

Recherche d'information : une cartographie des nouveaux usages de la toile

[Retour au sommaire de la lettre](#)

La recherche d'information se décline aujourd'hui en "usages"... Nous vous proposons dans cet article une carte cognitive cliquable (mind mapping), qui présente une synthèse de ces usages. Elle ne présente pas de façon exhaustive les moteurs qui proposent tel ou tel type de fonctionnalité, mais a plutôt pour vocation de fournir une représentation visuelle et thématique des usages de la recherche d'information que les éditeurs mettent aujourd'hui à notre disposition...

Plus le temps passe, plus les technologies deviennent performantes et, force est de le constater, plus les usages guident désormais les choix de l'internaute dans l'utilisation de tel ou tel outil de recherche.

Les **usages** : cela ressemble aujourd'hui à un "mot magique" sur la toile. Plus le temps avance et plus on voit se dessiner de nouveaux paysages guidés par le besoin d'obtenir une information pertinente... Pertinente certes, mais d'autant plus qu'elle sera catégorisée, *clusterisée*, déclinée, *paysagée* en morceaux de réalité d'autant plus pregnants qu'ils colleront très précisément aux désirs profonds de l'internaute d'obtenir la bonne information au bon moment. *Just in time*...

Les usages du paysage économique sont guidés par une quête croissante et incessante de l'information stratégique, liée aux nécessités de la mondialisation et la mise en avant par le Haut Commissariat à l'Intelligence Economique, de la valeur de l'information diffusée. Les usages des particuliers sont guidés quant à eux par le désir d'obtenir une information qui colle au besoin de plus en plus précis qu'on en a, à un moment déterminé. Si vous souhaitez louer un gîte en Bretagne, il est évident qu'un moteur qui comporte une composante régionale, carte géographique cliquable à l'appui, comme Mirago, vous sera plus directement utile qu'un moteur généraliste qui n'omettra pas, sans doute par souci de pertinence, de vous proposer un charmant B&B en Grande-Bretagne. Avant, il n'y a pas si longtemps que cela, on se contentait de moteurs basés sur des annuaires et une certaine pre-catégorisation de l'information, comme c'est le cas avec Yahoo. Maintenant les internautes cherchent à affiner le plus possible les résultats de leur recherche.

D'une façon plus précise, plus personnalisée encore, outre le partage de centres d'intérêts et des bonnes adresses de la toile entre particuliers, comme le proposent maintenant des moteurs de Folksonomie comme Yoono ou Wink, les internautes sont devenus plus exigeants à mesure que les outils se montrent plus performants et ce qui compte désormais, c'est la catégorisation des usages. D'autres moteurs comme Eurekster et Friendster vont effectuer des recherches sur les réseaux sociaux. Des réseaux sociaux fermés aussi voient le jour, comme Viaduc, sur le plan professionnel où l'on pénètre par co-optation.

Bref, il semble évident que la problématique de la pertinence se décline désormais en fonction des usages et qu'elle est soumise notamment à une logique de réseau. On ne cherchera plus à savoir si un Exalead peut se montrer aussi performant qu'un Google sur la recherche par défaut. On cherchera plutôt à mesurer son degré de pertinence en fonction de la nature de la recherche : blog, image, actualité, *clusterisation*, etc. Les petits émergent, les grands s'adaptent...

De plus en plus sensibles à la problématique de la représentation de l'information, des éditeurs comme Kartoo ou Mapstan proposent des solutions qui permettent de visualiser l'information. La cartographie a le vent en poupe, dynamisée par l'utilisation des outils de veille en entreprise. On pourrait décliner à l'envi les raisons qui poussent les usagers à se regrouper, à former des réseaux autonomes, partager des centres d'intérêt. Ce thème pourrait sans doute faire l'objet d'une étude sociétale plus large et approfondie sur les effets secondaires de l'*infobésité* dans un cadre socio-cognitif d'appropriation de l'information. Mais ceci nous ferait certainement sortir du cadre de cet article qui vous propose ce mois-ci, sous forme de carte cognitive cliquable (ou *mind mapping*), une synthèse des usages que nous avons évoqués dans ces colonnes depuis quelques mois. Cette carte ne présente pas de façon exhaustive les moteurs qui proposent tel ou tel type de fonctionnalité. Elle a plutôt pour vocation de fournir une représentation visuelle et thématique des usages de la recherche d'information que les éditeurs ont mis à notre disposition...

Marianne Dabbadie

Directrice Innovation i-KM
Laboratoire GERIICO - UMR 8529

Usages de la recherche d'information : quelles fonctionnalités ?

Moteur de News

- Google News
- Yahoo News
- Wikio moteur collaboratif
- MSN
- Dmoz moteur collaboratif



Recherche simple sur internet

accessibles au grand public

- Google
- Exalead
- MSN
- Lycos
- Altavista
- Nomade
- Mozbot
- Dir.com
- Yahoo
- Mirago
- Hotbot
- Kartoo
- Ujiko
- Gigablast
- Redzee

recherche sur internet uniquement à partir d'un intranet

- Global Finder
- Acetic
- Arisem
- Go Albert
- Autonomy
- Polyspot
- Synomia
- Exalead Corporate
- Hummingbird
- Digimind
- Lingway

Les Plus



prévisualisation par vignettes

- Exalead
- Redzee
- Kartoo
- Ujiko

Blogmarks moteur collaboratif

recherche d'images

- Google
- Exalead
- Redzee
- Altavista
- MSN
- Lycos

recherche sur blogs

- Google
- Blogmarks
- Blogtratic

recherche MP3

- Altavista
- Exalead
- Lycos
- Redzee

Recherche video

- Yahoo
- Altavista
- Lycos
- Redzee

Cartographie



Grand public

- Kartoo
- Ujiko
- Mapstan

A partir d'un intranet

- Masptan

Folksonomie

En français

- Yoono
- Wikio
- Blogmarks

en Anglais

- Généraliste
- Amis
- Friendster
- del.icio
- Wink
- Spurl

annuaire



Thématique

- Yahoo
- Voila
- Mirago
- Nomade
- Dmoz moteur collaboratif
- Redzee

Régional

- Mirago
- Dmoz moteur collaboratif
- Pages Jaunes