

Бонацький Олександр, ст. 4 курсу факультету кібернетики; науковий керівник – к.пед.н., доцент Лотюк Ю. Г. (Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне)

ЗАГАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ПОШУКУ ІНФОРМАЦІЇ В GOOGLE

***Анотація.** В статті досліджено методи пошуку інформації у Інтернеті за допомогою пошукових систем. Розглянуто використання ключових слів, які задаються на WEB сайті для полегшення пошуку WEB сторінки користувача. Розкрито можливість використання статистики пошукових запитів для уточнення ключових слів та підвищення рейтингу сайту у видачі пошукових систем.*

***Ключові слова:** пошукова система, ключові слова WEB сайту, пошуковий запит, пошук в Інтернеті, статистика пошукових запитів.*

***Аннотация.** В статье исследованы методы поиска информации в Интернете с помощью поисковых систем. Рассмотрено использование ключевых слов, которые задаются на WEB сайте для облегчения поиска WEB страницы пользователя. Раскрыта возможность использования статистики поисковых запросов для уточнения ключевых слов и повышения рейтинга сайта в выдаче поисковых систем.*

***Ключевые слова:** поисковая система, ключевые слова WEB сайта, поисковый запрос, поиск в Интернете, статистика поисковых запросов.*

***Annotation.** In the article the methods of finding information on the Internet using search engines. The use of keywords that are specified on the WEB site for easy retrieval WEB user page. We consider the use of statistics to refine the search query keywords and increase rankings in search engines.*

***Keywords:** search engine keywords WEB site, query, search the Internet search requests statistics.*

Користувачі **всесвітньої** мережі Інтернет кожен день «заходять» в пошукову систему Google для того, щоб знайти потрібну інформацію. Вони хочуть швидко дізнатися про погоду, про курс валют, новини політики чи техніки тощо. Для цього потрібно вміти «поставити» запитання пошуковій системі так, щоб отримати дані, які цікавлять користувача, і відфільтрувати непотрібні дані та необхідну для користувача інформацію.

Питання, пов'язані із роботою в системі Google, досліджували такі вчені, як: В. Аганін, К. Головак, Ю. Карманенко, С. Турган, В. Толовачк.

Змістовним є дослідження А. Пелешина, в якому автор розглядає позиціонування сайтів у глобальному інформаційному середовищі [1].

Мета нашої статті – дослідити методи пошуку інформації у Інтернеті за допомогою пошукових систем.

Найпростіший запит на пошук інформації в системі Google полягає в надрукуванні у рядку пошуку одного чи кількох ключових слів, які описують пошуковий запит. У відповідь пошукова система поверне сторінку результатів пошуку, яка являє собою перелік посилань на WEB-сторінки, що відповідають пошуковому запиту. Посилання, які з більшою долею імовірності відповідають запиту будуть виведені на початку цього переліку. При цьому для пошукача інформації головне – правильно обрати ключові слова для пошуку [2].

Для прикладу, якщо людина шукає загальну інформацію про Linux, можна ввести одне ключове слово Linux. Але, тоді буде отримано дуже багато посилань. Тому краще ввести пошуковий запит з декількох ключових слів, наприклад, «FTP сервер у Linux», тоді результати пошуку будуть більш конкретними.

Водночас в процесі прошуку інформації необхідно враховувати, що пошукова система Google не є регістро-залежною. Тому усі літери пошукового запиту автоматично переводяться до нижнього регістру.

За замовчуванням, Google повертає лише ті сторінки, які включають усі пошукові слова. Тому слід враховувати, що порядок слів у запиті може впливати на результати пошуку.

Якщо потрібні результати, які включають деяку *фразу (словосполучення) повністю*, то необхідно взяти ключові слова у лапки.

Google ігнорує часто вживані слова і символи, такі як where (англ. «де»), how (англ. як), the (артикль), так само як деякі окремі цифри і окремі літери, тому що, як правило, вони уповільнюють пошук. Якщо такі слова є важливими для отримання потрібних результатів можна включити їх у запит, додавши *знак «+» перед цими словами*.

