



Révision: Marie-Annick Thabaud  
Infographie: Patrice St-Amour et Luisa da Silva

**Catalogage avant publication de  
Bibliothèque et Archives Canada**

Sarrasin, Nicolas  
Le petit guide de l'Internet

1. Internet - Guide, manuels, etc.  
I. Dumont, Dany. II. Titre.

TK5105.875.I57S37 2006 004.67'8 C2006-941233-2

**DISTRIBUTEURS EXCLUSIFS:**

- Pour le Canada et les États-Unis:  
**MESSAGERIES ADP\***  
955, rue Amherst  
Montréal, Québec H2L 3K4  
Tél.: (514) 523-1182  
Télécopieur: (450) 674-6237  
\* division du Groupe Sogides inc.,  
filiale du Groupe Livre Quebecor Média inc.
- Pour la France et les autres pays:  
**INTERFORUM**  
Immeuble Paryseine, 3, Allée de la Seine  
94854 Ivry Cedex  
Tél.: 01 49 59 11 89/91  
Télécopieur: 01 49 59 11 33  
**Commandes:** Tél.: 02 38 32 71 00  
Télécopieur: 02 38 32 71 28
- Pour la Suisse:  
**INTERFORUM SUISSE**  
Case postale 69 - 1701 Fribourg - Suisse  
Tél.: (41-26) 460-80-60  
Télécopieur: (41-26) 460-80-68  
Internet: www.havas.ch  
Email: office@havas.ch  
**DISTRIBUTION: OLF SA**  
Z.I. 3, Corminboeuf  
Case postale 1061  
CH-1701 FRIBOURG  
**Commandes:** Tél.: (41-26) 467-53-33  
Télécopieur: (41-26) 467-54-66  
Email: commande@ofl.ch
- Pour la Belgique et le Luxembourg:  
**INTERFORUM BENELUX**  
Boulevard de l'Europe 117  
B-1301 Wavre  
Tél.: (010) 42-03-20  
Télécopieur: (010) 41-20-24  
http://www.vups.be  
Email: info@vups.be

---

Pour en savoir davantage sur nos publications,  
visitez notre site: **www.edhomme.com**  
Autres sites à visiter: www.edjour.com  
www.edtypo.com • www.edvlb.com  
www.edhexagone.com • www.edutilis.com

---

08-06

© 2006, Les Éditions de l'Homme,  
une division du Groupe Sogides inc.,  
filiale du Groupe Livre Quebecor Média inc.  
(Montréal, Québec)

Tous droits réservés

Dépôt légal: 2006  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISBN 10: 2-7619-2249-2  
ISBN 13: 978-2-7619-2249-4

Gouvernement du Québec – Programme de crédit  
d'impôt pour l'édition de livres – Gestion SODEC –  
www.sodec.gouv.qc.ca

L'Éditeur bénéficie du soutien de la Société de développement  
des entreprises culturelles du Québec pour son programme  
d'édition.



Le Conseil des Arts du Canada  
The Canada Council for the Arts

Nous remercions le Conseil des Arts du Canada de l'aide  
accordée à notre programme de publication.

Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du  
Canada par l'entremise du Programme d'aide au développe-  
ment de l'industrie de l'édition (PADIÉ) pour nos activités  
d'édition.



*Ce que j'ai voulu faire, Phèdre, c'est trouver le moyen de transformer  
le chaos de l'information qui vous paralyse en ce que Pythagore  
appelait le cosmos: un monde imprégné d'ordre, d'harmonie...*

DOMINIQUE COLLIN, *L'Encyclopédie de Phèdre*

## Préface

On attribue la création du Web, à la toute fin des années 1980, à Tim Berners-Lee, professeur au MIT (Boston). Le trait de génie de ce chercheur ? Rendre utilisable par le grand public un système d'*internetting* (interréseautique) mis en place dès 1969 dans quelques universités américaines : l'ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*). C'est à cet homme célèbre que l'on doit des acronymes désormais familiers, tels que « HTML » (*Hypertext Markup Language*) ou « WWW » (*World Wide Web*).

Le mot anglais *Web*, dont la traduction française est « toile d'araignée », explique parfaitement ce qu'il désigne. Imaginez de très petits réseaux d'ordinateurs raccordés à d'autres petits réseaux locaux, le tout branché sur de plus grands réseaux nationaux, puis internationaux et ainsi de suite. L'image que vous obtenez ressemble à un tissu fort complexe de points et de petites lignes. Elle est extraordinaire, mais ce qu'elle représente l'est plus encore : chaque point peut communiquer avec n'importe quel autre en utilisant n'importe quel chemin.

Cinq ans après la création du Web, l'apparition des premiers logiciels fureteurs, dont Netscape, ainsi que celle des fournisseurs de services Internet ici et là dans les pays industrialisés provoquèrent un développement phénoménal de la Toile. On connaît la suite. Les impacts social, économique et culturel ont été tels que des universitaires accordent aujourd'hui à l'invention du professeur Berners-Lee autant d'importance historique qu'à celle de Johann Gutenberg, 500 ans auparavant : l'imprimerie.

