



مروری کلی بر موتورهای جستجوی انسان مدار*

ترجمه : فهیمه باقرنژاد جاوید
 کارشناس کتابداری و اطلاع رسانی و کارشناس مسئول
 کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی
 fahimehjauid@gmail.com

مقدمه

همه موتورهای جستجوی اصلی و مهمی که شما با آن‌ها آشنا هستید برای محاسبه رتبه برخی از جستجوها و یا صفحات وب نسبت به برخی دیگر، از الگوریتم‌های محاسباتی بسیار پیچیده‌ای استفاده می‌کنند که در آن‌ها موقعیت قرارگیری کلمات در صفحه، میزان تکرار کلمات، تعداد لینک‌های موجود به آن صفحه و مانند این‌ها را برای رتبه‌بندی مورد محاسبه قرار می‌دهند. هر کدام از موتورهای جستجو ادعا می‌کنند که از متدولوژی مخصوص به خود استفاده می‌کنند و نتایج بهتری را در جستجو و رتبه‌بندی نتایج آن، نسبت به سایر موتورها ارائه می‌دهند؛ بنابراین هر کدام، دستورالعمل دقیق خود را به صورت یک راز حفظ می‌کنند و این یکی از دلایل این امر است که چرا شما بر اثر

شاید بتوان گفت انتخاب عبارت «موتورهای جستجوی انسان مدار» نوعی بیچارگی تأسف‌برانگیز می‌باشد، چرا که مرا به یاد انبوهی از انسان‌ها می‌اندازد که بر اثر کار و زحمت فراوان، انرژی بسیار هنگفتی را صرف بالا بردن سطح سرویس مورد استفاده خود می‌کنند! به هر حال این اصطلاح عبارتی است که به طور معمول مورد استفاده قرار می‌گیرد و ما نیز ناگزیر با همین عبارت ادامه می‌دهیم. چنین عبارتی در اصل به معنای موتور جستجویی است که متأثر از مداخله انسان می‌باشد؛ معمولاً به این صورت که هر فرد با امتیازی که به حاصل جستجوی خود می‌دهد، رتبه آن جستجوی مورد نظر را بالا یا پایین می‌برد.

*bradley , phil .human - powered search engines : an overview and round up .available at : www.ariadne.ac.uk/issue54/search-engines/-34k

سایت هایی را نمی توان «موتور جستجو» (به شکلی که امروزه می شناسیم) نامید. در این سایت ها تمهیدات بسیاری اندیشیده و به کار گرفته شده است تا تأثیر کاربران را در نتیجه جستجو هر چه پررنگ تر نماید؛ برای مثال دخالت دادن افراد در پروسه رتبه بندی و رنکینگ سایت ها و نتایج جستجو ها و همچنین نوشتن نتیجه کار برای جستجو های معین توسط کاربران. در این مقاله نگاهی کلی بر این روش ها و تمهیدات می اندازیم و بررسی می کنیم که کدام یک از آن ها می تواند خوب عمل کند و کدام یک آن را به شیوه سستی نزدیک می سازد.

Anoox



اولین موردی که می خواهیم بررسی کنیم Anoox می باشد که ظهور آن باز می گردد به سال ۲۰۰۵ میلادی. این سایت به واقع یک موتور جستجوی ساده و بی پرده می باشد، با لیستی اندک از فهرست نتایج جستجو (عناوین و URL ها)، به همراه یک دکمه امتیازدهی برای این که رتبه سایت یا نتیجه مورد نظر را بالا یا پایین ببرید و یا آن را به عنوان یک Spam (نتیجه مشکوک و نامعتبر) معرفی کنید. باید اقرار کنم که من نتوانستم با آن کنار بیایم و به نتایج آن مطمئن شوم؛ به طوری که نخستین نتیجه جستجوی عبارت «Librarian» که من انجام دادم، سایتی به درد نخور بود. علاوه بر آن، من نام هیچکدام از وب سایت های کتابخانه ای معروف را در صفحه اول نتایج جستجو ندیدم! آیا این سایت فرصت مناسبی را به کاربران می دهد تا روی نتایج جستجوها تأثیر بگذارند؟ متأسفانه باید بگویم که این طور نیست! پیش از آن که من بتوانم به نتایج رتبه بدهم، مجبور به ثبت نام شدم، همراه با ذکر نام، آدرس، شماره تلفن، محل سکونت و آدرس ایمیل. سپس به من قول داده

جستجوهای یکسان با موتورهای متفاوت، نتایج متفاوتی را حاصل می کنید. (صرف نظر از این امر بدیهی که هر کدام از موتورهای جستجو از پایگاه های اطلاعاتی متفاوتی استفاده می کنند).

