

Béatrice Foenix-Riou : « *Le modèle Google masque les innovations...* »

Béatrice Foenix-Riou est directrice de BFR Consultants et auteure de l'ouvrage *Recherche éveillée sur internet : mode d'emploi* (éditions Lavoisier, 2011).

Archimag. Dans votre ouvrage, vous qualifiez le moteur de recherche de Google « d'ogre qui a eu raison de la plupart de ses concurrents »... Existe-t-il une alternative alors que Google détient plus de 90 % des parts de marché en France ?

Il existe non pas une, mais des alternatives au géant du web. Selon les questions, il peut en effet s'avérer plus efficace d'interroger des outils de recherche thématiques – il en existe sur de multiples sujets, qui vont des droits de l'Homme à la chimie, en passant par l'architecture ou les statistiques –, des outils dédiés à un type d'information – les images, les documents PDF, les documents en open access... –, etc. En fait, lorsqu'une requête sur Google ne donne pas de résultats satisfaisants, il faut savoir prendre du recul et changer de famille d'outils, et non forcément reformuler sa question... On trouvera sur le blog de Recherche-veillee.com (1) plusieurs articles qui illustrent cette méthodologie...

L'usage massif des réseaux sociaux modifie-t-il la recherche d'information sur le web ?

Totalement ! Les modes de consommation de l'information ont considérablement évolué ces dernières années, avec l'utilisation croissante – et souvent constante – des réseaux sociaux. La société Forrester a ainsi publié en juin 2013 une étude sur la façon dont les internautes cherchent l'information sur le web ; elle révèle que 54 % des



Béatrice Foenix-Riou

DR

sondés passent toujours par un moteur de recherche (Google, Bing...), mais que 32 % utilisent désormais les réseaux sociaux (Twitter, LinkedIn, Facebook, Google+...) pour trouver de nouveaux contenus en ligne, quand ils n'étaient que 18 % en 2010.

Vous avez été associée au concours des meilleures stratégies de recherche. Quelles leçons peut-on en tirer ?

L'objectif de ce concours, organisé par Bases Publications, était d'illustrer la valeur ajoutée qui existe dans la recherche d'information sur les grands serveurs professionnels (Dow Jones Factiva, LexisNexis, STN International, Europresse, etc.). Dans le cadre de ce concours, des stratégies de recherche ont été proposées par des utilisateurs et par les équipes des grands serveurs eux-mêmes. Elles témoignent de la puissance et de la précision des recherches que l'on peut faire lorsque l'on utilise les langages d'interrogation des serveurs ; elles s'avèrent infiniment plus efficaces que les requêtes, même avancées, effectuées sur des moteurs comme Google (2).

Vous conseillez aux internautes d'être « éveillés » sur internet. Qu'est-ce que cela signifie ?

Cela signifie à la fois qu'il faut prendre

garde à « ne pas s'endormir » avec les résultats de Google, en croyant qu'il a systématiquement cherché ce qu'on lui demandait, mais aussi – et surtout – qu'il est vital de rester « en état d'éveil » – en état de veille – si l'on veut appréhender les évolutions des outils de recherche sur le web et les anticiper.

Quelles sont les nouvelles tendances dans le domaine de la recherche sur le web ?

Elles sont difficiles à discerner, tant le modèle Google est omniprésent et masque les innovations. On remarque néanmoins le développement considérable de la recherche sociale. Celle-ci est basée à la fois sur des usages sociaux comme la recommandation (les « J'aime » de Facebook ou le « +1 » de Google), les services questions-réponses (Quora, Chacha, Gozil...), la curation de contenus (via des plateformes comme Scoop.it, Paper.li, etc.) ou le partage de liens (bookmarking social). Google l'a bien compris et positionne Google+ comme la colonne vertébrale d'un « nouveau Google », résolument 2.0, qui place l'utilisateur au centre des résultats. Quant à Facebook, il fait de la recherche sociale l'un de ses nouveaux piliers et commence à déployer son moteur Graph Search. Plus que jamais, il importe donc de rester éveillé pour déceler et tirer parti des nouveautés qui apparaissent quotidiennement sur le web ! ■

Propos recueillis par Bruno Texier

(1) → blog.recherche-veillee.com

(2) Le texte intégral des stratégies du concours 2011 est accessible librement sur le site Bases-netsources.com :

→ goo.gl/EfCKO

Twitter Suivez Béatrice Foenix-Riou sur Twitter : @BFoenix