

Bien chercher sur Internet

I. Il n'y a pas que Google dans la vie...

De Google à Lycos en passant par les moteurs spécialisés. Il existe une multitude de moyens pour trouver la bonne information. L'internaute vous aide à y voir plus clair.

Google, vous connaissez ?

En 1998, Sergei Brin et Larry Page créent à Stanford un nouveau moteur de recherche qui classe les sites en fonction de leur popularité auprès des internautes. Google est né et il va conquérir le web au point de devenir le moteur de recherche privilégié de Yahoo et d'Aol. Complet et pratique, Google va être élu à de multiples reprises "meilleur moteur de recherche de l'année".

Sa caractéristique principale est de sélectionner les résultats des recherches en évaluant l'importance de chaque page Web avec des méthodes mathématiques. Cette technologie, appelée PageRank contrôle le contenu de la page Web, mais vérifie également d'autres sites éventuels qui auraient un lien vers cette page. Sur la base de la quantité et du type de liens, la page se retrouve plus ou moins bien classée en complément du vote des internautes.

Les autres caractéristiques de ce moteur sont sa rapidité d'exécution, avec un temps de réponse moyen de 0,29 seconde (déclaré) pour chaque recherche effectuée ainsi que la taille de ses archives. Google a de plus gardé son accès très simple en se distinguant également par l'absence totale de publicité. La seule exception concerne l'insertion de certains textes promotionnels qui sont liés aux recherches faites par les visiteurs.

Il existe en plus de nombreuses astuces qui facilitent la vie et que vous pouvez retrouver ici. Vous l'aurez compris, Google s'est véritablement imposé comme la star des moteurs de recherche. Mais il n'est pas le seul et il existe évidemment d'autres moteurs si vous êtes allergiques à la "Googlemania".

Les autres moteurs

Lycos est un bon exemple, il fut proposé au public en 1994. Son siège se trouve à Waltham dans le Massachusetts, un centre de recherche à Pittsburgh. Considéré il y a quelques années comme le leader parmi les moteurs de recherche, il a ensuite subi la domination des Google et consorts mais actuellement il reste tout de même le cinquième moteur de recherche le plus utilisé.

Alltheweb, C'est en mai 1999 que alltheweb.com voit le jour, ce puissant moteur de recherche commence à rapidement indexer les pages du Web. Alltheweb Grâce supporte 36 langues différentes. Grâce au "Language Detection", on peut savoir dans quelle langue une page a été écrite et ainsi effectuer des recherches plus ciblées. Sinon le moteur permet de rechercher des images, des vidéos, des musiques ou des actus. Très complet et facile d'utilisation, il est aujourd'hui l'un des concurrents les plus sérieux de Google...

Un petit cocorico avec Voilà ou Nomade, le moteur de recherche Wanadoo et un annuaire de sites francophones très complet.

Sachez enfin qu'il existe des moteurs de recherche thématiques qui sont évidemment beaucoup plus complets dans un domaine précis.

Quelques moteurs spécialisés

Wisenet est par exemple un moteur historique qui permet de naviguer à travers plus de 3000 ans d'histoire. Bon tout est en anglais et l'histoire américaine y est surtout développée. Mais les amateurs y trouveront leur compte avec de petites rubriques sympathiques comme une généalogie du net ou de l'automobile ou du football sans compter des chapitres consacrés aux différentes guerres ou aux noms de famille.

Biographie.net va vous proposer comme son nom l'indique de trouver des biographies. Organisées par langues, il y a actuellement 25 000 fiches disponibles dont plus de 5000 en français. Libre à vous d'ajouter une bio, il suffit de proposer une fiche au site si votre auteur préféré n'est pas encore recensé.

adbd.net vous invite à vous plonger dans l'univers de la bande dessinée. Au programme recherche d'auteurs, de comics ou de magazines. Un lien vers une liste de festivals est également proposé. L'essentiel pour les amateurs du neuvième art.

Les moteurs spécialisés sont nombreux et permettent d'avoir accès à des données vraiment spécifiques souvent introuvables ailleurs. Il y en a pour tous les goûts, il ne reste plus qu'à les essayer. Nous vous conseillons d'aller jeter un oeil sur moteur.online qui recense une majorité des moteurs existants...

II. Un meta moteur, comment ça marche ?

A quoi sert un meta-moteur ? Quelles sont les différences avec un moteur "classique" ? Quelques explications qui vous permettront d'améliorer vos recherches.

Un moteur au-dessus des moteurs

Un meta-moteur est un programme (un script sur Internet ou un logiciel sur votre PC) qui va consulter la base de différents outils de recherche selon une requête que vous lui avez fournie. Il interroge donc plusieurs index et peut ensuite afficher dans une page de votre navigateur les résultats. Selon le meta-moteur utilisé, celui-ci peut hiérarchiser les résultats obtenus selon la pertinence, supprimer les doublons, offrir la possibilité de faire une recherche en utilisant des commandes évoluées, en tenant compte de la langue, etc.