C'est qu'en 12 ans de Web, l'évolution a été très rapide. Les petits modems poussifs ont disparu au profit d'appareils à haute vitesse. Les technologies des communications interpersonnelles (clavardage, messagerie, forums, etc.) se sont répandues dans le monde entier à une vitesse sans précédent. Les contenus Web se sont multipliés dans toutes les sphères d'activités... bonnes ou mauvaises.

Quand l'imprimerie fut inventée, le fait de ne pas savoir lire n'était pas vraiment un handicap social; seule l'élite était capable de déchiffrer un texte. Il s'est écoulé plus de 400 ans avant que l'analphabétisme ne constitue vraiment un problème pouvant pénaliser quelqu'un. Mais dans le cas du réseau Internet et du Web, il faut plutôt parler de 15 ans. Car d'ici peu, les personnes qui ne sauront pas aller chercher des informations sur le Web seront réellement pénalisées. L'utilisation de la Toile est une tendance lourde, une tendance irréversible. Tout comme nous ne pourrions revenir, même si nous le voulions, à l'ère du téléphone à cadran, des commerces fermés le dimanche ou des vêpres du dimanche soir, nous ne pourrions revenir à celle où le Web n'existait pas. L'Internet commence à faire partie de notre quotidien, au même titre que le four à micro-ondes, le réfrigérateur et le lave-vaisselle.

D'où l'importance d'un livre comme celui-ci. Voici un ouvrage sans autre prétention que celle d'être utile. Conçu par des experts ayant pour objectif de rendre l'Internet accessible à tous, il fait le tour du sujet sans obliger les lecteurs à se techniciser. Je suis bien placé pour savoir qu'il est beaucoup plus difficile d'écrire simplement afin d'être compris par la majorité des gens que de le faire pour quelques-uns dans une langue plus hermétique. En ce sens, je rends hommage à Nicolas Sarrasin et à Dany Dumont, les auteurs de ce « petit guide » aussi peu prétentieux qu'il est à propos.

NELSON DUMAIS,  
journaliste, spécialiste des technologies de l'information

## Introduction

Depuis l'avènement de l'Internet, la quantité d'informations disponibles a augmenté à une vitesse vertigineuse. L'Internet est devenu ce miracle virtuel qui permet à chacun d'obtenir en quelques clics de souris les inestimables informations qui nourriront ses projets, ses travaux ou ses recherches et qui, surtout, éveilleront sa curiosité.

Des centaines de millions de recherches sont effectuées sur l'Internet chaque jour, 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 l'Internet, des informations, il y en a beaucoup ! Il y en a peut-être même un peu trop ! Aussi, comme de nombreux internautes, vous avez peut-être de la difficulté à trouver celles dont vous avez besoin. Ce guide a donc été écrit pour vous.

Souhaitez-vous trouver sur l'Internet de véritables mines de renseignements utiles ? Désirez-vous y voir clair malgré le nombre infini des informations fournies ? Dans les pages qui suivent :

- vous découvrirez les moteurs de recherche qui vous permettront de trouver les informations les plus pertinentes ;
- vous apprendrez comment dénicher les informations que les moteurs de recherche ne vous livrent pas facilement ;
- vous développerez vos aptitudes pour obtenir précisément les données qu'il vous faut ;
- vous découvrirez comment trouver des images et des vidéos ;
- vous apprendrez même comment magasiner et acheter sur l'Internet !

Ce guide a été conçu pour vous aider à exploiter simplement les nombreuses ressources que vous offre l'Internet. Il est un peu comparable à un expert

en recherches que vous auriez en permanence sous la main. Nous avons fait en sorte que chaque chapitre soit indépendant des autres. Par conséquent, nous nous sommes vus dans l'obligation de répéter certains passages (notamment ceux relatifs aux précautions à prendre et aux modes de paiement lors d'achats sur l'Internet). Ne considérez donc pas ces redites comme des erreurs, mais comme des preuves de notre souci de faciliter votre apprentissage.

À chaque minute qui passe, l'Internet nous fournit de nouvelles possibilités. Toutefois, ce ne sont pas seulement les informations qui nous permettent d'agir efficacement, mais ce que nous en faisons. Ce livre vous aidera donc à y voir plus clair, pour transformer l'Internet en un outil grâce auquel vous réussirez avec brio toutes vos activités!

## Chapitre 1

# LES MOTEURS DE RECHERCHE GÉNÉRALISTES



*Obtenir des informations sur Internet équivaut un peu  
à boire de l'eau avec une lance à incendie.*

MITCHELL KAPOR

**D**epuis plusieurs années, l'Internet est devenu une source d'informations indispensable ; chacun y trouve ce qui enrichit son travail, ses projets et ses centres d'intérêt. Parallèlement, la possibilité pour tout le monde d'obtenir des informations intéressantes s'est vite imposée, et les moteurs de recherche ont commencé à pulluler. Face à la foison d'informations accessibles, les internautes se sont mis à utiliser les moteurs de recherche mis à leur disposition. De ce fait, les moteurs de recherche sont, avec le courriel, les outils les plus utilisés sur l'Internet.

