



جستجوی موثر در اینترنت و وب

مؤلف:

دکتر منصوردهستانی



هدف های رفتاری :

از فراگیر پس از فراگیری این جزوه انتظار می رود :

- با مفهوم اطلاعات و اطلاع یابی آشنا شود
- روش های مختلف جستجو در اینترنت و وب را نام ببرد
- از روش جستجوی خودکار به درستی استفاده کند
- بتواند با یک موتور جستجو مانند گوگل به درستی و با اثربخشی کار کند
- بتواند فهرست موتورهای جستجو را بیابد و در آن موتور جستجوی مناسب را بیابد
- بتواند با ابرموتورهای جستجوی روی وب و نرم افزار Copernic به درستی کار کند
- بتواند روایی و اعتبار اطلاعات به دست آمده در اینترنت و وب را به درستی بسنجد

مقدمه :

دانایی توانایی است . برای دستیابی به سطح قابل قبولی از شناخت و درک پدیده ها ، به اطلاعات نیاز داریم و اطلاع یابی (Information Seeking) همواره به عنوان یکی از بنیادی ترین نیازهای بشر برای توسعه و پیشرفت مطرح است. مهم ترین چالش پیش روی افراد در هزاره نو بازیابی اطلاعات مورد نیاز از میان میلیاردها سرخ اطلاعاتی است. اینترنت و وب به عنوان یکی از ابزارهای مهم فناوری اطلاعات و ارتباطات امروزه به ابزاری موثر و معروف برای تولید ، توزیع و مصرف اطلاعات تبدیل شده است . مهم ترین دلایل اهمیت اینترنت و وب در زمینه اطلاع رسانی عبارتند از:

- وجود اطلاعات منحصر به فرد
- وجود اطلاعات به روز و روزآمد
- سادگی جستجو و بازیابی اطلاعات
- دسترسی به اطلاعات چند رسانه ای

چند تعریف:

اطلاعات: انرژی لازم برای تصمیم گیری است (انرژی محو و یا نابود نمی شود بلکه از شکلی به شکل دیگر تبدیل می شود!!)

سواد اطلاعاتی: مجموعه ای از توانایی ها و مهارت ها برای تولید ، توزیع و جستجو و مصرف اطلاعات است.

اطلاع یابی: مجموعه مهارت های مورد نیاز برای شناسایی ، دسترسی و جستجوی اطلاعات است.

اینترنت: شبکه شبکه های کامپیوتری است که تمام کامپیوتر های این شبکه به وسیله یک زبان مشترک ارتباطی (Protocol) به نام TCP/IP به یکدیگر متصل شده اند. در این شبکه سرویس های مختلف اطلاع رسانی و تبادل اطلاعات (مانند پست الکترونیک ، انتقال مستقیم فایل ، گفتگوی مستقیم و ...) به مشتریان عرضه می شود.

وب: سرویس گرافیک اینترنت است که کاربران و مشتریان آن توسط نرم افزاری به نام مرورگر وب (Web Browser) از این سرویس استفاده می کنند. در این سرویس کاربران با تایپ آدرس یک سایت اینترنتی (Web Site) در محل آدرس مرورگر (Address Bar) وارد سایت مورد نظر شده و به گشت و گذار (Browse) در صفحات طراحی شده در سایت مورد نظر می پردازند. کاربران با کلیک بر روی پیوند (Hyperlink) های موجود در صفحات وب سایت گزینه های مورد نظر خود را انتخاب و به مقصد مورد نظر هدایت می شوند.

جستجوی موثر در وب: یافتن اطلاعات مورد نظر در کمترین زمان ممکن (معمولاً بین ۱۰ الی ۱۵ دقیقه) در میان ۱۰ پیوند به دست آمده در هر یک از روش های جستجو در وب است.

موثرترین ابزار جستجو: موثر ترین ابزار جستجوی اطلاعات روش و یا ابزاری است که از طریق آن بتوان به سرعت و به راحتی اطلاعات مورد نیاز خود را بازیابی کرد!!!



روش های جستجوی موثر در اینترنت و وب:

معروف ترین و کاربردی ترین روشهای جستجوی موثر در اینترنت و وب برای کاربران غیر حرفه ای اینترنت و وب عبارتند از:

۱. جستجوی خودکار (Auto search)
۲. موتورهای جستجو گر وب (Search Engines)
۳. فهرست های موضوعی جستجوگروپ (Directories)
۴. ابر موتور های جستجوگر وب (Meta Search)

توجه : سایر روشهای جستجوی موثر اطلاعات در اینترنت و وب در جزوه پیشرفته جستجو، آورده شده است.

۱. جستجوی خودکار (Auto search) :

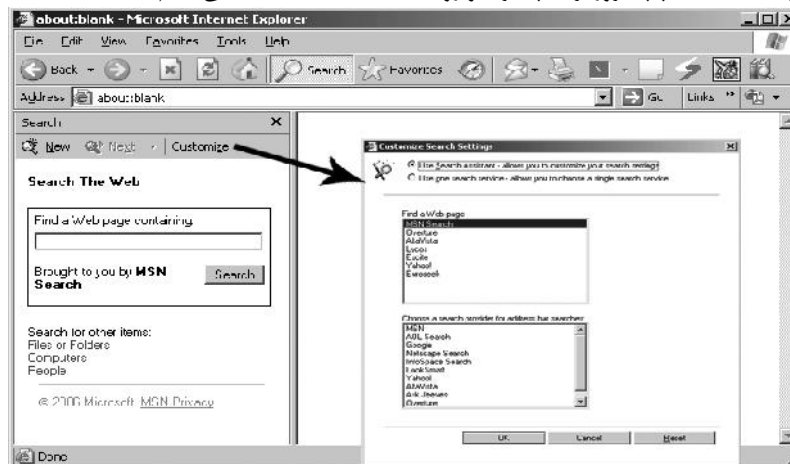
ویژگی ذاتی مرورگرهای وب (Web Browsers) برای دسترسی کاربران به اطلاعات موجود در بانک های اطلاعاتی فهرست شده از وب می باشد. نکته : برخلاف تصور در هیچ کدام از روش های جستجو در اینترنت و وب ، اینترنت و وب مورد کاوش قرار نمی گیرند بلکه بانک های اطلاعاتی تهیه شده برای هر روش جستجو مورد کاوش قرار می گیرد.

روش اول جستجوی خودکار :

کافی است پس از فراخوانی مرورگر با زدن دکمه F6 به محل نوار آدرس (Address Bar) برویم و سپس واژه های کلیدی (Keywords) مورد نظر خود را با رعایت فاصله در نوار آدرس تایپ کرده و سپس دکمه Enter را فشار دهیم . در این صورت مرورگر به صورت خودکار به بانک اطلاعاتی پیش فرض (Default) تعریف شده اش مراجعه کرده و به جستجوی واژه های کلیدی مورد نظر می پردازد(بانک اطلاعاتی پیش فرض مورد نظر را می توان تغییر داد!) .

روش دوم جستجوی خودکار:

در این روش به جای جستجوی بانک اطلاعاتی پیش فرض مرورگر وب ، با سفارشی کردن بانک اطلاعاتی ، مرورگر را به جستجو در بانک اطلاعاتی مورد نظر هدایت می کنیم . برای اینکار ابتدا روی آیکن جستجو در نوار ابزار مرورگر کلیک می کنیم و پس از ظاهر شدن قاب جستجو در سمت چپ پنجره مرورگر روی گزینه Customize کلیک می کنیم تا پنجره سفارشی نمودن بانک اطلاعاتی مرورگر ظاهر شود (شکل ۱) پس از این کار واژه های کلیدی مورد نظر خود را در نوار جستجوی قاب سمت چپ مرورگر تایپ کرده و روی دکمه Search کلیک می کنیم.



شکل ۱

تمرین اول:

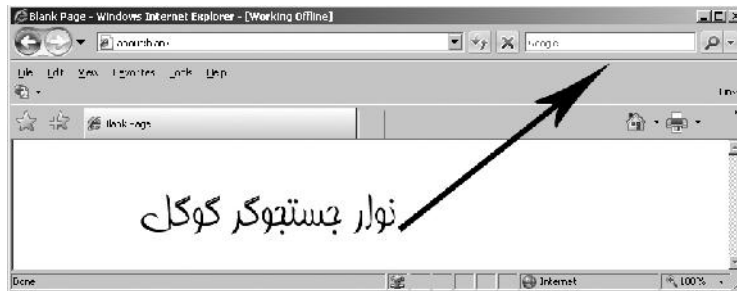
با کمک روش اول جستجوی خودکار به دنبال فوت و فن های فتوشاپ بگردید (واژه های کلیدی فوت و فن ، در مجموعه لغات کلیدی جستجوی موثر در پایان همین جزوه آمده است)



تمرین دوم:

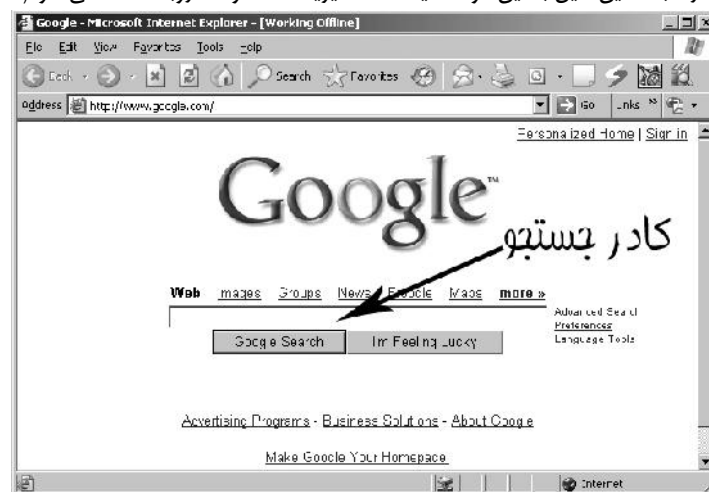
با کمک روش دوم جستجوی خودکار ابتدا بانک اطلاعاتی پیش فرض مرورگر را روی AltaVista تنظیم کنید و سپس سایت های مربوط به الگوهای از پیش آماده شده پاور پوینت را بیابید.

(واژه های کلیدی الگوهای از پیش آماده شده ، در مجموعه لغات کلیدی جستجوی موثر در پایان همین جزوه آمده است)
نکته مهم : در مرورگر IE نسخه ۷ جستجوی ویژگی جستجوی خودکار حذف شده است و نوار جستجوی گوگل جایگزین آن شده است .



۲. موتورهای جستجو گر وب (Search Engines):

موتور جستجو گر وب یک سایت اینترنتی است که در آن یک کادر جستجو (Search Box) برای کاوش واژه های کلیدی کاربر در بانک اطلاعاتی سایت قرار داده شده است (شکل ۲). در این گونه سایت ها یک نرم افزار کاوشگر به نام روبات (Robot) و یا عنکبوت (Spider) به جستجوی واژه های کلیدی کاربر در بانک اطلاعاتی سایت می پردازد. نرم افزار مورد نظر در فواصل زمانی معین (مثلاً هر هفته یا ماهی چند بار) به کاوش در وب می پردازد و سپس بانک اطلاعاتی از فهرست سایت های موجود در وب برای خود تهیه می کند و پس از مراجعه کاربران به موتور جستجو به کاوش در بانک اطلاعاتی تهیه شده مورد نظر می پردازد، به همین دلیل به این گونه سایت ها ، مدیریت شده توسط روبات گفته می شود (Robot Administrated).



