**Les dix règles d'or de la recherche d'information sur**

**Internet**

1. **"Affiner"** savoir poser les bonnes questions :sa question (type de recherche,

sujet précis et objectif, étude des concepts, recherches préliminaires éventuelles),

choisir ses stratégies de recherche. (OA "lorsqu'on a une recherche à faire sur le

web, la première chose à faire, c'est de ne pas aller sur le web")

2. **Maîtriser** les outils de navigation et de recherche : gestion des signets,

récupération des données, répertoires, moteurs et méta-moteurs. Pour les

moteurs, utiliser au moins deux moteurs ayant des approches différentes et

complémentaires.

3. **Trouver** de bons points de repère : annuaires et "bons sites" (associations

professionnelles, experts, usuels du domaine) dans un domaine :

- Retrouver les équivalents de ses sources habituelles (d'où

l'importance d'avoir une idée, même approximative, de l'offre

documentaire dans le domaine recherché).

- Compléter avec les sources originales

- Trouver les répertoires et "méta-pages" spécialisées.

Une adresse fiable qui renvoie directement au sujet d'une recherche constitue un

bon point de départ parce que :

L'administrateur d'un bon site spécialisé est généralement averti de l'existence et

la création des autres sites de la spécialité : Il sélectionne les meilleures

références et parfois les commente ; Il passe du temps sur le réseau dans son

domaine de compétence ; Il met en jeu son expertise.

4. **Toujours analyser** l'information : recouper l'information, faire preuve d'esprit

critique, évaluer rapidement

5. **Utiliser** en cours de recherche son carnet d'adresses pour garder trace des sites

ou pages intéressants mais momentanément hors sujet, et "noter" rapidement les

ressources enregistrées.

6. **Savoir se limiter** dans le temps : ne pas se rendre esclave d'une recherche

d'exhaustivité à tout prix, ne pas s'obstiner en vain. Internet contribue souvent à

répondre à la question "où trouver" (chercher l'info qui conduira à l'info).

7. **Choisir** les bons mots-clés

8. **Rester clair** sur ses objectifs, sa stratégie et ses critères de choix établis

auparavant face à "l'hyper-choix". Rester vigilant sur la trajectoire parcourue et

celle qui reste à parcourir. "on ne doit pas rechercher l'info de la même manière

suivant que l'on est novice ou expert sur un sujet.

Le novice recherche les sites web les plus riches et les plus visités. Il n'a pas de

temps à perdre et veut éviter le bruit. Il obtient des résultats rapides, après la

phase d'acclimatation au problème.

L'expert n'est pas intéressé par les sites classiques. Il recherche au contraire le

bruit afin de trouver le "signal faible" qui lui donnera l'avantage. Il est prêt à y

consacrer beaucoup de temps. (il fait beaucoup d'efforts pour des résultats

marginaux)

9. **Conjuguer harmonieusement** recherche dans les outils classiques, web

invisible, presse et actualité et navigation hypertexte : la recherche d'information

sur Internet est un processus itératif qui oblige à passer par différents modes

d'accès à l'information.

10.**Etre "agile"** : développer une lecture rapide, lancer plusieurs recherches à la

fois, savoir rebondir d'une information à l'autre, d'un outil à l'autre, d'un article à

une institution. Se souvenir qu'il n'existe pas de méthode infaillible et que

chercher l'information sur Internet, c'est avant tout un état d'esprit. Ainsi, si je

cherche le premier producteur de statistiques en Irlande, je peux commencer,

sans trop de risques d'erreurs, par faire l'hypothèse que l'INSEE propose des liens

vers ses homologues européens.

***Faut-il commencer une recherche sur Internet ?***

Internet est-il complémentaire à d'autres supports ou se suffit-il à lui-même ? . On

trouvera rarement matière à une étude complète d'un sujet via Internet (test :

essayez avec un sujet que vous connaissez bien = vous serez toujours très déçu). Par

contre, bien (et rationnellement utilisé) le Web sera souvent plus rapide et moins

cher que d'autres supports pour des recherches de type "questions-réponses".

Enfin, Internet et ses différents services (mail, newsgroups, mailing lists) se prêtent

bien à la pratique de la veille, de part leur caractère mouvant, décloisonné,

international.