



۱-۶- مقدمه

موتور جست و جو برنامه‌ای نرم‌افزاری است که با استفاده از کلید واژه به جست و جوی منابع اطلاعاتی در اینترنت می‌پردازد و فهرستی از مدارک واجد آن کلیدواژه را ارائه می‌دهد. اطلاعاتی که به وسیله موتورهای جست و جو ارائه می‌شود، طبقه‌بندی موضوعی نشده است، بلکه تمامی صفحات پشتیبانی شده براساس الگوریتم مشخص شده‌ای مرتب شده و در اختیار کاربر قرار می‌گیرد. بنابراین، نتایج ارائه شده می‌تواند دارای اطلاعات وسیع و البته ارزیابی نشده باشد.

۲-۶

شناسایی اصول کار با یک موتور جست و جو برای جست و جوی یک کلمه کلیدی

چگونه می‌توانم با داشتن یک کلمه کلیدی به اطلاعات مورد نیازم در اینترنت دست پیدا کنم؟

جست و جو و بازیابی اطلاعات یکی از مقوله‌های اساسی علم اطلاع‌رسانی و از مهم‌ترین عرصه‌های پژوهش و سنجش کارایی نظام‌های اطلاع‌رسانی به شمار می‌رود. در این میان ظهور شبکه اینترنت به عنوان یک محیط جدید اطلاعاتی، فرایند جست و جو و بازیابی اطلاعات را با تحولات و پیچیدگی‌های شگرفی روبه‌رو ساخته است. به عبارت دیگر بازیابی اطلاعات وارد عرصه جدیدی شده است که روش‌ها، استراتژی‌ها و مسائل و مشکلات خاص خود را به دنبال دارد. هر بار که شما توسط موتور جست و جو، جست و جویی انجام می‌دهید، عنکبوت (spider) آن به آهستگی از میان میلیون‌ها فهرست حرکت می‌کند و آنهایی را که بیشتر با مورد جست و جوی شما ارتباط دارند به تصویر می‌کشد. حتی میزان این ارتباط نیز مورد ارزشیابی قرار می‌گیرد تا مرتبط‌ترین سایت‌ها در ابتدا به نمایش درآیند. البته موتور جست و جو همواره درست عمل نمی‌کند. گاهی صفحات نامربوط به چشم می‌خورند و در مواردی برای یافتن آنچه می‌خواهید باید جست و جوی بیشتری انجام دهید. اما به هر حال، موتور جست و جو در یافتن اطلاعات عمل شگفت‌انگیزی انجام می‌دهد.

یک راه برای دستیابی به این هدف توجه به مکان قرارگیری و تراکم عبارات جست و جو یا کلمات کلیدی در یک صفحه وب است. موتور جست و جو بررسی می‌کند که اگر کلمات کلیدی در بخش عنوان (Title)، بخش سرآغاز (Head)، در ابتدای پاراگراف یا در متن صفحات وب آمده باشد، آن سایت را به عنوان نتیجه جست و جو ارائه کند. فرض بر این است که

صفحات مرتبط با کلمات مورد جست‌وجو، این عبارات کلیدی را برجسته‌تر و چشمگیرتر مورد استفاده قرار می‌دهند. موتور جست‌وجو تحلیل می‌کند که کلمات کلیدی در مقایسه با دیگر کلمات چند مرتبه به کار رفته‌اند.

جست‌وجوی یک کلمه کلیدی

امروزه با توجه به گستردگی و تنوع و همچنین افزایش سرسام‌آور سایت‌ها در اینترنت یافتن اطلاعات مورد نظر بدون ابزارهای مخصوص جست‌وجو، امری مشکل و یا تا حدودی غیر ممکن می‌باشد. بنابراین چنانچه کاربر نشانی سایت مورد نظر خود را در اختیار نداشته باشد، می‌تواند صفحه‌ها و مدارک مورد نیاز خود را با وارد کردن کلمه کلیدی یا عبارت مورد نظر در یکی از نرم افزارهای جست‌وجو یا موتورهای جست‌وجو، بازیابی نماید. به عبارت دیگر دسترسی به اطلاعات موجود در شبکه اینترنت معمولاً به دو صورت انجام می‌گردد: ۱- مستقیم ۲- غیر مستقیم

روش مستقیم: در این روش جست‌وجوگر آدرس سایت مورد نظر خود را می‌داند و با درج آن در محل مخصوص مرورگر اینترنت، مستقیماً وارد سایت مورد نظر خود شده و منابع مورد نیاز خود را به دست می‌آورد. برای مثال ممکن است بخواهید به سایت وزارت آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران وارد شوید و آدرس آن‌را هم (www.medu.ir) می‌دانید. برای این منظور کافیست آدرس مورد نظر را در نوار آدرس مرورگرتان وارد کرده و کلید Enter صفحه کلید را بزنید. در این صورت صفحه اصلی سایت وزارت آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران ظاهر خواهد شد (شکل ۱-۶).



