A large, stylized blue magnifying glass icon is positioned in the background, centered on the slide. It has a white circular center and a thick blue frame. A blue diagonal bar extends from the bottom right towards the center of the magnifying glass.

# Указівки для експертів з оцінювання якості Пошуку: огляд

Завантажте повні [Указівки для експертів з оцінювання якості Пошуку](#)

Серпень 2022 р.

Неофіційний переклад для [seobaza.com.ua](http://seobaza.com.ua)  
Джерело: <https://services.google.com/fh/files/misc/hsw-sqrg.pdf>



## Вступ

---

Розділ 1

Як працює Пошук

---

Розділ 2

Покращення Пошуку

---

Розділ 3

Процес оцінювання якості Пошуку

---

Розділ 4

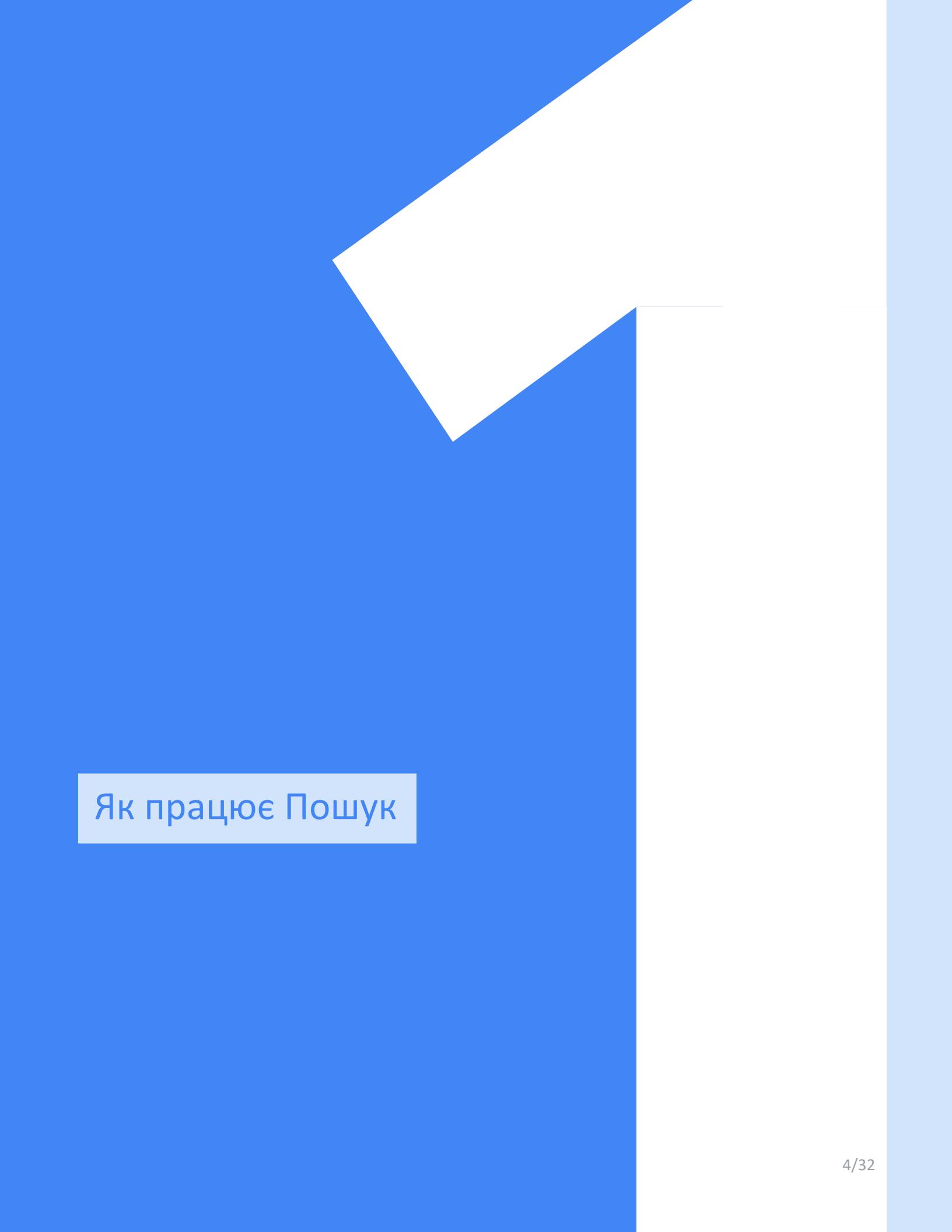
Підбиття підсумків

---

Пошукові системи існують, щоб допомагати людям знаходити корисну, релевантну та надійну інформацію. Для цього пошукові системи мають надавати набір різноманітних високоякісних результатів пошуку, представлених у найкорисніший спосіб.

