La recherche d'information et le référencement prennent une dimension sociale

Retour au sommaire de la lettre

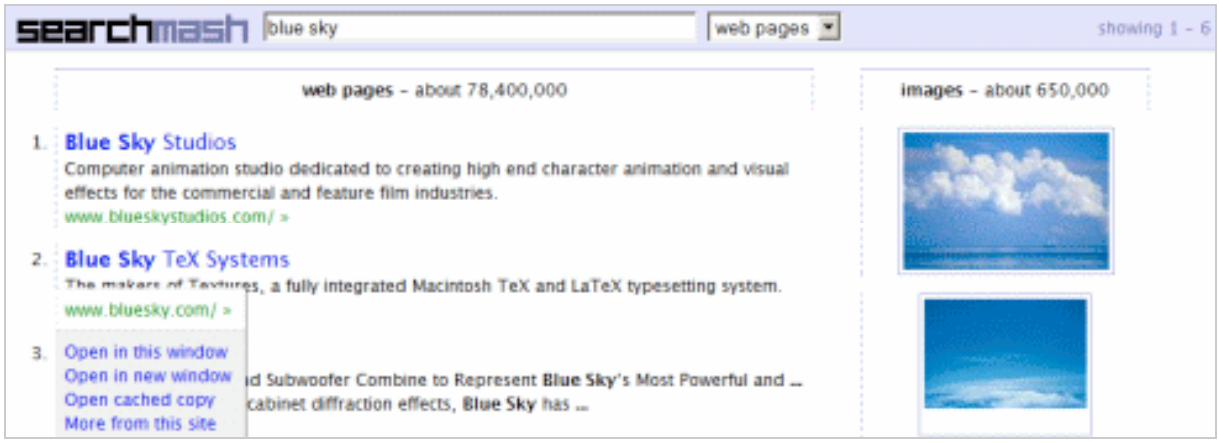
La notion de "social search", ou "recherche sociale", devient de plus en plus présente dans le monde de la recherche d'information. De nombreux moteurs expérimentent de nouvelles façons de prendre en compte l'avis des communautés et des internautes pour amener une nouvelle pertinence à leurs résultats. Est-ce une nouvelle (r)évolution ? Quelles sont les voies de réflexion actuellement suivies ? Quels en sont les risques ? En quoi cela peut-il influer sur l'avenir du référencement ? La notion de "référencement social" est-elle inexorable ? Voici quelques tentatives de réponses...

Depuis Google et son PageRank à la fin des années 90, on attend avec impatience une nouvelle "rupture technologique", LA grande idée qui fera évoluer fortement le monde de la recherche d'information et des moteurs. Pour l'instant, force est de constater que cette "grande idée" n'est pas encore arrivée.

Cette "(r)évolution" tant attendue va-t-elle se cristalliser sous la forme de la "recherche sociale", dont l'idée est de fournir aux utilisateurs d'un moteur la possibilité d'interagir sur l'ordre de classement des résultats fourni et d'indiquer quel serait son classement "à lui" ou, d'une façon ou d'une autre, de donner à une communauté des outils pour compléter les résultats renvoyés "par défaut" par un moteur de recherche ? Peut-être... En tout cas, les expérimentations et projets se multiplient actuellement et 2008 pourrait bien être l'année du "Social Search"... Voici un petit tour d'horizon des projets actuels et à venir dans ce domaine...

SearchMash, le laboratoire de recherche de Google

Searchmash (http://www.searchmash.com/) a été lancé en octobre 2006 (http://actu.abondance.com/2006-40/searchmash.php) par Google et présente une sorte de laboratoire d'idées, permettant de tester certaines fonctionnalités nouvelles.
Ce site, lors de son lancement, permettait à l'utilisateur, en cliquant sur le numéro à gauche du titre, de "faire bouger" un bloc de résultat correspondant à un site pour le faire baisser ou monter dans la liste des liens.