Якщо з результатів пошуку необхідно *вилучити* WEB сторінки, що містять деякі слова, то перед цими словами у запиті потрібно поставивши знак «-». Наприклад, для того, щоб знайти технічну інформацію про смартфон HTC Desire V, потрібно виключити з результатів пошуку комерційну інформацію. Тому до пошукового запиту слід додати терміни «- продаж, - ціна, - магазин».

Після того, як у форму пошуку введені пошукові терміни, можна натиснути кнопку *Мені пощастить*, яка одразу перенаправить браузер на веб-сторінку, що найкраще, за версією Google, відповідає заданим пошуковим термінам.

Змінити налаштування пошуку за замовчуванням можна на сторінці <http://www.google.com.ua/preferences?hl=uk> [2].

Складний пошук (Advanced Search) [1; 3] дає можливість налаштувати опції пошуку, та зробити його точним. За допомогою складного пошуку можна шукати лише сторінки: які містять всі задані пошукові терміни; які містять введenu *точну фразу*; які містять, як мінімум, одне із введених слів; які *не містять* жодного із введених слів; які створені *заданою мовою*; які створені у заданому *форматі файлу*; ті, які оновлювалися протягом *заданого проміжку часу*; розташовані у рамках *заданого домена* або веб-сайту.

Можна уточнювати результати пошуку, додаючи пошукові оператори до пошукових запитів. Найбільш уживані оператори задаються знаками пунктуації або не потребують двокрапки після себе. Серед цих операторів: OR (оператор АБО), «» (оператор лапок), – (оператор мінус) та + (оператор плюс) [1].

Найбільш популярні спеціальні оператори Google:

cache: запит [cache:] виведе версію веб-сторінки, яка зберігається у кеші Google;

link: запит [link:] виведе перелік веб-сторінок, які містять посилання на зазначену веб-сторінку. Наприклад, link:lotyuk.ukrwest.net виведе перелік веб-сторінок, які містять посилання на сторінку факультету кібернетики МЕНУ;

related: запит [related:] виведе перелік веб-сторінок, «подібних» до зазначеної веб-сторінки;

info: запит [info:] видасть у відповідь інформацію, яку Google має стосовно зазначеної веб-сторінки.

define: запит [define:] поверне визначення слова, введеного після оператора, узяті з різних онлайн-джерел;

site: якщо ви включите у свій запит оператор [site:], Google обмежить можливі результати пошуку сайтами у означеному домені;

allintitle: обмеження результатів пошуку тими WEB-сторінками, які містять всі введені пошукові слова у заголовку сторінки;

OR (або) знайде сторінки, які містять будь-який з двох пошукових термінів. У запиті треба вставити між цими термінами OR (великими літерами!) Наприклад, шукати інформацію про відпочинок у Лондоні чи Парижі можна так: відпочинок «Лондон OR Париж».

Рядок пошуку Google можна використовувати в якості *калькулятора*, ввівши в нього вираз, який потрібно порахувати: $(7 + 3 \times 5) / 11 =$

Також ця пошукова система дозволяє *конвертувати одиниці вимірювання величин* з англійської системи мір на метричну і навпаки: 9,5 ярдів в сантиметрах. Крім конвертації одиниць виміру, можна також *конвертувати валюту* різних країн, наприклад: 200 доларів США в рублях [3].

Однак, для отримання оптимальних результатів потрібно правильно сформулюйте пошуковий запит. Він не повинен бути ні занадто коротким, ні занадто довгим. Оптимальна довжина пошукового запиту 2–3 слова.

Якщо отриманий результат не задовольнить пошукача, необхідно спробувати змінити запит, переставивши місцями слова в запиті або використовуючи синоніми. Щоб знайти точну фразу або цитату, потрібно ввести пошуковий запит в лапках. Зазвичай введення уточненого запиту більш ефективно, ніж пошук за результатами. Тому не слід формулювати пошуковий запит у вигляді питання пошукової системи.

Варто також звертати увагу на домену сайтів з пошукової видачі, щоб випадково не перейти на підозрілі посилання. Зазвичай найбільш вдалі посилання і затребувана інформація знаходяться на перших двох-трьох сторінках пошукової видачі.

Для отримання достовірної інформації необхідно використовувати не одну пошукову систему, а кілька. У різних пошукових систем різний принцип ранжирування, тому те, що не знайшлося в одній системі, може знайтися в іншій. Можна також використовувати додаткові пошукові технології пошукових систем: пошук по картинках, пошук по регіону, пошук по блогах, розширений пошук тощо.