Dans la pratique, un meta-moteur interroge au moins deux moteurs voire plusieurs centaines de moteurs, pour les plus performants. L'avantage principal d'un meta-moteur est évidemment la rapidité de recherche : plus besoin d'aller sur chaque outil de recherche, de formuler sa requête et d'attendre les résultats. L'inconvénient d'un tel procédé d'interrogation de masse est qu'il ne permet pas d'exploiter toutes les fonctionnalités d'un outil de recherche, et reste limité à des interrogations sommaires, avec les opérateurs booléens les plus courants ET, OU, SAUF.

Les meta-moteurs logiciels

Il existe deux familles de meta-moteurs : la première est composée de logiciels qui tournent sur votre ordinateur. Le meilleur exemple est Copernic. C'est un petit programme qui se télécharge et s'installe très simplement. Utilisé par 30 millions d'internautes, soit à peu près 10% des gens qui surfent dans le monde. C'est la Rolls du genre : il combine plusieurs moteurs de recherche et analyse la pertinence des réponses pour coller au plus près du sujet. Copernic peut consulter simultanément plus de 75 des meilleurs moteurs de recherche du Web dans sa version gratuite, et pas moins de 400 dans une version payante. Il filtre et élimine les doublons, c'est-à-dire les documents identiques trouvés sur plus d'un moteur, de plus, il peut éliminer automatiquement les pages périmées. Les résultats apparaissent au fur et à mesure dans une fenêtre qui propose le nom des documents, leur url, le moteur les ayant trouvés, et une estimation de leur pertinence. Les termes clés sont surlignés pour une identification immédiate. Il est simple, souple et efficace et souvent très bien noté par les internautes.

Les meta-moteurs en ligne

Les meta-moteurs en ligne sont très nombreux. Aucun ne se démarque vraiment. On peut citer, entre autres Vivisimo, Metacrawler, Todoo. On peut tenter de les classer en fonction de la puissance, la rapidité, la recherche limitée à une langue. Les meta-moteurs en ligne interrogent souvent moins de moteurs que leurs confrères téléchargeables et ne disposent pas de toutes les fonctionnalités (en autres d'archivage) offertes par une solution sur poste. Ari@ne est le meta-moteur francophone par excellence. Il a recensé plus de 1100 moteurs de recherche et annuaires du Web. Ils sont classés soit géographiquement soit par thèmes. Il est même possible de noter tous ces moteurs afin de donner une idée aux internautes de l'efficacité d'un moteur.

Plus original

Kartoo vous propose d'accéder aux résultats des recherches non plus sur une page classique où toutes les réponses sont empilées les unes à la suite des autres mais sur une "carte". Les

réponses proposées sont reliées entre elles grâce à une arborescence avec des mots clés associés. Il est ensuite possible de sauvegarder la carte. L'interface est vraiment ludique. Il faudra un petit moment pour s'habituer à ce nouveau mode de fonctionnement mais le site vaut le coup d'œil.

MapStan va vous présenter les pages triées par thème selon un plan de quartier. Les sites apparentés sont reliés par des rues. A essayer de toute urgence.

Webbrain est un outil de recherche également sympathique, qui à partir des bases de données de plusieurs robots et annuaires propose un affichage graphique des résultats. Tous les thèmes sont ainsi reliés les uns aux autres. En cliquant sur l'un d'eux, vous affichez d'autres connexions... jusqu'à obtenir le résultat escompté. Certainement pas le plus rapide, mais assurément l'un des plus ludiques.

Meta-moteurs et référencement

A titre indicatif, il n'est pas possible de référencer un site dans un meta-moteur car celui-ci n'a pas de base propre. Un meta-moteur utilise la base d'autres outils de recherche pour fournir ses informations. Pour info, quand un meta-moteur propose un référencement dans des outils de recherche, il vous propose d'utiliser un script de référencement automatique dans plusieurs moteurs ce qui n'est pas forcément bon pour votre site, car la pertinence de votre requête et donc de votre classement s'en trouvent affectés. En clair, vous allez perdre des places lors de l'affichage des résultats...

III. Mieux chercher : nos conseils

Pour être plus efficace sur Google, Voila et les autres, nous vous avons mitonné 10 astuces pratiques. Vous verrez, c'est fou ce qu'un petit guillemet bien placé peut améliorer les recherches...

III.1 Trouver les bons mots clés

Vous vous en êtes certainement rendu compte : l'une des plus dures "épreuves", lorsque l'on recherche une information sur le Web, consiste à trouver les bons mots clés, ceux qui vont caractériser au mieux sa recherche. La tâche n'est pas si compliquée : il suffit pour être efficace de se plier à une certaine stratégie.

Prendre son temps

Pour la plupart des internautes en quête d'une info en particulier, le premier réflexe consiste à lancer un outil de recherche (moteur ou annuaire) et à taper les quelques mots qui viennent immédiatement à l'esprit. C'est une erreur. Avant toute considération syntaxique, la précipitation constitue le premier écueil à éviter. Les moteurs de recherche, pour puissants qu'ils sont, n'ont pas la capacité de synthèse et d'analyse d'un cerveau humain. Il nous incombe donc de leur pré-mâcher le travail en nous livrant à une petite gymnastique mentale du choix des mots clés.

