



OFPPT

مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل

ROYAUME DU MAROC

Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du  
Travail

# RESUME THEORIQUE & GUIDE DES TRAVAUX PRATIQUES

**MODULE N° : 4**

**TITRE DU MODULE : Recherche et veille  
technologique l'information**

**SECTEUR : TERTIAIRE**

**SPECIALITE : TSSRI**

**Niveau : TECHNICIEN SPECIALISE**

*Version Mai 2005*

## **REMERCIEMENT**

**La DRIF remercie les personnes qui ont contribué à l'élaboration du présent document.**

**Pour la supervision :**

MME.BENNANI WAFAE  
M. ESSABKI NOURDDINE

DIRECTRICE CDC TERTIAIRE & TIC  
CHEF DE DIVISION CCF

**Pour la conception :**

- M.BENTALEB ABDELLAH                      Formateur animateur au CDC Tertiaire & TIC

**Pour la validation :**

- M.JELLAL ABDELILAH                      Formateur animateur au CDC Tertiaire & TIC  
- M.BENNANE MOHAMED                      Formateur animateur au CDC Tertiaire & TIC  
- M.JEAN M BASSON                              Formateur AFPA

## **MODULE 4 : Recherche et veille technologique l'information**

### **OBJECTIFS OPERATIONNELS DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT**

#### **COMPORTEMENT ATTENDU**

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **maîtriser les techniques De recherche et de capitalisation de l'information pour assurer La veille technologique**

Selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

### **CONDITIONS D'ÉVALUATION**

- Travail effectué avec :
- Etude de cas et de mise en situation
- Un micro - ordinateur
- Logiciel de traitement de texte et tableur
- Documents techniques : Manuels de référence, guides, revues
- Navigateur et moteur de recherche INTERNET
- Travail effectué à partir de consigne du formateur.

#### **CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE**

- Utilisation efficace des sources d'information
- Respect des règles de l'interprétation juste des terminologies (Français et anglais)
- Respect du temps alloué
- Respect des consignes du formateur.
- Respect des règles d'ergonomie et de sécurité

**PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU**

**A.** Préciser l'objet de recherche

**B.** Sélectionner et consulter les sources  
De référence

**CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE**

- Formulation claire de l'objectif de la recherche
- Détermination des différents aspects  
A considérer dans la recherche
- Sélection des sources appropriées à la recherche
- Repérage rapide de l'information pertinente:
  - Repérer les termes significatifs
  - Repérer les mots clés

| OBJECTIFS OPERATIONNELS DE PREMIER NIVEAU DE<br><b>COMPORTEMENT (suite)</b> |   |
|---|---|
| <b>PRECISION SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU</b>                                | <b>CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE</b>   |
| C. Extraire l'information   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Interprétation juste de l'information</li><li>• Pertinence de l'information extraite</li><li>• Respect de la méthode de prise de note</li></ul>   |
| D. Rédiger et consigner les résultats de la recherche                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Prise en considération du but et des Limites de la recherche préalablement établie</li><li>• Respect des méthodes de la clarté et de La concision de la rédaction</li><li>• Utilisation de la terminologie appropriée<ul style="list-style-type: none"><li>• Consignation méthodique de l'information</li></ul></li></ul> |

OBJECTIFS OPERATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ETRE JUGES PREALABLES AUX APPARENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

**Avant d'apprendre à l'objet de la recherche (A) :**

1. Connaître l'utilité de la recherche de l'information à travers des exemples concrets

**Avant d'apprendre à Sélectionner et consulter les sources de référence (B) :**

2. Distinguer les différents types de documents
- 3. Définir les autres moyens de recherche (INTERNET,...)**
- 4. Utiliser un moteur de recherche**

Avant d'extraire une information (C) :

5. Connaître la méthodologie de prise de notes

# SOMMAIRE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>I. L'OBJET DE RECHERCHE .....</b>   | <b>9</b>  |
| A. L'objectif de la recherche.....   | 9         |
| B. Les différents aspects à considérer dans la recherche.....                              | 9         |
| <b>II. SELECTIONNER ET CONSULTER LES SOURCES DE REFERENCE .....</b>                        | <b>11</b> |
| A. Sélection des sources appropriées à la recherche.....                                   | 11        |
| a. Catalogues de bibliothèques .....   | 12        |
| b. Bases de données .....  | 12        |
| c. Index imprimés .....  | 14        |
| d. Web et Internet.....  | 14        |
| B. Repérage rapide de l'information pertinente.....  | 15        |
| a. Repérer les termes significatifs .....  | 15        |
| b. Repérer les mots clés .....   | 16        |
| <b>III. EXTRAIRE L'INFORMATION .....</b>   | <b>16</b> |
| A. Interprétation juste de l'information .....   | 16        |
| B. Pertinence de l'information extraite .....  | 16        |
| C. la méthode de prise de note.....  | 17        |
| a. Des signes .....  | 18        |
| b. Des abréviations.....   | 19        |
| c. La suppression des mots .....   | 20        |
| d. la présentation .....   | 20        |
| e. La nominalisation et le remplacement .....  | 21        |
| <b>IV. REDIGER ET CONSIGNER LES RESULTATS DE LA RECHERCHE .....</b>                        | <b>22</b> |
| A. Prise en considération du but et des Limites de la recherche préalablement établie..... | 22        |
| B. Respect des méthodes de la clarté et de La concision de la rédaction .....              | 23        |
| a. S'efforcer à la clarté, la précision et la simplicité .....                             | 23        |
| b. Viser la concision.....   | 23        |
| C. Utilisation de la terminologie appropriée .....   | 23        |

D. Consignation méthodique de l'information..... 24

**GUIDE DES TRAVAUX PRATIQUES .....25**

# **MODULE : Recherche et veille technologique l'information**

## **RESUME THEORIQUE**

## **I. L'objet de recherche**

### *A. L'objectif de la recherche*

L'objectif d'une recherche d'information peut être très varié, allant de la recherche d'un article scientifique pour établir une bibliographie au repérage de sites dans un domaine de loisirs. Il faudra donc mettre en coïncidence les besoins d'informations et les résultats obtenus, car si la recherche a pour objectif la réalisation d'un travail universitaire, l'importance de l'évaluation sera plus cruciale que pour trouver le meilleur restaurant de la ville.

L'évaluation d'une page de site trouvée lors d'une recherche ne se fait pas sans raison, mais dans un contexte spécifique. Ainsi, pour des travaux des stagiaires, il est important de retenir que, dans le milieu scientifique (et donc à l'université), est considéré comme scientifique ce qui répond aux normes d'un travail scientifique. Ce qui n'est pas scientifique n'est pas nécessairement mauvais ou faux : les reportages journalistiques ne sont pas considérés comme des sources scientifiques, même s'il est permis de les citer en tant qu'autres sources. Aussi, selon le but de la recherche, il faudra porter attention aux types de documents recensés.

Bien sûr, l'objectif de la recherche aura induit le choix des outils et les méthodes utilisés, selon la nature de l'information recherchée.

