

# Modalități de căutare a informației de tip text, imagine și sunet în documentele electronice *hypermedia*

Dorel MICLE  
Universitatea de Vest Timișoara

Căutarea în Internet poate fi o operație de durată, enervantă pentru un începător, volumul de informații este enorm și modurile de stocare și de regăsire a lor sunt foarte diferite. Procesul de căutare este întotdeauna dificil, din cauza numărului mare de instrumente de căutare, a conținutului lor diferit de informații și de metode de căutare, precum și din cauza lipsei unor standarde.

Cele mai căutate documente electronice *hypermedia* sunt cele care conțin informații de tip text și imagine. Există, desigur, și alte tipuri de documente ce conțin filme, sunete, grafică 3D, etc. dar pentru domeniul științelor umaniste, textul și imaginea rămân componentele de bază ale unui document electronic. Fie că sunt destinate unei valorificări didactice, fie unei valorificări științifice, asocierea dintre cuvântul scris și imagine este cea mai răspândită și mai des utilizată în acest domeniu de activitate.

Prezentarea de mai jos este destinată cu precădere specialiștilor în științele umane, studenților și cadrelor didactice care, în procesul complex de informare și documentare, utilizează documente electronice.

## **a. Căutarea informației de tip text**

**Motoarele de căutare** sunt baze de date ce indexează paginile *Web* sau titlurile de pagini. Ele trimit prin *Web* „*păianjeni electronici*” („*roboți web*”) pentru a căuta pagini ce ar putea fi adăugate la baza de date de pagini *Web* deja existente. Atunci când „robotul” identifică un *site* care încă nu a fost indexat, el îl adaugă la baza sa de date care, cel mai frecvent, conține titlul paginii, adresa pentru Internet (*URL*), pagini complementare și o porțiune a textului respectiv. Deși „roboții” lucrează constant, mai sunt încă milioane de pagini în *Web* care trebuie să fie revăzute, iată de ce va lua mult timp căutarea unui *site* nou. Ca rezultat, persoanele care își creează propriile lor *Website*-uri, încep prin a oferi informații despre propriile lor pagini motoarelor de căutare, care în felul acesta identifică și înregistrează în mod sigur noua adresă. Există un număr de motoare de căutare pe care le puteți utiliza în Internet. Drept exemple de motoare de căutare pot servi: **Excite**, **Alta Vista**, **Hotbot**, **Infoseek**, **Lycos**, **WebCrawler**, **Google** și **Open Text Index**. De obicei, se introduc cuvintele-cheie în motoarele de căutare și ele se ocupă de căutarea paginilor din *Web* care se potrivesc cuvântului.

**Instrumentele de căutare** sunt programe destinate obținerii de informații. Metodele de căutare pot fi diferite: *arborescentă* sau de *tip director* (**directory** - vezi **LookSmart**), *mecanism de căutare* (**search engine** - vezi

**Alta Vista**), o combinație între tipurile arborescent și mecanism de căutare (**directory/search engine** - vezi **Excite, Yahoo**) și multi-mecanism (**multi-engine** - vezi **All-In-One, Metacrawler**).

a) Un sistem de căutare arborescentă folosește subiectul (domeniul) căutării. Metoda de căutare este una de tip ierarhic, care începe cu domeniul general, apoi urmează o succesiune de alte subdomenii. Se mai numește și *căutare după subiect (subject search)*. Directoarele siturilor clasifică arborescent, în categorii, siturile din Web. Fiecare categorie, ca de exemplu **Istorie**, poate fi divizată în subcategorii precum **Istorie regională** (Istoria Europei – Albania, Austria, Belgia, Bulgaria, etc. -, Istoria Americii de Nord, Istoria Asiei, etc.), **Epoci istorice** (Epoca pietrei, Epoca bronzului, Epoca fierului, Epoca romană, etc.), **Domenii istorice** (Arheologie și Antropologie, Studii clasice, Medievală, Diplomatie, Heraldică, Arhivistică, etc.) **Instituții de istorie** (Muzeu, Universități, Societăți de istorie, Institute de istorie, Laboratoare de istorie, etc.), etc. Pentru a vă mișca în interiorul acestor directoare, trebuie să apăsați pe legăturile dintre fiecare categorie și subcategorie până când veți găsi ceea ce căutați. Sau, puteți utiliza căutarea cu ajutorul cuvântului-cheie pentru a găsi anumite site-uri specifice. În majoritatea cazurilor, cei care își creează propriile site-uri de Web și le înregistrează cu un director de site. Drept exemple de directoare de site-uri pot servi: **Looksmart, Yahoo, The World Wide Web Virtual Library** și **The Argus Clearinhouse**.

