arrivez-vous à bien vous retrouver dans les méandres de la Toile ? En effet, sur Internet, des informations, il y en a beaucoup, même un peu trop ! Aussi comme de nombreux internautes, vous avez peut être des difficultés à trouver les plus pertinentes en réponse à votre recherche.

### **Rechercher de l'information, c'est exprimer une stratégie, une intention**

La mise en œuvre d'une recherche documentaire correspond à un apprentissage, un amorçage et un besoin. L'expression du besoin d'information se nourrit de la connaissance des outils d'information et de la compréhension de leur origine et de l'héritage culturel qu'ils représentent. Selon le niveau, la méthode de recherche comporte une analyse de plus en plus fine de l'information obtenue, une stratégie de recherche plus sophistiquée, un usage de plus en plus stratégique de l'information.

Aujourd'hui, Internet pose un problème aigu à l'utilisateur car il donne accès à toutes sortes de ressources d'information (certaines étant formalisées, certifiées, d'autres ne l'étant pas, certaines étant payantes, d'autres pas). **L'utilisateur est le point structurant de la démarche de recherche d'information qu'il effectue à partir de ce qu'il sait, de la représentation qu'il a de l'information recherchée.** Cette représentation dépend de ses besoins et de l'univers informationnel qu'il a déjà créé. A partir de ce qu'il sait, il devra trouver l'information qui correspond à ses intentions. Mais il ne trouvera que ce qu'il aura su demander dans sa formulation : son niveau de satisfaction est représenté à ce qu'il sait déjà.

Voici donc une étrange situation, paradoxale, qui implique un apprentissage constant et une mise à jour régulière des connaissances nécessaires à la recherche d'information, plus particulièrement en ce qui concerne les connaissances techniques en perpétuelle évolution sur Internet (moteurs, annuaires, techniques de filtrage diverses...).

### **Recommandations préalables avant une recherche documentaire :**

- Bien distinguer les différents outils de recherches : Moteur de recherche, annuaire de recherche, méta moteur ...
- Se poser les bonnes questions avant de se lancer dans la requête.
- Utiliser une bonne stratégie en utilisant les bons mots clés, une syntaxe correcte...
- Se familiariser avec les syntaxes
- Décrypter une adresse URL pour identifier au mieux la nature d'un site
- Essayer et comparer plusieurs outils
- Evaluer l'information, l'ergonomie, les résultats...
- Organiser ses favoris
- Respecter les règles (droits d'auteurs, netiquette...)

## LES DIFFERENTS OUTILS DE RECHERCHE

Il existe deux grands types d'outils pour vous y retrouver sur le web :

### A) LES ANNUAIRES DE RECHERCHE

#### 1. Qu'est ce qu'un annuaire de recherche ?

**Les annuaires de recherche** sont comparables à des encyclopédies virtuelles qui ont une base d'où le référencement est manuellement. Les informations sont donc inventoriées par des personnes physiques.

Le classement des informations se fait dans une arborescence de catégories, censée couvrir ou tout partie des centres d'intérêt des visiteurs.

Chaque catégorie contient :

- Des sous catégories concernant des aspects plus pointus d'un sujet donné ;
- Des hyperliens vers des sites agrémentés d'une description

Cependant les annuaires disparaissent au profit des moteurs de recherches. (*Par exemple, Yahoo*)

#### 2. Dans quel cas utilisez un annuaire de recherche ?

- Lorsque vous entamez une **première recherche** d'informations sur un sujet assez vaste (comme par exemple, littérature) et vous souhaitez commencer par l'essentiel c'est-à-dire, le ou les sites de référence sur le sujet.
- Lorsque vous recherchez le site web d'un organisme bien particulier, ou un site web dont vous connaissez le nom mais pas l'adresse.

#### Avantages :

Les répertoires d'un annuaire de recherche sont élaborés par des humains qui choisissent et classifient l'information. C'est pourquoi les résultats de la recherche sont limités puisque les ressources répertoriées sont moins nombreuses. Ainsi :

- les sujets généraux sont faciles à localiser dans la hiérarchie si on identifie au préalable dans quelle catégorie ou sous-catégorie l'information cherchée est susceptible de se trouver.
- les ressources sont souvent de meilleure qualité que celles trouvées par des moteurs de recherche puisque, dans la plupart des cas, elles sont choisies par des indexeurs humains avec des critères spécifiques.

#### Limites :

- Les répertoires ne couvrent qu'une partie des ressources du Web.
- Les sujets très spécifiques sont plus difficiles à localiser que lorsqu'on utilise un moteur de recherche.
- Le contenu est mis à jour moins souvent que dans un moteur de recherche, dont le contenu est constamment réactualisé.
- La recherche par mots-clés dans un répertoire ne donne pas d'aussi bons résultats qu'une recherche par mots-clés dans un moteur de recherche.

### **3. Présentation de l'annuaire de recherche « voilà »**

**Adresse :** <http://www.voila.fr/>

Avec le nouveau Voila, la recherche devient plus conviviale et plus efficace ! Il vous suffit de saisir un ou plusieurs mots-clés en rapport avec le sujet de votre recherche et valider en cliquant sur le bouton "**Trouver**".



A partir de votre demande valide, Voila vous répond avec tout ce que le web peut offrir, et trie pour vous les réponses par catégories dans des blocs distincts et modulables :

- Pages web (bloc de gauche)
- Images
- Vidéos (bloc de droite)
- Actualité

#### **Réponses dans la catégorie Pages web**

Les réponses affichées dans ce bloc sont les sites web répondant le mieux la requête que vous avez saisie.

*Par défaut, le moteur Voila vous fournit les réponses pages web dans le domaine du web francophone.*

Vous pouvez, à tout moment, modifier ce paramètre par défaut et sélectionner l'onglet web mondial ou encore guide du web.



Les réponses pages web (pour web francophone et web mondial) sont de plusieurs natures :

#### **. Les liens sponsorisés :**

Il s'agit de sites qui ont payé pour apparaître sur les requêtes en relation avec leur activité. Il est possible de les distinguer par la mention « Lien sponsorisés » apposée en haut à droite du bandeau coloré)

#### **. Les liens moteur de recherche :**

il s'agit de pages web sélectionnées et triées par pertinence selon les mots de votre requête. Ces pages peuvent être issues de sites institutionnels, de pages personnelles d'internautes, de sites d'actualités, etc...

#### **. Guide du Web :**

En choisissant le bouton " guide du web ", vous avez accès la fameuse sélection des 60 000 sites web parmi les meilleurs Pages web.

## **Réponses dans la catégorie Images**



Les réponses affichées dans ce bloc sont les images du web répondant le mieux à la requête que vous avez saisie.

Par défaut, l'affichage de ce bloc Images est réduit sur la partie droite de la page. Dans ce mode réduit, il peut contenir au maximum 3 « imageries ».

Si vous souhaitez faire une recherche d'images, il vous suffit de cliquer sur plus d'images: cela fait basculer le bloc images sur la gauche et l'agrandit pour afficher un maximum de réponses détaillées.

## **Réponses dans la catégorie Vidéos**



Les réponses affichées dans ce bloc sont les vidéos de l'actualité répondant le mieux à votre requête. Par défaut, l'affichage de ce bloc Vidéos est réduit sur la partie droite de la page. Dans cet affichage réduit, il contient au maximum 3 vignettes vidéo.

Si vous souhaitez faire une recherche vidéos, il vous suffit de cliquer sur plus : cela fait basculer le bloc vidéos sur la gauche et l'agrandit pour afficher un maximum de réponses détaillées.

## **Réponses dans la catégorie Actualité**



Les réponses affichées dans ce bloc sont les articles dans l'actualité récente répondant le mieux à votre requête. Les articles d'actualité sont mis à jour en temps réel et triés par date.

Par défaut, l'affichage de ce bloc « Actualités » est réduit sur la partie gauche de la page. Dans cet affichage réduit, il contient au maximum 3 réponses et les sources associées.