### *B. Les différents aspects à considérer dans la recherche*

#### **ASPECT 1 : Je cerne le sujet**

- Je comprends la nature, les objectifs et l'étendue du travail à exécuter
- Je précise la question de recherche
- Je me lance dans un remue-méninges
- Je dégage les idées importantes et les mots-clés
- Je détermine l'angle sous lequel je vais aborder mon sujet
- Je formule mon idée directrice
- J'esquisse un plan provisoire
- Je réfléchis aux ressources dont j'aurai besoin
- Je planifie mon travail

**ASPECT 2 : J'interroge des sources d'information**

- Je choisis les ressources dans lesquelles faire ma recherche
- Je construis des équations de recherche à partir de mes mots-clés
- J'amorce la recherche à l'aide de mes mots-clés à la bibliothèque, sur Internet
- Je juge de l'efficacité de mes équations de recherche et je les ajuste au besoin
- Je repère les documents et les ressources qui me semblent pertinents
- J'échange et je partage des idées avec différents interlocuteurs

**ASPECT 3 : Je sélectionne des documents**

- J'organise les documents que j'ai retenus
- J'évalue la qualité de l'information selon des critères posés
- J'examine différents points de vue
- J'identifie les éléments d'information nécessaires à mon travail
- Je note la référence et les caractéristiques des documents retenus

**ASPECT 4 : J'extrais des informations**

- Je lis, j'écoute, je visionne attentivement et je prends des notes
- J'indique mes sources d'information et je respecte les règles de la vie privée
- J'organise mes notes de manière cohérente et j'ajuste mon plan provisoire
- Je fais le point sur ma progression et je reprends une étape au besoin

**ASPECT 5 : Je traite les informations**

- J'analyse les informations prélevées au regard de la question de recherche
- J'envisage différentes solutions permettant de traiter mon sujet
- Je synthétise les idées et les informations provenant de sources variées
- Je confronte des opinions et je construis la mienne selon l'objectif du travail
- Je confirme ou je reformule mon idée directrice
- Je réfléchis à l'organisation de l'ensemble de ma production

### **ASPECT 6 : Je produis un travail**

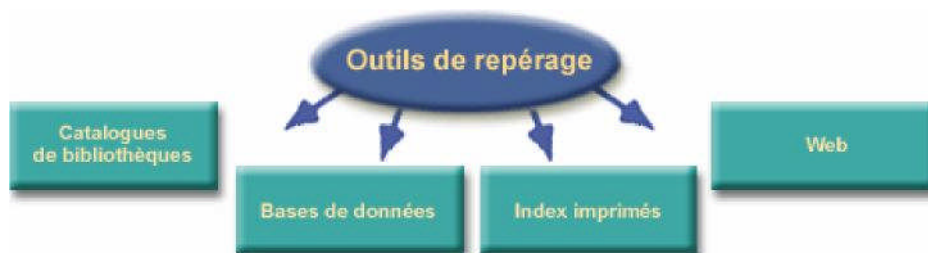
- Je construis mon travail en fonction de mes objectifs et du public-cible
- J'exprime mon opinion si l'objectif du travail le demande
- Je m'assure que le contenu de ma production est cohérent
- Je révise la qualité de la langue
- Je vérifie si j'ai respecté les consignes
- Je gère le matériel et les appareils dont je peux avoir besoin

## **II. Sélectionner et consulter les sources de référence**

### *A. Sélection des sources appropriées à la recherche*

On peut avoir besoin, pour effectuer sa recherche, de monographies, d'articles de périodiques ou de journaux, de thèses, de statistiques, de publications gouvernementales, d'images, etc.

Il faudra alors consulter différents outils de repérage qui permettront de trouver les sources disponibles les plus appropriées.



En fonction du sujet de ma recherche, je décide vers quels outils et quelles sources d'information récentes dois-je me diriger.

### **a. Catalogues de bibliothèques**

Un catalogue de bibliothèque est la liste descriptive des documents que possède cette bibliothèque : livres, périodiques, publications gouvernementales, documentation audiovisuelle, mémoires, thèses, rapports, etc.

**Il permet de :**

- vérifier la disponibilité des documents
- de repérer des documents par auteur, titre, sujet, etc.

**Les catalogues de bibliothèques sont généralement automatisés** et accessibles par Internet. Ils sont alors considérés comme des bases de données.

Ils présentent plusieurs avantages qui les rendent indispensables à consulter.

- **La disponibilité de la documentation.** Toutes les ressources locales quel qu'en soit le format (imprimé, électronique ou autre) ou le moment de parution (documentation ancienne et récente) peuvent être repérables dans le catalogue.
- **La qualité des ressources.** Les professionnels en choisissant la documentation s'assurent que le choix soit fait en fonction de sa valeur, de sa pertinence et de son utilité.
- **La facilité du repérage.** Les ressources de la bibliothèque sont classées par sujet sur les rayons. Le fait de retrouver un document pertinent sur les rayons permet donc d'en repérer d'autres classés à côté sur le même sujet.

### **b. Bases de données**

Les bases de données organisent et structurent l'information dans le but d'en faciliter le repérage. On note différents types de bases de données.

## **Module N°04: Recherche et veille technologique l'information Filière : TSDI**

- Bases de données bibliographiques
- Bases de données numériques
- Banques d'images
- etc.

### **Bases de données bibliographiques**

Les articles de périodiques ou de journaux, les textes de conférences, les comptes rendus de livres, les chapitres de livres, [etc. ne](#) sont pas repérables dans les catalogues de bibliothèques tel Atrium. Ils sont signalés dans des outils spécifiques appelés index et abstracts (répertoires de résumés) qui se présentent sous forme de bases de données, d'index imprimés ou parfois sous les deux formes.

- Elles permettent de repérer des références à des documents, souvent à des articles de périodiques.
- Elles donnent souvent un résumé des documents. Ce sont, dans bien des cas, les équivalents des index et «abstracts» imprimés.
- Dans certains cas, on y retrouve, en plus de leur signalement, le texte des documents.

### **Bases de données numériques**

Les bases de données numériques donnent accès à des informations numériques telles que :

- des données de recensement,
- des données démographiques
- des données d'enquête
- des données financières
- des ratios et des indicateurs économiques

### **Banques d'images**

On peut repérer dans ces banques :

- des images
- des illustrations
- des icônes
- des représentations graphiques

## **Module N°04: Recherche et veille technologique l'information Filière : TSDI**

- des reproductions d'oeuvres d'art et d'architecture
- des collections muséologiques
- etc.

### **c. Index imprimés**

Les index imprimés permettent de repérer, en général par auteur ou par sujet, différents documents dont des articles de périodiques. Ils fournissent :

- soit la **référence** aux documents
- soit la **référence et un résumé** des documents. On parle alors de répertoires de résumés (ou «abstracts»).

Les bibliothèques remplacent de plus en plus leurs abonnements aux index imprimés par des abonnements à des versions électroniques.

### **d. Web et Internet**

**Internet**, créé en 1969, a d'abord été un système de transmission de données militaires aux Etats-Unis qui a ensuite été utilisé par des universités et des établissements de recherche en Amérique du Nord, puis dans le monde entier.

Internet est un réseau informatique mondial constitué d'un ensemble de réseaux nationaux, régionaux et privés, qui coopèrent pour offrir une interface unique à leurs utilisateurs. C'est un moyen d'accès à des ressources de toutes sortes, un moyen de communication et un lieu d'échange.

