**La recherche bibliographique sur internet**

 Mener une recherche bibliographique sur Internet parait simple à priori. Beaucoup de personnes pensent qu’Internet apporte la solution rapide au manque de documentation récente. En partie, cela peut être vrai. En réalité, une question mal cernée, des mots clés imprécis (ou trop précis), un outil de recherche choisi sans réflexion préalable et le chercheur peut se retrouver noyé dans des milliers, voire des millions de pages à visiter et n’obtient au contraire qu’une maigre liste de résultats.

 Pour bien tirer parti d’Internet, il est indispensable d’avoir au préalable acquis certaines connaissances sur ce réseau et sur les outils de recherche mis à sa disposition.

 **Internet :** Réseau d’interconnexion d’ordinateurs permettant l’échange et la mise en commun d’informations ou services en ligne. Il représente physiquement la connexion d’un ordinateur via un modem à un réseau téléphonique ou autre permettant l’échange de données.

 **Quelques données sur Internet :** Les types de domaines présents sont très diversifiés, un domaine peut être géographique (Fr, dz…) ou organisationnel ( edu, org,com…)

\_ Gouvernement : (.gov) information des citoyens, interconnexion des services et ambassades, du gouvernement de manière général.

¬ Affaires : (.com) bourse en ligne, vente d’articles ou de services en ligne, annonce publicitaire en ligne…

 ¬ Education : (.edu) l’échange technique et de technologies avancées, la formation à distance, visioconférence…

¬ Universitaires : (.univ) échange de documentation scientifique, échange d’expérience et de techniques… ¬ Domestique : (.com) culture générale, messagerie et chat, achat en ligne…

 ¬ Association : (.asso) culture générale, information ciblée, …

 ¬ Technique : (.net) apportant des solutions techniques aux problèmes liés aux réseaux…

 **Evaluer la qualité et la crédibilité des informations trouvées sur internet ?**

 **1. Tout d'abord, noter**... l’adresse du site, votre date de visite, la date de sa dernière mise à jour, s'il y a des liens avec d'autres sites ou avec des organismes qui pourraient fournir des indices concernant la qualité et la crédibilité de ces informations...

 **2. Ensuite, attardez-vous aux Informations, à l'auteur et au site**. Si nous désirons nous informer ou éventuellement prendre position sur un sujet, il est souvent indispensable d'évaluer la valeur des informations. Par exemple, évaluer la crédibilité des différents arguments (économiques, scientifiques… etc.) avancés par des personnes soutenant diverses positions. De nombreuses personnes peuvent créer un site sur Internet, même les élèves du primaire en sont capables, alors comment savoir si les informations fournies sont crédibles ? Il est utile d'analyser de près les informations, l’auteur et le site.

 **Comment analyser ces indices ?**

**INFORMATIONS**

 **Récentes ?** Les informations sont sujettes à des changements plus ou moins rapides selon le domaine, d'où l'importance de se tenir à jour et de consulter des informations récentes. Il faut regarder si l'année, le mois ou le jour (par exemple, pour des actualités politiques) sont indiqués, et se tenir à jour en cherchant les informations les plus récentes possibles.

**Références indiquées ?** Les références augmentent la crédibilité des informations trouvées, car il est toujours possible de vérifier les sources primaires (documents dont s'est inspiré un auteur) ; cependant, ce n'est qu'un indice parmi d'autres, car il ne faut pas oublier qu'il faut diversifier nos sources d'informations.

 **Suffisantes, complètes ?** Bien que des informations puissent nous paraître intéressantes, nous devons nous demander si elles sont suffisantes pour avoir une bonne idée d'une question ou d'un thème. Par exemple, est-ce qu'on présente le contexte dans lequel ont été recueillies les informations ? Y a-t-il un recul historique ? Essaie-t-on de faire le tour d'une question ou n'y a-t-il qu'un point de vue (pour ou contre) ou qu'un seul aspect pris en compte (par exemple, l'aspect économique ou politique ou légal) ?

**Buts visés ?** Il peut être éclairant de se demander quels sont les buts visés par les informations que nous venons de lire. Par exemple, est-ce que cet article cherchait à m'informer ? À me convaincre ? À m'émouvoir pour une cause ?

