

Informacijska pismenost u online okruženju: Vodič za pretraživanje informacija dostupnih na World Wide Webu¹

Zašto i kome treba internet

Informacije i Internet

Godina 1969. bila je izuzetna. Te godine izumljeni su bar kod skeneri, umjetno srce, ATM aparati, bez kojih ne možemo zamisliti današnji život, komunikaciju, plaćanje računa ni svakodnevni posao. Osim vojnih stručnjaka i nekoliko tehnoloških zanesenjaka, skoro niko nije obratio pažnju da je te godine rođen i internet. No danas više od milijardu ljudi koristi internet, a na njega je priključeno 150 miliona računara. Rezultat je protok informacija koji se ne može kontrolisati niti izmjeriti, kao kada bismo željeli zapisati sve razgovore koje istovremeno vodi 50 miliona stanovnika planete putem telefona.

Količina informacija koje plove internetom nemjerljiva je. Mi ih godišnje proizvedemo dovoljno da napune kolekcije 37.000 biblioteka sa fondom od po 17 miliona knjiga. No, u toj nepreglednoj biblioteci ne postoji ispravan ili siguran put da pronađemo željenu informaciju u najkraćem roku. Svi korisnici imaju mogućnost pohranjivati, dijeliti i objavljujivati informacije kakve žele, te je jasno zašto mnogi internet zovu najvećim komunikacijskim izumom poslije telefona.

Ovaj izum živi po sopstvenim pravilima, najsličnijim onima iz doba Divljeg Zapada. Za mnoge pobornike slobode govora Internet je posljednje mjesto na kojem se može reći šta želimo, dok je za većinu Vlada samo još jedan problem kojeg treba ukrotiti. "Svaka informacija na internetu može se posmatrati kao potez u velikoj igri. Ako vam se ne dopada neka informacija, vi možete da objavite dezinformaciju"²

Šta je Internet, a šta Web?

Praktično govoreći, Internet je prevozno sredstvo za slanje informacija od računara do računara. Poredi se često i sa gigantskim cjevovodnim sistemom ili autoputem jer omogućava istovremeni i brzi protok informacija između velikog broja korisnika. Funkcioniše zahvaljujući telefonskim vezama, modemima, kablovima i satelitima.

No ono što većina korisnika smatra internetom – stranice sa vijestima, dokumentima, slikama, novinama, osnovnim aktima, odlukama i kontaktima na primjer Ustavnog suda države, u stvari je samo jedan njegov dio poznat kao **World Wide Web** (skraćeno **Web** ili **WWW**).

Web je najpopularniji jer je dizajniran tako da ga može razumjeti i koristiti što šira publika. Izgrađen je na bazi "hiperteksta" gde su dokumenti spojeni vezama te vode jedan do drugog, poput vrata u stanu koja otvaramo da bi ušli u novu prostoriju. Te veze se zovu **linkovi** i na stranici se pojavljuju kao riječ napisana drugom bojom, slika ili fraza. Klikom miša na tu podvučenu riječ, sliku ili frazu otvaramo novi dokument, nova vrata. Zaista, metod pristupa podacima na Web-u je drugačiji od čitanja knjige. Knjigu čitamo sukcesivno kako su strane i poglavlja u njoj napisane, a za razliku od linearnog pristupa u knjizi, hipertekst se čita interaktivnim i spontanim šetanjem (popularna riječ

¹ Saša Madacki modif. Prema Dženana Alađuz: Vodič za pretraživanje informacija na WWW U:// Strategije informacijskih istraživanja (ur. S. Madacki i R. Žarevac).

² Izjava Erica Schmidta, jednog od menadžera internet kompanije „Google „

surfanje) od stranice do stranice putem linkova. Ogromnu popularnost Web duguje i činjenici da omogućava pregledanje fotografija, grafika, animacija te audio i video dokumenata.