Internet est devenu beaucoup plus accessible et convivial grâce à l'invention du **Web**, en 1989. Le Web est l'un des services d'Internet.

## ***B. Repérage rapide de l'information pertinente***

### **a. Repérer les termes significatifs**

Il existe plusieurs outils documentaires pour choisir les termes significatifs.

l'index ou le lexique de descripteurs (on parle également de mots-clefs) : ce sont des listes alphabétique de termes contrôlés. Le documentaliste-indexeur tirera de cette liste les



comme les articles définis et indéfinis) qui constituent ainsi des index de termes non contrôlés.

On peut donc effectuer une recherche bibliographique en utilisant les descripteurs d'un langage contrôlé et en complétant la recherche par une requête en mot libre.

### **b. Repérer les mots clés**

Le repérage de mots-clefs consiste à détecter des mots qui apportent de l'information Pertinente relativement à un domaine particulier. Cette tâche est une étape charnière pour beaucoup d'applications du Traitement Automatique de la Langue (TAL) telles que l'extraction d'information et la génération automatique de résumé.

## **III. Extraire l'information**

### *A. Interprétation juste de l'information*

L'information est d'un usage très personnel : il doit y avoir un intérêt pour le récepteur du message, interprétation de la donnée à travers un modèle :

Information = Donnée(s) + Modèle d'interprétation.

L'information est comprise comme une donnée signifiante pour un individu et ne peut plus être définie indépendamment de son utilisateur.

La pertinence (ou niveau d'intérêt de l'information) dépend du sens qui émerge des relations entre les données et le modèle de l'utilisateur, au regard d'une discipline particulière. Une même donnée peut conduire à plusieurs informations selon le sujet, le contexte.

### *B. Pertinence de l'information extraite*

La nécessité d'identifier, d'évaluer la qualité et la pertinence de l'information n'est pas nouvelle : elle est **au fondement de la recherche documentaire.**

Le choix des documents à lire doit se faire non seulement en fonction de leur qualité mais aussi en fonction de leur pertinence par rapport au travail à réaliser.

on peut se faire une idée du contenu du document et en évaluer l'information de plusieurs manières :

### **Exploration rapide**

Pour évaluer la pertinence du document, il n'est pas nécessaire de lire tout le document. Une exploration rapide suffit. Se faire une idée du contenu du document.

- **Titre du document**

Le titre est un élément important dont il faut tenir compte.

- **Résumé (abstract)**

On le trouve dans la plupart des notices bibliographiques tirées des bases de données, au début ou à la fin des articles de périodiques et souvent à l'endos des livres (quatrième de couverture).

- **Information bien structurée**

La table des matières permet de mieux apprécier le contenu (plan et logique de l'argumentation) et de bien repérer les chapitres qui peuvent être pertinents. L'index donne un aperçu des notions abordées et de leur importance relative dans le document.

- **Tableaux, graphiques, etc.**

Ils peuvent aider à la compréhension du sujet et être utiles pour le travail.

### ***C. la méthode de prise de note***

Prendre des notes, c'est «économiser», c'est «inventer», ça consiste à écrire **l'essentiel** avec un maximum de rapidité. Donc, la recherche de l'efficacité, c'est à dire de **l'économie**, est primordiale !

Il n'est pas inutile de rappeler que l'invention doit être active quand on apprend à prendre des notes : les notes n'ont qu'un destinataire, en principe : leur propre auteur. Celui-ci peut donc donner libre cours à son imagination pour se créer des moyens permettant d'économiser au mieux le temps nécessaire à l'écriture.

Les exemples qu'on trouvera ci-après ne sont là que pour suggérer des pistes... d'invention. On recourt à divers procédés, parmi lesquels :

- des signes
- des abréviations
- la suppression de mots
- la présentation hiérarchisée
- la nominalisation








**a. Des signes**


















**Objectifs :**

**Remplacer** des mots par des signes *rapides* à réaliser (écriture) et sans équivoque (relecture).

**Exemples :**

Bon nombre des signes proposés sont issus des mathématiques, mais ils sont réinterprétés bien évidemment.

| <i>SIGNES</i>   | <i>SIGNIFICATIONS POSSIBLES</i>              |
|---|--|
|  | aboutit à, entraîne, provoque, va à, devient |
|  | vient de, a pour origine, est issu de        |
|  | en bas, voir plus bas                        |
|  | en haut, voir plus haut                      |
|  | à l'origine, au début                        |
|  | augmente, monte, progresse positivement      |
|  | diminue, descend, progresse négativement     |

|   |  |
|---|--|
|    | varie, instable                                    |
|    | somme, totalité                                    |
|    | rien, vide, désert, absence                        |
|    | différent, n'est pas                               |
|    | équivalent à, égale, est,                          |
|    | ressemble, n'est pas tout à fait pareil à          |
|    | est supérieur à, vaut mieux que, l'emporte sur     |
|    | est inférieur à, vaut moins que, est écrasé par    |
|    | il existe, on trouve, il y a quelques              |
|    | fait partie de, est de la famille de, appartient à |
|    | ne fait pas partie de, est étranger à, n'est pas à |
|    | par rapport à                                      |
|    | il y a un peu, en petite quantité                  |
|   | et, s'ajoute à                                     |
|  | plus ou moins, environ, à peu près                 |
|  | homme, masculin, mâle                              |
|  | femme, féminin, femelle                            |
|  | etc.   |

**Remarque :**

L'effort, après adoption d'un signe donné, doit porter sur l'**absence de variation** dans le choix et l'emploi de ce signe (*il faut s'y tenir*), pour que, lorsqu'on relit plus tard ses notes, il n'y ait pas de doute sur la signification.

**b. Des abréviations**

**Objectifs :**

**Remplacer** des mots par des "*raccourcis*", quand on n'a pas de signes disponibles.

**Exemples :**

Chaque matière utilise ses propres abréviations conventionnelles, il est bon de les connaître, bien évidemment. (voir par ex. les "modes d'emploi" des usuels spécialisés).

Les exemples donnés ci-après sont de simples propositions. Comme pour les signes, ce sont des pistes d'invention.

| <i>Abréviation</i> | <i>Signification</i> | <i>Abréviation</i> | <i>Signification</i> |
|--------------------|----------------------|--------------------|----------------------|
| <b>tjs</b>         | toujours             | <b>Gal</b>         | général              |
| <b>js</b>          | jamais               | <b>qq</b>          | quelqu'un            |
| <b>âm</b>          | même                 | <b>qqch</b>        | quelque chose        |
| <b>ho</b>          | homme                | <b>ê</b>           | être                 |
| <b>vx</b>          | vieux                | <b>càd</b>         | c'est à dire         |
| <b>bcp</b>         | beaucoup             | <b>ns</b>          | nous                 |
| <b>tt</b>          | tout                 | <b>vs</b>          | vous                 |
| <b>ts</b>          | tous                 | <b>ex</b>          | (par) exemple        |

**Remarque :**

L'effort, après adoption d'un signe donné, doit porter sur l'**absence de variation** dans le choix et l'emploi de ce signe (*il faut s'y tenir*), pour que, lorsqu'on relit plus tard ses notes, il n'y ait pas de doute sur la signification.

Au surplus, recourir le plus possible aux **sigles**, car ils représentent un excellent moyen d'économie lors de la prise de notes.

