



Google

فصل ۶ موتورهای جستجو

هدف های رفتاری

پس از آموزش این فصل، هنرجو می تواند

- ۱- یک موتور جستجو را بشناسد.
- ۲- جستجوی یک کلمه کلیدی را انجام دهد.
- ۳- جستجوی فارسی را در اینترنت انجام دهد.
- ۴- با کمک معیارهای جستجو، نتایج بهتری در جستجو پیدا نماید.
- ۵- با موتورهای جستجو، جستجوی پیشرفته انجام دهد.
- ۶- یک صفحه وب را ذخیره کند.
- ۷- یک صفحه وب را چاپ نماید.
- ۸- یک صفحه وب را به پوشه علاقمندی ها اضافه نماید.



۱-۶- مقدمه

موتور جست و جو برنامه ای نرم افزاری است که با استفاده از کلید واژه به جست و جوی منابع اطلاعاتی در اینترنت می پردازد و فهرستی از مدارک واجد آن کلیدواژه را ارائه می دهد. اطلاعاتی که بوسیله موتورهای جست و جو ارایه می شود، طبقه بندی موضوعی نشده است، بلکه تمامی صفحات پشتیبانی شده براساس الگوریتم مشخص شده ای مرتب شده و در اختیار کاربر قرار می گیرد. بنابراین، نتایج ارایه شده می تواند دارای اطلاعات وسیع و البته ارزیابی نشده باشد.

۲-۶

شناسایی اصول کار با یک موتور جستجو برای جستجوی یک کلمه کلیدی

چگونه می توانم با داشتن یک کلمه کلیدی به اطلاعات مورد نیازم در اینترنت دست پیدا کنم؟ جستجو و بازیابی اطلاعات یکی از مقوله های اساسی علم اطلاع رسانی و از مهمترین عرصه های پژوهش و سنجش کارایی نظامهای اطلاع رسانی به شمار می رود. در این میان ظهور شبکه اینترنت به عنوان یک محیط جدید اطلاعاتی، فرایند جستجو و بازیابی اطلاعات را با تحولات و پیچیدگی های شگرفی روبرو ساخته است. به عبارت دیگر بازیابی اطلاعات وارد عرصه جدیدی شده است که روشها، استراتژی ها و مسائل و مشکلات خاص خود را به دنبال دارد. هر بار که شما توسط موتور جستجو، جستجویی انجام می دهید، عنکبوت (spider) آن به آهستگی از میان میلیون ها فهرست حرکت می کند و آنهایی را که بیشتر با مورد جستجوی شما ارتباط دارند به تصویر می کشد. حتی میزان این ارتباط نیز مورد ارزشیابی قرار می گیرد تا مرتبط ترین سایتها در ابتدا به نمایش درآیند. البته موتور جستجو همواره درست عمل نمی کند. گاهی صفحات نا مربوط به چشم می خورند و در مواردی برای یافتن آنچه می خواهید باید جستجوی بیشتری انجام دهید. اما به هر حال، موتور جستجو در یافتن اطلاعات عمل شگفت انگیزی انجام میدهد. یک راه برای دستیابی به این هدف توجه به مکان قرارگیری و تراکم عبارات جستجو یا کلمات کلیدی در یک صفحه وب است. موتور جستجو بررسی می کند 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 جستجو ارایه کند. فرض بر اینست که

صفحات مرتبط با کلمات مورد جستجو، این عبارات کلیدی را برجسته تر و چشمگیرتر مورد استفاده قرار می دهند. موتور جستجو تحلیل می کند که کلمات کلیدی در مقایسه با دیگر کلمات چند مرتبه به کار رفته اند.

جستجوی یک کلمه کلیدی

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

روش مستقیم: در این روش جستجوگر آدرس سایت مورد نظر خود را می داند و با درج آن در محل مخصوص مرورگر اینترنت، مستقیماً وارد سایت مورد نظر خود شده و منابع مورد نیاز خود را بدست می آورد. برای مثال ممکن است بخواهید به سایت وزارت آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران وارد شوید و آدرس آنرا هم (www.medu.ir) می دانید. برای این منظور کافیست آدرس مورد نظر را در نوار آدرس مرورگرتان وارد کرده و کلید Enter صفحه کلید را بزنید (یا بر روی آیکن go مرورگر کلیک نمایید). 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 غیر مستقیم: در این روش کاربر نشانی سایت مورد نظر خود را نمی داند، بلکه خواستار همه سایتهایی است که بتوانند اطلاعات مورد نیاز وی را فراهم نمایند.

برای روشن شدن مطلب، می توان شبکه اینترنت را به یک کتابخانه بزرگ و سایتهای موجود در این شبکه را به کتابهای این کتابخانه عظیم تشبیه کرد. در این حالت جستجوی مستقیم مانند آن می باشد 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 می توانید کتاب مورد نظر خود را با توجه به آن شماره از قفسه کتابخانه پیدا نمایید. اما در جستجوی با واسطه یا غیر مستقیم، مانند آن است که جوینده بخواهد از طریق برگه دانهای کتابخانه به همه کتابهای مورد نظر در یک موضوع خاص، برای مثال تاریخ اسلام، دسترسی پیدا کند. در این حالت جوینده به وسیله ابزار برگه دان، فهرست و نشانی کتابهای مورد نظر خود را پیدا کرده و سپس به سراغ کتابها در قفسه کتابخانه می رود. موتورهای جستجوی اینترنت نیز ابزارهایی شبیه برگه دان کتابخانه می باشد که جستجوگران را به منابع و اطلاعات مورد نیاز خود راهنمایی می کنند. موتورهای جستجو ابزارهای نرم افزاری محیط وب هستند که برای کاوش انواع اطلاعاتی موجود در اینترنت طراحی شده اند.

به کمک این ابزارها و از طریق کلید واژه، عبارت و سایر قابلیت ها می توان به جستجوی اطلاعات در اینترنت پرداخت. هر یک از موتورهای جستجو ویژگی ها، امکانات و قابلیت های کاوش خاص خود را دارا می باشد، لذا می توان برای رسیدن به نتایج مطلوب در امر جستجو، بیش از یک موتور جستجو را کاوش نمود.

در هر کدام از موتورهای جستجو امکاناتی برای جستجوی ساده و پیشرفته وجود دارد. در بخش جستجوی ساده^۱، هر یک از موتورهای جستجو معمولاً خانه یا کادری بنام «کادر متن» وجود دارد که می توان با وارد کردن کلید واژه یا موضوع مورد نظر در آن به جستجو پرداخت. برای مثال با وارد کردن موضوع مورد نظر در کادر جستجوی هر کدام از موتورهای جستجو نظیر **Google**، **Altavista**، **Yahoo** و غیره و سپس با فشار کلید **Enter**، موتور جستجو فعال شده و پس از یافتن نشانی سایتهای که اطلاعاتی درباره موضوع مورد نظر دارند، نشانی آنها را به ترتیب میزان ربط آنها با عبارت جستجو، روی صفحه ظاهر می نمایند. در این صورت جستجوگر می تواند با مرور اطلاعات بازیابی شده که همراه با نشانی سایت ارائه شده است، سایتها 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 جستجوی پیشرفته که با واژه هایی مثل **(Advancad search)** یا **(Power search)** و یا علامی دیگر مشخص شده اند، می توان جستجوهای دقیق و مرتبطی را انجام داد. استفاده از روشهای جستجوی پیشرفته به این دلیل اهمیت دارد که نتایج بدست آمده در جستجوهای ساده معمولاً بسیار زیاد و تا اندازه ای غیر مرتبط با موضوع

مورد نیاز است. از این رو برای رسیدن به جستجوی دقیق و بازبازی منابع مرتبط با موضوع مورد نظر تا حد امکان از صفحه یا حالت جستجوی پیشرفته استفاده می شود. در ادامه با جستجوی 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 می کنیم) را باز نمایید.

۲- در نوار آدرس مرورگر آدرس سایت گوگل 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 می شوند، به وسیله گوگل پیشنهاد می شود.



شکل ۲-۶ تایپ کلید واژه و پیشنهادات گوگل



۴- با تایپ کامل و زدن کلید Enter یا انتخاب یکی از پیشنهادات گوگل، اولین صفحه از نتایج جستجو ظاهر می شود.

شکل ۳-۶ نمایش اولین صفحه نتایج جستجو

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



شکل ۴-۶ پیمایش صفحه و نمایش نتایج دیگر جستجو

۶- برای مشاهده صفحات دیگر می توانید روی شماره دلخواه یا فرایبوند Next در پایین صفحه کلیک نمایید.

۷- کلیک بر روی یکی از فرایبوندهای موجود در صفحه نتایج، سایت و صفحه مورد نظر که حاوی اطلاعاتی در رابطه با کلمه یا عبارت جستجو است، به نمایش در می آید.



شکل ۵-۶ رفتن به صفحه و سایت پیدا شده

جستجوی فارسی

با توجه به وجود منابع فارسی و گسترش سایت های با محتوای فارسی، کاربران در برخی موارد به جستجوی کلید واژه های فارسی یا منابع متناسب می پردازند. برای جستجوی فارسی، روش های زیر امکانپذیر است:

۱- تایپ کلید واژه یا عبارت مورد جستجو در موتور جستجو به همان روش معمول انگلیسی. به عبارت دیگر شما با ورود به موتور جستجو و تغییر زبان صفحه کلید به کمک کلیدهای **Alt+Shift**، به جستجو می پردازید.

۲- برخی موتورهای جستجو نظیر گوگل، زبانهای غیر انگلیسی را هم پشتیبانی می کنند. 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 می شود که امکانات بهتری را برای جستجوی فارسی فراهم می کند.



شکل ۶-۶ انتخاب زبان فارسی



شکل ۶-۷ صفحه گوگل فارسی

نکته

در خود نرم افزار مرورگر اینترنتی **internet Explorer**، یک موتور جستجو قدرتمند محصول شرکت مایکروسافت وجود دارد که البته می توان آنرا تغییر داد.

