ACTIVITÉ - CONNAÎTRE ET UTILISER LES MOTEURS DE RECHERCHE

ACCÈS À L'INFORMATION > 1.1 NAVIGUER, RECHERCHER ET FILTRER DES DONNÉES, DES INFORMATIONS ET DU CONTENU NUMÉRIQUES

CONVIENT POUR	AGE	NIVEAU DE COMPÉTENCE	FORMAT	DROITS D'AUTEUR	LANGUE(S)
Chercheurs d'emploi, Elèves (école secondaire), Jeunes en décrochage scolaire, Tous publics	Adolescents, Adultes, Seniors	Niveau 1	Fiche d'activité	Creative Commons (BY-SA)	Français

Cet atelier permet de se familiariser avec les divers moteurs de recherche, dresser un tableau récapitulatif de certains (Bing, Google etc) en confrontant leurs différents modèles, leurs fonctionnements etc...

Objectif général	Compétences
Temps de préparation pour l'animateur	moins d'une 1 heure
Domaine de compétence	1 – Accès à l'information
Temps requis pour compléter l'activité (pour l'apprenant)	1 – 2 heures
Nom de l'auteur	Nothing 2hide
Matériel supplémentaire	Un ordinateur avec un rétroprojecteur ou un ordinateur pour un à trois participant.e.s (cette dernière solution est recommandée) - Une connexion Internet - Un tableau et des marqueurs ou craies

Ressource originellement créée	Français

DÉROULÉ

1 Introduction

“Je vais demander à Google”, s’entend-on dire aujourd’hui dès qu’on n’a pas la réponse à une question. Google, on l’utilise tous les jours, ou presque. Mais qu’est-ce-que c’est exactement ? Cette activité permet de faire comprendre ce que sont les moteurs de recherche, et de différencier chacun d’entre eux, car non, il n’y a pas que Google !

Conseil médiation :

Il ne s’agit pas ici de pousser l’utilisation d’un moteur plus qu’un autre, mais plutôt d’informer les participant.e.s sur les faits. A elleux de choisir quel moteur de recherche utiliser. Il n’y a pas de mal à utiliser Google si nous sommes au courant de son fonctionnement, et si cela ne nous dérange pas.

Pour en savoir plus sur les navigateurs et les moteurs de recherche, ainsi que sur les données personnelles, nous vous conseillons de vous référer à la fiche outil La recherche d’informations sur le web.

2 Définition du moteur de recherche

Poser à l’ensemble du groupe la question : pour vous, qu’est-ce qu’un moteur de recherche ? Leur demander de citer ceux qu’ielles utilisent. Ainsi que ceux qu’ielles connaissent (5 minutes).

Ceci est un simple échange. Noter les différents mots-clés et noms de moteur de recherche sur un tableau. Cette étape permettra de savoir où en sont les participant.e.s dans leurs connaissances.

Le but est désormais de faire comprendre que si Google est le moteur de recherche de référence, ielles ne sont pas obligés d’avoir systématiquement recours à celui-ci.

Option 1 : chacun.e, ou par groupes de deux ou trois tape “moteur de recherche” dans Google.
Option 2 : l’animateur.rice tape sur un ordinateur, et affiche l’écran via un rétroprojecteur pour l’ensemble de l’audience “moteur de recherche” dans Google.

La page Wikipédia “liste de moteurs de recherche” s’affichera.

Allez y : https://fr.wikipedia.Org/wiki/Liste_de_moteurs_de_recherche et explorez avec eux la page. Celle-ci référence les principaux moteurs de recherche, et les classes par catégorie : ceux dédiés uniquement à la recherche d'images, ceux à destination des enfants, ceux à visée écologique et solidaire.

Apporter quelques précisions pendant leur petite exploration.

Pourquoi existe-t-il autant de moteurs de recherche spécifiquement chinois (Baidu, Panguso, Sohu, Soso) ?

Il faut comprendre que les règles sont différentes selon le pays où vous vous trouvez. Il existe une certaine censure. Certains gouvernements veulent tenter de contrôler ce à quoi leur population a accès. C'est pourquoi le gouvernement chinois a choisi de bloquer les moteurs de recherche comme Google et Bing. Ce sont des entreprises nationales qui dominent le marché. De manière générale, les pays occidentaux (Europe de l'Ouest et Amérique du Nord notamment) ont accès aux mêmes moteurs de recherche.

Qu'est-ce qu'un moteur de recherche solidaire et écologique ?