В Google ми вважаємо, що Пошук – це невирішена проблема: ми постійно покращуємо роботу Пошуку для наших користувачів. Ми ретельно перевіряємо всі запропоновані покращення свого Пошуку. Цей процес включає отримання відгуків від «Експертів з оцінювання якості Пошуку», які допомагають нам визначати, як люди сприймуть наші результати.

У цьому документі ми коротко пояснююємо, як працює Пошук і як ми покращуємо його за допомогою цих оцінювань якості Пошуку.



Як працює Пошук

Для багатьох людей Пошук Google – те місце, куди вони йдуть, щоб знайти інформацію щодо певного запитання, дізнатися більше про проблему або перевірити факти, коли їхні друзі наводять статистику футбольного матчу, що відбувся минулих вихідних.

Люди щодня надсилають у Пошук мільярди запитів, і одна з причин, чому вони далі відвідують Google, полягає в тому, що вони знають, що зможуть знайти релевантну й надійну інформацію, якій можна довіряти. Щоб нам було легше підтримувати таку репутацію, ми покладаємося на три основні елементи, які визначають наш підхід до якості інформації.



**Високоякісне автоматизоване ранжування:** ми розробляємо власні автоматизовані системи ранжування, щоб визначати інформацію, яку люди, найімовірніше, вважають корисною та надійною.



**Корисні функції Пошуку:** ми розробили низку функцій Пошуку, які не тільки допомагають нашим користувачам розуміти інформацію, яку вони бачать в Інтернеті, але й надають доступ до інформації безпосередньо з авторитетних джерел, зокрема міжурядових організацій чи державних установ.



**Політики щодо контенту:** у нас є політики щодо того, що може відображатися в Пошуку, які гарантують, що ми показуємо високоякісний і корисний контент.

Менш ніж за півсекунди наші системи аналізують сотні мільярдів вебсторінок у спробі знайти найрелевантніші та найнадійніші з доступних результатів. Таким чином, наші системи ранжування розроблено з метою отримання релевантних і надійних результатів. Щоб забезпечувати релевантність результатів пошуку, ми застосовуємо різноманітні системи, спрямовані на зіставлення слів і понять у запитах користувачів із пов'язаною інформацією в нашому індексі. Ці системи варіюються від тих, що розуміють такі явища, як орфографічні помилки чи синоніми слів, до прогресивніших систем на основі ШІ, що можуть розуміти складніші запити природною мовою.

Однак коли йдеться про надійність, тобто знаходження високоякісної та надійної інформації, навіть з нашими розширеними можливостями інтерпретації інформації пошукові системи, як-от Google, не розуміють контент так, як люди.

Наші системи часто не можуть визначити лише за словами або зображеннями перебільшення, неправильність, низьку якість чи відсутність користі з інших точок зору.



Пошукові системи здебільшого розуміють якість контенту через те, що зазвичай називається «сигналами». Ви можете сприймати їх як підказки про характеристики сторінок, які відповідають тому, що люди можуть сприйняти як високу якість або надійність.

Наприклад, кількість якісних сторінок, які посилаються на певну сторінку, – це сигнал того, що сторінка може бути надійним джерелом інформації за темою.

Дізнайтеся більше про те, як працює Пошук, [тут](#)



Покращення Пошуку

Ми постійно вдосконалюємо Пошук – лише у 2021 р. **внесено понад 5150 покращень.** Ці покращення можуть бути великими оновленнями чи дрібними налаштуваннями, але всі вони спрямовані на покращення роботи Пошуку для наших користувачів і створення умов для того, щоб вони могли знаходити релевантну високоякісну інформацію, коли вона їм потрібна.

Ми ретельно оцінюємо всі можливі зміни в Пошуку, щоб проаналізувати показники та прийняти рішення про впровадження запропонованих покращень. Дані цих оцінювань і експериментів ретельно перевіряють досвідчені спеціалісти з обробки даних, менеджери продуктів та інженери, які потім визначають, чи схвалити випуск покращення. Оновлення також проходять додаткові оцінювання, як-от перевірку на конфіденційність і відповідність юридичним вимогам.

1

У нас є ідея щодо покращення Пошуку

2

Ми перетворюємо ідею на потенційне покращення

3

Ми оцінюємо його, щоб переконатися, що це покращення допомагає отримувати корисніші результати, через...

- дослідження користувачів;
- живі експерименти;
- тести якості Пошуку.

4

Якщо покращення проходить усі перевірки, ми додаємо його до Пошуку



Ми оцінюємо Пошук кількома способами, зокрема тестуванням якості Пошуку, дослідженням користувачів і живими експериментами:

## Тести якості Пошуку

Щоб оцінити, чи справді наші системи надають інформацію, яку шукачі вважають релевантною та надійною, як це передбачено, ми просимо відгуків про запропоновані покращення від експертів з оцінювання якості Пошуку, які використовують для перевірки покращень наші вказівки. Ці експерти з оцінювання якості Пошуку – представники різних регіонів світу, які спільно виконують мільйони випробувальних пошукових запитів і оцінюють якість результатів відповідно до сигналів, які ми встановили раніше.