Essayez-donc de ne pas vous précipiter sur votre clavier. Prenez le temps qu'il faut, cinq ou dix minutes si nécessaire, avant de vous lancer dans un surf effréné. Réfléchissez bien à ce que vous recherchez, posez-vous les questions essentielles sur les objectifs à atteindre, bref, remuez-vous les méninges, Google ne le fera pas pour vous. Cela peut paraître évident, mais ces quelques minutes de réflexion prises au début de votre quête vous feront gagner beaucoup de temps par la suite.

Discerner les trois grandes familles de mots

Essayez de bien définir les mots clés que vous allez utiliser. N'hésitez pas à les noter sur une feuille (oui, de papier, vous vous souvenez..?). Globalement, les mots clés peuvent être classés en trois grandes familles :

Mots clés "primaires" ou "larges".

Ils définissent, de façon globale, le champ d'investigation. Exemple : agro-alimentaire, finance, commerce, santé, cinéma, loisirs, voyages, tourisme, littérature, histoire, sciences, etc.

Mots clés "secondaires" ou "profonds".

Au sein du domaine global décrit précédemment, ils définissent la requête elle-même.

Exemple : jus d'orange, marché, bourse, Chicago (recherche : le cours du jus d'orange à la bourse de Chicago), marignan, 1515, François 1er, Léon X (pour des renseignements sur la bataille de Marignan), Montréal, Québec, Canada, hôtels, hébergement (pour trouver où dormir à Montréal), etc.

Mots clés "interdits".

Il s'agit de mots qui peuvent vous induire en erreur lors de vos recherches et donc à exclure, comme indiqué ici.

Exemple : vous recherchez des informations sur le marché de la pomme aux Etats-Unis. Mot clé primaire : food. Mots clés secondaires : apple, study, market. Mot clé interdit : computer.

Car les ordinateurs de la marque Apple ne vous intéressent pas, en tout cas pas dans cette recherche. Autre exemple : la même recherche dans le monde francophone. Mot clé primaire : agro-alimentaire. Mots clés secondaires : pomme, marché, étude, France (par exemple). Mot clé interdit : Adam. Car la pomme d'Adam ne fait pas non plus l'objet de vos investigations.

Une fois notés au moins quatre mots clés (mais n'hésitez pas à en inscrire une bonne dizaine sur votre bout de papier), vous voilà mûr pour consulter votre outil de recherche habituel. Les requêtes efficaces devraient maintenant être plus faciles et plus rapides à identifier.

Antisèche

Votre recherche n'aboutit toujours pas ? Pas de panique, les spécialistes d'abondance.com vous ont concocté un générateur de mots qui devrait vous aider à élaborer vos requêtes. Pour l'utiliser, vous n'avez qu'à saisir un ou plusieurs termes, et à piocher parmi les équivalents que suggère le générateur après quelques secondes.

III. 2. Utilisation du signe "+" pour forcer la recherche d'un mot

Quel que soit l'objet de votre recherche, on peut affirmer que plusieurs mots clé valent mieux qu'un. C'est vrai dans l'absolu, mais encore faut-il respecter la syntaxe adéquate lorsque l'on multiplie les pistes d'investigation.

L'erreur habituelle

Pour lancer une recherche sur plusieurs mots, le réflexe commun consiste à les saisir à la file, en les séparant d'un simple espace comme on le ferait en langage naturel.

exemple : pour chercher des sites relatifs à l'Olympique de Marseille (le club de foot phocéen), on a tendance à saisir "football marseille".

C'est ce qu'il ne faut surtout pas faire. En effet, pour l'immense majorité des outils de recherche, l'espace équivaut non pas à un ET mais à un OU. Ainsi la requête de notre exemple sera interprétée de cette façon :

"Je demande les pages qui contiennent le terme football ou les pages qui contiennent le terme marseille ou celles qui contiennent les deux" !

En somme, en commettant cette petite erreur, on élargit involontairement la recherche au lieu de l'affiner.

Ce qu'il faut faire

Il suffit de faire précéder les mots recherchés du signe "+" pour les lier par un ET. Ainsi dans notre exemple, pour s'assurer de la présence conjointe des mots marseille et football dans les réponses proposés par les moteurs, il faudra rédiger la requête comme suit :

exemple : "+football +marseille".

La demande porte alors uniquement sur les pages qui contiennent les deux mots en excluant toutes celles qui ne comporte que l'un des deux.

La syntaxe

Cette syntaxe sera comprise de la plupart des moteurs de recherche actuels, mais il importe de respecter trois points :

le signe + doit être "collé" au mot qui le suit, sans espace entre les deux.

Un espace doit tout de même séparer les deux mots.

Chaque mot exigé doit être accompagné d'un "+".

exemple : si l'on écrit "football +marseille", le mot marseille sera obligatoirement présent dans les réponses, mais pas le terme football puisqu'aucun signe "+" ne lui est associé.

