

МОДЕЛИ АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТОВ ПОИСКА В СОВРЕМЕННЫХ СЕТЕВЫХ СТРУКТУРАХ

Першин М.А.

Научный руководитель – д.т.н., проф. Хаханов В.И.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники
(61200, Харьков, пр. Ленина, 14, каф. АПВТ, тел. (057) 702-13-26)

An actual problem is the efficiency of the most frequently used Internet services — search. In this paper, various models of intermediate search results representation are analyzed. Also we have analyzed works of Busen brothers, professors of British Columbia University, and proposed to use their Mind-Map high informative concept in search systems context.

Поисковые системы в настоящее время являются одним из самых популярных сервисов в Интернете. Каждый день выполняются миллионы поисковых запросов и является актуальной проблема оптимизации процесса поиска. Даже если за один день в 50% случаев будет сэкономлена всего-лишь одна секунда, то это уже даст большой эффект, исчисляемый в человеко-годах. Из-за этой закономерности производится огромное количество оптимизаций в работе поисковых систем. Был проведен анализ методов оптимизации, касающихся информативности представления результата и предложены альтернативные модели представления результатов поиска.

Лидирующие по запросам поисковые системы представляют результаты поиска как линейный список текстовых полей. Очевидно, что данная форма представления — текст, вырванный из контекста — малоинформативна, и, на практике, достаточно часто пользователь должен несколько раз пройти по ссылкам и просмотреть, что же действительно скрывается за текстом. На данный момент одной из альтернатив является

концепция «сниппетов» – пользователю с результатом запроса также представляется дополнительная текстовая информация в специальном окошке о времени обновления страницы, ее географическом положении, аналогичные страницы и прочее. Но она по-прежнему использует только текст, – речевой канал восприятия, в то время как остальные каналы используются неэффективно, в частности – визуальные. Учитывая это и особенности восприятия информации человеком, а также принципы мнемоники, изложенные в работах Busen brothers, British Columbia University, была предложена концепция представления результатов поиска с использованием большего количества каналов восприятия а также указанием ассоциативных связей, что позволит более информативно отобразить контекст поиска уже на промежуточном этапе и доопределить запрос, и таким образом перейти от перебора вариантов в списке к целеустремленному и, в общем случае, более эффективному поиску.