Malheureusement, on ne tient pas toujours compte des bons critères lorsque l'on choisit un moteur de recherche. Par exemple, la présentation du site ou les services gratuits sont absolument inutiles quand il s'agit de trouver des renseignements pertinents. Et les moteurs de recherche ne sont pas tous égaux devant l'information. Alors, qu'est-ce qui définit un bon moteur de recherche ? Quels sont les moteurs les plus efficaces pour trouver des informations générales ? Dans ce chapitre, nous allons tenter de répondre à ces questions.

## QU'EST-CE QUI FAIT UN BON MOTEUR DE RECHERCHE ?

Un bon moteur de recherche en est un qui nous permet d'obtenir le plus facilement possible les informations dont nous avons besoin. Bref, c'est un outil grâce auquel nous trouvons ce que nous cherchons ! Mais, sur ce plan-là, tous les moteurs de recherche ne sont pas équivalents. Certains sont plus performants que d'autres, parce qu'ils indexent plus efficacement le contenu d'Internet et fournissent davantage de résultats adéquats. Or, cela peut faire toute la différence entre la possibilité et l'impossibilité de trouver ce que nous cherchons.

Dans les pages qui suivent, vous découvrirez ce qu'il est important de savoir au sujet des moteurs de recherche. Pour le moment, nous n'allons voir que les plus importants d'entre eux. Ce sont les moteurs de recherche généralistes.

## LES QUATRE GRANDS MOTEURS DE RECHERCHE GÉNÉRALISTES

Lorsque vous cherchez une information, vous utilisez fort probablement un moteur de recherche généraliste. Ce type de moteur tente de couvrir la plus grande quantité possible d'informations présentes sur l'Internet. Depuis quelques années, Google a pris la première place dans ce domaine. Mais la compétition entre quelques grandes compagnies se révèle féroce.

Depuis peu, les services de recherche et développement des sociétés comme Google ont doté leurs moteurs de recherche d'excellentes capacités. C'est la raison pour laquelle les quatre moteurs que nous vous présenterons – Google, Yahoo!, MSN Search et Ask – risquent de surprendre à mesure qu'ils donneront accès à de nouvelles informations. Voyons de plus près en quoi consistent ces moteurs.



Nous vous donnerons surtout des références francophones. Lorsque nous vous indiquerons des références anglophones, ce sera parce qu'elles sont très utiles et ne connaissent pas d'équivalent en français. Cependant, seule l'interface de recherche sera en anglais. Autrement dit, un moteur de recherche en anglais pourra vous permettre de chercher des mots en français.

### GOOGLE (EN ANGLAIS, EN FRANÇAIS ET EN BIEN D'AUTRES LANGUES)

Qui ne connaît pas Google? Google est actuellement le moteur de recherche le plus utilisé en Occident, et cela depuis près de cinq ans. La raison de son succès? Son efficacité et sa simplicité, évidemment! Dès le début, c'est grâce à la qualité de ses résultats qu'il a rapidement acquis sa grande renommée. Mais son objectivité lui a aussi permis de se démarquer des autres moteurs de recherche. En effet, la mission de Google consiste à fournir sans distinction les informations les plus appropriées et les meilleures sur le plan du contenu, ce qui n'est pas le cas d'autres compagnies, moins efficaces ou davantage axées sur les profits...

Google vous offre une interface simple et dépouillée. Vous n'avez qu'à inscrire vos mots-clés dans le formulaire prévu à cet effet. Bien entendu, il existe certaines manières d'obtenir des résultats de recherche plus pertinents que d'autres. C'est ce que nous verrons dans les chapitres 3 et 4 de ce guide.

## LE SITE PRINCIPAL DE GOOGLE

<http://www.google.com><sup>1</sup>

Google pour la France

<http://www.google.fr>

Google pour le Canada

<http://www.google.ca>

Google pour la Belgique

<http://www.google.be>

Google pour la Suisse

<http://www.google.ch>



## LA LISTE DES RÉSULTATS DE GOOGLE (Voir illustration à la page suivante.)

Dans chaque page de résultats de recherche, Google vous donne certaines précisions. Voici les différentes informations fournies pour chaque résultat :

14

- ① Le nom de la page web.
- ② Une description de son contenu.
- ③ L'adresse Internet (ou URL<sup>2</sup>).
- ④ Le poids de la page (en kilo-octets).
- ⑤ La dernière version de la page présente dans la mémoire de Google.
- ⑥ Les pages similaires. Vous pouvez rechercher des sites Internet similaires à chacun de ceux figurant sur la liste des résultats. Par exemple, si vous cherchez des informations sur le temps en utilisant le mot-clé « météo » et que vous trouvez des pages relatives aux prévisions météorologiques, vous pouvez obtenir une liste d'autres sources de prévisions météo en cliquant sur « pages similaires ».