شکل ۱-۶ صفحه اصلی سایت وزارت آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران

روش غیرمستقیم: در این روش کاربر نشانی سایت مورد نظر خود را نمی‌داند، بلکه خواستار همه سایت‌هایی است که بتوانند اطلاعات مورد نیاز وی را فراهم نمایند.

برای روشن شدن مطلب، می‌توان شبکه اینترنت را به یک کتابخانه بزرگ و سایت‌های موجود در این شبکه را به کتاب‌های این کتابخانه عظیم تشبیه کرد. در این حالت جست‌وجوی مستقیم مانند آن می‌باشد که نشانی کتابی را که حاوی اطلاعات مورد نظر شماست در قفسه کتابخانه بدانید، مانند شماره رده بندی دیویی یا کنگره، در چنین حالتی شما می‌توانید کتاب مورد نظر خود را با توجه به آن شماره از قفسه کتابخانه پیدا نمایید. اما در جست‌وجوی واسطه یا غیر مستقیم، مانند آن است که جوینده بخواهد از طریق برگه‌دان‌های کتابخانه به همه کتاب‌های مورد نظر در یک موضوع خاص، برای مثال تاریخ اسلام، دسترسی پیدا کند. در این حالت جوینده به وسیله ابزار برگه‌دان، فهرست و نشانی کتاب‌های مورد نظر خود را پیدا کرده و سپس به سراغ کتاب‌ها در قفسه کتابخانه می‌رود. موتورهای جست‌وجوی اینترنت نیز ابزارهایی شبیه برگه‌دان کتابخانه می‌باشند که جست‌وجوگران را به منابع و اطلاعات مورد نیاز خود راهنمایی می‌کنند. موتورهای جست‌وجو ابزارهای نرم‌افزاری محیط وب هستند که برای کاوش انواع منابع اطلاعاتی موجود در اینترنت طراحی شده‌اند.

به کمک این ابزارها و از طریق کلید واژه، عبارت و سایر قابلیت‌ها می‌توان به جست‌وجوی اطلاعات در اینترنت پرداخت. هر یک از موتورهای جست‌وجو ویژگی‌ها، امکانات و قابلیت‌های کاوش خاص خود را دارا می‌باشد، لذا می‌توان برای رسیدن به نتایج مطلوب در امر جست‌وجو، بیش از یک موتور جست‌وجو را کاوش نمود.

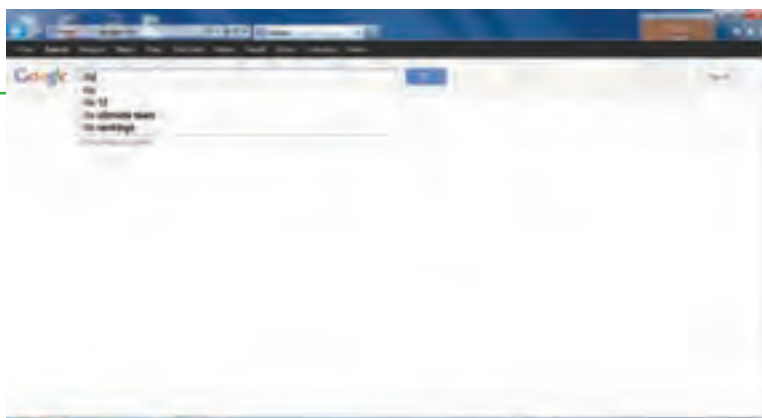
در هر کدام از موتورهای جست‌وجو امکاناتی برای جست‌وجوی ساده و پیشرفته وجود دارد. در بخش جست‌وجوی ساده^۱، هر یک از موتورهای جست‌وجو معمولاً خانه یا کادری به نام «کادر متن» وجود دارد که می‌توان با وارد کردن کلید واژه یا موضوع مورد نظر در آن به جست‌وجو پرداخت. برای مثال با وارد کردن موضوع مورد نظر در کادر جست‌وجوی هر کدام از موتورهای جست‌وجو نظیر Google، Altavista، Yahoo و غیره و سپس با فشار کلید Enter، موتور جست‌وجو فعال شده و پس از یافتن نشانی سایت‌هایی که اطلاعاتی درباره موضوع مورد نظر دارند، نشانی آنها را به ترتیب میزان ربط آنها با عبارت جست‌وجو، روی صفحه ظاهر می‌نمایند. در این صورت جست‌وجوگر می‌تواند با مرور اطلاعات بازیابی شده که همراه با نشانی سایت ارائه شده است، سایت‌های مرتبط را شناسایی نموده و سپس با اشاره ماوس روی آنها، خود سایت مربوطه را که اطلاعات مورد نظر را دارد بازیابی نماید.