ترکیب یا اضافه کردن یک معیار برای جستجو

چگونه می توانم با کمک موتور جستجو، یک جستجو دقیق انجام دهم؟

با جستجوی یک کلید واژه یا عبارت، معمولاً میلیون ها نتیجه بدست می آید که بسیاری از این نتایج اغلب غیرمرتبط با جستجوی دلخواه می باشد. برای یافتن نتایج مرتبط تر و رسیدن به هدف، باید جستجو را دقیق تر انجام داده و یا حتی کلید واژه را مورد تجدید نظر قرار داد. در اینجا توصیه هایی برای اصلاح جستجو و انجام جستجوی دقیق ارائه شده است:

✳️ اضافه کردن یک یا چند لغات توصیفی بیشتر به مورد جستجو.

✳️ 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 نمی خواهید در نتایج ظاهر شوند، با استفاده از عملگر دودویی «-». برای مثال جستجوی «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 می شود، فضایی بین علامت «-» و لغت یا عبارتی که نمی خواهید در نظر بگیرید، وجود ندارد.

✳️ بعضی اوقات پیام هایی خواهید گرفت شبیه «your search did not match any documents» (جستجوی شما منطبق با هیچ مدرکی نیست) یا «No pages were found containing your query» (صفحه ای که در بردارنده سؤال شما باشد پیدا نشده است) یا «No results» (بدون نتیجه). این بدان معناست که مواردی برای جستجو یافت نشده و شما باید با تجدید نظر در عبارت، جستجو را دوباره انجام دهید.

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

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

۲. حذف لغتی که از اهمیت کمتری در عبارت مورد جستجو برخوردار است.

۳. اگر از عبارتهای جستجو استفاده می کنید، سعی کنید علامت های نقل قول را حذف کنید. (برای دستیابی به نتایج بیشتر).

۴. استفاده از واژه ها، املاء های برابر، فرم ها یا مترادف های جمع و عمومی تر: اخیراً موتور جستجوی Google™

یک شکل از جستجوی پیشرفته جدید ارائه داده است که به شما اجازه می دهد نه تنها برای یک کلید واژه ویژه جستجو کنید، بلکه برای مترادف های آنها نیز جستجو کنید. تنها کافی است، نشانه حروف «~» را به طور مستقیم در جلوی کلید واژه در عبارت مورد جستجوی خود قرار دهید (برای ریشه یابی لغات). برای مثال، کلید واژه «browser ~help» نه تنها «browser help» را جستجو می کند، بلکه «browser tips»، «browser support»، و «browser tutorials» را نیز جستجو می نماید.

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

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



شکل ۸-۶ جستجو در موتور جستجو Google

در الگوریتم طراحی شده برای اغلب موتورهای جستجو، در صفحاتی که واژگان جست و جو تکرار بیشتری داشته باشد، صفحات متناسب تر و مرتبط تر به حساب می آید. همه موتورهای جست و جو به شما این امکان را می دهد که نتایج جست و جو را به نحو مناسب محدود کنید. به عنوان مثال، وقتی در گوگل لغت خاصی را جست و جو می کنید، هزاران نتیجه به شما نشان داده می شود که ممکن است اکثر آنها مناسب نباشند. راه حل محدود کردن نتایج جست و جو این است که از علامت های ویژه در کنار عباراتی که مورد نظر شما نیست، استفاده کنید که به برخی از آنها اشاره شد. برخی موتورهای جستجو برای محدود کردن نتایج، کلمات اضافه و لغات کوچک را هنگام جستجو مورد توجه قرار نمی

دهند. به طور مثال از **to, the.is.from** صرف نظر می کنند. چنانچه فکر می کنید این کلمات در جست و جوی شما موثر است و منجر به کسب نتیجه بهتری از جستجو می شود، می توانید آن ها را با گذاشتن یک علامت «» مشخص کنید. همانطور که اشاره شد، وقتی شما در جستجوه دنبال یافتن یک عبارت مشخص هستید، ساده تر 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. چنان چه فقط بخشی از آدرس اینترنتی صفحه مورد نظرتان را می دانید، برای انجام جست و جوی سریع تر، می توانید کلمه ای را که مطمئن هستید در آدرس سایت وجود دارد، وارد کنید، به طور مثال عبارت **word:url** را در موتور جستجو وارد کنید. نتایج جستجو تنها شامل آدرس های اینترنتی خواهد شد که این کلمه خاص را در خود دارد.

نوعی جستجویی خاص نیز در گوگل وجود دارد، اگرچه همه از جزئیات آن خبر ندارند. گوگل به شما کمک می کند 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 جستجو

جستجوی ترکیبی یا فراموتورهای جستجو^۱، برای حل مشکل جستجوگرهای معمولی به کار گرفته می شود. برای مثال موتور جستجوی **Dogpile** یا **allthewed** که در واقع نوعی موتور جستجوی ترکیبی هستند، به شما امکان می دهند به آسانی در تمام موتورهای جستجوی شناخته شده اینترنت بتوانید متن، عکس، صدا، فیلم، خبر یا کالای مورد نظر خود را بیابید. یافته های **Dogpile** را می توان براساس نام موتورهای جستجویی که آن اطلاعات را پیدا کرده است و یا براساس نزدیکی یافته ها به عبارت مورد نظر شما تفکیک کرد. همین طور در سمت چپ صفحه فهرستی از کلید واژه های مرتبط با چیزی که شما در جستجوی آن هستید، ارائه می شود که خیلی وقت ها مفید خواهد بود. برای کسانی که در پی اطلاعات مربوط به شخص یا شرکت یا فروشگاه خاصی هستند، جستجو در کتاب های زرد و سفید هم امکان پذیر است. **Dogpile** ابزار جستجوی کوچکی هم دارد که اگر مایل باشید، می توانید به بالای صفحه مرورگرتان اضافه کنید تا جست و جو در آن آسان تر شود. به این ابزار، جستجوی خودکار گفته می شود که در بخش جستجوی 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 رسانه ها عمده ترین 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 جستجو، یکی از این ابزارها می‌باشد.



شکل ۹-۶ موتور جستجو Dogpile

۴-۶

جستجو از طریق پیمایش در وب

موتورهای جستجو چگونه اطلاعات را پیدا می‌کنند؟

موتورهای جستجوی پیمایشی مانند Google لیست خود را بصورت خودکار تشکیل می‌دهند. آنها وب را پیمایش کرده و سپس کاربران آنچه را که می‌خواهند از میانشان جستجو می‌کنند. اگر شما به عنوان دارنده یک سایت، در صفحه وب خود تغییراتی را اعمال نمایید، موتورهای جستجوی 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 جستجوی 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، آنرا 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 آنرا بیابد. هر مورد جدیدی که پیمایشگر پیدا نماید، به عنصر دوم یک موتور جستجو 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 جستجو 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 جستجو آن تغییر مشاهده گردد. نرم‌افزار موتور جستجو، سومین عنصر یک موتور جستجو است و به برنامه‌ای اطلاق می‌شود که بصورت هوشمندانه‌ای داده‌های موجود در فهرست را دسته‌بندی کرده و آنها را بر اساس اهمیت طبقه‌بندی می‌کند تا نتیجه جستجو با کلمه‌های درخواست شده هر چه بیشتر منطبق و مربوط باشد.

از دید موتورهای جستجو 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 پرس و جو کرده و در مورد آن از کسانی که به آن موضوع آشنا هستند سوال می‌کنید. در وب هم پیوندها نقش تایید کننده یک سایت را دارند، اگر چه پیوندهای تایید کننده وجود ندارد، اما وقتی یک سایت به سایت دیگر پیوند می‌دهد، در واقع از نگاه موتورهای جستجو آن سایت را تایید 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 سایتی که اعتبار بالاتری در موتورهای جستجو دارند، اهمیت بیشتری برای آنها دارد. در بسیاری از موارد، کاربران در جستجوی قالب‌های دیگر اطلاعاتی نظیر تصویر، ویدیو، خبر، کالا و ... در رابطه با موضوع مورد جستجو 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 جستجو. برای مثال موتور جستجوی 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 جستجو به صورت درخواست شما نمایش داده خواهد شد.



شکل ۱۰-۶

۲- استفاده از معیارهای جستجو. به عنوان مثال اگر شما به دنبال مطالبی در زمینه آموزش مجازی باشید و بخواهید نتایج جستجوی شما در قالب PDF باشد، کفایت در کادر متن موتور جستجو عبارت ترکیبی "e-Learning"&"PDF" 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 باشد.



شکل ۱۱-۶

موضوع دیگری که باید در اینجا به آن پرداخت این است که امروزه اکثر سایت ها دارای ابزاری بنام جستجو در درون خودشان هستند که به جستجوی موارد در محتوای همان سایت می پردازد. این ابزار به طور کلی با تکنیک موتورهای جستجو تفاوت دارد و بیشتر شبیه ابزار Find در نرم افزارهای واژه پرداز می باشد. البته برخی سایت ها با پیوند با گوگل، کاربر را در جستجوی یاری می کنند و با ارایه یک پیوند، دست کاربر را در جستجو در محتوای خود سایت یا کمک گوگل برای سایت های دیگر باز می گذارند.



شکل ۱۲-۶

تحلیل صفحه نتایج موتور جستجوی گوگل

صفحه نتایج موتور جستجوی گوگل - چه به فارسی باشد و چه به انگلیسی - را می توان به ۱۶ قسمت تقسیم نمود، که در زیر به شرح مختصر هر یک از آنها می پردازیم:

* پیوندهای بالایی صفحه گوگل. با کلیک روی هر گزینه مشخص می شود که در چه زمینه ای لازم است جستجو انجام گیرد. سایتها، تصاویر، خبرها، گروهها و ...

* دکمه Search یا جستجو برای شروع عمل جستجو بکار می رود. بجای بکار بردن این دکمه می توان کلید Enter را فشار داد.

* پیوند Advanced Search یا جستجوی پیشرفته شما را به صفحه تنظیمات پیشرفته جستجو می برد.

