

Combiner Web 2.0 et Web Sémantique pour réduire les disparités d'expertise au sein de blogs d'entreprise

Alexandre Passant*, Philippe Laublet**

*Digital Enterprise Research Institute, National University of Ireland, Galway
IDA Business Park, Lower Dangan, Ireland
alexandre.passant@deri.org,

**LaLIC, Université Paris-IV Sorbonne
Maison de la Recherche, 28 rue Serpente, 75006 Paris, France
philippe.laublet@paris-sorbonne.fr

Résumé. Avec l'avènement d'applications sociales en entreprise (blogs, wikis, etc.), il est fréquent que des individus aux niveaux d'expertise relativement distants se réunissent au sein de communautés en ligne. Ces disparités d'expertise se traduisent entre autres par des comportements différents dans la manière de tagguer les contenus créés, notamment en ce qui concerne les termes utilisés, rendant ainsi complexe la découverte d'informations pourtant publiées. Dans cet article, nous mettons en avant la possibilité offerte par les technologies du Web Sémantique, combinées avec les paradigmes du Web Social, de résoudre cette problématique. Nous proposons ainsi une chaîne de traitement combinant ontologies, wikis sémantiques et indexation de contenus permettant la production de graphes sémantiques interconnectés et facilitant de cette manière la découverte de contenus créés au sein de tels systèmes¹.

1 Introduction

Alors que les outils comme les blogs et les wikis ainsi que les paradigmes sociaux associés sont aujourd'hui couramment acceptés sur le Web, sous l'appellation commune Web 2.0, ces pratiques font depuis quelques années leur apparition en entreprise, au sein de ce que l'on nomme généralement Entreprise 2.0 (McAfee, 2006). Parmi les usages introduits par cette mouvance, nous notons l'utilisation abondante du *tagging*, association de mots-clés libres aux contenus publiés dans un objectif de classification contrôlée par l'utilisateur². Or, l'hétérogénéité des niveaux d'expertise représentés au sein de ces communautés (composées aussi bien d'experts que de stagiaires) se traduit par l'utilisation de tags plus ou moins spécifiques pour annoter les contenus produits. Nous avons ainsi pu constater ces disparités dans un contexte d'entreprise (Passant, 2009), comme d'autres ont pu auparavant l'identifier sur le Web (Golder et Huberman, 2006). Partant de ce constat, nous proposons ici une solution basée sur les

1. Une partie des travaux présentés dans cet article à été réalisée au sein d'EDF R&D (bourse CIFRE) et est actuellement financée par la Science Foundation Ireland au sein du projet Lion 2 (SFI/08/CE/I1380).

2. <http://www.vanderwal.net/folksonomy.html>