III. 3. Exclure des mots à l'aide du signe "-"

De même qu'il est possible d'imposer la recherche d'un mot en lui adjoignant le signe mathématique "+" (voir astuce précédente), on peut demander au moteur de recherche d'éliminer systématiquement toutes les réponses qui comportent un ou plusieurs termes. Pour ce faire, on aura recours au signe "-" (moins), autrement dit on fera précéder le mot d'un simple tiret.

Exemple : vous êtes médecin et vous recherchez des articles sur le cancer.

L'horoscope des gens nés sous le signe du cancer ne vous intéresse pas, or sur le Web les pages traitant d'astrologie sont au moins aussi nombreuses que les documents médicaux... Il faut donc restreindre le champ de la requête, comme suit :

"cancer -horoscope"

Précisons que ce signe "-" doit impérativement être collé au mot à exclure. La plupart des moteurs de recherche actuels sauront ainsi l'interpréter comme l'opérateur logique SAUF. En d'autres termes, l'ordre ainsi exprimé signifie pour eux : "recherche les pages ou les sites contenant le mot "cancer" et ne contenant pas le mot "horoscope"".

Requêtes complexes

Les syntaxes peuvent bien entendu être mixées avec les guillemets (voir expression exacte) et l'opérateur ET (le signe "+"), notre requête précédente pouvant tout à fait s'énoncer sous la forme

+cancer +santé -horoscope +"rhume des foins" -horoscope

Exercices

Voici deux petits exercices pour vérifier vos acquis.

Quelle est la différence entre ces deux requêtes :

[cancer -horoscope] et [+cancer -horoscope]

Réponse : il n'y a aucune différence. Dans les deux cas, "cancer" est le terme expressément recherché tandis que le mot clé "horoscope" est interdit. Dans cet exemple, le signe "+" est du reste inutile.

Le même exercice, un poil plus relevé :

[cancer sein -horoscope] et [+cancer +sein -horoscope]

Réponse : il y a cette fois une différence notable. Les mots "cancer" et "sein" sont liés dans le premier cas par un OU (on recherchera alors cancer OU sein OU les deux), dans le deuxième cas par un ET (seule la présence simultanée des deux termes sera détectée).

La manipulation de ces opérateurs logiques a quelque chose de très scolaire qui vous rappellera sans doute l'école primaire, la preuve que la syntaxe des moteurs de recherche est un jeu d'enfant. Quoi qu'il en soit, plus vous utiliserez d'opérateurs comme ET (+) ou SAUF (-) et moins les moteurs de recherche vous retourneront des réponses hors de propos.

III. 4. Les guillemets pour chercher une expression exacte

Lors d'une recherche sur le Web, il arrive souvent que l'on ait à mener ses investigations sur une expression comprenant plusieurs mots séparés par un espace. Par exemple : New York, Euro 2000, Festival d'Avignon, etc. Pour retrouver une expression exacte, il suffit de la saisir entre guillemets. Dès lors votre moteur de recherche habituel ne vous retournera que les oc-

currences rigoureusement identiques de cette suite de mot. En d'autres termes, les requêtes "New York", "Euro 2000" ou "Festival d'Avignon", sont interprétés comme l'ordre de rechercher " les pages ou les sites qui contiennent les mots demandés, tels que présentés, l'un à côté de l'autre et dans cet ordre".

Explications

La saisie de New York (les deux mots séparés par un espace) recherchera soit le mot New seulement, soit le mot York seulement, soit les deux termes dans la base de données appropriée (annuaire ou moteur).

La saisie de +New +York induira la recherche simultanée des deux mots, mais l'un pouvant se trouver au début du document et l'autre à la fin. Donc, la présence des deux mots est nécessaire (opérateur ET), mais pas obligatoirement l'un à côté de l'autre.

Par contre, la saisie de "New York" entre guillemets provoquera une recherche avec les deux mots demandés, mais cette fois obligatoirement l'un à côté de l'autre. Il s'agit donc de la syntaxe la plus restrictive des trois.

Précautions

Les guillemets sont fortement recommandés pour rechercher de façon plus fine une expression, mais la demande effectuée auprès du moteur devient alors très stricte et sans dérivés possibles. Il ne faut donc pas en abuser, la moindre petite faute de frappe, et le moteur renverrait bredouille.

Par exemple, la saisie de "festival d'Avignon" ne trouvera pas l'expression "festival à Avignon". Et "coupe du monde" ne trouvera pas "coupes du monde", avec un pluriel sur le premier mot.

III. 5. La question des caractères accentués

La question n'a aucune importance pour les anglophones dont la langue ne comporte pas d'accent, mais pour nous autres qui parlons français (avec une cédille...) elle est cruciale. Alors, faut-il oui ou non saisir les mots clés avec des lettres accentuées ?