Ainsi, l'internaute pouvait indiquer à Google qu'une page était plus ou moins pertinente, aidant le moteur de recherche à "se faire une idée" des futures pages de résultats qu'il renverrait pour cette requête. Cette fonction a malheureusement disparu quelques semaines après son apparition sur l'outil. Et la création de la version en Flash du moteur (http://www.searchmash.com/flash/search/ -home) ne l'a pas fait ressusciter. Dommage, car il s'agissait là de la première incursion de Google dans le domaine du "Social Search". Mais le moteur de recherche leader ne s'en est pas tenu là...

Google Experimental Labs : deuxième étape... Avant le "Knol"...

Fin novembre 2007, un outil du site Google Experimental Labs (http://www.google.com/experimental/) a dévoilé une deuxième expérimentation qui permettait d'indiquer à Google votre opinion sur les résultats qu'il renvoie à l'aide de deux boutons :

- Une flèche vers le haut ( ) envoyait le lien en début de liste, marqué d'une étoile orange ( ), voir illustration ci-dessus.

- Une croix ( ) vous permettait d'éliminer le lien de votre page de résultats.
- Enfin, en bas de page, un lien intitulé "*Know a better web page for [keyword]?*" permettait de soumettre une page web qui répondrait mieux au mot clé demandé... Cette page apparaîtrait alors avec l'étoile orange dans les résultats lors de vos prochaines recherches sur ce terme.

Ce test, bien que documenté dans l'aide en ligne du moteur (http://www.google.com/experimental/a840e102.html), n'a été proposé qu'à un nombre limité d'utilisateurs et n'a donc pas été accessible au "commun des mortels". Bien dommage... Ceci dit, il montrait clairement que Google s'intéressait de plus en plus au sujet... Quelle sera alors la prochaine étape ?

Il se pourrait bien qu'elle se concrétise avec les "**Knols**" (http://actu.abondance.com/2007/12/knol-le-nouveau-projet-collaboratif-de.html), projet de Google ayant pour but de créer un outil permettant de partager des informations et des connaissances, l'idée principale étant "d'encourager les gens qui ont de vraies connaissances sur un sujet à écrire un article dessus, Un knol sur un sujet particulier sera la première chose qu'une personne voudra lire en effectuant une recherche sur le sujet", selon TechCrunch, chaque auteur d'un "Knol" devenant propriétaire de son contenu avec partage des revenus publicitaires générés par chaque page ainsi créée. Et les Knols seront alors insérés dans les résultats de recherche du moteur. Un projet, annoncé à la mi-décembre, qu'il faudra suivre au plu sprès en 2008...

Wikia, un moteur à la sauce Wikipedia ?

A la fin de l'année 2006, Jimmy Wales, fondateur de l'encyclopédie collaborative Wikipedia annonçait la mise en place d'un nouveau projet de moteur de recherche "social" ayant pour nom de code "Wikiasari" (http://actu.abondance.com/2006-52/wikiasari.php). L'idée est alors la même que celle expérimentée par Gogle dans ses laboratoires : donner la possibilité à la communauté de donner son avis sur les résultats renvoyés et influer sur ceux-ci en "bougeant" les résultats proposés.

Le projet a suivi son cours, Wikia, la société de Jimmy Wales, a racheté entre temps la technologie de crawl Grub (http://actu.abondance.com/2007/08/wikia-search-le-projet-se-prcise-avec.html), quelques pages du futur outil ont été aperçues lors d'une conférence en Afrique du Sud (http://blog.abondance.com/2007/11/moteur-wikia-les-premires-copies-dcran.html) mais le projet, initialement prévu en 2007, semble avoir un peu de retard, ce qui est certainement révélateur de la difficulté de la tâche pour mettre en œuvre un tel projet...

Le site web du projet (http://search.wikia.com/wiki/Search_Wikia) ne semble pas aujourd'hui donner de date de lancement, même approximative. Cependant, au vu de l'ampleur qu'a pris le projet Wikipedia dans le monde en quelques mois, le moteur Wikia a certains arguments à faire valoir qui sont loin d'être négligeables, le premier étant la possibilité de mettre à contibution la "communauté Wikipedia" qui représente des millions de personnes sur la Planète... On a donc hâte de découvrir l'outil pour mieux se rendre compte de ses futures possibilités...