شکل ۲

نکته: هر اندازه واژه های کلیدی مورد استفاده و نیز نکات کلیدی اختصاصی موتور جستجو مناسب تر انتخاب شوند جستجوی انجام شده موثر تر خواهد بود. توصیه می کنم برای اطلاع از نکات کلیدی هر موتور جستجو حتما سری به راهنمای هر موتور جستجو مراجعه کرده و نکات مورد نظر را در دفتر خود یادداشت کنید ، چرا که بیشتر موتور های جستجوگر علاوه بر مشخصات مشترک با سایر موتورها دارای یک سری نکات اختصاصی و کلیدی خاص خودشان در عمل جستجو هستند!

نکته: روباتها نرم افزار خودکار شناسایی ، نمایه سازی ، تجزیه و تحلیل آماری و به روزرسانی پیوندهای موجود در بانک اطلاعاتی و نیز کشف پیوندهای جدید موجود در سایت های اینترنت است. مراحل عملیات کاری یک روبات در موتور جستجو به قرار زیر است:

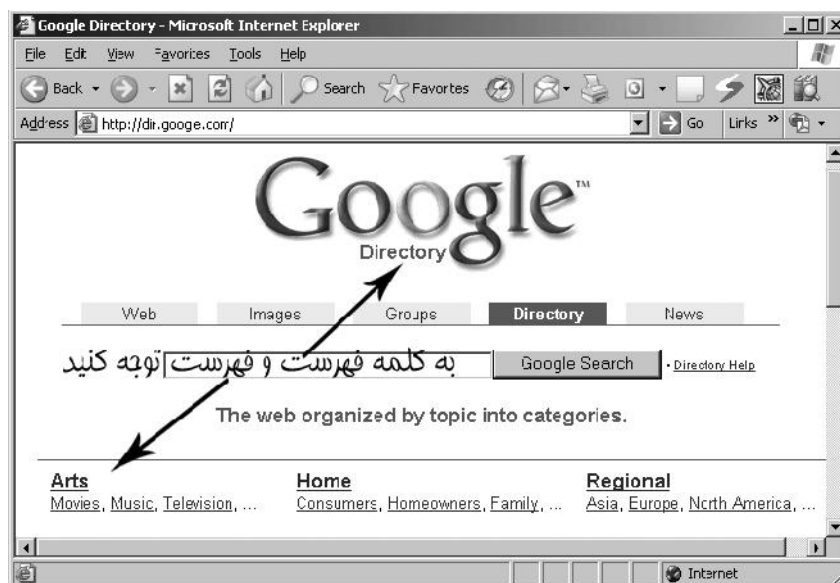


شناسایی و نمایه سازی اطلاعات وب سایت ها - ایجاد پایگاه اطلاعاتی - جستجو در پایگاه اطلاعاتی - بازیابی و رتبه بندی نتایج جستجو

واژه های مترادف برای نرم افزار جستجوگر و نمایه ساز : robot = spider = crawler = worm

۳. فهرست های موضوعی جستجوگروپ (Directories):

یک فهرست موضوعی جستجوگر وب پایگاهی است که اطلاعات مربوط به فهرست سایت های مختلف در آن توسط نیروی انسانی طبقه بندی و فهرست شده است. در این گونه سایت ها فرآیند شناسایی، بررسی، تجزیه تحلیل و ارزیابی و نمایه سازی صفحات و سایت های وب توسط نیروی انسانی و بر اساس معیارهای از پیش تعیین شده انجام می شود (شکل ۳).



شکل ۳

فهرست های موضوعی معمولاً به دو دسته تقسیم می شوند:

۱. فهرست موضوعی عمومی : مانند Yahoo! و Look Smart
۲. فهرست موضوعی تخصصی : مانند web brain

مزایای فهرست موضوعی نسبت به موتورهای جستجوگر عبارت است از :

- کیفیت بهتر اطلاعات به دلیل دخالت انسان در نمایه سازی صفحات
- دسترسی بهتر و آسانتر به اطلاعات به دلیل آشنایی افراد به الگوی فهرست وار در سایت
- صرف زمان کمتر
- سادگی مرور و بازیابی اطلاعات

محدودیت های فهرست موضوعی نسبت به موتورهای جستجوگر عبارت است از:

- پوشش کم اطلاعات موجود در فهرست
- روزآمد نبودن اطلاعات فهرست
- نیاز به آگاهی از ساختار سلسله مراتب موضوعی علوم مختلف

نکته: هر موتور جستجو، فهرست جستجو و ابرموتور جستجو سه جزء اصلی دارد:

۱. روبات یا نرم افزار جستجوی اطلاعات
۲. پایگاه داده (بانک اطلاعاتی)



موتور جستجو یا فهرست جستجو ، کدام یک !؟

فهرست جستجو از جامعیت کافی در جستجوی اطلاعات و موتور جستجو هم از مانعیت کافی در جستجوی اطلاعات ، برخوردار نیست. اگر به دنبال اطلاعات مشخص و با ضوابط معین و تابع الگوی طبقه بندی شده می گردید فهرست جستجو را انتخاب کنید. اگر به دنبال اطلاعاتی می گردید که از نظر طبقه بندی ضابطه مند نیستند از موتور جستجو استفاده کنید!

سوال: بهترین موتور جستجو و فهرست جستجو کدام است؟

جواب : چیزی به نام بهترین موتور جستجو و یا بهترین فهرست جستجو وجود ندارد. در حال حاضر (سال 2007) سریع ترین فهرست و موتور جستجو سایت Google و کامل ترین فهرست و موتور جستجو AltaVista و پرمشتری ترین فهرست و موتور جستجو در ایران yahoo است!

سوال : آیا برای پیدا کردن و انتخاب موتور های جستجو مجبور به حفظ آدرس سایت های معروف و معتبر هستیم ؟

جواب: اصلا این طور نیست . برای یافتن فهرست طبقه بندی شده موضوعی از موتورهای جستجوگر مختلف تخصصی کافی است به سایت searchengineguide.com مراجعه کنید و در این سایت روی عبارت Internet Search Engine کلیک کنید، در اینصورت فهرست موضوعی موتورهای جستجوگر در صفحه نتایج در اختیار ما قرار خواهد گرفت.

تمرین ۳ :

در موتور جستجوی Google به دنبال فایل های متنی مربوط به مدیریت استراتژیک بگردید.

(راهنمایی : همانطور که در بخش نئوری کارگاه گفته شد برای جستجوی فایل های متنی برای موضوع مورد نظر در گوگل از عبارت DOC به همراه واژه های کلیدی استفاده می کنیم!).

تمرین ۴ :

در موتور جستجوی Google به دنبال فایل های پاور پوینت مربوط به کارآفرینی بگردید.

(راهنمایی : همانطور که در بخش نئوری کارگاه گفته شد برای جستجوی فایل های متنی برای موضوع مورد نظر در گوگل از عبارت PPT به همراه واژه های کلیدی استفاده می کنیم!).

تمرین ۵:

در فهرست جستجوی Yahoo! به دنبال روشهای جستجو در اینترنت و وب بگردید.

تمرین ۶ :

در سایت searchenginrguide.com نام سه موتور جستجوی تخصصی برای یافتن موزه ها در اینترنت را پیدا کنید.

الگوریتم های جستجو در گوگل:

جستجوی عبارت (Phrase Search): برای جستجوی یک عبارت (به جای جستجوی تک تک واژه های سازنده آن عبارت) کافی است که عبارت مورد نظر را در میان علامت های " " قرار دهید.

نکته : بین اولین علامت و اولین کلمه عبارت و همینطور آخرین کلمه و علامت دوم نباید فاصله ای وجود داشته باشد.

مثال : برای یافتن عبارت مدیریت منابع انسانی در کادر جستجوی گوگل تایپ می کنیم: "مدیریت منابع انسانی"

نکته: استفاده از خط فاصله میان واژه های سازنده یک عبارت نیز به معنی جستجوی عبارت است

مثال : برای یافتن منابع مربوط به مدیریت استراتژیک در کادر جستجوی گوگل تایپ می کنیم: مدیریت- استراتژیک

تاکید بر روی یک کلمه (Exact Match): برای تاکید بر یافتن یک عبارت خاص (تاکید مهم بودن عبارت) قبل از کلمه مورد نظر از علامت + استفاده می کنیم



نکته: توجه کنید که علامت + در گوگل به معنی AND نیست! و ما وقتی از علامت + در گوگل استفاده می کنیم، به جستجوگر گوگل می گوییم که کلمه مورد نظر ما اهمیت زیادی در جستجو برای ما دارد
مثال: برای یافتن منابع اطلاعاتی مربوط به تکنیک های خلاقیت با تاکید بر تکنیک TRIZ در کادر جستجوی گوگل تایپ می کنیم:
"TRIZ + تکنیک های خلاقیت"

حذف یک موضوع از نتایج جستجو (Exclude): برای حذف یک موضوع در زمان جستجو قبل از کلمه مورد نظر از علامت - استفاده می کنیم (این علامت در گوگل دقیقاً معادل NOT در جستجوگرها است)
مثال: برای یافتن منابع اطلاعاتی مربوط به تکنیک های خلاقیت گروهی بدون جستجوی تکنیک Delphi در کادر جستجوی گوگل تایپ می کنیم:
"Delphi Survey" - "Group Creativity Techniques"

ترکیب علامت های تاکید و حذف و جستجوی عبارت: تا حد امکان از ترکیب های علامت های تاکید و حذف و جستجوی عبارت استفاده کنید، هر اندازه در واژه های کلیدی و ترکیب های آن ها دقت بیشتری به خرج دهید نتایج بهتری نصیب شما خواهد شد.
مثال: برای یافتن منابع اطلاعاتی مربوط به تکنیک های خلاقیت گروهی بدون جستجوی تکنیک Delphi، با تاکید بر تکنیک بارش افکار در کادر جستجوی گوگل تایپ کنید:
"Group Creativity Techniques" - "Delphi Survey" + "Brain Storming"

نکته مهم: در جستجوگر گوگل به جای عملگر OR از علامت | هم می توانید استفاده کنید (با نگه داشتن همزمان دکمه Shift و \).
استفاده تاکیدی از عملگر AND: گوگل به صورت پیش فرض از این عملگر برای جستجوی عبارت های مورد نظر شما استفاده می کند ولی در صورتی که شما این عملگر را در بین واژه های کلیدی خودتان به کاربرید گوگل نتایج دقیق تری را به شما خواهد داد!

