

Нестеров А.В. Заумь трансформера Яндекс-поиска. М.: электронный текст, июль 2021. 2 с. URL: www.nesterov.su

Аннотация. Обсуждаем и критикуем трансформер Яндекс-поиска. «Интеллектуальный» трансформер оказался слишком интеллектуальным и не справился с простым запросом. Наверное, что-то в его интеллекте надо подправить. К сожалению, программисты любят метафоры, например «технология искусственного интеллекта», но при этом не могут научно-обоснованно ответить, на вопрос: что такое технология, интеллект и искусственный?

Ключевые слова. Умный, поиск, пертинентность, релевантность, ранжировать.

Недавно Яндекс объявил о внедрении нейро-сетевых технологий в поиске Яндекса для ранжирования веб-страниц. «Это наиболее значимое событие в нашем поиске за последние 10 лет» сообщили ребята из Яндекса. <https://habr.com/ru/company/yandex/blog/529658/>

По их словам, результат поиска будет более точным, если алгоритм «черного ящика» их нейросети сможет оценивать семантическую (то есть смысловую) связь между запросом пользователя и документом (веб-страницей) из интернета. «Иначе говоря, нужно построить алгоритм, который сможет предсказать, содержит ли данный документ ответ на запрос пользователя, есть ли в нём релевантная запросу информация».

Другими словами, похоронит ли Трансформер страницу или отранжирует ее в первые 30-50 адресов ресурсов в выдаче.

Недавно мне нужно было найти свою страницу, посвященную сибирской ходьбе. К моему удивлению, Трансформер на запрос «сибирская ходьба» не выдал искомую страницу, хотя хештег повторял эти слова из заголовка этой страницы.

Таким образом, заумная нейросеть не смогла справиться с простым запросом, который поисковик Яндекса раньше спокойно обрабатывал.

Хотелось обратить внимание ребят из Яндекса, что пользователю нужны не релевантные, а пертинентные сведения. Релевантность не обозначает содержание документа. И семантическая связь не подразумевает смысловую связь.

Пользователь получает содержание данных (знаков), которое для него имеет синтаксическое значение, семантическую значимость и прагматический смысл. Если пользователь не понимает и не использует содержание (информацию по Н. Винуеру) данных, то такие данные ему не нужны (не пертинентны).

Заумные (сложные) поисковые инструменты, возможно, позволяют решить какие-то задачи Яндекса, но не надо забывать, что есть прямые алгоритмы, которые дают ответы на конкретные вопросы пользователей.