بازی دادن غیرمنصفانه

در عین حال که این شیوه منطقیاً خوب عمل می کند، نقایصی را نیز متوجه سیستم می سازد. در واقع مسأله دیگر آن است که اگر مردم شیوه رتبه بندی موتورها را دریابند، در این صورت می توانند صفحات وب فردی خود را به صورتی طراحی و ایجاد کنند که از رتبه بالاتری برخوردار شوند که اغلب این عمل «بازی دادن» موتور جستجو عنوان می شود. البته دستیابی به یک رتبه بالا در موتور جستجو، فی نفسه عمل اشتباهی نیست. گذشته از همه این ها، هر کسی علاقمند است نتیجه جستجوی خود را بی نقص و کاملاً مربوط مشاهده کند و هنوز هم به دلایل مختلفی دستکاری های زیادی در موتورهای جستجو انجام می شود. امروزه صنعت بسیار بزرگی برای دستیابی به بالاترین رتبه ها در موتورهای جستجو ایجاد شده و روش های فراوانی مورد استفاده قرار می گیرند که لزوماً همه آن ها نیز شاید آن طور که باید، اخلاقی نیستند؛ به طوری که ممکن است صدها و بلکه هزاران وب سایت مصنوعی ساخته شده باشد، تنها برای این که به یکدیگر یا یک سایت مشخص لینک شوند و رتبه آن را بالا بیاورند. برای مثال جستجوی عبارت «Martin Luther King» در سراسر گوگل، به یک وب سایت نژاد پرست باز می گردد که در هنگام ایجاد شدن این سایت (که من به دلیل جلوگیری از تبلیغ آن نام و جزئیات آن را مطرح نمی کنم) در جایگاه سوم قرار داشت که البته مطمئناً این رتبه در معرض تغییر قرار دارد. یکی از دلایل آن همین است که لینک های بسیاری به آن شده است و گوگل هر لینکی را بعنوان یک آیت مثبت برای رتبه بندی در نظر می گیرد.

بنابراین شیوه سستی مشکلات قابل توجهی را در پی دارد و کاربران اغلب می کوشند راه های بهتری را برای دسترسی صحیح به اطلاعات مورد نظر خود بیابند. سایت های دیگری که اخیراً بصورت نرمال تر و انسان مدارانه (Human-Powered) عمل می کنند - و من آن ها را سایت های «فهرست» می نامم - در واقع جایی است که در آن ها کاربران به صورت زنده، سایت های فردی خود را پیش از آن که آن ها را جزو مجموعه انتخابی خود درآورند و به آن ها رتبه دهند، بررسی می کنند. اگر بخواهیم دقیق تر نگاه کنیم، چنین

هیچ چیز در آن نباشد؛ لاف اقل احساسی از یک همکاری و مشارکت به انسان می دهد. اگر من جستجویی را یک بار انجام می دهم، به منظور عادلانه رفتار کردن با سیستم، حداقل نگاهی سطحی به تعداد اندکی از جستجوها می اندازم و سپس باز می گردم و متعاقباً امتیاز می دهم. آیا همه این ها به خاطر جستجویی است که دیگر تکرار نخواهم کرد و یا هیچ کس دیگری تکرار نخواهد کرد؟ من وقت خود را ارزشمندتر از آن می دانم که از چنین روشی عمل کنم و کسی از این طریق عمل نخواهد کرد؛ مگر کسانی که با انگیزه های اقتصادی جستجو می کنند، زیرا اولین صفحه نتایج معمولاً به سایت های تجاری، بهینه سازی خدمات، پوکر و... اشاره می کند. حال من نمی دانم که آیا به چنین سایت هایی امتیازی داده شده است یا نه و من در این باره کاملاً بدبین هستم. در نتیجه گویا خیلی سریع رسیده ایم به دقیقاً نقطه مقابل مفهوم اولیه!

ChaCha



ChaCha موتور جستجویی است که تا حدی می توان گفت دارای مفهوم مضاعفی از انسان مدار بودن می باشد. این موتور جستجو در سپتامبر ۲۰۰۶ میلادی روی اینترنت قرار گرفت و نتایج ساده و صریحی را دقیقاً به شیوه ای که شما انتظار آن را دارید بدست می دهد؛ لینک های معتبر که به دنبال عناوینی مطرح می شوند، خلاصه های منطقی و همین طور آدرس های اینترنتی مربوطه. این موتور، جستجوهای مرتبط با موضوع را نیز در اختیار شما قرار می دهد. اما نکته جذاب **ChaCha** ارائه گزینه ای است به نام «Search with a guide» (جستجو همراه یک راهنما) که جهت استفاده از آن نیازمند ثبت نام در سایت می باشد.

ChaCha راهنماهایی را استخدام می کند و برای هر ساعت جستجو همراه شما به آن ها ۵ دلار



شد که ثبت نامم طی ۲۴ ساعت آینده کامل شده و به عضویت سایت جهت رأی دادن به نتایج جستجوها درآیم.