نکته مهم: گوگل به بزرگی و کوچکی واژه های کلیدی حساس نیست بنابراین به کاربردن هر یک از واژه های زیر در جستجو نتیجه ای یکسان خواهد داشت:

Disney fantasyland pirates
Disney Fantasyland Pirates
DISNEY FANTASYLAND PIRATES
DiSnEy FaNtAsYlAnD pIrAtEs

نکته مهم: تا قبل از سال ۲۰۰۵ گوگل حداکثر ۱۰ کلمه را در کادر جستجو قبول می کرد ولی امروز گوگل حداکثر ۳۲ کلمه را در کادر جستجو قبول می کند (ولی سعی کنید در محدوده ۱۰ کلمه باقی بمانید تا نتایج جستجوی شما دقیق تر بماند).
تعریف کردن (Define): گوگل از واژه ... what is قبل از یک کلمه و یا واژه define: برای معنی کلمه مورد نظر استفاده می کند.
مثال:

What is CSS
یا
Define:CSS

نکته: در زمان استفاده از گزینه define نیازی به استفاده از " " نیست و گوگل هر واژه (یا واژه هایی) را که بعد از گزینه define درخواست شود را به عنوان یک واژه در نظر می گیرد
نکته مهم: تعدادی از جستجوگرها مانند AltaVista از علامت * برای جستجوی کلماتی که دارای پیشوند مشابه هستند استفاده می کنند ولی گوگل نیازی به علامت * ندارد و در زمان جستجو هم خود کلمه و هم تمام واژه های مشابه کلمه مورد نظر را جستجو می کند!



کلمه های بی نتیجه (Stop Words) : گوگل نسبت به تعدادی از واژه های بی تفاوت است و آنها را جزو واژه های کلیدی در نظر نمی گیرد ، بنابراین از به کار بردن این واژه های در زمان جستجو در گوگل خودداری کنید ، این واژه های عبارتند از :

I	in	who
a	is	will
about	it	with
an	la	und
are	of	the
as	on	www
at	or	
be	that	
by	the	
com	this	
de	to	
en	was	
for	what	
from	when	
how	where	

- filetype : گوگل ۱۳ نوع فایل مختلف را جستجو می کند این فایل ها عبارتند از:

Adobe Portable Document Format (pdf)
Adobe PostScript (ps)
Lotus 1-2-3 (wk1, wk2, wk3, wk4, wk5, wki, wks, wku)
Lotus WordPro (lwp)
MacWrite (mw)
Microsoft Excel (xls)
Microsoft PowerPoint (ppt)
Microsoft Word (doc)
Microsoft Works (wks, wps, wdb)
Microsoft Write (wri)
Rich Text Format (rtf)
Shockwave Flash (swf)
Text (ans, txt)

- intitle : گوگل تمام صفحاتی را که در نوار عنوان آنها عبارت مورد نظر ما وجود داشته باشند فهرست می کند، برای استفاده از این الگوریتم کلمه یا عبارت مورد جستجو را در داخل " " قرار می دهیم

- Inurl : گوگل به دنبال آدرس سایت هایی می گردد که در آدرس آنها کلمه مورد نظر وجود دارد
مثال : برای یافتن آدرس سایت هایی که در آن نام دهستانی به کار رفته است در کادر جستجو تایپ می کنیم

inurl:dehestani

- Site : گوگل در سایت مشخصی به دنبال عبارت کلیدی مورد نظر ما می گردد

مثال : برای یافتن منابعی برای ویندوز ویستا در سایت مایکروسافت در کادر جستجو تایپ می کنیم :

"Windows Vista" site:microsoft.com

نکته: از همین الگو می توانیم برای حذف دسته ای از سایت ها استفاده کنیم ، برای این کار فقط کافی است که قبل از عبارت site یک علامت – قرار بدهیم .

- Synonyms : گوگل از علامت ~ برای یافتن واژه های هم معنی یا مترادف یک کلمه استفاده می کند

برای یافتن واژه های مترادف یک کلمه می توانید سری به سایت synonym.com بزنید

- Cache: گوگل از این الگوریتم برای نمایش نسخه های ذخیره شده یک سایت بر روی سرور خود استفاده می کند ، این الگوریتم بخصوص زمانی که اطلاعات قبلی یک سایت مورد نیاز باشد بسیار مفید است.



نکته بسیار مهم : برای استفاده از این الگوریتم اول خود الگوریتم و به دنبال آن نام سایت و سپس واژه های مورد نظر در نسخه قدیمی سایت قرار می گیرد
مثال : `cache:netsquirrel.com southern word` در این مثال گوگل به دنبال عبارت `southern word` در نسخه ذخیره شده (قدیمی) سایت بر روی سرور گوگل می گردد

- **Link**: این الگوریتم برای نمایش سایت هایی که لینک (هایی) به سایت مورد نظر داده اند استفاده می شود
مثال : `link:microsoft.com` تمام سایت هایی که به سایت مایکروسافت لینک داده اند نمایش داده می شود
- **related** : این الگوریتم برای نمایش کلیه سایت هایی که در ارتباط با موضوعی تخصصی به یک سایت مرتبط می شوند(و یا شبیه به سایت مورد نظر هستند) به کار می رود .

مثال: `related:ohmygoodness.com` سایت هایی را که موضوع سایت `ohmygoodness.com` را نشان می دهد فهرست می کند
• **info** : کلیه اطلاعات مربوط به یک سایت در بانک اطلاعاتی گوگل را نشان می دهد

نکته بسیار مهم : برای دیدن رایج ترین جستجو های هر هفته در سایت گوگل به آدرس زیر مراجعه کنید:
<http://www.google.com/press/zeitgeist.html>

- **Google Calculator**: ماشین حساب هوشمند گوگل است
مثال : یکی از عملیات زیر را در گوگل انجام دهید و نتیجه را ببینید

3+44
56*78
1.21 GW / 88 mph
100 miles in kilometers
sine(30 degrees)
G*(6e24 kg)/(4000 miles)^2
0x7d3 in roman numerals

نکته : برای دسترسی به یک ماشین حساب حرفه ای سری به سایت زیر بزنید

http://www.soople.com/soople_intcalchome.php

- **Weather** : استفاده از این عبارت قبل از نام کشور و یا شهر اطلاعات هواشناسی مربوط به آن کشور یا شهر را نمایش می دهد
- **Movies** : استفاده از این الگوریتم و به دنبال آن نام هنرپیشه یا سال مورد نظر تمام فیلم های مربوط به آن هنرپیشه یا سال مورد نظر را نمایش می دهد

بازی با گوگل : به تازگی مجموعه جالبی از فوت و فن های موجود در گوگل در کتابی به نام **Google Hack** ارائه شده است که تعدادی از آنها در سال ۲۰۰۷ در سایت گوگل اصلاح شده است ، باین وجود برای دستیابی به این مجموعه در گوگل عبارت **Google Hack** را تایپ کنید تا تعدادی از این نکات را بیابید . مثلاً یکی از عبارت های زیر را در کادر جستجوی گوگل تایپ کنید و روی دکمه **I'm feeling Lucky** کلیک کنید :

French military victories
Googie

(در نسخه ۲۰۰۶ گوگل به سایت کاخ سفید وصل می شد !!!)
Failure

می توانید سری هم به پروژه **Dooogle** در سایت **Dooogle.com** بزنید !!!



۴. ابر موتور های جستجوگر وب (Meta Search):

ابر موتور جستجو یک سایت جستجوگر و یا یک نرم افزار ترکیب کننده موتور های جستجو گر مختلف است ، به این معنی که پس از فراخوانی ابر موتور جستجوگر و وارد کردن واژه های کلیدی در این سایت (یا نرم افزار) ، روبات نرم افزار به جستجوی واژه های کلیدی مورد نظر در بانک های اطلاعاتی موتور های جستجوگر مختلف می پردازد. ابر موتورهای جستجو گر به منظور بالاتر بردن کارایی و افزایش جامعیت جستجوی اطلاعات در وب طراحی شده اند.

نکته : ابر موتور های جستجو خودشان پایگاه اطلاعاتی ندارند بلکه پایگاههای اطلاعاتی سایر موتورهای جستجو گر را جستجو و رتبه بندی می کنند.

مهم ترین مزایای ابر موتور های جستجو گر عبارتند از:

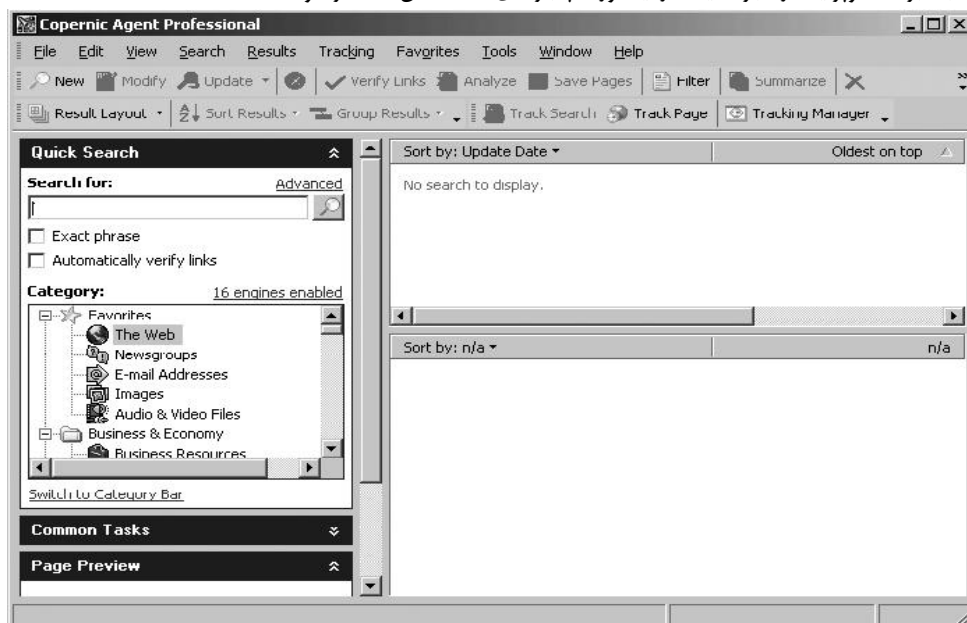
- افزایش جامعیت در بازیابی اطلاعات به دست آمده
- صرفه جویی در زمان جستجو
- حذف نتایج تکراری در جستجوهای مکرر

مهم ترین معایب ابر موتورهای جستجوگر عبارتند از:

- کاهش مانعیت در نتایج جستجو (پوشش نسبی کم در بازیابی اطلاعات)
- امکان کاوش محدود در مجموعه نتایج بازیابی شده
- کاوش سطحی اطلاعات
- ریزش کاذب اطلاعات در اثر جستجوی همزمان بانک های اطلاعاتی موتورهای جستجوگر

برای تمرین عملی کار با یک ابرموتور جستجو مراحل زیر را دنبال کنید:

۱. نرم افزار Copernic Agent Professional را در سی دی همراه کارگاه پیدا کرده و سپس آنرا نصب کنید(توجه : شماره سریال نرم افزار در پوشه نرم افزار قراردارد) . مراحل نصب را تا آخر دنبال کنید.
۲. پس از نصب ، برنامه کوپرنیک را اجرا کنید . در اینصورت پنجره ای مانند شکل ۴ ظاهر خواهد شد.



