

Rédaction le 27 novembre
2023

Mis à jour le 20 février 2025

Lien vers l'article:

<https://infosante.be/ressources/chercher>



Qu'est-ce que le Web ?

Beaucoup de personnes confondent « internet » et « le web ». Or, le web est seulement une manière d'utiliser internet.

Internet est un **réseau d'ordinateurs** qui sont **reliés entre eux par des câbles électriques**. Les câbles sont enterrés dans le sol. Certains câbles passent sous l'océan.

Grâce à internet, partager du contenu est très facile.

Le Web est un **ensemble de pages qui utilisent internet** pour être reliées entre elles. Les pages proposent des informations grâce à un langage informatique. On appelle ce langage : du langage html. Il permet de publier du texte, des liens, des images. Une personne qui a accès à internet peut consulter des pages web, grâce à un moteur de recherche.

Le langage html est facile à apprendre. Un très grand nombre de personnes sait l'utiliser. C'est pourquoi, le web est vu comme un outil pour toutes et tous (démocratique). **Chacun peut publier du contenu en ligne**. Malheureusement, toutes les informations en ligne ne se valent pas. Il est donc très important de vérifier que les informations que vous trouvez sont **fiables**. Pour trouver de l'information en santé sur internet, la première étape est de trouver des **sites de confiance**.

Un moteur de recherche, qu'est-ce que c'est ?

Un moteur de recherche est une **application qui permet de chercher et de trouver des informations**. Il permet aussi de retrouver un site internet même si on ne connaît pas son adresse. L'adresse d'un site internet est appelée une adresse URL.

Un moteur de recherche comporte **une barre de recherche**. C'est un cadre sur la page où vous pouvez écrire des mots. Il y a souvent un bouton avec une **loupe au bord** de la barre de recherche. C'est un symbole qui veut dire 'rechercher'. **Les mots que vous tapez dans la barre de recherche vous aident à trouver les informations que vous cherchez**.

Si vous cherchez des informations générales, les moteurs de recherche classiques vous donnent des résultats intéressants.

Par exemple, il y a :

- [Google](#) ;
- [Bing](#) ;
- [Yahoo](#) ;
- Safari, depuis un ordinateur développé par Apple ;
- [Ecosia](#), pour les personnes qui veulent soutenir l'écologie ;
- [DuckDuckgo](#), pour les personnes qui souhaitent une meilleure protection de leur vie privée.

Il en existe d'autres mais ils sont moins efficaces, ou trop spécialisés (par exemple [Doocteur](#)).

Comment fonctionne un moteur de recherche ?

Un moteur de recherche est créé à partir de **codes informatiques**. Ces codes permettent de créer des programmes. Par exemple : les spider-robots. **Les spiders robots parcourent le web, de lien en lien, et analysent chaque page web.** Ils créent des **listes avec tous les mots rencontrés dans les sites internet.** Sur ces listes, chaque mot est associé à une adresse (URL).

Une copie de ces listes est enregistrée sur de gros ordinateurs qui stockent les données : les serveurs. Chaque moteur de recherche possède des **millions de serveurs**, et donc une très grande quantité de mots-clés.

Quand vous vous connectez à un moteur de recherche, vous tapez des mots dans un cadre. Ce cadre s'appelle une **fenêtre de recherche**.

Le moteur de recherche envoie les mots tapés vers des serveurs. **Le moteur de recherche cherche les pages qui contiennent ces mots clés enregistrés dans les serveurs. Il affiche ensuite les meilleurs résultats.**

Le moteur de recherche **classe les résultats en fonction de plusieurs critères** qui déterminent l'ordre des résultats. Ces critères sont par exemple, le nombre de fois où les mots-clés apparaissent ou bien la position des mots-clés dans le site (dans un titre ou dans le texte).

Comment s'y prendre pour faire une recherche ?

Pour lancer une recherche, **vous pouvez écrire un ou plusieurs mots dans la fenêtre de recherche**. Le mieux est de choisir **les mots les plus précis possible**. Par exemple, si votre enfant a des boutons sur la peau, précisez son âge : « boutons peau bébé de 6 mois ».

Vous pouvez formuler une phrase. Par exemple : « mon bébé de 6 mois a des boutons sur la peau ». Mais pour l'instant, un moteur de recherche classique ne va pas tenir compte de tous les mots. Il supprime les mots qui donnent trop de résultats. Par exemple : « la », « mon », « a », « des », « sur ».