این وقفه تأثیر گذار، نقطه عطف توجه ما را به سوی یک مشکل برای موتورهای جستجوی انسان مدار سوق می دهد و آن مسأله فریب دهی سایت و Spam می باشد.

چرا که فریب دادن موتور جستجو با استفاده از امتیازات مصنوعی و نامعتبر به سایت ها (یکی بالاتر و دیگری پایین تر) بسیار آسان و سهل الوصول می باشد. حتی راه حل ثبت نام هم نمی تواند مانعی برای بدست آوردن رتبه بالاتر در لیست موتور جستجو شود؛ چرا که فرد می تواند برای دادن امتیازات بیشتر مکرراً ثبت نام کند و یا افرادی را از طرف خود برای این امر به کار گیرد. اگرچه درست است که کاربران می توانند به سایت مورد نظر رتبه خود را بدهند، اما بسیار مشکل می توان جلوی کسی را گرفت که واقعاً مصمم به تعیین رتبه سایت مورد نظر خود است. در واقع در این شیوه تأثیرگذاری بر روی رتبه و امتیاز سایت ها بسیار آسان تر از شیوه سنتی آن (دوباره نویسی صفحات، افزودن لینک ها به سایت و...) می باشد. تنها می توان امیدوار بود که کاربران در این مورد منصفانه و عادلانه قضاوت کنند؛ اما همیشه این گونه نخواهد بود!

اما با این حال تلاش خود را با این موتور جستجوی ضعیف ادامه دادم. آماده شدم و خوشحال از این که در چنین موتورهای جستجویی ثبت نام خواهم کرد، اما ۲۴ ساعت گذشت زمان و بازگشت! چندان محقق شونده نیست!

این موضوع ما را به سوی دومین مشکل می کشاند و آن یکی از منافع شخصی ماست. اما در مورد سایتی مثل **Wikipedia** به آسانی می توان صحبت کرد، زیرا حلقه اتصال بسیار عظیمی است به انبوهی از انسان ها و اگر

وجود دارد که توسط عده ای از افراد سایت خاصی را مورد هدف قرار داد و با جستجوی آن، رتبه آن را در این موتور جستجو بالا آورد. **Eurekster Swicki** می توان گفت موتور به نسبت سطح پایین تری است که در ذیل به آن اشاره شده است.

Earthfrisk



Earthfrisk یک موتور جستجوی متا (چندگانه) می باشد که نتایج جستجو را از صفحات **Google**، **Clusty**، **Yahoo**، **Live**، **Ask** ارائه می دهد. همچنین اطلاعاتی را از منابع شبکه ای اجتماعی مانند **digg**، **delicio us**، **Technorati**، **Reddit** و **StambleUpon** تحت عنوان «رسانه جمعی» بدست می دهد. همین طور منابع مرجع مانند **Wikipedia**، دایره المعارف آنلاین، **Britannica**، **Infoplease** و **WebMD**. این موتور جستجو امکان جستجوی وب، ویدئو، عکس، نقشه و دایرکتوری را نیز می دهد. نتایج همان طور که در اغلب چنین موتورهایی شاهد می باشیم، بسیار پایه ای - عنوانی، حاوی خلاصه ای مختصر و آدرس اینترنتی می باشد. گزینه ای نیز برای امتیاز دهی و بحث در مورد نتیجه جستجویی که می بینید وجود دارد. همچنین می توانید نام خود را داده و در صورتی که ثبت نام کرده باشید می توانید چندخطی را هم بعلاوه لینک و عکس اضافه کنید. حتی سایت های فردی را می توان به پایگاه اطلاعاتی افزود و آن ها را شرح داد و به همراه ضمانتی ذخیره کرد. همین طور می توانید عمل کاربران دیگر را مشاهده کنید که چه نوشته اند و چه رتبه ای داده اند و این اطلاعات می تواند به عنوان RSS ذخیره شود. یک نوار ابزار نیز وجود دارد که می تواند نصب شود. این نوار ابزار امکانات دیگری را نیز ارائه می دهد و در آن می توان کدگذاری رنگی را که به هر سایت اختصاص داده شده است مشاهده نمود. اما روش عملکرد **Earthfrisk** تا حدی مبهم به نظر می رسد و این نمی تواند حق صداقت را ادا کند.

می دهد. آن ها توسط سازمانی استخدام نشده اند و کاربران خانگی هستند. در حالی که کاربران در حال انجام جستجوی مورد نظر می باشند، می توانند بر روی گزینه «**Search with a guide**» کلیک کنند. پس از چند ثانیه یک پنجره به صورت سایدبار به همراه یک چت باکس باز می شود و شما به یک راهنمای اسم دار متصل می شوید که از شما می پرسد که در مورد چه چیز جستجو می کنید و سپس تلاش می کند تا پاسخ هایی را برای شما بیابد. نتایج جستجوی شما ذخیره می شود و شما می توانید تا سه ماه هر وقت که خواستید از آن ها استفاده کنید. این سرویس بسیار جذاب می باشد و راهنمای کاملاً سودمند و مؤدبانه می باشد؛ اما متأسفانه پاسخی که به سؤال من داده شد بسیار کوتاه و ناقص بود (نام جنگ های سواحل سیسیلی در جنگ جهانی دوم چه بود؟) و من این را وقتی که خودم به دنبال پاسخ آن رفتم فهمیدم.