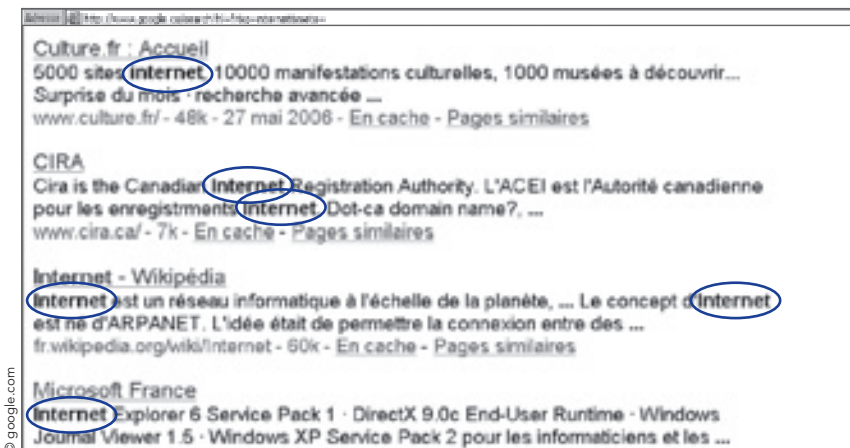
1. Ce guide vous propose de nombreuses adresses Internet. Lorsque vous en inscrirez une dans votre navigateur (comme Internet Explorer) pour consulter l'un des sites mentionnés, vous pourrez omettre de recopier «<http://>» au début.

2. Ce sigle correspond au terme anglais *Uniform Resource Locator*. En français, on pourrait traduire littéralement ce terme par «*repère uniforme de ressource*». C'est l'adresse qui permet d'unifier un ensemble de contenus sur Internet.



Comme vous l'avez sans doute remarqué, dans toute sa liste des résultats, Google fait ressortir vos mots-clés en les mettant en caractères gras.

15



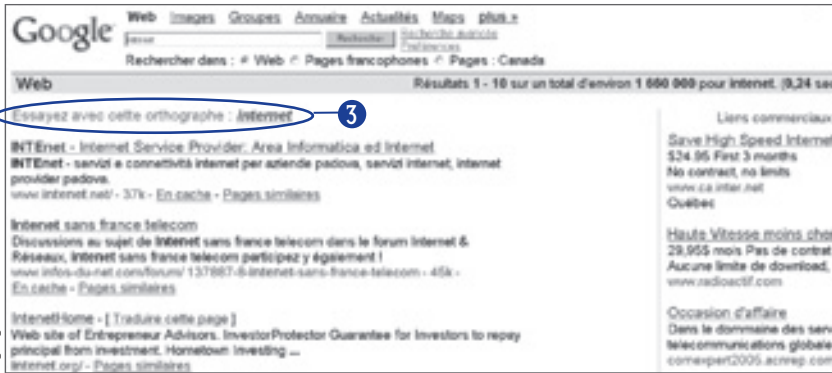
À l'occasion, Google vous fournira aussi, au début des résultats, des informations complémentaires en ce qui concerne votre recherche :

- 1 Des liens commandités. Il s'agit de publicités ciblées qui peuvent vous offrir des informations complémentaires. Par souci de clarté, Google met la publicité à l'écart pour éviter qu'elle se confonde avec les résultats.
- 2 Outre la recherche générale, Google vous offre différents services complémentaires, comme la recherche d'images<sup>3</sup>. Vous n'avez qu'à cliquer sur les onglets **Images**, **Groupes**, **Actualités**, etc., pour effectuer des recherches dans ces domaines spécialisés. Au chapitre 4, nous vous expliquerons en détail comment faire des recherches avancées.



- 3 Notez enfin que Google vous présente des suggestions si vous n'avez pas orthographié correctement vos mots-clés (voir illustration à la page suivante).

3. Dans le chapitre 7, nous vous donnerons plus de détails sur la recherche d'images.



### YAHOO! (EN ANGLAIS, EN FRANÇAIS ET EN BIEN D'AUTRES LANGUES)

Certains moteurs de recherche ont d'abord été connus en tant qu'annuaires<sup>4</sup>. C'est le cas de Yahoo!. Bien que Yahoo! soit, de ce fait, difficile à classer, nous avons choisi de le mettre dans la catégorie des moteurs de recherche en raison de l'excellente qualité de ses résultats. Comme Google, Yahoo! vous propose de remplir une case dans son formulaire de recherche sur Internet **1**. Mais son interface est plus chargée, car elle contient aussi les différents services offerts par Yahoo! **2**.