**c. La suppression des mots**

**Objectifs :**

**Supprimer** tout ce qui n'est *pas indispensable* à la compréhension.

**Ce qu'on peut supprimer** →

- tous les articles
- tous les verbes dont la disparition ne gêne pas la compréhension (ex. : "être")
- tous les éléments de commentaire, de digression, non indispensables à la compréhension de l'ensemble
- etc.

**d. la présentation**

**Objectifs :**

Rendre compte de la *structure* du texte.

**Repérer la structure :**

- Accorder toute son attention aux "**connecteurs**", c'est à dire aux mots-outils qui permettent de comprendre l'organisation du texte
  - dans un *récit* : il s'agit des indications de **temps**
  - dans un texte *descriptif*, il s'agit souvent des indications de spatialisation (**lieux**)
  - dans un texte *argumentatif*, il s'agit généralement des mots indiquant une **relation logique** (*addition, opposition, cause, conséquence*)
- Lorsque le texte est entendu, le repérage des articulations de l'exposé dépend des efforts de la personne qui parle à faire sentir les articulations de ses idées.
- Lorsque le texte est un texte écrit, s'attacher à repérer (encadrement, soulignement, surlignage, fléchage, numérotation, etc.) tous les éléments manifestant explicitement la structure : mots-outils, mais aussi *aspect visuel* du texte (paragraphes, lignes sautées, retraits éventuels, changements typographiques, etc).

**Mise en oeuvre d'une présentation efficace :**

Recourir à la **numérotation hiérarchisée**. Celle-ci utilise deux principes :

- un type de **numéros** différent selon le rang d'importance de l'idée
- un **décalage** (blanc par rapport à la marge) rendant compte du rang d'importance de l'idée.

e. **La nominalisation et le remplacement**

**Procédé proprement dit de la NOMINALISATION**

**Définition :**

La **nominalisation** est un procédé lexical qui consiste à **tirer d'un verbe un nom** de même famille (ou, quand le nom de même famille n'existe pas, un nom correspondant par son sens à ce verbe)

Ex : réparer **réparation**

**Emploi :**

A l'occasion de la nominalisation, il convient de **supprimer** un maximum d'informations secondaires (sans quoi l'opération est parfois plus coûteuse en nombre de mots que de laisser la phrase en l'état !)

**Remplacement par un HYPERONYME (ou "nom générique")**

**Définition :**

Un **hyperonyme** (ou nom générique) est un nom qui, servant d'**étiquette générale** à un groupe de noms qui ont *en commun* une même idée, exprime cette idée commune.

Ex : agent, gendarme, CRS *force publique*  
poète, romancier, dramaturge *écrivain*

**Emploi :**

L'hyperonyme, remplaçant une liste, est un moyen efficace d'économie, mais nécessite une *synthèse rapide* (entraînement nécessaire).

## **IV. Rédiger et consigner les résultats de la recherche**

### ***A. Prise en considération du but et des Limites de la recherche préalablement établie***

Il s'agit essentiellement d'une courte déclaration portant sur les buts et les limites de la recherche présentée dans la thèse. Il comporte souvent un court texte visant à expliquer de quelle façon les objectifs ont été déterminés. Les bénéfices ainsi que l'utilité de la recherche

sont également traités dans ce chapitre. C'est dans la conclusion que l'auteur démontre de quelle façon il a atteint ses objectifs.

### ***B. Respect des méthodes de la clarté et de La concision de la rédaction***

#### **a. S'efforcer à la clarté, la précision et la simplicité**

Clarté et précision vont de pair. La cible de votre rédaction devant être le lecteur non averti ou le scientifique non spécialisé, évitez, dans la mesure du possible, les mots qu'ils ne pourraient pas comprendre.

Abandonnez les mots imprécis comme " *on, cela, peut-être, on pense que, il est établi, il semble que, il est possible que, on suppose que, j'ai l'impression que, ...*"

#### **b. Viser la concision**

Un rapport n'est pas un roman. Il doit être condensé, sans mots inutiles.

- Supprimez les mots flous, les redondances, les pléonasmes:
- *"Nous avons développé un nouveau logiciel."*
- Evitez de recopier plusieurs fois les mêmes parties de texte: il vaut mieux l'écrire une première fois avec un repère et ensuite faire référence à cette partie au moyen du repère.
- Evitez de recopier textuellement des paragraphes qui se trouvent dans des notes de cours, des livres ou ailleurs, il vaut mieux en donner la référence.
- Bannissez les mots ou expressions inutiles: *" il est significatif de noter, inutile d'ajouter, absolument unique, définitivement prouvé, complètement plein ..."*
- Posez-vous constamment la question "faut-il vraiment écrire ceci et, si oui, pourquoi?"

### ***C. Utilisation de la terminologie appropriée***

L'utilisation d'une terminologie appropriée dans la rédaction des résultats de la recherche démontre la bonne maîtrise des concepts dans ce domaine d'étude.

La qualité en matière de terminologie demeure un sujet épineux qui fait l'objet de nombreux débats dans les cercles professionnels. Quoiqu'elle soit soumise à certaines normes internationales et que l'« on parle donc, et plus fréquemment encore ces derniers temps, de la qualité terminologique pour indiquer qu'une collection de termes spécialisés est de qualité dans la mesure où ces termes sont fiables, adéquats et corrects »

#### ***D. Consignation méthodique de l'information***

Le chercheur consigne tout son travail intellectuel selon une organisation thématique personnelle.

A titre d'exemple, un travail peut comporter les informations suivantes :

Questions et réponses; réflexions; hypothèses; notes; calculs; travail informatique; questionnaires; procédures et résultats; travail bibliographique; esquisses de tableaux et figures; rédactions partielles; etc.

**MODULE 4: Recherche et veille technologique  
l'information  
GUIDE DES TRAVAUX PRATIQUES**

## 1. Recherche documentaire

- 1 Définir en quelques mots la recherche, l'analyse et l'exploitation de l'information ?
  - 2 On veut réaliser une recherche sur **l'évolution du secteur des NTIC au Maroc** :
    - Quelles sont les questions posées, quels domaines de savoirs sont concernés ?
    - Qu'est-ce que je connais déjà sur ce sujet (connaissances préalables) ?
    - Où puis-je trouver cette information ?
    - Qui pourra le mieux répondre à mes questions ?
    - Où sont les livres, les magazines, les CD rom qui traitent de mon sujet?  
Dans quels livres, quels CD rom ou sites ai-je une chance de trouver l'information qui m'intéresse ?
    - Comment extraire l'information ?
    - Mes informations sont-elles exactes ? Sont-elles toutes utiles ?  
Quelles sont les plus intéressantes ? Comment dois-je présenter mes résultats ? Comment produire un exposé, une exposition, un document multimédia ?
  - 3 Evaluer un site Web : quelques pistes
- **Le contenu**
    - Quel est le but de ce site ? Le public cible ? L'information est-elle gratuite ?
    - L'information est-elle originale, précise, récente (date de mise à jour) ?
    - Les documents sont-ils correctement rédigés (orthographe, grammaire, niveau de langue)
    - Les sources (texte, image, tableau), sont-elles précisées ou légendées ?