b) Un mecanism de căutare este un instrument ce accesează bazele de date folosind *cuvinte cheie*. El răspunde la diferite cereri cu o listă de referințe; se mai numește și *căutare pe bază de cuvânt cheie (keyword search)*. Este cel mai utilizat și cel mai complex mecanism de căutare, astfel încât el va face subiectul unei descrieri amănunțite puțin mai jos. Exemple: **Alta Vista, Google**, etc.

c) A treia metodă de căutare este o *metodă combinată: directory/search engine*. Astfel de instrumente de căutare folosesc ambele metode descrise mai sus, și se bazează pe un sistem de căutare ierarhic, la fiecare pas putându-se accesa un mecanism de căutare, efectuându-se apoi, dacă se dorește, o căutare după cuvinte-cheie. Aceste utilitare de căutare adaugă selectiv materiale la baza de date și revizuiesc site-urile bazate pe conținut. Ele pot exclude site-urile ce conțin materiale inacceptabile, sau pot accepta doar acele site-uri, pe care le consideră potrivite. Se folosesc de o varietate de criterii pentru a judeca site-urile posibile, incluzând *calitatea materialului* și *cantitatea materialului*. Exemplu de utilitar de căutare specific: **Magellan**.

d) A patra metodă *multi-mecanism (multi-engine* - vezi **All-In-One, Metacrawler, Mamma, etc.**) face referire la acele motoare de căutare care analizează conținutul tuturor celorlalte categorii de motoare. Nu totdeauna aceste motoare de căutare sunt și cele mai practice din cauza numărului foarte mare de rezultate afișate.

## Căutarea după cuvânt-cheie

Dacă în urma unei căutări, după cuvânt-cheie, rezultatele cercetării pentru cuvântul respectiv sunt pe ultima pagina a motorului de căutare utilizat, atunci se reformulează interogația sau se schimbă motorul de căutare. Motoarele de căutare funcționează autonom și puteți avea surpriza să identificați adrese diferite utilizând aceeași interogație pe motoare de căutare diferite, sau să identificați aceleași adrese utilizând însă interogații diferite pe același motor de căutare. Câteva reguli generale desfășurate mai jos vă pot ajuta la căutarea informației dumneavoastră în Internet.

### 1. Formulați interogații cât mai scurte și utilizați cuvinte-cheie.

Este necesar să rețineți faptul că un calculator, nu o persoană, va analiza ceea ce a-ți supus examinării/cercetării. Supunând cercetării interogații lungi precum «*Aș vrea sa știu cine a fost Homer*» va zăpăci munca motorului de căutare și va duce la rezultate neplăcute. O formulare mult mai adecvată poate fi simpla introducere a numelui lui *Homer* și eventual a domeniului *istorie antică*, pentru că altfel riscați să primiți informații despre *detergentul Homer* sau *stațiunea balneoclimaterică Homer*.

### 2. Utilizați operatori logici pentru a va formula interogația.

Operatorii sunt reguli sau instrucțiuni speciale folosite într-o căutare pe bază de cuvinte cheie, pentru a formula întrebări sau cereri. Căutarea pe bază de cuvinte cheie se începe prin scrierea unui cuvânt în caseta "search box" a paginii "home" a motorului de căutare. Pentru a construi o cerere, se pot folosi operatorii adecvați din motorul de căutare în care se desfășoară sesiunea de lucru. În timp ce fiecare motor de căutare are operatori proprii, există câțiva comuni pentru toate utilitățile de căutare:

- a) Operatorii AND, OR, NEAR și NOT pot fi folosiți pentru a conecta cuvinte și termeni în cadrul unei cereri, cu sensurile lor logice: AND înseamnă că ambele cuvinte sunt prezente în cadrul documentelor. NEAR înseamnă că un termen trebuie să fie găsit în cadrul unui număr specificat de cuvinte. OR înseamnă că cel puțin un termen este prezent, iar NOT exclude prezența unui termen.
- b) Când folosiți acești operatori, nu uitați să-i scrieți cu litere mari, fără să lăsați un spațiu între operator și termenii care îi urmează.
- c) Semnele „+” și „-”; „+” înaintea unui termen (fără spații) ajută la regăsirea doar a documentelor conținând acel termen și este similar cu AND; „-” este similar lui NOT, regăsind documentele care nu conțin respectivul termen.
- d) Apostrofurile (") sau ghilimelele („”) marchează cuvinte care trebuie tratate exact cum sunt. Aceste semne sunt similare cu operatorul NEAR.
- e) Parantezele sunt utilizate ca și semnele de la c), dar cuvântul dintre paranteze este considerat o singură entitate.
- f) Cuvintele scrise cu majuscule sunt tratate ca un nume propriu. Virgulele separă numele proprii.
- g) Un asterisc îndeplinește funcția de lărgire a rădăcinilor. Plasați un asterisc "\*" la sfârșitul cuvântului pentru a găsi toate cuvintele

ce încep cu literele tipărite. Spre exemplu, căutând "istorie", el creează legături cu paginile *Web* cu cuvintele "istorie", "istorici", "istoriografie".

- h) Utilizați operatorul logic ADJ (adiacent) dacă doriți să găsiți documente în care termenii apar unul lângă altul, în orice ordine.
- i) Operatorul FAR (departe) este opus operatorului NEAR. Când utilizați FAR, vor fi găsite documentele în care termenii se află la o distanță mai mare de 25 de cuvinte unul de altul. (expl.: **Lycos**). FAR se utilizează foarte des împreună cu alte expresii. De exemplu, puteți să căutați *istorie FAR antic NOT "istorie antică"* și veți găsi pagini ce conțin ambele cuvinte dar nu *istorie antică*.
- j) Operatorul BEFORE (înainte) funcționează foarte asemănător cu AND. Unica deosebire este că termenii trebuie să apară în ordinea pe care o specificați, dar pot să se afle la orice distanță în același document.

În tabelul de mai jos sunt prezentate categoriile de operatori raportați la principalele motoare de căutare:

	Alta Vista (ii)	Excite (i)	Hotbot (iii)	Infoseek	Lycos	Magellan (iv)	Webcrawler	Yahoo
+	X	X	X	X	X	X	X	X
-	X	X	X	X	X	X	X	X
And (și)	X	X	X		X	X	X	X
and not	X	X				X		
Not (nu)			X		X		X	
Or (sau)	X	X	X		X	X	X	X
Adj (adiacent)					X			
Before (înainte)					X			
Far (departe)					X			
Near (aproape)	X				X			
()	X	X	X			X	X	
*	X		X					X
" "	X		X	X	X		X	X
Language	X		X		X			

(limba)								
Range of Dates	X		X					X

### Legenda:

- i. Operatorii logici trebuie scriși cu litere mari, în caz contrar nu vor funcționa.
- ii. + și – nu pot fi utilizate la căutarea avansată.
- iii. Căutările în **HotBot** pot fi foarte sensitive dacă cel puțin una din literele interogației este majusculă. Dacă toate literele din interogație sunt minuscule, **HotBot** va ignora afișarea rezultatelor necesare. Deci, căutarea pentru "windows" va afișa paginile ce vor conține "windows", "Windows", și "WINDOWS" pe când pentru "Windows" va afișa pagini ce conțin "Windows" și nu "WINDOWS". Pe lângă cele menționate mai sus, pentru ca operatorii logici să funcționeze în **HotBot**, este necesar să selectați "**Boolean phrase**" din meniul "**All the words**".
- iv. Operatorii logici trebuie să fie scriși cu majuscule, altfel nu vor funcționa.

### Alte modalități performante de căutare avansată

Unele motoare de căutare vă oferă posibilitatea de a implementa o căutare avansată prin intermediul selectării opțiunilor din meniurile existente sau prin *clic* pe butoanele radio. Aceste opțiuni pot fi foarte ușor de folosit, fiindcă permit căutarea avansată fără intrarea în operatorii logici, ba mai mult, motoarele de căutare cer specificarea parametrilor de cercetare și în mod automat va aplica o mulțime din acești parametri. Deci, puteți implementa o căutare avansată doar luând o serie de decizii bazate pe informația pe care încercați să o găsiți.