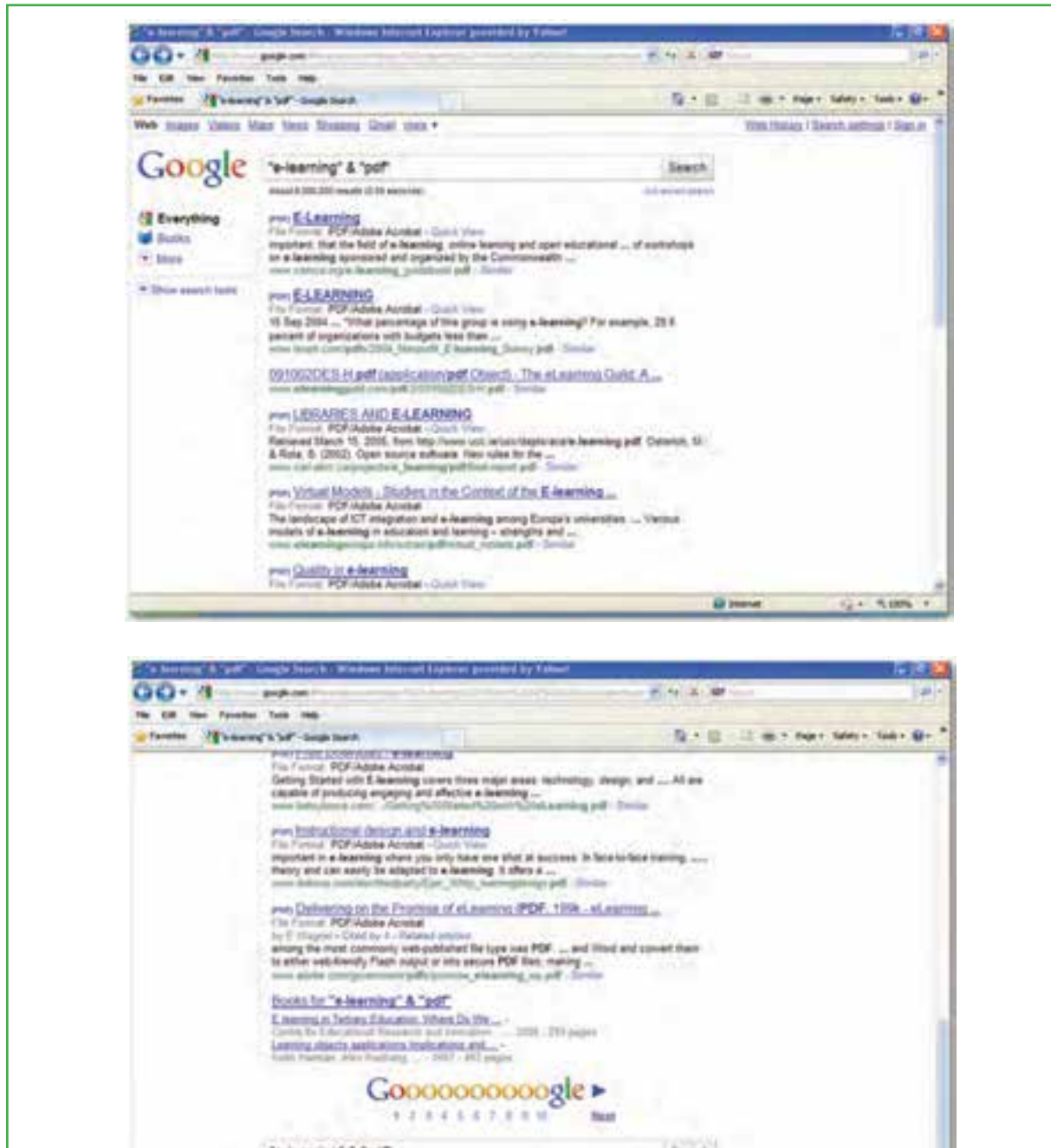
* کادر جستجو که برای تایپ نمودن کلمات مورد جستجو بکار برده می شود.

* پیوند Search Setting یا تنظیمات که شما را به صفحه تنظیمات گوگل هدایت می کند تا در آنجا مشخص کنید که

می خواهید در هر صفحه نتایج جستجو 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 جستجو طول کشیده است را نشان می دهد.

* Tip ها توضیحات کوتاهی هستند که شما را برای جستجوی بهتر راهنمایی می کنند.



شکل ۱۳-۶

* گوگل دارای منابع اطلاعاتی متنوع و ویژه ای است که بر اساس تجربه جستجوی کاربران مختلف جمع آوری شده اند و اغلب این منابع که به جستجوی شما نزدیکتر است و در بالای نتایج جستجوها قرار می گیرند. گوگل برای نتیجه گرفتن بهتر شما را به دیدن منابع اطلاعاتی خودش دعوت می کند.

* در قسمت نتایج جستجو اولین چیزی که مشاهده می شود عنوان صفحه ای است که کلمات مورد نظر در آن یافته شده است. گاهی اوقات در این قسمت یک آدرس اینترنتی قرار می گیرد که به معنای آن است که صفحه موردنظر بدون نام می باشد.

* پس از عنوان سایت، قسمت هایی از سایت که کلمات شما در آن یافت شده اند، بصورت خلاصه آورده می شود. این متن کوتاه به شما این امکان را می دهد تا قبل از کلیک کردن روی عنوان آن و دیدن محتویات سایت ببینید که آیا این صفحه کاملاً مطابق با خواسته شما می باشد یا نه.

* آدرس یا URL سایتی که کلمات در آن یافته شده اند، آورده می شود.

* اندازه یا سایز متنی قسمتی از سایت را که متن موردنظر شما در آن یافته شده است را نشان میدهد. در برخی موارد این اندازه دیده نمی شود.

* به هر دلیلی اگر با کلیک کردن بر روی عنوان سایت و یا آدرس سایت، قادر نیستید که محتویات آنرا ببینید، می توانید 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 جستجوی سریعتر بر روی سرور خود ذخیره می نماید. شما با کلیک کردن روی این گزینه می توانید به قسمتهای ذخیره شده روی سرور گوگل دسترسی پیدا کنید).

* با کلیک روی گزینه **Similar Pages** یا صفحات مشابه، موتور جستجوی گوگل شما را به سمت صفحاتی شبیه به صفحه یافته شده، راهنمایی می کند.

* وقتی که گوگل کلمه مورد نظر شما را در یک سایت و در چند صفحه پیدا می کند، ابتدا صفحه ای که به درخواست شما نزدیکترین را می آورد و سپس صفحه دوم را بصورت تو رفته نشان می دهد.

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

جستجوی پیشرفته

چگونه می توانم به کمک موتورهای جستجو، جستجو پیشرفته انجام دهم؟

استفاده از روشهای جستجوی پیشرفته به این دلیل اهمیت دارد که نتایج بدست آمده در جستجوهای ساده معمولاً بسیار زیاد و تا اندازه ای غیر مرتبط با موضوع مورد نیاز است. از این رو برای رسیدن به جستجوی دقیق و بازیابی منابع مرتبط با موضوع مورد نظر تا حد امکان از صفحه یا حالت جستجوی پیشرفته استفاده می شود. البته همان طور که در ابتدای فصل اشاره شد، یکی دیگر از امکانات جستجوی دقیق تر استفاده از عملگرهای دودویی (AND، OR، NOT) می باشد. امروزه بیشتر موتورهای جستجو امکان جستجو از طریق عملگرهای دودویی را در اختیار کاربر قرار می دهند. این امکان یکی از برجسته ترین و مهمترین قابلیت های موتورهای جستجو به شمار می روند. این عملگرها به منظور ترکیب واژه های مورد جستجو استفاده شده و بسته به کاربرد هر یک، نتایج جستجو را محدود و یا گسترده می نمایند.

به هر حال باید گفت که جستجو در اینترنت یک فن است و افراد موفق در این زمینه، کسانی هستند که نهایت توانایی موتور جستجوی مورد علاقه خود را بدانند. یکی از قابلیتهای موتورهای جستجوی پیشرفته امکان استفاده از عملگرهای منطقی در عبارت جستجو است. به عنوان مثال موتور جستجوی پارسیک از برخی عملگرهای منطقی پشتیبانی میکند و می توان آنها را در عبارات جستجو وارد نمود. یکی از مزایای فوق العاده موتور جستجوی پارسیک، پشتیبانی از عملگرهای منطقی فارسی است (عملگرهای و، یا، و نه). استفاده از این عملگرها علاوه بر اینکه فهم آن برای کاربران فارسی زبان راحت تر است، استفاده از آن در بین کلمات فارسی نیز ساده تر خواهد بود.

جستجوی موفق با موتورهای جستجو

جستجو در شبکه اینترنت آسان، اما یافتن اطلاعات مفید و مناسب دشوار است. با وجود قابلیت هایی که موتورهای جستجو در امر بازیابی اطلاعات دارند، انجام فرایند جستجو در آنها نیز نیازمند رعایت اصول و نکته هایی است و به مهارتهای خاصی در امر جستجو نیازمند است که بدون توجه به آنها، انجام عمل جستجوی موفق تقریباً امکان ناپذیر و در بعضی موارد حتی ناممکن می باشد. در این بخش اصول و رهنمودهایی برای جستجوی موفق و مفید در موتورهای جستجو ارائه می گردد. این راهنماها با واژه هایی چون (Help) یا (search help) در صفحه نخست

موتور جستجو مشخص شده اند. این راهنماها در واقع واسط کاربر هر موتور جستجو می باشند. لذا بهتر است برای آشنایی با نحوه جستجو و بدست آوردن اطلاعات بیشتر در مورد خدمات و امکانات موتورهای جستجو نظیر اصول کلی جستجو، عملگرهای دودویی و محدود کننده ها، می توان به این راهنماها مراجعه کرده و از آنها برای انجام فرایند جستجو کمک گرفت.

۱- همانطور که اشاره شد برای دقیق تر کردن جستجو و همچنین محدود و یا گسترده کردن دامنه جستجو، می توان از عملگرهای بولی (AND، OR و NOT) استفاده نمود. این عملگرها بسته به کاربرد هر یک، دامنه جستجو را محدود و یا گسترده می نمایند. برای مثال اگر عبارت جستجو (Football AND Box) باشد، موتور جستجو به دنبال صفحاتی می گردد که حاوی هر دو کلمه فوتبال و بوکس باشند. اما اگر عبارت جستجو (Football OR Box) باشد، موتور جستجو تمام صفحاتی را که حاوی یکی از این کلمات و یا هر دوی آنهاست را به عنوان نتیجه بر می گرداند. هر چه تعداد کلمات کلیدی بیشتری به وسیله عملگر OR در عبارت جستجو به کار رود، نتایج حاصله دقت کمتر ولی حجم بیشتری خواهد داشت. همچنین اگر عبارت (Football Not Box) را مورد استفاده قرار گیرد، موتور جستجو فقط صفحاتی را بازیابی می کند که حاوی کلمه فوتبال و فاقد کلمه بوکس باشد. در صورت استفاده از عملگر Not نتایج حاصله دارای حجم کمتری بوده ولی دقت بیشتری خواهد داشت.