17

4. Un annuaire est un ensemble de sites Internet qui sont classés selon certaines catégories, comme « nouvelles » ou « divertissement ». Nous traiterons de ce sujet de façon plus approfondie au chapitre 5.

## LE SITE PRINCIPAL DE YAHOO!

<http://www.yahoo.com>

Yahoo! offre des pages adaptées à plusieurs pays:

**Yahoo! pour la France :**

<http://fr.yahoo.com>

**Yahoo! pour le Canada :**

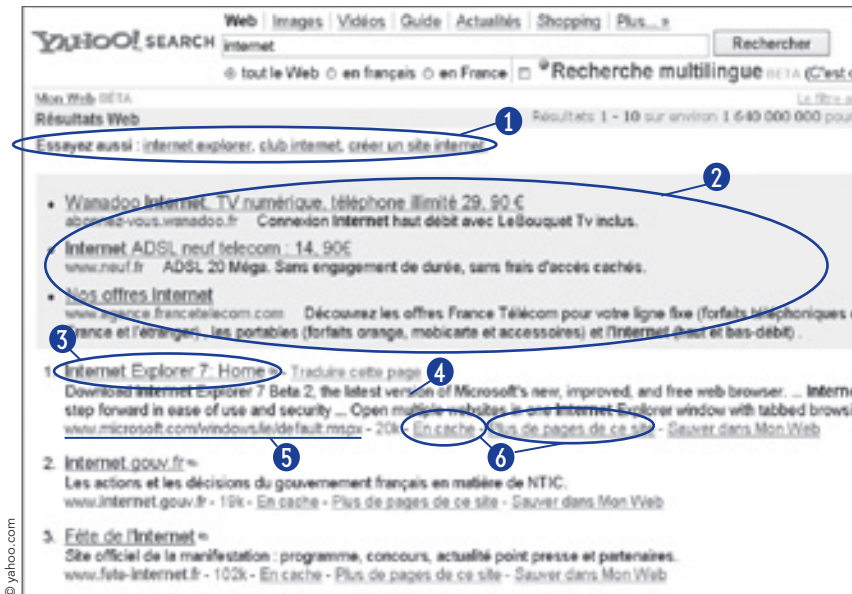
<http://ca.yahoo.com>

Malheureusement, Yahoo! ne possède pas encore de page spécialisée pour la Belgique et la Suisse. Pour plus de détails, consultez la page des sites internationaux de Yahoo! : <http://fr.yahoo.com/world.html>.

## LA LISTE DES RÉSULTATS DE YAHOO! (Voir illustration à la page suivante.)

L'utilisation de Yahoo! est très simple : vous n'avez qu'à entrer les mots-clés de votre recherche dans le formulaire. Quant à la liste des résultats de Yahoo!, nous allons voir ensemble les éléments les plus importants qu'elle contient.

- 1 En premier lieu, Yahoo! vous propose des mots-clés pour affiner votre recherche. Par exemple, si vous cherchez **Internet**, le moteur vous suggère aussi **internet explorer**, **club internet** et quelques autres.
- 2 En second lieu, Yahoo! vous présente quelques liens publicitaires. Ce procédé est assez général, puisque Google met, lui aussi, certains liens commerciaux en tête de liste. Tout dépend évidemment des mots-clés que vous choisissez. Par exemple, si vous inscrivez le mot **hareng**, on ne vous proposera pas d'acheter grand-chose... Cependant, comme Google, Yahoo! distingue clairement les autres sites commandités, en haut et à droite de la page.
- 3 Dans chaque résultat, Yahoo! vous donne le titre de la page. Il vous offre parfois de traduire le contenu de cette page, si vous la choisissez.
- 4 Yahoo! vous fournit ensuite une description de la page. De temps à autre, cette description se résume à une phrase ou ne contient que des mots-clés.
- 5 Puis, Yahoo! vous donne l'adresse Internet du site (ou URL) et son poids (en kilo-octets).
- 6 Comme Google, Yahoo! vous permet de chercher des anciennes versions de la page web ou des pages similaires.



7 Si vos mots-clés sont mal orthographiés, Yahoo! vous propose de les corriger. Il vous suggère également d'autres mots-clés afin de vous aider à préciser votre recherche.

8 Enfin, Yahoo! vous permet de chercher des images ou des vidéos et de magasiner.

19



## MSN SEARCH (EN ANGLAIS ET EN FRANÇAIS)

Depuis peu, Google se fait rattraper par deux moteurs de recherche qui travaillent assidûment à le supplanter: Yahoo!, dont nous venons de parler, et MSN Search. MSN Search vous est gracieusement offert par Microsoft, qui a décidé d'intégrer la recherche sur Internet à l'éventail de ses activités. Étant donné les sommes considérables que cette société a investies pour le rendre efficace, ce moteur devait l'être! Et la réussite est au rendez-vous, car MSN Search donne lui aussi d'excellents résultats.