L'orthographe des mots médicaux est parfois compliquée. Mais la plupart des moteurs de recherche détectent les erreurs et vous proposent un mot proche du mot tapé.

- Si vous ne connaissez pas l'orthographe d'un mot, **vous pouvez tout de même essayer de l'écrire**. Par exemple, si vous tapez « spondylartrite » dans le moteur de recherche. Il vous demande : « Voulez-vous dire Spondylarthrite » ? Si vous cliquez sur la proposition, il affiche les résultats liés à « spondylarthrite ».
- Si vous cherchez un terme précis, et que vous en connaissez l'orthographe, vous pouvez taper les **mots entre guillemets**. Par exemple, « spondylarthrite ankylosante ». Ainsi, le moteur de recherche ne vous donne que les pages qui contiennent ces deux mots ensemble. Vous n'aurez pas des pages qui ne parlent que de « spondylarthrite ». Les pages qui contiennent le mot « ankylosante » dans d'autres contextes n'apparaissent pas non plus.

Utiliser d'autres mots pour votre recherche

- Il peut être utile de tester **un ou plusieurs autres mots qui parlent de la même chose (synonymes)**. Il existe des sites internet qui proposent une liste de synonymes pour chaque mot. Il peut être utile de les utiliser. Par exemple, vous pouvez chercher les problèmes liés au foie et à son fonctionnement avec le mot « hépatique ». C'est le mot scientifique pour

parler de ce qui est lié au foie. Vous pouvez faire la même recherche avec des expressions. Par exemple, dans la vie de tous les jours, nous parlons de « trisomie 21 ». Or, les scientifiques l'appellent le « syndrome de Down ».

- Si vous connaissez les **abréviations** de ce que vous cherchez, cela peut aussi vous aider à avoir des résultats plus précis, plus rapidement. Par exemple, l'abréviation de « Trouble déficitaire de l'attention avec ou sans hyperactivité » est TDAH.
- **L'ordre des mots** peut aussi influencer les résultats. Vous pouvez mettre les mots-clés dans des ordres différents.

Comment les résultats s'affichent-ils ?

Les résultats s'affichent sous forme de **liste**, au centre de la fenêtre de navigation. Au-dessus de cette liste, vous pouvez trouver le nombre de résultats de votre recherche.

Chaque résultat vous donne :

- Le **logo du site** : il peut être utile pour connaître ses auteurs.
- Le **nom du site** : il peut donner une indication sur l'objectif du site.
- L'**adresse (URL)** exacte du site internet : il peut vous indiquer si le site est cohérent avec ses objectifs.
- Une **phrase de contenu** du site.

Les pages webs sont classées en fonction de leur popularité. Les moteurs de recherche les classent selon :

- Leur **popularité** : est-ce que d'autres sites parlent de ce site ?
- La **cohérence** de leur contenu : le contenu du site est-il cohérent avec ce que l'utilisateur recherche. Le contenu est-il de bonne qualité ?

- Leur **facilité d'utilisation** : est-ce que consulter les informations sur ce site est facile et rapide ? On parle d'ergonomie du site.

Certains sites peuvent acheter des mots-clés pour apparaître dans les listes de résultats. Ce sont des annonces publicitaires. On doit pouvoir les reconnaître. Par exemple, grâce à une étiquette 'annonce' devant le résultat.

Comment préciser les résultats ?

Les astuces à savoir pour être plus précis-e dans ce que vous recherchez quand vous utilisez plusieurs mots-clés :

- Lorsque vous écrivez dans la fenêtre de recherche, appuyer sur **la barre d'espace veut dire « ET »**. Par exemple :
 - Vous écrivez « rhume des foins » dans l'espace de recherche.
 - Vous appuyez sur la touche « Enter ».
 - Alors, les résultats vous donnent les sites qui contiennent « rhume » et « foins ».
- Lorsque vous utilisez **le mot « OR »**, vous trouvez des résultats qui reprennent **soit le premier mot, soit le deuxième, soit les deux**. Vous devez l'écrire **en anglais et en majuscule** dans l'espace de recherche. Par exemple :
 - Vous écrivez « rhume OR Rhume des foins » dans l'espace de recherche.
 - Vous appuyez sur la touche « Enter ».
 - Alors les résultats affichent plus de pages.
- **Lorsque vous utilisez la touche « + »**, votre recherche prend en compte obligatoirement les mots ensemble, Par exemple :