Početak potrage

I Gdje početi pretragu

Pronalaženje Web dokumenata (Web "stranica" ili "sajtova") nekad može biti veoma lako a nekad nevjerojatno teško. Jedan od problema pri pretraživanju je i to što za razliku od biblioteke koja ima stardardni sistem pohrane publikacije, prilikom pretraživanja Weba uvijek morate pogađati gdje bi informacija mogla biti i pod kojim terminima se krije.

Osim toga ne postoji jedan sveobuhvatan alat (sinonimi su program, tražilica, mašina za pretragu) koji može izvući željenu informaciju iz Mreže, zato što ne postoji mogućnost njenog kompletnog pretraživanja. Svaka alatka za pretraživanje koja nudi tako nešto pretjeruje, pa bila ona moćna kao Google, Yahoo ili MSN, jer kad im korisnik pristupi on može istražiti samo njihov katalog i/ili indeks informacija.

No, ovaj naizgled nepregledni autoput je moguće uspješno savladati ako razvijemo sopstvenu strategiju, bez odustajanja od "surfanja" Mrežom nakon tri neuspjela pokušaja. Činjenica je da zahvaljujući Webu štedimo vrijeme i novac, a oni koji su doživjeli osobenosti birokratije i živce.

II Čime pretražujemo Web?

Od vrste informacije zavisi i alat koji koristimo. Slijedeće mašine za pretragu su najpopularnije:

- direktoriji (sinonim kataloška mašina)
- tražilice (sinonimi search engine, mašina za pretraživanje po ključnoj riječi)
- metamašine (metatražilice)
- kao i oni koji se specijaliziraju samo za jednu temu (specijalizovane tražilice/mašine).

Direktoriji

Direktoriji se često nazivaju i virtualnim bibliotekama jer prikupljaju, organizuju i opisuju linkove na razne internet resurse. Sadržaj hijerarhijski organizuju po kategorijama (Vijesti, Regija, Umjetnost, Finansije...) i po tipu izvora informacija (žurnali, instituti, patenti...).

Prednost ovog alata je što izbor izvora informacija, klasifikaciju pa čak i indeksiranje, rade ljudi a ne softweri (tzv. web roboti/pauci), što znači da su klasifikovani podaci kvalitetni. Mane direktorija su da urednici ne moraju uvijek biti svjesni postojanja nekog odličnog sajta, niti imaju vremena provjeravati uvrštene linkove i osvježavati ih.

Kada je preporučljivo koristiti direktorije? Kada tražimo generalne informacije o nekoj državi, instituciji, pojedincu, događaju, predmetu i sl i kada želimo linkove na nekoliko najrelevantnijih sajtova o našem predmetu proučavanja. Često se direktorij upoređuje sa sadržajem knjige – jer je on baš poput sadržaja koji čim otvorimo knjigu navodi glavna poglavlja. Odlični su i za pronalaženje enciklopedija i rječnika.

Nije preporučljivo koristiti direktorije kada imamo tačno određene pojmove koje želimo pronaći. Na primjer ako želimo saznati tačnu udaljenost u kilometrima između dva grada nećemo se obraćati

za pomoć direktoriju već alatima za pretraživanje po ključnoj riječi. Ali ako želimo da saznamo što više o tim gradovima, njihovoj istoriji i kulturi onda se okrećemo direktoriju.

Tražilice

Search engines ili mašine za pretraživanje po ključnoj riječi su jedan od najmoćnijih i najpopularnijih alata na internetu. Izbor šta će one indeksirati ne ovisi o ljudima, već o softverima, tzv. web robotima/paucima koji krstare Webom u potrazi za novim web stranicama. Roboti indeksiraju svaku stranu i šalju sve prikupljene informacije nazad, u glavni indeks.

Najpoznatiji predstavnici search enginea, poput Googlea, funkcionišu kao ogromne baze podataka koje sadrže milione indeksiranih web stranica. Dovoljno je da odete na njihovu početnu stranicu (tzv. homepage) i ukucate u kućicu za pretraživanje (search) željeni termin ili više njih, da biste pretražili njihov višemilionski indeks pohranjenih stranica.

