

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

موضوع

# موتور جستجو

محمد ارشد طهرانی

خرداد ماه ۱۳۸۷

## چکیده:

یافتن یا تفکیک اطلاعات در شبکه اینترنت چگونه صورت می گیرد؟ کسانی که با اینترنت کار می کنند، با ابزار کاوشی به نام موتور جست و جو (Search engine) آشنا هستند. از این ابزار برای یافتن اطلاعات در زمینه های مختلف استفاده می شود.

شاید بتوان نقش موتور جست و جو را در انقلاب دیجیتال، معادل موتور بخار در انقلاب صنعتی دانست. پیدایش موتور جست و جو، در واقع نشان دهنده تغییر در مفهوم قدرت است. اگر قبلاً موتور بخار منبع قدرت بود، حالا موتور جست و جو منبع قدرت است، چون حامل قدرت عوض شده است.

معروف ترین موتور جست و جو، گوگل نام دارد. این موتور که در سال های پایانی دهه ۱۹۹۰ ظاهر شد، اکنون قابلیت های فراوانی را به کاربران اینترنت عرضه می کند. جست و جوی کلید واژه، جست و جوی عکس، اخبار، راهنمای سایت ها، گوگل زمین و گوگل کتاب از جمله بخش های این موتور جست و جو است که به طور فزاینده ای قابلیت های گوناگونی پیدا می کند. ۷۰ درصد بودجه تحقیقاتی گوگل صرف توانایی کاوش آن، ۲۰ درصد صرف قابلیت های جانبی آن و ۱۰ درصد دیگر صرف پژوهش می شود.

همان گونه که موتور بخار سرآغاز انقلابی شد که دگرگونی های عمیقی در زندگی انسان پدید آورد، موتور کاوش نیز تدریجاً نقش بزرگی در زندگی برعهده می گیرد. حتی عده ای معتقدند در آینده ای نه چندان دور، اشتراک موتور جست و جویی مانند گوگل به مانند اشتراک آب، برق، گاز و تلفن برای همه خانه ها ضروری خواهد بود. بشر از موتور بخار تا موتور جست و جو، راه زیادی آمده است اما این هنوز پایان راه تکامل نیست.

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	پیشگفتار
۲	موتور جستجو چیست؟
۲	روش عمومی جستجو در موتورهای جستجو
۲	شیوه ی عملکرد موتورهای جستجو
۳	نحوه ی کار موتورهای جستجو
۳	ادبیات موتور جستجو
۶	انواع موتورهای جستجو
۷	بخش های مختلف یک موتور جستجوی پیمایشی
۸	نام و آدرس برخی از معروفترین موتورهای جستجو
۹	ثبت سایت در موتور جستجو
۱۰	حرکت به سوی کارایی بهتر در موتورهای جستجو
۱۰	ایجاد فهرست وب سایتها در موتور جستجو
۱۱	نتیجه گیری
۱۲	منابع و مراجع
۱۳	واژه نامه

## پيشگفتار

تمام افرادى كه به نحوى با اينترنت در تماس هستند حتما از موتورهاي جستجو استفاده كرده اند يا حداقل نام موتور جستجو را شنیده اند. اين ابزار بسيار قوى ما را در پيدا كردن مطالب و مراجع مورد نيازمان كمك مى كنند. و با صرف هزينه و وقت كم تر مى توانيم به اطلاعات فراوانى دست پيدا كنيم. باور كردنى نيست با نوشتن موضوع مورد نظر و كليك بر روى دكمه "جستجو" بتوانيم به اين همه مطلب مرتبط دست پيدا كنيم!!!

امروزه با توجه به افزايش روز افزون سايت ها و وبلاگ ها، تصور اينترنت بدون وجود موتورهاي جستجو، محال و باور نكردنى است. و ما براى اينكه با توجه به موضوع مورد نيازمان بتوانيم به راحتى به سايت مربوطه مراجعه كرده و اطلاعات مورد نياز را بدست آوريم، لازم است از موتورهاي جستجو استفاده كنيم و بهتر است ما كه اين همه از اين ابزار ها استفاده مى كنيم نحوه كار آن را بدانيم تا بتوانيم از اين ابزار بهتر استفاده كنيم. بهترين ابزار بدست آوردن اطلاعات در مورد موتورهاي جستجو استفاده از خود موتور جستجوست. يعنى نوشتن عنوان "موتور جستجو" و سپس كليك بر روى دكمه ي جستجو.

