



Recherche Internet : connaissent-ils vraiment?

Danielle Thibault,
Enseignante
Techniques de la documentation
Cégep de l'Outaouais

La recherche à distance

Avant le Web

- 1970 Terminal, mode commandes
- 1980 Micro-ordinateur, mode commandes
- 1990 Cédéroms, mode Menu
- 2000 *Le Web, langage naturel*





Les outils de recherche

Les perceptions des utilisateurs

Les outils de recherche (1)

Les portails

Site Web dont la page d'accueil propose, en plus d'un moteur de recherche, des hyperliens avec une foule d'informations et de services utiles et attrayants, qui est conçu pour guider les internautes et faciliter leur accès au réseau.



On les confond avec les sites
Web

Les outils de recherche (2)

Les répertoires

se donnent comme but de fournir une liste thématique (et souvent commentée) de tous les sites Web

*provenant d'une région particulière, ou même à travers le monde - répertoires généraux

Yahoo

*pour une discipline ou un thème particulier - répertoires spécialisés

Associations professionnelles



On les confond avec les
moteurs de recherche

Les outils de recherche (3)

Les méta-moteurs

- 1 seule requête simultanée sur plusieurs moteurs et annuaires
- 2 catégories :
comparatifs

Webcrawler, Copernic

cartographiques

Kartoo, Gooker



Ils sont peu utilisés

Les outils de recherche (4)

Les moteurs de recherche

permettent une recherche plein-texte à travers le contenu d'un grand nombre de pages Web à travers le monde.

Alta Vista, Excite, Lycos

Les outils de recherche (5)

Et,





Parmi les moteurs les plus utilisés

78% des internautes l'utilisent,
mais est-il le meilleur?

Les habitudes de recherche

Les études sur la question

- Leur nombre
- Leurs buts



Les adultes



- Leur nombre
- Leurs buts
- Comment formulent-ils leurs requêtes
- Leur degré de satisfaction

Quelques statistiques

Selon Statistiques Canada, 68% des adultes ont utilisé Internet en 2005.

Tranche la plus

- Jeune (18 -44 ans)
- Scolarisée
- À l'aise financièrement

Leurs buts

Principalement (90%) à partir de leur domicile, pour

- le courrier électronique (91%)
- la recherche en général (84%)
- la consultation de la météo ou l'état des routes (67%)
- la préparation d'un voyage (63%)
- l'information sur les nouvelles ou les sports (62%)
- pour des fins d'éducation (43%)

Leurs requêtes

Selon une étude conduite au Québec en 2007 par Skooiz et Mastodonte Communication la majorité des internautes utilise,

- 48,9% 2 mots
- 31%, 3 mots
- 9,5% 1 mot
- 11%, 4 mots

Leur degré de satisfaction

Presque tous sont satisfaits (85%)

La majorité des utilisateurs n'irait pas au-delà de la 1^{re} page

Les jeunes

- **Comment formulent-ils leurs requêtes?**
Comme les adultes
- **Leur degré de satisfaction**
Satisfaits dans l'ensemble, mais conscients des info-pollutions



Formation à l'évaluation

- Pourquoi?
- Comment?
- Qui?



Pourquoi?

- Masse énorme de ressources **gratuites**, les plus diverses dépourvues de tout contrôle.
- Sites à « **visée éducative** » sans aucune validation scientifique deviennent des instruments de référence très fréquentés.
- Instruments de recherche les plus utilisés sont produits par des **entreprises commerciales**.

Comment?

Critères d'évaluation



- L'auteur de la ressource
- L'actualité
- L'objectif du site
- La validation de l'information
- L'organisation du site

Comment?

Grilles d'évaluation

Université Laval

http://www.fl.ulaval.ca/icarish/guide/module_3/criteres/m3_crit_grille.html

EBSI

<http://www.ebsi.umontreal.ca/jetrouve/internet/evalsite.htm>

CATÉGORIE D'ANALYSE	PERMET DE MESURER	CRITÈRES D'ANALYSE
<u>Responsables</u>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Crédibilité ■ Exactitude 	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>Auteur</u> ■ <u>Éditeur</u> ■ <u>Évaluateurs</u>
<u>Raison d'être</u>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Crédibilité ■ Utilité 	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>Fonction</u> ■ <u>Public visé</u> ■ <u>Objectifs communicationnels</u>
<u>Valeur intrinsèque</u>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Utilité ■ Exactitude 	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>Originalité</u> ■ <u>Véracité et vérifiabilité</u> ■ <u>Ampleur et profondeur</u> ■ <u>Langage</u> ■ <u>Respect des normes</u>
<u>Actualité</u>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Utilité ■ Exactitude 	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>Date</u> ■ <u>Âge des références et des liens</u> ■ <u>Stabilité</u>



Section Internet



1

J'évalue un site Web

Auteur non mentionné, informations erronées, mise à jour peu fréquente, navigation difficile, publicité intrusive, atteinte à la vie privée, etc. Évaluer la totalité d'un site Web n'est pas une tâche facile. Voici quelques pistes.

Voir aussi : [Évaluation du contenu de pages Web](#)

Nom du site :

Type d'information ou de service :

Public-cible : Langue :

Adresse URL :

Site évaluée par : Date :

QUESTIONS

RÉPONSES

Auteur du site

(les renseignements sur l'auteur sont généralement sur la page d'accueil)

	Oui	Non	Je ne sais pas
1. L'auteur du site est identifié	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. La fonction et/ou les compétences de l'auteur sont mentionnées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. L'auteur est affilié à un organisme officiel à une entreprise privée l'auteur est un particulier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. L'adresse de courriel de l'auteur ou du webmestre est disponible	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Commentaire :



The image features a light blue background with a fine grid pattern. At the top and bottom, there are decorative horizontal bands of wavy, brush-stroke-like lines in a darker blue color. The word "QUI?" is centered in the upper half of the page.

QUI?