از آن جایی که در این موتور جستجو از سرویس سؤالات و پاسخ های شخصی استفاده می شود، خیلی نمی توان گفت که یک موتور جستجوی انسان مدار می باشد، اما می توان گفت که واقعاً نسخه مجللی است از پاسخ های **Yahoo**!

موتور ارتباط **Collarity**

Collarity به گونه ای دیگر مفهوم انسان مدارانه را به خود می گیرد. تأکید این موتور جستجو بر مبنای جستجوهای انفرادی به صورت فردی یا گروهی است. **Collarity** بارها و بارها جستجوهای انجام شده را بررسی می کند و آن ها را با نتایج مقتضی هماهنگ می کند. با یک مثال توضیح می دهیم؛ من این موتور جستجو را برای یافتن صفحات وب مربوط به روش های درمانی مختلف در منطقه ای که در آن زندگی می کنم، در **Billericay, Essex, UK** و عبارات را در چنین فرمی قرار می دادم: <نام_روش_درمانی> <**Billericay**>. چند روز بعد بازگشتم و به جستجوی خود این بار در فرمی جدید که پیش از آن انجام نداده بودم، ادامه دادم و در آن هنگام موتور جستجو سریعاً لینکی مرتبط با **Billericay** به من معرفی کرد. در عین حال در نتیجه جستجوی <**Butcher**> (قصابی) چنین لینکی به من معرفی نشد.

با وجود این که امکان رتبه دادن به نتایج جستجوها و امتیاز به نفع یا بر ضد آن ها در این موتور جستجو برای من وجود نداشت اما لینک های ارائه شده حداقل مرتبط با جستجوهای قبلی من بودند. هر چند این امکان

(از نظر مالی) باشند.

برای بدست آوردن یک iPod 30 GB مدل Apple video black (نسخه ۵,۵) کاربر می بایست ۷۳۰۰۰ امتیاز بدست آورد و این در حالی است که بیشترین امتیاز را کاربری با ۱۰۰۰۰ امتیاز دارد. من فکر می کنم iRazoo مجبور نیست تعداد زیادی از این iPod را خریداری کند!

نوار اطلاعات مربوطه را به دلخواه می توان بست و یا آن را نادیده گرفت. همین طور گزینه ای وجود دارد که می توان از طریق آن به نتایج جستجو بازگشت، اما این نتایج در همان صفحه باز می شوند. بنابراین در مدت زمان کوتاهی می توانید تعداد زیادی نوار اطلاعات بدون هیچ دلیل مناسبی در یک جا گرد آورید! زمانی که یک صفحه از نظر کاربر ارجح واقع می شود، آن صفحه به بالای لیست نتایج کشیده می شود و تعداد دفعاتی که آن صفحه ارجح واقع شده است نشان داده می شود و جستجوگران می توانند یادداشت هایی که توسط اشخاص دیگر قرار داده شده است را مشاهده کنند و نکات خود را اضافه نمایند. جستجوی عبارت «bbc» نشان داد که سایت BBC news، ۹ بار ارجح واقع شده و به تعداد مضاعفی یادداشت برای آن قرار داده شده است. اما تعجب آور است که نقطه مقابل آن، یعنی سایت هایی که ترجیح داده نمی شوند، کاملاً مشخص نیستند. من سایت نژاد پرست Martin Luther King را پیدا کردم و بر خلاف آن رأی دادم. اما این عمل توسط نرم افزار در نظر گرفته نشد و همچنین من قادر به مشاهده یادداشتی که در مورد سایت گذاشته بودم، نبودم. این باعث تعجب من شد. چرا که همان طور که رأی مثبت نسبت به یک سایت می تواند برای آن مفید واقع شود، مسلماً عکس العمل منفی نیز نسبت به وب سایت ها وجود دارد و چرا این در نظر گرفته نمی شود؟ رأی های منفی تنها در مورد نتایجی مؤثر می باشند که پیش از آن رأی مثبت دریافت کرده اند و هنگامی که رأی بر خلاف آن صادر می شود در شکل مورد نظر، یکی از رأی های مثبت کم می شود.

