

GOOGLE

Trucs et astuces pour les professionnels de l'infodoc Focus sur ses fonctions avancées et sur son actualité chargée

Arnaud SEEUWS

Documentaliste, Centre Antipoisons

Dans un contexte où le professionnel de l'information-documentation est amené à se positionner par rapport à des outils tels que *Google* ou *Wikipédia*, et à montrer sa valeur ajoutée lors de l'utilisation de tels outils, un rappel des principales astuces du célèbre moteur de recherche ne peut être que bénéfique.

Afin de se simplifier la vie bien sûr...mais aussi afin de mieux expliquer à nos usagers comment se servir de *Google* et en maîtriser les aspects les plus importants.

La réunion mensuelle de l'Association Belge de Documentation qui s'est tenue le 15 janvier 2013 à Bruxelles était précisément l'occasion d'un tel rappel. Béatrice Foenix-Riou¹ (BFR Consultants), auteure de plusieurs documents et d'un blog² traitant notamment d'Internet et de la recherche en ligne, nous a fait partager en direct, au travers d'exemples concrets, son expérience sur *Google*³.

Il est bien entendu possible d'écrire des pages et des pages sur la recherche avancée à l'aide de *Google*. Mais dressons tout d'abord quelques constats :

- À la fin de l'année 2012, 90 % des internautes utilisant un moteur de recherche ont utilisé *Google*⁴.
- 80 % des usagers cliquent sur les 3 premiers résultats de recherche.
- Un certain nombre d'utilisateurs, qui n'ont pas conscience du mode de fonctionnement de *Google*, n'utilisent pas la recherche avancée et pensent interroger la totalité du Web.

Forts de ces faits, une première recommandation peut être dressée : une attention permanente doit nous animer lors d'une recherche avec *Google*⁵. Il ne suffit pas de taper quelques mots dans un champ de recherche et d'attendre les résultats. De même, l'utilisation combinée de plusieurs outils lors d'une recherche⁶ est un réflexe plus que nécessaire.

Un certain nombre d'astuces peuvent être utilisées dans *Google* pour faciliter ou améliorer le résultat de la recherche. Celles-ci sont dressées ci-dessous :

- Utiliser les mots-clés de recherche les plus précis possibles notamment en se demandant quels sont les mots-clés qui seront présents dans les documents que je recherche.

- L'utilisation des guillemets est très intéressante pour rechercher un terme précis. Lorsqu'un mot est placé entre guillemets, *Google* le recherche "tel quel". Par exemple, une personnalité peut se chercher sur le principe "prénom nom" ("Paul Claudel"). Dans ce cas, on pensera à rechercher sous toutes les formes possibles à l'aide de l'opérateur OR ("Paul Claudel" OR "Claudel Paul").

Attention, la recherche avec guillemets est très stricte et il est souvent intéressant de lancer une première fois la recherche sans ceux-ci.

Il est possible d'utiliser plusieurs fois les guillemets. Cela peut se voir lors qu'on réalise les recherches suivantes :

- bibliographie "jean racine" (*Google* interprète bibliographie par biographie)
- "bibliographie" "jean racine"

- Lors d'une recherche, le fait de modifier le nombre de résultats par page (en afficher 100 par exemple) permet de mieux voir comment *Google* réalise la recherche (se voit aux caractères en gras) et permet de savoir si l'utilisation de guillemets est intéressante ou non.

Le fait d'afficher 100 résultats par page nécessite de désactiver la recherche instantanée (les résultats s'affichent alors en temps réel au fur et à mesure que l'on tape les mots). Pour activer l'option de 100 résultats par page, rendez-vous dans les paramètres de recherche ("roue crantée" à droite) et cochez "Ne jamais afficher les résultats de la recherche instantanée". Ensuite, modifiez le nombre de résultats par page et enfin cliquez sur "Enregistrer" en bas de page.

Désactiver la recherche instantanée permet quand-même la suggestion de mots-clés de recherche.