Si vous souhaitez faire une recherche dans l'actualité, il vous suffit de cliquer sur « plus », cela fait basculer le bloc actualité sur la gauche et l'agrandit pour afficher un maximum de réponses détaillées.

## B) LES MOTEURS DE RECHERCHE

### 1. Qu'est ce qu'un moteur de recherche ?

Les sites web, comme par exemple Google, Altavista, sont **des moteurs de recherche** qui vous permettent de lancer une recherche sur un ou plusieurs mots clés. Ensuite un logiciel situé sur le site va alors "fouiller" le web à la recherche de ce ou ces mots, et va vous donner quelques secondes, les résultats les plus pertinents parmi les pages web qui contiennent ces mots.

Vu le procédé utilisé, attendez-vous à obtenir énormément de résultats si vous vous contentez de chercher un mot classique et courant, et donc, à obtenir un très grand nombre de réponses non pertinentes. Il est important en utilisant cet outil d'avoir une bonne méthodologie de recherche.

### 2. Dans quel cas utilisez un moteur de recherche ?

- Lorsque vous avez **déjà trouvé** des informations de base sur un sujet et que vous souhaitez trouver des sites web moins connus ou qui ne parlent de ce sujet que de façon annexe.
- Lorsque le sujet de votre recherche est **très précis** et ne concerne qu'une partie d'un problème plus large. Dans ce cas vous obtiendrez une sélection de pages web, et non de sites entièrement consacrés à un sujet.
- Lorsque le nombre de sites consacrés à un sujet est trop important et que vous souhaitez inclure des **critères très précis** à votre recherche (par exemple, trouver toutes les pages consacrées à Gérard Depardieu et qui parlent du film Cyrano de Bergerac).

#### Avantages :

- **richesse infinie** : Les moteurs sillonnant jour et nuit le web, et il est rare de faire une "recherche vide"
- **Accès rapide et facile** soit en langage naturel, soit avec des mots clé simples.

#### Limites :

- **Un robot ne possède pas l'intelligence d'un humain en indexant des mots clés sans en comprendre le sens** : on tombe parfois sur des pages qui contiennent bien le mot-clé tapé mais sans rapport avec l'objet de notre recherche.
- La plupart des moteurs **sont incapables de distinguer les homonymies**  
Ex. « orange » trouve l'orange (le fruit), orange (la couleur) et Orange (l'opérateur de Téléphonie).
- **Les moteurs indexent non pas des mots mais des "chaînes de caractères"** ce qui fait qu'ils indexent **aussi des mots avec des fautes d'orthographe**.
- Beaucoup de pages Web ne sont pas à jour (adresses modifiées, liens morts...)
- **Pas de structuration logique.**

### 3. Présentation du moteur de recherche « google »

**Google :** [www.google.fr](http://www.google.fr)

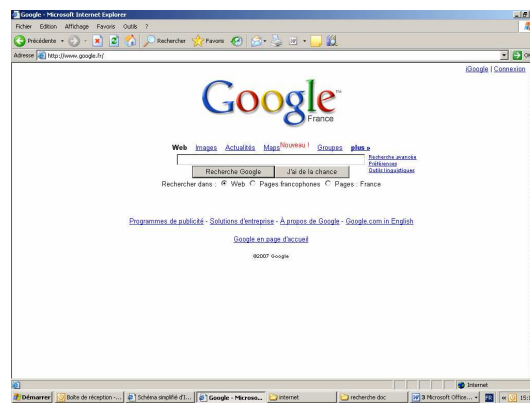
Pour saisir une requête

**La page d'accueil qui s'affiche se compose :**

- d'un **logo Google** en haut de la page,
- d'une **ligne d'onglets** où chacun renvoie à un service proposé par Google. Pour choisir un service on clique sur l'onglet choisi, celui-ci se différencie des autres par un surlignement noir.
- et d'une **zone de recherche** dans laquelle vont se saisir les requêtes.

**Plusieurs fonctionnalités sont proposées par Google :**

Web - Images - Groupes - Actu - **Plus**



- **Le bouton « j'ai de la chance » :**

Vous avez peut-être remarqué, à l'ouverture de la page d'accueil de Google, le bouton "J'ai de la chance", mais vous ne comprenez pas son utilité. **Ce bouton vous envoie en fait sur la page correspondant au premier résultat de la recherche.** Cela peut être utilisé comme un moyen d'accéder directement à ses sites favoris.

Voici un exemple d'usage :

*Vous souhaitez aller sur le site de la BDP, Ouvrir Google et tapez BDP24 dans le champ de recherche, puis cliquez sur "J'ai de la chance".*

*Si vous souhaitez aller directement sur la rubrique formation, vous pouvez par exemple taper "Formation BDP24"*

. **Le lien Préférences** permet de définir :

- la langue de l'interface
- la langue de recherche
- un filtre permettant d'écartier tout contenu sexuellement explicite
- le nombre de résultats qui seront affichés sur une page

. **Le lien Outils linguistiques** permet d'effectuer une traduction du texte que vous aurez saisi ou d'une page dont vous aurez précisé l'adresse URL.

#### **Petits rappels des règles de base:**

Le moteur de recherche ne tient pas compte de la casse ou du nombre de mot de votre requête :

*Par exemple, la recherche livre affichera des pages contenant le mot-clé livre ou livres  
La recherche livres ne présentera que les pages contenant ce même mot clé et non celles contenant le terme au singulier.*



Le genre est souvent clairement distingué.  
*Faites le test en comparant les résultats renvoyés par ces deux requêtes : bien-aimé et bien-aimée.*

Les accents ne sont pas pris en compte.

Le moteur de recherche ne tient pas compte d'un certain nombre de mots comme les articles et pronoms (la, le...), les chiffres et les nombres seuls, les noms des lettres, les opérateurs arithmétiques (+,-...), les caractères spéciaux.

L'ordre des mots composant une recherche influence les résultats puisque Google essaye de reconstituer la phrase sous-entendue.

Les requêtes sont limitées à 32 mots.

### **Outre les fonctionnalités de recherche Web classiques, n'oubliez pas que Google offre en outre les onglets de recherche suivants :**

- Web : recherche classique sur le web par mots clés
- Images : recherche d'images sur le Web
- Groupes (Groups) : recherche dans les forums
- Livres (Books) : recherche dans ouvrages numérisés
- Annuaire (Directory) : recherche thématique (par sujets et catégories, dans un catalogue arborescent) <http://www.google.fr/dirhp>
- Actualités (News) : accès à l'actualité

### **La page de résultats qui s'affiche se compose :**

#### **Pages en cache**

Lorsque Google explore le Web, il crée une copie de chaque page examinée et la stocke dans une mémoire cache, ce qui permet de consulter cette copie à tout moment, et en particulier dans le cas où la page originale (ou Internet) serait inaccessible.

[La Toile du Québec - Le répertoire des sites web québécois](#)  
... [RechercheInternet.ca](#) [Nouvelle fenêtre] Site offert par les Étudiants Bien Branchés des HEC, proposant 20 trucs et conseils faciles à utiliser pour mieux ...  
[www.toile.qc.ca/nouveautes/mj040227.htm](http://www.toile.qc.ca/nouveautes/mj040227.htm) - 39k [En cache](#) [Pages similaires](#)

[Technorati: Tag: searching](#) - [ [Traduire cette page](#) ]  
... photo. Help for inexperienced web searchers. 7 hours ago [www.rechercheinternet.ca](#)  
Des étudiants de HEC Montréal viennent de lancer le site Recherche... ...  
[www.technorati.com/tag/searching](http://www.technorati.com/tag/searching) - 27k [En cache](#) [Pages similaires](#)

Lorsque vous cliquez sur le lien « **En cache** » d'une page Web, Google affichera celle-ci dans l'état où elle se trouvait lors de son indexation la plus récente.