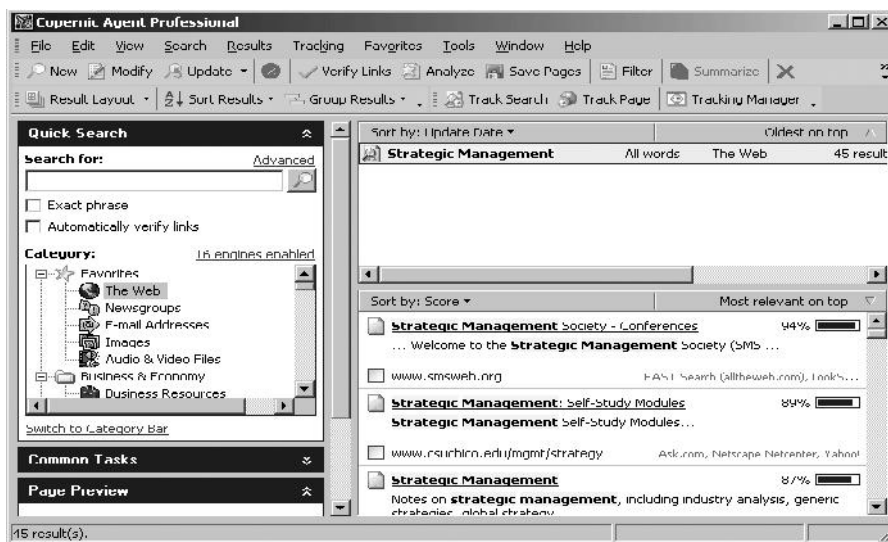
شکل ۴

۳. در نوار جستجوی نرم افزار واژه های کلیدی مورد نظر خود را تایپ کنید و کلید Enter را فشار داده و یا روی علامت ذره بین کنار نوار جستجو کلیک کنید.



نکته: تمام سرویس های موجود در این نسخه از نرم افزار فعال می باشد و در نسخه مجانی نرم افزار که در سایت Copernic.com موجود می باشد تعداد زیادی از سرویس های جستجوی اختصاصی قابل استفاده نمی باشد.

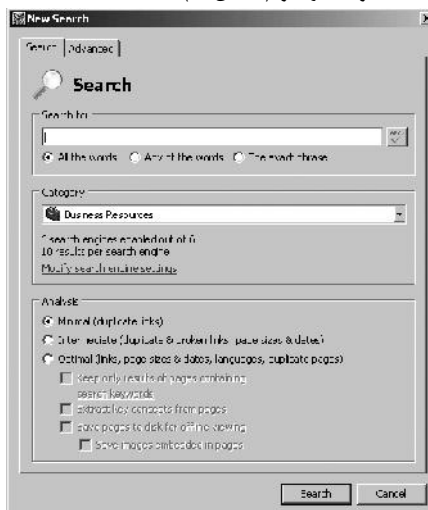
۴. پس از اتمام جستجو نتایج جستجو در قاب اصلی سمت راست پنجره نرم افزار ظاهر خواهد شد (شکل ۵)



شکل ۵

در این نرم افزار پس از هر بار جستجو و خروج از نرم افزار و اجرای مجدد نرم افزار نتایج مربوط به کلیه جستجو های انجام شده قبلی ذخیره شده است و نیازی به جستجوی مجدد مطالب قبلی وجود ندارد. از طرف دیگر نرم افزار این قابلیت را دارد که کاربر پس از اتمام جستجو نتایج جستجو را در قالب فایل های فرمت متن (Doc) و یا صفحه وب (Html) و ... ذخیره نماید. برای ذخیره نتایج جستجو (از میان نتایج و یا تمام نتایج) از منوی File گزینه Export را انتخاب نمایید. در اینصورت می توانید تمام نتایج مربوط به هر جستجو و یا نتایج گزیده شده از میان تمام نتایج (در صورت گزینش موارد) را در قالب فایل های متن و یا صفحات وب ذخیره نمایید.

نکته: برای جستجو های اختصاصی کافی است بر روی گزینه های ارائه شده در پنجره سمت چپ نرم افزار با عنوان Category دابل کلیک کنید تا پنجره اختصاصی در زمینه ویژه مورد نظر شما برای جستجو ظاهر شود (شکل ۶).



شکل ۶

امکانات جستجو و بازیابی اطلاعات در ابزارهای جستجو در اینترنت و وب: علاوه بر ویژگی جستجو امکانات مربوط به بازیابی اطلاعات در موتورهای جستجو یا ابرموتورهای جستجو یکی دیگر از موارد تمایز موتورها و ابرموتورهای جستجو از یکدیگر می شود. در این قسمت به معرفی امکانات مربوط به بازیابی اطلاعات در موتورها و ابرموتورهای جستجو خواهیم



پرداخت. یادآور می شوم که این امکانات مربوط به بخش های مشترک بازیابی اطلاعات در موتورها و ابرموتورهای جستجو می باشد و پیشنهاد می شود که برای فراگیری سایر امکانات اختصاصی بازیابی اطلاعات در موتور های جستجو به راهنمای (help) هر موتور و ابرموتور جستجو مراجعه کنید.

جستجو با کمک عملگرهای بول (Boolean Search):

مقدمه: منطق بول یک روش ریاضی است که جو رج بول آن را ابداع کرده است. در بازیابی اطلاعات از همین منطق برای بازیابی اطلاعات استفاده می شود. به این صورت که با استفاده از عملگر های AND ، OR و NOT می توان مفاهیم مختلف (کلید واژه های مختلف) را با هم ترکیب کرد و به این ترتیب با گسترش یا محدود کردن دامنه جستجو ، نتایج مرتبط تری بازیابی کرد. از این روش برای جستجو در تمامی پایگاههای اطلاعاتی در محیط وب یا غیر آن می توان استفاده کرد.

جستجو با کمک عملگرهای بول:

بیشتر ابزارهای جستجو در اینترنت و وب ، امکان جستجو در بانک های اطلاعاتی خود را از طریق عملگرهای بول در اختیار کاربران قرار می دهند. بی اطلاعی از کاربرد و نحوه استفاده از این عملگرها در روش ها و ابزارهای مختلف جستجو یکی از مهم ترین دلایل بازیابی بیش از حد اطلاعات است. بنابراین بهتر است جستجو گران مبتدی قبل از هر چیزی ، کاربرد عملگرهای بول را برای بهینه سازی دامنه جستجویی به خوبی فرا بگیرند.

عملگرهای مهم بول در جستجو گره های اینترنت و وب عبارتند از : AND ، OR و NOT

عملگر AND:

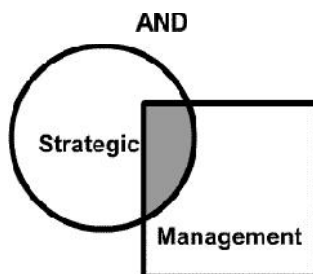
عملگر AND به معنی “ و ” برای محدود کردن دامنه جستجو از طریق ترکیب کلید واژه های مختلف به کار می رود. برای مثال اگر به دنبال اطلاعاتی در باره روش های مدیریت هستیم ، از این عملگر به صورت زیر استفاده می کنیم:

Management AND Methods

یا

Management AND Style

در واقع عملگر AND قید “ باید ” را تداعی می کند، یعنی همه واژه های کلیدی که با این عملگر با یکدیگر ترکیب می شوند “ باید ” در نتایج کاوش وجود داشته باشند(شکل ۷).



شکل ۷

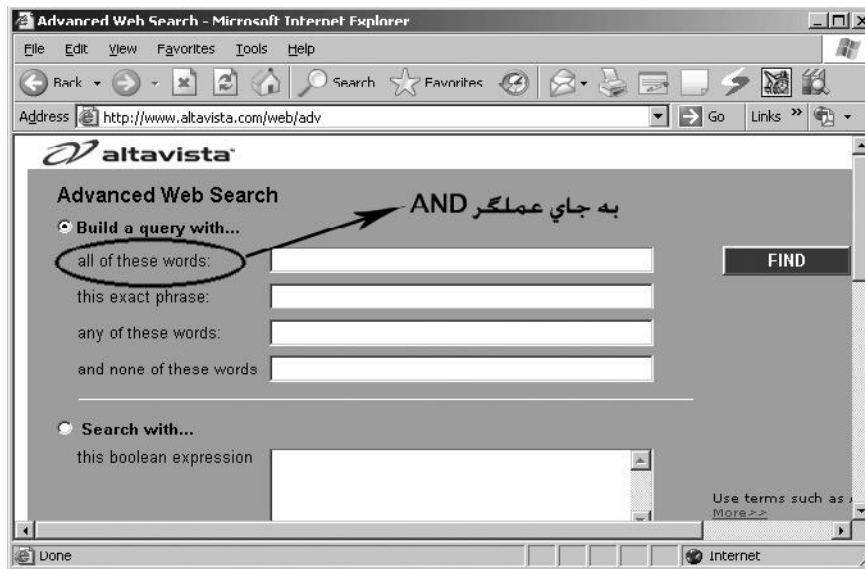
تمرین : در موتور جستجوی AltaVista با کمک عملگر AND به دنبال منابع مدیریت استراتژیک بگردید.

پاسخ:

نکته: برخی از موتورهای جستجو برای ترکیب بیش از سه یا چهار واژه کلیدی با یکدیگر با عملگر AND محدودیت قائل می شوند. توصیه می شود در زمان استفاده از عملگر AND در باره وجود محدودیت استفاده بیش از سه یا چهار واژه کلیدی با این عملگر راهنمای جستجو گر مورد نظر را مطالعه بکنید.

نکته : بسیاری از جستجوگرها به طور خودکار واژه های کلیدی مورد جستجو را از طریق عملگر AND با یکدیگر ترکیب می کنند. در منوی Advanced بسیاری از جستجو گر ها مانند Altavista.com یا Nothernlight.com گزینه های دیگری مانند Must include و یا All Words و یا All of This Words برای اجرای عملگر AND مورد استفاده قرار می گیرند.

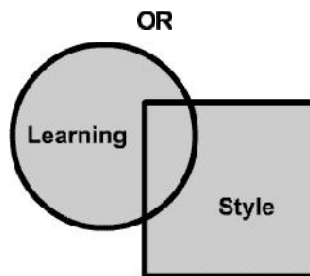
وجود این واسطه های گرافیک در جستجوگرها به کاربران مبتدی را در استفاده از عملگرهای مختلف کمک می کند (شکل ۸).



شکل ۸

عملگر OR:

عملگر OR برخلاف عملگر AND باعث گسترش دامنه جستجو و بازیابی اطلاعات می شود. در واقع عملگر OR قید "هریک" را تداعی می کند، به این معنی که هر یک از واژه های کلیدی (یکی یا همه آنها) می توانند در نتایج جستجو وجود داشته باشند (شکل ۹).

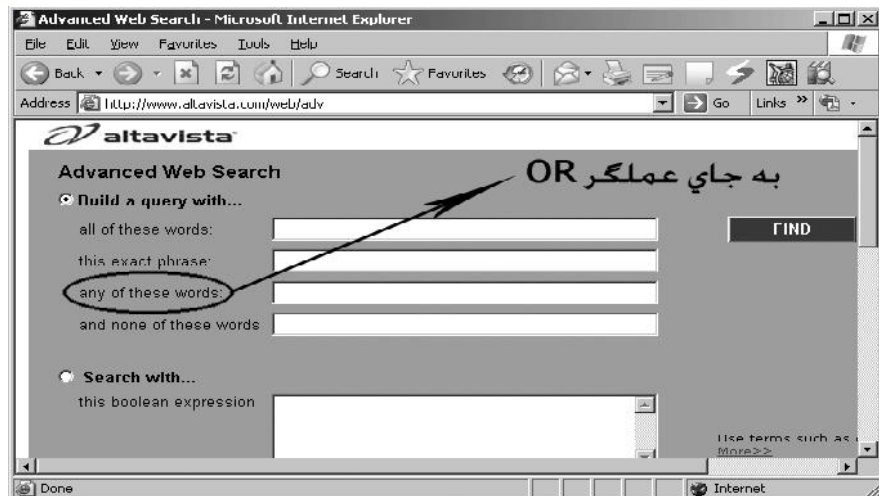


شکل ۹

تمرین:

۱. منابع موجود در موتور جستجوی Google در زمینه الگوهای یادگیری را با کمک عملگر OR بیابید.
۲. نتایج جستجوی مورد نظر را با همین جستجوگر در جستجوگر AltaVista مقایسه کنید و در باره نتایج به دست آمده بحث کنید. پاسخ:

برای سادگی کار افراد مبتدی، در تعدادی از جستجوگرها گزینه Any words یا Any of this words یا Should Include جایگزین عملگر OR می شود (شکل ۱۰).