- La fonction "En cache" de *Google* permet parfois de retrouver une page disparue. Cette fonction peut s'utiliser de deux manières. Soit via l'opérateur "cache" (cache:www.URL) soit via les aperçus de résultats (colonne de droite).
- *Google* est parfois sensible aux accents contrairement à ce qui est avancé. Cela se produit souvent dans le cadre de recherche avec guillemets. Par exemple, les recherches "moteur a combustion" ou "moteur à combustion" ne donneront pas les mêmes résultats.
- L'opérateur AROUND permet de limiter l'espace des mots.
Exemple : George AROUND (2) Bush lance la recherche dans laquelle Bush est à maximum 2 mots d'écart de George.
- Ne plus utiliser le "+" (qui servait à imposer un mot supplémentaire) car depuis le lancement du réseau social *Google Plus*, ce terme fausse la recherche. L'opérateur "-" fonctionne cependant encore pour exclure des pages de recherche.
- La fonction "Related" de *Google* permet de chercher des sites similaires au résultat affiché. Cette fonction s'utilise soit via un opérateur (related:www.abd-bvd.be) soit via la vignette d'aperçu du résultat.
- L'opérateur "define" permet de rechercher directement une définition (attention à la source).
Exemple : define:potassium
- *Google* peut servir à réaliser des conversions de toutes sortes. Il suffit de taper par exemple (sans les guillemets) "150 dollars en euros" ou bien encore "125 litres en gallons".
- Faire une recherche sur des données chiffrées peut être simplifié par la syntaxe suivante "consommation biocarburants 2015..2100". Les deux points permettent de chercher sur une période s'étalant de l'année 2015 à l'année 2100.
- Il est possible de rechercher sur un type de document précis (Powerpoint, PDF). Pour ce faire, on utilisera l'option adéquate dans l'écran de recherche avancée, soit on utilisera l'opérateur "filetype" (par exemple : Jean Racine filetype:pdf). Il est possible de rechercher sur plusieurs types de contenus en même temps (par exemple : Jean Racine filetype:pdf OR filetype:ppt)⁷.
- L'opérateur "site:" permet limiter la recherche à certains types de sites (par exemple la recherche avec l'opérateur "site:.fgov.be" permet de limiter la recherche à des sites web du gouvernement fédéral belge). Cette astuce impose de connaître le nom de domaine au moment de lancer la requête.
- L'opérateur "inurl:..." permet de faire une recherche sur les sites pour lesquels le terme ... est présent dans l'adresse. Au contraire de l'opérateur "site:" il n'est pas nécessaire de mettre une extension de domaine complète. Par exemple, une recherche avec "inurl:univ" va donner des sites pour lesquels l'adresse du site convient le mot "univ". Cela permettra de limiter la recherche à des sites principalement d'universités.
- Les outils avancés de recherche ("Outils de recherche" en dessous du champ de recherche) permettent de trouver des résultats publiés entre telle date et telle date. Cela permet par exemple de trouver des articles sur un sujet afin de savoir ce qui a été publié sur un événement durant une période donnée.
- L'outil de traduction de *Google* est un outil très puissant. Cela se vérifie par exemple avec la fonction "Pages en langue étrangère traduite". *Google* va traduire la requête dans une autre langue, interroger le web dans cette langue et traduire les résultats en français. Cela peut se révéler pratique pour faire des recherches sur une "autre culture" (un compositeur russe, de chercher des institutions dans un pays utilisant une autre langue que le français, etc.).
- L'opérateur "title" a un mode de fonctionnement assez complexe. Il est en effet possible de chercher sur base de mots présents dans le titre de la page⁸. Tout d'abord, une différence existe entre la page de recherche avancée et l'opérateur "intitle:..." qui s'emploie dans la recherche simple (dans l'écran de recherche avancée, l'opérateur sera "allintitle:") La différence entre les deux s'explique comme ceci. Intitle: "george sand" chopin" lance la recherche dans le titre sur George Sand et fait la recherche sur Chopin dans toute la page.
"allintitle:"george sand" chopin" lance la recherche dans le titre sur George Sand et sur Chopin (les deux mots-clés doivent être dans le titre).
Notons que la recherche sur titre lance la recherche sur l'occurrence exacte (exemple : in-

title:bibliothèque recherche sur le mot accentué uniquement).

Nous venons de le voir, *Google* offre de nombreuses fonctionnalités pour parfaire sa technique de recherche. Penchons-nous à présent sur quelques-uns de ses travers :

- Contrairement à de nombreux outils de recherche professionnels (bases de données, etc.), *Google* ne gère aucune troncature.
- *Google* indexe une partie seulement du Web visible. D'où l'intérêt d'utiliser plusieurs outils de recherche car chacun ou presque possède son propre index.
- *Google* n'indexe pas (ou mal) le Web invisible : bases de données, serveurs professionnels, sites web avec identification, etc.
- Lorsqu'une recherche est entrée, *Google* n'interroge qu'une partie seulement de son index (on ne sait jamais laquelle, aucune communication n'est faite à ce sujet) et ce notamment dans un but d'économie de ressources de ses serveurs. Le nombre de mises à jour des index est donc important, de même que l'endroit d'où l'on lance la recherche (*Google France*, *Google Belgique*, etc.).
- *Google* interprète nos requêtes de recherche afin de nous "aider" (par exemple dans le cadre de la recherche sur Jean Racine décrite ci-dessus). Cette interprétation se fait entre autres sur base des renseignements que *Google* collecte sur nos habitudes de recherche (lorsque l'on recherche avec un compte *Google* activé ou sur base de l'adresse IP) ou sur base des statistiques de recherche dressées par *Google*. Bref, plus on fait de recherche avec le moteur, plus ce dernier interprète nos recherches.
- Aucune règle n'existe clairement quant à l'emploi du singulier ou du pluriel dans les termes recherche. Une interprétation diffé-

rente peut avoir lieu à chaque recherche. Le fait d'afficher 100 résultats par page permet de mieux cerner l'interprétation de *Google* au moment de la recherche.