Le lien « **En cache** » n'apparaît pas si le site n'a pas encore été indexé ou si le propriétaire du site a demandé que le contenu caché soit exclu de l'indexation Google.

### **Cette fonction est très utile pour les sites dont le contenu change rapidement :**

- sites de nouvelles
- groupes de discussions
- portails
- blogues

## **Pages similaires**

Lorsque vous cliquez sur le lien « **Pages similaires** » associé à l'une des pages du résultat, Google recherche sur le Web les pages à contenu similaire.

Le lien « Pages similaires » peut être envisagé de différentes manières :

- Si le contenu d'un des sites retrouvés par Google vous intéresse et que « vous souhaitez en savoir plus », vous pouvez cliquer sur ce lien pour trouver d'autres sites à contenu similaire que vous n'avez pas encore visités.

- Si vous recherchez des informations sur un produit donné (*véhicule, appareil électronique, vidéo, etc.*), le lien « **Pages similaires** » peut vous aider à trouver des sites de comparaison, des sites où les utilisateurs/conducteurs/lecteurs donnent leur opinion et des sites où ce produit est proposé au meilleur prix.

- Si vous recherchez des informations dans un domaine donné, le lien « Pages similaires » peut vous aider à trouver très rapidement des ressources complémentaires sans que vous ayez à déterminer au préalable les mots clés nécessaires pour retrouver ces sites.

Google propose des « pages similaires » pour plusieurs millions de pages Web. Toutefois, plus une page est spécialisée, moins les résultats « pages similaires » seront nombreux.

*Par exemple, Google ne trouvera pas beaucoup (ou pas du tout) de pages similaires à un site familial si les informations disponibles sur ce site ne permettent pas d'établir des associations significatives avec d'autres sites.*

Par ailleurs, si une entreprise utilise des adresses URL différentes pour les mêmes pages (par exemple, « google.com » et « www.google.com »), il peut arriver qu'une URL offre un volume d'information plus limité qu'une autre. En général, « Pages similaires » est très efficace avec la plupart des pages Web.

## **Alerte Google**

Google peut vous avertir par courriel lorsqu'une nouvelle page sur Internet traite d'un sujet qui vous intéresse!

Pour cela accédez au service gratuit **Alertes Google**, en entrant dans mes champs suivants :

- les **termes recherchés** (votre recherche régulière dans Google)
- le **type** : Actualité & Web donnera un maximum de résultats
- la **fréquence** à laquelle Google effectuera la recherche
- et votre adresse de courriel (**Email**) ex : xxxxxxxx@hotmail.com

**Créer une Alerte Google**

Entrez le sujet sur lequel vous souhaitez obtenir des informations.

Termes recherchés: "Étudiants bien branchés"

Type: Actualités & Web

Fréquence :: une fois par jour

Email :: m.bernatchez@ebb.com

Google s'engage à ne pas vendre et à ne pas communiquer votre adresse de messagerie.

Lorsqu'une nouvelle page sera trouvée, Google m'avisera par courriel.

## C) LES METAMOTEURS

Ce sont des outils qui recherchent l'information sur plusieurs moteurs de recherche à la fois.

<u>Avantages :</u>	<u>Limites :</u>
<ul style="list-style-type: none"><li>• gain de temps lors de votre recherche</li><li>• Certains ont une interface originale sous forme de cartographie comme Kartoo (méta moteur français).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• restreindre la recherche par la syntaxe sinon vous vous retrouverez avec une « foulditude » de requêtes</li><li>• les syntaxes ne sont pas toutes les mêmes suivant les moteurs de recherche.</li></ul>

Pour la recherche sur les méta moteurs, il existe 2 types d'outils :

- . Connexion directe au site
- . Installation d'un programme sur votre ordinateur pour vous connecter au site de recherche.

### Exemple du méta moteur « KARTOO »

Adresse : <http://www.kartoo.com/>

**Kartoo** est un nouveau méta moteur de recherche qui présente des résultats par une interface cartographique. On tape les mots-clés de sa recherche dans **le bandeau central**.

#### L'écran d'accueil :

#### Il propose différents onglets :

Les onglets du niveau supérieur :

- Web : pour faire vos recherches sur Internet
- Images et Vidéos : pour faire des recherches médias sur votre requête. Vous êtes automatiquement redirigé sur le site de recherche « Yahoo »
- Wikipédia : Vous êtes redirigé sur le site de « Wikipédia »



- Aide : Connaître les fonctionnalités de Kartoo
- Options : possibilité de mettre un filtre parental, de choisir si votre recherche se fera sur le Web mondial ou francophone
- Ouvrir : pour afficher vos cartes de recherches favorites
- Enregistrer : pour conserver vos cartes de recherches favorites
- Imprimer : pour imprimer vos cartes de recherches favorites
- Ajouter kartoo à vos favoris : Mettre kartoo dans vos favoris ou page d'accueil de votre navigateur

#### Utilisation de kartoo pour vos requêtes :

Kartoo recherche sur environ 15 moteurs et annuaires :

**Alltheweb, Altavista, MSN, Exalead, Hotbot, Nomade, Google, Teoma, NorthernLight, Yahoo, Looksmart, Lycos, Voilà, Wisenut, Dmoz...**



Les résultats sont placés sur une carte thématique où les sites sont représentés par des feuilles plus ou moins grandes selon la pertinence. Ces feuilles sont reliées entre elles par un lien sémantique. Sur les différents liens du réseau, apparaissent des thèmes (mots clés). Le glissement du curseur sur une feuille illumine **les mots-clés** et une description du site apparaît à gauche de l'écran.

#### **Kartoo utilise la syntaxe suivante :**

- +, AND, ET : ces mots clés sont implicites sur Kartoo.
- Tout espace dans une requête est interprété par Kartoo comme un "ET"
- OR : cherche les sites contenant au moins l'un des mots ou expressions indiqués
- URL : pour chercher des pages dont l'adresse contient un mot donné
- LIKE : pour chercher des sites similaires
- HOST : pour chercher sur un site donné
- TITLE : pour chercher des pages dont le titre contient un mot donné
- DOMAIN : pour chercher des pages dont le domaine est donné
- TEXT : pour chercher dans le texte de la page en priorité
- LINK : pour chercher un mot qui se trouve dans un lien hypertexte
- IMAGE : pour chercher des images
- NEAR est utilisé pour chercher 2 mots proches l'un de l'autre sur une page »
- « Expression » : Cherche l'expression telle qu'elle apparaît est saisie.
- Troncature : \* (pas valable pour tous les moteurs).

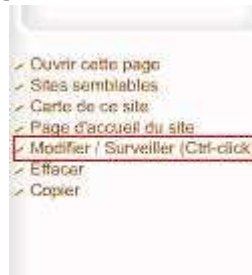
#### **Langage Naturel**

Dès que Kartoo détecte un **point d'interrogation**, il interroge les moteurs les plus performants en langage naturel et dessine la carte des résultats.

#### **Comment activer l'option "langage naturel" ?**

Il suffit de **poser une question dans la fonction « rechercher »**, sans oublier le point d'interrogation.

#### **Fonction modifier / Surveiller**



Cette fonction ouvre une fiche descriptive qui permet d'apporter - pour le site sélectionné - de faire des **annotations et une évaluation personnelle** (toutes les zones de cette fiche sont modifiables).



## METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Utiliser un moteur de recherche, cela paraît simple mais apprendre à s'en servir de façon rentable, est une question de logique et de réflexion si vous ne voulez pas être submergé par un flot de réponses ou vous égarer dans des voies sans issue.

### Alors que faire pour atteindre rapidement votre cible ?

Voici quelques précautions élémentaires à observer pour gagner du temps avec bon nombre d'outils de recherche :

#### A) Elaborer une stratégie de recherche

##### ✓ **Bien penser au(x) mot(s)-clé(s)**

Avant de vous lancer dans une recherche, la qualité des réponses dépend d'abord de la qualité des mots choisis. Pensez à **l'élément le plus précis et unique** qui définit ce que vous cherchez.

