



IGOR LETURIA AZKARATE
Informatikaria eta ikertzailea

BILATZAILEAK

sare sozialen arrastoan

Sare sozialen bidez, gure gustuak, aurkikuntzak eta egindakoak lagun eta ezagunekin partekatzea ohikoa bihurtu zaigu. Joera hori beste esparru eta zerbitzu batzuek ere baliatu dute: komunikabideen edukien zabalkundean, adibidez, gero eta garrantzitsuagoak dira lagunen gomendioak. Eta bilatzaileek ere ez dute olatua galdu nahi; Googlek, adibidez, neurri batean behintzat, beti izan du osagai sozial hori.

1998. urtean, Altavista, Lycos, Yahoo eta beste batzuk nagusi ziren bilatzaileen munduan Google hasiberria sartu zen; eta nola sartu, gainera! Jan egin zituen beste guztiak. Horren arrazoiaren artean indexatuta zituen webguneen kopuru handia eta azkartasuna zeuden, baina arrazoi nagusietako bat, zalantzarik gabe, emaitzak ordenatzeko bere PageRank algoritmo iraultzailea izan zen, besteek baino emaitza nabarmen hobeak ematen zituena, eta geroztik guztiek erabili dutena.

Ordura arteko ordenatzeko algoritmoek ez zuten ongi funtzionatzen. Orrien edukiaren arabera erabakitzen zen zein ordena izango zuten emaitzetan (bilatutako hitza zenbat aldiz agertzen den orrian, ea izenburuan agertzen den...), edo bilatzailearen jabeak berak egokitzen jotzen zituen webguneen arabera. Googlek PageRank algoritmoa izan zen, nolabait, lehen algoritmo sozial edo demokratikoa. Beste webgune batzuek zenbat eta gehiago estekatu orri bat, orduan eta hobeago jotzen da hura emaitzetarako. Egia da ez dela soziala gaur ezagut dezakegun moduan; hau da, ez dira azken erabiltzaileak orri baten garrantzia erabakitzen dutenak, beste webgune batzuen egileak baizik. Baina garai hartan Interneten ez zegoen apenas interakzio; erabiltzaileak kontsumitzaile hutsak ziren. Webguneen egileak kontsidera daitzke, nolabait, orduko erabiltzaile aktiboak, eta haiek esateko zutena kontuan hartzen zuten PageRank-ek.

ERABILTZAILEAK KONTUAN HARTUZ

Arrakasta gorabehera, Google ez zen lokartu, eta, emaitzen ordenaren garrantziaz jabetuta, ordenatze-algoritmoetan hobekuntzak sartzen

eta aitzindari izaten jarraitu du. Ordenatze-algoritmoan beste faktore batzuk integratuz joan da, horietako bakoitzari pisu ezberdina emanez. Eta faktore horietako batzuk erabiltzaileen ezagutza kolektiboaz baliatzen dira. Adibidez, ordenatzerakoan, Googlek kontuan hartzen du berak itzulitako emaitzetako bakoitzean zenbat aldiz egin duten klik erabiltzaileek.

Jende gehienak gauza bat atsegin izateak ez du esan nahi geuk ere hori atsegingo dugunik.

Duela pare bat urte, erabiltzaileak emaitzak bere gustura berrordenatzeko aukera gehitu zuen Googlek, emaitza bakoitza gorako eta beheko botoi geizidunen bidez tokiz aldatzea ahalbidetuz (erabiltzaile erregistratuei soilik, eta aukera hori aktibatzen bazuten). Informazio hori, erabiltzaile horren hurrengo bilaketetan erabiltzeaz gain, edozein emaitza ordenatzeko ere baliagarria zen, noski.

ESADAZU NOREKIN ZABILTZAN...

Hala ere, jende gehienak gauza bat atsegin izateak ez du esan nahi geuk ere hori atsegingo dugunik. Adibidez, *scorpions* bilatuta, heavy metaleko taldearekin zerikusia duten emaitzak eta animaliarekin zerikusia dutenak agertuko dira; emaitzak hobetzeko jendeak non klikatzen duen edo zein emaitza bidaltzen dituen gora



© ISTOCKPHOTO.COM/BET NOIRE

kontuan hartuz gero, oso litekeena da musikaldearenak gorago agertzea. Biologoak bagara, guk nahi ditugunak han behean galduta geldituko dira... Hau da, jakintza kolektibo bereizi ga-bea kalterako ere izan daiteke kasu batzuetan.

Baina esaerak dioen bezala, “esadazu norekin zabiltzan eta esango dizut nor zaren”. Gure inguruak definitzen gaitu. Eta gure zaletasuna biologia bada, gure sare soziala osatzen duen jende askorena ere izango da, ziurrenik. Hori aprobetxatzen du Googlek martxan jarri duen azken hurbilpen sozialak. Sare sozialetako kontentzioari jarraiki, emaitza bakoitzaren ondoan “+1” botoi bat jarri dute (aukera aktibatzen duten erabiltzaile erregistratuentzat), emaitza hori atsegin dugula adierazteko. Eta informazio hori erabiliko da gure sare sozialeko jendearen emaitzetan (gure Gmail, GTalk eta Google Buzz-eko kontaktuetan dugun jendearenetan). Hau da, *scorpions* bilatu ondoren gure kontaktu batek eskorpioiaren (animalia) inguruko orri batean “+1” egin badu, guk hori (edo emaitza

berak edo antzekoak ematen dituen beste zerbait) bilatzean, orri hori nabarmenduta agertuko zaigu.

Oraindik ikusi beharko da aukera berri hau benetan baliagarria den eta gure bilaketa-ohiturak aldatzen dituen edo, beste askotan gertatu den bezala, tiradera batean bukatzen duen esperimentu hutsa izango den. Horretan zerikusi handia izango dugu internautok, botoi hori benetan erabiltzen hasten bagara bihurtuko baita baliagarri. Ikusi behar zein jarrera hartzen duen jendeak. Batzuek ez diote inola ere lagundu nahiko munduko enpresa aberatsenetako bati; beste batzuek alferkeriagatik ez dute erabiliko... Baina lagunekin informazioa sare sozialean partekatzeko joera gero eta handiagoa da; eta erabiltzaileei lagunekin gauzak partekatzeko modua dela eta horrela lagunei laguntzen diegula ikusaraztea lortzen badute, etorkizuna izan dezake. ●