۲- در هنگام جستجو در موتور جستجو، باید از کلمات کلیدی و درست استفاده شود. به عبارت دیگر وقتی عبارت جستجو تهیه می شود، باید در آن عبارت یک یا چند کلمه کلیدی به کار رفته باشد. هر چه تعداد کلمات کلیدی در عبارت جستجو بیشتر باشد، نتایج بهتری حاصل خواهد شد. کلمات کلیدی که در یک عبارت جستجو به کار می روند، با نمایه ها یا فهرست راهنمای صفحات در دسترس موتور جستجو مقایسه می شوند، در نتیجه نباید از به کار بردن تعداد زیاد کلمات کلیدی در عبارت جستجو هراس داشت.

۳- باید در املای کلمه مورد جستجو دقت شود و سعی کرد که انواع مختلف املای واژه یا اصطلاح را جستجو نمود. اگر شما املای دقیق کلمات را نمی دانید، بهتر است از کاراکترهای عمومی استفاده کنید. در بسیار از موتور های جستجو می توان برای یافتن اطلاعات در مورد کلماتی که از املای آنها اطمینان وجود ندارد، از کاراکترهای عمومی استفاده کرد. در بیشتر موارد می توان کاراکتر * را به جای حرفی مورد شک قرار داد.

۴- برای رسیدن به نتایج بهتر در جستجو می توان از واژه ها و اصطلاحات خاص استفاده کرد. هر چه واژه جستجو خاص تر باشد، نتایج جستجو دقیق تر خواهد بود. برای مثال اگر به دنبال اطلاعاتی در باره یک پایگاه اطلاعاتی در حوزه کتابداری و اطلاع رسانی باشید، می توان به جای استفاده از عبارت طولانی library And information science data base نام خاص پایگاه اطلاعاتی مثلاً (lisa) را برای جستجو استفاده نمود.

۵- می توان از مترادف های مختلف کلید واژه مورد نظر استفاده نمود. با به این نکته توجه داشت که کاربران معمولاً در جستجوی یک واژه نیستند، بلکه در جستجوی یک مفهوم و موضوع می باشند. بنابراین برای رسیدن به نتایج بهتر در امر جستجو، می توان از مترادف های کلید واژه مورد جستجو استفاده کرد. برای مثال واژه های (Electronic journals) و (Electronic magazine) همگی مفهوم مجلات الکترونیکی را بیان می کنند و استفاده از هر کدام از آنها می تواند در امر جستجو در کسب نتایج بهتر، کمک نماید.

۶- برای رسیدن به نتایج مطلوب و مفید از صفحه یا حالت جستجوی پیشرفته (Advanced search) استفاده کنید.

۷- آنجا که هر یک از موتورهای جستجوی اینترنت دارای مجموعه ای از امکانات و قابلیت های کاوش خاص خود می باشند، بهتر است برای رسیدن به نتایج مطلوب در امر جستجو بیش از یک موتور جستجو را در فرایند جستجو بازدید نمود.

۸- برای انجام جستجو در موتورهای جستجو می توان از قسمت (web Directory) که معمولاً در صفحه نخست موتورهای جستجو مشخص شده اند، استفاده نمود. در این قسمت رده های موضوعی مختلفی برای دسترسی به اطلاعات مشخص شده اند که در صورت کلیک بر روی هر کدام از آنها می توان به مقوله ها و موضوعات فرعی مرتبط با آنها دسترسی پیدا کرد. به عنوان مثال در قسمت (web Directory) موتور جستجوی گوگل، تعداد ۱۶ مقوله و رده اصلی و پایه موضوعی نظیر Reference, computers and internet و غیره فهرست شده اند که جستجو گران می توانند با استفاده از آنها به مباحث و موضوعات مورد نظر خود دسترسی پیدا کنند. برای مثال در موتور جستجوی گوگل در صورت انتخاب رده موضوعی (Reference)، گزینه ها و مقولات فرعی آن نظیر (libraries, Education, Maps) ظاهر می شوند که با کلیک بر روی گزینه (libraries) و سپس گزینه (library and information science)، سایتهای مرتبط با حوزه کتابداری و اطلاع رسانی ظاهر می شوند.

۹- نکته اساسی بعدی آن است که برای جستجوی دقیق تر، می توان کلمات کلیدی خود را با اصلاح کننده ها ویرایش نمود. یک اصلاح کننده علامتی است که موتور جستجو را وادار می کند با کلمه ای که درست بعد از آن قرار دارد، رفتار خاصی داشته باشد. چند نوع اصلاح کننده وجود دارد که تقریباً در تمام موتورها جستجو تعریف شده اند و موتورهای جستجو برای جستجوی دقیق، آنها را اعمال می کنند. این اصلاح کننده ها عبارتند از: علامت نقل قول برای جستجوی عبارتها، به کارگیری علامت جمع (+) و تفریق (-) و نیز استفاده از عملگرهای دودویی و یا استفاده از جستجوهای منطقی است.

علامت نقل قول

برای انجام جستجو براساس یک عبارت (مجموعه ای از واژه ها که با ترتیب خاصی پشت سرهم قرار گرفته باشند) لازم است عبارت مزبور را داخل یک علامت نقل قول «» قرار گیرد. این نوع جستجو معمولاً برای یافتن اطلاعات در مورد افراد و سازمانها

مورد استفاده قرار می‌گیرد. مثلاً وقتی شما عبارت اقتصادی زیر را برای جستجو به کار می‌برید، لازم است آنها را داخل علامت نقل قول قرار دهید. «trade liberalization»، «monetary policy»، «opportunity cost» و «liquidity trap». در حقیقت با قرار دادن نقل قول در طرفین یک عبارت، اطمینان حاصل می‌کنید که تنها صفحاتی به عنوان نتایج جستجو بازگردانده خواهند شد که هم شامل تمام واژه‌های تشکیل دهنده عبارت مورد نظر بوده و هم شامل واژه‌هایی هستند که ترتیب آنها با ترتیب واژه‌ها در عبارت مورد نظر یکسان باشد.

عملگر جمع (+) و تفریق (-)

اغلب شرایطی پیش می‌آید که لازم است جستجو بر اساس چندین واژه که الزامی به هم جوار بودن آنها وجود ندارد، انجام گیرد. در چنین مواقعی استفاده از روش جستجوی مبتنی بر عبارت مناسب نخواهد بود و به جای آن باید از عملکرد جمع «+» استفاده کرد. در این صورت، تنها دسته‌ای از صفحات وب که حاوی هر دو واژه فوق هستند به عنوان نتیجه جستجو بازگردانده خواهند شد. هنگام استفاده از عملکرد جمع به سه نکته زیر توجه نمود:

الف) نیازی به تایپ عملگر جمع قبل از اولین واژه در جمله معیار وجود ندارد.

ب) احتیاجی به ایجاد فاصله خالی بین عملگر جمع و واژه بعد از آن وجود ندارد.

ج) به دنبال هر یک از واژه‌های تشکیل دهنده جمله معیار، یک فاصله خالی ایجاد کنید.

عملکرد جمع به طور خاص زمانی مفید خواهد بود که با انجام یک جستجو در وب، منجر به حصول انبوهی از نتایج شده و لازم باشد نتایج دقیق‌تر و محدودتری گردد. در این حالت، با افزودن یک یا چند جزء به جمله معیار (که قبل از هر یک از آنها یک بعلاوه وجود دارد) می‌توان جستجو را محدودتر کرده و به این ترتیب فقط اطلاعات خاص مورد نظر خود را پیدا نمود. گاهی شما مایلید یک موتور جستجو صفحاتی را بیابد که حاوی یک واژه و در عین حال، فاقد یک واژه دیگر باشد. در این صورت می‌توانید از عملگر تفریق (-) استفاده نمایید.

علامت ~ (مد)

گاهی در جستجو نه تنها به دنبال کلمه خاصی هستیم، بلکه مترادف‌های آن نیز برایمان مهم است. در این صورت با قرار دادن علامت ~ (مد) در جلو کلمه می‌توانیم این کار را انجام دهیم. برای مثال اگر در کادر جستجو عبارت «کیفیت غذا» را تایپ کنید، در نتیجه سایت‌هایی ظاهر خواهند شد که کلمه «کیفیت» و کلمه «غذا» در آنها وجود داشته باشد و حتی ممکن است که این دو کلمه اصلاً به هم ربط هم نداشته باشند. اما اگر عبارت «~کیفیت ~غذا» را تایپ نمایید، موتور جستجو به دنبال سایت‌هایی می‌گردد که درباره کیفیت غذاها نوشته باشند.

عملگر SITE

اگر می خواهید که عمل جستجو در سایت خاصی انجام گیرد، می توانید پس از وارد نمودن کلمه مورد نظر، عملگر Site: را آورده و پس از آن آدرس سایت را بیاورید. برای مثال برای جستجوی «عراق» در سایت nytimes.com دانشگاه استانفورد می توانید بنویسید: Iraq site : nytimes

عملگر ..

برای اینکه جستجو را محدود به سایتهایی کنید که در آنها اعداد محدوده خاصی وجود داشته باشند، می توانید از این عملگر برای نشان دادن محدوده عددی مورد نظر بهره برید. مثلاً اگر به دنبال DVD Player های با قیمت ۲۵۰ تا ۳۵۰ دلار می گردید، بایستی عبارت ۳۵۰ .. ۲۵۰ \$ DVD player را تایپ کنید. توجه داشته باشید که بین دو نقطه عملگر هیچ فاصله ای نباشد.