از پيدايش اولين موتور جستجو سال هاى زيادى مى گذرد، و هرساله اين موتورها قوى تر و كاربرى تر مى شوند. البته كيفيت نتيجه كار با موتورهاي جستجوى مختلف، متفاوت است، كه در متن گزارش به بررسى انواع موتورهاي جستجو، نحوه ي كار و عملكرد آنها، اجزاي مختلف موتور جستجو و ... مى پردازيم. اما در حال حاضر موتورهاي جستجو بر سر رقابت بر روى ساخت موتور جستجويى هستند كه بصورت محاوره اى باشد يعنى شما با نوشتن سوال خود به جوابتان برسيد.

## موتور جستجو چیست؟

موتورهای جستجو ابزارهایی هستند که برای کاوش انواع منابع اطلاعاتی موجود در شبکه اینترنت طراحی شده‌اند. موتورهای جستجو با جمع‌آوری صفحات وب و ایجاد پایگاه‌های اطلاعاتی فرآیند مرور و جستجو را برای استفاده‌کنندگان تسهیل می‌کنند. به کمک این ابزارها و از طریق کلید واژه، عبارت و سایر قابلیت‌ها می‌توان به جستجوی اطلاعات در اینترنت پرداخت.

هر کدام از موتورهای جستجو از برخی جنبه‌ها با هم تفاوت دارند و نقاط قوت و ضعف و نیز گستره‌ی اطلاعات خاص خود را دارا می‌باشند که باید بر اساس نیاز اطلاعاتی و نوع مدرک مورد جستجو هر یک از این ابزارها را برای جستجوی منابع وب انتخاب کرد. در واقع موتورهای جستجو از نظر تنوع، محتوا و استراتژی‌های جستجو، تهیه منابع و مجموعه ابزارهایی که برای کمک به استفاده‌کنندگان ارائه می‌دهند، تفاوت‌ها و پیچیدگی‌های خاص خود را دارا هستند. از طرفی بوسیله هیچ یک از موتورهای جستجو نمی‌توان در تمام منابع اطلاعاتی موجود در اینترنت جستجو کرد.

## روش عمومی جستجو در موتورهای جستجو

با تایپ واژه یا عبارت مربوط به موضوع مورد نظر خود در هر کدام از این ابزارها، همه صفحات و سایت‌های مرتبط با آن موضوع بازیابی می‌شوند. از نقاط قوت این ابزارها می‌توان به پوشش وسیع منابع وب و سرعت در روزآمدسازی منابع و از نقاط ضعف آن نیز می‌توان به بازیابی بعضی منابع کم ربط یا نامربوط با موضوع مورد نظر اشاره کرد.

## شیوه‌ی عملکرد موتورهای جستجو

موتور جستجوگر قبلاً پایگاه داده اش را آماده کرده است و این گونه نیست که درست در همان لحظه جستجو، تمام وب را بگردد. بسیاری از خود می‌پرسند که چگونه امکان دارد گوگل در کمتر از یک ثانیه تمام سایت‌های وب را بگردد و میلیون‌ها صفحه را در نتایج جستجوی خود ارایه کند؟  
نه گوگل و نه هیچ موتور جستجوگر دیگری توانایی انجام این کار را ندارند. همه آنها در زمان پاسخ‌گویی به کاربران، تنها در پایگاه داده‌ای که در اختیار دارند به جستجو می‌پردازند و نه در وب!  
موتور جستجوگر به کمک بخش‌های متفاوت خود، اطلاعات مورد نیاز را قبلاً جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل می‌کند و آنرا در پایگاه داده اش ذخیره می‌نماید و به هنگام جستجوی کاربر تنها در همین پایگاه داده می‌گردد.