**Lycos** este un exemplu de motor de căutare care vă oferă posibilitatea unei cercetări performante. Mai jos sunt exemplificate câteva din alternativele de căutare găsite prin intermediul acestui motor de căutare.

- **Any of the words** (oricare dintre cuvinte): Selectați din meniu "**Any of the words**" și introduceți unul din termenii care doriți să apară pe paginile *Web* selectate de motorul de căutare. Spre exemplu, dacă sunteți în căutarea "*Chico Zeppo*", lista rezultatelor cercetării poate include documente menționând doar unul dintre faimoșii frați. Veți observa că documentele referitoare la ambii frați vor fi mai spre sfârșitul listei.
- **Natural Language Query** (întrebare naturală): Această opțiune permite adresarea întrebărilor ce necesită răspunsul exact așa cum ați dori să-l căpătați în urma unei conversații cu o altă persoană. De exemplu: «*Cine este președintele S.U.A.?*» Pentru ca Lycos să vă ajute în căutarea paginilor ce ar putea răspunde la întrebare, veți tipări: «*Cine este președintele S.U.A.?*» în cutia destinată

interogațiilor, iar apoi veți selecta „**Natural Language Query**” din meniu.

- **Exact Phrase** (frază exactă): Atunci când selectați opțiunea "**Exact Phrase**" din meniu, cuvintele pe care le specificați trebuie să apară alăturat, și în ordinea pe care o doriți. Frazele exacte se utilizează în cazul în care sunteți în căutarea numelor proprii.

### **Advanced Options (Opțiuni Avansate)**

- **Look for** (Caută). O serie de butoane radio vă permite selectarea tipurilor de documente sau fișiere pe care doriți ca motorul de căutare să vi le afișeze. Există însă posibilitatea ca motorul să caute orice conținut, însă puteți selecta imaginile țintă, sunetele, rețetele, Topul 5% din listele de conținut Lycos, paginile *Web* personale sau informația din **Lycos City Guides**.
- **Search the...** (Caută...). O altă cale de a găsi informații referitoare la o anumită topică, este aceea de a căuta cuvintele-cheie în zonele specifice ale unei pagini *Web* sau doar în paginile unui singur *site*. În lipsa lor, **Lycos** va căuta documente ce vor corespunde interogațiilor și va căuta acele documente în mai multe *site-uri Web*. Butoanele radio autorizează următoarele abordări alternative:
  - **Title only** (doar titlul): Concentrați-vă numai asupra paginilor care conțin frazele voastre în titlul paginii. Această abordare funcționează bine, deoarece majoritatea *webmaster*-ilor se referă la tematica paginilor sau la denumirile documentelor acestora.
  - **URLs only** (doar adresa): această trăsătură se potrivește textului din *URL*-ul documentului. *URL*-ul include numele serverului și calea completă spre document.
  - **Selected Web site** (selectarea unei anumite pagini *Web*): Vă permite să vă orientați căutarea spre un anumit *site Web*, în cazul în care deja aveți idee de tipul informației pe care vă așteptați să o găsiți la destinație. Această opțiune va permite să creați o întrebare care va examina paginile numai în acel domeniu al Internetului pe care îl specificați. Puteți indica fie denumirea completă a *site*-ului ([www.lycos.com](http://www.lycos.com)), fie denumirea parțială (*lycos*).
  - **Select a language** (selectarea limbii): Puteți limita lista rezultatelor, specificând limba în care doriți să apară documentele.
- **Sort your results** (sortarea rezultatelor): Multe din căutările din *Web* vă vor returna sute, chiar mii de rezultate. Pentru a vă ajuta să găsiți informația necesară, **Lycos** vă permite să selectați rezultatele în așa fel, încât să primiți informația cea mai relevantă în partea de sus a foii. Acest lucru poate fi făcut utilizând opțiunea "**Relevancy controls**".
- **Match all words** (ordonarea clasificată): Dacă această opțiune este setată la **High**, atunci ea vă asigură că documentele care conțin toți termenii ceruți de voi vor apărea la începutul listei cu rezultate.