*Exemple : "tabac" ne donne pas les mêmes résultats que "cigarette" : le premier est plus synonyme de danger pour la santé tandis que l'autre symbolise plus le plaisir de fumer.*

✓ **Sur le papier, listez un maximum de concepts** liés à la recherche envisagée (synonymes, termes proches, mots clés ...). Pensez à quelques mots précis qui, selon vous, feront partie des pages recherchées.

*Exemple : intelligence économique, veille stratégique, veille, technologique, information, innovation, gestion, documentation ...*

##### ✓ **Discerner les trois grandes familles de mots**

Globalement, les mots clés peuvent être classés en trois grandes familles :

##### **Mots clés "primaires" ou "larges".**

Ils définissent, de façon globale, le champ d'investigation.

*Exemple :*

*agro-alimentaire, finance, commerce, santé, cinéma, loisirs, voyages, tourisme, littérature, histoire, sciences, etc.*

##### **Mots clés "secondaires" ou "profonds".**

Au sein du domaine global décrit précédemment, ils définissent la requête elle-même.

*Exemple : Marignan, 1515, François 1er, Léon X (pour des renseignements sur la bataille de Marignan), Périgueux, Dordogne, France, hôtels, hébergement (pour trouver où dormir à Montréal) etc.*

##### **Mots clés "interdits".**

Il s'agit de mots qui peuvent vous induire en erreur lors de vos recherches et donc à exclure.

*Exemple :*

*Vous recherchez des informations sur le marché de la pomme en France*

*Mot clé primaire : agro-alimentaire. Mots clés secondaires : pomme, marché, étude, France (par exemple). Mot clé interdit : Adam. Car la pomme d'Adam ne fait pas non plus l'objet de vos investigations.*

Une fois notés au minimum trois mots clés, vous voilà mûr pour consulter votre outil de recherche habituel. Les requêtes efficaces devraient maintenant être plus faciles et plus rapides à identifier.

##### ✓ **Evitez les recherches en langage naturel**

Par exemple, vous cherchez des restaurants sur périgueux,

**Entrez :**

✓ **restaurant périgueux**

**Plutôt que :**

**X Je cherche un restaurant sur la ville de Périgueux**

Ce n'est pas la façon idéale de lancer une recherche de ce type. Les mots "un", "sur", "la" et "de" sont trop courants pour apporter quoi que soit et risquent au contraire de parasiter les résultats. Les mots "je", "ville" et "cherche" n'apporte strictement rien à cette recherche et risque également de parasiter les résultats.

✓ **Cherchez plutôt des réponses, ne recherchez pas des questions**

**Entrez :**

✓ **Regarder la télévision**

**Plutôt que :**

**X Faut-il regarder la télévision ?**

Cette formulation vous ramènera 3 fois moins de réponses.

Essayez d'imaginer comment les rédacteurs des articles ont formulé leurs phrases et tapez une recherche aussi proche que possible de la réponse que vous souhaitez trouver. Cette simple astuce aura un impact formidable sur la qualité des résultats que vous fourniront les moteurs.

✓ **Utiliser l'ordre naturel des mots :**

Placer les mots dans un **ordre naturel augmente les chances d'obtenir des résultats pertinents**. Posez vous la question, dans quel ordre les mots ont-ils **le plus de chance d'apparaître** dans les résultats?

Par exemple, recherche sur :

1. de la **littérature**
2. **anglaise**

**Entrez dans un outil de recherche :**

✓ **Littérature anglaise**

**Plutôt que :**

**X Anglaise littérature**

Sur certains moteurs ou annuaires, cette occurrence a son importance car la disposition des mots ne donne pas les mêmes résultats.

✓ **Faites des recherches à 3 mots (au moins)**

70% des recherches sont effectuées avec seulement 2 mots clés. C'est regrettable, car il faut généralement au moins 3 mots pour définir à la fois le champ de recherche et le contexte.

Par exemple :

« *Tennis compétition résultats* » vous ramènera des résultats très différents de tennis résultats

Vos recherches doivent être construites comme dans cet exemple :

- Tennis défini le contexte. On pourrait même tenter un sport tennis pour être sûrs d'éliminer les chaussures tennis
- Compétition défini un sous contexte (on affine le contexte)
- Résultat défini la recherche elle-même.

Pour trouver le contexte et le sous contexte, posez-vous simplement la question "de quoi?" :  
Résultats de quoi ? Compétition de quoi ?

### ✓ **Limitez géographiquement vos recherches**

Pour **limiter géographiquement** l'étendue des résultats, entrez dans votre recherche une **information régionale** qui fera assurément partie de la page que vous cherchez :

- Un pays
- Une région
- Une ville
- Un code régional
- Le nom d'une rue
- Un code postal, etc.

*Par exemple, vous recherchez le salon de BD à Angoulême :*

**Entrez :**



**salon bande dessinée angoulême**

**Plutôt que :**



**salon BD**

## **B) Comment écrire les mots clés ?**

### **1) Règles de bases :**

✓ **Taper les mots en minuscule** pour vous donner toutes les chances de ne pas manquer une référence importante car certains outils de recherche (MSN et Yahoo!, par exemple), **sont sensibles aux majuscules et minuscules.**

### ✓ **Préférer seulement les espaces :**

Lors d'une recherche, **séparez tous vos mots-clés par des espaces.** Par exemple, une recherche d'informations à propos du **tourisme en Dordogne**

**Entrez:**



**tourisme dordogne**

**Plutôt que :**



**tourismedordogne**

### ✓ **Les caractères accentués :**

La question n'a aucune importance pour les anglophones dont la langue ne comporte pas d'accent, mais pour le français, elle est cruciale. Alors, **faut-il oui ou non saisir les mots clés avec des lettres accentuées ?**

Chaque moteur de recherche gère les caractères spéciaux (accents, cédille...) *comme par exemple google qui n'en tient pas compte.* Il est donc utile de consulter la documentation de votre outil de recherche favori pour en savoir plus sur ce domaine, mais on peut dégager trois cas de figure :

#### ▪ Soit ils ne tiennent pas compte de l'accentuation

*Exemple :* la saisie du mot "bébé" est équivalente à celle de "bebe" ou "bebé"

#### ▪ Soit, ils trouvent toutes les occurrences si le mot demandé est non accentué.

*Exemple :* "bebe" trouve "bebe", "bébé" ou "bebé". Mais, dès qu'une lettre accentuée est présente dans le terme de la requête, c'est ce terme-là, et pas un autre, qui sera trouvé : "bébé" trouve alors "bébé" mais plus "bebe" ou "bebé".

#### ▪ Soit, c'est toujours la graphologie exacte qui est recherchée.

*Exemple :* "bebe" trouve "bebe" comme "bébé" trouve "bébé" etc.

La situation est donc assez complexe et totalement dépendante des outils utilisés. Aussi, **si vous êtes sûr de l'orthographe exacte du mot recherché, tapez-le en lettres accentuées.** Vous éliminerez les pages qui le contiennent avec une faute d'orthographe.

En revanche, **si vous avez un doute sur la façon dont s'écrit le mot à rechercher, saisissez le plutôt sans accents.**

## 2) Les opérateurs booléens :

Beaucoup d'outils de recherche utilisent une grammaire de type booléenne, d'après le mathématicien anglais George Boole qui a inventé un système logique qui introduisait des opérateurs, des mots ou des signes en fait, dans ses recherches pour obtenir des résultats plus précis.

### ✓ **AND, ET, &, +:**

Ces opérateurs permettent de lier les termes entre eux pour restreindre le champ des recherches. Seules les pages qui contiennent tous les mots de la requête qui seront affichées.