شکل ۱۰

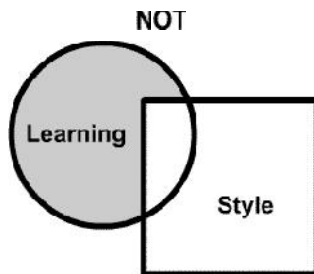
سوال : چرا استفاده از عملگر OR اهمیت دارد؟

پاسخ: جستجوی جامع و مانع گاه نیازمند بازیابی حوزه های وسیع تری از بازیابی اطلاعات در یک زمینه مشخص است برای مثال برای جراحی قلب در پزشکی دو اصطلاح Cardiac Surgery و یا Heart Surgery مرسوم است . مسلماً " با ترکیب این دو واژه با عملگر OR نتایج جامع تری در جستجو به دست خواهد آمد. از طرف دیگر برخی از واژه های کلیدی واژه های مترادف و یا با املائی متفاوتی دارند(کلمه ای با دو املائی متفاوت ولی مفهومی واحد) ، در این صورت استفاده از عملگر OR باعث بازیابی اطلاعات کامل تری در زمینه مورد نظر می شود . به مثال زیر توجه کنید:

Organization OR Organisation

عملگر NOT:

این عملگر با حذف یک یا چند کلمه کلیدی از دامنه جستجو باعث محدود شدن نتایج می شود. عملگر NOT قید " نباید " یا " بجز؛ را اعمال می کند (شکل ۱۱)



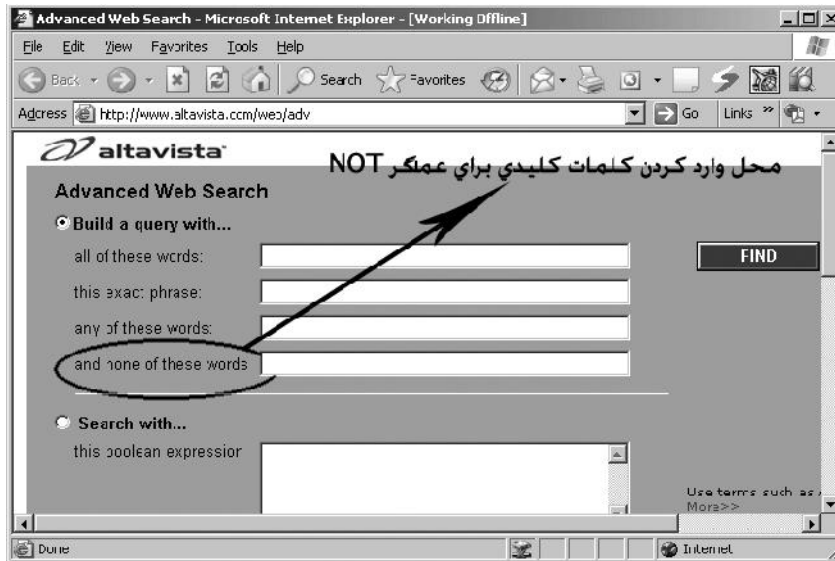
شکل ۱۱

به عنوان مثال در صورتی که به دنبال کلمه کلید تلویزیون بدون در نظر گرفتن فیلم باشیم مانند مثال زیر عمل می کنیم:

Television NOT Movie

نکته: در برخی از جستجوگرها مانند AltaVista و یا Excite به جای استفاده از عملگر NOT باید از AND NOT استفاده کرد.

نکته: گزینه هایی مانند without the Words و یا Must Not Include یا Include و یا and none of this words همگی به جای عملگر NOT در جستجوگرهای مختلف به کار می روند(شکل ۱۲).



شکل ۱۲

نکته : در تعداد زیادی از جستجوگر ها بهتر است عملگرهای استفاده شده را با حروف بزرگ تایپ کنیم !!!

جستجوی ترکیبی (Compound Search):

جستجویی است که در آن دو یا چند عملگر با هم ترکیب می شوند. در بسیاری از جستجوگر ها با استفاده از پرانتز می توان از ترکیبات مختلف عملگر ها برای دقت بیشتر در جستجو استفاده کرد. به مثال زیر توجه کنید:

(Buy OR purchase OR order) AND (PC OR computer) NOT (486 OR Celeron)

آیا می توانید علت جستجوی ترکیبی مورد نظر را بیان کنید؟!

نکته : امکان جستجوی ترکیبی در جستجوگرهایی مانند AltaVista ، Northern Light و Hotbox امکان پذیر است.

جستجوی عبارت (Phrase Search):

با کمک این روش جستجو ، می توان یک عبارت یا جمله مشخص را به همان ترتیبی که واژه های در کادر جستجو وارد شده اند را مورد جستجو قرار داد. این قابلیت ، تقریباً در همه روشهای جستجوی اصلی با کمک علامت های " " در دو طرف عبارت مورد جستجو پیش بینی شده است.

نکته : جستجوی عبارت ، برای بازیابی اسامی خاص نظیر نام سازمان ها ، نشریات و اسامی افراد و ... کاربرد فراوان دارد! به مثال های زیر توجه کنید:

"How the search engines work?"

"Tehran University"

در قسمت جستجوی پیشرفته تعدادی از جستجوگر ها گزینه های دیگری نیز با عنوان Exact Phrase یا Exact Words یا This Exact Phrase برای اجرای دستور جستجوی عبارت پیش بینی شده است (شکل ۱۳).



شکل ۱۳

نکته : با وجود قابلیت های زیاد جستجوی عبارت در بازیابی اطلاعات در جستجوگر های وب و اینترنت ، توجه نمایید که افزودن یا حذف حتی یک کلمه کلیدی باعث بازیابی نتایج کاملا متفاوتی در جستجو خواهد شد.

تمرین : در بخش جستجوی پیشرفته سایت AltaVista بهترین فیلم های سال ۲۰۰۶ را به الگوهای جستجوی زیر جستجو کنید و نتایج به دست آمده را با یکدیگر مقایسه کرده و در باره آن بحث کنید:

"Top movies in 2006"
"Top films in 2006"
"Top films in year 2006"

تمرین : تمرین بالا را در موتور جستجوی Google در قسمت عمومی و تخصصی تکرار کنید و نتایج به دست آمده را با نتایج بدست آمده از تمرین بالا مقایسه کرده و در باره آن بحث کنید.



نکات کلیدی در جستجوی اینترنتی

- نکته بسیار مهم برای جستجوی موثر در اینترنت و وب مطالعه، کسب مهارت و تمرین زیاد است (این موضوع برای بیشتر مهارت‌ها درست است)، با این وجود ۶ توصیه مهم و کاربردی برای بهینه‌سازی جستجوهای شما به شما ارائه می‌شود:
- ۱ - قبل از هر چیز سرفصل‌ها و عنوان‌های جستجوی خود را مشخص کنید (summarize your topic)
 - ۲ - واژه‌های کلیدی خود را مشخص کنید (Identify your key concepts)
 - ۳ - واژه‌های کلیدی مناسب را انتخاب کنید (Choose your keywords)
 - ۴ - روش و ابزارهای جستجوی خود را انتخاب کنید (Choose your search tools)
 - ۵ - جستجو را تا یافتن نتیجه ادامه بدهید (Search until you find)
 - ۶ - نتایج جستجوی خود را ارزیابی و مقایسه کنید (Evaluate the respurces)

روایی و اعتبار اطلاعات در اینترنت و وب

ضرورت ارزیابی صفحات وب

از دیرباز تا امروز که در عصر اطلاعات به سر می‌بریم همواره ارزیابی اطلاعات و تقویت تفکر انتقادی مطرح بوده است. عصر اطلاعات نه تنها از ضرورت آن نکاسته که بر ضرورت آن افزوده است. محتوای اطلاعاتی ممکن است در هر قالبی قرار گیرد. در انواع رسانه‌ها صرفنظر از نوع محمل، محتوای اطلاعات مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. صفحه وب سندی چندرسانه‌ایست که در محمل جدید اطلاعاتی یعنی وب قرار گرفته است. موتورهای جستجو با نمایه‌سازی صفحات وب، ارزیابی اطلاعات را در این محیط میسر می‌سازند. اما محیط مجازی وب ویژگی‌هایی خاص دارد که آن را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌کند. به بیانی محیط مجازی وب بر محتوای اطلاعاتی تاثیر می‌گذارد.

بسیاری از متخصصان اطلاع‌رسانی و کتابداران بر این عقیده‌اند که ارائه اطلاعات در صفحات وب از اعتبار آنها خواهد کاست و هنوز فرمت چاپی را ترجیح می‌دهند این گروه بر این عقیده‌اند که اطلاعات در شکل چاپی از قابلیت اعتماد بیشتری برخوردار است چرا که مقالات در نشریات علمی پس از بررسی محتوایی چاپ می‌شوند. بسیاری از اطلاعات با ارزش علمی در شبکه قرار نمی‌گیرند و کتابخانه‌ها مجلات علمی معتبری دارند که محتوای اطلاعاتی آنها به صورت تمام متن در اینترنت وجود ندارد (Standler, 2004). این در حالی است که ناشران مجلات علمی به فکر تغییر بستر اطلاعاتی خویش افتاده و در اندیشه فراهم‌آوری امکان دسترسی تمام متن به مقالات علمی خویش هستند. مزایایی چون قابلیت دسترس پذیری فراوان بدون محدودیت زمانی و مکانی، امکان روز آمد کردن سریع اطلاعات و قابلیت انتقال و کپی برداری سریع و به صرفه از اطلاعات در محیط اینترنت عواملی است که به روند دیجیتالی کردن اطلاعات سرعت می‌بخشد. در این صورت ارائه خدمات به صورت پولی انجام خواهد شد و نمونه این گونه از مجلات علمی در حال حاضر به صورت الکترونیکی در شبکه مشاهده می‌شود (Standler, 2004).

نوع محمل اطلاعاتی، در مورد صفحات وب بر محتوای اطلاعاتی آن تاثیر می‌گذارد لذا به صورت اختصاصی به بیان ضرورت ارزیابی اینگونه منابع پرداخته می‌شود:

صفحات وب به سادگی ایجاد می‌شوند.

دریافت دامنه و URL آسان است. حتی دامنه‌هایی که به ظاهر نشانگر مشخصه‌های خاصی چون edu, org, ... هستند با پرداخت مبلغ ناچیزی واگذار می‌شوند.

هر صفحه ایجاد شده بدون هیچ محدودیتی از سوی موتورهای جستجو نمایه و آماده ارزیابی می‌شود.