- **Frequency of words** (frecvența cuvintelor): Această opțiune compară frecvența unui cuvânt întâlnit într-un anumit document cu numărul mediu de apariții în care același cuvânt se întâlnește în fiecare document găsit de **Lycos**. De exemplu, dacă cuvântul "*computer*" apare în medie de 10 ori în toate documentele din catalogul **Lycos**, atunci documentele în care același cuvânt se întâlnește mai puțin de 10 ori vor fi mai puțin relevante, pe când documentele în care acest cuvânt se întâlnește mai mult de 10 ori vor fi mai relevante. Prin sporirea importanței acestei opțiuni, paginile care se referă la termenii de căutare pot fi plasate la începutul listei cu rezultate.
- **Near beginning of text** (aproape în text): Uneori persoanele care creează *site-uri Web* nu plasează textul important în titlul sau în denumirea documentelor. Totuși, este bine ca o pagină *Web* dedicată, spre exemplu, *Premiilor Oscar*, să menționeze numele statuii de aur în primele aliniate ale textului. Sporind importanța acestei opțiuni, **Lycos** înțelege că voi doriți ca toate documentele care corespund termenilor de căutare să apară aproape de începutul listei cu rezultate.
- **Close Together** (cuvinte legate): O mulțime de *site-uri Web* dedicate televiziunii pot conține cuvintele "*Baywatch*" și "*Star*" pe aceeași pagină. Dacă sunteți însă interesați numai de "*The Stars on Baywatch*," cele mai bune rezultate le veți primi dacă aceste două cuvinte se vor găsi unul lângă altul. Ajustarea valorii pentru opțiunea dată indică importanța pe care o acordați apropierii termenilor de căutare. Setând o valoare mai înaltă pentru această opțiune, documentele corespunzătoare vor apărea la începutul listei cu rezultate. Această opțiune nu are efect atunci când selectați **Exact Phrase** din meniu sau când căutați numai un singur cuvânt.
- **Appear in title** (apare în titlu): **Lycos** știe când termenii căutării apar în codul paginii *Web* ca titlu. Acesta este textul ce apare deasupra meniului *browser*-ului d-voastră. Selectând o valoare mai mare pentru opțiunea dată, **Lycos** înțelege că sunteți interesat de paginile *Web* în care textul introdus de d-voastră apare în titlu sau denumire.
- **In Exact Order** (în ordinea exactă): Această opțiune caută cuvintele care apar în ordinea în care le-ați introdus. Ea vă poate ajuta să găsiți informația exactă pe care o căutați

**Lycos** este un motor de căutare care permite utilizarea meniurilor și butoanelor radio pentru a beneficia de opțiunile avansate de căutare. **Infoseek**, **Hotbot** și **Yahoo** includ opțiuni avansate de căutare similare.

#### **Secțiunile consultative "Help" a motoarelor de căutare.**

În general, motoarele de căutare dispun de secțiuni "**Help**" care vă oferă informații referitoare la modul de construire a unei interogații. Informația din secțiunea "**Help**" este, de multe ori, dedicată unor anumite motoare de căutare și poate sau nu poate fi aplicabilă altora.

#### **NOTĂ:**

1). Marcați cu **Bookmark** (sau **Favorites**), fiecare instrument de căutare preferat, pentru a facilita utilizarea ulterioară. De asemenea, marcați și unele "**home pages**" folosite des și care au nume lungi și complicate.

2). Unele instrumente de căutare oferă opțiuni de căutare în diferite domenii și categorii, care vă ajută să limitați focalizările în căutarea d-voastră. Selectând una sau mai multe dintre aceste opțiuni, puteți să măriți relevanța potrivirilor din căutare. Aceste opțiuni sunt scrise, de obicei, lângă casetele de căutare.

3). Pot fi cazuri când un instrument de căutare nu se conectează la o locație *Web*, dintr-un anumit motiv:

- ați uitat să scrieți sau ați scris greșit un cuvânt în adresă, așa că verificați!

- există probleme la accesarea locației, ori chiar locația este deconectată, din diverse motive. În astfel de cazuri, reveniți mai târziu.

- locația a fost deconectată definitiv, dar s-au păstrat anumite legături. Uneori există trimiteri către noua locație a documentului.

4). Folosiți secțiunea de **Help** a mecanismelor de căutare pe care le utilizați cel mai des.