Chaque moteur de recherche gère les caractères spéciaux (accents, cédille...) à sa façon, nous vous renvoyons à la documentation de votre outil de recherche fétiche pour connaître son comportement aide pour déterminer , mais on peut dégager trois cas de figure :

soit ils ne tiennent pas compte de l'accentuation : la saisie du mot "bébé" est équivalente à celle de "bebe" ou "bebé"

soit, ils trouvent toutes les occurrences si le mot demandé est non accentué. Exemple : "bebe" trouve "bebe", "bébé" ou "bebé". Mais, dès qu'une lettre accentuée est présente dans le terme de la requête, c'est ce terme-là, et pas un autre, qui sera trouvé : "bébé" trouve alors "bébé" mais plus "bebe" ou "bebé".

soit, c'est toujours la graphie exacte qui est recherchée : "bebe" trouve "bebe" et rien d'autre, "bébé" trouve "bébé" et rien d'autre, etc.

Nos conseils dans l'absolu

La situation est donc assez complexe et totalement dépendante des outils utilisés. Aussi, si vous êtes sûr de l'orthographe exacte du mot recherché, tapez-le en lettres accentuées. Au pire, vous éliminerez les pages qui le contiennent avec une faute d'orthographe.

En revanche, si vous avez un doute sur la façon dont s'écrit le mot à rechercher, saisissez le plutôt sans accents. Si vous tombez sur un moteur de la troisième catégorie évoquée (recherche de la graphie exacte), vous vous en apercevrez immédiatement puisqu'il ne vous retournera aucun résultat. Il sera alors temps d'ouvrir un dictionnaire...

III. 6. La troncature ou la recherche sur une partie d'un mot

La troncature... Le mot dérive du verbe tronquer dont le sens vous sera sans doute plus évident. Dans le cadre d'une recherche sur le Web cela signifie simplement qu'on lance ses investigations non pas sur un mot clé, mais sur une partie seulement de ce mot. En utilisant la troncature d'un terme, on désignera plutôt tout ce qui commence par cette même racine, cependant il peut également s'agir de tous les mots qui finissent par cette troncature.

Lancer sa recherche sur une partie d'un mot peut s'avérer bien utile en cas de doute sur l'orthographe ou pour étendre la recherche à une famille sémantique. Tous les moteurs n'offrent pas cette possibilité (Google s'y refuse par exemple), certains la supportent si l'on remplace la partie manquante du mot par un astérisque (la petite étoile, le signe multiplier, bref, un *), d'autres enfin y procèdent automatiquement.

Sur Yahoo! par exemple, la saisie du terme "capi" trouvera les mots "capital", "capitale", "capitaine", etc. En somme, tout ce qui commence par "capi". Yahoo! considère donc systématiquement que l'on a effectué une troncature à droite. Chaque requête lancée sur ce moteur signifie en fait "cherche tous les termes qui commencent par ce mot".

Google a un comportement tout à fait différent. Si vous saisissez le mot "capi", Google ne cherchera que les occurrences de ce mot et elles seules.

Dernier cas, Altavista supporte la commande *. Si vous cherchez l'expression "capi", le site ne vous retournera rien d'autres que les occurrences de ces quatre lettres. Cependant vous pourrez effectuer une troncature à droite, en saisissant l'expression " capi*".

La plupart des outils de recherche réagissent ainsi : soit ils effectuent la troncature automatiquement, soit il faut la leur indiquer à l'aide de l'astérisque. En revanche, il n'existe quasiment aucun outil qui accepte, de façon automatique, ni même à l'aide d'un opérateur, la troncature à gauche ("tout ce qui finit par...").

La question peut paraître anecdotique, mais il est utile de se renseigner sous peine de passer à côté de réponses pertinentes. Exemple : sur Altavista, si vous recherchez des informations sur votre toutou préféré et que vous tapez "chien", vous passez à côté des orthographes suivantes : "chiens", "chienne", "chiennes", etc. Alors qu'avec la saisie de "chien*", vous les auriez tout prises en compte...

Pour savoir comment l'outil de recherche que vous utilisez réagit à la troncature, consultez la rubrique "syntaxe" du descriptif de votre moteur de recherche sur Abondance.com :

pour les moteurs: <http://www.abondance.com/outils/moteurs.html>

pour les annuaires, cliquez ici: <http://www.abondance.com/outils/annuaires.html>

IV. Google : comment mieux l'utiliser

Affiner ses recherches, accéder à de nouvelles fonctions, télécharger des logiciels permettant de mieux en tirer parti... Retrouvez tous nos conseils pratiques pour bien utiliser le fameux moteur de recherche.

IV.1 Comment optimiser vos recherches ?