جستجوی پیشرفته در گوگل

در جلوی نوار جستجوی گوگل گزینه ای با عنوان «جستجوی پیشرفته^۱» وجود دارد. با کلیک کردن روی این گزینه وارد صفحه ای با همین نام خواهید شد. در این صفحه شما می توانید با اعمال تنظیمات و بکار بردن عملگرهای خاصی دقت جستجو را افزایش دهید.

در بخش جستجوی پیشرفته گوگل چندین کادر وجود دارد که در زیر به شرح تک تک آنها می پردازیم :

کادر all these words : این کادر مشابه همان کادریست که در حالت عادی گوگل با آن کار کرده اید .

کادر this exact wording or phrase : وقتی می خواهید عبارتی خاص را جستجو کنید، آن عبارت را درون این کادر تایپ کنید . به این معنی که عبارت عیناً جستجو شود. در حالت عادی کلمات یک عبارت جدا جدا جستجو می شوند، ولی در این حالت کل عبارت به صورت یکجا جستجو خواهد شد .

کادر one or more of these words : این کادر شامل سه قسمت است . کلمه یا عبارت داخل هر کدام از کادر ها به صورت جداگانه جستجو خواهد شد . یعنی یا کادر اول یا کادر دوم و یا کادر سوم .

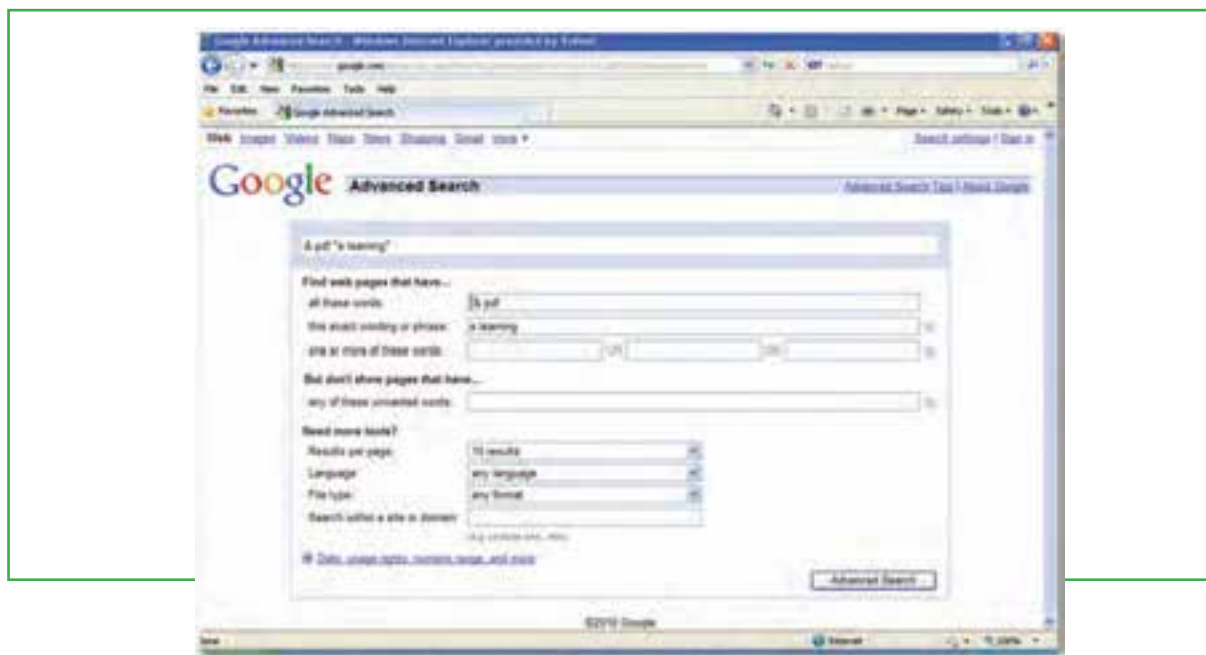
کادر any of these unwanted words : اگر بخواهید کلمه یا عبارتی در نتیجه ی جستجو نباشد، آن را درون این کادر تایپ نمایید. گوگل فقط سایت هایی را لیست خواهد کرد که کلمه یا عبارت درون این کادر در آن نباشد .

کادر Results per page : تعداد سایت های لیست شده در هر صفحه را تعیین می کند .

کادر Language : زبان سایت هایی در نتیجه ی جستجو خواهند آمد را تعیین می کند. برای مثال اگر شما از این کادر گزینه ی Persian را انتخاب کنید، فقط سایت های فارسی زبان در نتیجه ی جستجو برای شما نشان داده خواهد شد .

کادر File type : نوع فایل مورد جستجو را تعیین می کند. مثلاً اگر از این کادر PDF را انتخاب کنید، نتیجه ی جستجو فقط فایل های کتاب الکترونیکی PDF خواهد بود . به عبارت دیگر، اگر بدنبال فایل خاصی می گردید، پسوند آن را از این کادر انتخاب کنید .

کادر Search within a site or domain : اگر می خواهید در سایتی خاص بدنبال مطلبی بگردید، آدرس آن سایت را درون این کادر وارد کنید .



شکل ۱۴-۶

۶-۶

ذخیره کردن تصویر از صفحه وب

چگونه می توانم یک تصویر را از روی اینترنت ذخیره کنم؟
وقتی شما از موتور جست و جویی استفاده می کنید که برای جستجوی تصاویر، پیش نمایشی از آن ها را نشان نمی دهد، ممکن است آدرس سایت هایی را برایتان بیابد که شامل عکس مورد نظرتان نباشد. برای نتیجه گیری سریع تر می توانید به نشانی image.google.com مراجعه کنید. در این جا کافی است نام شخص یا موضوع مورد نظر را وارد

کنید. گوگل تصاویر بندانگشتی^۱ در این رابطه را نمایش خواهد داد. برای ذخیره کردن یک تصویر یا صفحه قبل از باز کردن آن فقط کافیست روی پیوند مورد نظر کلیک راست کرده و از منوی ظاهر شده گزینه Save target as را انتخاب کنید. در پنجره ای که ظاهر خواهد شد، درایو و مسیری را که برای ذخیره محتوای پیوند مورد نظر در نظر گرفته اید انتخاب کنید. برای سرعت بیشتر در مشاهده یک صفحه وب می توانید پخش صدا و نمایش تصاویر را غیرفعال کنید. بدین منظور از منوی Tools گزینه Internet options را انتخاب کرده و در زبانه advanced های Show و Play sounds, Play animations, Play videos و picture را غیر فعال کنید.



شکل ۱۵-۶

نمایه سازی تصویر

به علت حجم زیاد منابع تصویری، استفاده کننده برای یافتن تصویر علاوه بر موتورهای جستجو، به یک نمایه جامع از تصاویر اینترنت نیاز دارد که بدون آن بازیابی تصویری خاص از اینترنت می تواند خیلی دشوار و زمان بر باشد. اطلاعات مورد نیاز برای یافتن تصاویر بر روی وب جهان گستر را به طور کلی از دو منبع می توان به دست آورد: متن مربوط به تصویر و خود تصویر. هنگام استفاده از اطلاعات این دو منبع، برنامه ای باید بتواند با موفقیت تصاویر درخواستی را بازیابی کند که آن برنامه موتورهای جستجوی تصاویر هستند. در نظام مبتنی بر متن اطلاعات مربوط به متن خود تصویر بر اساس موقعیت هایشان رده بندی می شوند.

۶-۷

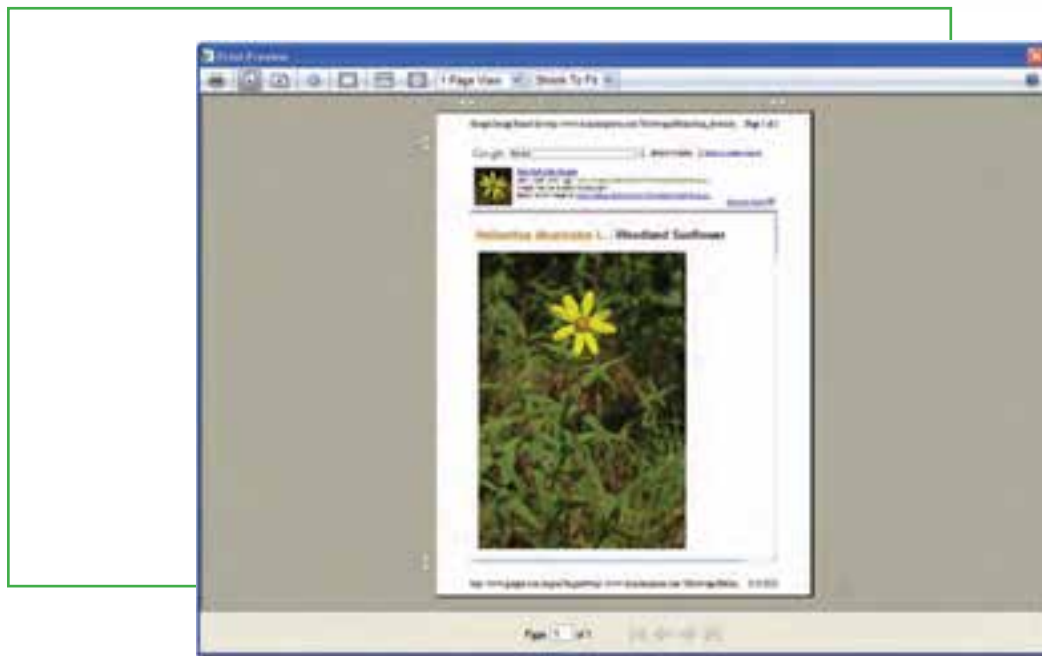
شناسایی اصول چاپ یک صفحه وب

یک صفحه وب چگونه چاپ می شود؟

اینترنت برای نمایش صفحات وب روی صفحه نمایش رایانه، از قالب خاص خودش استفاده می کند. اکثر اوقات وقتی می خواهید یک صفحه وب را چاپ کنید، این قالب نمی تواند برای چاپ بر روی کاغذ مناسب باشد. این مشکل