Наші [Вказівки щодо оцінювання якості Пошуку](#) визначають, на що звертають увагу експерти. У розділі 3 ми докладніше пояснимо процес оцінювання якості Пошуку.

## Дослідження користувачів

У нас є команда дослідження користувачів, завдання якої – спілкуватися з людьми зі всього світу для розуміння того, як Пошук може бути кориснішим і як люди в різних спільнотах отримують доступ до інформації в Інтернеті.

Ми також запрошуємо людей залишати нам відгуки про різні ітерації наших проектів.

## Живі експерименти

Ми проводимо експерименти з трафіком, щоб побачити, як реальні люди взаємодіють із запропонованим покращенням, перед його випуском для всіх користувачів. Ми вмикаємо відповідну функцію лише для невеликого відсотка людей, зазвичай для 0,1 % користувачів або менше. Потім ми порівнюємо дані групи експерименту з даними контрольної групи, якій ця функція була недоступна.

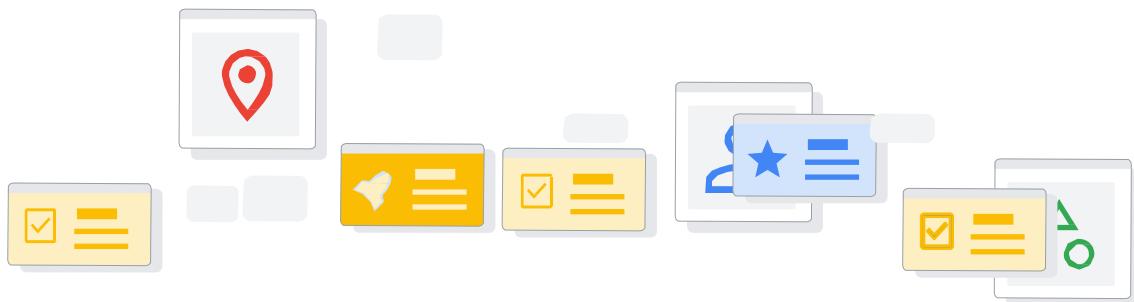
Ми розглядаємо дуже довгий список показників, наприклад, що люди натискають, скільки запитів було зроблено, чи не давали запити потрібних результатів, скільки часу знадобилося людям, щоб натиснути на результат тощо. Ми використовуємо ці результати, щоб визначити, чи позитивно пройшла взаємодія з новою функцією, і переконатися, що внесені нами зміни підвищують релевантність і корисність наших результатів для всіх.



## Процес оцінювання якості Пошуку

Наш процес оцінювання якості Пошуку вимірює якість результатів Пошуку на постійній основі. Ми працюємо з приблизно 14 000 позаштатних експертів з оцінювання якості Пошуку, які ставлять оцінки на основі наших указівок і представляють реальних користувачів і їхні ймовірні потреби в інформації, керуючись судженням з огляду на всі відомі факти й обставини для представлення їхнього регіону.

Щоб оцінювати якість результатів Пошуку, експERTи працюють за загальним набором указівок і отримують для виконання конкретні завдання.



## Як працюють завдання для експертів з оцінювання якості

Спочатку ми створюємо вибірку пошукових запитів (скажімо, кілька сотень), щоб проаналізувати певний тип пошуку або потенційну зміну ранжування. Цей набір пошукових запитів призначається групі експертів з оцінювання якості, і їх просять виконати з ними певні завдання. Наприклад, один із типів завдань – паралельний експеримент, у якому експерту з оцінювання якості показуються два різні набори результатів пошуку: один із вже впровадженою запропонованою зміною, а другий – без неї. Ми запитуємо їх, яким результатам вони віддають перевагу та чому. Експерти з оцінювання якості також дають цінні відгуки про інші системи, наприклад орфографію. Щоб оцінювати запропоновані покращення системи орфографії, ми питаемо експертів з оцінювання якості, чи містить первинний запит орфографічні помилки та чи виправлення, згенероване покращеною системою орфографії, точне для окремих запитів.

Експерти з оцінювання якості також переглядають кожну сторінку, зазначену в наборі результатів, і оцінюють її за бальними шкалами, викладеними в наших указівках для експертів з оцінювання. **Оцінка якості Пошуку складається з двох частин:**



### Якість сторінки

Наскільки добре сторінка досягає своєї мети

- Визначте мету
- Оцініть, чи сторінка шкідлива
- Визначте оцінку



### Задоволення потреб

Наскільки результат корисний для певного запиту

- Визначте намір користувача
- Визначте оцінку

Важливо зауважити, що жодна окрема оцінка або жодний окремий експерт з оцінювання якості не впливає безпосередньо на позицію певних сторінки чи сайту в Пошуку. З трильйонами сторінок, які постійно змінюються, люди не в змозі регулярно оцінювати кожну сторінку. Просте використання оцінок якості Пошуку для ранжування було б неможливим, оскільки люди не могли б окремо оцінити кожну сторінку у відкритому Інтернеті. Саме для цього було розроблено пошукові системи.