اما در بخش جست‌وجوی پیشرفته که با واژه‌هایی مثل (Advanced search) یا (Power search) و یا علائمی دیگر مشخص شده‌اند، می‌توان جست‌وجوهای دقیق و مرتبطی را انجام داد. استفاده از روش‌های جست‌وجوی پیشرفته به این دلیل اهمیت دارد که نتایج به دست آمده در جست‌وجوهای ساده معمولاً بسیار زیاد و تا اندازه‌ای غیر مرتبط با موضوع

مورد نیاز است. از این رو برای رسیدن به جست‌وجوی دقیق و بازایی منابع مرتبط با موضوع مورد نظر تا حد امکان از صفحه یا حالت جست‌وجوی پیشرفته استفاده می‌شود. در ادامه با جست‌وجوی پیشرفته بیشتر آشنا خواهید شد. اکنون فرض کنید شما به دنبال اطلاعاتی پیرامون جام جهانی فوتبال هستید و آدرس سایت خاصی هم برای پیدا کردن اطلاعات مورد نظر در دست ندارید. برای این منظور، کافیست مراحل زیر را انجام دهید:

۱- پنجره مرورگر خود (در اینجا ما از Internet Explorer استفاده می‌کنیم) را باز نمایید.
 ۲- در نوار آدرس مرورگر آدرس سایت گوگل را به صورت **www.google.com** وارد کنید تا صفحه آغازین سایت نمایش داده شود.

۳- در داخل کادر مربوط به درج واژه یا عبارت کلیدی، کلمه **FIFA World Cup** را تایپ کنید. با شروع تایپ این واژه، مشاهده خواهید کرد که عباراتی ترکیبی که با این واژه شروع می‌شوند، به وسیله گوگل پیشنهاد می‌شود.



شکل ۲- ۶ تایپ کلید واژه و پیشنهادات گوگل



شکل ۳- ۶ نمایش اولین صفحه نتایج

جست‌وجو

۴- با تایپ کامل و زدن کلید **Enter** یا انتخاب یکی از پیشنهادات گوگل، اولین صفحه از نتایج جست‌وجو ظاهر می‌شود.

۵- با پیمایش صفحه نتایج رو به پایین، می توانید نتایج دیگر را ملاحظه نمایید.



شکل ۴-۶ پیمایش صفحه و نمایش نتایج دیگر جست و جو

۶- برای مشاهده صفحات دیگر می توانید روی شماره دلخواه یا فرایبوند Next در پایین صفحه کلیک نمایید. با کلیک بر روی یکی از فرایبوندهای موجود در صفحه نتایج، سایت و صفحه مورد نظر که حاوی اطلاعاتی در رابطه با کلمه یا عبارت جست و جو است، به نمایش در می آید.



شکل ۵-۶ رفتن به صفحه و سایت پیدا شده

جست و جوی فارسی

با توجه به وجود منابع فارسی و گسترش سایت‌های با محتوای فارسی، کاربران در برخی موارد به جست و جوی کلید واژه‌های فارسی یا منابع متناسب می‌پردازند. برای جست و جوی فارسی، روش‌های زیر امکان‌پذیر است:

- ۱- تایپ کلید واژه یا عبارت مورد جست و جو در موتور جست و جو به همان روش معمول انگلیسی. به عبارت دیگر شما با ورود به موتور جست و جو و تغییر زبان صفحه کلید به کمک کلیدهای Alt+Shift، به جست و جو می‌پردازید.
- ۲- برخی موتورهای جست و جو نظیر گوگل، زبان‌های غیر انگلیسی را هم پشتیبانی می‌کنند. به عنوان مثال با رفتن به آدرس www.google.com/fa یا انتخاب زبان فارسی (Persian) از منوی language tools سایت، گوگل پارسی نمایش داده می‌شود که امکانات بهتری را برای جست و جوی فارسی فراهم می‌کند.



شکل ۶-۶ انتخاب زبان فارسی



شکل ۶-۷ صفحه گوگل فارسی

نکته

در خود نرم افزار مرورگر اینترنتی Internet Explorer، یک موتور جست و جوی قدرتمند محصول شرکت مایکروسافت وجود دارد که البته می‌توان آن را تغییر داد.

ترکیب یا اضافه کردن یک معیار برای جست و جو

چگونه می‌توانم با کمک موتور جست و جو، یک جست و جوی دقیق انجام دهم؟

با جست و جوی یک کلید واژه یا عبارت، معمولاً میلیون‌ها نتیجه به دست می‌آید که بسیاری از این نتایج اغلب غیرمرتبط با جست و جوی دلخواه می‌باشد. برای یافتن نتایج مرتبط‌تر و رسیدن به هدف، باید جست و جو را دقیق‌تر انجام داده و یا حتی کلیدواژه را مورد تجدید نظر قرار داد. در اینجا توصیه‌هایی برای اصلاح جست و جو و انجام جست و جوی دقیق ارائه شده است:

- اضافه کردن یک یا چند لغات توصیفی بیشتر به مورد جست و جو.

- استفاده از عبارت‌ها، استفاده از گیومه، محدود کردن دو یا چند لغت بیشتر، که با نظم دقیقی درون علامت نقل قول قرار گرفته است.