Microsoft profite cependant de la sortie de son dernier système d'exploitation, Windows Vista, pour proposer la version préliminaire d'un nouveau moteur de recherche, Windows Live (<http://www.live.com>). Nous ne présentons pas ce moteur de recherche ici, car MSN Search demeure, pour le moment, beaucoup plus populaire.

### LE SITE PRINCIPAL DE MSN SEARCH

<http://www.msn.com>

À l'instar des autres grands moteurs de recherche généralistes, MSN Search s'adapte à différents pays:

MSN Search pour la France:

<http://www.msn.fr>

MSN Search pour la Belgique:

<http://www.fr.msn.be>

MSN Search pour la Suisse:

<http://fr.ch.msn.com>

MSN Search pour le Canada:

<http://sympatico.msn.ca>

20



© msn.com

## LA LISTE DES RÉSULTATS DE MSN SEARCH

Comme ses concurrents, MSN Search vous propose de rechercher différents types d'informations sur Internet. Mais à la différence de Google et de Yahoo!, il vous demande d'effectuer votre choix à partir d'un menu défilant vertical, tout en fournissant les mêmes catégories horizontalement. Et il vous offre l'avantage de pouvoir faire des recherches directement dans la grande encyclopédie de Microsoft : Encarta<sup>5</sup>.



Nous ne vous présenterons pas en détail la liste des résultats de recherche de MSN Search, et ce, pour deux raisons. D'abord, parce qu'elle comporte à peu près les mêmes éléments que les listes de Google et de Yahoo! (publicité, nom de la page web, description, URL, etc.). Ensuite, parce que ces éléments sont moins nombreux que ceux contenus dans les listes des deux autres moteurs. Nous vous laissons donc le soin de découvrir vous-même ce moteur de recherche. Mentionnons seulement que, si vous vous trompez, MSN Search vous propose, lui aussi, des mots-clés bien orthographiés.

5. Au chapitre 6, nous aborderons le sujet des encyclopédies.

## ASK (EN ANGLAIS)

Nous ne pouvons terminer cette revue des grands moteurs de recherche généralistes sans mentionner Ask. Même si nous pouvons prévoir que dans les années à venir sa popularité augmentera moins que celle de MSN Search, pour le moment elle est équivalente.

### LE SITE D'ASK

<http://www.ask.com>



22

Ask ne vise rien de moins qu'offrir les meilleurs résultats de recherche sur l'Internet. Pour y parvenir, ce moteur utilise une méthode efficace pour classer les pages web : le niveau d'autorité de chaque page<sup>6</sup>. Cette méthode permet à Ask de se concentrer davantage sur le sujet dont traite chaque page web. Elle consiste à dresser la liste des pages en fonction du nombre d'autres pages web qui y font référence **et qui traitent du même sujet**<sup>7</sup>. Par conséquent, les sites que ce moteur vous présentera en premier seront peut-être les plus pertinents, mais pas nécessairement les plus populaires. Des stratégies de ce genre, c'est-à-dire tenant compte du sujet des pages web, se généraliseront probablement à mesure que les concepteurs amélioreront la qualité des résultats de leurs moteurs de recherche.

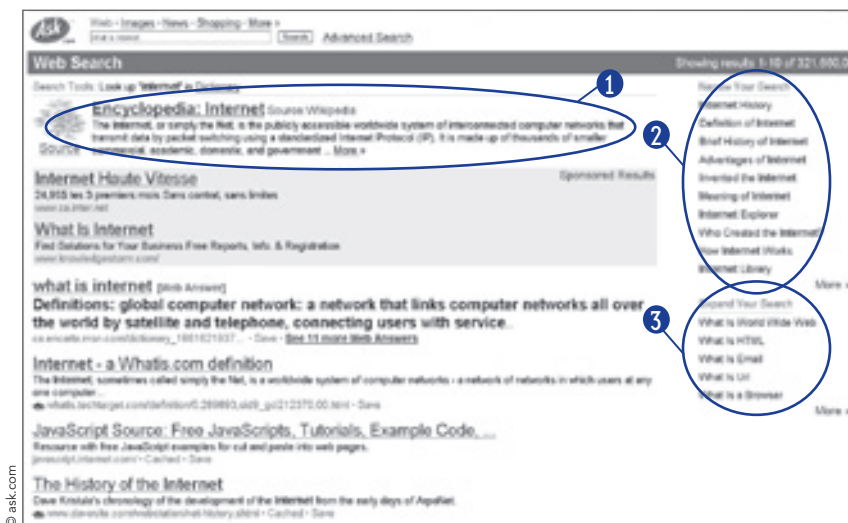
6. Ce que les responsables de ce moteur de recherche nomment la « popularité spécifique au sujet » (Subject-Specific Popularity<sup>MS</sup>).

7. Google a déjà commencé à intégrer cette méthode pour améliorer son fameux PageRank, c'est-à-dire le rang qu'occupe une page par rapport aux autres, naguère calculé seulement à partir du nombre de pages web qui pointaient dans sa direction.