Leur but est de permettre aux navigateurs de soutenir des initiatives sociales et environnementales, sans même changer leurs habitudes. Ces moteurs de recherche veulent utiliser leurs bénéfices (issus de la publicité notamment) pour les reverser à diverses causes. L'exemple d'Ecosia (https://www.ecosia.org/) : ses dirigeants (allemands) reversent 80% de ses bénéfices à un programme de reforestation présent partout dans le monde. Les arbres sont notamment plantés au Burkina Faso, au Pérou, en Tanzanie et à Madagascar.
L'exemple de Lilo (https://www.lilo.org/fr/). Il a pour but de financer des projets sociaux et environnementaux grâce à la moitié des revenus générés par la publicité.

Ajouter qu'on peut faire des recherches ailleurs que dans des moteurs : https://www.commentcamarche.com/faq/29571-trouver-des-sources-d-informations-pertinentes-sur-internet

Conseil médiation :

Ne pas hésiter à poser des questions, et essayer de les faire réfléchir, de prendre du recul avant d'apporter directement la réponse.

3 La comparaison des différents moteurs de recherche

Se rendre, avec les participant.e.s, sur trois ou quatre moteurs de recherche différents, tels que Google, Yahoo, Qwant et Duckduckgo….

Effectuer une même recherche sur ces différents moteurs. Prendre un terme très simple, tel que manga, smartphone ou un élément en rapport avec l'actualité. Les laisser faire leurs recherches eux-mêmes ou projeter sur l'écran, dans ce cas c'est l'animateur.rice qui se charge de faire les recherches.

Décrire ensemble les différentes parties d'un moteur de recherche : la barre de recherche, les images, les actualités, etc. Observer également l'apparition de publicités (liens sponsorisés) sur les pages d'accueil ou sur les pages de résultats.

Exemple :

Entrer le terme Smartphone dans différents moteurs de recherche.

Comparer avec les participant.e.s les résultats (ceci est un échange.) : différences, références communes, ordre d'apparition. On observe que les résultats et leur classement varient sensiblement d'un moteur à l'autre.

Expliquer alors le fonctionnement de base d'un moteur en introduisant les notions d'indexation.

Indexation : désigne le fait que le moteur de recherche a pris connaissance de l'existence d'un site. Quand un site est créé, pour être visible, il est plus avantageux que Google le mette dans son index. Cela veut dire que Google va repérer ce site, et le ranger dans sa mémoire. Ainsi, quand on fait une recherche sur « Zinedine Zidane », le moteur de recherche présentera comme résultats tous les sites qu'il a mis dans sa mémoire qui y font référence. Comme il y a beaucoup de résultats, il va les afficher par pertinence. Les personnes derrière les sites Internet vont alors chercher à apparaître le plus haut possible dans les résultats. Google fonctionne selon deux stratégies principales.

L'une consiste à payer Google pour être mieux référencé. Ce sont les liens sponsorisés.
L'autre est ce qu'on appelle le SEO – le Search Engine Optimization ou l'optimisation des résultats de recherche. Par exemple, si l'on crée un blog sur les mangas et que le terme manga est dans le nom du blog par exemple, et dans les titres des posts de blog, il sera de mieux en mieux référencé. Il existe de nombreuses règles et astuces permettant de faire de l'optimisation, certains en font même leur métier.

Conseil médiation :

Pour illustrer cela vous pouvez utiliser l'activité « Comprendre l'indexation des moteurs de recherche»

4 Jeu de recherche "Qui est derrière ce moteur ?"

Il s'agit d'un petit jeu d'enquête et de rapidité avec les participant.e.s.

Reprendre dans un tableau les moteurs de recherches utiliser lors de l'étape précédente. Au préalable, l'animateur.rice doit se renseigner sur les différents moteurs de recherche (ci-dessous les éléments qu'ils doivent apporter dans tous les cas).

Pour chaque moteur de recherches, les participant.e.s vont devoir trouver les informations concernant :

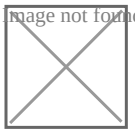
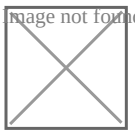
- La société qui est derrière
- L'année de fondation
- Le pays d'origine
- Le modèle économique
- Oui ou non, pratique-t-il la collecte de données ?
- A-t-il une visée sociale et solidaire ?
- Propose-t-il d'autres services (mail, musique, etc). Si oui, citez-en deux.

Proposer aux participant.e.s d'abord de faire appel à leurs connaissances, et à leur déduction. Ielles auront ainsi 10 minutes pour pré-remplir le tableau.

Créer des équipes de deux ou trois. Chaque équipe représente un moteur de recherches. Elles bénéficieront de 15 minutes pour faire les recherches afin de finir de remplir les cases encore vides, et de vérifier les informations déjà renseignées.

Voici le tableau qu’ils devront remplir, in fine.

Le tableau disponible pour impression au format pdf en cliquant ICI



Et la solution