- در نظر گرفتن لغاتی که نمی‌خواهید در نتایج ظاهر شوند، با استفاده از عملگر دودویی «-». برای مثال جست و جوی «yellow apples» - «red apples»، فقط شامل صفحات نتایج خواهد بود که حاوی «red apples» است و صفحات در بردارنده نتایجی که شامل «yellow apples» است، را در نتیجه نخواهد آورد. همانطور که مشاهده می‌شود، فضایی بین علامت «-» و لغت یا عبارتی که نمی‌خواهید در نظر بگیرید، وجود ندارد.

- بعضی اوقات پیام‌هایی خواهید گرفت شبیه «your search did not match any documents» (جست و جوی شما منطبق با هیچ مدرکی نیست) یا «No pages were found containing your query» (صفحه‌ای که دربردارنده سؤال شما باشد پیدا نشده است) یا «No results» (بدون نتیجه). این بدان معناست که مواردی برای جست و جو یافت نشده و شما باید با تجدید نظر در عبارت، جست و جو را دوباره انجام دهید.

بعضی اوقات ممکن است نتایج جست و جو کم و یا غیر مرتبط با کلید واژه یا عبارت دلخواه باشد، در این هنگام می‌توان موارد زیر را برای بهبود نتیجه انجام داد:

۱- بررسی املائی کلمه یا عبارت: بعضی از موتورهای جست و جو به طور اتوماتیک لغات دارای غلط املائی را آشکار می‌کنند و املائی درست آن را پیشنهاد می‌دهند. تنها کافی است روی لغت یا لغات پیشنهاد شده کلیک کنید. (شکل ۸-۶)

۲- حذف لغتی که از اهمیت کمتری در عبارت مورد جست و جو برخوردار است.

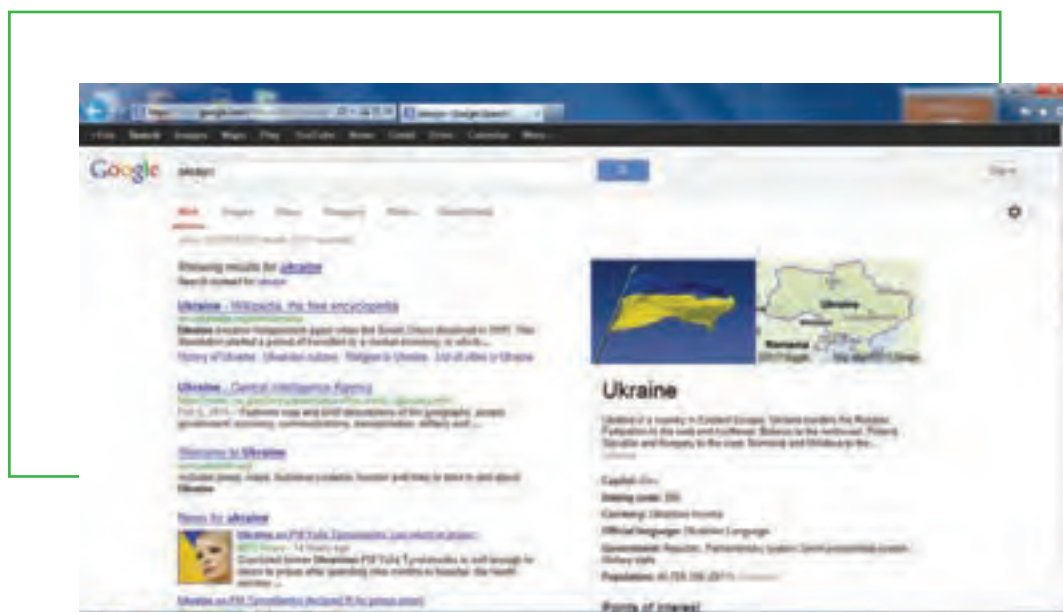
۳- اگر از عبارت‌های جست و جو استفاده می‌کنید، سعی کنید علامت‌های نقل قول را حذف کنید. (برای دستیابی به نتایج بیشتر)

۴- استفاده از واژه‌ها، املاهای برابر، فرم‌ها یا مترادف‌های جمع و عمومی‌تر: اخیراً موتور جست و جوی Google™ یک

شکل از جست‌وجوی پیشرفته جدید ارائه داده است که به شما اجازه می‌دهد نه تنها برای یک کلید واژه ویژه جست‌وجو کنید، بلکه برای مترادف‌های آنها نیز جست‌وجو کنید. تنها کافی است، نشانه حروف «~» را به طور مستقیم در جلوی کلید واژه در عبارت مورد جست‌وجوی خود قرار دهید (برای ریشه یابی لغات). برای مثال، کلید واژه «browser ~help» نه تنها «browser help» را جست‌وجو می‌کند، بلکه «browser tips»، «browser support»، «browser tutorials» و «browser support» را نیز جست‌وجو می‌نماید.

۵- بررسی املاي آدرس URL صفحه وب و تایپ آن به طور مستقیم داخل منوی آدرس مرورگر.

۶- استفاده از یک موتور جست‌وجوی دیگر. (ترجیحاً یک فراموتور جست‌وجو مانند ezFind که در ادامه با آنها آشنا خواهید شد.)