تفاوت هایی در شیوه عملکرد موتورهای جستجوی مختلف وجود دارد، اما همه آنها سه وظیفه اصلی را انجام می دهند :

- در اینترنت، یا بخش های برگزیده ای از اینترنت، براساس کلمات مهم جستجو را انجام می دهند .
- یک فهرست از کلماتی که پیدا کرده اند و جایی که آنها را پیدا کرده اند، تهیه می کنند .
- این امکان را برای کاربران فراهم می کنند تا کلمات یا مجموعه ای از کلمات مورد نظر خود را که در فهرست یافت می شود جستجو کنند .

موتورهای جستجوی اولیه یک فهرست شامل تنها چندصد هزار صفحه و فایل نگهداری می کردند و در روز شاید یک یا دو هزار بازدیدکننده داشتند. امروزه یک موتور جستجوی خوب، صدها میلیون صفحه را فهرست می کند و در روز پاسخگوی ده ها میلیون جست و جو کننده است. حالا باید ببینیم چگونه این مسئولیت مهم انجام می شود و چگونه موتورهای جستجوی اینترنتی، بخش های مختلف را به کار می برند تا ما بتوانیم اطلاعات مورد نیاز خود را در شبکه بیابید. جستجو میان صدها میلیون صفحه قبل از اینکه یک موتور جستجوگر بتواند به شما بگوید که یک فایل در کجا قرار دارد، باید آن فایل پیدا شود .

### نحوه ی کار موتورهای جستجو

جستجویی در یک موتور جستجوگر انجام و نتایج جست و جو ارائه می شود، کاربران در واقع نتیجه کار بخش های متفاوت موتور جستجوگر را می بینند. موتور جستجوگر قبلا پایگاه داده اش را آماده کرده است و این گونه نیست که درست در همان لحظه جستجو، تمام وب را بگردد. هیچ موتور جستجوگری توانایی انجام این کار را ندارند. همه آنها در زمان پاسخ گویی به جستجوهای کاربران، تنها در پایگاه داده ای که در اختیار دارند به جستجو می پردازند و نه در وب! موتور جستجوگر به کمک بخش های متفاوت خود، اطلاعات مورد نیاز را قبلا جمع آوری، تجزیه و تحلیل می کند، آن را در پایگاه داده اش ذخیره می نماید و به هنگام جستجوی کاربر تنها در همین پایگاه داده می گردد.

### ادبیات موتور جستجو

افزایش استفاده از موتورهای جستجو و تعدد آنها باعث شده تا کاربران با آگاهی و شناخت کامل به سراغ آنها رفته و با مفاهیم و اصول اولیه آنها آشنا شوند.

الگوریتم (Algorithm) : مجموعه ای از قوانین که یک موتور جستجو برای مرتب و منظم نمودن اسامی و نامها در فهرست خود از آنها استفاده می کند تا بتواند به یک درخواست مشخص پاسخگو باشد.

لینک‌های پشت صحنه (Back Links) : تمام لینک‌هایی که به یک صفحه اینترنتی خاص اشاره می‌کنند. همچنین به آن لینک‌های هم‌مرز<sup>۲</sup> نیز گفته می‌شود.

نرخ کلیک‌شدن (Click Through Rate) : درصد کسانی که یک لینک را مشاهده می‌کنند در مقایسه با تعداد دفعاتی که یک لینک در صفحه نتایج<sup>۳</sup> نمایش داده می‌شود.

پنهان‌کاری (Cloaking) : در صنعت موتورهای جستجو، به عملیاتی گفته می‌شود که در آن موتور جستجو، محتوایی از یک آدرس اینترنتی را ذخیره می‌کند که این محتویات با آنچه که جستجوگر مشاهده می‌کند، متفاوت است .

هزینه هر کلیک (Cost Per Click) : سیستمی که طبق آن افراد و شرکتهای تبلیغات‌کننده مبلغی را به ازاء هر کلیک روی لینکی که کاربران را به سایت او هدایت می‌کند، می‌پردازد. به این سیستم CPC یا PPC نیز گفته می‌شود.

کاوشگر (Crawler) : اجزایی از موتور جستجو که به صورت اتوماتیک در وب کاوش کرده و اقدام به جمع‌آوری اسامی می‌نمایند را گویند. این جزء موتورهای جستجو که به نام عنکبوت (Spider) یا ربات نیز نامیده می‌شود، لینک‌های مختلف را برای رسیدن به صفحات اینترنتی تعقیب می‌کند تا به هدف برسد.