این صفحات می‌توانند یکی از منابع اطلاعاتی محسوب شده و مبنای استناد قرار گیرند.

نظارتی بر محتوای سایتها و نوع اطلاعات ارائه شده در آنها وجود ندارد. و به بیانی هر گونه اطلاعاتی از طریق صفحات وب ارائه می‌شود.

اطلاعات در این صفحات بدون هیچ گونه فیلتری و بدون توجه به ویژگی‌های کاربران در دسترس گروه‌های مختلف قرار می‌گیرد.

داوری آنگونه که در مورد منابع چاپی مطرح است، در این دست از منابع به چشم نمی‌خورد.

دنیای مجازی ارتباطات مبتنی بر وب، اعتماد پذیری را کاهش می‌دهد. چراکه هویت طراحان صفحات وب می‌تواند پنهان باشد و یا اطلاعات ارائه شده از سوی آنها کاملاً ساختگی باشد.



اطلاعات ارائه شده در صفحات وب ناپایدار است.
اطلاعات ارائه شده در وب از نظر محتوایی گاه بیهوده و بالقوه خطرناک و گمراه کننده است.
به علت آلودگی بیش از حد اطلاعات در وب، میزان جامعیت بازیابی ها بسیار زیاد است نتیجه این آلودگی وجود سرریز اطلاعات است و برای رسیدن به نتیجه مطلوب باید به گزینش دست زد.

به علاوه روشهای نمایه سازی در وب از کارایی لازم برخوردار نیستند و همواره بخش مفیدی از وب به صورت وب پنهان باقی می ماند.
شاید بتوان از طریق اعمال جستجوی پیشرفته بر غنای محتوایی اطلاعات بازیابی شده افزود اما در هر صورت در نمایه سازی وب، روابط معنایی آنگونه که شایسته است مد نظر نیست و چه بسا موارد بازیابی شده با اطلاعات مورد نظر سازگاری نداشته باشد. حتی با این فرض که موتور جستجو نمایه سازی را به درستی انجام داده باشد، طراحان وب در طراحی خویش ابر داده ها را مد نظر داشته باشند و موارد بازیابی شده مرتبط نیز باشند، لازم است که کاربران مطالب بازیابی شده را با دیدی انتقادی مورد ارزیابی قرار دهند و به این ترتیب بر اعتبار استناد خویش بیافزایند. لذا کاربران چه به عنوان اعضای جامعه اطلاعاتی در عصر اطلاعات و چه به عنوان مراجعان ساده کتابخانه های قرون وسطی هیچ گاه حق ارزیابی منتقدانه را از خود سلب نکرده اند. ساختار ارائه اطلاعات چه چاپی باشد، چه میکرو فیلم و چه ابزارهای دیجیتالی، کاربران همواره معیارهایی را در ارزیابی های خویش به کار می برند. در مورد منابع الکترونیکی و آنچه در شبکه های پیوسته اشاعه می یابد ضرورت ارزیابی نه تنها کاهش نمی یابد که پرننگ تر خواهد شد و تابع معیارهای ویژه ای است.

ارزیابی صفحات وب

برای یافتن اطلاعات مناسب با نیاز اطلاعاتی از طریق صفحات وب باید در دو چیز مهارت داشت:
دستها و چشمها را به تکنیک هایی مجهز کنید که قادر به یافتن مناسب ترین اطلاعات در زمانی کوتاه باشند.
ذهن خود را طوری تربیت کنید که با دیدی انتقادی و حتی بدبینانه مجموعه ای از سوالات را طراحی و در مواجهه با اطلاعات بازیابی شده آنها را در ارزیابی به کار بندد.
در صورتیکه این دو فرایند همزمان انجام پذیرد می توان گفت که کاربر از مهارت بازیابی و ارزشیابی منابع مرتبط با نیاز خود برخوردار است.

معیارهای ارزیابی صفحات وب

برخی معیارهای ارزیابی صرفنظر از نوع محمل اطلاعاتی برای انواع منابع چاپی و غیر چاپی صادق اند اما برخی از معیارها اختصاص به نوعی از منابع دارند. اندیشه بنیانی در ارزیابی اطلاعات همچنان ثابت است اما گاهی اتفاق می افتد که با توجه به نوع کاربران، نوع و عمق نیاز اطلاعاتی و موارد استفاده از اطلاعات بازیابی شده برخی از معیارها پرننگ تر و برخی کم رنگ تر است. محتوای این معیارها حول چند نکته می چرخد. ارزیابی از دو جهت کمی و کیفی باید انجام شود. نوع و ساختار سازماندهی و ارائه اطلاعات در انواع محمل ها به سهولت کاربری و استفاده موثر می افزاید لذا نباید چنین پنداشت که ساختار و شکل ارائه اطلاعات در کم اهمیت است. در مورد صفحات وب نیز هر دو جنبه محتوایی کمی و کیفی مد نظر است.

هدف را مشخص کنید :

آنچه در اینترنت منتشر می شود با هدف و برای مخاطبان خاصی است. شناسایی هدف با دنبال کردن پیوندهایی چون "About us", "Philosophy", "Background", "Biography", "Who am I," etc" آشکار می شود. این پیوندها اهداف، دامنه، نوع فعالیت، وابستگی سازمانی و اطلاعات سودمند دیگری را مشخص می نماید. اگر در صفحه بازیابی شده این پیوندها را پیدا نکردید باید با کوتاه کردن URL به صفحه خانگی سایت رفته و در آنجا به دنبال اطلاعاتی از این دست باشید. (Barker, 2004). همواره به خاطر داشته باشید که هدف زیربنای سایر برنامه ریزی ها و طراحی هاست و در تعریف ملاکها و معیارهای گردآوری، تنظیم و ارائه اطلاعات تاثیرگذار است. راه دیگر برای کشف هدف توجه به دامنه و URL صفحه بازیابی شده است. صفحاتی که با دامنه های net, org, edu, gov, mil مشخص می شوند از اعتبار بیشتری برخوردارند. کاربران باید در مورد دامنه های com که تجاری هستند بسیار دقت نمایند. این دامنه برای اهداف تجاری استفاده می شود. دامنه net به سایتهای غیر انتفاعی داده میشود اینک تا چه اندازه این شرکتهای غیر انتفاعی اطلاعات صحیح ارائه میدهند خود جای بحث دارد (Smith, 2001). علی رغم تقسیم بندی رایجی که از دامنه ها به عمل می آید در عمل نظارت چندانی بر دامنه های ذکر شده وجود ندارد و با پرداخت مبالغ ناچیزی دامنه ها واگذار می گردد. لذا اگر چه باید در بررسی دامنه و URL صفحه بازیابی شده دقت نمود اما این معیار به تنهایی معیار مناسبی برای رد یا تایید اطلاعات بازیابی شده نیست.



تعیین میزان پوشش :

اطلاعات ارائه شده در صفحات وب گاه بسیار عمیق و گاهی سطحی است. گاه تنها به ارائه لیستی از مطالب تخصصی اکتفا شده است بدون آنکه به دانش عمیق مربوط به آن اشاره ای گردد و گاهی ریزترین مسئله مورد بحث فراوان قرار گرفته است. باید در نظر داشت که طرح سوال، جستجو و بازیابی اطلاعات متأثر از نوع و محتوای نیاز اطلاعاتی، نوع و سطح مخاطبان، دامنه کار یا فعالیتی که به واسطه اطلاعات قصد پوشش دادن به آن را دارند و بسیاری عوامل دیگر است. صفحات وب نیز متأثر از اهداف طراحان آن سطح پوششی خاصی از مخاطبان را مد نظر دارند و پشتیبانی می کنند. تخمین دامنه اطلاعات مناسب برای جستجوگر می تواند به چندین روش انجام پذیرد یکی از این روشها مطالعه فهرست مندرجات یا نقشه سایت - در صورت وجود- است، روش دیگر مطالعه و بررسی توصیفی است که اغلب سایتها از خود ارائه می کنند. سایتهایی که اطلاعات عمیق و تخصصی تری دارند اغلب امکان جستجو را از طریق موتور جستجوی خود فراهم می آورند در این صورت با انجام جستجوی ساده می توان تا حدی به دامنه اطلاعات ارائه شده و نوع سازماندهی آن پی برد. وجود پیوندهای فرامتنی نیز اگر به درستی برقرار باشند بر عمق پوشش مطالب می افزایند. در مورد برخی از سایتها که مقالات تمام متن را فراهم می آورند پوشش گذشته نگر نیز اهمیت می یابد. تعیین پوشش همواره بستگی به سطح دانش کاربر و نوع نیاز وی دارد.

ارزیابی شهرت و اعتبار :

شناسایی صاحبان اندیشه، شهرت و اعتبار آنها در ارزیابی صفحات وب از ضروریات است پس:
- حامی صفحه یا فردی که مسئولیت حقوقی و معنوی سایت را عهده دار است مشخص نمایید.
کاربران باید بتوانند ناشر یا حامی صفحه وب را شناسی کنند به گونه ای که ارزشها، اندیشه و اهداف وی مشخص شود. این بررسی با مراجعه به بخش هایی از صفحه که با "About Us" or "Mission" مشخص شده اند انجام می شود. حامی صفحه وب باید علاوه بر شماره تماس و آدرس پست الکترونیکی به صورت متمایز مشخص شده باشد (Smith, 2001).
- پدید آور را مشخص کنید.

گاه کاربران در اطلاعات بازیابی شده آنقدر غرق می شوند که پدید آورنده اثر و اطلاعات زمینه ای وی را از یاد می برند و به آن توجهی نمی کنند. در مورد وب سایت سازمانها و بسیاری از سایتهای دیگر امکان دارد که اطلاعات مربوط به پدید آورنده مطالب ذکر نشده باشد در این صورت اگر امکان آن وجود داشته باشد با ایجاد ارتباط با مدیر سایت می توان اطلاعات مفیدی به دست آورد به علاوه اطلاعاتی که سازمانها تحت نام تالگانی خود ارائه می کنند اغلب تحت نظارت کارمندان و متخصصان موضوعی است و در صورت معتبر بودن آن سازمان مشکلی در مورد عدم شناخت پدید آور نخواهد بود. در عین حال مشخص کردن صاحب اندیشه در هر سایتی نشان دهنده دقت نظر و احترامی است که طراحان آن به تفکر انتقادی مخاطبان خویش دارند (Smith, 2001).

در صورتیکه اطلاعات مربوط به پدید آور مشخص باشد باید دقت داشته باشید که توضیحات کامل باشد و تصویر مناسبی از وضعیت مسئولیت مطالب منتشر شده را مشخص نماید. ارائه آدرس پست الکترونیک نویسنده مطلبی که مشخصات حرفه ای و تخصصی وی را نمایان نسازد قابل اعتنا نیست. در اینصورت باید با نویسنده مطلب ارتباط برقرار کرد و مشخصات لازم را از او دریافت نمود. (Barker, 2004)

تعیین درستی :

گاه اطلاعات ارائه شده در محیط مجازی وب نه تنها صحیح نیست که گمراه کننده و در مواردی مثل اطلاعات پزشکی خطرناک نیز هست لذا در ارزیابی اطلاعات باید بر این جنبه بسیار دقت داشت. تعیین میزان درستی اطلاعات بازیابی شده مهمترین بخش ارزیابی انتقادی اطلاعات است. اغلب کاربران از روی ظاهر سایت و نوع طراحی آن به ارزیابی می پردازند در حالیکه صرف طراحی مناسب و زیبای سایت دلیلی بر درستی محتوای اطلاعاتی آن نیست. اشتباهات تایپی و گرامری گاه محتوا را قلب می کنند و اطلاعات گمراه کننده ای را منتقل می سازند. پدید آور مطالبی که محتوایی قابل اعتماد داشته باشند کلامش را با استنادها اعتبار می بخشند در صورتیکه مقاله ای علمی فاقد استناد و منابع باشد نباید محتوای اطلاعاتی آن را زیاد معتبر و جدی قلمداد کرد. در مورد سایتها نیز چنین است .

