

<http://physicsweb.org/article/news/9/11/7>

2005/11/10

## جست‌وجوگرها نا‌عادلانه کار نمی‌کنند

عموماً معتقد اند جست‌وجوگرها صفحه‌ی وب‌ها ی پرطرفدار را به خرج - صفحه‌ی وب‌ها ی دیگر پرطرفدارتر می‌کنند. یک گروه پژوهش‌گر در ایالات - متحد و آلمان نشان داده اند چنین نیست [1]. سائتُ فُرتوناتُ [2] و هم‌کاران - اش از دانش‌گاه - ایندیانا [3] و دانش‌گاه - بیلفیلد [4]، بر اساس - تحلیل - شان از ترافیک - وب ادعا می‌کنند جست‌وجوگرها در واقع اثری برابرکننده دارند و ترافیک - جای‌گاه‌ها ی کم‌تر محبوب را زیاد می‌کنند.

بسیاری از جست‌وجوگرها، وقت ی نتایج - جست‌وجو را می‌دهند تعداد - ارجاع‌ها به صفحه‌ی وب‌ها را در نظر می‌گیرند. فُرتوناتُ می‌گوید: ” باور - رایج ی هست که جست‌وجوگرها چرخه ی ناسالم ی درست می‌کنند و صفحه‌ها ی شناخته‌شده را به خرج - صفحه‌ها ی جدید محبوب‌تر و محبوب‌تر می‌کنند. در باره ی این پدیده ی فرضی (که به آن گوگل‌سالاری هم می‌گویند) در مجامع - علوم - سیاسی، اجتماعی، و کامپیوتری به‌گسترده‌گی بحث شده است. یافته‌ها ی ما با این تصویر نمی‌خواند.“

این دانش‌پیشه‌ها ی ایندیانا - بیلفیلد، با استفاده از جست‌وجوگرها ی آلیکسا [5]، گوگل [6]، و یاهو [7] ترافیک و تعداد - ارجاع‌به‌ها ی 28 164 جای‌گاه و را سنجیدند و مدل - نظری ی جدید ی بار آوردند که عوامل - گوناگون - مئثر در جست‌وجو ی وب را کنار - هم در نظر می‌گیرد، از جمله درخواست‌ها یی که کاربر می‌فرستد، روش ی که جست‌وجوگر نتایج را به دست می‌آورد و مرتب می‌کند، و چه‌گونه‌گی ی استفاده ی کاربران از نتایج - حاصل.

فُرتوناتُ و هم‌کاران - اش، ترافیک بر حسب - تعداد - ارجاع‌به را برای صفحه‌ی وب‌ها رسم کردند تا یک رابطه ی مقیاس ی بین - این دو کمیت به دست آورند. (ترافیک - هر

صفحه را کسری از کاربرها تعریف کردند که طی یک دوره ی سه ماه به آن صفحه وارد شده اند.) هر صفحه در نمونه پشان یک نقطه در این نمودار می دهد. آن ها دریافتند مدل ها ی فعلی با داده ها نمی خوانند. این مدل ها پیش بینی می کردند ترافیک و تعداد ارجاع به ها یک رابطه ی توانی با هم دارند، اما فرتونات و هم کاران اش کشف کردند بین این دو کمیت در واقع یک رابطه ی ساده ی خطی برقرار است.

فرتونات می گوید: ” جست و جوگرها رابطہ جامعہ با کالا ی اصلی ی قرن 21 (اطلاعات) اند. یافته ها ی ما برا ی گروه ها ی گوناگون ی از دانش پیشه ها مهم است، از جمله برا ی آن ها یی که ساختار وب را مدل می کنند، طراح ها ی جست و جوگرها، کامپیوتر پیشه ها یی که الگوها ی ترافیک را پیش بینی می کنند، متخصص ها ی بازاری که می خواهند اثر تبلیغ از طریق وب را پیش بینی کنند، و علوم اجتماعی پیشه ها یی که به اثر وب بر کشف دانش و انتشار آن در جامعه ی اطلاعاتی علاقه مند اند.“

[1] [arxiv.org/abs/cs.CY/0511005](https://arxiv.org/abs/cs.CY/0511005)

[2] Santo Fortunato

[3] Indiana University

[4] Bielefeld

[5] Alexa

[6] Google

[7] Yahoo