دایرکتوری‌ها (Directories) : نوعی از موتورهای جستجو است که در آنها اطلاعات و اسامی جمع‌آوری شده با کوشش افراد بوده و از سیستم کاوش اتوماتیک در وب برای یافتن استفاده نمی‌شود. در این سیستم لیست اسامی و آدرسها توسط تعدادی از اپراتورها ذخیره می‌گردد و در هنگام جستجو از این پایگاه داده‌های تهیه شده برای رسیدن به مقصد استفاده می‌شود.

صفحه درگاه (Doorway Page) : صفحه‌ای مجازی است، ساخته شده از تعدادی کلمات کلیدی و لینک‌های دیگر که ترافیک موتورهای جستجو را تعدیل می‌کند.

فهرست (Index) : مجموعه‌ای از اطلاعاتی که یک موتور جستجو دارد و جستجوگران می‌توانند از آنها استفاده کنند.

---

۲.Inbound Links

۳.Result Page

صفحه فرود (Landing Page) : صفحه‌ای که نهایتاً جستجوگر پس از کلیک کردن بر روی لیست نتایج به آن می‌رسد را صفحه فرود گویند.

متن لینک (Link Text) : متنی که شامل یک آدرس اینترنتی یا لینک می‌باشد.

موتورهای جستجوی متا (Meta Search Engine) : موتورهای جستجویی که به جای کاوش در وب و یافتن درخواست‌های جستجوگران، از فهرست ولیست‌های دو یا چند موتور جستجوی دیگر استفاده می‌نمایند.

برچسب‌های متا (Meta Tags) : برچسب‌ها یا اطلاعاتی هستند که در صفحات اینترنتی قرار داده می‌شوند به منظور انتقال اطلاعات به کاوشگر موتورهای جستجو، نمایشگرهای اینترنت و برخی نرم‌افزارهای کاربردی دیگر می‌باشد و قابل رویت توسط جستجوگران نیست.

لیست‌های پرداخت‌شده (Paid Listings) : لیست‌هایی که توسط موتورهای جستجو به تبلیغات‌کننده‌ها فروخته می‌شود.

لینک دوطرفه (Reciprocal Link) : به یک لینک تبادلی بین دو وب سایت گویند.

صفحه نتایج (Results Page) : پس از ورود یک درخواست توسط جستجوگر در موتور جستجو، صفحه‌ای که نتایج در آن نمایش داده می‌شود را گویند که گاهی به نام SERPs نیز نامیده می‌شود که مخفف search Engine Result Pages می‌باشد.

Robots.txt : فایلی که صفحات اینترنتی را از لیست شدن و فهرست‌گیری توسط موتورهای جستجو محفوظ می‌دارد.

بازگشت سرمایه (ROI) : درصد سود یا بازده برگشتی از یک فعالیت خاص را گویند و مخفف Return On Investment می‌باشد.

بازاریابی موتورهای جستجو (Search Engine Marketing) : عملیات بازاریابی یک وب‌سایت از طریق یک موتور جستجو.

اصطلاح جستجو (Search Terms) : کلمه یا کلماتی که یک جستجوگر در قسمت جستجوی یک موتور جستجو وارد می‌کند. به آن کلمات کلیدی، اصطلاح درخواست شده یا Query نیز گفته می‌شود.

فرمانبرداری (Submission) : اجازه ورود URL وارد شده توسط جستجوگر به فهرست و لیست موتور جستجو را گویند.