Водночас потрібно враховувати, що результати пошукової видачі динамічні і через кілька днів або навіть годин можуть змінитися. Тому знайдене корисне посилання варто додати в закладки: наступного разу результат пошуку в мережі Інтернет може виявитися іншим, і одного разу знайдений сайт буде втрачено [1; 2].

В оптимізації сайтів для їх просування важлива роль відводиться ключовим словам – тим словам, за якими Інтернет – користувачі зможуть знаходити сайти, що «просуваються», під час пошуку. Ключові слова потрібно правильно підібрати, і для цієї цілі використовується зазвичай так звана статистика пошукових запитів.

Популярні пошукові системи, наприклад, Google і Яндекс, регулярно підраховують, скільки разів користувачі цікавляться тим чи іншим пошуковим запитом. Зібрані відомості надаються для загального доступу у вигляді статистики, що відображає кількість показів на місяць за кожним із запитів. Кожен бажаючий може скористатися такою статистикою в режимі онлайн за допомогою спеціальних інструментів: статистики ключових слів на Яндексі, інструменту добору ключових слів Google AdWords, а також статистики пошуку Google (Google Trends) [2].

Інструмент добору ключових слів Google AdWords дозволяє дізнатися, скільки разів користувачі пошукової системи Google цікавилися тими чи іншими ключовими словами. Алгоритм застосування цього інструменту: зайти на <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>; ввести в поле «Слово або фраза» ключове слово, яке потрібно проаналізувати (можна декілька, кожне слово – з нового рядка); при необхідності вибрати регіон пошуку, у додаткових настройках помінявши значення «місцеположення»; натиснути кнопку «Пошук» і при необхідності зробити

активною вкладкою «Варіанти ключових слів». У таблиці результатів шукана частота ключового слова наведена в колонці «Загальна кількість пошуків за місяць», якщо пошук проводиться по всьому світу, або ж в колонці «Локальні пошукові запити за місяць».

Статистика пошукових запитів дозволяє вибирати для оптимізації сайтів ключові слова необхідної частоти. Однак важливо відзначити, що дані такої статистики не можуть бути на 100 % точними, оскільки існує певна похибка при зборі статистичних даних [3].

AdWords – це онлайн-рекламний сервіс, який дозволяє рекламодавцям конкурувати для відображення коротких рекламних текстів для веб-користувачів, частково ґрунтуючись на ключових словах, зумовлених рекламодавцями, що може зв'язати, скопіювати вміст веб-сторінок, що відображаються користувачами.

Звіт «Пошукові запити» містить інформацію про те, які саме пошукові запити призводили до показу оголошень AdWords. За допомогою цього звіту можна дізнатися, як користувачі шукають певні товари чи послуги, уточнити список ключових слів AdWords, охопити ширшу аудиторію й ефективніше показувати оголошення [3].

Узагальнюючи результати дослідження, можна зазначити, що пошукові системи проводять постійний моніторинг мережі Інтернет та накопичують базу даних для пошуку. Тому користувач пошукової системи за допомогою запитів може проводити пошук у такій базі. Результатом пошуку буде список посилань на WEB сторінки, які містять необхідний користувачеві контент. При застосуванні розширеного пошуку можна деталізувати запит та знаходити унікальні матеріали у мережі Інтернет.

Веб майстер може вплинути на результати пошуку, підбираючи ключові слова для свого сайту. Для цього треба скористатися статистикою пошукових запитів. Ознайомившись із статистикою, можна підібрати ключові слова так, щоб при запиті до пошукової системи сайт пошукача знаходився у першій десятці видачі посилань.

1. Пелещин А. М. Позиціонування сайтів у глобальному інформаційному середовищі. Монографія / А. М. Пелещин. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2007. – 260 с.
2. Основи пошуку та мова запитів пошукової системи Google [Електронний ресурс] // Режим доступу : matphys.rpd.univ.kiev.ua/downloads
3. Операторы в поисковых запросах поисковой системы [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://www.google.com/help/cheatsheet.html>.
4. Розширені пошукові запити у системі Google [Електронний ресурс] // Режим доступу : google.com/intl/uk/help/faq_translation.html.