- Les liens sont-ils justifiés, évalués, fonctionnent-ils ?
- **L'auteur ; l'institution**
  - Qui est l'auteur du document ? Est-il reconnu dans sa discipline ?
  - Peut-on l'identifier clairement, le contacter ?
  - S'exprime-t-il en son nom ou en celui de l'institution ?
  - L'institution est-elle clairement nommée, est-elle connue ?
- **La présentation et l'organisation de l'information**
  - Y a-t-il une table des matières, un plan du site ?
  - Comment l'information est-elle organisée ?
  - La navigation est-elle cohérente, intuitive ?
  - Existe-t-il un moteur de recherche à l'intérieure du site ?
  - Les mises à jour sont-elles indiquées ?
  - La chaîne graphique (logo, puces, bannières, contraste fond d'écran - texte) facilite-t-elle la lecture

#### **4 Exemple de travail pratique :Recherche sur **AltaVista****

***Objectif général pour cette question :***

Amener le stagiaire à se familiariser avec le langage d'interrogation de l'outil de recherche de type index (ou moteur de recherche) AltaVista. Savoir distinguer les caractéristiques de la recherche simplifiée de la recherche en mode expert.

**Question 4a)**

***Objectifs spécifiques pour cette sous-question :***

Sensibiliser le stagiaire à l'importance de consulter l'aide des différents systèmes interrogés pour pouvoir en comprendre les nuances

Savoir interpréter les opérateurs booléens et le symbole de troncature du mode de recherche simplifié d'AltaVista

**De quoi traiteront les pages Web repérées au moyen des requêtes suivantes énoncées dans le bordereau de recherche simplifié (Simple) du moteur de recherche [AltaVista](http://altavista.digital.com/) (adresse URL: <http://altavista.digital.com/>)**

N.B.: Pour obtenir de l'aide sur le mode de recherche simplifié, cliquez d'abord sur Simple puis sur Help.

**Précisez le ou les termes recherchés ainsi que les opérateurs booléens employés.**

1) **+paris +musee\***

2) **+paris -musee\***

**Réponse à la question 4a)**

1) (paris OR Paris OR PARIS, etc.) AND (musee OR musees OR musée OR musées, etc.)

Le symbole + correspond à l'opérateur booléen AND (et) du mode de recherche expert d'AltaVista.

2) (paris OR Paris OR PARIS, etc.) AND NOT (musee OR musees OR musée OR musées, etc.)

Le symbole - correspond à l'opérateur booléen AND NOT (sauf ) du mode de recherche expert d'AltaVista

#### **Question 4b)**

*Objectifs spécifique pour cette sous-question :*

- Savoir repérer de l'information de langue française au moyen d'AltaVista.
- Amener le stagiaire à constater que l'utilisation du terme français non accentué permettra de repérer plus de documents en repérant à la fois le terme accentué ou non (favorise un plus haut taux de rappel).
- Constater que la recherche du terme français accentué repèrera moins de documents (favorise un plus haut taux de précision, plus de silence à la recherche).
- Savoir appliquer la limitation de la recherche à un champ particulier pour préciser la recherche. Les stagiaires auront été sensibilisés, lors du cours magistral, à l'importance d'inscrire de l'information significative dans l'élément HTML <Title> lorsqu'ils créent des pages HTML pour diffusion sur le Web, cette information étant indexée par les moteurs de recherche.
- Constater que la recherche d'un terme en minuscules, repèrera ce terme en minuscules ou majuscules alors que la recherche d'un terme en majuscules ne le repèrera que sous cette forme.

**Toujours dans AltaVista, dans le mode de recherche expert (Advanced), combien de documents repère chacune des requêtes suivantes:**

1) **title:(paris and musee\*)**

2) **title:(paris and musée\*)**

**Expliquez dans vos mots les caractéristiques des sites repérés au moyen de ces deux requêtes.**

**D'après vous, quelle serait l'approche à adopter dans AltaVista pour repérer des documents en français tout en favorisant un plus haut taux de rappel? (5 lignes au maximum).**

**Réponse à la question 4b)**

1) title:(paris and musee\*) 100 documents repérés (6 mai 1997)

2) title:(paris and musée\*) 51 documents repérés (6 mai 1997)

Les sites repérés s'intéressent principalement aux musées de Paris. Les recherches 1 et 2 sont limitées à l'élément <Title> du document HTML ce qui permet de préciser la recherche aux thèmes des pages Web indexées par le moteur de recherche. Le et logique (AND) précise que l'on désire que les deux chaînes de caractères soient présentes dans le champ title. On ne repèrera cependant pas certains documents pertinents en limitant la recherche 2 aux pages où le mot musée est accentué.

Si on désire repérer des documents en français, pour un terme qui n'existe qu'en français, on pourra favoriser un plus haut taux de rappel en recherchant le terme non accentué (Ex.: zebre). Dans l'exercice, la recherche 1 repère plus de documents que la recherche 2 puisque la recherche du mot musee\* sans accent permet de repérer les documents où le mot figure avec ou sans accent, en minuscules ou majuscules, au singulier ou au pluriel.

N.B.: Si le terme avait la même graphie en français et en anglais, il faudrait inscrire les caractères accentués pour s'assurer de repérer seulement des documents en français (Ex. éléphant).

**Question 4c :**

**Objectif général pour cette question :**

- Amener le stagiaire à se familiariser avec la recherche en mode expert dans AltaVista
- Amener le stagiaire à consulter l'aide du mode expert afin de traduire une requête de recherche exprimée en langage naturel dans le langage d'interrogation propre à AltaVista, tout en appliquant les notions vues à la question 4.
- mener le stagiaire à savoir interpréter les résultats de recherche. En mode expert, dans AltaVista, le tri par ordre de pertinence des résultats de recherche ne sera possible que si les termes de recherche sont réinscrits dans la case "Results Ranking Criteria" du bordereau de recherche. Si rien n'est inscrit dans la case "Ranking", les résultats seront affichés dans un ordre quelconque.

Utilisez le mode de recherche expert [d'AltaVista](#) pour effectuer la recherche suivante : Cherchez des pages Web en langue française dont le thème principal est la généalogie, au Québec ou en France et qui ont été mises à jour depuis le 1er janvier 1996.

Inscrivez la requête la plus appropriée vous permettant de repérer le plus de documents pertinents possibles répondant aux critères de recherche posés. Précisez les champs du bordereau d'AltaVista que vous utilisez pour chacun des éléments de la requête.

Quel est le nombre de documents repérés par AltaVista au moyen de cette requête? Dans quel ordre sont-ils présentés?

#### **Réponse à la question 4c**

*Champ Search* : the Web

*Champ Display the Results* : in Standard Form

*Champ Selection Criteria* :

title:(genealogie OR genealogique\* OR genealogiste\*) AND (quebec\* OR france OR francais\*)

*Champ Results ranking criteria* : genealogie genealogique\* genealogiste\* quebec\* france francais\*

*Champ Start date* : 01/Jan/96

*Champ End date* : 06/May/97

N.B.:

Comme le thème principal de la recherche est la généalogie, c'est ce terme et ses variantes que nous recherchons dans le champ Title, les termes quebec, quebecois(e)s et france ou francais(e)s étant recherchés partout.

