



RECHERCHE D'INFORMATION : INTRODUCTION ET BONNES PRATIQUES

Professeur Mohand BOUGHANEM

Université Paul Sabatier de Toulouse- Institut de Recherche en Informatique de
Toulouse, IRIT-SIG, 118 route de Narbonne, 31062 Toulouse cedex 9 (France),
bougha@irit.fr, <http://www.irit.fr/~Mohand.Boughanem>

Mots clefs :

Recherche d'information, moteurs de recherche, indexation, pertinence, facteurs de tri des moteurs de recherche, moteurs verticaux, moteurs spécialisés, moteurs personnalisés

Keywords:

Information retrieval, search engine, indexing, relevance, search engine ranking factors, vertical search, domain-specific search, personalized search engine

Palabras clave :

La recuperación de información, el motor de búsqueda, indización, la pertinencia, los factores de motor de búsqueda de clasificación, la búsqueda vertical, de dominio de búsqueda específico, el motor de búsqueda personalizada

Résumé :

Les récents progrès des technologies de l'information de manière générale et des réseaux de communication de manière particulière, ont redonné à l'information de nouveaux contours et davantage de valeur selon divers aspects : scientifique, technique, économique, d'usage, etc. Elle est devenue aujourd'hui un des biens les plus précieux et les plus stratégiques dans notre société guidée par la connaissance. Ainsi, avoir la bonne information au bon moment et en fonction de ses propres besoins est nécessaire pour prendre la bonne décision, mais faudrait-il savoir la localiser et la sélectionner dans ces masses d'information sans cesse croissantes.

La recherche d'information est un des domaines qui propose des outils permettant d'aider à répondre à ces attentes. L'objectif de cette conférence est de donner quelques pistes pour une bonne pratique de la recherche d'information. Ceci passe indéniablement par la connaissance de quelques concepts de base de ce domaine ainsi que les tâches qui s'y affèrent. Nous allons en particulier ouvrir la « boîte noire », *le système de recherche d'information*, afin de comprendre les techniques mises en place dans ces systèmes pour sélectionner les informations pertinentes répondant aux besoins de l'utilisateur.

Nous illustrons ensuite nos propos sur un cas d'étude particulier, le plus visible dans ce domaine : les moteurs de recherche sur le Web. Nous abordons les bonnes pratiques dans ce cadre selon deux situations dans lesquelles un acteur peut se retrouver.

Une première dans laquelle il est producteur de l'information (de sites web par exemple). Nous listons en particulier les indicateurs utilisés par la majorité des moteurs de recherche pour trier les pages web renvoyées en réponse à une requête. La connaissance de ces indicateurs permettrait à ces producteurs de mieux valoriser leur site en le rendant « bien localisable » par les moteurs de recherche. La seconde situation est celle du consommateur, recherchant des informations, nous nous focalisons en particulier sur quelques critères que l'on peut prendre en compte pour choisir son moteur de recherche.