حتی با بریدن و چسباندن صفحات وب در یک واژه پرداز هم حل نمی شود. امروزه اکثر صفحات وب، حاوی یک انتخاب برای نسخه قابل چاپ بر روی صفحه می باشند که کاربران بتوانند موضوعات را با وضعیت مناسب و بدون به هم ریختگی چاپ نمایند. با زدن این دکمه یا نوشته، که معمولاً بالا یا پایین صفحه قرار گرفته است، متن مورد نظر بدون قالب، چاپ می شود. معمولاً آگهی ها هم در این شیوه چاپ نمی شوند. اگر چنین دکمه ای روی صفحه نباشد، می توان با استفاده از گزینه **PRINT PREVIEW**، آنچه قرار است چاپ شود را مشاهده کرد. برای این منظور کافیست در مرورگر وب به منوی **File** رفته و گزینه **print preview** را انتخاب کنید. بدین ترتیب می توان دید که صفحه وب در هنگام چاپ روی کاغذ، چقدر پهن یا طویل است. سپس بجای چاپ صفحه ناقص، فقط قسمتهای مورد نیاز را با بریدن و چسباندن، انتخاب کرده و چاپ کنید. استفاده از این روش گاهی دردسر را دو چندان می کند، چون اکثر سایت ها متون را داخل جداول و کادرهایی قرار می دهند تا بتوانند صفحات را بهتر کنترل کنند، و شما این جداول و کادرها را نیز کپی می کنید و در اینجا مشکلات دوباره شروع می شود. یک روش برای حل این مشکل آن است که وقتی متن مورد نظرتان را انتخاب و کپی کردید، هنگام وارد کردن در واژه پرداز از منوی **edit**، گزینه **paste special** را انتخاب کرده و سپس از منوی ظاهر شده، **unformatted** را انتخاب کنید. اگر متن انتخابی شما فارسی باشد، شاید این روش مناسب نباشد، چون متن قابل استفاده نخواهد بود و یا اگر در داخل متن، تصویر هم باشد، آنگاه باید از **paste** معمولی استفاده کنید و آنگاه پیوندها و زواید همراه آمده را پاک کرده و متن را تمیز نمایید. می توان بعد از **paste** کردن، متن مورد نظر را یکبار دیگر از داخل جدول یا کادر، کپی و در جای دیگر **paste** نمود و سپس جدول یا کادر باقیمانده را پاک کرد. برای پاک کردن جدول می توانید از منوی **table**، جدولتان را **select** کرده سپس **delete** کنید. قابل توجه است که وقتی در مرورگر وب خود گزینه **Print** را برای چاپ صفحه روی کاغذ انتخاب می کنید، چند کنترل (هر چند محدود) در اختیار شماست.

روی منوی **File** کلیک کرده و گزینه **Page Setup** را انتخاب کنید. با این انتخاب های محدود می توانید جهت کاغذ، حواشی و اندازه کاغذ را تعریف کنید. در ضمن می توانید سرتیتر و پانویشت های صفحات وب در هر صفحه کاغذی را نیز مشخص نمایید. سرتیتر در بالای صفحه و پانویشت در پایین صفحه ظاهر می شود. متأسفانه این کنترلها به صورت کد به کار می روند و به خاطر سپاری آنها کمی مشکل است. معمولاً برای چاپ صفحات وب برنامه های مجانی هم وجود دارند که کار را بسیار ساده می کنند. یکی از برنامه های مفید این رده **Easy-Webprint** است که قابلیتهای خوبی دارد و به شما اجازه می دهد تا اندازه صفحات را به دلخواه تنظیم کنید. لازم به ذکر است که برخی سایت ها انتخاب قابل چاپ مقالات و نوشته ها را در اختیار کاربران قرار می دهند تا اینگونه مشکلات در هنگام پرینت اتفاق نیفتد.

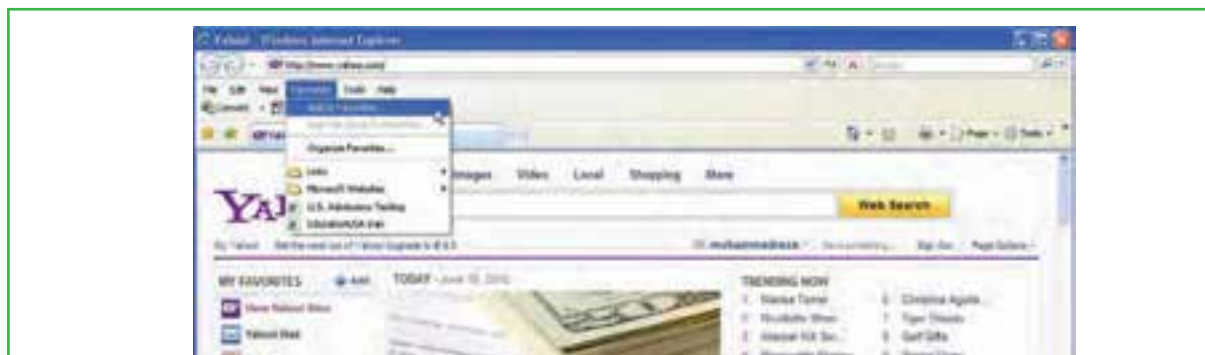


شکل ۱۶-۶

۶-۸

اضافه کردن یک صفحه وب به پوشه های علاقمندی ها و بوک مارک ها

علاقمندی ها یا بوک مارک ها و عملکرد آن ها بیشتر مواقع برای کسانی مفید است که به صورت روزانه تعدادی سایت پایه را مرور می کنند. در مرورگر Internet Explorer وقتی به سایتی علاقمند باشید و بخواهید آدرس آن را یادداشت کنید تا در آینده هم بتوانید از آن استفاده نمایید، می توانید بر روی دکمه های CTRL+D کلیک کنید تا پنجره علاقمندی ها^۱ باز شده و بتوانید این سایت را در قسمت علاقه مندی ها ذخیره نمایید. البته این کار با کلیک بر روی منوی Favorites و انتخاب گزینه Add to Favorites هم امکانپذیر است. (شکل ۱۷-۶)



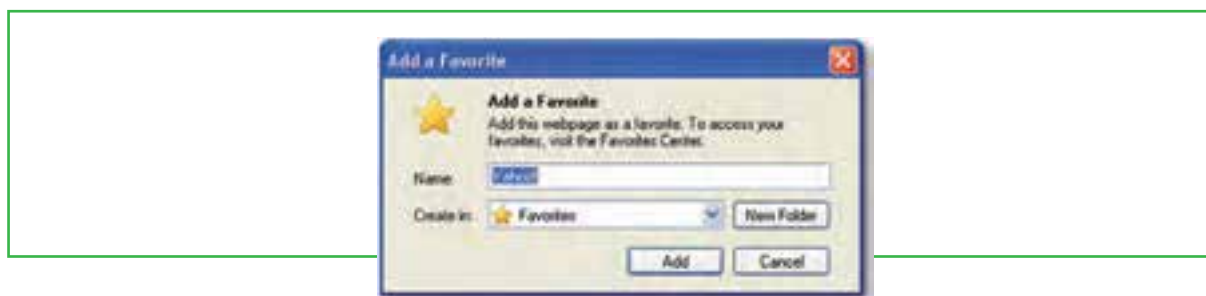
شکل ۱۷-۶ اضافه کردن صفحه وب به پوشه علاقمندیها در نرم افزار Internet Explorer

در مرورگر Firefox هم به همین ترتیب مفهومی به نام بوک مارک وجود دارد که برای بوک مارک کردن یا همان اضافه کردن آدرس سایت در لیست علاقه مندی ها از دکمه های ترکیبی و همزمان CTRL+ SHIFT+L استفاده می شود. (شکل ۱۸-۶)



شکل ۱۸-۶ اضافه کردن به بوک مارک ها در نرم افزار mozilla Firefox

با انتخاب این عمل صفحه یا Tab مورد نظر به بوک مارک های شما اضافه می شود. همانطور که می دانید می توانید صفحات وب جدید را در همان پنجره اصلی به عنوان Tab باز کنید و این امکان علاوه بر نرم افزار Firefox، در نسخه ۷ به بعد نرم افزار Internet Explorer نیز مهیا شده است. به هر حال، با انتخاب این گزینه، پنجره ی شکل ۱۹-۶ نمایش داده خواهد شد. می توانید برای بوک مارک خود یک اسم انتخاب کنید و در بخش «Name» آنرا وارد نمایید. همچنین باید پوشه و مسیری که نرم افزار صفحه را در آن ذخیره کند را تعیین کنید.