## انواع موتورهای جستجو

- موتورهای جستجوی پیمایشی (Crawler-Based Search Engines) : موتور جستجوی پیمایشی مانند google لیست خود را بصورت خودکار تشکیل می دهند. آنها وب را پیمایش کرده و سپس کاربران آنچه را که می خواهند از میانشان جستجو می کنند. اگر شما در صفحه ی وبتان تغییراتی را اعمال نمایید، موتورهای جستجوی پیمایشی آنها را به خودی خود می یابند و سپس این تغییرات لیست خواهند شد. عنوان، متن و دیگر عناصر صفحه، همگی شامل این لیست خواهند بود. [۲]

- فهرست دست نویس شده (Human-Powered Directories) : یک فهرست تکمیل دستی مانند یک Directory Open مثل Dmoz وابسته به کاربرانی است که آن را تکمیل می کند. شما صفحه ی مورد نظر را به همراه توضیحی مختصر در فهرست ثبت می کنید یا این کار توسط ویراستارهایی که برای آن فهرست در نظر گرفته شده انجام می شوند. [۲]

عمل جستجو در این حالت تنها بر روی توضیحات ثبت شده صورت می گیرد و در صورت تغییر روی صفحه ی وب، تغییری بوجود نخواهد آورد. چیزهایی که برای بهبود یک فهرست بندی در یک موتور جستجو مفید هستند، تاثیری بر بهبود فهرست بندی یک دایرکتوری ندارد. تنها استثنا این است که یک سایت خوب با پایگاه داده ای با محتوای خوب شانس بیشتری به نسبت یک سایت با پایگاه داده ضعیف دارد.

- موتور جستجوی ترکیبی با نتایج مختلط : به موتورهایی اطلاق می شود که هر دو حالت را در کنار هم نمایش می دهند. غالباً یک موتور جستجوی ترکیبی در صورت نمایش نتیجه جستجو از هر یک از دسته های فوق، نتایج حاصل از دسته دیگر را هم مورد توجه قرار می دهد. مثلاً موتور جستجوی Msn بیشتر نتایج حاصل از فهرست های تکمیل دستی را نشان می دهد اما در کنار آن نیم نگاهی هم به نتایج حاصل از جستجوی پیمایشی دارد [۲]

- ابر جستجوگرها (Meta Search Engines) : این گونه از موتورهای جستجوگر که قدمت چندانی ندارند، بصورت همزمان از چندین موتور جستجوگر برای کاوش در شبکه برای کلید واژه مورد نظر استفاده می کنند. بدین معنی که این موتور عبارت مورد نظر شما را در چندین موتور جستجوگر جستجو کرده و نتایج آنها را با هم ترکیب کرده و یک نتیجه کلی به شما ارائه می دهد. بعنوان مثال جستجوگر

داگ پایل از نتایج حاصل از موتورهای Google, Yahoo, Msn و Ask استفاده کرده و نتیجه حاصله را به شما ارائه می دهد.

## بخش های مختلف یک موتور جستجوی پیمایشی

### • Spider (عنکبوت)

اسپایدر نرم افزاری است که کار جمع آوری اطلاعات مورد نیاز یک موتور جستجوگر را بر عهده دارد. اسپایدر به صفحات مختلف سر می زند، محتوای آنها را می خواند، لینکها را دنبال، اطلاعات مورد نیاز را جمع آوری و آن را در اختیار سایر بخش های موتور جستجوگر قرار می دهد. همانطور که کاربران، صفحات مختلف را بازدید می کنند، اسپایدر هم درست این کار را انجام می دهد با این تفاوت که اسپایدر کدهای HTML صفحات را می بیند اما کاربران نتیجه حاصل از کنار هم قرار گرفتن این کدها را. اسپایدر، به هنگام مشاهده صفحات، بر روی سرورها رد پا برجای می گذارد.

شما اگر اجازه دسترسی به آمار دید و بازدیدهای صورت گرفته از یک سایت و اتفاقات انجام شده در آن را داشته باشید، می توانید مشخص کنید که اسپایدر کدام یک از موتورهای جستجوگر صفحات سایت را مورد بازدید قرار داده است.

### • Crawler (خزنده)

کراولر، نرم افزاری است که به عنوان یک فرمانده برای اسپایدر عمل می کند. خزنده مشخص می کند که اسپایدر کدام صفحات را مورد بازدید قرار دهد. در واقع کراولر تصمیم می گیرد که کدام یک از لینکهای صفحه ای که اسپایدر در حال حاضر در آن قرار دارد، دنبال شود. کراولر، ممکن است قبلاً برنامه ریزی شده باشد که آدرس های خاصی را طبق برنامه، در اختیار اسپایدر قرار دهد تا از آنها دیدن کند. دنبال کردن لینکهای یک صفحه به این بستگی دارد که موتور جستجوگر چه حجمی از اطلاعات یک سایت را می تواند در پایگاه داده اش ذخیره کند. همچنین ممکن است اجازه دسترسی به بعضی از صفحات به موتورهای جستجوگر داده نشده باشد. دارنده سایت، همان طور که دوست دارد موتورهای جستجوگر اطلاعات سایت را با خود ببرند، می تواند آنها را از بعضی صفحات سایت دور کند و اجازه دسترسی به محتوای آن صفحات را به آنها ندهد.