*Par exemple: Tourisme + Dordogne (ou tourisme ET Dordogne) donnera seulement les pages comportant ces deux mots.*

### ✓ **AND NOT, - :**

Ces opérateurs permettent de forcer **l'exclusion** d'un mot.

*Par exemple : vache-folle vous donnera toutes les pages contenant le mot "vache" sans le mot "folle".*

### ✓ **" " :**

L'opérateur **«guillemets»** donnera les pages où figurent les mots entre guillemets **dans leur ordre exact de votre requête.**

*Par exemple : " tourisme vert en France " donnera des pages où figure cette expression exacte.*

- **Avec les guillemets**, l'expression sera traitée comme **un mot unique.**
- **Sans les guillemets**, la recherche se fera sur **tous les mots, n'importe où dans le texte.**

### ✓ **OR :**

Cet opérateur affiche les pages où figurent **soit l'un, soit l'autre, soit tous les mots** des termes employés pour votre recherche.

*Par exemple : Hugo OR Verlaine affichera toutes les pages sur ces deux auteurs.*

✓ **\*** : Cet opérateur que l'on appelle **« troncature »** est utilisé pour rechercher des sous-chaînes, elle remplace un ensemble de caractères pour pouvoir effectuer des recherches plus larges. Généralement, elle est représentée par un astérisque \* ou un joker \$. On distingue deux types de troncature :

- **La troncature droite** permet d'effectuer une recherche en utilisant le début d'un mot.
- **Les troncatures gauche et interne** permettant de rechercher respectivement des chaînes de caractères sans spécifier le début d'un mot ou une partie interne d'un mot.

**La troncature** est à utiliser avec précaution car dans un **environnement multilingue**, le bruit devient rapidement important ce qui limite la possibilité d'exploiter les résultats obtenus.

*Exemple : util\* : utile, utilité, utilisation, ... \*voir : savoir, avoir, ...*

### Le symbole \* peut remplacer aussi des mots

- **Imaginez la phrase** en question
- Placez cette phrase **entre guillemets**
- Remplacez le mot ou nombre inconnu **par le symbole \***

*Exemple : Informations sur la distance de la Terre à la Lune.*

**Entrez : "la lune est à \* kilomètres de la terre"**



**A savoir :** le symbole \* remplace un seul mot ou nombre. Pour remplacer 2 mots, utilisez \*\*, pour 3 mots \*\*\*, etc.

✓ **Les mots stop:**

La plupart des moteurs de recherche ignorent automatiquement les mots **courants** tels le, la, à, au, du, je, des... même lorsqu'ils sont entre guillemets. Chez **Google** on peut tout de même **forcer l'un de ces mots** dans sa requête en le précédant d'un +.

✓ **Pour chercher des nombres dans un intervalle précis**

Placez ... entre deux nombres pour **inclure tous les nombres** qui se trouvent dans cet intervalle. Par exemple vous faites des statistiques à propos du commerce électronique publiées **entre 2001 et 2004**.

**Entrez :**

**Statistiques "commerce électronique" 2001...2004**

✓ **Cherchez sur un site Web bien précis**

Vous naviguez sur **un site Web** et êtes à la recherche d'**une information sur ce site en question**.

Par exemple : Utilisez la syntaxe suivante: les mots que vous cherchez **site:**le site qui vous intéresse

Par exemple vous recherchez des informations à propos du programme de **formation** sur **le site de bibliothèque départementale de Prêt de la Dordogne**. (adresse de ce site : [www.bdp24.net](http://www.bdp24.net))

**Entrez :**

**formation site :bdp24.net**

✓ **Excluez un site Web d'une recherche**

Par exemple, vous faites des recherches sur le **Bombardier Aéronautique**.

**Entrez :**

✓ **"bombardier aéronautique"**

Notez que plusieurs résultats sont issus directement de sites appartenant à Bombardier (le nom de domaine **bombardier.com** fait partie de leur adresse, ici sur Google) :

[Bombardier / Aerospace](#) - [ [Traduire cette page](#) ]

Civil aircraft manufacturer

[www.aerospace.bombardier.com/](http://www.aerospace.bombardier.com/) - 2k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Bombardier / Aerospace](#) - [ [Traduire cette page](#) ]

Organisation internationale intégrée qui possède des installations complètes de

[www.aeronautique.bombardier.com/](http://www.aeronautique.bombardier.com/) - 2k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Bombardier](#)

[www.bombardier.com/index.jsp?id=3\\_0&lang=fr&file=/fr/3\\_0/3\\_0.jsp](http://www.bombardier.com/index.jsp?id=3_0&lang=fr&file=/fr/3_0/3_0.jsp) - 4k - [En](#)

[Bombardier](#)

[www.bombardier.com/index.jsp](http://www.bombardier.com/index.jsp) - 4k - 4 déc 2004 - [En cache](#) - [Pages si](#)

[ [Autres résultats, domaine www.bombardier.com](#) ]

Les sites où Bombardier fait son apologie ne vous intéressent pas.

Utilisez la formule **-site**, suivie de **bombardier.com** (le nom de domaine que nous souhaitons éliminer des résultats, sans les www) :

**Entrez :**

✓ **"bombardier aéronautique"-site:bombardier.com**

Maintenant, plus aucun résultat ne provient de bombardier.com , ici sur Google:

[Les nouvelles - Un autre succès pour Bombardier aéronautique \(03 ...](#)

... Un autre succès pour **Bombardier aéronautique** ... 03/09/1997 - **Bombardier aéronautique** vient de franchir un pas dans l'histoire de l'aviation. ...

[www.cybersciences.com/cyber/3.0/N272.asp](http://www.cybersciences.com/cyber/3.0/N272.asp) - 17k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Ogilvy Renault - Cabinet - Mandats - CGI et Bombardier ...](#)

... NOS MANDATS. CGI et **Bombardier Aéronautique** signent un contrat d'impartition de 210 M\$ 11 juillet 2003 Le Groupe CGI inc. a signé ...

[www.ogilvyrenault.com/fr/cabinet/mandats\\_detail.jsp?id=5936](http://www.ogilvyrenault.com/fr/cabinet/mandats_detail.jsp?id=5936) - 53k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[ftq.qc.ca](http://ftq.qc.ca)

Les syndiqués de **Bombardier aéronautique** au Québec pressent les gouvernements de s'engager maintenant! 18/11/2004. Télécharger ...

[www.ftq.qc.ca/syndicats\\_affilies/aimta/suite.asp?aid=3221](http://www.ftq.qc.ca/syndicats_affilies/aimta/suite.asp?aid=3221) - 17k - 5 déc 2004 - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Bombardier Communiqué de presse 02/2004](#)

COMMUNIQUE DE PRESSE. février 2004. **BOMBARDIER AERONAUTIQUE** MET EN SERVICE LE **LEARJET 40 EN EUROPE**. ... **Bombardier Aéronautique**, entité de Bombardier Inc. ...

[www.ecltd.com/Pages/Presse%20Bomb%20Fev04.htm](http://www.ecltd.com/Pages/Presse%20Bomb%20Fev04.htm) - 6k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[ [Autres résultats, domaine www.ecltd.com](#) ]

✓ **NEAR :**

L'opérateur **NEAR** est présent sur quelques moteurs. Il peut s'avérer très pratique lorsque vous recherchez des termes qui ont un point commun mais qui dans le texte sont séparés par d'autres mots. Il peut toutefois exister d'autres symboles pour le désigner selon l'outil de recherche utilisé.

Exemple :

Le requête : recherche **NEAR** information **NEAR** internet

Le résultat : les réponses contiendront obligatoirement les mots recherche, information et internet. Les pages de résultat pourront contenir les phrases suivantes : "la recherche d'information sur internet" ; "la recherche d'information économique et financière sur internet" ; "une recherche efficace d'information technique sur internet" etc.

