

Corrigé de la séance :

Quelle est la différence entre un moteur de recherche et un navigateur ?

Moteur : une application qui permet de trouver des informations (textes, images, sons) dans des pages dont on ne connaît pas l'adresse, voire dont on ignore l'existence. Recherche à partir de mots-clés.

Navigateur : logiciel spécifique qui permet d'accéder au web. Tous les navigateurs lancent par défaut un moteur de recherche (il peut être changé). Exemples : Google chrome, Internet Explorer (Microsoft, installé par défaut ds Windows, ancien > le nouveau navigateur de Microsoft : Edge), Firefox (Mozilla), Safari (Apple)

1 Les moteurs de recherche : comment ça marche ?

1. Par qui est effectué le travail de recherche quand vous lancez une requête dans un moteur de recherche ? **Des crawlers ou spiders = robots automatisés qui vont se servir des mots clés de votre recherche pour vous proposer des résultats à trier.**

2. Comment s'appelle la technique de « rangement » des sites web sur Internet ? **l'indexation**

3. Tous les sites internet sont-ils pris en compte lors d'une recherche ? Existe-il une partie spécifique d'internet qu'on ne voit pas ? Si oui, comment l'appelle-t-on ?

Non. Les crawlers des moteurs ne peuvent pas indexer toutes les pages existantes. Il existe donc une autre partie d'internet qu'on ne voit pas et qui s'appelle le « deep web », le web invisible, le web profond (à ne pas confondre avec le Darknet : un internet fait de réseaux privés, cryptés, anonymes et accessibles par des navigateurs cryptés comme Tor).

4 Quel est le système de classement des moteurs de recherche ? Quels critères peuvent être retenus pour juger de la pertinence d'un site ?

Les moteurs de recherche classent leurs résultats selon un critère de pertinence (qui diffère en fonction des moteurs de recherche). Pour cela, ils utilisent des algorithmes (programmes informatiques tenus secrets) qui déterminent le positionnement d'un site dans les pages de résultats.

Critères : popularité, liens (entrants ou sortants), mots-clés, la manière dont les contenus sont rédigés.

2 Le modèle économique des moteurs de recherche :

Comparaison entre les deux moteurs de recherche suivant :

	Google	Qwant	Bing	Ecosia
Date de création :	1998	2013	2009	2009

Nationalité :	Américain	Français	Américain	Allemand
Part de marché en France :	93 %	0,80 %	3,15 %	0,96 %
Spécificités :	monopole dans le monde (sauf en Russie et en Chine), enregistre les données personnelles des internautes : cookies de navigation, logs (mots clés des requêtes), adresse IP > publicité ciblée.	Développe leurs propres algorithmes mais fonctionne en grande partie avec Bing, n'enregistre pas les données personnelles, ne filtre pas le contenu du web.	Microsoft Propre algorithme	fonctionne en grande partie avec Bing, réinvestir au moins 80% de ses profits venant de la publicité dans un programme de protection des forêts humides mené par le WWF.

3 Les algorithmes des moteurs de recherche

1. Que permettent les algorithmes de Google et des réseaux sociaux concernant chaque individu ?

De personnaliser internet en fonction de nos goûts et de nos habitudes de recherche > nos données personnelles.

2. Qu'est-ce que Google prend en compte lors d'une recherche ? (citez 3 exemples différents)

Google prend en compte 57 signes (critères) différents lors d'une recherche, comme : l'âge, la géo localisation, la dernière recherche effectuée, la résolution de l'écran, la fréquence de vos clics ...

3. Peut-on dire que les algorithmes nous enferment ? Justifiez votre réponse.

Oui car ils nous ne proposent que des résultats qui sont personnels et réduisent notre vision du monde à ce que nous aimons déjà. Ils réduisent donc la curiosité et la découverte. Bulle de filtres.

4. Quel danger les algorithmes peuvent-ils entraîner ?

Manipulation de l'opinion. Danger pour la démocratie.

Ex : élections présidentielles américaines : personne n'avait prédit que Trump gagnerait.

5. Quels conseils faut-il appliquer afin de ne pas rester enfermé sur ce que l'on connaît déjà à cause de algorithmes ?

- Il ne faut pas se conforter tout le temps à sa propre opinion : il faut savoir la comparer, la remettre en cause.
- Il faut multiplier les sources d'informations que l'on consulte, il faut rester curieux.