Окрім того, що це неможливе завдання, використання лише оцінок якості Пошуку для визначення ранжування не надасть достатньо сигналів для визначення того, як має працювати ранжування в Пошуку. Якість і релевантність мають дуже багато вирішальних параметрів, наприклад сигналів, які:

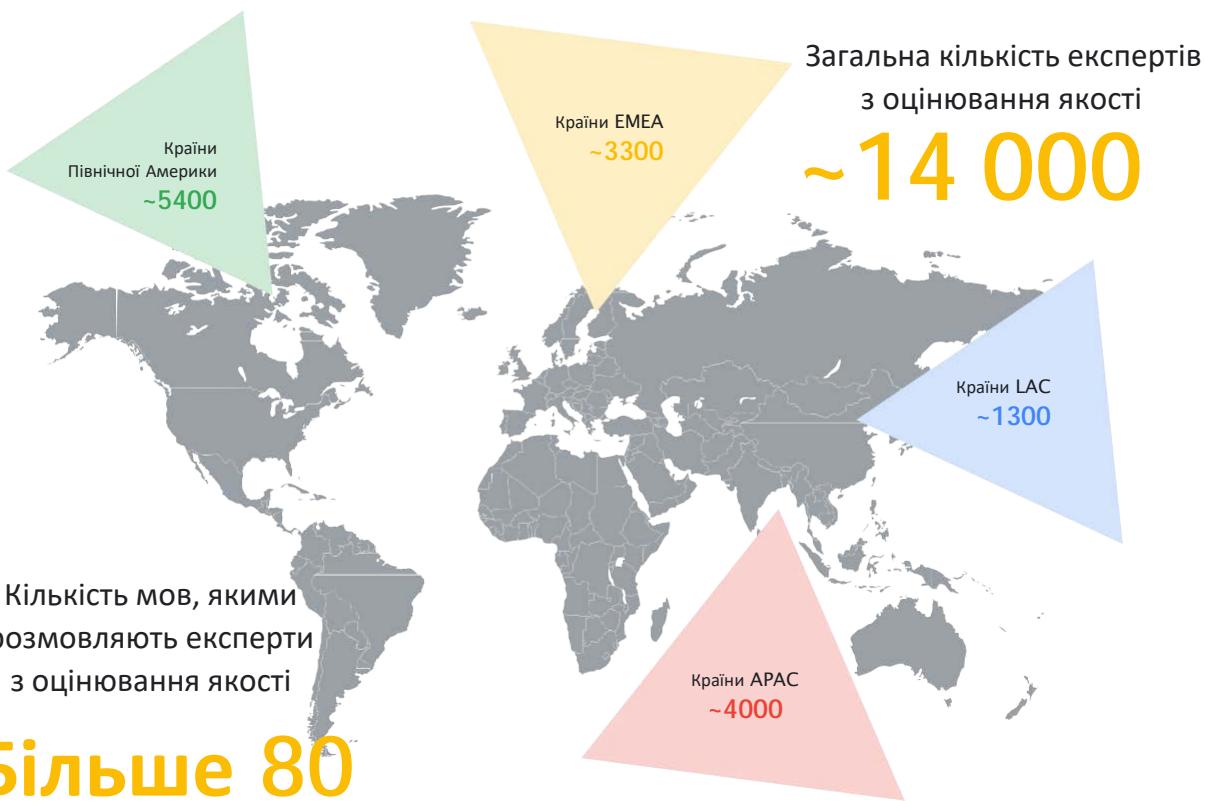
- повідомляють нам, чи може щось бути спамом;
- позначають, що сайт може бути небезпечним або незахищеним;
- указують на те, що сторінка може бути застаріла.

Таким чином, жодне окреме джерело інформації, як-от оцінка якості Пошуку, ніколи не охопить кожен аспект, важливий для такого складного завдання, як ранжування.

Ми використовуємо зведені оцінки, щоб визначити, наскільки добре наші системи працюють для надання корисного контенту в усьому світі. Крім того, оцінки використовуються для покращення наших систем, надаючи їм позитивні та негативні приклади результатів пошуку.

## Експерти з оцінювання якості

Експерти з оцінювання якості представляють користувачів Пошуку в їхньому регіоні. Вони мають бути добре знайомі з мовою та розташуванням завдання, щоб представити досвід людей у їхньому регіоні, а також бути знайомими з пошуковою системою.



Експертів з оцінювання якості наймають сторонні постачальники, і ці цифри можуть змінюватися за потреби. Через важливість масштабування процесу оцінювання якості Пошуку між регіонами різноманітність мов залишається пріоритетом.