✓ **La combinaison entre les opérateurs**

On peut combiner les opérateurs « parenthèses » ce qui permet d'effectuer des recherches plus complexes et plus élaborées proposant des priorités de traitement

Exemple :

Le thème : conception et utilisation des moteurs de recherche sur Internet.

La requête : (conception ET utilisation ET (moteur NEAR recherche) ET Internet)

---

**C) Savoir utiliser la recherche avancée du moteur de recherche Google.**



Ce module de recherche avancée est composé tout d'abord en haut à droite de la page de « conseils de recherche. Vous y trouverez principalement des liens et quelques explications. Le premier bloc, dont le fond est bleu, vous pourrez entrer ici des requêtes plus précises que sur le module de recherche traditionnel :

The screenshot shows the Google Advanced Search interface. The search bar contains the text "veille stratégique" internet. The "Pages contenant" section has "tous les mots suivants" selected. The "Format de fichier" section has "Seulement" selected and "Microsoft Powerpoint (.ppt)" chosen. The "Date" section has "Date indifférente" selected. The "Emplacement" section has "n'importe où dans la page" selected. The "Domaines" section has "Seulement" selected. The number of results is set to 10.

### ✓ **Pages contenant :**

Ce champ sert à placer plusieurs mots que vous tenez absolument à voir figurer dans la réponse. L'ordre des mots importe peu. Cette recherche équivaut à l'utilisation de l'opérateur booléen ET (ou du symbole +), qui va forcer le moteur à ne prendre en compte que les pages où tous les termes précisés apparaissent.

• **Tous les mots suivant** : Les mots clés de votre requête seront recherchés n'importe où dans la page, ensemble ou séparés.

• **Cette expression exacte** : L'expression est une suite de deux mots et plus. A utiliser pour la recherche de noms propres, proverbes, devises, phrases courtes, etc.

• **Au moins un des mots suivants** OR (ou |) : vous pouvez ici préciser plusieurs mots synonymes par exemple, puisque le moteur de recherche vous donnera en réponse les pages qui contiennent au moins un des mots spécifiés et pas forcément tous. Cela est utile lors d'une recherche très large sur un thème général.

*Exemple* : une recherche sur crocodile |caïman |alligator vous fournira tout ce que vous voulez savoir sur les différentes espèces de l'ordre des crocodyliens.

• **Aucun des mots suivants** : Cette case va vous permettre d'exclure un mot-clé. En effet, il existe de nombreux cas où la recherche d'un mot-clé vous amène systématiquement vers une association de mots. Exclure un de mot de l'association permet alors d'effectuer une recherche sans interférence.

Cette case est très utile, car elle va vous permettre d'exclure un mot-clé. En effet, il existe de nombreux cas où la recherche d'un mot-clé vous amène systématiquement vers une association. Exclure un de mot de l'association permet alors d'effectuer une recherche sans interférence.

*Exemple* : si vous voulez des informations sur la ville de Marseille, mais pas sur son équipe de football, olympique dans cette case.

Enfin, en haut à droite de cette zone, vous pouvez régler le nombre de réponses par page (de 10 à 100 résultats).

Sous ce rectangle bleu, il est possible de préciser davantage sa recherche en choisissant :

✓ **Langues :**

(Liste déroulante de 35 langues) Demande de résultat de recherche dans des pages en langues étrangères.

✓ **Régions :**

Demande de résultat de recherche dans des pages de pays étrangers ou une région dans laquelle la page est disponible.

✓ **Format de fichier:**

Même si la plupart de ces résultats sont des pages Web, Google permet de **limiter les résultats à un format de fichier précis :**

- Word (.doc)
- Excel (.xls)
- Acrobat (.pdf)
- PowerPoint (.ppt)
- PostScript (.ps)
- RTF (.rtf)

**Seulement / Limiter les résultats au format de fichier :** Demande de résultat de recherche avec uniquement le format de fichiers demandés.

**Ne pas / Limiter les résultats au format de fichier :** Demande de résultat de recherche avec des réponses autre que le format de fichiers sélectionnés.

***NB :** Le format PDF est utilisé pour de l'information professionnelle (articles, rapports financiers, fiches techniques, etc.)*

*Le format Excel est privilégié pour rechercher de l'information de nature nominative. Attention, Il est prisé par les hackers (pirates informatiques).*

*Le format PowerPoint est utile pour rechercher une présentation.*

Par exemple, Vous souhaitez chercher uniquement des **présentations PowerPoint!**  
Sélectionnez la « **Recherche avancée** »:

Cherchons des documents sur la **veille stratégique sur Internet** sous forme de **présentations PowerPoint** et procédez comme ci-dessous puis faites « validez »:

✓ **La date :**

Votre recherche limitera le résultat des pages web s'approchant du moment d'actualisation des sites en question selon la date choisie.

✓ **L'emplacement des mots-clé précisés :**

Recherche restrictive des mots-clé contenus uniquement dans le titre, le corps, l'adresse ou les liens de la page,

✓ **Domaines :**

Cette fonction permet d'inclure ou d'exclure certains domaines comme .org, .com ou .fr par exemple, dans votre recherche

- les droits d'utilisation des documents affichés : vous pouvez ainsi diriger votre recherche vers des documents qui sont « libres de droits et d'utilisation ».

✓ **SafeSearch :**

Il est possible d'activer le filtre « SafeSearch », qui exclura automatiquement les pages à caractère violent ou pornographique.

## SAVOIR ANALYSER LES RESULTATS

Sur le réseau Internet, l'absence de contrainte éditoriale et la possibilité pour chacun d'y déposer une information dont il est le seul garant, peuvent présenter certains risques quant à la valeur scientifique de l'information repérée.

Il importe donc de bien vérifier la validité d'une information avant de l'utiliser, la citer ou la diffuser.

### A) Repérer des sources d'informations fiables et pertinentes.

Un document Internet reste un document, quel qu'en soit le support. A ce titre, il convient de lui **appliquer les règles normales de la critique externe du document**, lesquelles concernent d'abord le contexte.

Ces règles reposent sur les questions :

**QUI ? - QUOI ? - OU ? - QUAND ? - COMMENT ? - POURQUOI ?**

#### ✓ Qui ?

En posant cette question, on peut déjà tirer certaines conclusions au sujet de la fiabilité des informations qui seront recueillies.

**Un organisme officiel, un centre spécialisé**, sont supposés être des autorités plus avisées qu'un particulier qui met des informations sur le réseau.

Les renseignements donnés par un organisme officiel peuvent donc être considérés comme des informations "de première main", alors que celles données par un particulier qui cite un organisme officiel doivent être tenues pour des renseignements de seconde main.

On peut aussi considérer comme fiables les informations émanant des sources qui précisent leurs références.

Même dans le domaine scientifique, par exemple, il faut parfois faire attention : un scientifique qui met en priorité sur le réseau des informations qu'il dit être révolutionnaires a tout lieu d'être tenu pour suspect, parce qu'aucun scientifique ne dévoile les résultats de ses recherches **avant** de les avoir publiés dans des revues scientifiques spécialisées faisant autorité (*Science et Avenir, Nature, National Geographic, ...*). Dans ce cas, il faut se poser la question "QUAND ?" et regarder si une publication dans les revues scientifiques existe déjà.

#### **Critères utilisables à propos de la question QUI ? :**

- Quelles sont les compétences de l'auteur ou des auteurs ? Sont-elles clairement énoncées ?
- Fournit-on des renseignements qui permettent d'entrer en contact avec le ou les auteurs (e-mail, adresse d'une page personnelle, ...) ?

#### ✓ QUOI ?

Lors de la recherche d'une information ciblée, à l'aide d'un moteur de recherche, le nombre de sites référencés peut être énorme; il est dès lors souvent éprouvant ou même impossible de lire toutes les pages qui sont ainsi proposées sur le sujet.

Aussi, lors de la lecture des vignettes descriptives, **le résumé peut-il déjà être une indication précieuse** sur la valeur du site.