Što su jedinstveniji termini koje tražimo, to će mašina za pretraživanje po ključnoj riječi dati bolje rezultate.

Kada je preporučljivo koristiti tražilice? Najbolje su za brzo nalaženje jedinstvenih informacija, fraza, citata i podataka pohranjenih u tekstovima na web stranicama. Također ih koristimo kada želimo širok raspon web stranica posvećenih našem upitu.

No, na žalost često na naš upit, ma kako jedinstven bio, dobijemo kao odgovor stotine besmislenih rezultata. Nismo mi krivi. Mašina izlista kao rezultat sve web stranice koje sadrže bilo koju od traženih riječi (ključnih termina). Da bi se izbjegao gubitak vremena potrebno je savladati osnovne komande za rad sa tražilicama (više u poglavlju Strategija korak po korak).

Trka za popularnošću i većim brojem klijenata uvjetovala je i proširenje njihovih prvobitnih usluga tako da danas sve veći broj „tražilica“ nudi i pretraživanje fotografija, vijesti, video uradaka, melodija za mobitel.

Meta tražilice

Meta tražilice imaju ogroman kapacitet ali ne i sopstveni katalog ili indeks, već umjesto nas pretražuju baze podataka drugih mašina. Posmatrano metaforički tražilica je poput jednog komada escajga s kojim možemo graciozno obaviti samo jednu radnju, a meta mašina je kao švajcarski nož – u jednom pakovanju nudi korištenju kompletnog escajga. Dovoljno je u prostor za pretragu npr. Metacrawlera (www.metacrawler.com) ukucati željeni upit da bi za samo nekoliko sekundi dobili rezultate iz više baza podataka.

Kada je preporučljivo koristiti meta mašine? One su od velike pomoći u dva slučaja: kad ne znamo tačno šta tražimo i kad nam treba šaren, obiman materijal. Vlasnici pojedinih meta tražilica tvrde da pretražuju 50 % više weba nego obične tražilice, poput Google-a. Međutim, istina je da su mnogo bolje kad nam je pretraga jednostavnija, tj kad koristimo jedan ključni termin ili frazu, a da na komplikovaniju pretragu znaju odgovoriti besmislicama. Opcije koje nude su skoro iste kao i kod svih ostalih velikih pretraživača – dakle jednostavnu i naprednu pretragu: Vijesti, Slika, Audio, Multimedija, Vijesti i Šoping.

Specijalizovane tražice

Ove mašine služe za ciljanu pretragu u uskim, specijalizovanim oblastima znanja, interesovanja ili regije. Mogu biti organizovane i kao kataloške i kao mašine za pretraživanje po ključnoj riječi, ili kao njihova kombinacija.

Kada je preporučljivo koristiti specijalizovane tražilice? Kad tačno znamo šta tražimo, iz koje oblasti i kad istražujemo dubinski određenu temu.

Glava III: Strategija pretraživanja u 5 koraka

*Ko želi nešto naučiti, naći će način;
ko ne želi, naći će izliku
Pablo Picasso*

Korak 1: definisati temu i izvor informacija

Već odavno je konstatovano da problem pravnicima nije nedostatak informacija već njihov prevelik broj koji uzrokuje tzv. “informacionu buka”. Zbog toga je izuzetno važno jasno definisati šta tražimo na Webu prije nego što se priključimo na mrežu. Potrebno je odrediti

- jednu ili više ključnih riječi (ili frazu) koje definišu temu,
- sinonime ključnog termina
- i izvore informacije.