On inscrit l'ensemble des termes en minuscules non accentués pour augmenter le rappel. Les termes généalogie, généalogique(s) et généalogiste(s) n'existant qu'en français nous sommes à peu près assurés de ne repérer que des sites de langue française. La recherche du terme genealogi\* pour remplacer les trois termes recherchés n'est pas adéquate puisqu'on repèrerait alors les pages de langue anglaise où le mot genealogical apparaît.

100 documents ont été repérés au moyen de cette requête le 6 mai 1997. Au début de la liste des résultats, AltaVista affiche un message qui se lit "Documents 1-10 of about 100 matching the query, best matches first". En effet, comme nous avons inscrit les termes de la recherche dans le champ "Results ranking criteria", les documents sont présentés dans l'ordre de

pertinence déterminé par l'algorithme du calcul de pertinence d'AltaVista basé sur la présence ou non de tous les termes de la requête, leur fréquence d'apparition, leur position dans le document et leur proximité les uns par rapport aux autres. Si nous n'avions rien inscrit dans le champ " Results ranking criteria" , le message affiché au début de la liste aurait été " Documents 1-10 of about 100 matching the query, in no particular order"

## 2. A la découverte de la page des résultats Google

Pour consulter la définition d'un élément, cliquez sur la lettre qui lui est associée.



### A. Liens principaux

Cliquez sur le lien du service Google que vous désirez utiliser. Lancez une recherche sur le Web, cherchez uniquement des images ou naviguez dans les Groupes Google (archives de discussion Usenet).

### B. Bouton « Rcher » (Recherche Google)

Cliquez sur ce bouton après avoir tapé le ou les termes de recherche. Pour soumettre une recherche, vous pouvez également appuyer sur la touche « Entrée » du clavier.

### C. Recherche avancée

Affiche une page qui permet de mieux cibler la recherche.

### D. Champ de recherche

Pour soumettre une requête à Google, tapez un ou plusieurs mots clés décrivant l'information recherchée, puis cliquez sur le bouton « Rcher » (ou appuyez sur la touche « Entrée » du clavier) : en moins d'une seconde, la liste des résultats apparaît.

**E. Préférences**

Affiche une page qui vous permet de spécifier ou de modifier vos préférences de recherche : nombre de résultats par page, langue de l'interface, etc.

**F. Barre d'état**

Cette ligne rappelle le ou les termes de la recherche demandée, la cible de recherche (tout le Web, pages françaises seulement, etc.), le nombre de résultats affichés/trouvés et le temps qui a été nécessaire à Google pour exécuter cette recherche.

**G. Conseil**

Fournit des informations pour une recherche plus efficace, selon votre requête. Permet de découvrir les fonctionnalités uniques de Google et dirige vers les outils qui vous permettront de gagner du temps.

**H. Résultats OneBox**

Google présente de nombreuses sources d'informations spécialisées. Celles qui semblent être les plus pertinentes par rapport à votre recherche se trouvent au début de vos résultats de recherche et sont appelées les « résultats OneBox ». Ces résultats OneBox seront affichés quelle que soit l'origine de votre recherche Google et peuvent inclure des dépêches d'actualité, des côtes boursières, la météo et des sites locaux relatifs à votre recherche.

**I. Titre de la page**

La première ligne de chaque résultat est soulignée (lien cliquable) et représente le « titre » de la page Web retrouvée par Google. Lorsque le titre est remplacé par une adresse URL, cela signifie que (1) Cette page n'a pas été affectée d'un titre par son créateur, ou (2) Google n'a pas fini d'indexer le contenu de cette page. Dans le deuxième cas, nous proposons quand même la page en réponse à votre requête parce que nous avons constaté que d'autres pages Web – déjà indexées par Google – contiennent des liens qui pointent sur cette page et que le texte associé à ces liens correspond à vos termes de recherche.

**J. Texte suivant le titre**

Extrait de la page retrouvée contenant le ou les termes de recherche (en caractères gras). Les extraits des différentes pages retrouvées vous permettent de voir les termes de votre recherche dans leur contexte, et de déterminer ainsi si ce contexte vous convient avant de cliquer sur le lien de cette page pour l'afficher.

**K. U R L** Adresse URL de la page trouvée.

**L. Taille**

Taille (en ko) du texte de la page Web trouvée. Cette information n'est pas indiquée pour les sites qui n'ont pas encore été indexés par Google.

**M. En cache**

Google met en cache le texte de toutes les pages explorées (8 milliards de pages !) ; en cliquant sur ce lien, vous pouvez afficher le contenu textuel de ce résultat tel qu'il se présentait lors de la dernière exploration -- même si la page HTML est inaccessible pour une raison quelconque (serveur arrêté, problème de lien, etc.). Lorsque vous affichez la version cachée d'une page de résultat, Google contraste toutes les occurrences de vos termes de recherche dans des couleurs différentes.

**N. Pages similaires**

Lorsque vous cliquez sur ce lien, Google recherche les pages traitant de sujets semblables ou

identiques.

**Q Résultats affichés en retrait**

Lorsque Google trouve plusieurs résultats sur le même site Web, le résultat le plus pertinent est affiché contre la marge gauche et les autres sont situés légèrement en retrait vers la droite.

### 3. Les meilleurs Annuaires et Moteurs : Conseils

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>Yahoo</b>                              | * | <b>Pour les débutants...</b>   |
|   | * | <b>Un très bon annuaire thématique</b> général. Simple, clair, rapide.   |
|   | * | Recherche <b>News et Adresses</b> . Diverses rubriques dont Actualités.  |
|   | * | Conseil : à n'utiliser qu'en annuaire ! le moteur cherche sur Google...  |
| <b>Nomade</b>                             | * | <b>Annuaire</b> français. Simplicité et efficacité. <b>Recherche sur la racine des mots</b> . Options de recherche originales (public visé, lieux...)  |
| <b>Voila</b>                              | * | <b>Un bon moteur de recherche francophone</b> (10 millions de pages francophones indexées). <b>Simplicité et pertinence</b> . De plus un véritable <b>annuaire</b> assez complet (ex QuiQuoioù). |
|   | * | Conseil : Utiliser la recherche avancée "plus d'options" simple et très claire.  |
| <b>Google version française</b>           | * | <b>Le plus simple, le plus rapide, le plus pertinent des moteurs !</b>   |
| <b>Google version internationale</b>      | * |  |
|   | * |  |
| <b>Altavista (version française)</b>      | * | <b>Moteur puissant et polyvalent, rapide qui offre des possibilités de recherches approfondies originales (images, sons, news...)</b>  |
| <b>Altavista (version internationale)</b> | * | comprend un annuaire. (11 millions depages francophones indexées)  |
|   | * | Conseil : A utiliser en "Power search" lorsque les autres moteurs n'ont rien trouvé... attention : grand nombre de résultats (trop ?).   |