شکل ۸-۶ جست‌وجو در موتور جست‌وجوی Google

در الگوریتم طراحی شده برای اغلب موتورهای جست‌وجو، در صفحاتی که واژگان جست‌وجو تکرار بیشتری داشته باشد، صفحات متناسب تر و مرتبط تر به حساب می‌آید. همه موتورهای جست‌وجو به شما این امکان را می‌دهد که نتایج جست‌وجو را به نحو مناسب محدود کنید. به عنوان مثال، وقتی در گوگل لغت خاصی را جست‌وجو می‌کنید، هزاران نتیجه به شما نشان داده می‌شود که ممکن است اکثر آنها مناسب نباشند. راه حل محدود کردن نتایج جست‌وجو این است که از علامت‌های ویژه در کنار عباراتی که مورد نظر شما نیست، استفاده کنید که به برخی از آنها اشاره شد.

برخی موتورهای جست‌وجو برای محدود کردن نتایج، کلمات اضافه و لغات کوچک را هنگام جست‌وجو مورد توجه قرار

نمی‌دهند. به طور مثال از to, the.is.from صرف نظر می‌کنند. چنانچه فکر می‌کنید این کلمات در جست و جوی شما مؤثر است و منجر به کسب نتیجه بهتری از جست و جو می‌شود، می‌توانید آنها را با گذاشتن یک علامت «» مشخص کنید. همانطور که اشاره شد، وقتی شما در جست و جو به دنبال یافتن یک عبارت مشخص هستید، ساده‌تر آن است که عبارت را داخل علامت نقل قول قرار دهید. به طور مثال عبارت مورد نظرتان را به صورت «.....» وارد کنید. نتیجه جست و جو فقط شامل عبارت داخل گیومه خواهد شد. چنانچه فقط بخشی از آدرس اینترنتی صفحه مورد نظرتان را می‌دانید، برای انجام جست و جوی سریع‌تر، می‌توانید کلمه ای را که مطمئن هستید در آدرس سایت وجود دارد، وارد کنید، به طور مثال عبارت word:url را در موتور جست و جو وارد کنید. نتایج جست و جو تنها شامل آدرس‌های اینترنتی خواهد شد که این کلمه خاص را در خود دارد.

نوعی جست و جویی خاص نیز در گوگل وجود دارد، اگرچه همه از جزئیات آن خبر ندارند. گوگل به شما کمک می‌کند که در یک صفحه وب به دنبال کلمه بگردید که هم در URL و هم در آن صفحه وجود دارد. برای این منظور تایپ کنید Keyword:url.

فراموتورهای جست و جو

جست و جوی ترکیبی یا فراموتورهای جست و جو^۱، برای حل مشکل جست و جوگرهای معمولی به کار گرفته می‌شود. برای مثال موتور جست و جوی Dogpile یا allthewed که در واقع نوعی موتور جست و جوی ترکیبی هستند، به شما امکان می‌دهند به آسانی در تمام موتورهای جست و جوی شناخته شده اینترنت بتوانید متن، عکس، صدا، فیلم، خبر یا کالای مورد نظر خود را بیابید. یافته‌های Dogpile را می‌توان براساس نام موتورهای جست و جویی که آن اطلاعات را پیدا کرده است و یا براساس نزدیکی یافته‌ها به عبارت مورد نظر شما تفکیک کرد. همین طور در سمت چپ صفحه فهرستی از کلید واژه‌های مرتبط با چیزی که شما در جست و جوی آن هستید، ارائه می‌شود که خیلی وقت‌ها مفید خواهد بود. برای کسانی که در پی اطلاعات مربوط به شخص یا شرکت یا فروشگاه خاصی هستند، جست و جو در کتاب‌های زرد و سفید هم امکان‌پذیر است. Dogpile ابزار جست و جوی کوچکی هم دارد که اگر مایل باشید، می‌توانید به بالای صفحه مرورگران اضافه کنید تا جست و جو در آن آسان‌تر شود. به این ابزار، جست و جوی خودکار گفته می‌شود که در بخش جست و جوی پیشرفته، بیشتر در مورد آن صحبت خواهیم کرد.

به عنوان نتیجه گیری باید اشاره کرد که اینترنت به عنوان یک محمل اطلاعاتی عظیم، منابع اطلاعاتی را در مقیاسی وسیع در دسترس مخاطبان بالقوه قرار داده است. سهولت دسترسی به منابع اطلاعاتی اعم از متن و سایر رسانه‌ها عمده‌ترین مزیت

اینترنت محسوب می‌شود. این توانایی که هر کس ناشر آثار خود باشد، عواقب ناخواسته‌ای را نیز در پی خواهد داشت و آشکارترین معضل، آن است که انبوهی از منابع بسیار متنوع و غیرقابل مدیریت را فراهم می‌آورد. افزایش سریع منابع اینترنتی نیازمند یک سازمان‌دهی مفید و مؤثر است که موتورهای جست‌وجو، یکی از این ابزارها می‌باشد.