5). La căutările pe bază de cuvinte cheie, cel mai bine este să formulați cereri în concordanță cu mecanismul de căutare particular pe care îl utilizați. Aceasta presupune o bună cunoaștere și înțelegere a regulilor de formulare a cererilor. O cerere bine formulată este hotărâtoare pentru relevanța răspunsurilor și reduce numărul de potriviri necorespunzătoare.

6). Un număr extraordinar de mare de potriviri se datorează unei cereri de căutare pe bază de cuvinte individuale, de aceea este bine să folosiți cuvinte legate între ele, ca un cuplu de cuvinte.

7). Unele locații *Web* conțin multe elemente grafice pe care nu le puteți omite. În cazul în care calculatorul vostru efectuează transferul prea încet, este mai bine să folosiți instrumente de căutare care nu au prea multe elemente grafice. Printre acestea sunt: **Hotbot**, **Infoseek** și **Mamma**. Cu multe imagini grafice sunt **LookSmart** și **OneKey**.

8). Când formulați o cerere, încercați să folosiți cuvinte obișnuite, exceptând cazurile în care trebuie să apară cuvinte sau sintagme speciale. Altfel, veți obține un număr enorm de potriviri. De exemplu, "soldat" este prea comun, pe când "soldat roman" este o sintagmă acceptabilă.

Iată câteva denumiri și adrese ale câtorva motoare de căutare mai populare, directoare de situri, și utilitare de căutare editate din *Web* (în paranteză sunt operatorii logici specifici):

**Motoare de căutare:**

**Alta Vista:** [www.altavista.com](http://www.altavista.com) ("", +, -, \*, &)

**Excite:** [www.excite.com](http://www.excite.com) (and, or, not, and not, \*)

**Hotbot:** [www.hotbot.com](http://www.hotbot.com) (and, or, not, and not, \*)

**Infoseek:** [www.infoseek.com](http://www.infoseek.com) ("", +, -, \*, &, **title:** text, **url:** text, **text:** text, **link:** URLtext, **image:** filename, **host:** name, **domain:** domainname, **applet:** class, **anchor:** text)

**Snap:** [home.snap.com](http://home.snap.com) ("", +, -, \*, &)



**Lycos:** [www.lycos.com](http://www.lycos.com) ("", +, -, \*, &)  
**Northern Light:** [www.northernlight.com](http://www.northernlight.com) (and, or, not, and not, \*)  
**WebCrawler:** [www.webcrawler.com](http://www.webcrawler.com) (and, or, not, and not, \*)  
**Yahoo:** [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) ("", +, -, \*, &)  
**LookSmart:** [www.looksmart.com](http://www.looksmart.com) ("", +, -, \*, &)  
**The Argus Clearinghouse:** [www.clearinghouse.net](http://www.clearinghouse.net) (and, or, not, and not, \*)  
**The World Wide Web Virtual Library:** [www.w3.org/vl/](http://www.w3.org/vl/) (and, or, not, and not, \*)  
**Magellan:** <http://www.mckinley.com/> ("", +, -, \*, &)

**Alte motoare de căutare:**

<http://www.yahoo.com/>  
<http://www.goto.com/>  
<http://www.savvysearch.com/>  
<http://netfind.aol.com/>  
<http://infoseek.go.com/>  
<http://magellan.excite.com/>  
<http://www.c4.com/>  
<http://galaxy.einet.net/>  
<http://www.infohiway.com/>  
<http://www.inference.com/>  
<http://www.mamma.com/>  
<http://www.aaa.com.au/>  
<http://www.businesswebservice.com/>  
<http://www.tribal.com/>  
<http://newtoo.manifest.com/>  
<http://www.wwwomen.com/>  
<http://www.askjeeves.com/>  
<http://www.alltheweb.com/>  
<http://www.google.com/>

Prezentăm, în detaliu, câteva din motoarele de căutare des utilizate:

**AltaVista ([www.altavista.com](http://www.altavista.com))**

Principii de construcție a frazelor de căutare, operatorii de relație dintre cuvintele de căutare:

**Tabelul 1.**

Descriere	Operator	Exemplu
Pentru a include cuvinte	+	+istorie+antică
Pentru a exclude cuvinte	-	+istorie-antică
Pentru a grupa cuvinte	" " sau ;	"istorie antică"
Pentru a căuta orice caracter	*	ist* găsește istorie, istorici, istoriografie, etc.; rom* găsește

		România, românesc, românește, etc.
--	--	---------------------------------------

**Nota:** La operarea cu pagina AltaVista este posibilă alegerea limbii; cuvintele de căutare pot fi scrise în orice limba.