## LA LISTE DES RÉSULTATS D'ASK

Ce moteur de recherche se distingue des autres en ce qu'il vous permet de lui poser des questions sur ce que vous cherchez. Non seulement cette caractéristique rend la recherche plus intuitive, mais elle permet de l'affiner. Hélas, tout se passe en anglais. Ask reconnaît les mots « how », « what », « where », « when » et « who ». Cela lui permet de limiter la recherche et de vous fournir des informations supplémentaires sur le sujet. Par exemple, si vous lui demandez « what is internet? », Ask vous donne d'abord une définition **1**.

La liste des résultats d'Ask fournit à peu près les mêmes informations que celle des autres moteurs généralistes. Notez cependant que vous trouverez, à droite de l'écran, des suggestions pour préciser votre recherche **2**. Enfin, Ask vous propose des moyens d'élargir votre recherche **3**. En vous en servant, vous pourrez obtenir des informations sur des sujets connexes. Cette fonction est particulièrement intéressante, car les autres moteurs ne vous la fournissent pas.



Une version française de ce moteur est présentement à l'essai : <http://fr.ask.com>.

## QUELQUES PROBLÈMES LIÉS AUX MOTEURS DE RECHERCHE

- Le plus gros problème réside sans doute dans la surabondance des résultats, quel que soit le moteur utilisé. C'est la raison pour laquelle il est si important de bien choisir votre moteur et d'utiliser plusieurs des fonctions mises à votre disposition. Ainsi, les résultats que vous obtiendrez seront moins nombreux et plus pertinents. Nous traiterons de ce sujet en détail dans les chapitres 3 et 4.
- Un autre problème, malheureusement assez courant, tient à ce que certains sites auxquels les résultats font référence ne fonctionnent plus. Les moteurs de recherche ne ratissent pas l'Internet assez rapidement pour pouvoir s'assurer que les sites trouvés existent toujours.
- Enfin, les sites évoluent à une telle vitesse qu'on ne peut pas savoir si ceux placés en premier dans la liste des résultats sont vraiment les plus pertinents. En effet, les sites mentionnés ont pu changer énormément entre le moment où ils ont été positionnés sur la liste par le moteur de recherche et le moment où on les consulte.

## À RETENIR

- Il existe quatre grands moteurs de recherche généralistes : Google, Yahoo!, MSN Search et Ask.
- Ces quatre moteurs de recherche sont excellents pour vous aider à trouver des informations générales sur Internet.
- Ces moteurs de recherche s'adaptent aux réalités de différents pays (Google.fr pour la France, par exemple).
- Chacun de ces moteurs vous offre différentes informations pour compléter leurs résultats. Ces informations vous aident à corriger vos mots-clés, à préciser votre recherche, à trouver des sites Internet similaires, etc.

Au-delà des moteurs de recherche que nous avons vus, il en existe un très grand nombre d'autres. Dans ce chapitre, nous vous avons présenté les moteurs généralistes que nous considérons comme les plus importants. Cependant, vous pouvez vous référer à la fin du livre pour obtenir une liste plus complète.

En attendant, pour de plus amples informations sur les moteurs de recherche, vous pouvez consulter les sites Internet suivants :

- <http://www.search-engines-megalist.com> (en anglais)  
Ce site fournit une liste exhaustive des moteurs de recherche qui existent.
- <http://www.allsearchengines.com> (en anglais)  
Ce site donne des informations générales sur les moteurs de recherche.
- <http://searchenginewatch.com> (en anglais)  
Ce site présente les toutes dernières nouvelles concernant les moteurs de recherche.

## À propos des auteurs

**Nicolas Sarrasin** (B.A., M.A.) s'intéresse à la recherche d'informations depuis les débuts de l'Internet. Il est associé de recherche pour InterDoc, une société spécialisée dans la gestion des connaissances. Il offre également des conférences et des séminaires aux organisations et au grand public sur des thèmes qui touchent la psychologie et les sciences de l'information. Auteur de plusieurs autres livres (*Petit traité antidéprime – Quatre saisons dans le bonheur; Albert Camus: un apostolat sanglant; Archéologie de la médecine au Québec – Lecture épistémologique d'un développement*), Nicolas Sarrasin a animé une chronique à la radio pendant près d'un an et rédige des articles pour différentes revues.

Analyste d'affaires, gestionnaire de projets et formateur, **Dany Dumont** (B.A.A.) est un utilisateur actif des technologies de l'information et de l'Internet depuis plus de dix ans. Il se passionne également pour la gestion des connaissances, l'efficacité des processus dans les organisations et la vulgarisation des technologies de l'information. Il termine actuellement une maîtrise en gestion de projets technologiques et travaille en entreprise sur de nombreux projets reliés aux nouvelles technologies et à l'Internet.