Mahalo

موتور جستجوی Mahalo سال پیش در میان انبوهی از تبلیغات پر سرو صدا به خاطر شهرت سازنده آن یعنی Jason Calacanis روی اینترنت قرار گرفت. Mahalo خود را اولین موتور جستجوی انسان مدار در جهان نامید، اما من گمان می کنم یک یا دو موتور جستجو هستند که کاملاً با این موضوع مخالفند. هر

هنگامی که شما بر روی گزینه Voting (امتیازدهی) کلیک می کنید پنجره ای باز می شود که می توانید در آن نکات خود را بنویسید و نیز یک نوار که حاوی گزینه های Very good، Good و Not good می باشد.

من برای چندین نتیجه جستجو یادداشت هایی قرار دادم و به آن ها امتیاز دادم؛ اما هیچکدام در صفحه مربوط به نتایج نشان داده نشد و دقیقاً معلوم نبود که به نتایج امتیازی داده شده و یا یادداشتی قرار داده شده است و برای این منظور لازم است که به لینک مورد نظر رفته و آن را بررسی کنید.

این تا حدی به نظر من احمقانه به نظر می رسد. زیرا همه نکته این است که بتوان خیلی سریع مشاهده کرد که کاربران در مورد هر نتیجه چه چیزی نوشته اند و بتوانند در تغییر جایگاه سایت مؤثر واقع شوند. من دقیقاً فکر می کنم که Earthfrisk به سمت درستی حرکت می کند اما هنوز این امر کاملاً محقق نشده است.

اگر من بتوانم عمل خود را در این سایت مشاهده کنم، هرگز تحریک و تهییج نمی شوم و اگر نکات و یادداشت ها و امتیازات من نتواند تأثیری در جایگاه صفحات و سایت ها در موتور جستجو بگذارد، بنابراین ناچارم سؤال کنم پس آن ها چه ارزشی دارند؟!

iRazoo



iRazoo می کوشد تا بسته راه حلی برای درخواست های من ارائه دهد! مسائلی از قبیل امتیاز دادن به جستجوها، رأی دادن به آن ها و یادداشت گذاری برای سایت ها و صفحات. بار دیگر کاربرانی که ثبت نام کرده اند می توانند از نتایجی انصافاً صریح و عنوان مدار، به همراه خلاصه ای مختصر و آدرس اینترنتی برخوردار شوند. هنگامی که کاربر بر روی یک لینک کلیک می کند صفحه ای جدید باز می شود و سپس به صفحه مخصوصی برده می شوند که در آن می تواند به نفع یا بر ضد نتیجه مورد نظر رأی بدهند.

امتیازات داده شده می توانند گاهی بسیار ارزشمند

گزینه ای برای یادداشت گذاری وجود دارد و من هنگامی که ثبت نام کردم و وارد سایت شدم یادداشتی قرار دادم. هر چند در هیچ جایی گفته نشده که این یادداشت ها تأثیرگذار خواهند بود و آن ها به راحتی یادداشت هایی بیش نیستند. من به عنوان یک جستجوگر شاید به اطلاعات دیگر منابع نیز نیاز داشته باشم و از این لحاظ Mahalo نیز محدودیت های Wikipedia را چه بسا بیشتر دارد. لاقلاً در Wikipedia اطلاعات بیشتر و سریعتر به روز می شوند؛ (مطلب Everton در Mahalo متعلق به ۵ ماه پیش و در Wikipedia مربوط به تنها ۵ ساعت پیش بود). علاوه بر همه این ها من به یک نفر در مورد این که همه چیز را درست بگویند اعتماد نمی کنم؛ اما به گروهی از مردم چرا!

Mohalo اکنون خود را گسترش داده است و بر روی جنبه اجتماعی خود پیش از گذشته تأکید می کند. نوار ابزار آن (روزگار خوشی را بیاد بیاورید که هیچ گونه نوار ابزاری را نداشتیم!) به کاربر این امکان را می دهد که سایت ها سریعاً معرفی شوند و بتوانند پس از این که جستجوی مربوطه را انجام دادند، نتایج بدست آمده را که مرتبط با صفحه کنونی است همیشه ببینند.

همچنین بخشی وجود دارد به نام «اجتماع Mahalo» که در آن کاربران می توانند ثبت نام کنند، پروفایل مربوط به خود را ایجاد کنند، پیشنهادات خود را ارائه و به اشتراک گذارند، لینک هایی را برای جستجو پیشنهاد دهند و همچنین در مورد صفحات مورد نظر با یکدیگر به بحث و گفتگو بپردازند. این در نوع خود بسیار پیشرفته می باشد و Mahalo در این زمینه برخی از بهترین عناصر سیستم های شبکه جمعی را مانند Facebook و همین طور برخی از عناصر ویژه سیستم های بوک مارکینگ و امتزاج آن ها با شیوه جدید شبکه، ارائه می دهد. اما اینجا هم دوباره مشکلی وجود دارد. من دوستان و دانشگاهیانی دارم که علائق و سلیق مختلفی دارند و لزوماً این سلیق با هم همپوشانی ندارند. من جستجویی را انجام می دهم و اطلاعاتی را در مورد صفحه ای خاص که با موتورهای جستجو در ارتباط است بدست می آورم؛ لزوماً دوستان من علائقشان در مورد تیم مورد علاقه من و یا عکس های مورد علاقه من، همانند و یکسان نیست. علاوه بر آن، هنگامی که کاربران از موتورهای جستجو استفاده می کنند، اطلاعات مورد نیاز همیشه در فضای موضوعی یکسانی قرار ندارند؛ علائق من مدام در حال تغییر هستند و یک سیستم شبکه جمعی تنها مجموعه درهم و برهمی از اطلاعات مورد نیاز من در هر بازه زمانی در اختیار قرار می دهد.