Korak 2: pogađanje web adrese

Iako zvuči nadrealno, pogađanje web adrese (stručni naziv je ime domene) je veoma korisna strategija za uštedu vremena i novca pri internet pretraživanju. Većina institucija, organizacija i pojedinaca koji imaju svoju stranicu žele da ona bude lako pronađena i zapamćena, pa će pojednostaviti svoju web adresu. Poznata TV voditeljica Oprah svoju stranicu je nazvala www.oprah.com ili proizvođač automobila BMW naravno samo www.bmw.com.

Većina adresa ima ovaj format www.imedomene.ekstenzija. Ekstenzije su standardizovane po profilu:

.com komercijalni sajt	.gov vladin sajt
.edu obrazovni sajt	.nato sajt NATO-a
.org neprofitni sajt	.mil sajt vojske SAD
.net Internet provajder	.int Međunarodni sajt

Ili po regionalnoj pripadnosti:

.ba Bosna i Hercegovina	.de Njemačka
.us Sjedinjene Američke Države	.fr Francuska
.mk Makedonia	.hr Hrvatska

Na primjer Ujedinjene nacije su neprofitna organizacija, dakle ekstenzija je .org. Žele biti lako pronađeni, tako da će vjerovatno koristiti skraćenicu a ne puno ime. Zato bi trebalo da je njena adresa www.un.org i zapravo jeste.

Korak 3: Direktoriji (kataloške mašine)

Direktoriji su najbolji alat su kada tragamo za web sajtovima vlada, kompanija, firmi, organizacija, institucija, poznatih ličnosti.

Svi direktoriji omogućavaju **jednostavnu i naprednu pretragu** (simple i advance search).

Jednostavna pretraga

Kad otvorimo direktorij, pretražujemo njegov katalog sajtova. A ako nemamo puno vremena, u kućicu za pretraživanje ukucavamo ključni termin. Koristimo navodnike kad želimo frazu (zamislite rezultate kad bismo bez navodnika citirali **Hamleta** to be or not to be) i Bulove operatore da suzimo ili proširimo pretragu.

Bulovi operatori su: AND (I) OR (ILI) AND NOT (NE) NEAR (BLIZU)

- **AND** operator koristimo kad želimo rezultat koji sadrži **sve** zadate termine a ne samo jedan od njih (dakle sužavamo pretragu). Većina mašina ga automatski ubacuje između ključnih termina.

Primjer: Želimo naći sve stranice koje sadrže oba termina business i law (i biznis i pravo). U kućicu za pretraživanja direktorija Yahoo.com ukucamo **business AND law** i pritisnemo Enter na tastaturi ili kliknemo na Web search:

- **OR** operator služi da proširimo pretragu na dokumente koji uključuju **bilo koji od željenih pojmova**.

Primjer: Želimo pronaći sve sedmične novine ali nismo sigurni pod kojim su sve nazivima zavedene, pa onda Yahoo-u napišemo **novine OR casopisi OR nedjeljnici**.

Rezultat je oko 3 miliona stranica. Neke od njih sadrže riječ **novine**, druge **časopisi** a treće **nedjeljnici**.

- **AND NOT** omogućava **isključivanje** određenih termina. Koristimo ga kad želimo rezultate vezane samo za određeni termin, a ne i one koji se podrazumjevaju uz njega.

Primjer: želimo pronaći sve stranice o pravu, ali ne i pravnicima, pa ćemo postaviti upit **law AND NOT lawyers**. Rezultat je više od 900 miliona stranica o pravu, ali ne i pravnicima. To se ne odnosi na sponzorisanе sajtove.

- **NEAR** omogućava da nađemo dokument na kojem se traženi termini nalaze na istoj stranici. Primjer: Hoćemo pronaći stranice sa podacima o djeci prinuđenoj da rade, ali ne posebno sve stranice o djeci, pa sve stranice o radu, pa možda neku stranicu na kojoj su svi ti termini skupa. Postavićemo upit u Yahoo kućicu **child NEAR labour** i dobićemo 4,5 miliona stranica na ovu temu.