Оцінки не мають ґрунтуватися на особистих думках, уподобаннях, релігійних переконаннях чи політичних поглядах експертів з оцінювання якості. Натомість експерти з оцінювання якості мають завжди керуватися судженням з огляду на всі відомі факти й обставини та представляти культурні стандарти свого регіону оцінювання. Експерти з оцінювання якості також повинні пройти перевірку на знання вказівок, щоб підтвердити відповідність нашим власним стандартам якості.



## Оцінювання якості сторінки

Мета оцінювання якості сторінки (Page Quality, PQ) — визначити, наскільки добре сторінка досягає своєї мети.

Процес оцінювання PQ складається з трьох кроків.



### Якість сторінки

Наскільки добре сторінка досягає своєї мети

- Визначте мету
- Оцініть, чи сторінка шкідлива
- Визначте оцінку

### Задоволення потреб

Наскільки результат корисний для певного запиту

- Визначте намір користувача
- Визначте оцінку

## Крок 1. Визначення мети сторінки



### Якість сторінки

Наскільки добре сторінка досягає своєї мети

Визначте мету

Оцініть, чи сторінка шкідлива

Визначте оцінку

Щоб призначити оцінку, експерти з оцінювання якості повинні спочатку зрозуміти мету сторінки. Наприклад, мета головної сторінки вебсайту новин – інформувати користувачів про останні або важливі події.

Це дає експерту з оцінювання якості можливість краще зрозуміти, які критерії важливі під час оцінювання якості конкретної сторінки на третьому кроці. Оскільки вебсайти й вебсторінки різних типів можуть мати дуже різні цілі, наші очікування та стандарти для різних типів сторінок також відрізняються.

## Процес оцінювання якості Пошуку

Ось кілька прикладів, за якими легко зрозуміти мету сторінки:

### Тип сторінки

### Мета сторінки



Головна сторінка вебсайту новин

Інформування користувачів про останні або важливі події.



Сторінка продажу товарів

Продаж товару або надання інформації про нього.



Сторінка з відео

Надання відео.



Сторінка конвертера валют

Розрахунок еквівалентних сум у різних валютах.

Веб сайти та сторінки мають створюватися, щоб допомагати людям. Якщо це не так, може бути виправданою найнижча оцінка. Якщо сторінку створено для допомоги людям, ми не вважатимемо жодну конкретну мету чи тип сторінки кращими за такі самі характеристики іншої сторінки. Наприклад, сторінки енциклопедії не обов'язково вищої якості, ніж гумористичні сторінки.

Існують вебсторінки найвищої та найнижчої якості різних типів і цілей: сторінки продажу товарів, сторінки новин, сторінки форумів, сторінки з відео, сторінки з повідомленнями про помилки, PDF-файли, зображення, сторінки з плітками, гумористичні сторінки, головні сторінки та багато інших. Тип сторінки не визначає оцінку PQ – ви повинні зрозуміти мету сторінки, щоб визначити оцінку.



## Крок 2. Визначення того, чи мета сторінки шкідлива або чи може сторінка завдати шкоди



### Якість сторінки

Наскільки добре сторінка досягає своєї мети

- Визначте мету
- Оцініть, чи сторінка шкідлива
- Визначте оцінку

Якщо вебсайт або сторінка мають шкідливу мету або призначені для того, щоб вводити людей в оману щодо своєї справжньої мети, їм буде негайно присвоєно найнижчу якість за шкалою PQ. Це стосується вебсайтів чи сторінок, які завдають шкоди людям чи суспільству, не заслуговують на довіру чи містять спам, як зазначено в указівках.

В Інтернеті існує багато контенту, який декому здається суперечливим, одностороннім, неприйнятним або огидним, але він не вважатиметься шкідливим, як зазначено в указівках. Експерти з оцінювання якості повинні дотримуватися стандартів, викладених у [розділі 7.0 указівок](#), де визначено, що вважається шкідливим.

## Крок 3. Визначення оцінки



### Якість сторінки

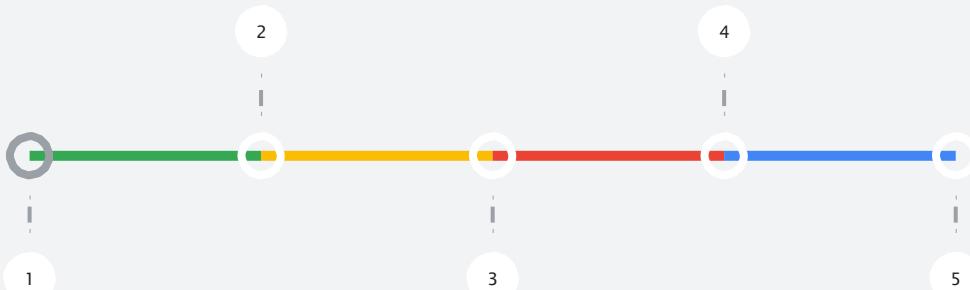
Наскільки добре сторінка досягає своєї мети

- Визначте мету
- Оцініть, чи сторінка шкідлива
- Визначте оцінку

Оцінка PQ базується на тому, наскільки добре сторінка досягає своєї мети за шкалою від найнижчої якості до найвищої.

