

Chronique

de la recherche sur le web

par Marc Duval

5 mai 2003, vol. 3, n°5

Êtes-vous voyeur?

Le web favorise le voyeurisme. Il nous invite à regarder dans la cours du voisin, à le découvrir à travers une recherche, à nous alerter avec les «filtres parentaux». Les sites de recherche ont relevé ce petit travers en nous attirant vers leurs trous de serrure.

Deux catégories se partagent le judas: les requêtes en ligne et les listes de requêtes. AltaVista, AlltheWeb, Galaxy, Kanoodle, Lycos France, Metacrawler et MetaEureka profitent pleinement de notre côté voyeur. Les requêtes de chacun d'eux sont rafraîchies manuellement ou automatiquement.

Ask Jeeves, Google, Lycos, Nomade et La Toile du Québec ont opté pour les palmarès. Overture, 7Search.com, SearchGate, KeyWord City ont choisi les listes sous forme d'interrogation de leurs banques de données.

Les requêtes en direct

AltaVista affiche les [cinq dernières recherches](#) de chacun de ses catalogues: web, image, audio, annuaire, vidéo et nouvelles. La liste est renouvelée manuellement. A chaque semaine, la société publie une [compilation des vingt-cinq requêtes](#) les plus populaires et les vingt-cinq requêtes en déclin.

AlltheWeb a récemment mis en ligne les [dix dernières recherches](#) que vous rafraîchissez en cliquant sur le lien approprié.

Lycos France a son [Lycos Voyeur](#). La page de Lycos Voyeur est adaptable selon le nombre de requêtes (10, 20 ou 30) et le temps de rafraîchissement. Ce portail a aménagé un fil des requêtes sous la [boîte de recherche](#). Lycos France a complété son service par un palmarès du [top 100](#) qui comprend un lien de la recherche vers le répertoire et un autre vers l'automate.

Metacrawler, le métachercheur d'Infospace, a un service appelé [MetaSpy](#) qui rafraîchit automatiquement les requêtes. Le service divise les requêtes en catégories: pour [le public en général](#) et pour les [adultes avertis](#).

MetaEureka, un autre métachercheur, a aussi sa page «[voyeur](#)» de requête en direct avec rafraîchissement manuel. Vous pouvez jouer à l'espion avec [Kanoodle](#), un service de placement publicitaire web ou avec le répertoire [Galaxy](#).

Les requêtes listées

Ask Jeeves n'est pas non plus voyeur. Il publie hebdomadairement la page [Jeeves IQ](#) (Interesting queries) dans laquelle il fournit cinq palmarès: le top dix des recherches avancées et celui de la recherche simple, le top cinq d'un thème choisi et le top cinq des actualités.

Google imite Ask Jeeves en élaborant à chaque semaine le palmarès des requêtes montantes et descendantes dans la faveur populaire dans son [Google Zeitgeist](#). Chaque mois, Google publie le palmarès selon l'actualité des requêtes dans son catalogue web. Par exemple, en mars il y avait ces trois thèmes-ci: pays, Oscars et l'aéronautique. Il affiche aussi le palmarès provenant de ses catalogues «Google News», «Google Image» et de sept de ses interfaces nationales: Grande-Bretagne, Canada, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas et Japon. Enfin, il donne les statistiques des fureteurs et des langues. Lycos a aussi son palmarès: le Top 50. Il comprend un comparatif avec la semaine antérieure. Il publie un rapport commenté hebdomadairement et, suivant l'air du temps, un [carnet web](#).

Nomade tient aussi son registre avec commentaires dans ce qu'il nomme le [Top 50 des mots clés](#) avec leurs flèches haussières ou baissières.

La Toile du Québec publie avec son modeste [Top 15](#) hebdomadaire pour la recherche et son [Top 5](#) pour les guides les plus populaires.

Yahoo! a développé un système de pointage pour sept thèmes regroupés dans sa page «[Buzz Index](#)»: généralité, télévision, musique, sport, acteurs et actrices, cinéma et jeux. Le palmarès s'étend sur vingt requêtes pour chacun des thèmes et mis à jour quotidiennement. Il y a aussi un rapport [hebdomadaire](#) pour le site même et un autre pour les [sites nationaux](#) dont le Canada et la France.

Yahoo! France publie un «[baromètre](#)» des dix requêtes avec flèches montantes et descendantes.

Les requêtes des internautes peuvent être vues d'une façon statistique. C'est ce que nous proposons les services [Overture](#), [7Search.com](#), [SearchGate](#), [Keyword City](#). Ils nous donnent la fréquence de recherche d'un mot ou une liste d'une requête à partir d'un mot.

Conclusion

Au-delà du voyeurisme, il y a l'analyse. En analysant les requêtes des internautes, on peut en induire des tendances. Si cette tendance persiste sur une requête portant sur une personnalité, il est tentant de s'en approprier. Si elle est issue d'une série télévisuelle, elle devient un signe de la

réussite du projet. Pour une marque de commerce, elle témoigne de sa notoriété.

Les requêtes constituent aussi une trace des préoccupations sociales: world trade center, Saddam Hussein, SRAS, vache folle sont autant de requêtes qui ont atteint les sommets.

La forme des requêtes est une précieuse source d'information pour les sociétés gravitant autour de la recherche internet. Elle permet de voir la progression des habiletés des internautes. L'utilisation d'un ou plusieurs mots, la présence d'opérateurs logiques et de leur compréhension par les internautes, l'orthographe sont autant de sujets d'analyse pour améliorer un automate de recherche ou pour optimiser une page web selon le goût du jour. Requêtes des internautes, amélioration d'un site de recherche et marketing ont vu finalement leurs relations s'affermir au-delà d'un simple jeu de mots.

Marc Duval
Bibliothécaire professionnel
Service de recherche documentaire DSI
1280-4, bd de Montarville.
Longueuil. Québec. Canada
J4B 8B4
marcduval@dsi-info.ca
<http://www.dsi-info.ca>