شکل ۹-۶ موتور جست‌وجو Dogpile

۴-۶

جست‌وجو از طریق پیمایش در وب

موتورهای جست‌وجو چگونه اطلاعات را پیدا می‌کنند؟

موتورهای جست‌وجو پیمایشی مانند Google لیست خود را به صورت خودکار تشکیل می‌دهند. آنها وب را پیمایش کرده و سپس کاربران آنچه را که می‌خواهند از میانشان جست‌وجو می‌کنند. اگر شما به عنوان دارنده یک سایت، در صفحه وب خود تغییراتی را اعمال نمایید، موتورهای جست‌وجو پیمایشی آنها را به خودی خود می‌یابند و سپس این تغییرات لیست خواهند شد. عنوان، متن و دیگر عناصر صفحه، همگی شامل این لیست خواهند بود. موتورهای جست‌وجو پیمایشی شامل سه عنصر اصلی هستند. اولین عنصر در اصطلاح **عنکبوت** (Spider) است که پیمایشگر (Crawler) هم نامیده می‌شود. پیمایشگر به محض رسیدن به یک صفحه، آن را می‌خواند و سپس پیوندهای

آن به صفحات دیگر را دنبال می‌نماید. این فرایندی است که برای یک سایت پیمایش شده (Crawled) اتفاق افتاده است. پیمایشگر با یک روال منظم، مثلاً یک یا دو بار در ماه به سایت مراجعه می‌کند تا تغییرات موجود در آن را بیابد. هر مورد جدیدی که پیمایشگر پیدا نماید، به عنصر دوم یک موتور جست‌وجو یعنی فهرست انتقال پیدا می‌کند. فهرست اغلب به کاتالوگی بزرگ اطلاق می‌شود که شامل لیستی از یافته‌های پیمایشگر می‌باشد. این فهرست به مثابه کتاب بزرگی شامل فهرستی از آنچه که پیمایشگرها از صفحات وب یافته‌اند، خواهد بود. هرگاه سایتی دچار تغییر شود، این فهرست نیز به روز خواهد شد.

از زمانی که تغییری در صفحه‌ای از یک سایت ایجاد می‌شود تا هنگامی که آن تغییر در فهرست موتور جست‌وجو ثبت شود، مدت زمانی طول خواهد کشید. در نتیجه ممکن است که یک سایت پیمایش شده باشد، اما لزوماً فهرست شده نباشد. تا زمانی که این فهرست‌بندی برای آن تغییر ثبت نشده باشد، نمی‌توان انتظار داشت که در نتایج جست‌وجو آن تغییر مشاهده گردد. نرم‌افزار موتور جست‌وجو، سومین عنصر یک موتور جست‌وجو است و به برنامه‌ای اطلاق می‌شود که به صورت هوشمندانه‌ای داده‌های موجود در فهرست را دسته‌بندی کرده و آنها را بر اساس اهمیت طبقه‌بندی می‌کند تا نتیجه جست‌وجو با کلمه‌های درخواست شده هر چه بیشتر منطبق و مربوط باشد.

از دید موتورهای جست‌وجو پیوندها نقش ارزش‌گذاری روی صفحات وب را دارند. برای درک بهتر این موضوع فرض کنید که می‌خواهید راجع به یک موضوع علمی تحقیق نمایید. در این صورت احتمالاً برای تحقیق در مورد این موضوع شروع به پرس‌وجو کرده و در مورد آن از کسانی که به آن موضوع آشنا هستند سؤال می‌کنید. در وب هم پیوندها نقش تأییدکننده یک سایت را دارند، اگر چه پیوندهای تأیید نکننده وجود ندارد، اما وقتی یک سایت به سایت دیگر پیوند می‌دهد، در واقع از نگاه موتورهای جست‌وجو آن سایت را تأیید کرده است. در دنیای واقعی وقتی از فردی که اعتبار بالایی در نزد شما برخوردار است، تحقیق می‌کنید، نظر او از اهمیت بیشتری در نزد شما برخوردار است و همینطور در وب هم پیوند از طرف سایت‌هایی که اعتبار بالاتری در موتورهای جست‌وجو دارند، اهمیت بیشتری برای آنها دارد. در بسیاری از موارد، کاربران در جست‌وجوی قالب‌های دیگر اطلاعاتی نظیر تصویر، ویدیو، خبر، کالا و ... در رابطه با موضوع مورد جست‌وجو هستند. برای مثال، کاربری تمایل دارد به تصاویر مرتبط با جام جهانی فوتبال دسترسی پیدا کند. برای این منظور، دو روش وجود دارد:

۱- استفاده از امکانات موتور جست‌وجو. برای مثال موتور جست‌وجوی گوگل در بالای صفحه اصلی خود، برخی قالب‌های اصلی اطلاعات نظیر صفحه وب، تصویر، ویدیو، خرید کالا، اخبار و غیره را تفکیک کرده است. اگر شما در کادر متن کلید واژه مورد نظر را تایپ و بر روی قالب دلخواه کلیک نمایید، نتایج جست‌وجو به صورت درخواست شما نمایش داده خواهد شد.