**Низька:** можливо, сторінки низької якості призначені для надання користі. Однак вони погано досягають своєї мети, оскільки ім бракує важливої суті.

**Висока:** у сторінки високої якості має бути корисна мета, і така сторінка має добре досягати її.



**Найнижча:** сторінки найнижчої якості мають шкідливу мету або містять контент, який може завдавати шкоди. (Приклади сторінок, які можуть бути шкідливими, наведено [в розділі 7.0](#) узагівок).

**Середня:** сторінка досягає своєї мети, однак не заслуговує на високу оцінку якості. Також нічого не вказує на те, що можна поставити низьку оцінку якості.

**Або** сторінка чи вебсайт мають сильні характеристики високої якості, але також мають помірні характеристики низької якості. Завдяки сильним аспектам високої якості такий сторінці складно поставити низьку оцінку.

**Найвища:** сторінка найвищої якості приносить користь і дуже добре досягає своєї мети.



Основний критерій якості сторінки – експертність, авторитетність і достовірність (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness, E-A-T). Визначаючи якість сторінки, експерти з оцінювання якості враховують таке.

- Експертність автора в певній сфері.
- Авторитетність автора, основного контенту та вебсайту.
- Достовірність автора, основного контенту та вебсайту.

Експерти з оцінювання якості визначають оцінку якості сторінки таким чином:

- Переглядають кількість та якість основного контенту (Main Content, MC): Зазвичай основний контент має високу якість, якщо на його створення потрібен значний час, зусилля, знання, талант або навички.
- Переглядають доступну інформацію про вебсайт і автора: залежно від типу вебсайту, користувачам знадобиться достатньо інформації, щоб довіряти його контенту чи інтерфейсу.
- Досліджують репутацію вебсайту та автора: репутація вебсайту базується на досвіді реальних користувачів, а також на думці експертів із теми вебсайту.



Сторінки у всесвітній павутині присвячено величезному розмаїттю тем. Деякі теми вимагають не таких стандартів якості, як інші. Наприклад, деякі теми можуть суттєво впливати на стан здоров'я, фінансову стабільність чи безпеку людей або добропут чи забезпеченість суспільства. Ми називаємо такі теми «Ваші гроші або ваше життя» (Your Money or Your Life, YMYL). Експерти з оцінювання якості застосовують дуже високі стандарти PQ для сторінок на теми YMYL, оскільки сторінки низької якості можуть негативно вплинути на стан здоров'я, фінансову стабільність чи безпеку людей або добропут чи забезпеченість суспільства. Приклади тем YMYL наведено в розділі 2.3 вказівок.

Подібним чином інші вебсайти чи сторінки, які завдають шкоди людям чи суспільству, не заслуговують на довіру чи містять спам, як зазначено в цих указівках, мають отримати найнижчу оцінку.

Приклади шкідливих сторінок докладно описано в розділі 7.0 указівок.

#### Приклад

| Вебсторінка/тип вмісту     | Характеристики якості   | Оцінка PQ та пояснення  |
|----------------------------|---|---|
| Сторінка про сезонний грип | Дуже високий рівень E-A-T для мети сторінки<br><br>Дуже позитивна репутація (вебсайт) | <br><br>Щороку через грип багато людей вмирають чи потрапляють до лікарні. Ця тема може значно вплинути на стан здоров'я людини. Це тема YMYL.<br><br>Це довідкова сторінка про грип на надійному та авторитетному медичному вебсайті.<br><br>Цей вебсайт має репутацію одного з найкращих вебресурсів із медичною інформацією такого типу. |

## Оцінка задоволення потреб

Завдання оцінки задоволення потреб зосереджуються на потребах користувачів і на тому, наскільки корисний результат для людей, які використовують Пошук Google.

Наскільки корисний результат пошуку, залежить від наміру користувача, витлумаченого із запиту, і від того, наскільки повністю результат задовольняє намір. Таким чином, існує два кроки визначення оцінки задоволення потреб:

### Якість сторінки

Наскільки добре сторінка досягає своєї мети

- Визначте мету
- Оцініть, чи сторінка шкідлива
- Визначте оцінку

### Задоволення потреб

Наскільки результат корисний для певного запиту

- Визначте намір користувача
- Визначте оцінку

## Крок 1. Визначення наміру користувача за питом



### Задоволення потреб

Наскільки результат корисний для певного запиту

- Визначення наміру користувача за питом

- Визначення оцінки

Запит – це те, що користувач вводить або говорить у пошуковій системі. Ми використовуємо вміст його запиту та, якщо доречно, розташування користувача, щоб визначити його намір.