Utiliser un moteur de recherche, c'est bien, apprendre à s'en servir, c'est parfois une question de survie si vous ne voulez pas être submergé par un flot de réponses ou vous égarer dans des voies sans issue. Alors que faire pour atteindre rapidement votre cible ? Nous vous rappelons ici quelques précautions élémentaires à observer pour gagner du temps qui marchent avec Google et tous les autres moteurs :



- * Bien penser au(x) mot(s)-clé(s) avant de vous lancer dans une recherche, la qualité des réponses dépend d'abord de la qualité des mots choisis. Par exemple, "tabac" ne donne pas les mêmes résultats que "cigarette" : le premier est plus synonyme de danger pour la santé tandis que l'autre symbolise plus le plaisir de fumer.
- * Taper les mots en minuscule pour vous donner toutes les chances de ne pas manquer une référence importante.
- * Faites attention à l'ordre des mots que vous utilisez. Sur certains moteurs, cette occurrence a son importance; Exemple, "paris dakar" ne donne pas le même résultat que "dakar paris".
- * Utilisez les guillemets si votre recherche comporte plusieurs mots : taper par exemple "mairie de paris" afin que le moteur prenne bien en compte tous les mots.
- * Utilisez la syntaxe pour affiner votre recherche : les outils les plus couramment utilisés sont les "+" et les "-" qui ajoutent des contraintes à votre recherche. Par exemple, vous pouvez rechercher des documents sur George Lucas qui ne parlent que de Star Wars (george lucas +star wars) ou au contraire qui ne parlent pas du film (george lucas -star wars).



IV. 2 Le joker pour un mot manquant



Contrairement à certains moteurs de recherche, qui prennent en compte les variations autour d'un mot ou qui acceptent l'utilisation de jokers, pour signifier que le début ou la fin du mot clé est tronqué, Google ne sait chercher que des termes exacts.

En revanche, il accepte l'utilisation d'un joker pour signaler l'emplacement d'un mot manquant dans une expression exacte. C'est sûr, cette fonctionnalité, vous n'en aurez pas l'usage tous les jours, mais à l'occasion, elle pourra vous rendre de fiers services. Typiquement, cette astuce pourra vous sortir de la panade, si vous avez oublié un terme technique.

Exemple : sur la capture d'écran ci-dessus, nous avons omis une partie du nom d'un accessoire indispensable pour monter un réseau informatique. A la requête "choisir un * Ethernet", Google a comblé le vide et nous a retourné une liste variée de réponses : "choisir un hub Ethernet", "choisir un commutateur Ethernet" ou encore "choisir un routeur Ethernet".

IV. 3 Le [~] pour trouver les synonymes



Le symbole tilde, c'est à dire l'accent "~" que l'on rencontre autant dans le jargon informatique qu'en langue espagnole, semblera, là encore, surtout utile aux anglophones.

Sur Google, le tilde s'apparente aux opérateurs + et -. En faisant précéder un mot clé d'un plus, on signifie que le mot en question doit impérativement figurer dans les résultats proposés. Avec le signe -, on ordonne au contraire à Google d'éviter absolument toutes les pages qui comportent ce mot. Le tilde ~ autorise Google à afficher non seulement un mot, mais aussi ses synonymes, au sens large, c'est à dire au-delà des vrais synonymes grammaticaux, les termes apparentés.

Concrètement, l'intérêt de la chose est assez limité pour les francophones, sauf dans des cas précis, comme celui qui figure sur la capture d'écran ci-dessus. Nous avons donc pris l'exemple d'un utilisateur du logiciel Dreamweaver qui chercherait une aide en ligne, ou des trucs et astuces. La requête la plus évidente, en anglais, serait dreamweaver +tips ("tips" signifiant astuces). A cette requête, Google nous retourne 572 000 résultats, avec en tête de liste, une page de conseils aux webmasters intitulé Dreamweaver Tips.

Le résultat est convaincant, certes, mais il convient de le comparer à la requête dreamweaver ~tips pour se rendre compte de l'intérêt du tilde. Dans ce second cas en effet, Google retourne 1 960 000 pages, c'est à dire trois à quatre fois plus. La première réponse proposée se

trouve sur le site de Dreamweaver proprement dit. On notera au passage que le mot "tips" ne figure pas sur la page en question, Google y a en revanche déniché les mots help et tutorial, voisins.

Précisons pour finir que pour saisir un tilde, il s'agit de presser simultanément la touche Alt Gr et la touche 2/é. Le tilde n'apparaît qu'une fois le caractère suivant saisi.

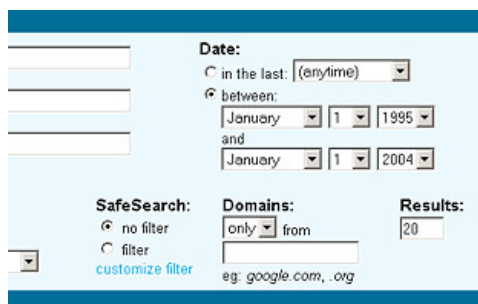
IV. 4 Restreindre la recherche à un site donné



Les performances de Google sont telles que bien souvent, ses résultats sont plus pertinents que ceux proposés par le propre moteur d'un site web. Il est possible en effet de cantonner la recherche à un site en particulier. Cette option est proposée dans l'interface de recherche avancée, mais il est possible de la lancer à l'aide de la commande site: suivi de l'adresse abrégée du site à fouiller.