### • Indexer (بایگانی کننده)

تمام اطلاعات جمع آوری شده توسط اسپایدر در اختیار ایندکسر قرار می گیرد. در این بخش اطلاعات ارسالی مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند و به بخش های متفاوتی تقسیم می شوند. تجزیه و تحلیل بدین معنی است که مشخص می شود اطلاعات از کدام صفحه ارسال شده است، چه حجمی دارد، کلمات موجود در آن کدامند، کلمات چند بار تکرار شده اند، کلمات در کجای صفحه قرار دارند و ... در حقیقت ایندکسر، صفحه را به پارامترهای آن خرد می کند و تمام این پارامترها را به یک مقیاس عددی تبدیل

می‌کند تا سیستم رتبه‌بندی بتواند پارامترهای صفحات مختلف را با هم مقایسه کند. در زمان تجزیه و تحلیل اطلاعات، ایندکسر برای کاهش حجم داده‌ها از بعضی کلمات که بسیار رایج هستند صرف‌نظر می‌کند. کلماتی نظیر **a, an, the, www, is** و ... از این گونه کلمات هستند.

• **Database** (پایگاه داده)

تمام داده‌های تجزیه و تحلیل شده در ایندکسر، به پایگاه داده ارسال می‌گردد. در این بخش داده‌ها گروه‌بندی، کدگذاری و ذخیره می‌شود. همچنین داده‌ها قبل از آنکه ذخیره شوند، طبق تکنیک‌های خاصی فشرده می‌شوند تا حجم کمی از پایگاه داده را اشغال کنند. یک موتور جستجوگر باید پایگاه داده عظیمی داشته باشد و به طور مداوم حجم محتوای آنرا گسترش دهد و البته اطلاعات قدیمی را هم به روز رسانی نماید. بزرگی و به روز بودن پایگاه داده یک موتور جستجوگر برای آن امتیاز محسوب می‌گردد. یکی از تفاوت‌های اصلی موتورهای جستجوگر در حجم پایگاه داده آنها و همچنین روش ذخیره‌سازی داده‌ها در پایگاه داده است.

• **Ranker** (سیستم رتبه‌بندی)

کاربران برای استفاده از یک موتور جستجو چند کلمه را در جعبه جستجوی آن وارد می‌کنند و سپس با فشردن **Enter** منتظر پاسخ می‌مانند. برای پاسخگویی به درخواست کاربر، ابتدا تمام صفحات موجود در پایگاه داده که به موضوع جستجو شده، مرتبط هستند، مشخص می‌شوند. پس از آن سیستم رتبه‌بندی وارد عمل شده، آنها را از بیشترین ارتباط تا کمترین ارتباط مرتب می‌کند و به عنوان نتایج جستجو به کاربر نمایش می‌دهد. [۴]

حتی اگر موتور جستجوگر بهترین و کامل‌ترین پایگاه داده را داشته باشد اما نتواند پاسخ‌های مرتبطی را ارائه کند، یک موتور جستجوگر ضعیف خواهد بود. در حقیقت سیستم رتبه‌بندی قلب تپنده یک موتور جستجوگر است و تفاوت اصلی موتورهای جستجوگر در این بخش قرار دارد. سیستم رتبه‌بندی برای پاسخگویی به سوالات کاربران، پارامترهای بسیاری را در نظر می‌گیرد تا بتواند بهترین پاسخ‌ها را در اختیار آنها قرار دهد.