Korak 4: Tražilice

Indeks tražilica sadrži puni tekst (svaku riječ) web stranica koje je pohranio tako da je omogućena laka pretraga po ključnim riječima. Najpopularnije mašine, poput **Google.com**, omogućavaju traženje i audio i video dokumenata, mapa ulica i gradova, excell dokumenata.

Kao i direktorij, i tražilice imaju opcije Jednostavne i Napredne pretrage. Iako većina koristi iste ili slične operatore, Googleove pretrage kao i operatori su trenutno najrazvijeniji.

Jednostavna pretraga

Google je trenutno najpopularnija mašina za pretraživanje sa više 500 miliona pretraga dnevno i više od 20 milijardi stranica koje bi isprintane činile brdo više od 2500 km. Na Google.com pristupamo njegovoj Tražilici (postoje i lokalni Googleovi poput google.ba i google.hr koji će tražiti rezultate samo na bosanskom ili hrvatskom jeziku).

Da bismo profilisali pretragu, u kućicu za pretraživanje na početnoj stranici upisujemo ključne riječi uz upotrebu nekog od slijedećih jednostavnih operatora, koji funkcionišu po principu Bulove logike:

Operator – (minus): Koristimo ga kad želimo isključiti određeni termin iz naše pretrage, koji se često podrazumjeva uz našu ključnu riječ pa se pojavljuje u rezultatima. Na primjer želimo istraživati stranice posvećene terminu zakon ali ne i zakonskoj teoriji, onda ćemo upisati **zakon – teorija**. Pri ukucavanju ne odvajamo minus od termina kojeg ne želimo.

zakon -teorija	
Google Search	Im Feeling Lucky

Nakon upita i pritiska tipke Enter kao rezultat pojaviće se sve stranice sa riječju **zakon**, pa tako i ona o instruktoru plesa pod imenom **Steve Zakon-Anderson** (www.neffa.org/grid/perfs/Steve_Zakon-Anderson.html), kao i o Općem poreznom Zakonu Republike Hrvatske (www.poslovniforum.hr/zakoni/opci_porezni_zakon.asp)

Operator + (plus): služi za uključivanje termina koji je uobičajena riječ u jeziku, pa postoji opasnost da je tražilica ne nađe jer je programirana da ignoriše uobičajene riječi. Najčešće je to problem sa pretragom na engleskom jeziku. Mašina primjerice ne razaznaje kad je znak I rimski broj jedan, a kad lična zamjenica što znači JA. Ako želimo na primjer sve podatke o prvoj epizodi filmskog serijala Star Wars upisaćemo Star Wars episode +I, da bismo bili sigurni da ćemo dobiti podatke o prvoj epizodi, a ne neke rezultate koji govore o nečijem JA.

Star Wars Episode +I	
Google Search	Im Feeling Lucky

Na listi rezultata uočićemo odmah stranice i pod-stranice posvećene samo prvoj epizodi, poput www.starwars.com/episode-i.

Operator za frazu “ ” (navodnici) – kad znamo šta tačno tražimo - citat , Zakon ili stih koristićemo navodnike. Na taj način tražilicu upozoravamo da želimo rezultat na kojem željeni

termini stoje u tačno onom redu kako smo ih i napisali. Tako i u slučaju na primjer da nam zatreba srbijanski Zakon o povraćaju imovine napisaćemo puni naziv zakona između navodnika:

"zakon o povraćaju imovine"	
Google Search	I'm Feeling Lucky

Prvi od rezultata jeste set dokumenata i nacrti posvećenih ovom zakonu na stranici <http://www.liga.org.yu/Zakon.htm>.

! I am feeling lucky je kratica za pretraživanje, nešto poput brze kase u tržnom centru – ako ukucate željeni termin u jednostavnu pretragu, na primjer ICTY i kliknete na ovu opciju Google će vas odvesti samo na jednu stranicu, ona koja je najčešće tražena na tu temu. U ovom slučaju to je glavna stranica Tribunala.