#### **Critères utilisables à propos de la question QUOI ? :**

##### **1) Critère utilisable lors de la lecture des résumés :**

- Quel est le sujet ou thème général annoncé dans le résumé ?

## 2) Critères utilisables à propos de chaque site :

- L'information fournie est-elle unique ? Existe-t-elle sur plusieurs sites ? Existe-t-il des liens entre ces sites ?
- A quel public s'adresse-t-on (spécialiste, général, initié, ...) ?
- Le traitement du sujet est-il exhaustif ?
- Les sources d'information sont-elles données ?

### ✓ OÙ ?

Il faut être attentif à la "**nationalité**" des renseignements obtenus.

C'est vrai, par exemple, en ce qui concerne la législation. Il semble évident, dans ce cas, de choisir en priorité les informations qui sont fournies par un site situé dans la zone géographique relative aux informations cherchées.

La nationalité est indiquée dans l'adresse Internet, par exemple \*.be indique que le serveur est belge; \*.ca indique qu'il est canadien, etc.

De même, **d'autres indications figurant dans l'adresse** peuvent aider à l'appréciation de la qualité du site; par exemple, une indication comme \*.univ signale un serveur universitaire, \*.com un serveur "commercial", etc.

### ✓ QUAND ?

Un des avantages d'Internet est de fournir des informations presque en temps réel.

Mais, dans ce cas, il est impossible d'avoir le recul indispensable pour **confronter les informations recueillies avec d'autres sources**. Elles doivent donc être abordées avec toute la réserve nécessaire.

Si l'on reprend le cas d'un littéraire qui fournit des informations sur un ouvrage non édité encore, il est à peu près certain qu'elles devront être considérées comme suspectes si leur apparition sur Internet est antérieure à la publication de l'ouvrage en question.

### Critères utilisables à propos de la question QUAND ? :

- Quelle est la date de création du site ? Quelle est la date de sa dernière mise à jour ?
- Les liens vers d'autres sites sont-ils à jour ? Existe-t-il beaucoup de liens aveugles ?

### ✓ COMMENT ?

Les informations peuvent être soit rédigées, soit chiffrées.

Si elles sont rédigées, elles peuvent l'être, entre autres, sous forme d'informations ou sous la forme polémique. Ceci va permettre de se faire une opinion sur le degré de validité des informations.

### Critères utilisables à propos de la question COMMENT ? :

- Les ressources sont-elles bien organisées et présentées de façon logique ?
- Les graphiques, illustrations, images, photos rehaussent-ils ou diminuent-ils l'utilité du site ?
- S'il s'agit d'un site multimédia, quelle est la qualité visuelle et sonore des documents proposés ?
- Les liens sont-ils complets, pertinents et appropriés ?
- Les liens sont-ils fiables ?
- Le site est-il facilement "navigable" ? Son interface est-elle efficace ?
- Le type de langage employé est-il familier ? scientifique ? ...

## ✓ **POURQUOI ?**

En posant cette question, on touche aux **motivations de celui qui met les informations sur Internet**. Après tout, mettre des informations sur le réseau coûte de l'énergie, et celle-ci n'est évidemment dépensée qu'avec une intention de profit.

Comme profits possibles, citons essentiellement la satisfaction d'un ego qui sait qu'il sera lu, le plaisir altruiste de rendre service ou parfois la volonté juste de diffuser ses idées.

Ici, de nouveau, **les organismes officiels**, restent les moins suspects à ce point de vue, s'ils ont, entre autres, pour mission d'informer.

### **Critères utilisables à propos de la question POURQUOI ? :**

- Quel est le but du site ? Ce but est-il énoncé clairement ?
- L'auteur fournit-il des indications sur les motifs des informations qu'il diffuse sur le réseau (passion, formation personnelle, altruisme...) ?

## **B) Grille d'analyse d'un site Internet**

Le réseau Internet ne possède pas de système de contrôle de qualité de l'information. Si vous ne voulez pas diminuer la valeur de vos recherches en utilisant des informations de mauvaise qualité ou en citant des informations douteuses, vous devez évaluer les sites Web que vous rencontrez. Comme n'importe qui peut publier n'importe quoi sur l'Internet, c'est à l'utilisateur d'exercer son esprit critique.

### **Exemple d'une grille d'analyse d'un site web**

Date.....

## **GRILLE D'ANALYSE D'UN SITE WEB**

### **FICHE D'IDENTITE DU SITE**

**Nom du site** .....

**Adresse URL du site** .....

**Le site est-il traduit en plusieurs langues ?**     Français                       Anglais

Espagnol                                       Allemand                       Autres

**Le site est-il accessible aux handicapés en respectant le label W3C ?**

oui     non

## Identification de l'organisme ou du webmaster

<b>Courriel – contact</b>	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non
<b>Adresse physique</b>	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non
<b>Téléphone</b>	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non
Année de création du site .....		
<b>Date de la dernière mise à jour du site</b> .....		
Le site possède-t-il un compteur de visite ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non

## FONCTIONNALITES DU SITE

### Navigation

La navigation est-elle facile ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> un peu	<input type="checkbox"/> pas du tout
Y a-t-il un menu ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	
Si oui, est-il ?	<input type="checkbox"/> Statique	<input type="checkbox"/> Interactif	
Y a-t-il une aide ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	
Y a-t-il un lien vers la page d'accueil sur chaque page ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	
Y a-t-il un moteur de recherche ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	
Y a-t-il un plan du site ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	
Y a-t-il des liens utiles ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	
La règle des 3 clics est-elle appliquée ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	
Y a-t-il une inscription à une newsletter ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	
Y a-t-il un flux RSS ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	

### Logique d'organisation - rapidité de chargement

Les ressources sont-elles bien organisées et présentées de façon logique ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non
Le chargement des pages est-il raisonnable ?	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non
Est-il nécessaire d'installer des logiciels spécifiques pour consulter	<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non



ce site ? (flash,...) Si oui, un lien permet-il de se les procurer ?

Le site est-il accessible à tous les navigateurs ?  oui  non

### Présentation de l'information

Le site est-il attrayant ?  oui  non

Le design est-il agréable ?  oui  non

Les couleurs sont-elles adaptées ?  oui  non

Le contenu textuel est-il attrayant ?  oui  non

- La police de caractère est-elle appropriée ?  oui  non

- La taille de la police est-elle lisible ?  oui  non

Les documents sont-ils rédigés  
dans une langue correcte (orthographe, grammaire...) ?  oui  non

Tous les liens sont-ils actifs ?  oui  non

Présence de publicité sur le site ?  oui  non

Est-elle gênante pour la lecture du site ?  oui  non

### ORIENTATION DU SITE

#### Objectif du site

Commercial

Informationnel

#### Le site contient-il ?

Photos

Son

Images

Vidéo

### Genre du site

- Page personnelle  Site d'organisation  
 Revues, journaux  Annuaire  
 Dictionnaires, encyclopédie  Autres.....

### A quel public s'adresse le site ?

- Tout public  Adolescents  Enfants  
 Professionnels  Autres.....

## CONTENU DU SITE ET SECURITE

- Le contenu du site correspond-t-il au thème annoncé ?  oui  non
- Le contenu est-il adapté au public visé ?  oui  non
- Est-il toujours d'actualité ?  oui  non
- Peut-on s'assurer de l'expertise des responsables ?  oui  non
- L'information fournie est-elle unique ?  oui  non
- Tous les liens sont-ils pertinents ?  oui  non
- Le type de langage employé est-il ?  Familier  Professionnel
- Le traitement du sujet est-il exhaustif ?  oui  non
- Le site est-il en construction ?  oui  non
- Y a-t-il un espace interactif ?  oui  non
- Si oui, y a-t-il ?  Forum  tchat
- Existe-t-il des indications des règles d'usage et de responsabilités pour accéder à ces espaces interactifs ?  oui  non
- Inscription en ligne pour accéder au contenu du site  oui  non
- Collectes de données personnelles sur le site ?  oui  non
- Adresse  N° tél.  Date de naissance  Autres

Y a-t-il une indication de protection personnelle ? (CNIL) ?  oui  non

L'accessibilité aux infos est-elle ?  gratuite  payante

## **AVIS GLOBAL**

## **UTILISATION D'OUTILS SPECIALISES**

### **A) Les sites d'orientation**

Certains sites (universitaires, généralistes ou spécialisés) assurent des repères lors de certaines de vos recherches d'informations.