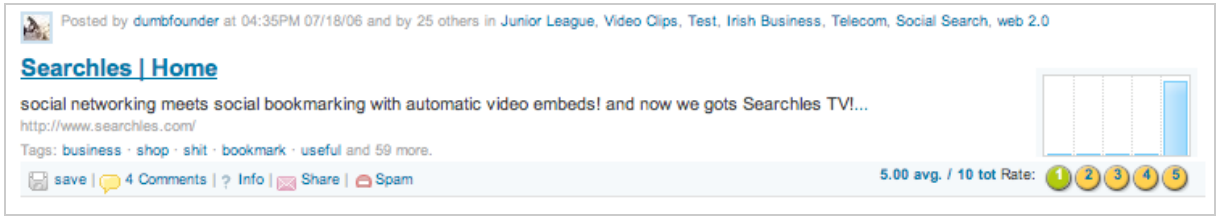
Ask.com et le projet Edison

Le moteur de recherche Ask.com, qui se place dans le "Top 5" des outils de recherche outre-Atantique, a annoncé en avril 2007 le projet Edison (http://actu.abondance.com/2007-16/ask-edison.php) avant d'en dire un peu plus fin août (http://actu.abondance.com/2007/08/askcom-en-dit-un-peu-plus-sur-le-projet.html), en révélant qu'Edison était bien un projet de nouvel algotithme s'appuyant sur du "social search". "*Tel que nous voyons les choses, notre nouvel algorithme Edison fera d'Ask.com un moteur édité par cinquante millions de personnes*" a indiqué Jim Lanzone, CEO de Ask.com, cet été. *A priori*, l'outil est prévu pour 2008. L'attente ne devrait plus être très longue...

Mais l'interaction dans le "ranking" des moteurs en modifiant manuellement l'ordre des résultats n'est pas la seule voie de réflexion du "social search", loin de là. D'autres outils procédent autrement pour prendre en compte l'avis de la communauté...

Searchles permet de noter les résultats

Searchles (http://www.searchles.com/) est un outil de recherche, déjà actif, sur les blogs et les vidéos, qui permet à ses utilisateurs de noter les résultats sous la forme d'une note entre 1 et 5 :



La saisie d'une note demande à être inscrit (gratuitement) sur le moteur. Il ne permet donc pas de modifier directement l'ordre des résultats mais plutôt d'indiquer si vous trouvez qu'un lien est pertinent ou non (Google avait également fait des tests, sans lendemains, à ce sujet). Intéressant et bien dans la mouvance des outils Digg-Like comme Wikio et autres qui permettent de voter pour vos pages préférées... Une autre façon, non moins intéressante, de penser "social"... Dans ce cadre, on a également déjà parlé dans cette lettre des Swickis d'Eurekster (http://www.eurekster.com/) - qui proposent également des systèmes de votes proches de ceux de Searchles - et d'autres projets similaires...

Les partages de tags

Autre possibilité dans le domaine de la recherche : le partage de tags comme le proposent des sites comme Fuzz (http://www.fuzz.fr/) ou del.icio.us (http://del.icio.us/). On pourrait très bien imaginer que les internautes puissent, sur un lien donné dans une page de résultats, ajouter des tags, ceux-ci étant partagés ensuite par tous les utilisateurs du moteur, devenant même un champ de recherche à part entière... Là encore, on n'est pas très loin de ce que proposent Searchles (voir ci-dessus) et Digg en mettant à la disposition de tous les "commentaires" des utilisateurs...