Napredna pretraga – formular i operatori (Advanced Search)

Većina tražilica je preuzela Googleovu jednostavnost, preglednost i opcije naprednog pretraživanja tako da je dovoljno savladati ovu naprednu pretragu za korištenje svih ostalih. Kao i kod direktorija može se koristiti već gotov formular (Advanced Search) ili napredni operatori u kućici za pretragu.

Opcije koje nudi formular za naprednu pretragu na Google-u:

- svi termini
- tačna fraza
- rezultati koji sadrže najmanje jednu od napisanih riječi
- rezultati koji NE sadrže niti jednu od napisanih riječi
- rezultati napisani na određenom jeziku
- rezultati kreirani u određenom formatu
- rezultati osvježeni (update) u određenom vremenskom periodu
- rezultati sadrže brojeve koji su u okviru određenog raspona
- rezultati u okviru određenog domena ili website-a
- rezultati ne sadrže materijal „za odrasle“

Do ovog tipa pretraživanja dolazite tako što kliknete jednom na **„Advanced Search“** na **Google.com (tzv Google homepage)**. Nakon što kliknete na pomenuti link prikazaće vam se ova stranica:

Ovaj formular je prilično sličan Yahoo-ovom tako da kad savladate jedan, lako je nastaviti raditi i na drugom.

Operatori

Svoju pretragu možete poboljšati korištenjem operatora u okviru napredne pretrage bilo da ih sami ukucate ili da ih izaberete sa stranice za napredno pretraživanje (**Advanced search page**). Operatori kojima se možete na taj način služiti su slijedeći:

Operator ~ pretraga sinonima (Synonym Search): Ukoliko u vašu pretragu želite, osim termina koji tražite, uključiti i njegove sinonime, onda odmah ispred termina koji tražite stavite znak „~“. Pa

tako radite i kad vas interesuju činjenice o hrani, kao i sve izvedenice iz ključnih riječi činjenica i hrana:

<input type="text" value="-food -facts"/>	Google Search
---	---------------

Na ovaj način proširujete pretragu i sa pojmovima: nutrition, cooking, recipe, recipes...

Operator OR – (ILI): ukoliko želite da nađete stranice koje uključuju jedan od termina koje tražite, dodajte velikim slovima napisano OR između njih. Na primjer kad budete odlučivali gdje želite na odmor između Londona i Pariza, preporučujemo upotrebu ovog operatora. Dobićete sve stranice o odmoru u Londonu odvojeno od stranica posvećenih Parizu, poput *Beautiful Paris apartment for Paris vacation rental*.

<input type="text" value="vacation london OR paris"/>	Google Search
---	---------------

Operator Site (pretraga domena): ovaj operator omogućava da svoju pretragu ograničite na informacije sa određenog website-a, tako što ćete ukucati termin koji tražite pa iza njega riječ „site“ pa dvotačku iza koje unosite naziv domena (adresu site-a), kao što smo radili u Yahoo-u. Ako neko od vaše djece bude želio uputiti prijavu za studiranje na Stanford univerzitetu onda ćete postaviti slijedeći upit:

<input type="text" value="admission site:w w w .stanford.edu"/>	Google Search
---	---------------

Ili na primjer dobiti odgovor na pitanje koliko se na web stranici Ministarstva vanjskih poslova BiH pominje „budžet“ (budžet site:mvp.gov.ba)

Operator .. – (pretraga reda brojeva / Numrange Search): Ovaj operator omogućava da tražite rezultate koji sadrže brojeve date u određenom redu ili rasponu. Način na koji se možete služiti ovim operatorom je slijedeći: ukucate dva broja odvojena međusobno dvjema tačkama (bez razmaka!) zajedno sa terminom koji želite. Ovaj operator možete koristiti bilo da tražite raspon u datumu, težini, cijeni... Jedino što morate da specificirate je jedinica mjere ili neki drugi indikator kojim se označava šta u stvari dati broj predstavlja. Kao na primjer:

<input type="text" value="DVD player \$50..\$100"/>	Google Search
---	---------------

Na ovaj način možete potražiti i laptope (prijenosne kompjutere) u rasponu cijena od 1000 do 5000 Eura:

Specifični operatori

Osim standardnih prethodno navedenih operatora, Google vam omogućava naprednu pretragu i korištanjem dodatnih, specifičnih operatora u obliku upita (query-ja) koji su specifični za Google. Specifični operatori kojima se možete služiti na Google su slijedeći:

Cache - ovaj operator omogućava da pronađete stranice koje možda više ne postoje. Često se desi da u trenutku kad vam treba određena stranica ona ne radi. Upit **cache: adresa stranice** će prikazati verziju web stranice koju Google sadrži memorisanu u svom indeksu; jer Googleovi web roboti kad naiđu na određenu stranicu oni je „uslikaju“ i pohrane u arhiv . Veoma je bitno da ne stavljate razmak između „cache:“ i naziva web stranice, tj. URL-a. U primjeru ispod vidite cache stranice www.hrc.unsa.ba na dan 29 septembra 2006.

Možemo koristiti ovaj operator i kad imamo aktuelan rezultat ali zbog sporosti računara i konekcije, ili kvara na stranici ne možemo otvoriti željenu stranu. Tad na stranici sa rezultatima (tzv. Google's main results page) kliknete na već ponuđenu opciju „Cached“

Link - ovaj upit će vam izlistati sve web stranice koje imaju linkove za web stranicu koju ste specificirali (pogledati predhodno poglavlje). Jedan način korištenja ovog upita je da ukucate link: i web stranicu za koju tražite informacije (npr. link:www.google.com). Drugi način je da idete na stranicu [Advanced Search](#) i u okviru nje na **Page Specific Search > Links**. Veoma je bitno da kod prvog načina upotrebe ovog operatora ne stavljate razmak između „link:“ i URL-a web stranice. U primjeru ispod vidite ko sve na svojoj stranici ima link prema stranici Ujedinjenih nacija. Na stranici sa rezultatom je podatak da taj link posjeduje preko 27300 stranica.

Related - Upit related će izlistati sve web stranice slične onoj koju ste specificirali u upitu. Jedan način upotrebe ovog upita je da ukucate related: i web stranicu koju želite i to bez razmaka između to dvoje (npr. related:www.google.com). Drugi način je da na stranici sa rezultatima (Google's main results page) kliknete na opciju „Similar Pages“. Treća opcija je da idete na stranicu [Advanced Search](#) i u okviru nje na **Page Specific Search > Similar**. U primjeru ispod vidite rezultat na pretragu related:google.com jer nas zanima koje su još mašine korisne poput ove. Tako su na listi sa rezultatima vidljivi “slični” sajtovi Google-u: Yahoo, Altavista....

Info - upit info: predstavlja neke informacije koje Google posjeduje o datoj web stranici. Pristup ovom operatoru je moguć ako ukucate info: i web stranicu koju tražite bez razmaka između to dvoje (npr. info:www.google.com), a drugi način je da jednostavno ukucate URL web stranice u Google-ov pretraživač.

Define- ukoliko se služite upitom define:, dobićete kao rezultat definicije riječi koje ste ukucali. Definicija će se odnositi na čitavu frazu koju ste ukucali, tj. uključice sve riječi i to tačno po redoslijedu kojim ste ih unijeli, te sugerisati sinonime i varijacije. **Define:brand** daće vam definicije ove riječi koja je danas ušla u sve pore ljudskog stvaranja iako mnogi nisu sigurni šta ona tačno znači.