Наприклад, якщо користувач вводить запит «кав'яrnі» та перебуває в Лондоні, ми можемо визначити, що його намір – знайти кав'яrnі в Лондоні. Однак багато питань також мають більше одного значення. Наприклад, якщо користувач вводить запит mercury (Меркурій, ртуть), його наміром може бути дізнатися більше про планету Меркурій або про хімічний елемент.

Ми припускаємо, що користувачі шукають актуальну інформацію про тему, а експертам дозволяється вказівка думати під час оцінювання якості про поточне значення питання.

## Крок 2. Визначення оцінки



### Задоволення потреб

Наскільки результат корисний для певного запиту

- Визначення наміру користувача за запитом
- Визначення оцінки

### Оцінка задоволення потреб

**Не задовольняє**  
(Fails to Meet, FailsM)  
Повністю не відповідає потребам користувачів. Усі або майже всі користувачі хотіли б бачити додаткові результати.

**Помірно задовольняє**  
(Moderately Meets, MM)  
Корисно для багатьох користувачів АБО дуже корисно для деяких. Деякі або багато користувачів хотіли б бачити додаткові результати.

**Повністю задовольняє**  
(Fully Meets, FullyM)  
Спеціальна категорія оцінювання, яка застосовується лише до певних запитів і результатів. Усі або майже всі користувачі будуть одразу її повністю задоволені результатом, і їм не знадобиться переглядати інші результати, щоб задоволити свої потреби.



H/d

**Частково задовольняє**  
(Slightly Meets, SM)  
Корисно для меншої кількості користувачів. Існує зв'язок між запитом і результатом, але він не сильний чи не задовільний. Багато або більшість користувачів хотіли б бачити додаткові результати.

**Майже задовольняє**  
(Highly Meets, HM)  
Дуже корисно для багатьох або більшості користувачів. Деякі користувачі хотіли б бачити додаткові результати.

## Процес оцінювання якості Пошуку

Оцінка NM базується на тому, наскільки результат пошуку задовільняє намір користувача.

Під час визначення оцінки експерт з оцінювання якості враховує, наскільки результат:

- «відповідає» запиту;
- усебосяжний;
- актуальний;
- походить з авторитетного джерела;
- задовільняє користувача, або чи бажає користувач бачити додаткові результати.

### Приклад

Запит і намір користувача

Запит:  
[batman]

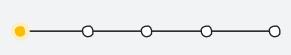
Розташування користувача:  
Анахайм,  
Каліфорнія

Намір користувача:  
зняти інформацію про  
вигаданого супергероя,  
який з'являється в  
американських коміксах,  
фільмах і телешоу.

Результат



Оцінка



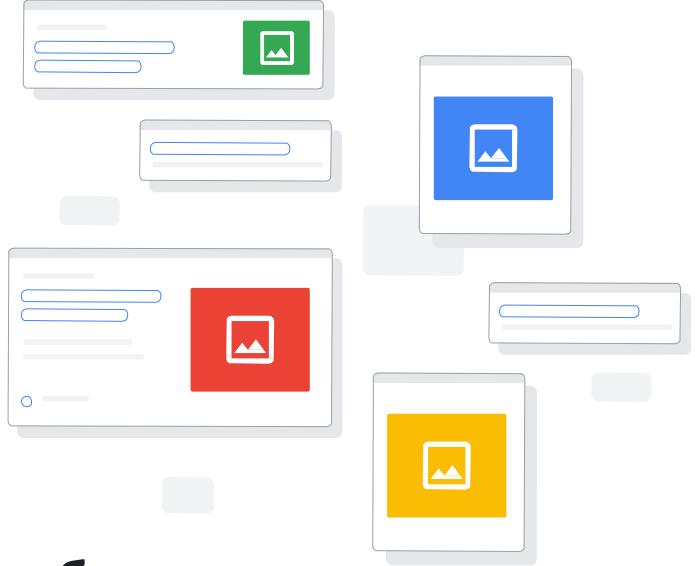
Пояснення

Дуже маломовірно, що  
за цим запитом шукають  
інформацію про місто в  
Туреччині під назвою  
Бетмен, з огляду на те, що  
користувач перебуває в  
Сполучених Штатах. Жоден  
або майже жоден  
користувач не був би  
задоволений таким  
результатом.



