

Les Swickis, nouveau concept de moteur vertical

[Retour au sommaire de la lettre](#)

On assiste aujourd'hui à l'éclosion du phénomène Swicki, moteurs de recherche collaboratif et thématique. Mis en place par la société Eurekster, ces outils proches de la tendance à la folksonomie, met l'utilisateur au centre de la recherche d'information. Une sacrée révolution...

Tout comme on peut créer facilement une page web ou son propre podcast il est désormais possible de créer son propre swicki. Alors qu'est-ce qu'un swicki ?

Le swicki est un phénomène récent sur le net. Dans la droite ligne des outils paramétrables par leurs utilisateurs, le swicki est un moteur de recherche collaboratif, thématique et créé par l'internaute qui souhaite faire partager ses connaissances sur un sujet donné. La philosophie du swicki est proche de celle des moteurs de folksonomie dans la mesure où l'internaute est amené à proposer des contenus qui seront intégrés au résultat du moteur de recherche. Mais il ne s'agit pas là de proposer passivement des favoris. Avec le swicki, l'internaute est amené à dépasser cette simple notion. Il devient acteur à part entière de la recherche d'information en créant de toutes pièces un moteur dédié à un thème qui lui est cher ou encore à l'un de ses thèmes d'expertise.

Face à l'étendue aussi immense qu'inquantifiable des contenus du web, il est aidé par la machine. Nous allons tenter, dans cet article de vous expliquer de quelle façon et comment cette technologie fonctionne, avant de procéder à un test rapide sur quelques swickis français.

Pour l'instant et à notre connaissance, seule la société Eurekster propose la création de swickis. Actuellement proposée en version bêta, cette technologie qui met l'utilisateur au centre de la recherche d'information, s'affirme pleinement comme une application du web 2.0.

Comment ça marche ?

Lorsqu'un swicki est créé, l'internaute qui le crée remplit un formulaire dans lequel il indique un ensemble de mot-clés pertinents par rapport à la thématique de son moteur. Ensuite, il propose sa propre sélection de sites ou favoris. L'agrégation de cette sélection et des mot-clés proposés permet à la technologie Eurekster de générer automatiquement une série de requêtes issues à la fois des mot-clés et du contenu des pages proposées par le modérateur. Les résultats produits par cette recherche automatique viennent s'ajouter aux sites proposés. Par la suite, les sites proposés sont validés par les clics des utilisateurs et remontés dans la liste des résultats en fonction de leur succès. Ainsi, les résultats proposés par Eurekster pour les swickis proviennent à la fois d'un apprentissage automatique du moteur à partir du contenu fourni par le créateur du swicki et du succès des sites auprès des utilisateurs.

Une agrégation des requêtes thématiques les plus pertinentes est proposée en page d'accueil de votre swicki. Cette agrégation est poétiquement appelée "buzz cloud" ou "nuage de requêtes". Lorsque l'internaute clique sur l'une de ces requêtes les résultats proposés en tête de liste sont les sites indiqués par le modérateur ainsi que par les autres utilisateurs du moteur. Ces résultats sont signalés par une petite icône rouge à gauche du résumé. Un mouvement de la souris en direction de cette icône indique l'origine du résultat (site proposé par un utilisateur ou par le modérateur).

Et le collaboratif ?

N'importe quel utilisateur peut enrichir le swicki par la méthode collaborative. Les internautes qui interrogent le moteur peuvent soumettre des sites qui seront ensuite validés par le modérateur. A l'inverse ils peuvent aussi suggérer au modérateur de retirer certains sites de la sélection.



Comment connaître les swickis ?

Eurekster propose un répertoire des swickis à l'adresse suivante : <http://swickihome.eurekster.com/dir.htm>

La page d'accueil du répertoire (en anglais uniquement) propose les swickis les plus populaires. La recherche peut s'effectuer par le moteur interne, de façon libre. On peut également consulter la liste alphabétique des sites ou rechercher un swicki par catégorie.

Comment créer son propre swicki ?

La procédure de création est très simple. Elle est proposée sur le menu de chaque swicki consulté. Il suffit de se créer un identifiant validé par une adresse e-mail. Le système vous proposera ensuite de remplir une série de formulaires en trois étapes.

Vous serez ainsi amené à choisir le nom, l'aspect et les couleurs de votre swicki. L'étape la plus délicate (tout comme pour le référencement naturel d'un site) est celle de la soumission des mot-clés. Une fois cette partie remplie, le système vous demandera de sites ou blogs qui vous semblent pertinents par rapport à ces mot-clés et à la thématique de votre swicki.

Lors de l'étape d'apprentissage, il est également possible d'indiquer au moteur de rechercher les résultats de façon classique à partir du web. Il est également possible d'indiquer quels sites doivent être exclus de la recherche. Il est également possible de paramétrer son swicki pour qu'apparaissent ou au contraire n'apparaissent pas des liens sponsorisés dans les résultats de la recherche. Bientôt le moteur proposera aux modérateurs de swicki la possibilité d'être rémunérés aux clics sur les liens sponsorisés. La dernière étape de la création du swicki concerne les informations qui seront incluses dans le répertoire swicki et le lien que vous souhaitez effectuer avec des catégories existantes.