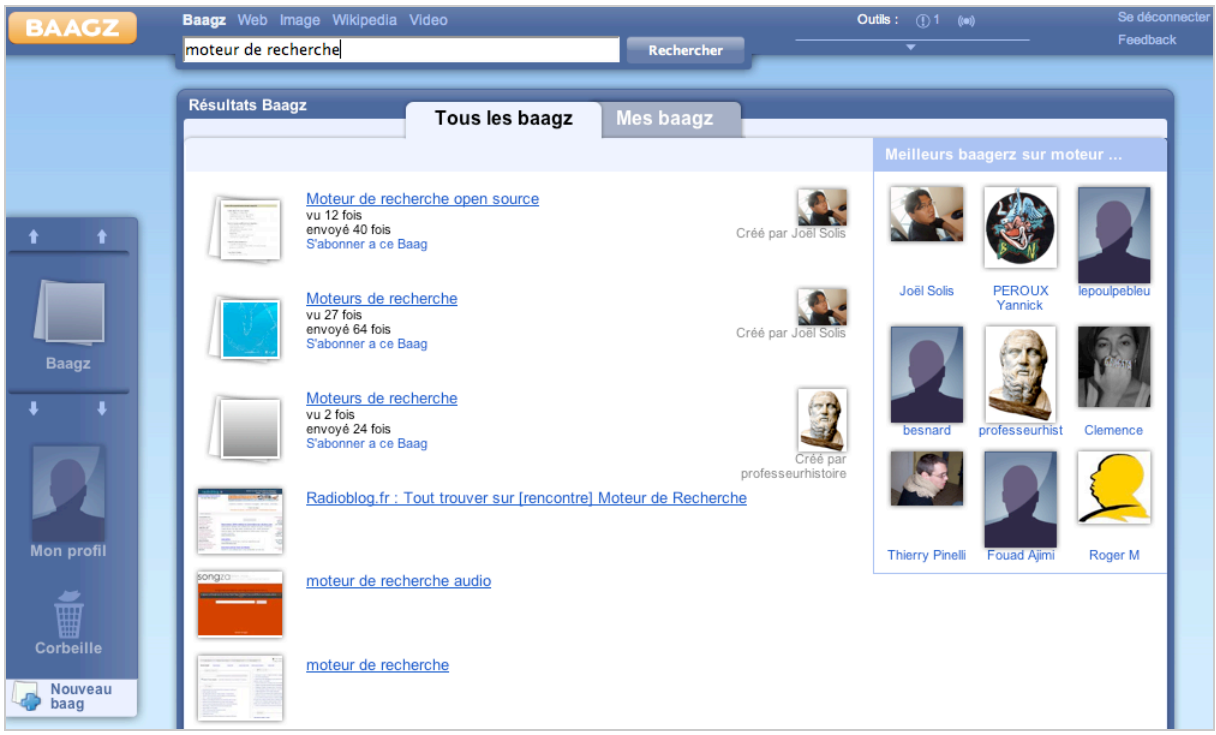
Les outils de Questions / Réponses

On pourra également citer, dans ce domaine "collaboratif", les outils de Questions / réponses comme Yahoo Answers (http://fr.answers.yahoo.com/) ou Windows Live Q&A (http://qna.live.com/) qui, s'ils ne sont pas des moteurs de recherche "purs", n'en sont pas moins des expérimentations de "social search" intéressantes à prendre en compte et tout à fait complémentaires.

Seront-elles intégrées, d'une façon ou d'une autre, dans les moteurs de recherche "classiques" à l'avenir ? Difficile de le dire pour l'instant. Il n'en reste pas moins vrai que les deux domaines sont proches...

La recherche communautaire vue par Baagz

Baagz (http://www.baagz.com/), outil lancé par le français Exalead, permet d'effectuer des recherches dans des documents partagés par d'autres internautes. On se situe moins, ici, dans l'amélioration des moteurs de recherche existants par des voies de "social search", mais ce type de projet n'en est cependant pas si éloigné que cela...



Une voie, d'ailleurs, que Google avait également exploré avec ses "Shared Stuffs" (http://actu.abondance.com/2007/09/google-shared-stuff-ou-la-mise-en.html) ou signets partagés...