شکل ۶-۱۰

۲- استفاده از معیارهای جست و جو. به عنوان مثال اگر شما به دنبال مطالبی در زمینه آموزش مجازی باشید و بخواهید نتایج جست و جوی شما در قالب PDF باشد، کافیست در کادر متن موتور جست و جو عبارت ترکیبی “e-PDF & Learning” تایپ شود. در این حالت، صفحاتی برای شما لیست می شود که حاوی مطالب مرتبط با آموزش مجازی بوده و قالب آنها به صورت PDF می باشد.



شکل ۶-۱۱

موضوع دیگری که باید در اینجا به آن پرداخت این است که امروزه اکثر سایت‌ها دارای ابزاری به نام جست‌وجو در درون خودشان هستند که به جست‌وجوی موارد در محتوای همان سایت می‌پردازد. این ابزار به طور کلی با تکنیک موتورهای جست‌وجو تفاوت دارد و بیشتر شبیه ابزار Find در نرم افزارهای واژه پرداز می‌باشد. البته برخی سایت‌ها با پیوند با گوگل، کاربر را در جست‌وجوی یاری می‌کنند و با ارائه یک پیوند، دست کاربر را در جست‌وجو در محتوای خود سایت یا کمک گوگل برای سایت‌های دیگر باز می‌گذارند.



شکل ۱۲-۶

تحلیل صفحه نتایج موتور جست‌وجوی گوگل

صفحه نتایج موتور جست‌وجوی گوگل - چه به فارسی باشد و چه به انگلیسی - را می‌توان به ۱۶ قسمت تقسیم نمود، که در زیر به شرح مختصر هر یک از آنها می‌پردازیم:

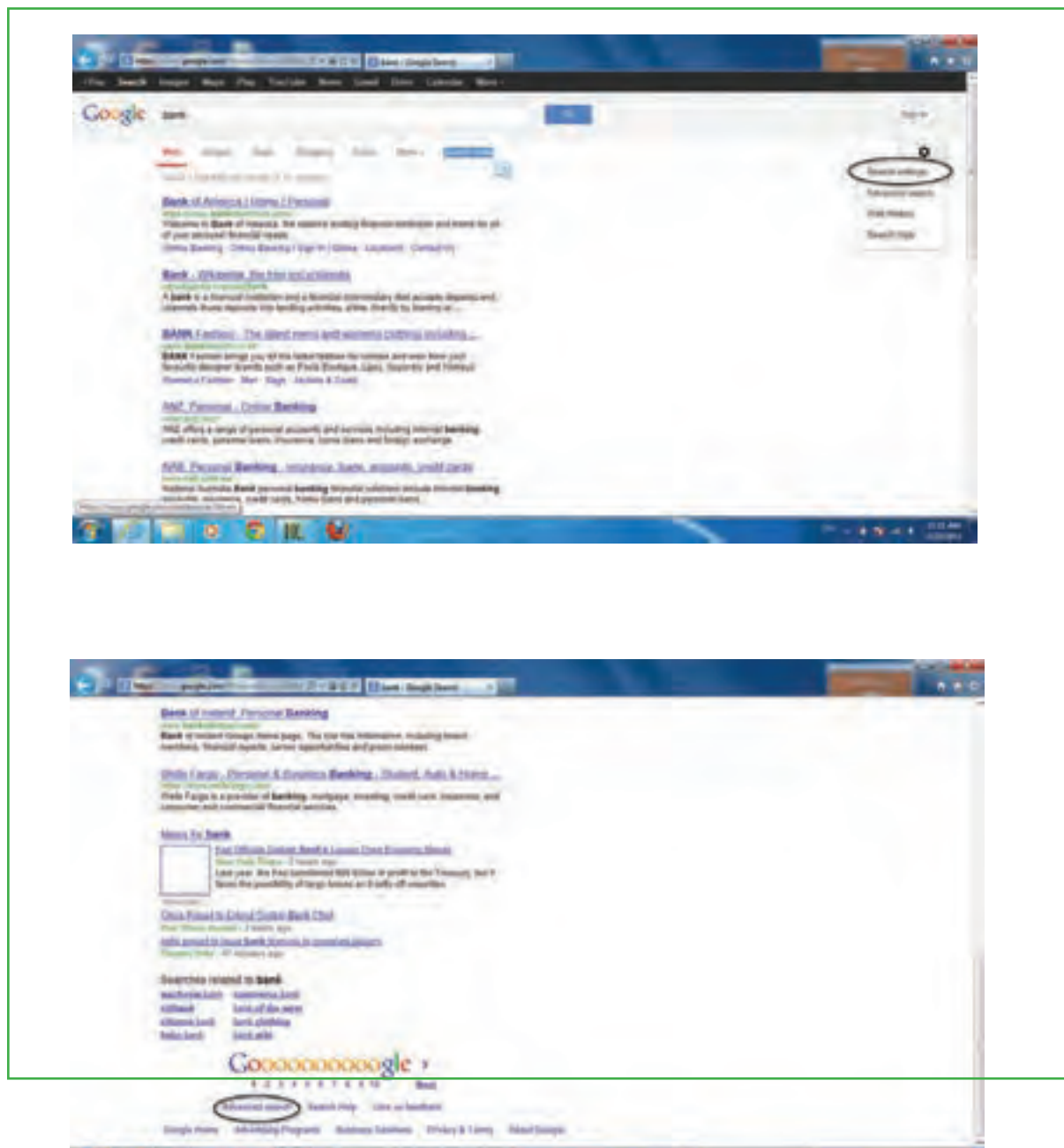
- پیوندهای بالایی صفحه گوگل. با کلیک روی هر گزینه مشخص می‌شود که در چه زمینه‌ای لازم است جست‌وجو انجام گیرد. سایت‌ها، تصاویر، خبرها، گروه‌ها و
- دکمه  یا جست‌وجو برای شروع عمل جست‌وجو به کار می‌رود. به جای بکار بردن این دکمه می‌توان کلید Enter را فشار داد.