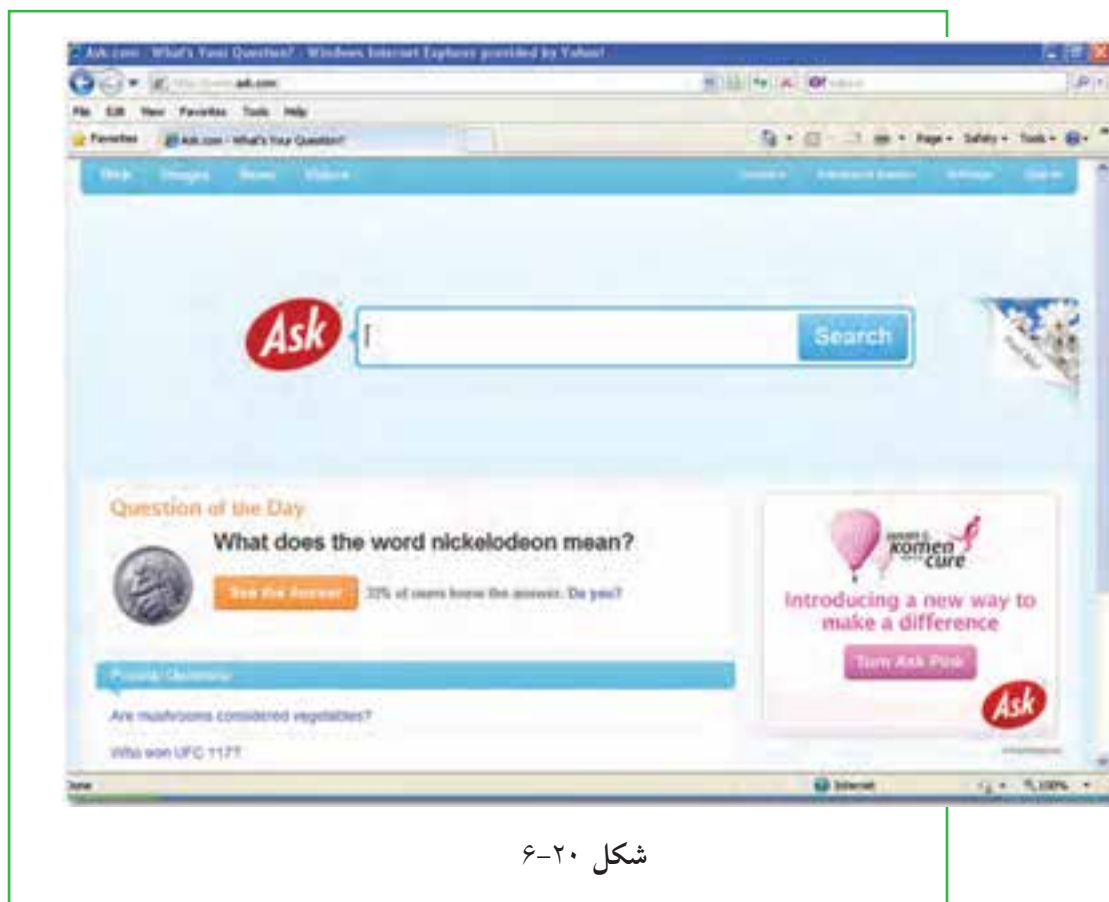


شکل ۱۹-۶

برای پاک کردن یک صفحه وب از لیست کافیسست بر روی منوی «Bookmarks» در نوار ابزار کلیک کرده و بعد از پیدا کردن صفحه مورد نظرتان، بر روی گزینه Remove Bookmark کلیک نمایید.

نکته

در برخی از موتورهای جستجو مانند Ask Jeeves ، شما می توانید به جای کلمه کلیدی یا عبارت مورد نظر خود سوالی را به زبان انگلیسی وارد کنید. مثلا پرسید: **What is the Currency in Iran?** (واحد پول ایران چیست) با اینکار موتور جستجوی Ask Jeeves ، لیستی از لینک های مرتبط با سوال شما را نمایش می دهد. (لازم نیست حتما علامت سوال را در انتهای جمله تایپ کنید)



شکل ۲۰-۶

مطالعه آزاد- طراحی سایت و موتورهای جستجو

پیوندها اصلی ترین و گاه تنها راه ارزش گذاری سایت ها و صفحات از طرف موتورهای جستجو است که به همین دلیل پیوندهای ورودی، پیوندهای خروجی و همین طور پیوندهای دوطرفه در موردهای بعدی به طور جداگانه بررسی می شود.

۱- پیوندهای ورودی به سایت

همان طور که گفتیم پیوندها اصلی ترین راه ارزش گذاری صفحات از طرف موتورهای جستجو هستند. شاید بد نباشد که به اختصار علت اهمیت بالای پیوندها در ارزش گذاری صفحات وب را بررسی کنیم. همان طور که اشاره شد پیوندها گاه تنها روش ارزش گذاری صفحات هستند و برای موتورهای جستجو راه دیگری برای اینکه تشخیص دهند یک صفحه چقدر مهم است وجود ندارد. وب تنها ساختاری از صفحات ابرمتن (hypertext) است که راه ارتباطی بین آنها تنها پیوند ها هستند. از طرف دیگر پیوندها خود به خود به وجود نمی آیند و وقتی دارندگان یک صفحه وب به صفحه یا سایتی دیگر پیوند ایجاد می کنند، خود نشان دهنده این است که به آن صفحه و یا سایت توجه نشان داده اند و از این رو می توان گفت که پیوندها همان توجه افراد به صفحات مختلف در وب است و می تواند به عنوان یک ملاک هوشمندانه و نه ماشینی مورد توجه قرار گیرد. (البته پیوندها به صورت ماشینی هم می توانند ایجاد شوند که باز هم می توان گفت در جهت هدف هوشمندانه طراح آن برنامه ای است که پیوندها را ایجاد کرده است). پیوندهای ورودی به سایت ما پیوندهایی هستند که در سایتهای دیگر به سایت ما ایجاد شده اند که هر چه تعداد آنها بیشتر باشد رتبه ما نزد موتورهای جستجو بالاتر می رود. البته همان طور که قبلا هم گفته شد هرچه اعتبار سایت پیوند دهنده بیشتر باشد، پیوند او هم از اهمیت بیشتری برخوردار است. برای روشن تر شدن موضوع فرض کنید کلیه سایتهای اینترنت را از نظر اعتبار به A, B, C و D رتبه بندی کرده ایم که A بالاترین رتبه و D پایین ترین رتبه می باشد. سایت ما هم در رتبه C قرار دارد. در این حالت اگر سایتهای رتبه D به سایت ما پیوند دهند، حتی اگر تعداد آنها فراتر از ۱۰۰۰ تا باشد تاثیر چندانی در افزایش رتبه سایت ما ندارد. حال اگر سایتهای هم رتبه ما یعنی C به سایت ما پیوند دهند، تنها باعث افزایش اعتبار سایت ما در میان سایتهای رتبه C خواهد شد و باعث ارتقای رتبه آن به B یا A نخواهد شد. حال اگر سایتی با رتبه بالاتر یعنی B به سایت ما پیوند دهد، باعث افزایش اعتبار سایت و احتمالاً بالا رفتن رتبه آن خواهد شد. حال اگر این پیوند از رتبه بالاتر یعنی A باشد، این ارتقای رتبه و اعتبار بسیار بیشتر خواهد بود. در وب هرچه رتبه سایتهای بالاتر می رود، تعداد سایتهای موجود در آن رده هم کمتر می شود. به عنوان یک مثال در دنیای واقعی می توان به رتبه بندی افراد در یک اداره اشاره کرد که در آن رئیس بالاترین رتبه را دارد و بعد از او معاونین و بعد مدیران بخش و بعد سرپرستان و بعد کارمندان و الی آخر. مشاهده می کنیم که هرچه رتبه افراد بالاتر

می رود تعداد آنها هم کمتر می شود. موردی که در اینجا لازم است روی آن تاکید شود اشتباه رایجی است که در میان برخی مدیران سایتها وجود دارد. بعضی از آنها فکر می کنند اگر رتبه سایت آنها اگر مثلاً B شود، همیشه باید در نتایج جستجو بالاتر از سایت‌های C قرار گیرند و در واقع این تصور اشتباه است. وقتی که رتبه سایت شما مثلاً B می شود، در واقع اعتبار سایت شما به این رتبه رسیده است و حال اگر روی هر کلمه و یا کلمات کلیدی در سایت تان توجه کنید، می توانید جایگاه بالاتری در نتایج جستجو از سایت‌های رتبه پایین تر کسب کنید. به عبارت دیگر نتایج جستجو بر اساس موضوع هستند و نه اعتبار سایت. اعتبار سایت در واقع در نحوه چینش نتایج جستجو در یک موضوع تاثیر دارد که میزان تاثیر آن هم بر طبق فرمول های محاسباتی موتورهای جستجو می باشد.

۲- پیوندهای خروجی از سایت

همان طور که اشاره شد پیوندهای ورودی به سایت باعث افزایش اعتبار سایت در نزد موتورهای جستجو می شوند. اما نقش پیوندهای خروجی از سایت ما چیست؟ آیا همان طور که پیوندهای ورودی باعث افزایش اعتبار می شوند، پیوندهای خروجی هم باعث کاهش اعتبار سایت می شوند؟ در واقع اگر این سوال را از دید منطقی بررسی کنیم، پیوندهای خروجی نباید هیچ نقشی در کاهش اعتبار سایت داشته باشند زیرا تنها نشان دهنده توجه به سایت پیوند شده هستند. اما طراحان موتورهای جستجو کم کم به این نتیجه رسیدند که سایت ها معمولاً به سایت‌های با رتبه پایین تر پیوند نمی دهند و از این موضوع اینطور نتیجه گیری کردند که «اگر عمده پیوندهای خروجی سایتی، سایت های با رتبه پایین تر باشد، پس خود این سایت هم احتمالاً به این رتبه از سایتها تعلق دارد.» این نتیجه گیری باعث دخالت دادن فاکتور دیگری در فرمول ارزش گذاری سایت ها گردید که پیوند دادن به سایت‌های با رتبه پایین تر، تا اندازه ای تاثیر منفی در ارزش سایت دارد. از طرف دیگر عده ای با آگاهی از نحوه ارزش گذاری صفحات توسط موتورهای جستجو و تاثیر پیوندهای ورودی، شروع به پیوند دادن بی قید و شرط به سایت های مورد حمایت شان کردند که طراحان موتورهای جستجو برای مقابله با این سو استفاده و همینطور برقراری توازن بین پیوندهای ورودی و خروجی، اقدام به دخالت دادن فاکتور پیوندهای خروجی نمودند که همان طور که اشاره شد تنها پیوند دادن به سایت‌های با رتبه پایین تر، تاثیر منفی روی اعتبار سایت دارد.

باید توجه داشت که نحوه محاسبه و تاثیرگذاری پیوندهای ورودی و خروجی پیچیده تر از چیزی است که در اینجا شرح داده شده و تاثیر این فاکتورها با توجه به ارتباطشان با فاکتورهای دیگر به صورت شناور تغییر می کند، اما به طور کلی می توان گفت که میزان تاثیر منفی پیوندهای خروجی به سایت‌های با رتبه پایین تر تا حد زیادی کمتر از تاثیر مثبت پیوندهای ورودی به سایت می باشد.

۳- پیوند های دوطرفه

با توجه به آنچه در پیوندهای ورودی و در پیوندهای خروجی شرح داده شد، شاید تصور شود پیوند دو طرفه همان پیوندهای ورودی و خروجی بین دو سایت است. اگرچه این تعبیر درست است، اما به نظر می رسد که پیوندهای دوطرفه معنای ویژه ای برای برخی موتورهای جستجو بخصوص گوگل دارند. به نظر می رسد از دید گوگل وقتی دو سایت با هم پیوند دوطرفه دارند، به نوعی به هم وابسته بوده و ارتباط دارند و بالا بودن رتبه یکی باعث بالا رفتن رتبه دیگری می شود.