**AUTEUR**

 **Formation pertinente ?** Il est intéressant de savoir si l'auteur de ce que nous venons de lire possède une formation et de l'expérience dans ce domaine, ce qui ajoute à la crédibilité. Cependant, cela n'est pas un critère absolu, car le discours d'un auteur est toujours teinté, consciemment ou non, de son point de vue, de ses valeurs, de sa culture, de son vécu, etc.

 **Reconnu dans ce domaine ?** Si l'auteur est reconnu par ses collègues dans le domaine précis traité dans l'article, cela est un élément positif concernant la crédibilité des informations. A-t-on déjà vu cet auteur cité ailleurs ?

 **Publications dans ce domaine ?** Ceci peut s'avérer intéressant, car, en général, les gens qui publient dans des revues reconnues (avec un comité d'édition ou de lecture), sont soumis à l'évaluation par des pairs (personnes expertes dans le domaine) et, ainsi, ont une certaine reconnaissance de leur expertise. Est-ce que le texte en question ici a subi cette évaluation par les pairs ?

 **Courriel disponible ?** Si l'auteur indique une adresse e-mail, cela montre son souci d'être disponible pour des informations complémentaires, des commentaires, etc. C'est un des avantages du réseau ! Fournir un moyen de contact (adresse, numéros de fax ou de téléphone) ajoute un peu de sérieux.

 **Crédibilité ?** La crédibilité de l'auteur tient donc à plusieurs éléments combinés tels que sa formation dans le domaine concerné, la reconnaissance dans ce domaine, ou alors la non évidence de conflits d'intérêts (argent investi, obligation de protéger son employeur...).

 **SITE**

 **Site officiel ?** S'il s'agit d'un site officiel comme le site d'une entreprise, une université, un organisme, cela ajoute à la crédibilité dans le sens que nous connaissons la provenance des informations. Cependant, il faut faire attention car, même sur un site officiel, il peut s'agir de l'opinion personnelle d'un individu ; cette dernière peut ne pas être partagée par d'autres membres de l'organisme.

**Mis à jour ?** Nous pouvons découvrir des sites qui datent de 1994 et dont le sujet traité n'est plus à jour. Une mise à jour régulière permet un suivi tout en donnant du sérieux au site visité.

 **Savoir définir une stratégie de recherche sur internet**

 Une recherche non structurée et aveugle fait perdre du temps et ne conduit nul part. Elle doit être pensée et ciblée. Une méthodologie est généralement adoptée pour la recherche bibliographique sur Internet :

 **Etape 1 : Délimiter le champ de la recherche :**

 Quels types d’informations sont recherchés ? Cette première étape amène le chercheur à définir clairement les objectifs de sa requête avant même d’utiliser Internet. Elle le pousse à se poser les bonnes questions avant de chercher leurs réponses.

 **Etape 2 : Définir les types de sources et ressources intéressants:**

 déterminer des types d’informations recherchés montre les sources susceptibles de les offrir : site de la presse écrite, site des encyclopédies, site des revues scientifiques, site de bibliothèque universitaire.

**Etape 3 : Choisir les outils de recherche à interroger :**

 Sites, annuaires, documents Word, PDF…

 **Etape 4 : Trouver et utiliser les bons mots clés** :

- Etablir une liste de mots ou expressions descriptives de l’information recherchée.

 - Utiliser les mots-clés primaires ou génériques qui définissent le domaine de recherche si on utilise un annuaire. Ils permettent d’identifier les catégories qui couvrent les différents aspects du problème.

 - Avec un moteur de recherche utiliser des mots-clés plus précis (utiliser de préférence plusieurs mots-clés qui affinent la recherche).

 **Savoir différencier les outils de recherche sur Internet :**

 Afin de mener une recherche sur Internet, il faut donc connaître et maîtriser ses outils : annuaires, moteurs de recherche, méta-moteurs…

 **ϖ Principaux moteurs de recherche :**

Aujourd’hui, Google reste le plus connu des moteurs de recherche, mais il en existe d’autres tels que Yahoo, Bing, Qwant…, il existe également des moteurs de recherche spécialisés comme Google scholar, ou yahoo kids, Ecosia…