

Au-delà de l'open web :

Pourquoi les journalistes ont-ils besoin d'outils plus fiables pour rechercher des informations ?

L'étendue quasi-illimitée des informations disponibles sur internet a radicalement changé les méthodes de recherche utilisées par les journalistes pour préparer leurs articles. Les statistiques qui exigeaient d'innombrables coups de fil sont désormais accessibles en quelques clics, tandis qu'une rapide recherche en ligne permet de localiser beaucoup plus facilement des experts.

Malheureusement, bon nombre de journalistes apprennent à leurs dépens qu'il est assez risqué de s'appuyer sur les sources d'information en ligne gratuites et de se fier au web pour trouver des idées d'article, effectuer des recherches et vérifier certains faits. Ces professionnels vous confirmeront qu'un reporter sérieux ne doit pas se limiter au seul web et doit rassembler ses informations à l'aide d'outils de recherche en ligne plus fiables.

Les risques de la recherche sur le web

La mise à disposition de quantités considérables de contenus bruts sur l'internet gratuit a fait exploser les recherches journalistiques sur le web. Elles sont faciles et toujours fertiles car les moteurs de recherche Google* et autres permettent de consulter plusieurs sources simultanément et de cerner rapidement un sujet. De fait, de nombreux journalistes actuels ont déjà utilisé Google comme unique outil de recherche d'informations.

« Vérifiez toujours ce que vous lisez sur le site internet d'un tiers. L'information peut avoir l'air professionnel et convaincant, mais cela ne veut pas dire qu'elle est exacte. »

Media Helping Media

Cependant, il est important de maintenir la recherche sur le web dans le cadre qui convient. L'internet n'a jamais été conçu pour servir de plateforme de recherche journalistique digne de foi, même s'il reste un excellent point de départ. L'ancien CEO de Google, Eric Schmidt, a ainsi déclaré un jour à la Newspaper Association of America que la qualité du contenu diffusé sur internet ressemblait à un « égout », et le co-fondateur de Google Scholar, Anurag Acharya, a indiqué que son entreprise avait pour vocation de donner accès aux informations, et non de faciliter la recherche des données spécifiques dont vous avez besoin.

Quelques incidents embarrassants de ces dernières années l'illustrent bien :

- Certains organes d'information ont publié un article sur une étude indiquant que les cheveux blonds allaient disparaître, pour découvrir par la suite qu'il s'appuyait sur une publication en ligne erronée.
- Un article sur l'avidité de banquiers de Wall Street est devenu viral, mais il s'agissait en réalité d'une image en ligne créée à l'aide de Photoshop.
- Plusieurs journalistes ont publié par erreur des textes ayant pour sources des articles satiriques de *The Onion*.

« Vérifiez toujours ce que vous lisez sur le site internet d'un tiers », conseille Media Helping Media, qui propose des ressources de formation journalistique. « L'information peut avoir l'air professionnel et convaincant, mais cela ne veut pas dire qu'elle est exacte. »

Des outils de recherche plus fiables

Si les journalistes ne comprennent pas ce que les recherches Google leur permettent de faire ou de ne pas faire avec fiabilité sur le web, et qu'il est préférable d'utiliser un service d'information en ligne crédible comme ceux de LexisNexis Business Information Solutions*, cela peut les conduire au désastre.

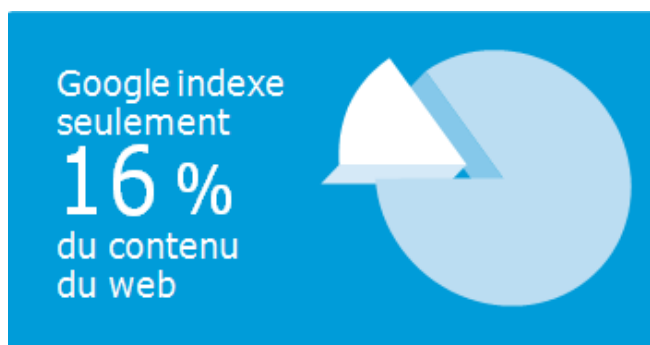
Il existe d'énormes différences entre le côté « sauvage » du web et un service d'information et d'actualité en ligne respecté, alliant exactitude et pertinence. Comme Bill Kovach et Tom Rosenstiel l'ont écrit dans « The Elements of Journalism », « la vérification fait partie de l'essence même du journalisme. »

Pertinence des résultats de recherche

Les sites web indexés par Google contiennent en règle générale des données brutes et non filtrées provenant de sites divers que les journalistes doivent examiner et vérifier.

LexisNexis Business Information Solutions fournit à la fois du contenu digne de foi et des outils de recherche plus performants – ainsi que des options de livraison flexibles – qui garantissent aux journalistes qu'ils disposent des

informations les plus pertinentes pour rédiger leurs articles. Son logiciel breveté SmartIndexing Technology™ leur offre par exemple une réelle valeur ajoutée en assurant la pertinence des résultats de recherche. La fiabilité est l'une des principales raisons qui poussent les sociétés médias à faire appel à des prestataires tels que LexisNexis BIS pour fournir du contenu pertinent et sûr.