۴- پیوندهای داخلی یک سایت

تقریباً همه مطالبی که در مورد پیوندهای ورودی و خروجی سایتها مطرح شد، در مورد پیوندهای داخلی یک سایت هم کاربرد دارند. پیوندهای داخلی به برخی صفحات یک وب سایت باعث افزایش رتبه آن صفحه نسبت به سایر صفحات می شود. ساختار صحیح یک وب سایت به گونه ای باید باشد که همه صفحات از طریق پیوند به صفحه اصلی متصل شوند. اگر صفحات سایت را به ترتیب اهمیت به درجه ۱، ۲ و ۳ تقسیم کنیم، صفحه اصلی سایت که همان درجه ۱ است به صفحات درجه ۲ پیوند دائمی دارد و صفحات درجه ۲ هم به صفحات مرتبط به آنها که درجه ۳ حساب می شوند، پیوند دائمی برقرار می کند. در داخل صفحات یک وب سایت باید بیشترین پیوند ها به صفحه اصلی باشد و در صورت وجود چندین صفحه اصلی، می توان به آنها از تمام صفحات پیوند داد. برای تأکید بیشتر روی برخی از صفحات، می توان بیشتر از یک پیوند برای آن در صفحه در نظر گرفت. به طور کلی یک وب سایت استاندارد با رسم نمودار درختی صفحات آن طراحی می شود.

۵- کلمات کلیدی سایت

استفاده موثر از کلمات کلیدی مناسب، نقش بسیار مهمی را در بهینه سازی برای موتورهای جستجو ایفا می کنند. یک وب سایت موفق باید تعداد بسیار محدودی کلمات کلیدی را انتخاب و بر روی آنها تمرکز کند. کلمات کلیدی باید به طور معقول در تیتراها، نوشته ها، عنوان ها و پیوند های سایت استفاده شود. موتورهای جستجو معمولاً چگالی همه کلمات در داخل صفحات را می سنجند و با جدا کردن کلمات مورد استفاده در زبان، کلمات کلیدی صفحات شما را استخراج می کنند. انتخاب کلمات کلیدی مناسب برای سایت فرآیندی حساس و مشکل است، به طوری که پیشنهاد می شود در صورتی که تجربه کافی در این زمینه وجود ندارد، برای انتخاب این کلمات از افراد باتجربه کمک گرفته شود. در انتخاب کلمات کلیدی، باید به اطلاعاتی چون کلمات کلیدی مورد علاقه کاربران هدف، کلمات کلیدی سایت های رقیب و ... دست پیدا کرد.

استفاده و تکرار کلمات کلیدی نابجا و غیر واقعی یکی از موارد شایع انجام تقلب به وسیله دارندگان سایت ها می باشد، به طوری که هر کاربر تازه کاری هم ممکن است با مطالعه اولین مطلب در مورد موتورهای جستجو، به فکر انجام

این کار بیفتد. برخی با تکرار بی رویه کلمات کلیدی در قسمت خالی صفحه و پنهان کردن آن با تغییر رنگ آن با رنگ پس زمینه، کلمات کلیدی خود را در موتورهای جستجو ثبت می نمایند. سعی همین افراد در تقلب در بکارگیری کلمات کلیدی، باعث توجه بالای طراحان موتورهای جستجو برای تشخیص این تقلب ها شد، به طوری که امروزه موتورهای جستجوی پیشرفته از الگوریتمهای و روشهای بسیار پیچیده برای تشخیص این موارد بهره می برند. کلمات کلیدی هنگامی که در عنوان صفحه، عنوان مطالب و همچنین در متن پیوندها بکار می روند، اهمیت بیشتری پیدا می کنند. مهمترین کلمه کلیدی هر صفحه حتماً باید در عنوان صفحه بکار گرفته شوند. کلمات کلیدی بکار گرفته شده در عناوین مطالب هم اهمیت ویژه ای دارند. عناوین مطالب در صفحات هم معمولاً با فونت درشت و ترجیحاً در تگهای عنوان (Heading and h2 tags like h1) در صفحه مشخص می شوند. پیشنهاد می شود که حتماً به صورت معقول از کلمات کلیدی سایت در عناوین مطالب استفاده شود. برای آگاهی بیشتر در این زمینه می توانید به مطالبی با موضوع وب معنایی^۱ رجوع نمود. وب معنایی به موضوع استفاده صحیح و بجا از تگ های HTML در صفحه می پردازد.

کلمات کلیدی در پیوندها هم نقش ویژه ای دارند، به طوری که کلمات که در یک پیوند بکار می روند، نقش کلمات کلیدی برای صفحه پیوند شده را خواهند داشت. از این رو بهتر است در هنگام پیوند دادن به صفحات به متن پیوند توجه بیشتری شود و در آنها حتی الامکان از کلمات کلیدی صفحه پیوند شده استفاده گردد. پیشنهاد اساسی در مورد استفاده از کلمات کلیدی در سایت این است که از کلمات کلیدی به طور معقول و درست در صفحات استفاده کنید و هرگز سعی در تقلب در استفاده از کلمات کلیدی نداشته باشید. فراموش نکنید که حتی اگر بتوانید موتورهای جستجو را فریب دهید، باز هم در نهایت این کاربران واقعی هستند که وارد صفحات شما می شوند و با مشاهده یک صفحه بی ربط به موضوع جستجو، صفحه شما را به سرعت ترک کرده و تنها یک تاثیر منفی از سایت شما در ذهن آنها باقی می ماند. پس هیچ وقت فراموش نکنید که شما صفحات را برای کاربران تهیه و تالیف می کنید و نه موتورهای جستجو.

خلاصه فصل

موتور جست و جو برنامه ای نرم افزاری است که با استفاده از کلید واژه به جست و جوی منابع اطلاعاتی در اینترنت می پردازد و فهرستی از مدارک واجد آن کلیدواژه را ارائه می دهد. دسترسی به اطلاعات موجود در شبکه اینترنت معمولاً به دو صورت انجام می گردد: مستقیم و غیر مستقیم.

در روش مستقیم جستجوگر آدرس سایت مورد نظر خود را می داند و با درج آن در محل مخصوص مرورگر اینترنت، مستقیماً وارد سایت مورد نظر خود شده و منابع مورد نیاز خود را بدست می آورد. در روش غیر مستقیم کاربر نشانی سایت مورد نظر خود را نمی داند، بلکه خواستار همه سایت هایی است که بتوانند اطلاعات مورد نیاز وی را فراهم نمایند.

در هر کدام از موتورهای جستجو امکاناتی برای جستجوی ساده و پیشرفته وجود دارد. با توجه به وجود منابع فارسی و گسترش سایت های با محتوای فارسی، کاربران در برخی موارد به جستجوی کلید واژه های فارسی یا منابع متناسب می پردازند.

با جستجوی یک کلید واژه یا عبارت، معمولاً میلیون ها نتیجه بدست می آید که بسیاری از این نتایج اغلب غیرمرتبط با جستجوی دلخواه می باشد. برای یافتن نتایج مرتبط تر و رسیدن به هدف، باید جستجو را دقیق تر انجام داده و یا حتی کلید واژه را مورد تجدید نظر قرار داد. جستجوی ترکیبی یا فراموتورهای جستجو، برای حل مشکل جستجوگرهای معمولی به کار گرفته می شود.

استفاده از روشهای جستجوی پیشرفته به این دلیل اهمیت دارد که نتایج بدست آمده در جستجوهای ساده معمولاً بسیار زیاد و تا اندازه ای غیر مرتبط با موضوع مورد نیاز است.

برای ذخیره کردن یک تصویر یا صفحه قبل از باز کردن آن فقط کافیست روی پیوند مورد نظر کلیک راست کرده و از منوی ظاهر شده گزینه **Save target as** را انتخاب کنید. امروزه اکثر صفحات وب، حاوی یک انتخاب برای نسخه قابل چاپ بر روی صفحه می باشند که کاربران بتوانند موضوعات را با وضعیت مناسب و بدون به هم ریختگی چاپ نمایند. در مرورگر **Internet Explorer** وقتی به سایتی علاقمند باشید و بخواهید آدرس آن را یادداشت کنید تا در آینده هم بتوانید از آن استفاده نمایید، بر روی دکمه های **CTRL+D** کلیک کنید تا پنجره علاقمندی ها باز شده و بتوانید این سایت را در قسمت علاقه مندی ها ذخیره نمایید.

فعالیت کارگاهی

- ۱- بجز موتورهای جستجوی نامبرده شده در متن درس، چه موتورهای جستجوی معروف دیگری وجود دارند؟
- ۲- درباره نرم افزار Copernic Agent که یکی از قوی ترین و پرطرفدارترین نرم افزار جستجوی اینترنتی است، تحقیق کوتاهی انجام دهید.
- ۳- چند موتور جستجوی کاملاً فارسی بر روی اینترنت پیدا کنید و لیست نمایید (یک نمونه www.parseek.com). چگونه می توانید آنها را پیدا کنید؟
- ۴- با استفاده از موتور جستجوی گوگل، نام خودتان را در داخل علامت گیومه تایپ کرده و آنرا جستجو کنید. با جستجوی «آموزش مجازی رایانه» چه نتایجی بدست می آورید؟
- ۵- با استفاده از موتور جستجوی Ask Jeeves، چند سوال به زبان انگلیسی مطرح کنید.

خودآزمایی

- ۱- موتور جستجو چه نوع نرم افزاری است؟
- ۲- روش های مستقیم و غیر مستقیم جستجوی اطلاعات بر روی اینترنت چه تفاوتی با هم دارند؟
- ۳- برای دقیق تر شدن جستجوی اطلاعات، چه معیارهایی وجود دارد؟
- ۴- فراموتور جستجو چیست؟
- ۵- عناصر اصلی موتورهای جستجوی پیمایشی کدامند؟
- ۶- جستجوی پیشرفته با موتورهای جستجو از چه راه هایی امکان پذیر است؟
- ۷- پوشه علاقمندی ها (بوک مارک ها) چیست و چه کاربردی دارد؟