اطلاعات ارائه شده در صفحه ای اینترنتی چنانچه با پیوندها مسیری را برای کشف منابع و استنادها فراهم آورد بر اعتبار خویش افزوده است (Smith, 2001).



روزآمدی:

با توجه به رشد روز افزون علم و کوتاه شدن دوره حیات علمی یک اندیشه، لازم است از روزآمدی اطلاعات ارائه شده اطمینان حاصل گردد. توجه به تاریخ انتشار یک صفحه و تاریخ بازبینی آن که اغلب در پائین یا بالای صفحه ظاهر می شود گامی جهت ارزیابی روزآمدی صفحه و اطلاعات آن است. الزاما تاریخ انتشار صفحه و یا تاریخ روزآمدسازی سایت به تنهایی ملاک روزآمدی اطلاعات نیست، فعال نبودن پیوندها نشانی از عدم پویایی و روزآمدسازی سایت است. به علاوه منابع مورد استفاده در متن نیز باید مورد توجه قرار گیرد در صورت کهنه بودن منابع مورد استناد، باید در روزآمدی مطالب ارائه شده تردید کرد. توجه به این مسئله اهمیت دارد که به صرف کهنه بودن منابع مورد استناد نمی توان خط بطلانی بر محتوای اطلاعاتی، اطلاعات بازبایی شده کشید بلکه باید همزمان به متن آن علم یا رشته، طول عمر مفید اطلاعات در آن موضوع و بار محتوایی مطالب نیز توجه داشت.

قابلیت دسترس پذیری :

- دسترس پذیری در شبکه

دسترسی به منابع اطلاعاتی در اینترنت ممکن است به شیوه های مختلفی محدود شود(از جمله زبان منبع، نیاز به ثبت نام، نیاز به اثبات صلاحیت یا عضویت در یک سازمان خاص) دسترس پذیری بزرگترین عاملی است که مراجعان کتابخانه ها را به پای میز کامپیوتر کشانده. محیط مجازی وب محدودیت زمانی و مکانی کاربران را از میان برداشته است و با ارائه انبوهی از اطلاعات آنان را در ظاهر از کتابخانه ها بی نیاز ساخته است. اما کاربران غالبا فراموش می کنند که اغلب اطلاعات علمی و مستند در پایگاهها ارائه شده و دسترسی به آنها برای همه ممکن نیست. از سویی کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی به طراحی وب سایتهای خود پرداخته و دسترس پذیری اطلاعات را از طریق شبکه ها و پایگاههای پیوسته نیز فراهم آورده اند. حرکت به سوی شبکه ها و کتابخانه های مجازی است. در چنین محیطی که کاربران در معرض انواع اطلاعات قرار گرفته اند و امکان استفاده از اطلاعات ضعیف تر به علت سهولت بازبایی و دسترس پذیری بیشتر وجود دارد باید به کاربران آموخت که کتابخانه ها نیز دسترسی به برخی از منابع اطلاعاتی را فراهم نموده اند و معیارهای ارزیابی منسجمی بر این انتخابها و گزینش ها تاثیر داشته است.

- دسترس پذیری در صفحات یا نحوه ارائه و نظم دهی اطلاعات در صفحه :

نحوه ارائه اطلاعات در صفحات وب از اهمیت فراوانی برخوردار است. نوع سازماندهی اطلاعات، تعریف پیوند های فرامتنی، امکان استفاده از جستجو و مرور، میزان تعامل با کاربر و کاربر مدار بودن، سرعت بارگذاری اطلاعات، قابل فهم و ساختارمند بودن ارائه و به بیانی وجود سازماندهی در ارائه اطلاعات دسترسی پذیری را سهولت می بخشد و کاربران را از سردرگمی می رهاند. نسبت به واژه هایی چون " " "additional sites," " "links, " "related links," etc حساس باشید. پیوند ها را بررسی کنید. ارائه ارجاعات کور، غیر فعال و یا نامربوط از اعتبار اطلاعات ارائه شده می کاهد(Barker,2004). این بخش از کار به امکانات تکنولوژیکی و مهارت در طراحی این نظامها بستگی دارد و توجه به آن در ارزیابی صفحات وب از اهمیت فراوانی برخوردار است.

قیمت :

هزینه لازم برای دسترسی به اطلاعاتی یکی از مواردی است که به هنگام استفاده از اطلاعات باید به آن توجه داشت. اطلاعات با ارزش پایگاههای اطلاعاتی معتبر دنیا به صورت اشتراکی ارائه می شوند. گاهی استفاده از چکیده و اطلاعات کتابشناختی رایگان است اما برای دریافت متن کامل نیاز به پرداخت وجه هستید. در نتیجه شما باید ارزش نسبی پرداخت هزینه ها را به محتوایی که دریافت خواهید نمود تخمین زده و با این دید که ارزش اطلاعات به محتوای آنهاست تصمیم گیری نمایید.

SEO چیست ؟

معنای لغوی SEO که مخفف Search Engine Optimization است، بهینه سازی موتور جستجو است، یعنی تولید کردن صفحات وبی که برای موتورهای جستجو جالب و فریبنده هستند. بهینه سازی صفحات وب این است که شما در نتایج یک موتور جستجوی بزرگ بیشترین امتیاز را داشته باشید. اهمیت این موضوع از آنجا ناشی می شود که اکثر مردم از موتورهای جستجو برای رسیدن به مطلب یا محصول مورد نظر خود استفاده میکنند. علم بهینه سازی موتور جستجو در مورد روشهای فنی مانند عنوان صفحه ی مناسب، تگ ها و متا تگ ها، واژه های کلیدی و عبارات کلیدی و توضیحات مناسب سایت و کلاً محتوایی که موتورهای جستجو دوست دارند، مطالعه می کند. متأسفانه تمام نرم افزارهای خردنگی یک جور کار نمیکند. برای مثال اگر صفحه وب شما در یکی از موتورهای جستجو امتیاز بالایی داشته باشد، ممکن است در دیگر موتورها این چنین نباشد.

چرا SEO مهم است؟

- برتر بودن در نتایج جستجو مشتری های زیادی را به دیدار از وب سایت شما دعوت میکند.
- ۸۷ در صد تمام بینندگان شما از یک صفحه یک وضعیت دارند.
- ۹۱ در صد از کاربران اینترنت از موتورهای جستجو استفاده میکنند.



- طبق آخرین تحقیقات بیش از ۲۵۰ میلیون جستجو در روز در کشور انگلیس انجام میگیرد.
- ۷۳ در صد معاملات آنلاین به وسیله موتورهای جستجو آغاز میشود.
- ۳.۵ بیلیون از وب سایت با هم بر سر رقابت پول هستند، اما واقعیت این است که فقط کسرهایی از یک درصد به صفحه اول می رسند.

چه کسانی به SEO احتیاج دارند؟

ابزارهای SEO چیست؟

- **Keyword Suggestion** پیشنهاد دهنده ی واژه های کلیدی: شما میتوانید با استفاده از **Keyword Suggestion** واژه های کلیدی بهتر و جذاب تری را انتخاب کنید.
- **Google Rank Checker** چک کننده ی امتیاز شما در گوگل: موتور جستجوی گوگل با محاسباتی خاص و دقیق به وب سایت ها امتیاز میدهد. معمولا چک کردن این امتیاز آسان نیست اما این ابزار در بیشتر سایت های مرتبط با **SEO Tools** کار شما را آسان کرده و شما میتوانید به راحتی امتیاز خود را در گوگل چک کنید.
- **Link Popularity** محبوبیت لینک: محبوبیت لینک به شما نشان میدهد که در موتورهای جستجوی مختلف وقتی شما را جستجو میکنند چه تعداد نتیجه ظاهر میشود و جدیدن از این ابزار برای مقایسه کردن بین چند وب سایت استفاده می شود.
- **Search Engine Position** وضعیت سایت شما در موتورهای جستجو: این ابزار هم تعداد نتایج جستجوی سایت شما را در موتورهای جستجوی بزرگ نمایش میدهد.

به تازگی موتور جستجویی در ایران به آدرس www.dahio.com راه اندازی شده است که علاوه بر خدمات جستجو برای اولین بار در ایران خدماتی کامل در رابطه **Search Engine Optimization** ارائه میدهد.

منابع:

۱- کیوان کوشا (۱۳۸۱) : ابزارهای کاوش اینترنت ، نشر کتابدار

۲- عاطفه شریف ، بیان ضرورت و معیارهای ارزیابی در صفحات وب ، وب سایت irandoc.ac.ir

- 3- Ernest Ackerman(2003) :Searching & Researching on the Internet , Franklin Association
- 4- Barker, Jon (2004) "Finding Information on the Internet: A Tutorial University of California". Available at: <<http://www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Evaluate.html>>
- 5- Case, Ronald. (2003) "Making Critical Thinking an Integral part of Electronic Research". School Library in Canada.22 (4). Available at: <<http://search.epnet.com/login.aspx>>
- 6- Engle, Michael. (2004)"The Seven Steps of the Research Process". Cornel University Library. Available at: <<http://www.library.cornell.edu/olinuris/ref/research/skill1.htm> - bibliog. >
- 7-Smith, Alistair.(1997) "Criteria for evaluation of Internet Information Resource "The Public-Access Computer Systems Review. 8(3). Available at:<http://www.vuw.ac.nz/staff/alastair_smith/evaln/index.htm>
- 8-Smith, Marshall L. (2001) "Critical Thinking and the Web". Darlene Lynch and Robert F. Vernon, Journal of Social Work Education, 37(2): p381-387. Available at: <<http://search.epnet.com/login.aspx>>
- 9-Standler, Ronald B. (2004)"Evaluating Credibility of Information on the Internet" . Available at: <<http://www.rbs0.com/credible.pdf>>
- 10-Tilloston, Joy.(2003)"A Portrait of the Audience for Instruction in Web Searching: Result of a Survey Conducted at Tow Canadian Universities". CJLIS/RCSIB .27(1): p3-24.



نکاتی برای پیشرفت

بر اساس تجربه های عملی ، در طی برگزاری کارگاههای مختلف جستجو در اینترنت و وب ، دریافتیم که یکی از دلایل ضعف کاربران ایرانی در جستجوی موثر در اینترنت و وب نه فقط عدم شناخت و تسلط به روشها و ابزارهای جستجو می باشد بلکه مشکل عمده ای به نام ضعف در زبان انگلیسی کاربران را رنج می دهد. بر اثر تجربه سعی نمودم مجموعه ای زز لغات کاربردی و عملی موثر در جستجو را برای گروههای سنی مختلف و با توجه به تخصص های مختلف گردآوری نمایم. اولین سری مجموعه لغات مورد نظر در قالب ۱۷۰ لغت مطلقاً " ضروری برای کاربران مبتدی اینترنت و وب تهیه شده است که در پایان همین جزوه در اختیار فراگیران قرار گرفته است. از کلیه اساتید، صاحب نظران و کارشناسان خواهشمندم که نقطه نظرهای پیشنهادی و انتقادی خود را در خصوص نحوه برگزاری کارگاه و همینطور جزوه تهیه شده به اینجانب منعکس نمایند.