Les différentes voies d'exploration du Social Search

On le voit, la notion de "social search" est large et parfois assez complexe à cadrer... Les expérimentations sont nombreuses et les voies explorées très diverses. On peut cependant définir plusieurs posssibilités d'amélioration des outils actuels *via* ces méthodes :

- L'interaction directe des internautes dans le "ranking" des moteurs en indiquant qu'un lien est meilleur - ou moins bon - qu'un autre, voire en indiquant un nouveau lien que ne connaitrait pas le moteur, le tout étant bien entendu "pondéré" par des considérations statistiques (il faudra beaucoup de votes positifs pour influencer un résultats "vers le haut") : les projets Wikia, Edison, Google Experimental Labs vont dans cette voie...

- La prise en compte de votes des internautes comme critère de pertinence. On est très proche de la première voie évoquée, seule la manière change, avec un clic sur un bouton de vote, comme le proposent Wikio, Difgg, Fuzz ou même Searchles sous la forme d'une note à donner, etc.

- La prise en compte de données complémentaires venant de la communauté, comme des tags, des commentaires (Fuzz, del.icio.us) ou des réponses humaines (Yahoo! Questions/Réponses),

voire d'infos personnelles partagées par une communauté comme chez Baagz pour améliorer la pertinence des résultats "classiques" du moteur.

Quelles voies seront privilégiées à l'avenir ? Difficile de le dire... Toutes ont en tout cas certainement un rôle à jouer dans les mois qui viennent pour améliorer la pertinence des outils actuels par les avis statistiquement pondérés des communautés.

Les risques du Social Search

Les voies explorées par les projets de "social search" sont passionnantes et peuvent réellement apporter un plus en termes de pertinence. En revanche, le point noir que l'on entrevoit assez rapidement est la possibilité de spammer en masse les index en faisant voter pour soi (ou contre les autres), voire en développant des "machines à voter" pour un site donné, ce qui aura pour immédiate conséquence un détournement de l'algorithme de pertinence des moteurs. Ceux-ci le savent, bien sûr, ce qui explique certainement le fait que les expérimentations actuelles de Google en la matière soient proposées de façon très "fermées" ou tout du moins à peine "entr'ouvertes".

Alors, la bonne idée du "social search" est-elle applicable en pratique ? Il faut noter qu'on se posait exactement les mêmes questions au sujet des outils de type "Questions / Réponses" où la communauté se charge de répondre aux questions des internautes et où un système de notation des "meilleurs répondants" semble avoir assez bien régulé le système.

En sera-t-il de même avec le "search" de type moteur web ? Quels seront les freins ou garde-fous qui seront imaginés pour éviter les abus ? L'avenir le dira mais il semble évident que le succès de ces approches dépendra en premier lieu de la façon dont les moteurs géreront les éventuels (et inévitables) excés de leurs utilisateurs...

Les incidences du Social Search sur le référencement

Bien entendu, à partir du moment où les moteurs de recherche ajoutent un critère de pertinence supplémentaire avec l'"avis de la communauté" sur un résultat de recherche, cela a obligatoirement une incidence en termes de référencement. Et, là encore, on en revient aux risques évoqués ci-dessus.

Des techniques comme les balises meta, le cloaking ou les pages satellites, qui auraient pu s'avérer d'excellentes voies de référencement de sites web si elles avaient été appliquées de façon loyale et honnête, ont été abandonnées et considérées comme du spam par les moteurs de par les excés qu'elles ont engendrés. En sera-t-il de même du "social search" ou seul un "référencement social naturel" garantira-t-il le succès de ces entreprises ? Le pari vaut en tout cas la peine d'être tenu... Mais il a fort à parier que le "référencement social" a de beaux jours devant lui. D'ailleurs, qui peut aujourd'hui ignorer des outils comme Digg, Scoopeo, Wikio ou Twitter dans une stratégie de référencement (nous aurons l'occasion d'y revenir dans un prochain article) ? C'est un signe qui ne trompe pas...

Olivier Andrieu

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :
http://abonnes.abondance.com/blogpro/2007/12/dcembre-2007-la-recherche-dinformation.html