● پیوند Advanced Search یا جست‌وجوی پیشرفته شما را به صفحه تنظیمات پیشرفته جست‌وجو می‌برد.

● کادر جست‌وجو که برای تایپ نمودن کلمات مورد جست‌وجو به کار برده می‌شود.

● پیوند Search Setting یا تنظیمات که شما را به صفحه تنظیمات گوگل هدایت می‌کند تا در آنجا مشخص کنید که می‌خواهید در هر صفحه نتایج جست‌وجو چه تعداد سایت لیست شود، و یا اینکه زبان مورد استفاده چه زبانی باشد و

- نوار آمار که آمار تعداد سایت‌هایی که یافته شده است و همچنین مدت زمانی که جست‌وجو طول کشیده است را نشان می‌دهد.
- Tip ها توضیحات کوتاهی هستند که شما را برای جست‌وجوی بهتر راهنمایی می‌کنند.



شکل ۱۳-۶

● گوگل دارای منابع اطلاعاتی متنوع و ویژه‌ای است که بر اساس تجربه جست و جوی کاربران مختلف جمع‌آوری شده‌اند و اغلب این منابع که به جست و جوی شما نزدیک تر است و در بالای نتایج جست و جوها قرار می‌گیرند. گوگل برای نتیجه گرفتن بهتر شما را به دیدن منابع اطلاعاتی خودش دعوت می‌کند.

● در قسمت نتایج جست و جو اولین چیزی که مشاهده می‌شود عنوان صفحه‌ای است که کلمات مورد نظر در آن یافته شده است. گاهی اوقات در این قسمت یک آدرس اینترنتی قرار می‌گیرد که به معنای آن است که صفحه مورد نظر بدون نام می‌باشد.

● پس از عنوان سایت، قسمت‌هایی از سایت که کلمات شما در آن یافت شده‌اند، به صورت خلاصه آورده می‌شود. این متن کوتاه به شما این امکان را می‌دهد تا قبل از کلیک کردن روی عنوان آن و دیدن محتویات سایت ببینید که آیا این صفحه کاملاً مطابق با خواسته شما می‌باشد یا نه.

● آدرس یا URL سایتی که کلمات در آن یافته شده‌اند، آورده می‌شود.

● اندازه یا سایز متنی قسمتی از سایت را که متن مورد نظر شما در آن یافته شده است را نشان می‌دهد. در برخی موارد این اندازه دیده نمی‌شود.

● به هر دلیلی اگر با کلیک کردن بر روی عنوان سایت و یا آدرس سایت، قادر نیستید که محتویات آن را ببینید، می‌توانید با کلیک کردن بر روی گزینه Cached یا نسخه ذخیره شده، همان سایت را از روی سرور گوگل ببینید. (لازم به توضیح است که گوگل قسمت‌هایی از برخی سایت‌ها را برای دسترسی و جست و جوی سریعتر بر روی سرور خود ذخیره می‌نماید. شما با کلیک کردن روی این گزینه می‌توانید به قسمت‌های ذخیره شده روی سرور گوگل دسترسی پیدا کنید.)

● با کلیک روی گزینه Find pages that are similar to ... یا صفحات مشابه، در بخش Advanced Search

موتور جست و جوی گوگل شما را به سمت صفحاتی شبیه به صفحه یافته شده، راهنمایی می‌کند.

● وقتی که گوگل کلمه مورد نظر شما را در یک سایت و در چند صفحه پیدا می‌کند، ابتدا صفحه‌ای که به درخواست شما نزدیک‌ترند را می‌آورد و سپس صفحه دوم را به صورت تو رفته نشان می‌دهد.

● اگر در یک سایت در بیش از دو صفحه کلمات مورد نظر شما یافت شوند، برای دیدن صفحات سوم به بعد بایستی روی گزینه Next کلیک نمایید.