### نام و آدرس برخی از معروفترین موتورهای جستجو

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)

[www.ask.com](http://www.ask.com)

[www.search.com](http://www.search.com)

[www.msn.com](http://www.msn.com)

## ثبت سایت در موتور جستجو

ثبت سایت برای هر موتور جستجو متفاوت می باشد که در اینجا ثبت در سایت Google و Yahoo را بعنوان نمونه بیان کرده ایم.

- ثبت سایت در موتور جستجو گر Google

برای ثبت سایت یا وبلاگ در موتور جستجوی گوگل ابتدا به مسیر زیر بروید:

<http://www.google.com/addurl/?continue=/addurl>

سپس در قسمت URL آدرس سایت یا وبلاگ و در قسمت Comment یک توضیح مختصر نوشته و دکمه add url را کلیک نمایید.[۳]

- ثبت سایت در موتور جستجو گر Yahoo

برای ثبت سایت یا وبلاگ در موتور جستجوی یاهو ابتدا به مسیر زیر بروید:

<http://submit.search.yahoo.com/free/request>

در اینجا یاهو از شما آی دی خواسته با وارد کردن آی دی و login شدن می توانید آدرس سایت خود را در کادر enter the url for your pages وارد کرده تا سایت شما ثبت شود.

## حرکت به سوی کارایی بهتر در موتورهای جستجو

برای به دست آوردن نتایج بهتر، بیشتر موتورهای جستجو اطلاعات بیشتری علاوه بر کلمه و URL ذخیره می کنند. موتور ممکن است تعداد دفعاتی که کلمه در صفحه تکرار شده است را ذخیره کند، یا ممکن است مقداری را به هر ورودی اختصاص بدهد و زمانی که کلمات در عناوین، عنوان های فرعی و لینک ها ظاهر می شوند ارزش اختصاص یافته به آنها بیشتر می شود. هر موتور جستجوگر تجاری، فرمول متفاوتی برای ارزش گذاری کلمات فهرست خود دارد. این مسئله یکی از دلایلی است که موجب می شود جستجوی یک کلمه در موتورهای جستجوگر متفاوت، لیست های متفاوتی را ارائه بدهد و صفحاتی با ترتیب های متفاوت ارائه شود. داده ها برای صرفه جویی در فضای ذخیره سازی رمزگذاری می شوند. مثلاً در صفحه گوگل اطلاعاتی از قبیل اینکه آیا کلمه با حروف بزرگ بوده است، اندازه فونت آن، موقعیت کلمه و سایر اطلاعاتی که به رتبه بندی آن کمک می کند را به صورت بیت و بایت ذخیره می کند. در نتیجه میزان بسیار زیادی از داده ها می تواند به شکل بسیار فشرده ای ذخیره شود. بعد از اینکه اطلاعات فشرده شد، برای فهرست شدن آماده است. هدف از ایجاد یک فهرست این است که باعث شود تا بتوانیم اطلاعات را با سریع ترین حالت ممکن پیدا کنیم[۱]

## ایجاد فهرست وب سایتها در موتور جستجو

به طور کل، تنها چند راه برای ایجاد فهرست وجود دارد، اما یکی از مهمترین و موثرترین روش ها، ایجاد جدول hash است. در این روش فرمولی به کار می رود تا به هر کلمه یک ارزش عددی اختصاص بدهد. پرسش و جستجوی انجام شده توسط کاربر می تواند خیلی ساده باشد، حتی یک کلمه. برای پرسش های پیچیده تر لازم است تا از عملگرهای بولین (AND, OR, NOT, NEAR,...) استفاده کنید تا بتوانید شرایط جستجو را گسترش بدهید.

به طور خلاصه عملکرد یک موتور جستجو به این صورت است: نرم افزار spider با جستجو در سایت های مختلف لیستی از کلمات و جایی که قرار دارند فراهم می کند، سپس براساس سیستم ارزش گذاری خود فهرستی رتبه بندی شده تهیه می کند، داده ها را رمزگذاری می کند و سرانجام اطلاعات را برای دسترسی کاربران ذخیره می کند.