چند اگر بخواهیم منصفانه قضاوت کنیم باید بگوییم که این موتور جستجو از ابتدای شروع به کار خود بیشترین توجه را معطوف خود ساخت.

محیط کار موتور جستجو برای جستجوگرهای مختلف کاملاً واضح و قابل فهم می باشد. هنگامی که جستجو اجرا می شود، اطلاعات گوناگونی ارائه می شود، این موتور نتایج طبقه بندی شده را از ۸ منبع گوناگون (موتورهای جستجوی اصلی، Wikipedia، Flickr و ...) در معرض دید کاربر قرار می دهد، همین طور اطلاعاتی که از خود Mahalo استخراج می شود.

عنصر انسان مدار این موتور جستجو را می توان در فرم های راهنمایی دید که توسط داوطلبین این امر نوشته شده اند. آن ها می کوشند که فایل های واقعی ایجاد کنند، لینک هایی به سایت های گوناگون ارائه دهند، امکان ایمیل اطلاعات را فراهم سازند و صفحات وب را توسط انواع سیستم های بوک مارکینگ جمعی به اشتراک گذارند. اتفاقاً به نظر من همین راهنماها دقیقاً بزرگترین نقطه ضعف این سیستم می باشند. از یک سو فراهم آوردن انواع اطلاعات در یک جا برای من بسیار مفید و سودمند می باشد و تا حدی شبیه یک کتابخانه مجازی مانند Intute است؛ اما از سوی دیگر از خود می پرسم آیا من باید صرفاً به خاطر کلمه «راهنما» به کسی اعتماد کنم که در مورد آن هیچ چیز نمی دانم؟! صفحه ای روی Everton FC توسط فردی ایجاد شده بود که نشان می دهد هیچ وابستگی و دانشی از فوتبال ندارد و بنابراین من هیچ مطلبی روی این صفحه پیدا نمی کنم و مشخصاً ورودی سایتی مانند Wikipedia قطعاً مفید تر از چنین صفحه ای است. بدتر از آن این که تاریخ آخرین به روز رسانی اطلاعات در آگوست ۲۰۰۷ می باشد. بنابراین بسیاری از اطلاعات جاری در سایت به روز نیستند، و اطلاعات دقیقی مانند بازیکنان جدیدی که به تیم رسیدند و این که دستیار مدیر باشگاه تغییر کرده، در کار نیست. Wikipedia اطلاعات ارزشمندتری را در اختیار من قرار می دهد و همین طور نوار گوگل اطلاعات جدید و به روز را ارائه می دهد.

این موضوع ما را متوجه مشکل دیگری در ارتباط با مفهوم جستجوی انسان مدارانه، یا جستجوی جمعی می‌سازد. اگر من جستجویی را در ارتباط با «Java» اجراء کرده باشم، برای من تفاوتی ندارد که بیشتر کاربران در مورد موضوع «Coffee» (قهوه) رأی یا یادداشت ارائه کرده باشند و یا برعکس. در واقع در این جا می‌توان بحث کرد که وجود قابلیت رأی دادن به سایت‌ها در یک موتور جستجو نه تنها مشکلی را در جهت بدست آوردن اطلاعات مورد نیاز حل نمی‌کند، بلکه آن را بیشتر هم می‌سازد. علاقه من به موضوع «Coffee» فنای رتبه‌هایی می‌شود که به «Java» داده شده است؛ در حالی که در موتورهای جستجوی سنتی تر، گزینه‌های بهتری برای من مهیاست تا جستجوی خود را گسترده یا محدود کنم. اغلب این طور به نظر می‌رسد که موتورهای جستجوی انسان مدار بهتر از موتورهای سنتی عمل می‌کنند، اما من تا کنون به ندرت متوجه چنین موضوعی شده‌ام.

از این گذشته، اگر هم بخواهم اجتماعی شوم، ترجیح می‌دهم در Facebook بنشینم و با دوستانم گپ بزنم و به بازیهای احمقانه بپردازم. هنگامی که من می‌خواهم جستجویی را انجام دهم، جستجو، همه آن چیزی است که من می‌خواهم انجام دهم.