Contenus payants

De plus en plus de contenus étant payants, les moteurs de recherche gratuits sont encore moins exhaustifs qu'auparavant. Ils se contentent de fournir des résultats et des alertes sur le contenu disponible et déjà indexé. Ainsi, une étude publiée dans *Nature* a révélé que Google n'indexe pas plus de 16 % du contenu diffusé sur le web, la plus grande partie de ce dernier étant accessible uniquement via un mot de passe, un portail payant ou des sources propriétaires.

De son côté, LexisNexis BIS rassemble du contenu de haute qualité et sous licence en puisant dans des sources d'information, économiques, juridiques et publiques – ainsi que le web – afin d'offrir aux journalistes les résultats les plus complets dans chaque recherche. Les informations sous licence fournies par LexisNexis BIS indiquent la source directe de chaque contenu et l'utilisateur sait ainsi exactement qui en est l'auteur et d'où il provient.

Passer derrière les portails payants pour obtenir des résultats plus pertinents.

Recherche plus sûre

Les journalistes qui font leurs recherches et vérifient des faits sur le web risquent de consulter des sources discutables proposant du contenu obsolète ou copié.

LexisNexis BIS trie et gère les actualités et informations pour les journalistes et met à leur disposition une base de données de contenus sélectionnés par des éditeurs professionnels pour leur pertinence et leur fiabilité. Lorsqu'un journaliste puise dans l'un de ces contenus, il accède directement à des documents en texte intégral et non des liens ou des résumés. Le contenu est en outre accompagné d'une licence obtenue directement auprès de l'éditeur, ce qui contribue à l'intégrité éditoriale et à l'exactitude des sources. Le contenu web qui figure dans les résultats de recherche est lui aussi sélectionné par des experts du domaine, selon la qualité éditoriale et l'influence de chaque source. Enfin, le contenu est mis à jour, indexé et archivé afin de permettre aux journalistes de revenir en arrière ou de remonter à la source.

Support

Les journalistes qui effectuent leurs recherches sur le web s'aventurent dans une zone dangereuse où règne le « chacun pour soi ». Les moteurs de recherche gratuits ne communiquent pas régulièrement avec les utilisateurs pour les informer des changements susceptibles d'influencer les résultats, et ils ne proposent aucun numéro de téléphone gratuit pour contacter un assistant qui pourrait les aider à trouver les informations critiques dont ils ont besoin.

À l'inverse, un service de recherche payant, tel que Nexis® et Newsdesk®, considère chaque utilisateur comme un client et lui offre une assistance téléphonique disponible 24h/24 et 7j/7 pour l'aider à trouver les informations qu'il recherche. Il peut également consulter des conseillers et des techniciens de support professionnels qui lui expliqueront pas à pas comment effectuer des recherches plus efficaces et de façon continue. LexisNexis BIS est également à l'écoute de ses clients et s'appuie sur leurs commentaires et suggestions pour améliorer ses services de recherche.

Conclusion

Il est évident qu'utiliser l'internet comme point de départ de recherches basiques est économiquement avantageux. Mais les journalistes, dont le travail consiste à rapporter des faits avec exactitude et de façon convaincante, doivent pouvoir se fier à l'intégrité et la fiabilité des informations qu'ils trouvent. Malheureusement, ce n'est pas toujours le cas de celles disponibles sur le web.



De nombreux excellents journalistes l'ont appris à leurs dépens : s'informer en s'appuyant uniquement sur internet représente en soi un risque non négligeable pour la crédibilité du reporter et la réputation de l'entreprise qui publie des informations inexactes.

Il est donc préférable d'utiliser une plateforme de recherche en ligne fiable qui aide les sociétés médias à trouver des idées d'article, effectuer des recherches pour leurs reportages, et vérifier certains faits avant de publier. Lorsque les journalistes ne se contentent pas de chercher sur le web et ont recours à un service de recherche en ligne tels que Nexis® et Newsdesk®, ils accèdent à un terrain plus sûr où ils trouveront rapidement des informations provenant de sources fiables et exactes.

À propos de LexisNexis Business Information Solutions

Fort de près de 40 ans d'expérience en fourniture de solutions qui aident les entreprises à bénéficier du pouvoir de l'information, LexisNexis BIS continue à développer des outils innovants pour accompagner les prises de décisions fondées sur des données. Notre engagement va au-delà des contenus exhaustifs et d'une technologie de recherche exceptionnelle, pour offrir un service client de premier ordre, grâce auquel nos clients peuvent tirer le maximum d'information – et une valeur ajoutée optimale – de leurs solutions LexisNexis BIS.

Pour plus d'informations

 bis.lexisnexis.fr  +33 1 71 72 48 51  @BISlexisnexis



LexisNexis, Nexis et le logo Knowledge Burst sont des marques déposées et SmartIndexing Technology est une marque de Reed Elsevier Properties Inc., utilisées sous licence. Les autres produits ou services mentionnés peuvent être des marques ou des marques déposées de leurs détenteurs respectifs.
© 2016 LexisNexis. Tous droits réservés. NBI01440-0 0816