

פרסונליזציה של מנוע חיפוש ייעודי : מודל לבניית אבטיפוס / דרוסקין רחל

תקציר :

מנועי החיפוש אינם מקלים עלינו באיתור מידע ברשת האינטרנט משתי סיבות עיקריות : קצב גידול המידע באינטרנט והדינאמיות שבו. מנועי החיפוש הייעודיים, לעומת זאת, מאפשרים לנו לאחזר מידע רלוונטי ללא שום בעיות, היות וסוג של מנועי חיפוש מתמחה בנושא או בתחום אחד בלבד.

התמקדות זו מאפשרת למנוע החיפוש הייעודי להישאר עדכני, רלוונטי ואיכותי. הפרסונליזציה הוא מושג חדש שנכנס לתחום האינטרנט. משמעותו, התאמת התכנים הקיימים באתר, מנוע החיפוש או הפורטל להעדפותיו וצרכיו של המשתמש. נוסף על כך, הפרסונליזציה מייחדת את המשתמש ע"י הוספת גוון אישי יותר. השילוב בין הפרסונליזציה למנועי החיפוש הינו אידיאלי, מכיוון שבאמצעות התאמת התכנים תעלה בקנה אחד עם העדפותיו וצרכיו של המשתמש.

מחקר זה בדק האם ניתן לשפר את איכות תוצאות האחזור במנוע חיפוש ייעודי באמצעות הפרסונליזציה. לצורך הבדיקה נבנה מודל למנוע חיפוש ייעודי לסרטים בשפה העברית. המודל שילב פרסונליזציה למשתמשים רשומים, ואפשר להם לדרג סרטים, לראות את היסטוריית החיפוש שלהם, לעדכן פרטים אישיים ולשנות את הסקין באתר.

המשתמשים הרשומים נחלקים לשתי קבוצות : משתמשים בעלי פרופיל ומשתמשים ללא פרופיל. משתמשים בעלי פרופיל מוגדרים כמשתמשים בעלי תבניות חיפוש שחוזרות על עצמן. למשתמשים מקבוצה זו נוצרות שתי טבלאות אישיות חדשות במסד הנתונים. המערכת תסרוק את חיפושיו של המשתמש בעת כניסתו, על מנת למצוא תבניות חיפוש חדשות וכדי להוסיפו לרשימת המשתמשים בעלי הפרופיל. משתמשים רשומים מהקבוצה השנייה, ללא הפרופיל, מוגדרים כמשתמשים ללא תבניות החיפוש.

החיפוש של משתמשים אלו יתבצע רק על הטבלאות המרכזיות במסד הנתונים.

מס' מיון בספריה :

025.04 דרו.פר

תשס"ח

מס' מערכת בספריה :

1143629