**Pentru căutări avansate:**

Operatori booleeni: AND, OR, NEAR, NOT

Pentru gruparea cuvintelor "" sau ;

Pentru gruparea interogărilor. Exemplu: *istorie clasică* or (*istorie greacă* and *istorie romană*) (*istorie greacă* or *istorie elenistică*) and *istorie antică*.

**Termeni de constrângere utilizați de Alta Vista pentru paginile de Web**

**Tabelul 2.**

Cuvânt rezervat	Funcție	Exemplu
<b>host:</b>	Asemănări de adrese de pagini	<b>host:</b> <a href="http://www.mindspring.com">www.mindspring.com</a> <b>host:</b> <a href="http://www.discovery.com">www.discovery.com</a>
<b>link:</b>	Asemănări de legături; găsește pagini în care se întâlnește măcar o dată adresa specificată	<b>link:</b> <a href="http://www.allen.com">www.allen.com</a>
<b>title:</b>	Va căuta textul doar în titlurile de pagini	<b>title:</b> "Romania's Page"
<b>image:</b>	Va căuta doar imagini	<b>image:</b> president.jpg

**Excite ([www.excite.com](http://www.excite.com))**

Topica construcției frazelor rămâne aceeași, operatorii pentru Excite fiind:

**Tabelul 3.**

Descriere	Operator	Exemplu
Pentru a include cuvinte	+	+zoo+giraffe
Pentru a exclude cuvinte	-	+zoo-giraffe
Pentru a grupa cuvinte	" "	"The Beatles"
Pentru a acorda cuvintelor un anumit grad de prioritate	<b>^număr</b>	Herodot Horățiu^3 Homer^9 (prioritatea maxima la aceasta căutare o are Homer urmat de Horățiu și ultimul Herodot)

### HotBot ([www.hotbot.com](http://www.hotbot.com))

Motorul de căutare pune operatorii între cuvintele cheie în dependență de sintagma aleasă. Descrierea sintagmelor este prezentată în tabelul următor:

**Tabelul 4.**

Sintagma	Descriere
all the words	ca booleanul AND (incluziune)
any of the words	ca booleanul OR (sau)
exact phrase	o frază exactă (la fel ca "")
the page title	titlu de pagină
the person	nume de persoană
links to this URL	referință ( <i>hyperlink</i> ) la adresa specificată
Boolean phrase	frază booleană

Exista posibilitatea de alegere a limbii și a timpului de căutare. Cu ajutorul casetelor de selectare se poate cere ca paginile rezultate la căutare să conțină informație audio sau video.

#### **b. Căutarea informației de tip imagine**

Cele mai multe dintre motoarele de căutare după cuvânt-cheie (**Lycos**, **Excite**, **Google**, **Mamma**, **Metacrawler**, **Yahoo**, etc.) oferă posibilitatea de specificare a tipului de document avut în vedere: text, sunet, imagine, video, etc., prin selectarea încă de la începutul procesului de căutare a comenzii „**images**”, de obicei sub forma unui buton radio.

După introducerea cuvântului-cheie și activarea butonului de selecție pentru imagini, motorul de căutare va afișa o listă de imagini, sub formă tabelară, pe una sau mai multe pagini succesive, selecția făcându-se după următoarele criterii:

- limba în care s-a introdus cuvântul
- numele imaginii
- dimensiunile imaginii
- sursa imaginii

Unele dintre motoarele de căutare oferă și o legătură către pagina originală, iar, în unele cazuri, sunt oferite și o serie de alte imagini din domeniul căutat prin cuvântul-cheie.