- L'interface de recherche a tendance à se compliquer. Par exemple, les options de recherche pour limiter les dates de publication se trouvent au-dessous du champ de recherche et plus sur le côté ("Outils de recherche"). Cela réduit fortement l'accessibilité à ces options de recherche avancées.

Quelques nouveautés apparaissent également, telles le "Knowledge graph"⁹ (se voit dans la vignette de recherche). Par exemple, une recherche sur René Magritte donne dans la vignette de recherche des informations sur l'épouse et les parents de Magritte.

La mise en place de l'outil *Google+*¹⁰ peut également influencer la recherche. Sur *Google.com* (version anglophone), une requête lancée dans le moteur de recherche donne également la possibilité de lancer ladite recherche dans son profil *Google+* afin de faire ressortir les résultats issus du réseau que l'on suit.

D'une manière générale, il importe d'utiliser *Google* comme tout autre outil de recherche, à savoir avec de l'esprit critique. Comparer ses sources en utilisant d'autres outils de recherche est également une excellente piste à suivre. À cet effet, il est intéressant de rechercher les autres présentations/conseils de Béatrice Foenix-Riou sur un site tel que *Slideshare*¹¹.

Google, s'il reste un outil de recherche performant, est en constante évolution. De nouvelles fonctionnalités apparaissent régulièrement et il importe de se tenir informé sur ces évolutions. On laissera le choix à chacun de ses sources d'informations sur le sujet tant elles sont nombreuses (revues informatiques, sites dédiés aux moteurs de recherche, *Google* lui-même, etc.).

Notes

- ¹ Plus d'informations sur l'oratrice :
L'auteure. *Le blog de Recherche-veillee.com* [en ligne].
<<http://www.recherche-veillee.com/#/lauteure/3813873>> (consulté le 3 février 2013).
- ² Foenix-Riou, Béatrice. *Le blog de Recherche-veillee.com* [en ligne]. <<http://blog.recherche-veillee.com/>> (consulté le 3 février 2013).
- ³ La présentation complète peut se retrouver à l'adresse suivante :
<<http://fr.slideshare.net/bfoenix/bfrabd-2013-google-trucs-et-astuces-pour-les-professionnels-de-linfodoc-16028591?ref=http://blog.recherche-veillee.com/2013/01/google-trucs-et-astuces-pour-les-pros.html>> (consulté le 3 février 2013).

À noter que durant la réunion, l'oratrice n'a pas suivi son diaporama afin de réaliser des démonstrations en direct. On notera que ce compte rendu présente moins d'informations que le diaporama original, l'oratrice ayant préféré l'interaction avec le public au suivi strict du programme.

- 4 Il est également intéressant de constater qu'un grand nombre d'internautes utilisent *Google* comme page d'accueil sur leur navigateur.
- 5 Cela vaut d'ailleurs pour tous les outils de recherche, chacun ayant ses limites.
- 6 Une liste étoffée d'outils de recherche en ligne est accessible sur *Wikipédia* :
Liste de moteurs de recherche. *Wikipédia* [en ligne], 31 janvier 2013 (consulté le 3 février 2013).
<http://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_de_moteurs_de_recherche>
- 7 Cet exemple montre que la recherche simple est parfois plus puissante que la recherche avancée. En effet, dans la recherche avancée, il n'est pas possible de rechercher simultanément sur plusieurs types de fichiers. Néanmoins, les deux recherches peuvent s'avérer complémentaires.
- 8 L'écran de recherche avancée permet par ailleurs de rechercher dans plusieurs zones d'une page Web.
- 9 Une description intéressante de cette fonction peut être trouvée à l'adresse :
Govekar, Jean-Pierre. Ce qu'il faut savoir sur le Knowledge Graph de Google. *ZDNet* [en ligne], 13 décembre 2012 (consulté le 3 février 2013). <<http://www.zdnet.fr/actualites/ce-qu-il-faut-savoir-sur-le-knowledge-graph-de-google-39785363.htm>>
- 10 Une présentation de Google+ assez intéressante est réalisée sur *Wikipédia* :
Google+. *Wikipédia* [en ligne], 10 décembre 2012 (consulté le 3 février 2013).
<<http://fr.wikipedia.org/wiki/Google%2B>>
- 11 *Slideshare* [en ligne]. <<http://fr.slideshare.net/>> (consulté le 3 février 2013).