Підбиття  
підсумків

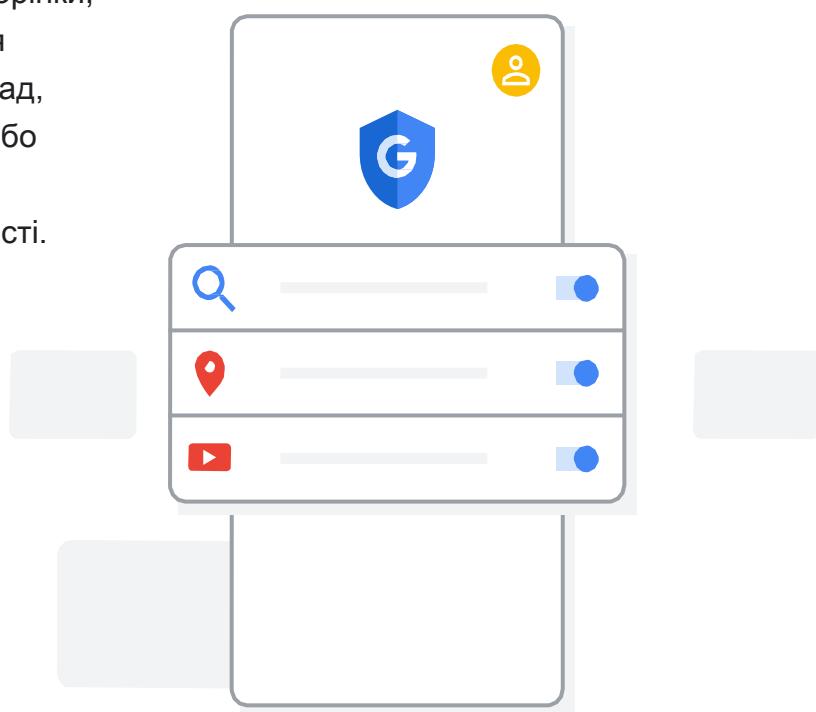
**Доступ до інформації – основа місії Google, і щодня ми працюємо над тим, щоб зробити інформацію з Інтернету доступною для всіх. Ми принципово розробляємо наші системи ранжування, щоб ідентифікувати інформацію, яку люди, найімовірніше, вважатимуть корисною та надійною.**



Оскільки Інтернет і потреби людей в інформації постійно змінюються, ми вносимо багато покращень у свої алгоритми Пошуку, щоб не відставати. Покращення, які ми вносимо, проходять процес оцінювання, розроблений таким чином, щоб люди в усьому світі й надалі вважали Google корисною системою для всього, що вони шукають.

Дуже важлива частина нашого процесу оцінювання – отримання відгуків від звичайних користувачів про те, чи добре працюють наші системи ранжування та запропоновані покращення. У нас є понад 14 000 експертів з оцінювання якості Пошуку з різних регіонів усього світу, які, дотримуючись вказівок, які будь-хто може прочитати в наших Указівках для експертів з оцінювання якості Пошуку, оцінюють результати випробувальних запитів і визначають, наскільки запропоновані сторінки демонструють характеристики надійності та корисності.

Експерти з оцінювання якості Пошуку повинні виконати завдання з оцінювання якості сторінки, яке визначає надійність наших результатів пошуку. У цьому завданні експерти з оцінювання якості розглядають якість вебсторінки за критеріями, які ми називаємо Е-А-Т: рівень знань у певній сфері, авторитетність і надійність. У нас дуже високі стандарти РQ для сторінок на теми «Ваші гроші або ваше життя» (YMYL), оскільки сторінки низької якості потенційно можуть негативно вплинути на стан здоров'я, фінансову стабільність чи безпеку людей або доброчут чи забезпеченість суспільства. Сторінки, які вважаються шкідливими для користувачів, оскільки, наприклад, вводять користувачів в оману або містять небезпечний контент, отримують найнижчу оцінку якості.





Експерт з оцінювання якості Пошуку також виконує завдання з оцінювання задоволення потреб, яке оцінює корисність результатів для користувача з огляду на те, чи відповідають вони наміру користувача, інтерпретованому на основі пошукового запиту та розташування користувача. Експерти з оцінювання якості повинні враховувати, наскільки результати пошуку вичерпні, актуальні чи авторитетні.

Наприклад, якщо результат отримує оцінку «повністю задовольняє», це означає, що користувач буде одразу й повністю задоволений результатом і йому не знадобиться переглядати інші результати, щоб задовольнити свої потреби.



Оцінки якості пошуку самі собою не впливатимуть безпосередньо на те, як певна вебсторінка, сайт чи результат відображатимуться в Пошуку Google, а також не спричинять переміщення певних вебсторінок, сайтів чи результатів угору чи вниз на сторінці результатів пошуку. Натомість оцінки братимуться в сукупності та використовуватимуться для визначення того, наскільки добре працюють алгоритми пошукової системи для широкого діапазону пошукових запитів.

Докладнішу інформацію про оцінювання якості Пошуку див. на таких ресурсах:



[Указівки для експертів з оцінювання якості Пошуку Як працює Пошук](#)

[Як Google надає надійну інформацію в Пошуку](#)

[Як статистичні дані від людей з усього світу покращують Пошук Google](#)



[Як реальні люди покращують Пошук Google](#)

[Чи могли б ви працювати, як Google? Прийняття складних рішень щодо визначення положення сайтів у Пошуку](#)