În cazul în care se utilizează un motor de căutare *multi-mecanism* (**multi-engine** - vezi **All-In-One**, **Metacrawler**, **Mamma**, etc.) vă sunt oferite și informații tehnice suplimentare:

- număr de pixeli
- extensia fișierului: .gif, .bmp, .jpg, etc.
- mărimea fișierului de imagine (în biți)

Imaginile găsite de motorul de căutare sunt prezentate sub forma unor pictograme, ceea ce facilitează vizualizarea rapidă a listei pentru identificarea

acelora care sunt solicitate de utilizator. Selecția se face de către cel care execută căutarea, după activarea pictogramei printr-un *clic* și vizualizare la dimensiunea originală, se poate trece la operațiunea de stocare a imaginii fie prin salvare (*clic* dreapta pe imagine și activarea meniului contextual **Save Picture As...**, cu indicarea locației pentru salvare, **My Picture**), fie prin copiere directă într-un alt tip de document, ca de exemplu Word, Excel, Access, etc. (*clic* dreapta pe imagine și activarea meniului contextual **Copy**, lipirea făcându-se cu comanda **Paste**).

Secvențele sau filmele video pot fi consultate *online*, foarte puține dintre ele putând fi copiate. În cazul în care este posibil acest lucru, atunci există o facilitate specială de transfer (**Download**) cu specificarea numelui și locației exacte pentru depozitarea în propriul calculator. Vizualizarea unui film video *online* se efectuează prin intermediul unor programe speciale (**Player**): **Windows Media Player**, **QuickTime Player**, **BSPlayer**, **RealOne Player**, etc.).

### **c. Căutarea informației de tip sunet**

Există mai multe categorii de fișiere de tip sunet accesibile în Internet: cele mai multe sunt simple melodii de fundal de tip **midi** sau **wav**. Ele nu pot fi considerate documente și nu pot intra în categoria informațiilor deoarece nu au valoare științifică. O categorie aparte o reprezintă fișierele comprimate de tip **mp3** ce conțin, în general, muzică. Standardul **mp3** s-a impus, însă, și în cazul documentelor de tip sunet cu valoare științifică (înregistrări radio politice, culturale, civice, etc., pentru acest tip de documente cu o vechime mai mare în timp) dar, de cele mai multe ori, ele însoțesc azi filmele video. Majoritatea motoarelor de căutare oferă posibilitatea selectării, printr-un buton radio, a documentelor de tip sunet, modalitatea de selecție și afișare fiind identică cu cea utilizată în cazul imaginilor și filmelor video. Ca și în cazul documentelor de tip video, fișierele de sunet sunt accesibile *online* (se utilizează aceleași **player-e**) sau pot fi transferate printr-un program **download**.

Trebuie specificat faptul că, la fel ca în cazul informației extrase din documentele clasice, trebuie respectat dreptul de autor și de copyright, adică toată informația se citează cu note științifice, iar la referințe se utilizează ca **webografie** adresele paginilor *Web* din care s-au preluat informațiile (text sau imagini).

### **Bibliografie**

1. Jalobeanu Mihai, *WWW în învățământ. Instruirea prin Internet*, Cluj Napoca, 2001
2. Patriciu Victor, Vasiliu Ioana, Patriciu Șerban, *Internetul și Dreptul*, București, 1999
3. Cristine Girard, Remy Chapoulie, Monique Gaquere, *La recherche d'information sur Internet*, <http://www.montesquieu.u-bordeaux.fr/urfist/niveau2/moteurs/moteurs0599-1.htm>
4. Gilles Dodinet, Cedric Sempe, *Analyse de l'usage d'un site web*, <http://www-sop.inria.fr/aid/personnel/Gilles.Dodinet/rapport.doc>

5. Craig Branham, *A Student's Guide to Research with the WWW*,  
<http://www.slu.edu/departments/english/research/>
6. Esther Grassian, *Thinking Critically about World Wide Web Resource*,  
<http://www.library.ucla.edu/libraries/college/help/critical/index.htm>
7. Robert Harris, *Internet Search Tips and Strategies*,  
<http://www.virtualsalt.com/howlook.htm>
8. Robert Harris, *Evaluating Internet Research Sources*,  
<http://www.virtualsalt.com/evalu8it.htm>
9. Jan Alexander, Marsha Ann Tate, *Evaluating Web Resource*,  
<http://www2.widener.edu/Wolfgram-Memorial-Library/webevaluation/webeval.htm>
10. John Henderson, *A Guide to Critical Thinking About What You See on the Web*, <http://www.ithaca.edu/library/Training/hott.html>
11. Joe Barker, *Finding Information on the Internet: A Tutorial Style Sheets for Citing Internet & Electronic Resources*,  
<http://www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Style.html>