### 4. NOUVEAUX MOTEURS et ANNUIAIRES

|                    |      |  |
|--------------------|------|--|
| <b>Supramoteur</b> | ** * | <b>Nouveau méta moteur</b> (recherche sur 9 moteurs) en français, édité par "Le Monde interactif". Il interroge simultanément tous les moteurs en s'adaptant au langage de chacun d'entre eux. Il "dé double" les réponses, il les classe en les regroupant par sites et remonte à la racine de ces sites puis il restitue sa réponse sous forme d' <b>une seule liste de sites</b> . En recherche avancée propose d'inclure ou exclure des sites (dont "pornographie") et sélectionne 10 à 100 URL par moteurs. |
| <b>Albert</b>      |      | Moteur français avec <b>requêtes en langage naturel</b> : il suffit de formuler sa question ! En liaison avec la société norvégienne   |

|  |      |  |
|--|------|--|
|  |      | Fast-Alltheweb.  |
| <a href="#">Mapstan</a>                        |      | <b>Plug-in de navigateur</b> (IE et Netscape) qui propose un <b>"plan de navigation"</b> très original.<br>Non testé   |
| <a href="#">Kartoo</a>                         | **** | Nouveau méta moteur (recherche sur 14 moteurs) en français, avec une <b>interface graphique très originale...</b> et personnalisable. Il présente les <b>recherches en "cartes" où les sites sont localisés par des sphères et sont reliés par des "liens sémantiques" en arborescence</b> : une présentation thématique des recherches. <b>Le plus original des moteurs, de plus: il est intuitif et efficace !</b> Conseil: un seul mot clé ne peut suffire à affiner ajoutant ou supprimant un thème. Consulter l'aide pour mieux maîtriser l'interface et apprendre à approfondir la recherche.. |
| <a href="#">Aleph</a>                          | *    | Moteur de recherche <b>spécialisé dans la recherche en histoire et sciences sociales</b>   |
| <a href="#">Vivissimo</a>                      | ***  | Méta moteur qui trie les réponses et les <b>classe en dossiers</b>   |
| <a href="#">Exalead</a>                        | ***  | Analyse les pages en repérant les groupes nominaux les plus importants. Ainsi toute requête donne accès à de <b>nouveaux mots-clés qui permettent de préciser la recherche !</b>   |
| <a href="#">Teoma</a>                          | ***  | Aussi (ou plus ?) performant que Google. Présente des <b>dossiers thématiques.</b>   |
| <a href="#">Wisnut</a>                         | ***  | Encore un concurrent ( en anglais) pour Google ! aurait indexé 1,5 milliard de pages (50 millions par jour). <b>Très simple et classique</b> (utilise le + et -) les réponses sont <b>classées par pertinence</b> (popularité du site) et surtout il <b>évalue aussi les pages des sites liés</b> et les met en tête. Il présente <b>les résultats par grandes catégories</b> . Possibilité de régler ses préférences (set préférence). Pas de recherche avancée.  |
| <a href="#">Educate Open Directory project</a> | ***  | Annuaire <b>géré par des milliers d'internautes</b> (bénévolement) spécialistes dans leur domaine de prédilection. 320.000 catégories ! en français(utilisé par Google)  |

## 5. DE NOUVEAUX MOTEURS SPECIFIQUES...et EFFICACES !

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <a href="#">Aleph</a>         | un moteur de recherche <b>spécialisé en histoire</b> et sciences sociales   |
| <a href="#">Ask Jeeves</a>    | Questions en <b>"langage naturel"</b>   |
| <a href="#">Nothern Light</a> | Des <b>résultats classés en dossiers</b>  |
| <a href="#">Hotbot</a>        | Réponses en fonction de la <b>popularité des mots clés</b> (en liaison avec Direct Hit)   |
| <a href="#">Google</a>        | Réponses en fonction de la <b>popularité des sites</b> (nombre de liens vers la page recherchée, plus la page est référencée, plus elle est pertinente !) |
| <a href="#">DirecHit</a>      | Réponses en fonction de la <b>popularité des sites et surtout des liens</b> à l'intérieur des sites, en tenant compte du temps passé par les internautes  |

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
|                                 | les pages proposées !                               |
| <a href="#">Cybertrouvetout</a> | Des internautes répondent en français               |
| <a href="#">Internet sleuth</a> | Moteur "big hub" spécialisé dans ..l'inaccessible ! |
| <a href="#">Webencyclo</a>      | Encyclopédie en ligne !                             |

## 6. Recherches spécialisées

|  |   |
|--|---|
| <i>bibliothèques</i>                     |   |
| <b>ABU</b>                               | La bibliothèque universelle propose le texte intégral des oeuvres du domaine public (encore incomplet..). Diverses recherches .   |
| <b>Aleph * * *</b>                       | Recherche de d'auteurs, textes, biographies.... tout en littérature !   |
| <b>Athena</b>                            | Bibliothèque suisse qui propose des milliers de textes numérisés ainsi que de nombreux liens  |
| <b>BNF</b><br><b>Gallica</b>             | La bibliothèque nationale de France propose un catalogue de milliers d'ouvrages classés (thèmes ou mots clés)<br>80.000 documents !   |
| <b>Internet public</b><br><b>Library</b> | Bibliothèque virtuelle qui renvoie vers d'autres sites.   |
| <b>CCFR</b>                              | .Il permet d'interroger d'un seul coup 160 bibliothèques municipales et universitaires françaises et repérer celles qui peuvent transmettre l'ouvrage à votre bibliothèque. |
| <i>cartes</i>                            |   |
| <b>IsMap</b>                             | A partir d'une adresse affiche la carte (uniquement pour Paris) doit se développer à la France. Avec Zoom et informations   |
| <b>Lycos map</b>                         | A partir d'une adresse affiche la carte (uniquement pour les USA!) avec de nombreuses possibilités (zoom, informations)   |
| <b>Maps database</b>                     | Nombreuses cartes classées par catégories, et liste de sites en proposant   |
| <b>Perry Castenada</b>                   | Nombreuses cartes classées par catégories (politique, économie, histoire...)  |
| <i>drivers</i>                           |   |
| <b>Windriver</b>                         | Spécialisé dans la recherche de drivers   |
| <b>DriverZone</b>                        | Spécialisé dans la recherche de drivers   |
| <b>DriveFinder</b>                       | Spécialisé dans la recherche de drivers   |
| <b>PC-Boost</b>                          | Spécialisé dans la recherche de drivers   |
| <i>entreprises</i>                       |   |
| <b>Bottin</b>                            | Les entreprises françaises par nom ou activité ou N°  |
| <b>Entreprises françaises</b>            | Les entreprises françaises par nom ou activité  |
| <b>Europages</b>                         | Les entreprises européennes par nom ou activité   |
| <b>Infospace</b>                         | les entreprises du monde par pays, selon le nom ou l'activité   |
| <b>Kompass</b>                           | les entreprises du monde par pays, selon le nom ou l'activité   |
| <b>PagesJaunes</b>                       | <b>Jaunes:</b> toutes les entreprises<br><b>rues commerçantes:</b> commerces par rues<br><b>marques:</b> entreprises sur le Net   |

