

## a. Se poser trois questions au préalable

1. Qu'est-ce que je cherche exactement ?
  - **La nature de l'information recherchée (Quoi).** S'agit-il d'une adresse ? De statistiques ? D'articles de presse ? En quelle langue est-ce que je souhaite trouver cette information ?
2. Pour quoi faire ?
  - **Les objectifs (Pourquoi).** A quoi cette information va-t-elle servir ? Satisfaire une curiosité personnelle ? Prendre une décision ? Préparer un cours, un exposé ?
3. Le Web est-il le moyen le plus rapide ?
  - **Les outils, les méthodes, les stratégies (Comment).** Quels sont les moyens dont je dispose ? Avec quel(s) outil(s) : un annuaire et/ou un moteur ? Avec quelle méthode : quels mots-clés, quelle syntaxe, quel mode de recherche, simple ou avancée ?
  - *Exemple : vous cherchez la définition d'un mot que vous n'avez pas compris dans un livre que vous êtes en train de lire. Le recours au dictionnaire est plus adapté qu'Internet.*

## b. Utiliser une bonne stratégie

### • Principales différences entre annuaires et moteurs

Les annuaires (comme Yahoo)	Les moteurs (comme Google)
- <b>Indexation</b> : par des documentalistes.	- <b>Indexation</b> : par des robots.
- <b>Recherche</b> : sur des sites et des catégories.	- <b>Recherche</b> : en texte intégral, sur des pages Web
- <b>Avantages</b> : choix des informations, classement raisonné par catégories et sous-catégories.	- <b>Avantages</b> : plus d'exhaustivité, mise à jour plus
- <b>Inconvénients</b> : moins d'exhaustivité, mise à jour moins rapide.	- <b>Inconvénient</b> : capture de pages Web sans class
- <b>A retenir</b> : l'exploration des catégories s'avère souvent plus fructueuse que celle des sites.	- <b>A retenir</b> : la recherche par mots-clés donne de r sur les moteurs.
<b>Les annuaires pour</b> : (i) explorer un sujet ; (ii) trouver des sites ressources dans un domaine ; (iii) trouver des sites similaires.	<b>Les moteurs pour</b> : (i) trouver une information pré personne, un organisme, un produit ; (ii) effectuer c complexes ; (iii) repérer des sites récents non index annuaires...

- **La langue** : évitez les mots d'une langue autre que celle du moteur.
- **Le type de mots** : choisissez de préférence des noms, utilisez les autres mots (verbes, adjectifs, adverbes, pronoms) plutôt dans les expressions entre guillemets.
- **Le nombre de mots** : plus il y a de mots, plus la question se restreint ; un seul mot peut suffire ; essayez de ne pas dépasser 3 mots au départ.

- **L'ordre des mots** joue parfois un rôle sur certains moteurs : quels mots sont prioritaires ? commencer par les mots les plus importants.
- **Les saisir correctement** : faut-il saisir la requête en minuscules ou en majuscules ? au singulier ou au pluriel ? avec des lettres accentuées ? (*aide en ligne de l'outil utilisé*).
- **Les principes d'interrogation d'une base les plus courants**

## a. Les opérateurs : et, ou, sauf

- **et (and)**: sert à combiner divers mots-clés de façon à ce qu'ils correspondent simultanément à l'objet de la recherche.
- **ou (or)** : sert à combiner divers mots-clés de façon à ce qu'au moins l'un d'eux se retrouve dans l'objet de la recherche.
- **sauf (not)** : sert à éliminer un concept non pertinent à l'objet de la recherche.

## b. La troncature :

- permet de retrouver les variantes d'un terme (singulier et pluriel) ;
- permet de masquer une lettre dans une chaîne de caractères.
  - ? le point d'interrogation représente une seule lettre n'importe où dans le mot.
  - l'astérisque représente tous les caractères possibles après la dernière lettre.

## • Analyser le résultat de la recherche

**Une page de résultats s'affiche**, vous pouvez évaluer la pertinence de votre requête (les résultats obtenus sont-ils suffisants ? sont-ils pertinents ?) en analysant les adresses des sites proposés (URL).

Ces adresses vous indiquent :

- a. **quel est le pays d'origine du site** - l'URL d'un site français se terminera par .fr, celle d'un site libanais par .lb, etc. ;
- b. **à quelle catégorie appartient ce site** - l'URL d'un site vous permet d'identifier qui fournit l'information : une institution officielle ? une association ? une entreprise de type commercial ? etc.

Toutes ces informations sont précieuses car elles vous permettent, sans ouvrir le site, d'évaluer a priori la nature et la fiabilité des informations qu'il propose. Vous pouvez ainsi n'ouvrir que les plus pertinents.

**Si les résultats ne sont pas satisfaisants**, vous devez vous demander si cela vient de la requête ou de l'outil choisit.

**a. Vous devez modifier la requête** si la recherche donne :

- **trop de « bruit »** (*trop de résultats inutiles*) : (i) restreignez la question en utilisant des mots-clés plus pointus ; (ii) utilisez l'opérateur « sauf » pour exclure les mots générateurs de « bruit » ; (iii) précisez éventuellement le pays et/ou la langue.
- **trop de « silence »** (*pas assez de réponses*) : élargissez la question (i) en utilisant des termes plus larges ; (ii) en utilisant des synonymes (avec OU).
- **Sinon, essayez de changer d'outil** :
- trouvez un outil mieux adapté à la recherche.

- trouvez un outil du même type plus performant.

### c. Evaluer l'information

- **Pour affiner l'évaluation**, vous pouvez essayer d'identifier :

- L'auteur du document (Qui)** : l'auteur est-il identifié ? peut-on le contacter ? est-ce un spécialiste du domaine ? s'exprime-t-il au nom d'une institution ou à titre personnel ?
- La nature du site (Quoi)** : s'agit-il d'un site institutionnel, associatif, commercial ? sa compétence sur le sujet/sa fiabilité sont-elles reconnues ? quelle est la pertinence des informations fournies pour moi ? quel est l'intérêt des documents fournis ?
- La provenance de l'information (Où)** : de quel pays provient le site ? l'information fournie concerne-t-elle un pays particulier ?
- L'actualité de l'information (Quand)** : la date du document est-elle indiquée ? si oui, nécessite-t-elle une actualisation ?
- Les objectifs (Pourquoi)** : quels sont les objectifs du site (du document) ? quel est le public visé ?
- Comment** : (i) se présente le document (est-il structuré, les sources bien indiquées) ? (ii) accède-t-on à l'information (information gratuite ou payante) ?

**Astuce** : dans Google

- all related site:www.ndj.edu.lb [1]
- all similare related:www.ndj.edu.lb [1]
- referring to link:www.ndj.edu.lb [1]

### Sources utilisées

- Dossier Educnet (Ministère de l'Education nationale français) : Rechercher sur Internet, guide.
- Les fiches pédagogiques du Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information : comment naviguer sans se perdre ?

**Source URL (modified on 02/12/2014 - 09:54):**

[http://www.ndj.edu.lb/grands/projet\\_social/rechercher-information-internet](http://www.ndj.edu.lb/grands/projet_social/rechercher-information-internet)

### Links

[1] <http://www.ndj.edu.lb>