Ils peuvent vous permettre de débiter une recherche documentaire à partir de sites validés par des spécialistes.

Ces points de départ guident votre démarche par des ressources utiles et fiables sur Internet.

#### **Quelques sites d'orientation :**

- **Les Signets de la Bibliothèque nationale de France** – Accueil  
Site web: <http://signets.bnf.fr/>
- **Cerise** : Pistes sur Internet (pistes sur Internet, répertoire de ressources)  
Site web: <http://urfist.enc.sorbonne.fr/cerise/p71.htm>
- **EDUCNET** : Rechercher sur Internet guide pratique  
Site web: <http://www.educnet.education.fr/dossier/rechercher/>

### **B) Les listes de diffusion**

#### **1) Fonctionnement**

Ce sont des outils de communication par excellence, les listes de diffusion réunissent, via le courrier électronique, des dizaines, des centaines, voire des milliers d'internautes autour d'un même centre d'intérêt ou d'une même passion.

A l'adhésion, l'abonné donne son adresse email et reçoit automatiquement tous les messages édités sur la liste.

#### **2) Intérêt**

Poser une question à une communauté d'experts

Identifier une personne ressource

Diffuser une annonce professionnelle

Surveiller les débats d'une communauté et y participer (veille)

Rechercher de l'information dans les archives (selon les listes)

Présenter son expertise (idéalement quand elle est sollicitée par une question)

### 3) Comment fonctionne une liste de diffusion ?

Une **liste de diffusion** permet à un groupe de personnes de communiquer sur un thème donné par l'intermédiaire du courrier électronique. Les abonnés envoient leurs messages à l'adresse de la liste, lesquels sont ensuite redistribués à tous les participants. Certaines listes sont **interactives** (chaque abonné peut participer à la liste en envoyant un message à l'ensemble des abonnés), d'autres sont **unidirectionnelles** (seul l'administrateur de la liste peut envoyer des messages aux abonnés: lettres d'informations, bulletins, revues, newsletters ou magazines).

### 4) S'abonner à une liste: c'est simple et gratuit

#### Exemple avec le site Francopholistes

<http://www.francopholistes.com/>

(l'annuaire de toutes les listes francophones; explications générales pour gérer et pour s'abonner à une liste.)



- Sélectionnez **une liste en page d'accueil** ou cliquez sur "recherche approfondie" pour accéder aux **5 zones de recherches**
- Cliquez sur le lien de la liste pour découvrir tous les renseignements relatifs à cette liste (adresse de la liste, sujet, coordonnées du propriétaire, robot de gestion, description de la liste, date de création...)
- Cliquez sur "**S'abonner**"

#### **S'abonner à la liste ecrannoir@poplist.fr**

**Rappel** : en vous abonnent à une liste de diffusion, vous recevrez dans votre boîte aux lettres les messages postés dans la liste. Certaines listes ont un débit assez important.  
Pour éviter d'éventuels problèmes de désabonnement, utilisez votre adresse canonique (celle présente dans le champ From: de vos messages).

**Vous avez 2 façons de vous abonner à la liste de diffusion ecrannoir :**



#### **Vous pouvez vous abonner**

- Par mail: en envoyant à l'adresse de la liste un message vide ou un message avec le mot "subscribe".
- En utilisant le formulaire Francopholistes en précisant votre adresse électronique et votre nom.

#### **Confirmation d'abonnement**

- Après inscription, le gestionnaire de la liste vous envoie, par mail, une **confirmation d'abonnement** et quelques renseignements relatifs au fonctionnement de la liste: nétiquette, formalités de désinscription...

### 5) Exemple de quelques listes de diffusions

#### **. Biblio.fr**

<http://listes.cru.fr/sympa/info/biblio-fr>

Cette liste s'adresse aux bibliothécaires et documentalistes francophones et à toutes personnes intéressées par la diffusion électronique de l'information (+ de 14 000 d'abonnés).



. **Google groupes**

<http://groups.google.com/>

Google a lancé Google groupes où vous pouvez discuter en ligne ou par e-mail, créer une page de présentation du groupe à vos couleurs et créer un mini-site Web.

**6) Annuaire de listes**

. **Francophiliste**: <http://www.francophilistes.com> (Français)

**C) Les forums de discussions**

**1) Qu'est ce qu'un forum de discussion ?**

C'est un espace d'échange, par le biais de messages, disponible soit sur Internet ou bien sur un réseau interne comme un intranet ou encore un extranet.

Les discussions y prennent place sous la forme de « fils » de messages, à publication instantanée ou différée ; cette publication est souvent durable, car les messages ne sont pas effacés. Elle est par nature le fait de plusieurs auteurs. Dans certains forums à inscription, les messages sont modifiables *a posteriori* par leurs auteurs.

Les fonctionnalités offertes par les différents forums (citation, existence de titres ou non, mise en page, administration/droits d'accès, modération...) peuvent varier, et les forums peuvent traiter différemment les messages : ainsi certains ne permettent que de répondre de manière globale à un sujet de discussion, tandis que d'autres permettent de répondre à un message en particulier.

**2) Les forums nécessitent un code de conduite.**

Beaucoup de forums exigent l'acceptation d'une charte avant toute participation. Une telle charte régit l'usage qui peut être fait du forum. Le webmestre a normalement une fonction d'administrateur et de modérateur, cette dernière pouvant être déléguée à une ou plusieurs personnes utilisatrices régulières du forum.

**Les modérateurs** sont chargés de veiller au respect de la charte et de limiter d'éventuelles tensions entre participants (par exemple, en éditant les messages générateurs de tensions ou en interdisant l'envoi de nouveaux messages à un des participants). Certains pays se sont dotés d'une législation précise qui impose aux gérants de forum une surveillance préventive du contenu des messages postés.

Le non respect de la charte d'utilisation d'un forum (insultes, xénophobie etc) peut conduire l'équipe de modération à supprimer un compte et engager des poursuites qui pourra supprimer le compte utilisateur de la personne.

**3) Organisation des discussions et des messages**

L'ensemble des discussions est généralement visible par ses participants, et éventuellement par les membres du forum ou même par tous les internautes.

On distingue donc deux possibilités de présentation : **un modèle chronologique**, où chaque message est au même niveau et ne fait que suivre ou précéder un autre message dans le temps ; **un modèle hiérarchique**, où chaque message est vu comme une réponse à un message antérieur. **Tous ces fils de discussions sont souvent regroupés en thématiques**, un même forum pouvant accueillir plusieurs thématiques, voire plusieurs regroupements de thématiques.

**4) Quelques exemples de forum littéraire**

. lire :fr	<a href="http://www.lire.fr/forum/homeForum.asp">http://www.lire.fr/forum/homeForum.asp</a>
. Plume d'argent	<a href="http://plumedargent.xooit.com/index.php">http://plumedargent.xooit.com/index.php</a>
. Schmul.net	<a href="http://www.schmul.net/forum/index.php">http://www.schmul.net/forum/index.php</a>
. 1001BD	<a href="http://www.1001bd.com/forums_BD/index.php?act=home">http://www.1001bd.com/forums_BD/index.php?act=home</a>
. BD Info	<a href="http://www.bandedessinee.info/">http://www.bandedessinee.info/</a>
. Zazieweb.fr	<a href="http://www.zazieweb.fr/site/forums.php">http://www.zazieweb.fr/site/forums.php</a>