|   |   |
|---|---|
| <i>images /sons</i>   |   |
| <a href="#">Google Recherche d'images</a>   | indiquer des mots clés et les images trouvées s'affichent en vignettes            |
| <a href="#">Web graphique</a>   | Recherche par mots clés toutes sortes d'images                                    |
| <a href="#">Palavista</a><br><a href="#">audiogalaxy</a>                                | Moteur de recherche MP3   |
| <a href="#">Lycos Image / Sons</a>  | Possibilité du moteur "Lycos" en recherche avancée                                |
| <a href="#">Paroles</a>   | paroles de chansons   |
| <a href="#">Webseek</a>   | Spécialisé en images :plusieurs recherches pour obtenir des "planches contact"    |
| <a href="#">Yahoo Image</a>   | Possibilité de "Yahoo" international  |
| <a href="#">Voila</a>   | Recherche sons, images, vidéos (francophone) en recherche avancée                 |
| <i>livres</i>   |   |
| <a href="#">Amazon</a>  | Recherche (titre, auteur, éditeur, collection) et commande de livres en anglais ! |
| <a href="#">Barnes</a>  | Recherche (titre, auteur, éditeur, collection) et commande de livres en anglais ! |
| <a href="#">Fnac</a>  | Recherche (titre, auteur, éditeur, collection) et commande de livres              |
| <i>médias</i>   |   |
| <a href="#">Sélection SOS HG</a>  | SOS HG a sélectionné de nombreux médias   |
| <a href="#">Presse France</a>   |   |
| <a href="#">Toute la Presse</a>   |   |
| <a href="#">Presse Professionnelle</a>  |   |
| <a href="#">I Portail</a>   |   |
| <a href="#">Annuaire radios</a>   |   |
| <a href="#">annuaire des radios F</a>   |   |
| <a href="#">Annuaire des radios</a>   | Annuaire des radios en direct   |
| <i>sharewares</i>   |   |
| <a href="#">Telecharger</a>   | Spécialiste de la recherche de shareware  |
| <a href="#">Jumbo</a>   | Spécialiste mondial de la recherche de sharewares. Américain...                   |
| <a href="#">Shareware.com</a>   | Outil de recherche de sharewares par mots clés, très anglo-saxon...               |
| <b>Des Sharewares par milliers ! : Liste des principaux sites français et mondiaux.</b> |   |
| <i>pays</i>   |   |
| <a href="#">Virtual tourist</a>   | Permet d'accéder, à partir de cartes, aux ressources spécifiques de chaque pays   |
| <a href="#">Woyaa</a>   | moteur de recherche spécialisé sur l'Afrique                                      |
| <i>photos</i>   |   |
| <a href="#">Giraudon</a>  | Recherche à partir d'un formulaire  |

## 7. Quelques conseils pour mener une recherche sur l'Internet !

- **Utiliser:**

un **annuaire** pour une recherche d'ordre général et thématique ex : [Yahoo](#)

un **moteur** pour une recherche précise [ex:Voilà Google](#)

- de préférence **francophone** s'il s'agit d'une recherche exclusivement en français.
- Se limiter à **quelques moteurs** (l'un simple:[Voilà](#) ou [Google](#) , l'autre plus complexe: [Altavista](#) )dont il faut bien connaître le fonctionnement et mode d'emploi : **type d'indexation, formulation des requêtes** (problème de la casse), **options, domaines de recherche** et surtout les **opérateurs booléens** à utiliser ...
- Choisir avec rigueur ses **mots-clés**, et, de préférence, en utiliser **plusieurs**. Eviter les mots trop communs. *La précision limite le nombre de réponses alors que le flou multiplie les résultats...* Eviter de **faire des fautes** (d'orthographe ou de frappe !) sur les mots clés !

- **REGLES FREQUENTES :**

- Attention à la casse, saisir les **mots clés en minuscule** permet, en général, d'obtenir toutes les occurrences (exemple pour "cathédrale" seront recherchés : "cathédrale" "Cathédrale" / "CATHEDRALE") Attention s'il existe une majuscule, l'occurrence exacte sera recherchée ex : pour "Cathédrale" sera recherché uniquement "Cathédrale".
- **Attention aux accents** ! vérifier la réaction de chaque moteur! Supprimer les accents avec les moteurs anglais.
- **les expressions** sont toujours indiquées avec " ..... "
- **Troncature** avec le joker \* est fréquemment utilisée
- les **opérateurs** les plus fréquents sont :
  - **OU** est **implicite** pour des mots clés qui se suivent (le plus souvent...avec des exceptions : "Google")
  - **ET SAUF OU** ou **AND NOT OR** (à taper en majuscules, suivis et précédés d'un espace) ex : *pyramide AND louvre*
  - les signes + - (attention à séparer par un espace le signe du mot précédent, et à accoler le signe au mot qui suit ex : **+pyramide -louvre**)
  - penser à utiliser l'adjacence **NEAR**
- **Approfondir la recherche** avec toutes les options possibles à condition de maîtriser les **opérateurs logiques** (booléens et adjacence). Affiner avec les **options de restriction** (titres, domaines de recherche, restriction géographique). *Moins de 10 % des internautes utilisent la recherche avancée des moteurs...*

- Lire avec rigueur les résultats proposés (l'URL indiquée apporte des renseignements utiles) pour trouver rapidement le bon site. Les premiers résultats sont en principe les plus pertinents (voir le %)
- Si rien de satisfaisant n'a été trouvé avec votre ou vos moteurs habituels:
  - utiliser un **méta moteur** pour croiser les recherches
  - utiliser les **news groups** pour poser la question, en prenant soin de trouver le groupe adéquat. Souvent la réponse impossible se trouve là !
  - rechercher dans les **FAQ**

## **8. Instructions pour la rédaction d'un rapport de recherche**

(1 1/2 interligne)

**Présentation sous la forme d'un article scientifique** (5% pour la présentation générale)

### **I. Résumé** (1/2 page; 10%)

Faites une synthèse du projet de recherche effectué; indiquez la problématique, l'objectif de travail,

les résultats obtenus et la conclusion générale (2,5% chacun).

### **II. Introduction** (1-2 pages; 10%)

! Ne pas répéter l'Introduction du plan de recherche. Décrivez de façon concise l'essentiel de la

littérature qui se rapporte directement à votre projet de recherche.

! Indiquez à la fin les questions scientifiques à la base de votre projet ainsi que l'objectif et les

méthodes utilisées pour réaliser le projet.

### **III. Matériel et Méthodes**

Détailler les travaux effectués. Cette section facilite la compréhension de la section Résultats et

permet d'alléger les légendes des Figures, mais ne les remplace pas. Cette section sera donc évaluée à

travers la section Résultats et aucun point n'y sera accordé directement.

#### **IV. Résultats (35%)**

! Décrivez les résultats obtenus en précisant le but et les techniques utilisées (20%). !

Figures et Tableaux : N'inclure que les plus importants. (~3-5 Figures; 15%).

C Titre clair et précis.

C Les légendes doivent être complètes afin que l'expérience présentée puisse être comprise

aisément.

C Identification de tout ce qui est présenté sur la Figure (échelles, variables, contrôles, ...)

C Description complète des étapes effectuées. Afin d' alléger le texte, il peut être plus pratique

de référer à la section Matériel et Méthodes.

#### **V. Discussion (3-4 pages; 40%)**

! Interpréter les résultats obtenus et les intégrer dans le contexte de la littérature traitant du sujet ainsi

que de vos questions de départ.

! Conclure en précisant en quoi vos résultats contribuent (ou contribueraient si le projet n' est pas complété) à l' avancement des connaissances sur le sujet.

! Proposer des projets possibles pour le futur ainsi que des solutions possibles à des problèmes encourus au cours de la réalisation du projet.

#### **VI. Références**