

STEFAN WEHMEYER

Assistentdirekteur:
Steundienste

Google bly maar die mees populêre soekenjin.

Volgens 'n opname wat in November 2005 gedoen is deur Nielsen Netratings Search Engine Ratings was die vier mees populêre soekenjins in Amerika: Google met 46.3%, Yahoo met 23.4%, MSN van Microsoft met 11.4% en American Online (AOL) met 6.9%. Ek vermoed dat Google se gebruik in Suid-Afrika nog hoër kan wees aangesien ons nie eintlik die diensverskaffer AOL gebruik nie. Hierdie opname is gebaseer op die aantal soektogte wat gedoen is by soekenjin webtuistes en weerspieël nie soektogte binne 'n webtuiste nie. Maandelikse opnames wat gedurende 2005 gedoen is, dui ook daarop dat die persentasie gebruik van Google deurgaans in die hoë veertigs bly en die van Yahoo in die lae twintigs.

Met Google dus die mees gebruikte soekenjin, kan mens dan net sowel weer kyk na hoe soektogte op Google geoptimaliseer kan word, met ander woorde, meer akkurate soekresultate.

Google raak ook al hoe meer gebruikersvriendelik vir Suid-Afrika. Daar is nou 'n opsie om net deur Suid-Afrikaanse webblaie te soek en Google het onlangs ook in Xhosa en Zulu beskikbaar geword. Saam met Afrikaans en Engels, is daar darem vier van ons 11 amptelike tale beskikbaar as werktale op Google. Om jou taalvoorkeur te verander, doen die volgende: Klik op Voorkeure (Preferences) en klik dan weer op jou taalkeuse en dan op Onthou my taalvoorkeure. Google sê wat hy doen, en as jy weer terugkeer na Google sal jou webbladsy weer in jou taalvoorkeur wees.

Beginsels van soekterme

Akkurate soekterme: Die sleutel na die inligting waarna jy soek, lê daarin om die korrekte soekterme te kies. Maak ook seker dat jou spelling van 'n woord korrek

Weer eens Google

is. Byvoorbeeld, as jy vra vir Tabel Mountain kry jy 123 resultate en vir Table Mountain 69 000 000 resultate. Dis egter ook belangrik om te onthou dat die opspoor van inligting direk afhang ook van hoe akkuraat inligting op 'n webbladsy ingetik is. (Daar is definitief 'n mark vir akkurate mense soos katalogiseerders en proefleers om betrokke te wees by die opstel van webbladsye.)

Wees spesifiek: Stel jy belang in die staproetes op Tafelberg? Wees dan meer spesifiek en tik in Table Mountain Hiking Routes, onmiddellik kry mens dan meer spesifieke inligting, alhoewel daar nog steeds 2 520 000 resultate was.

Hoofletters: Google is nie 'case sensitive' nie. So of jy nou HOOFLETERS of kleinletters gebruik, die soekresultate bly dieselfde.

Die outomatiese AND en weglating van algemene woorde: Google se verstek (default) is om outomaties webbladsye op te spoor wat al jou soekterme insluit. So dis nie nodig om die AND tussen soekterme te sit nie. Byvoorbeeld, net Table Mountain en nie Table AND mountain nie. Google laat algemene woorde soos where en how outomaties uit. Waar dit egter noodsaaklik is om 'n algemene woord te gebruik soos where is table mountain, sit 'n plusteken (+) voor die woord. +where

is table mountain. Maar steur jou egter nie te veel hieraan nie, toe ek intik where is table mountain sonder 'n + teken, was die eerste skakel (verwysing) na 'n webblad wat die ligging van Tafelberg aandui as Kaapstad!

Woordvariante (stemming): Waar van toepassing, soek Google outomaties nie net die woord nie, maar ook verwante woorde. As jy, byvoorbeeld, onder table mountain hikes soek, gaan jy ook resultate kry wat die woord hiking bevat.

Frase soektog: Dié is belangrik! Wanneer jy 'n spesifieke frase soek, gebruik die " " aanhalingstekens. Dit is veral effektief wanneer jy 'n spesifieke naam soek. Kyk maar self as jy "Table Mountain" soek. Die resultate is nog meer akkuraat.

Die minusteken (-): Indien jou soekterm meer as een betekenis het, byvoorbeeld, bass wat 'n vis of 'n musiekinstrument kan wees, gebruik die - teken om ongewenste resultate weg te laat. Bass-music se resultate op die eerste antwoordbladsy sal dan enige iets weglaat wat met musiek te doen het. Die soekresultate waarin musiek wel voorkom, is nog steeds vindbaar as jy dan gaan na 'soek verder binne resultate' en dan, byvoorbeeld, die woord orchestra byvoeg.

Die Kansvatterkortpad of 'm feeling lucky' knoppie: Die knoppie vat jou dadelik na die mees relevante webblad, of wat Google dink is die mees relevante webblad. Byvoorbeeld, Table Mountain en die kansvatterkortpad knoppie vat jou dadelik na www.tablemountain.net. Dit is die amptelike webblad van die sweefspoorkarretjie. Let wel, daar is nog 'n amptelike webblad oor Tafelberg en die van Sanparks www.sanparks.org/parks/table_mountain. So wees maar versigtig met die gebruik van die kortpad!

Gevorderde soektogte

Soek vir sinonieme: Die gebruik van die obskure tildeteken (~) kan ingespan word om ook onder die sinoniem van 'n woord te soek.

Domein soektog: Dis nogal bruikbaar om te weet dat mens deur Google in een spesifieke webtuiste kan gaan soek. Dan moet mens egter die naam van die webtuiste ken. Byvoorbeeld, *Stefan Wehmeyer site:www.capegateway.gov.za* behoort vorige artikels wat ek vir hierdie tydskrif geskryf het dadelik op te spoor, sonder dat daar ook soekresultate is wat verwys na my naamgenoot in Duitsland. Ja, glo dit of nie, daar is nog 'n Stefan Wehmeyer!