Dans l'exemple qui figure sur la capture d'écran ci-dessus, nous prenons le cas d'un utilisateur qui voudrait consulter la liste des offres adsl actuelles, qui se souviendrait avoir vu un tel document sur L'Internaute, mais ne parviendrait plus à mettre la main dessus. Dans ce cas de figure, le lecteur pourra sûrement parvenir à ses fins à l'aide de notre propre moteur de recherche, il y parviendra aussi avec Google. A la requête "site:linternaute.com ADSL", la page recherchée arrive en effet en première position. Tous les autres liens proposés par le moteur de recherche ont de près ou de loin trait à l'ADSL, tous, sans exception renvoient vers des articles de L'Internaute.

IV. 5 Se cantonner à une période donnée



Parmi les options avancées facilement accessibles sur Google, il est un menu déroulant qui permet de limiter la recherche dans le temps. En usant de cette option, vous pourrez restreindre la liste des résultats aux pages référencées au cours des 12, des 6 ou des 3 derniers mois. C'est bien, mais il est possible de remonter beaucoup plus loin, ou de définir un laps de temps au jour près.

Parce qu'elles font appel à un système de datation très particulier, il n'est pas aisé de définir une requête de ce type manuellement. Heureusement, certains sites proposent pour ce faire une interface graphique, par exemple Fagan Finder. Grâce au formulaire dont nous vous donnons un aperçu ci-dessus, il est possible de définir une période au moyen de simples menus déroulants.

IV. 6 Google, un dictionnaire universel !



Avec la commande "define:", Google se transforme sur le champ en dictionnaire universel. la définition du terme demandé apparaît en une fraction de seconde, assortie d'un lien vers le site dont elle est issue pour en apprendre davantage. Mieux encore, Google regroupe en guise de résultats toutes les définitions qu'il a pu dénicher sur la toile.

A l'occasion cette fonction pourra également s'avérer utile pour décrypter sigles et abréviations. En tapant define:sms, vous saurez qu'il s'agit d'un protocole d'envoi de message pour téléphone GSM mais aussi de l'acronyme de Science Médico Sociales...

Si vous recherchez un terme français, l'instruction define: peut être remplacée par définition de....

IV. 7 Fouilles "archéologiques" dans le cache



Outre son mode de fonctionnement qui lui assure à une plus grande pertinence que celle de ses concurrents, du moins à l'époque de son lancement, Google est le premier moteur de recherche à avoir introduit un système de cache. Cela signifie qu'à chaque fois qu'il référence une page, Google en archive une copie sur ses propres disques durs.

Avant l'apparition de cette fonctionnalité, il était fréquent que les moteurs de recherche suggèrent des pages web aux titres alléchants, mais au contenu inaccessible. Grâce au cache de Google, c'est un mauvais souvenir, car avec lui toute page référencée reste accessible, quand bien même le site d'origine aurait-il disparu.

Si en cliquant sur une réponse vous vous heurtez à un message d'erreur (erreur 404 si le fichier n'existe plus, erreur 500 si le serveur est momentanément indisponible), si le chargement d'un site est insupportablement long, ou encore si le mot recherché ne figure plus sur la page parce qu'elle a fait l'objet d'une actualisation, pressez le bouton retour de votre navigateur, et au lieu de cliquer sur le titre du document, suivez le lien intitulé "en cache".

Autre possibilité, dont nous vous laissons trouver l'usage, il est possible de lancer d'entrée de jeu une recherche dans le cache de Google plutôt que sur le web proprement dit. Pour ce faire, utilisez la commande cache: suivi de l'adresse du site recherché.

IV. 8 Le Web, une véritable banque d'image



Google intègre un moteur uniquement dédié à la recherche de photos et d'illustrations. D'une efficacité étonnante, cette fonctionnalité se dissimule sous l'onglet Images. Il suffit de saisir un mot clé, comme on le ferait pour trouver un site web et de presser le bouton "Rechercher" pour que Google élabore une liste de planches contact comportant chacune une vingtaine de vignettes de prévisualisation cliquables pour accéder aux images en taille réelle. Les options de recherche avancée permettent d'affiner la requête, en définissant la taille des images désirées, leur format (jpeg ou gif), ou encore le type de cliché, entre couleur et noir&blanc. Google est très efficace, peut-être même trop, attention à l'usage que vous faites des images ainsi récupérées, vous ne pouvez légalement pas les exploiter sur votre propre site sans vous acquitter de droits, du moins lorsqu'elles sont protégées par un copyright. Précisons enfin pour ceux qui auraient entrevu de possibles applications libidineuses de cet outil que Google filtre systématiquement (ou presque..) tout contenu à caractère pornographique.