Stocks - ukoliko započnete vaš upit sa operatorom stocks:, Google će ostatak termina u upitu tretirati kao ključne simbole identifikacije i prikazaće vam stranice koje pokazuju identifikacijske informacije za date simbole. Npr. stocks: intc yhoo će vam prikazati informacije o Intelu i Yahoo-u (da bi upit bio ispravan morate ukucati identifikacijske simbole a ne naziv kompanije!). Takođe, ove informacije možete dobiti i ako ukucate samo identifikacijske simbole (npr. intc yhoo) i zatim kliknete na „Show stock quotes“ u okviru stranice sa rezulttima pretrage.

Allintitle - operator allintitle: ograničava rezultate pretrage na one koji sadrže sve tražene riječi u naslovu dokumenta. Kad bismo željeli pronaći biznis vijesti, logično je da su najbolji izvori oni koji

su posvećeni tim temama i žele da se i iz naslova stranice vidi čime se bave. Dakle potražićemo stranice koje u svom nazivu sadržavaju te dvije riječi, pa ćemo napisati `allintitle:biznis vijesti`.

Iz rezultata vidimo da na primjer sajt Eni News ima stranicu koja u svom nazivu sadrži oba tražena. Jedan od rezultata:

Intitle - ukoliko želite stranicu koja će u **naslovu dokumenta** imati jedan određen termin, a dalje u tekstu drugu riječ uključite operator `intitle:` iza kojeg ćete ukucati termine. Prvi termin do operatora će se naći u naslovu a ostali u tekstu. Ako vas zanimaju saopštenja OHR-a (ureda Visokog predstavnika u BiH) a još više ko ih prenosi, možete ukucati **`intitle:OHR saopštenja`**.

Iz dole navedenog rezultata možemo vidjeti da su Nezavisne novine objavile vijest o OHR saopštenju u dokumentu pod nazivom OHR produžio zabranu za raspolaganje državnom imovinom

Jedan od rezultata:

Allinurl – koristićemo ovaj operator kad želimo web adrese (URL) koje sadrže određene riječi. Korisna je za istraživanja na primjer ko sve ima stranicu posvećenu White Power-u (Bijeloj moći) ili određenom pravu. Ove rezultate možete dobiti i ako idete na stranicu [Advanced Search](#) i u okviru nje na **Advanced Web Search > Occurrences**.

Inurl - ukoliko koristite operator u vašem upitu onda će vam se kao rezultati pretrage pojaviti svi dokumenti koji sadrže prvu riječ u URL-u a prateću u dokumentu. Kad nas zanimaju općenito dokumenti o presudama u Makedoniji zatražićemo od Google-a:

Korak 5: Meta i specijalne mašine za pretraživanje

Meta - mašine

Kod meta-mašina (pretraživača) ukucavamo ključne riječi u jedan prozor za pretraživanje da bi ona simultano pretražila baze podataka drugih tražilica za nas. Meta-pretraživači ne posjeduju sopstvenu bazu podataka.

Među najpoznatijima su Yippy (www.yippy.com), Dogpile (www.dogpile.com), Kartoo (www.kartoo.com) i Metacrawler (www.metacrawler.com). Prednost im je što traže više nego obični pretraživači i/ili direktoriji predmeta odjednom i zatim kompiliraju rezultate na odgovarajući način, ponekad usklađujući sve rezultate u jedinstven format i listu. Neki nude dodatne olakšice kao npr. mogućnost rafinirane pretrage, označava koji su pretraživači ili direktoriji korišteni, vrijeme provedeno na svakom itd. Neke od njih morate download-ovati i instalirati na vašem kompjuteru, gdje većina radi kao tzv. server-side aplikacije.

Nudi jednostavnu i naprednu pretragu s tim što su njihove mogućnosti mnogo manje od tražilica ili direktorija, pa tako i broj operatora s kojima se naša potraga sužava ili proširuje. Snaga meta-pretraživača je u količini rezultata i broju izvora. Operatori koje koriste su većinom oni koje ste savladali sa Googleom. Potražite Help stranicu ili Search Preferences za detalje.