Nommer reeks soektog: Dit is ook nou moontlik om te soek binne 'n numeriese reeks. Dit kan gebruik word vir, byvoorbeeld, datums en gewigte. Cape Town 1950..1960 en Trucks 5000..10 000 kg is voorbeelde wat uitgetoets kan word. Let wel, die eenheidsmeting, byvoorbeeld, kg vir kilogram moet bygevoeg word. Daar kan ook vir pryse van goed gesoek word, byvoorbeeld, flight tickets London Amsterdam Town \$100..\$800.

Veilige soektogte: Deur te gaan na die Preferences bladsy kan sogenaamde 'adult' materiaal uitgeskakel word. Daar is drie opsies; Moderate Filtering wat alle eksplisiete prente, maar nie soekresultate nie, uitfilter. Strict Filtering, skakel alle prente en teks uit. No filtering beteken niks word uitgesluit nie.

Gevorderde soekoperateurs

Ja, hier moet mens nou begin konsentreer!

Google ondersteun verskeie gevorderde operateurs, wat eintlik soekwoorde is wat 'n spesiale betekenis vir Google het. Hierdie operateurs modifiseer 'n soektog of sê vir Google om 'n verskillende tipe soektog te doen, byvoorbeeld, *link:* is 'n spesiale operateur en die navraag *link:www.capetown.org.za* vind alle webbladsye wat skakels na *www.capetown.org.za* het.

Cache (In die kas): die hoofsaaklike doel van hierdie funksie is om te sien wanneer Google die spesifieke webwerf geïndekseer het, of in hulle terme, 'in die kassie' geplaas het. Klik op die cache verwysing en sien self wat gebeur.

Related: die navraag *related:* wys alle webtuistes wat dieselfde soort inhoud verskaf, byvoorbeeld, *related:news24.co.za* verskaf verwysings na ander nuuswebtuistes soos *www.iol.co.za* en *www.suntimes.co.za*. Die *related* funksie is nogal bruikbaar moet ek sê!

Info: Die navraag *info:* verskaf inligting wat Google omtrent 'n webblad het.

Voorbeeld: *info:www.news24.com* gee die volgende resultaat: Wys Google se kaskopie van *www.news24.com*.

- Soek vir webblaie wat soortgelyk aan *www.news24.com* is.
- Soek vir webblaie wat na *www.news24.com* toe koppel.
- Vind webblaie van die blad *www.news24.com*
- Soek vir webblaie wat *www.news24.com* as soekwoord bevat.

Define: Die navraag verskaf definisies, wat van verskeie intydse bronne versamel word. Byvoorbeeld, *define:helicopter* verskaf verskillende definisies oor wat 'n helicopter is. Definisies is tans nog nie in Afrikaans beskikbaar nie.

Stocks: Die navraag verskaf inligting oor 'n spesifieke aandeel op die Effektebeurs. Om dit te gebruik moet die aandeel se kode gebruik word, byvoorbeeld, *stocks:yahoo* verskaf dan volledige inligting oor yahoo aandele.

Allintitle: Google beperk soekresultate na die wat al die soekwoorde in die titel van die webblad bevat, byvoorbeeld, *allintitle:table mountain*. Vind al die webbladsye waar *table mountain* in die titel voorkom. So dit deursoek nie die teks van 'n webblad nie. Die resultate van hierdie soektog is baie akkuraat. Die twee webtuistes vroeër gemeld in die artikel, was onder die drie boonste resultate. Ek vind hierdie soekmetode nogal aanbevelenswaardig.

Intitle: Die eerste soekwoord na intitle deursoek slegs titels maar as addisionele soekterme geplaas word, word die ekstra soekterm in die teks van 'n dokument gesoek. Byvoorbeeld, *intitle:"cape town" hiking*. (Hoekom het ek Cape Town in aanhalingstekens gesit? Omdat Cape Town een begrip is.) Probeer gerus ook hierdie soekmetode, dit werk! Probeer, byvoorbeeld, *intitle:telkom "adsl tariffs"* en kry dadelik webbladsye wat verwys na die polemieks oor Suid-Afrika se peperduur pryse vir ADSL.

Allinurl: soek na al die soekterme wat verskaf word in die URL (webadres). Ek beveel die metode aan waar daar na 'n spesifieke webblad van 'n organisasie gesoek word, soos, byvoorbeeld, *allinurl:telkom.za*. Die verwysing na Telkom (Suid-Afrika s'n, daar is ook ene in Indonesië) was bo-aan die antwoordlys.

Inurl: soek na die soekterm in die url en die res van die soekterme binne die titel en teks van die dokument. Byvoorbeeld, *Inurl:telkom adsl*. Sommer die eerste verwysing wat gevind word, is na Telkom se webblad wat dan inligting oor adsl bevat. Die metode werk goed! Probeer gerus!

Onthou: Wees versigtig wanneer die spesiale operateurs ingetik word! Geen spasie kom na, byvoorbeeld, *inurl:nie*.

Is bogenoemde te veel om te onthou? Probeer dan gerus die gevorderde soekopsie by Google. Die meeste van die gevorderde soekmetodes hierbo bespreek word op die vorm beskikbaar gestel. Ook ekstra hier is 'n opsie waarvolgens jy kan kies wanneer inligting bygewerk is.

Ek wonder sommer net? Gaan Google die toets van die tyd weerstaan? Sal mense oor 20 jaar nog altyd op Google soek. Is Google 'n tweede Dewey? En hoe gaan ons inligting soek oor 20 jaar? Alles gaan dan seker 'voice activated' wees.

2006

