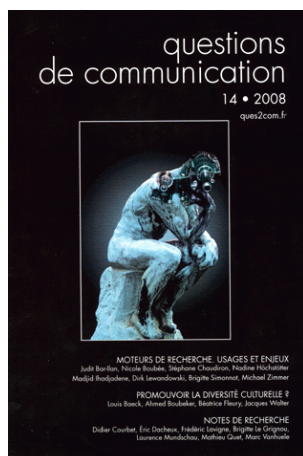


Moteurs de recherche. Usages et enjeux

Dossier coordonné et présenté par Brigitte Simonnot



476 p., 20 euros
ISBN : 978-2-86480-981-4

Alors qu'ils ont à peine plus de dix ans, les moteurs de recherche Web sont devenus familiers et parfois indispensables. Leur usage s'est banalisé dans des situations très diverses de la vie quotidienne, que ce soit en contexte professionnel ou privé (Savolainen, 1995). Qu'il s'agisse de planifier un déplacement, de s'informer sur l'actualité, sur des questions de santé, lors d'étapes importantes de la vie personnelle ou plus simplement pour les loisirs, les individus se tournent de plus en plus souvent vers les ressources en ligne. Les moteurs de recherche commerciaux capitalisent cette audience : de nombreuses enquêtes montrent que l'activité de recherche d'information (Ri) arrive en bonne place dans les usages de l'internet, désormais pratiquement à égalité avec les outils de communication comme la messagerie. Selon Comscore inc., pour le seul mois de juin 2008, 11,5 milliards de requêtes ont été soumises par les américains vers les cinq principaux sites qui se partagent l'essentiel de la recherche d'information en ligne : Google (61,5 %), Yahoo (20,9 %), Microsoft (9,2 %), Ask (4,3 %) et AOL (4,1 %). En France, en mai 2008, ce sont 2,9 milliards de requêtes qui ont été soumises par 26 millions d'internautes, soit en moyenne 3,6 recherches par jour, avec une part de 82 % pour Google. Les chiffres donnés par Médiamétrie/Netratings pour le mois de mai 2008 sont proches : selon cette étude, Google a fait l'objet de 26,6 millions de visiteurs uniques en France. Ces résultats reflètent la banalisation de l'usage des moteurs de recherche dans les pratiques des internautes et soulignent les enjeux sous-jacents en termes de marketing publicitaire. Ils montrent aussi que, si le nombre de moteurs en ligne est considérable, une très petite partie d'entre eux se partage les faveurs du grand public.

Moteurs de recherche. Usages et enjeux

Dossier coordonné et présenté par Brigitte Simonnot

Madjid Ihadjadene, Stéphane Chaudiron,

« Quelles analyses de l'usage des moteurs de recherche ?
Questions méthodologiques » ;

Nicole Boubée,

« Les stratégies des jeunes chercheurs d'informations en
ligne » ;

Judit Bar-Ilan,

« Attentes *versus* réalité. Les fonctionnalités nécessaires
aux moteurs pour la recherche Web en 2008 » ;

Dirk Lewandowski, Nadine Höchstötter,

« Mesurer la qualité des moteurs de recherche Web » ;

Brigitte Simonnot,

« Quand les moteurs de recherche appellent au jeu :
usages ou détournements ? » ;

Michael Zimmer,

« Vie privée et quête de la perfection des moteurs de
recherche audiovisuels ».

Échanges

Béatrice Fleury, Jacques Walter,

« Promouvoir la diversité culturelle ? (2) » ;

Louis Baeck,

« L'émergente Asie face à un Occident enfiévré de bulles
spéculatives » ;

Ahmed Boubeker,

« Diversité et globalisation au miroir de la ville et de
l'ethnicité ».

Notes de recherche

Didier Courbet, Marc Vanhuele, Frédéric Lavigne,

« Les effets persuasifs de l'e-publicité perçue "sans
conscience" en vision périphérique. Implications pour les
recherches sur la réception des médias » ;

Eric Dacheux,

« Nouvelle approche de l'espace public européen.
Dépasser le clivage entre sciences de l'information et de la
communication et science politique » ;

Brigitte Le Grignou,

« La télévision et ses critiques. Un journalisme en "simili" ? » ;

Laurent Mundschauf,

« Demain ne meurt jamais. Ultime parution et discours
autoréférentiel (la presse belge francophone, 1950-2000) » ;

Mathieu Quet,

« Science sociale et polyphonie. Réflexions sur le triangle
sociologie, communication, action ».

Prochains numéros :

N°15 • 2009 : Pathologies sociales de la communication. – N°16 • 2009 : Journalistes et sociologues.

Abonnement (2 numéros par an, année civile)

32 € + 6,50 € de frais d'envoi

Votre chèque (à l'ordre de « l'Agent comptable de l'Université Nancy 2 »)
doit être adressé à :

Presses Universitaires de Nancy (PUN)

42-44, avenue de la Libération – BP 33-47 – 54014 NANCY Cedex
Tél. : 03 54 50 46 90 – Courriel : pun@univ-nancy2.fr

Achat au numéro et diffusion libraires :

CID – 131, boulevard St-Michel – 75005 PARIS
Tél. : 01 53 10 53 95 – Fax : 01 40 51 02 80

ACHAT EN LIGNE :

<http://www.lcdpu.fr/revues/questionsdecommunication>