منصور دهستانی



۱۷۰ لغت

مطلقاً ضروری برای جستجوی موثر در اینترنت و وب
170 Absolutely essential words for effective web searching

مقدمه

پیدایش اینترنت و وب، فرصت‌های زیاد و تازه‌ای را در فرآیند اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی پیش روی محققان و دانشجویان و شهروندان قرار داده است. امکان جستجو و دسترسی به حجم وسیعی از اطلاعات موجود در اینترنت و وب (خرد جهانی، میراث خرد جهانی به اشتراک گذاشته شده)، اغلب فعالیت‌های آموزشی، تحقیقاتی و تجاری و سیاسی و... را تحت تاثیر خود قرار داده است به نحوی که امروزه مهارت اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات به یکی از مزیت‌های رقابتی افراد، سازمان‌ها، ملت‌ها و کشورها تبدیل شده است. مشکل اصلی در فرآیند اطلاع‌یابی و جستجوی اطلاعات، حجم کم منابع اطلاعاتی یا نتایج بدست آمده نیست، بلکه مشکل تازه‌ای به نام بازیابی بیش از حد اطلاعات در جستجوهای اولیه می‌باشد که در نتیجه جستجوی موثر اینترنت و وب به یکی از نیازهای مهم و حیاتی شهروندان، دانشجویان و محققان و اساتید تبدیل نموده است. با توجه به ضرورت و نیاز به آموزش‌های تخصصی در این زمینه، مجموعه‌ای از کارگاه‌های آموزشی (یک روزه، کوتاه مدت و فشرده) توسط اینجانب طراحی و در مراکز آموزشی مختلف (دولتی و دانشگاهی) به اجرا درآمده است که حاصل تجربیات حضور در دوره‌های مختلف آموزشی و برگزاری کارگاه‌های متعدد در این زمینه مطالبی است که در کارگاه‌های مورد نظر به فراگیران آموزش داده می‌شود.

مجموعه لغاتی که پیش رو دارید، نتیجه بازخورد‌های گرفته شده از شرکت‌کنندگان بیش از دهها کارگاهها آموزشی با عناوین

- روشها و ابزارهای جستجوی موثر در اینترنت و وب
- جستجوی تخصصی اینترنت و وب (ویژه دانشجویان علوم پایه و پزشکی)
- خدمات مرجع با تاکید بر خدمات مرجع مجانی در اینترنت و وب (ویژه کارشناسان کتابدارای و اطلاع‌رسانی)

می‌باشد که در طی مدت ۱۰ سال برگزاری کارگاه‌های فوق، توسط فراگیران مورد سوال واقع شده است. بی‌شک مجموعه لغات یادشده، صرفاً پاسخگوی نیاز کاربران کارگاه‌های مورد نظر می‌باشد و بر اساس نیازهای کارگاه‌های مورد نظر انتخاب شده است، با این وجود بر اساس تجربیات مختلف دریافتم که فراگیران (دانشجویان) در صورت تسلط نسبی بر واژه‌های ارائه شده مورد نظر و همزمان با شرکت در کارگاه‌های یادشده، قادر خواهد بود که مستقل از تحصیلات دانشگاهی (و گاه حتی بدون داشتن تحصیلات دانشگاهی) به طور موثر و در مدت زمان کوتاهی به جستجوی نیازهای خود در اینترنت و وب پرداخته و به نحو اثربخشی به نتایج مطلوب خود دست بیابد. از کلیه صاحب نظران و کارشناسان مجرب و دلسوختگان اطلاع‌رسانی خواهشمندم با ارائه پیشنهادات و راهنمایی‌های کاربردی خود اینجانب را در تکمیل این مجموعه یاری نمایند.



ABC	الفبا
A to Z	سیر تا پیاز (الف تا ی)
Account	حق اشتراک
Active	فعال
Asymmetric	نامتقارن
Achieve	دستیابی، یافتن، انجام دادن
Advanced Search	جستجوی پیشرفته
Advertisement	تبلیغات
Administrative	مدیریتی
Affordability	توانایی پرداخت
Annotation	کوتاه نوشت، توضیح کوتاه یک صفحه وب
Attachment	فایل پیوست یک نامه الکترونیک
Applied	کاربردی
Anonymous	ناشناس، ناشناخته
Affiliate	مربوط کردن
Audit	ممیزی
Algorithm	الگوریتم
Appearance	ظاهر
Associate's degree	دیپلم
Bookmark	آدرس اینترنتی ذخیره شده در مرورگر وب
Boolean Search	جستجوی منطقی (OR ، AND و ...)
Brain Drain	فرار مغزها
Browsing	گشت و گذار در وب
Business	کسب و کار
Bachelor	لیسانس
Balanced Score Card	کارت توزیع متوازن
Benchmark	الگو برداری
Credit Card	کارت اعتباری
Client	سرویس گیرنده
Continuous Improvement	بهبود مستمر
Core Competency	شایستگی ذاتی، شایستگی کلیدی
Cash	خرید مستقیم
Case Sensitivity	حساسیت جستجو گر به جروف کوچک و بزرگ
Content	محتوی
Command	فرمان، دستور
Customization	سفارشی کردن
Content Provider	فراهم کننده محتوی
Cool	جالب، جذاب
Cognitive	ادراکی، مفهومی
Commerce	تجارت



Carrier	حامل
Cost	هزینه
Concept searching	جستجوی مفهوم
Conceptual framework	چارچوب مفهومی
Creative	خلاق
Creativity	خلاقیت
Cockpit (Management cockpit)	سکوی مدیریت سازمان
Contemporary	همزمان، هم‌دوره
Default setting	تنظیمات پیش فرض
Domain name	آدرس اینترنتی یک شبکه یا یک وب سایت
Dead link	پیوند بی مقصد
Directory	فهرست جستجو
Demand priority	اولویت درخواست
Discussion group	گروه‌های خبری
Downloading	کپی یا دریافت فایل از اینترنت
Development	توسعه، بهبود
Documentation	مستند سازی
Disaster	فاجعه، بحران، بلایای طبیعی
Discount	تخفیف
Digital divide	شکاف دیجیتالی
Decision	تصمیم
Delegate	نماینده‌گی دادن
Delivery	تحويل
Draft	پیش نویس
Dynamic	پویا
Educational	آموزشی
Effective	موثر
Entrepreneur	کارآفرین
Entrepreneurship	کارآفرینی
e-commerce	تجارت الکترونیک
e-banking	بانکداری الکترونیک
e-learning	آموزش (یادگیری) الکترونیک
e-health	سلامت الکترونیک
e-citizen	شهروند الکترونیک
e-readiness	آگاهی الکترونیک
e-government	دولت الکترونیک
e-city	شهر الکترونیک
Emotional	هیجانی (احساسی، عاطفی)
Exhibition (fair)	نمایشگاه
Essential	ضروری
FAQ	پرسش های متداول
Favorite list	فهرست سایت های ذخیره شده در مرورگر وب



Flexible	انعطاف پذیر
FTP	پروتوکل دسترسی مستقیم به فایل ها
False drop	ریزش کاذب
Full text	متن کامل مقاله
Foundation	اساس، بنیان
Fundamental	اساسی، بنیادی
Flying start	شروع خوب
GUI	رابط گرافیکی کاربر
Governmental	دولتی
Gallery	مجموعه، گالری
Goals	اهداف
Guard	نگهبان
Guideline	راهنما، رهنمون
Hierarchy	زیر مجموعه
High precision / low recall	دریافت نتایج دلخواه و بدون نتایج نامطلوب
Hit list	فهرست نتایج
Home page	صفحه اول یک وب سایت
Hot fix	نرم افزارهای امنیتی ویندوز
http	پروتوکل انتقال صفحات وب
Holistic	جامع نگر
Hypertext	ابر متن (متن دارای پیوند فعال)
Hyperlink	پیوند (در صفحات وب)
Human resource development	توسعه منابع انسانی
Infrastructure	زیر بنا
Information	اطلاعات
Index	فهرست
Invisible web	وب نامرئی
Killer tip	نکات بسیار کاربردی و مفید
Knowledge	دانش (علم)
Know how / know why	چگونگی / چرایی
Low precision / high recall	دریافت نتایج نامطلوب و بدون نتایج مطلوب
Lesson plan	طرح درس
Literacy	سواد
Master plan	طرح جامع
Mailing list	فهرست پستی
Meta search	ابر موتور جستجو
Meta tag	دستورات متا (تعدادی برای افزایش رتبه سایت در وب به کار می روند)
Mind map	نقشه ذهنی
Merchant	تاجر
Mind management	مدیریت فکر
Nuts and bolts	نکات مهم و کاربردی
Negotiate	مذاکره، گفتگو



Nested Boolean logic	جستجوی ترکیبی
Non-profit	غیر انتفاعی
Need assessment	نیاز سنجی
Password	رمز عبور (گذر واژه)
Phrase search	جستجوی عبارت
Perfect	کامل، بی نقص
Planning	طراحی
Plug –in	نرم افزار کمکی
Policy	سیاست
Proximity	جستجوی واژه های بر اساس فاصله میان آنها
Road map	نقشه راه
Resource list	فهرست منابع
Robot ~ spider	روبات، نرم افزار (موتور یا ماشین) طراحی شده برای جستجو در وب
Search engine	موتور جستجو
Shareware	نرم افزار اولیه مجانی برای امتحان نسخه نهایی در مدت زمانی محدود
Support	پشتیبانی
Sorting	مرتب کردن
Spam	نامه الکترونیک ناخواسته
Shortcut	میانبر
Spider ~ robot	عنکبوت = روبات، نرم افزار (موتور یا ماشین) طراحی شده برای جستجو در وب
Stop words	واژه های ی که در موتورهای جستجو در نظر گرفته نمی شوند (The ، An ، A و ...)
Subcategory	زیر فهرست
Subscribe	عضو شدن، ثبت نام کردن
Syllabus	رئوس مطالب
Training	آموزش
Tips tricks	فوت و فن، لم، فوت کوزه گری
Truncation	جستجو بر اساس پیشوند، میان وند و یا پسوند یک خانواده از واژه های
Tool tip	کوته نوشت
Trend	گرایش
Tutorial	خودآموز
Trial	آزمایشی
Trial and error	آزمون و خطا
Trouble shooting	رفع نقص
TV soap	سریال تلویزیونی
Technical	فنی
Think tank	اتاق فکر
Tools	ابزار
Unsubscribe	حذف نام
Upload	کپی یا قرار دادن فایل ها در وب
Users guide	راهنمای کاربران
Vision	بینش، چشم انداز، آرمان
Vendor neutral	غیر وابسته به تولید کننده خاص



Wild card
Weighting
Web browser
Web page

حرف جایگزین بقیه حروف (معمولاً *)
ارزیابی نتایج جستجو
مرور گر وب
صفحه وب