IV. 9 La calculette opérations et conversions



Au cours des derniers mois, vous l'aurez sans doute vue, sans vraiment y prêter attention : l'icône d'une calculatrice figure parfois sur la page d'accueil de Google. Ne vous fiez pas à la simplicité de ce pictogramme, l'outil que propose le moteur de recherche est très puissant. Désormais, pour vos calculs arithmétiques de base, vous n'aurez même plus besoin de fouiller le menu démarrer de Windows à la recherche de la calculette de votre PC. Au lieu d'un mot clé, saisissez simplement une opération dans le champ de recherche de Google, cliquez sur le bouton habituel, ou plus naturellement encore, validez d'une pression sur la touche "Entrée" de votre clavier : et le site vous retourne le résultat instantanément. Les fonctions proposées ne se limitent pas aux opérations de base : la calculette de Google gère par exemple les puissances (3 au carré s'écrivant 3^2), les racines (racine carré de 3 s'écrivant 2th root of 9), les pourcentages, etc. En fouillant la notice officielle, les matheux pourront apprécier la sophistication de l'outil, qui non seulement embarque son lot de constante, de pi à la masse du soleil (taper mass of the sun pour voir...) en passant par la vitesse de la lumière (taper speed of the light), les fonctions trigonométriques (sinus, cosinus, tan-

gente), logarithmique et exponentielle, mais peut aussi calculer en binaire, en hexadécimal... ou en chiffres romains !

Autre fonction remarquable, celle qui à L'Internaute nous a définitivement convaincue : le convertisseur d'unité, bien utile sur le web où le système de mesure anglo-saxon est au moins aussi répandu que notre système métrique. Si par exemple, la diagonale d'un écran télé, indiquée en pouce (inch en anglais ou un simple guillemet) ne vous évoque rien, tapez simplement dans Google "1,6 inch in cm" ou "1,6 inch in mm" et vous obtiendrez aussitôt la conversion.

IV. 10 Chercher ou refuser un type de fichiers



Vous le savez probablement, Google reconnaît brasse et propose les documents au format PDF exactement comme s'il s'agissait de simples pages web. Certains jours, en particulier lorsque l'on recherche de la documentation technique ou administrative, on s'en réjouit, à d'autres moments, on le déplore, par exemple lorsque l'on a cliqué par inadvertance sur un lien qui ouvre Acrobat Reader, faisant "mouliner" votre ordinateur pendant quelques instants. Ainsi selon le contexte, on peut éprouver le besoin de chercher expressément des documents PDF, ou au contraire de les fuir absolument. Dans le cas par exemple où l'on cherche sur la toile un mode d'emploi ou un formulaire administratif, il est probable que ces documents soient proposés au format PDF. Tant mieux du reste, car c'est l'assurance que l'on pourra l'imprimer proprement et sans difficulté.

Dans l'exemple ci-dessus, nous avons ainsi lancé la recherche sur un modèle d'appareil photo, le Canon EOS 300 D, et nous avons restreint la recherche aux documents PDF à l'aide de la commande filetype:PDF

Il n'a pas même été nécessaire de préciser la marque de l'appareil, ni le fait que nous recherchions un mode d'emploi. La première réponse proposée était la bonne : le manuel officiel de l'EOS 300D, en quelques 140 pages.

A l'inverse, si sur une recherche donnée, on souhaite éviter les documents PDF, il suffit d'ajouter à ses mots clés la commande -filetype:PDF

Outre le format PDF (et le html bien évidemment), Google reconnaît 11 autres types de fichiers. Documents Word, Excel et Powerpoint, fichiers du tableur Lotus 1-2-3, documents d'impression PostScript, fichiers texte et RTF, etc (liste des types de documents pris en compte). Dans tous les cas, on pourra recourir à la commande filetype: ou -filetype: suivi de l'extension des fichiers à traiter : pdf, txt, doc et autres xls.

Vous le savez probablement, Google reconnaît brasse et propose les documents au format PDF exactement comme s'il s'agissait de simples pages web. Certains jours, en particulier lorsque l'on recherche de la documentation technique ou administrative, on s'en réjouit, à d'autres moments, on le déplore, par exemple lorsque l'on a cliqué par inadvertance sur un lien qui ouvre Acrobat Reader, faisant "mouliner" votre ordinateur pendant quelques instants. Ainsi selon le contexte, on peut éprouver le besoin de chercher expressément des documents PDF, ou au contraire de les fuir absolument. Dans le cas par exemple où l'on cherche sur la

toile un mode d'emploi ou un formulaire administratif, il est probable que ces documents soient proposés au format PDF. Tant mieux du reste, car c'est l'assurance que l'on pourra l'imprimer proprement et sans difficulté.

Dans l'exemple ci-dessus, nous avons ainsi lancé la recherche sur un modèle d'appareil photo, le Canon EOS 300 D, et nous avons restreint la recherche aux documents PDF à l'aide de la commande filetype:PDF

Il n'a pas même été nécessaire de préciser la marque de l'appareil, ni le fait que nous recherchions un mode d'emploi. La première réponse proposée était la bonne : le manuel officiel de l'EOS 300D, en quelques 140 pages.

A l'inverse, si sur une recherche donnée, on souhaite éviter les documents PDF, il suffit d'ajouter à ses mots clés la commande -filetype:PDF

Outre le format PDF (et le html bien évidemment), Google reconnaît 11 autres types de fichiers. Documents Word, Excel et Powerpoint, fichiers du tableur Lotus 1-2-3, documents d'impression PostScript, fichiers texte et RTF, etc (liste des types de documents pris en compte). Dans tous les cas, on pourra recourir à la commande filetype: ou -filetype: suivi de l'extension des fichiers à traiter : pdf, txt, doc et autres xls.