# Table des matières

<b>Préface</b> .....	7
<b>Introduction</b> .....	9
<b>Chapitre 1</b> – Les moteurs de recherche généralistes	
Qu'est-ce qui fait un bon moteur de recherche?.....	12
Les quatre grands moteurs de recherche généralistes .....	13
Quelques problèmes liés aux moteurs de recherche .....	24
À retenir.....	25
<b>Chapitre 2</b> – Les autres types de moteurs de recherche	
Les moteurs de recherche spécialisés .....	28
Les métamoteurs de recherche .....	33
Les moteurs de recherche avancés .....	37
Pourquoi ne trouvez-vous pas ce que vous cherchez? .....	39
À retenir.....	40
<b>Chapitre 3</b> – Comment faire des recherches fructueuses sur l'Internet	
Qu'est-ce qu'un mot-clé? .....	42
Comment trouver de bons mots-clés?.....	43
Quelques trucs pour obtenir de meilleurs résultats .....	46
Pourquoi ne trouvez-vous pas ce que vous cherchez? .....	49
À retenir.....	51
<b>Chapitre 4</b> – Comment faire des recherches encore plus fructueuses	
Une première étape pour être efficace : utiliser le formulaire de recherche avancée .....	54
L'efficacité ultime : utiliser directement les fonctions de recherche avancée.....	63
Comment faire des recherches très précises.....	68
Quelques conseils .....	77
À retenir.....	78

<b>Chapitre 5</b> – D’autres outils de recherche très utiles : les portails, les annuaires, les sites gouvernementaux, etc.	
Les portails .....	80
Les annuaires.....	89
Les sites des gouvernements et des autres organisations .....	100
Les sites des associations, des ONG, etc.....	105
Quelques conseils .....	107
Les problèmes auxquels vous pouvez être confronté .....	108
À retenir.....	109
 <b>Chapitre 6</b> – D’autres sources de renseignements : les dictionnaires, les encyclopédies, les médias, etc.	
Les dictionnaires.....	112
Les encyclopédies sur l’Internet .....	114
Des livres en ligne!.....	116
Les médias : une source privilégiée d’information .....	119
À retenir.....	122
 <b>Chapitre 7</b> – Trouver des images et des documents vidéo	
La recherche d’images .....	124
La recherche de documents vidéo .....	133
Quelques astuces, quelques problèmes .....	141
À retenir.....	142
 <b>Chapitre 8</b> – Magasiner avec efficacité sur l’Internet	
Magasiner sur l’Internet: l’art de comparer les produits avant de les acheter.....	144
Vous avez envie d’acheter?.....	153
Quelques astuces .....	158
À retenir.....	159
 <b>Chapitre 9</b> – Acheter des livres et d’autres produits sur l’Internet	
Avant tout, un peu de prudence... ..	162
Acheter des livres et d’autres produits avec Amazon .....	165
Quelques astuces .....	175
Quelques problèmes éventuels .....	176
À retenir.....	177

<b>Chapitre 10</b> – Les enchères sur l’Internet: pour trouver les meilleures aubaines	
eBay: la crème des enchères .....	180
Quelques astuces supplémentaires.....	197
À retenir.....	199
<b>Renseignements complémentaires</b> .....	201
<b>Annexe</b> .....	203

## Renseignements complémentaires

La recherche sur la Toile est un sujet de plus en plus incontournable, et on commence même à parler d'« infolittéracie » ou d'« alphabétisme numérique ». En d'autres termes, pour pouvoir se débrouiller dans la société d'aujourd'hui, il faut pouvoir trouver rapidement des informations pertinentes. C'est la raison pour laquelle nous proposons des conférences et des formations sur la recherche et la gestion des informations personnelles ainsi que sur l'Internet. Ces conférences et ces formations sont idéales pour les organisations qui désirent améliorer leur productivité grâce à la gestion des connaissances. Une formation gratuite est d'ailleurs offerte aux organisations qui se procurent 40 exemplaires et plus du livre auprès de nous. Des formations individuelles sont également offertes. Les détenteurs de cet ouvrage obtiendront 10% de rabais sur le prix habituel de ces conférences et de ces formations. Pour bénéficier de cette réduction, vous n'avez qu'à présenter ce livre lors de votre inscription à chaque activité.

Vous pouvez aussi consulter le site Internet du livre : [www.pourlesgagnants.com](http://www.pourlesgagnants.com), ou encore nous écrire ([info@nicolassarrasin.com](mailto:info@nicolassarrasin.com) ou [dany@danydumont.info](mailto:dany@danydumont.info)). Vos questions et vos commentaires seront les bienvenus. N'hésitez pas non plus à nous faire partager vos astuces, vos difficultés et vos expériences de recherche, qui pourront enrichir les mises à jour de ce petit guide. Enfin, le site de Nicolas Sarrasin fournit des informations complémentaires sur la matière de ce livre ainsi que sur une foule d'autres sujets ([www.nicolassarrasin.com](http://www.nicolassarrasin.com)).