

Матеріали XX наукової конференції ТНТУ ім. І. Пулюя, 2017

УДК 004.4

І.Кормило, Г.Шимчук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОГЛЯД І АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ СИГНАЛІВ НА РЕЗУЛЬТАТИ ПОШУКУ

I.Kormylo, G.Shymchuk

REVIEW AND ANALYSIS OF THE IMPACT OF SOCIAL CUES TO SEARCH RESULTS

Соціальний сигнал – це інформаційна функція, що несе повідомлення про фізичні властивості, стан або поведінку будь-якої фізичної системи, об'єкта чи середовища.

Метою обробки сигналів можна вважати витяг певних інформаційних відомостей, які відображені в цих сигналах і перетворення цих відомостей у форму, зручну для сприйняття та подальшого використання.

Джерелом соціальних сигналів стають соціальні мережі, тобто сервіси, що дозволяють користувачам формувати зв'язки один з одним. Соціальні сигнали становлять одну з частин алгоритму, який розраховує оцінку значення сторінки або її рейтинг. На даний момент соціальні сигнали використовуються пошуковими алгоритмами для аналізу корисності інформації для користувачів та її актуальності. Можливість маніпулювання соціальними сигналами є потужним інструментом для реклами в самих соціальних мережах, пошукових системах та засобом впливу на психологію користувачів, що відвідують сторінку (візуальний вплив).

Соціальні сигнали поділяють на:

- органічні – сигнали, що створені без мети вплинути на результати пошуку;
- неорганічні – сигнали, що створюється користувачем з метою штучного впливу на алгоритми пошукових систем.

Неорганічні соціальні сигнали мають такі ознаки:

- періодичні сплески кількості лайків у профайлі користувача;
- періодичні сплески кількості лайків для сторінки;
- визначення профайла користувача як такого, що можна розпізнати як спам-бота, тощо.

Соціальні сигнали, як і будь-які інші фактори, що впливають на результати пошуку в пошукових системах, можна штучно «накручувати», оскільки будь-хто може створити тисячі облікових записів на якійсь соціальній мережі і буде «лайкати» сторінки свого сайту, щоб таким чином підвищити його рейтинг. У такій ситуації необхідно мати алгоритм, який зводив би нанівець усі намагання створити штучні сигнали для сторінки. Для захисту від неорганічних сигналів часто використовують нейромережі.

Отже, серед головних цілей обробки соціальних сигналів можна виділити:

- Створення алгоритму оцінки рейтингу кожного профайла у соціальній мережі.
- Створення алгоритму (модуля) боротьби зі спамом соціальних сигналів.

Реалізація вищезгаданих алгоритмів у алгоритмах пошукових систем для покращення якості пошуку.