Et à l'avenir ?

Actuellement, le succès d'un site permet uniquement à ce site d'être remonté dans la liste des résultats. Bientôt le succès d'un site permettra, grâce aux schémas d'apprentissage automatique du moteur, de considérer aussi comme favorites les requêtes émises automatiquement à partir du contenu de ce site. Ce modèle de fonctionnement devrait permettre d'augmenter rapidement la pertinence du moteur sur un thème donné, étant entendu que la définition de cette pertinence est liée au nombre d'utilisateurs dudit moteur.

Bientôt aussi, le modérateur d'un swicki pourra explicitement modifier les options avancées de requête automatique, c'est-à-dire les schémas de requête automatique du web à partir des informations qu'il a fournies lors de la création du swicki.

Un petit test sur quelques swickis

La majorité des swickis est en anglais, origine américaine oblige. Nous en avons cependant trouvé quelques uns proposant des contenus en français.

L'un des inconvénients est qu'il n'est pas possible de choisir la langue de requête qui est donc par défaut l'anglais. Bien sûr la langue se paramètre d'elle-même à partir des contenus proposés par le modérateur. Nous avons toutefois testé la requête automatique "knowledge management" sur un swicki français consacré à l'intelligence économique (<http://le-moteur-de-lintelligence-economique-swicki.eurekster.com/>). Tous les résultats proposés l'étaient d'abord sur le web anglophone, ce qui n'aurait pas été le cas avec une option avancée de paramétrage de la langue de requête par défaut.

En dehors de la thématique proposée (et donc des requêtes par défaut), le swicki est capable de se comporter comme un moteur de recherche classique. Ainsi avons nous lancé la requête "recettes de cuisine" sur un swicki dont ce n'était pas du tout la thématique. Au lieu du silence attendu, nous avons obtenu une page de résultats, tous pertinents ! Sur ce thème, le swicki propose un total de 25.000 résultats quand Google en propose 12.000.000. Mais quel internaute dépassera raisonnablement les quelques premières pages de résultats ? Ce qui compte en l'occurrence n'est-il pas la pertinence ?

Une petite icône en bas à droite de la page de résultats permet de comparer les résultats de la recherche swicki aux résultats fournis par Google à partir de la même requête. Lorsque l'utilisateur clique sur cette icône, l'écran est divisé en deux et propose à droite les résultats de Google, à gauche ceux du swicki. Cette fonctionnalité a pour avantage de vérifier la pertinence des résultats de la recherche collaborative par rapport à ceux du géant de la recherche d'information... voire de les mettre en valeur ! L'autre avantage est qu'elle permet d'ajouter éventuellement grâce aux fonctionnalités collaboratives, des sites pertinents qui ne figureraient pas dans les résultats de la recherche du swicki.

La pertinence de la recherche web par défaut est sans doute liée à la thématique. Ainsi sur le swicki consacré à Franck Ribery (<http://franck-ribery-swicki.eurekster.com/>), nous avons testé la requête automatique, "buts de Franck Ribery". Les neuf premiers résultats sont tous pertinents. Ce sont ceux proposés par le modérateur et les utilisateurs. Les résultats de la recherche lancée sur le web, sont majoritairement en anglais et non pertinents ; y figure la plupart du temps le nom de Ribery, mais ne parlent pas de ses buts, ni même parfois du joueur. La recherche comparative lancée sur Google donne un ensemble globalement plus pertinent. A noter que même le swicki de Eurekster est référencé par Google. Une requête lancée sur "quart de finale" renvoie des résultats dans de nombreuses langues. Il est vraisemblable que la technologie Eurekster gagnerait à permettre le paramétrage par défaut de la langue de requête, ainsi que le type d'algorithme à mettre en œuvre pour la recherche d'information, une réduction des requêtes à un seul mot clé faute de résultats étant en effet génératrice de bruit.

Quelques mots pour conclure

Malgré les quelques ajustements nécessaires liés au fait qu'il s'agit d'une version bêta, le swicki est vraisemblablement une technologie d'avenir qui sera rapidement amenée à faire ses preuves au sein des applications du web 2.0. Il ne faut pas perdre de vue le fait, toutefois, que le succès des swickis sera lié à leur notoriété mais aussi à leur visibilité sur les moteurs de recherche classiques.

Tout comme Google propose aujourd'hui une recherche sur les blogs, sans doute des moteurs de cette envergure seront-ils amenés à proposer à moyen terme une recherche sur les swickis ou, pourquoi pas, si le phénomène swicki rencontre effectivement le succès attendu, proposer leur propre technologie de swicki. Si le phénomène demeure marginal, cependant, ce type de recherche collaborative demeurera alors accessible aux seuls initiés, ce qui, il faut le dire, serait bien dommage pour la communauté mondiale des utilisateurs du web 2.0.

Marianne Dabbadie

Directrice Innovation i-KM
Laboratoire GERIICO – EA 1060