

Vergezocht



Je kunt het deze dagen niet gek genoeg bedenken of je kunt het vinden op het wereld-wijde-web. In de lage landen kent de breedbandpenetratie ongeziene hoogten en de internetproviders zien het aantal aansluitingen op de digitale snelweg elke dag toenemen. De actieve 50-plussers ontdekken massaal het internet. Ze worden zelfs in één adem genoemd met rechtenorganisaties, rechtbanken en illegale mp3's.

Resultaat van dit alles is dat de senioren – net zoals alle andere breedbandconsumenten – zoekmachines zullen moeten aanspreken om iets terug te vinden in de chaos van het internet. Hoe zag het web eruit toen zoekfuncties niet alomtegenwoordig waren op de desktop of in de browser? Herinner jij je de dag nog dat het *find*-commando je beste vriend was om bestanden terug te vinden? Die dagen zijn definitief voorbij. Welkom in de wonderde wereld van het online zoeken en vinden. Waar start jouw speurtocht op het internet?

Sinds Archie – de eerste zoekmachine ooit - het anno 1990 mogelijk maakt om bestanden op een lokale schijf terug te vinden, is de evolutie van de zoekmachines niet meer te stoppen. Gopher en Veronica introduceren het zoeken en navigeren op sleutelwoorden doorheen de volledige Gopher index. Aliweb leidt tot WebCrawler, de eerste echte 'full text' zoekmotor. Het innovatieve klimaat half jaren 90 zorgt voor een explosie van nieuwe en commerciële zoekmachines. De veelgebruikte 'directories' vergroeiën tot nieuwe zoekmachines met extra functionaliteit. Zoeken is anno 2000 een standaardoperatie geworden op het internet. Grote bedrijven zijn bereid om immense sommen geld neer te tellen voor deze intelligentie; of ze ontwikkelen zelf een eigen bestandsformaat en systeem om op die manier de concurrentie voor te blijven. 'Search' is nu big business geworden. De sites van de zoekreuzen behoren vandaag dan ook tot de best bezochte websites op het internet. Het beste bewijs zijn de talloze gebruikers die het internetavontuur starten met een zoekopdracht. Adverteerders betalen zich blauw om hun product toch maar te associëren met al dan niet gerelateerde zoekresultaten.

Maar het is niet allemaal rozengeur en maneschijn anno 2006. Samen met het verwachtingspatroon van de consument evolueert ook de efficiëntie van de zoekmachines. De aangeboden resultaten omvatten steeds meer links en informatie dan een mens ooit kan verwerken. Daarom wordt van de spiders verwacht dat ze beter worden. Gesofisticeerd zoeken, het nauwkeuriger indexeren van sites, het uitbreiden van de databanken en een verbeterde relevantie van de zoek-engines zijn het bewijs van deze positieve trend. Langs de gebruikerszijde ontdekken we innoverende technieken en een rijkere gebruikerservaring. Dit alles gecombineerd met nieuwe methodes als RSS (Really Simple Syndication) zorgen voor een nieuwe vibe op het internet. Zoekrobots vormen de deur naar het internet en besparen ons veel tijd. En toch ... zijn de zoekmachines verre van perfect. Of niet?

Vandaag heeft iedere surfer wel een online plekje waar men een tekstje, een foto of een video, ... kwijt kan. Iedereen produceert vandaag 'online content'. En heel wat bedrijven spelen daar gretig op in door steeds meer online services aan te bieden. Je kunt het

aantal online services dat maandelijks het daglicht ziet niet meer bijhouden. Diensten zoals tekstverwerkers, rekenbladen, landkaarten, geo-informatie, ... worden met elkaar verweven en geven aanleiding tot het dagelijks toevoegen van nieuwe inhoud aan het onmetelijke internet. Verticale zoekindexen rijzen als paddenstoelen uit de grond. Hele bibliotheken rond wetenschap, kunst, filosofie, onderwijs, ... zijn op deze manier te doorzoeken van achter je pc scherm.

De uitdaging voor de denkers achter de zoekmachines bestaat erin deze groei aan data op het internet bij te houden en de indexering te optimaliseren. Webpagina's (bijvoorbeeld blogs, wikis, et cetera) worden vaker dan ooit tevoren geüpdate. De bedrijven achter de spiders investeren in het bouwen van datacenters om de gigantische stroom geïndexeerde informatie te kunnen opslaan.

Allemaal goed en wel maar ik schrijf dit stukje nu zonder internetverbinding en ik gebruik de desktop software suites om de dagelijkse werkzaamheden tot een goed einde te brengen. Bovendien zie ik me nog niet onmiddellijk naar de online alternatieven omschakelen. Wil dit zeggen dat ik van dit mooie 'zoeken en vinden'-verhaal verstoten blijf? Helemaal niet! Ik merk een duidelijke trend die de zoekfunctionaliteit, beschikbaar via een verkenner, naar de desktop brengt. Elke zichzelf respecterende zoekmachine heeft vandaag een desktop-alternatief. Op deze manier worden alle documenten, e-mails, IM-boodschappen, et cetera even gemakkelijk teruggevonden als het zoeken van een URL op het internet. Er worden vandaag nog maar weinig applicaties gelanceerd die geen zoekfunctionaliteit aan boord hebben. ISV's integreren de publieke zoek-API's van de welgekende engines in de eigen applicaties, en krijgen er op die manier een extra – en goedkoop – verkoopargument bij.

Wat ik nou helemaal bijzonder vind is de integratie van online en offline zoeken. Een desktop zoekapplicatie vormt in dit geval de gebruikersinterface van zoektermen, resultaten en een gedetailleerd voorproefje van de zoekuitslag. De applicatie is voldoende intelligent om de meest relevante on- en offline resultaten gezamenlijk te tonen, uiteraard op basis van de meest geavanceerde zoektechnieken. De online spiders hebben – na het web – nu ook de desktop in hun greep! Geen enkel bestand is nog veilig... voor de zoekmachines.

Eén ding staat vast: *search* is een blijvertje. Rest ons nog de vraag of de zoektocht op de desktop, of vanuit de browser zal starten. Zullen beide werelden convergeren? En hoe zal jij als consument omgaan met geïntegreerde *reclameboodschappen in je vertrouwde applicaties*?

David Boschmans
Development Platform Advisor
Microsoft Belux