در جستجوهایی که از عملگرهای بولین استفاده می شود، جستجوهای لفظی است. موتور دقیقاً همان کلمات یا عبارتی که وارد شده است را جستجو می کند. زمانی که کلمات ورودی دارای چندین معنی هستند، جستجوی صحیح آنها مشکل است. در این حالت، اگر برای شما تنها یکی از معانی آن کلمه مهم باشد، احتمالاً شما نمی خواهید سایر صفحات را که شامل معانی دیگر کلمه است ببینید. شما می توانید یک جستجوی لفظی ایجاد کنید که تا حدودی معنی های ناخواسته را حذف کند، اما بهتر این بود که خود موتور جستجو می تواند این کار را انجام بدهد. یکی از حوزه های تحقیق در موتورهای جستجوگر، جست و جو براساس مفهوم است. به عنوان مثال، استفاده کردن از تحلیل های آماری صفحاتی که شامل کلمات یا عباراتی است که شما جستجو می کنید، برای اینکه صفحات دیگری را که ممکن است شما به آن علاقه داشته باشید پیدا کند. بدیهی است که در یک موتور جستجوگر مبتنی بر مفهوم، اطلاعات ذخیره شده برای هر صفحه، بیشتر است. هنوز بسیاری از گروه ها تلاش می کنند تا نتایج و عملکرد این نوع از موتورهای جستجو را افزایش دهند. قلمرو دیگری که پژوهشگران درباره آن تلاش می کنند، پرسش ها به زبان طبیعی نامیده می شود. منظور از این پژوهش این است که شما بتوانید پرسش تان را به گونه ای تایپ کنید مثل اینکه آن را از شخصی که کنار شما نشسته است می پرسید و نیازی نباشد تا از عملگرهای بولین یا ساختارهای پیچیده برای پرسش استفاده کنید .

## نتیجه گیری

با ارائه ی مطالب گفته شده با نحوه ی کار و فعالیت و عملکرد موتور های جستجو آشنا شدیم و برای ما به وضوح مطرح شد که اگر بخواهیم آمار بازدید وبلاگ یا سایتمان را بالا ببریم لازم است سایت یا وبلاگ خود را در موتورهای جستجو ثبت کنیم. البته نباید به این موضوع اکتفا کنیم که چون عضو یک موتور جستجو هستیم در سایر موتورهای جستجو عضو نشویم، نه این کار اصلا درست نیست. بلکه بهتر است در تمام موتورهای پرکاربرد سایت خود را ثبت کنیم.

بعضی از افراد، از این امکان موتورهای جستجو استفاده کرده، و از ثبت سایت و بالا بردن بازدید برای شناساندن محصولات خود و یا فروش محصولات خود استفاده می کنند که البته بسیار برای آنها سود آور است و موتور جستجو کارشان را آسان کرده است.

در کل وجود موتور جستجو در این شرایط بسیار الزامی است و کاربران زیادی در طول روز از آن ها استفاده کرده و سعی می کنند با صرف وقت و هزینه ی کمتر به منابع اطلاعاتی مورد نیاز خود دست پیدا کنند.

## منابع و مراجع

[1] <http://www.aftab.ir>

[2] <http://www.itna.ir/archives/article/005574.php>

[3] <http://www.freedanload.com>

[4] <http://www.web faqt.co>

## واژه نامه

Algorithm	الگوریتم
Back Links	لینک های پشت صحنه
Click Through Rate	نرخ کلیک کردن
Cloaking	پنهان کاری
Cost Per Click	هزینه هر کلیک
Crawler	کاشگر
Crawler-Based Search Engines	موتورهای جستجوی پیمایشی
Base Data	پایگاه داده
Directories	دایرکتوری ها
Doorway Page	صفحه درگاه
Human-Powered Directories	فهرست دست نویس شده
Inbound Links	لینک های هم مرز
Index	فهرست
Indexer	بایگانی کننده
Landing page	صفحه ی فرود
Link text	متن لینک
Meta search engine	موتورهای جستجوی متا
Meta tags	برچسب متا
Paid Listings	لیست های پرداخت شده
Ranker	رتبه بندی
Reciprocal link	لینک های دو طرفه
Result page	صفحه ی نتایج
Return on Investment	بازگشت سرمایه
Search Engines	موتور جستجو
Search Engine Marketing	بازاریابی موتورهای جستجو
Search Terms	اصطلاح جستجو
Submission	فرمانبرداری