من ادعا نمی‌کنم بهتر از دیگران می‌توانم در مورد موضوع مورد نظر خود جستجو کنم، وقت آن را هم ندارم. همه آن چیزی که من می‌خواهم بی‌عیب بودن، اطلاعات دقیق و تحویل سریع نتایج، بدون سروصدا و حاشیه است! معمولاً جستجو در رابطه با موضوعی است که چیزی در مورد آن نمی‌دانم (و دلیل جستجو هم همین است).

بنابراین، من در موقعیتی نیستم که بگویم صفحه خاص بدست آمده، خوب است یا بد و در مورد آن نظری نمی‌دهم تا زمانی که وقت قابل توجهی را صرف جستجو در باب آن موضوع نکنم تا اطلاعات خود را کامل کنم و در این هنگام آن قدر باهوش هستم که از این اطلاعات استفاده کنم و برنگردم به موتور جستجو تا در مورد آن نظر بدهم (که به هر حال آن اطلاعات مدام در حال تغییر کردن است).

زیرا من فکر می‌کنم فلان صفحه‌ای که به نظر من اشغال یا این که عالی است، هیچ تضمینی ندارد که فردا تغییری نکند و به همان صورت باقی بماند و من نیز هرگز قصد این را ندارم که فردا بروم و آن صفحه را دوباره چک کنم.

Sproose

Sproose گزینه‌های کمی را در اختیار کاربران جهت استفاده قرار می‌دهد: وب، ویدئو، ضمیمه‌های عامه پسند (اساساً تنها یک ضمیمه می‌توانست در صفحه قرار گیرد) و کاربران. نتایج بسیار صریح، بصورت عنوان به همراه خلاصه‌ای مختصر و آدرس‌های اینترنتی مرتبط می‌باشند و همچنین یک رأی‌نگار و گزینه‌ای برای یادداشت‌گذاری نتایج وجود دارد. این موتور از وجود یک تغذیه RSS برای جستجوها نیز برخوردار است که به نظر خوشایند و قابل توجه می‌آید. پروسه رأی دهی بسیار آسان بود: تنها گزینه‌ای در سمت چپ هر جستجو با نوشته «I like it» (من آن را دوست دارم). در حالی که امکان آن وجود دارد که به نتیجه‌ای رأی ندهید و یا این که رأی داده شده خود را حذف کنید، اما امکان این وجود ندارد که بر خلاف یک سایت رأی بدهید (تنها می‌توانید نوشته‌ای را به صورت مخالفت با نتیجه مورد نظر قرار دهید که در صفحه جستجو‌ها نشان داده می‌شود). جالب است که یک یادداشت می‌تواند جایگاه یک سایت را در رتبه‌بندی‌ها بالا بیاورد.

اما این ویژگی صرفاً یک امر مثبت تلقی نمی‌شود، چرا که باعث می‌شود مثلاً یادداشت‌های بسیاری که در مورد یک سایت کاملاً نژادپرست که اطلاعات آن صادقانه و منصفانه نیست، گذاشته می‌شود، رتبه آن سایت را به اولین جایگاه منتقل کند و آن را بیش از پیش در معرض دسترس عموم قرار دهد.

یک گزینه «اجتماعی» بسیار ضعیف نیز وجود دارد که در آن کاربر می‌تواند ببیند که کاربران چه یادداشتی قرار داده‌اند؛ اما هیچ راهی برای ارتباط با آن‌ها وجود ندارد. من جستجوهای فراوانی را انجام دادم و به نظر نرسید که کوششی برای «بازی دادن» موتور جستجو و به زور رتبه‌بندی را بالا آوردن در آن انجام شده باشد، با این حال اولین نتیجه برای جستجوی عبارت George Bush این عنوان بود:

«George W Bush or Chimpanzee» (جرج W بوش یا شامپانزه؟)؛ که این چندان دلگرم‌کننده نبود.

Wikia Search

Wikia Search آخرین موتور جستجویی است که وارد قافله شده است و در آغاز ژانویه ۲۰۰۸ میلادی بر روی اینترنت قرار گرفت. بیشتر کاربران با یادداشت‌هایی که قرار داده‌اند علاقه خود را به این محصول نشان

مورد علاقه شما را بازتاب کند و می تواند بر اساس موضوع یا عمودی و با توجه به اطلاعات آماری آن را طبقه بندی کند. بازیگران اصلی در این نقش، **Rolvo**، **Eurekster**، **Yahoo search builder**، **Google Custom Search** می باشند.

