NOUVEL HAY MAGAZINE
SANS FRONTIÈRES

BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers) de Google devrait mieux nous comprendre (qd on lui pose une question)



Un progrès *dans l'histoire du moteur de recherche* .Google présente ainsi BERT.

L'entreprise présente le changement d'algorithme qu'elle va déployer, dans 70 langues dont le français, à partir d'her.

C'est déjà fait pour l'anglais depuis fin d'octobre. La firme californienne dit qu'elle a créé un système capable de mieux comprendre les demandes déposées par les internautes, grâce à une technologie d'intelligence artificielle.

« Notre travail, c'est de comprendre ce que vous cherchez et de faire remonter de l'information utile du Web, peu importe la façon dont vous avez écrit ou combiné les mots dans votre requête », explique le responsable de Search.

« Mais parfois ça ne marche pas très bien, particulièrement pour des requêtes complexes, ou écrites de façon conversationnelle. D'ailleurs, c'est une des raisons pour lesquelles les gens utilisent souvent des suites de "mots-clés" qu'ils pensent qu'on comprendra, mais ce n'est pas de cette manière qu'ils poseraient

naturellement une question. »

Google s'appuye sur une technologie d'intelligence artificielle qui analyse les mots d'une requête *« en relation à tous les autres mots de la phrase, plutôt qu'un par un dans l'ordre »*. BERT, c'est son nom (Bidirectional Encoder Representations from Transformers) réussirait*« à prendre en compte le contexte d'un mot »*, ce qui serait *« particulièrement utile pour comprendre l'intention derrière une requête »*.

Ce programme déterminerait, dans des mots, ceux qui sont les plus importants et ceux qui le sont moins. Par exemple dans *« prendre medicament pour quelqu'un pharmacie »* : *« Avec BERT on peut mieux comprendre que "pour quelqu'un" important ds la requête, alors qu'avant on serait passé à côté du sens de cette requête, et on aurait proposé des résultats généraux sur les ordonnances. »*

En anglais, Google assure qu'il améliore la compréhension, donc les résultats, d'une requête sur dix. Et espère ainsi qu'il sera plus facile pour les utilisateurs de poser des questions « normalement », plutôt qu'en réfléchissant aux mots-clés les plus pertinents.

Ceci répond à un autre besoin : celui des enceintes connectées, que Google, Amazon et Apple,voudraient implanter dans les foyers, et qui doivent, elles, répondre à des requêtes en langage naturel, car parlées par les utilisateurs. Celles qui y réussiront le mieux auront le plus de chances de l'emporter face à leurs concurentes

Si Google est satisfait d' un "énorme progrès", même avec BERT, *« ça ne marche pas toujours »*. *« La compréhension du langage reste un défi ».*

L'entreprise dit que ce nouvel algorithme n'aura pas d'impact considérable sur les sites vers lesquels son moteur de recherche renvoie. Chaque modification majeure d'algorithme de Google est scrutée par les entreprises, les commerces en ligne dont le chiffre d'affaires peut dépendre de leur position sur le moteur de recherche.

source : communiqué de Search, Google