- Vous écrivez « Rhume + allergies ».
 - Vous appuyez sur « Enter ».
 - Les résultats affichent les pages qui contiennent les deux mots.
- **Lorsque vous utilisez la touche « - », votre recherche ne prend pas en compte le mot derrière le « - ». Attention : il doit être collé au mot à exclure.** Par exemple :
 - Vous écrivez « Rhume -foins » dans l'espace de recherche.
 - Vous appuyez sur la touche « Enter ».
 - Alors la liste des résultats ne concerne pas le rhume des foins, mais uniquement le rhume.
- Si vous voulez lire les **informations les plus récentes, vous pouvez préciser la date.** Vous devez taper le mot que vous recherchez dans la barre de recherche et appuyer sur « Enter ». Ensuite :
 - Sur Google, cliquez sous le champ de recherche sur « Outils », puis sur « Date indifférente » et choisissez la période que vous souhaitez (moins d'un mois, moins d'un an, etc.).
 - Sur Bing, sous l'onglet « actualités», il y a un bouton « date » qui vous permet de faire ce même tri.
 - Sur Yahoo ou DuckDuckgo, cliquez sur « à tout moment » et modifiez la période de la recherche.
 - Sur Ecosia, cliquez sur « filtres » puis sur « date ».
 - Si vous voulez trouver des résultats dans un catégorie en particulier, **vous pouvez utiliser le menu du moteur de recherche.** Vous pouvez alors sélectionner uniquement :

- les images ;
 - les vidéos ;
 - les actualités ;
 - les livres ;
 - la finance ;
 - etc.
- **Vous pouvez utiliser la fonction de « recherche avancée »** afin de cocher des préférences pour faire votre recherche. Par exemple, vous pouvez modifier le lieu, le temps ou la langue de votre recherche. Vous réduisez ainsi le nombre de résultats. Par exemple, c'est utile si vous cherchez uniquement les dernières informations sur une maladie ou son traitement.

Comment choisir les sites proposés ?

Quand vous faites une recherche, vous obtenez une liste de sites. Mais lesquels consulter ?

Les moteurs de recherche ont **des critères pour décider quel site placer en haut de la liste**. Tous ces critères ne sont pas connus du grand public. Mais les développeurs de sites internet connaissent les grandes règles qu'un site doit respecter pour avoir une bonne place dans les résultats.

- Sur Google, par exemple, les premiers résultats sont en général des sites qui ont payé pour être repris sur la première page. Ce sont d'ailleurs souvent des sites commerciaux. Ils ont alors la mention « Annonce ».
- Ensuite viennent les sites qui n'ont pas payé. Chaque moteur de recherche a ses propres critères pour sélectionner l'ordre des résultats. Il peut mettre en premier :
 - les pages web qui ont le mot recherché dans le titre ;

- les pages web où le mot recherché est le plus cité ;
 - les pages web des sites que vous consultez le plus souvent ;
 - etc.
-
- Il peut être utile de **regarder les résultats qui sont plus loin dans la liste**. En effet, un site peut être mal référencé parce qu'il ne répond pas bien aux critères de sélection des moteurs de recherche. Pourtant l'information qui s'y trouve peut être intéressante.

Connaissez-vous le biais de confirmation ?

Un biais cognitif est une erreur de jugement. Cette erreur est liée aux raccourcis mentaux que nous utilisons tout le temps pour fonctionner normalement dans la vie de tous les jours.

Les biais cognitifs sont des tendances des individus à faire ou à croire une chose plutôt qu'une autre. Ils ne sont pas conscients mais nous poussent à voir la réalité comme cela nous arrange. Ils agissent comme des automatismes en lien avec nos émotions ou nos habitudes de santé. Les actions qui en découlent peuvent avoir des conséquences négatives sur notre santé elle-même.

Le biais de confirmation est la tendance qu'a une personne à **favoriser les données qui vont dans le sens de ses propres croyances et de ses valeurs**. De cette manière, elle aura aussi tendance à :

- croire et retenir l'information qui lui convient ;
- ignorer l'information qui va dans le sens contraire ;
- chercher l'information qui confirme déjà ce qu'elle croit ;
- s'entourer de gens qui pensent la même chose qu'elle.

Le biais de confirmation fait partie des biais cognitifs.



Evaluer la crédibilité d'un média

En savoir plus ?

<https://www.sciencepresse.qc.ca/sites/default/files/inline-files/Cr%C3%A9dibilit%C3%A9.pdf>