من قصد ندارم در مورد چنین فرصت مناسبی به صورت دقیق و جزئی شرح دهم، زیرا این خود بسیار جای بحث دارد، اما همه آن ها تقریباً شبیه به هم عمل می کنند. خصوصیت اصلی چنین منابعی این است که به کاربر این امکان را می دهند که سایت هایی را که فکر می کند قابل اطمینان اند و یا روی جنبه خاصی از موضوع تأکید می کنند، گلچین کند. سپس این موتور جستجو می تواند ایجاد شود که جستجوی آن محدود می شود به همان سایت ها. اگر چه هیچکدام از آن ها به استثنای **Eurekster swicki** امکان رأی دادن به سایت ها، یادداشت گذاری و قابلیت مشارکت جمعی را به کاربر نمی دهند، اما می توان گفت که با این حال عناصر زیادی برای امکان نفوذ انسان در پروسه ارائه نتایج، وجود دارد. برای مثال (و تا حدی عدم شکسته نفسی) اگر می خواهید در مورد منابع وب ۲ جستجو کنید می توانید موتور جستجوی من به نام **Web 2.0 search engine** را امتحان کنید و یا اگر علاقه ای به اطلاعات **UK** دارید می توانید این موتور جستجوی من **UK search engine** را امتحان کنید که ۹۰ سایت را جستجو می کند.

داده اند و اولین دلیل آن وجود **Jimmy Wales** پایه گذار **Wikipedia** بعنوان هدایتگر این موتور جستجو می باشد و این عکس العمل عمومی حداقل حقیقت را بیان می کند. در سایت اظهار شده است که « می دانیم که کیفیت نتایج جستجو پایین است». (آن ها روی این موضوع تأکید می کنند). آن ها همین طور به این نکته اشاره می کنند که **Wikia** هر چند یک موتور جستجو نیست اما پروژه ای است برای ایجاد یک موتور جستجو؛ همان طور که **Wikipedia** نیز در آغاز شروع به کارش یک دایره المعارف نبود و چیزی برای ارائه نداشت. خود **Wales** تخمین زده است که چیزی حدود ۲ سال یا بیشتر زمان مورد نیاز است تا یک موتور جستجو به سطح رضایتبخشی برسد.

در نگاه اول همه چیز ضعیف به نظر می رسد. نتایج جستجو ضعیفند، یک سیستم امتیازدهی با ۵ ستاره وجود دارد که هنوز کار نمی کند، تأثیر گذاری روی امتیاز ها ممکن نیست و تنها چیزی که در حال حاضر امکان انجام آن وجود دارد ایجاد یک پروفایل و انتشار نوشته های کوچکی برای نتایج جستجو است. مشخصاً این موتور جستجو در ابتدای شروع به کار چیز زیادی برای ارائه ندارد اما ارزش آن را دارد که ۶ یا ۱۲ ماه دیگر بر گردید و آن را بازدید کنید؛ هر چند مدت بسیار بیشتری زمان لازم است تا تبدیل به یک موتور جستجوی ماندگار شود.

یک راه حل ممکن: موتور جستجوی خودتان را بسازید

در همه موتورهای جستجویی که شرح آن ذکر شد عیوب و کاستی هایی وجود دارد و شاید این کاستی ها برای مفهوم موتورهای جستجوی انسان مدار، ذاتی و اجتناب ناپذیر باشد. گزینه های مختلفی برای هر کدام وجود دارد که من پیش از این هم در مقاله **Ariadne** بیان کرده ام. در حال حاضر منابع مختلفی وجود دارد که به کاربر امکان ایجاد یک موتور جستجو را که نتایج آن محدود به تعداد کمی از وب سایت ها (و در برخی حالات تعداد زیادی) می شود، می دهد.

مفهوم بسیار واضح است. اگر شما اطلاعات بسیار زیادی در مورد موضوعی خاص دارید، در این صورت در جایگاه مناسبی برای قضاوت در مورد وب سایت های سودمند و قانونی قرار دارید و می توانید موتور جستجویی را بسازید که تنها آن سایت ها را جستجو می کند و نه چیز دیگری. یعنی این امکان وجود دارد که موتور جستجویی را به راه بیندازید که صراحتاً موضوع

در پایان

در حالی که موتورهای جستجوی انسان مدار بسیاری وجود دارند، همه آن ها همان طور که فوایدی دارند، نقایصی را نیز با خود حمل می کنند. با همه این احوال نظر من همچنان همین است که این موتورها را (با وجود چیزهایی که سازندگان آن ها بیان می کنند) نیز به همان آسانی موتورهای جستجوی سنتی می توان بازی داد. کاربران در نهایت کار خود را آن چیزی که گروهی از مردم خوب می دانند، به پایان می رسانند، و این حقیقتاً به جستجوگری که می خواهد **Apple** را به عنوان یک کمپانی جستجو کند یا بعنوان یک سیب، هیچ کمکی نمی کند! به عنوان یک نظر کاملاً شخصی، تنها موتور جستجویی که من آن را در لیست بالا بر اساس منطق می یابم، **Collarity** و همین طور موتورهای جستجویی است که خودم آن ها را ساخته ام. شاید موفقیت کمتری در موتورهای جستجوی انسان مدار و موفقیت بیشتری در موتورهای جستجوی شخصی نهفته باشد.