

META

[الأساسيات] [الألوان] [الخطوط] [الفقرات والقوائم] [الصور والرسومات] [الوصلات التشعبية]
[الجدول ١] [الجدول ٢] [الإطارات ١] [الإطارات ٢] [الإطارات ٣] [وسوم من هنا وهناك]
[الخرائط الصورية] [النماذج ١] [النماذج ٢] [الوسوم الخاصة] [الويب واللغة العربية] [وسوم Meta]

أهلاً وسهلاً بك إلى الدرس الثامن عشر من دروس HTML...

من المحتمل أن يكون عنوان هذا الدرس غريباً بعض الشيء بالنسبة لك. وأنه قد أثار لديك بعض التساؤلات عن فحوى هذه الوسوم وعن الهدف من هذا الدرس بشكل عام... ولكي لا تطول تساؤلاتك دعني أوضحها لك كما يلي:-

لقد تابعنا معاً من خلال الدروس السابقة مفردات لغة HTML خطوة بخطوة. ومن المحتمل أنك قمت بتطبيق هذه الدروس بصورة عملية من خلال صفحات وهمية قمت أنت بإنشائها. (حسناً فعلت!!! - لأنه من الصعب استيعاب أي موضوع جديد دون القيام بالتطبيق العملي له، وخصوصاً في مجال الكمبيوتر عموماً ولغاته بشكل خاص). والآن أنت تعتقد أنه حان الوقت للعمل الجدي، ف لديك فكرة لموضوع ما، وتريد طرحها على الإنترنت. وأنت تفكر بإنشاء موقعك الخاص لتعرض هذا الموضوع من خلاله. وتؤمن أن هذه الدروس التي تتابعها في هذا الموقع قد كوّنت لديك المعرفة الكافية للقيام بتصميم موقعك بنفسك (كما أتمنى)... وبذلك تجد نفسك جاهزاً للانطلاق في رحاب الإنترنت ولتقول بكل فخر: "لدي موقع على الإنترنت". لكنك أيضاً قد تتوقف لتفكر للحظات... فأنت تعرف والجميع يعرف أنه يوجد في الإنترنت حالياً الملايين من المواقع! وربما تتساءل: كيف لي أن أنشئ موقعي في هذا الخضم الهائل من المواقع؟! وكيف للناس أن يجدوا طريقهم إلى هذه الزاوية الصغيرة التي أنشأتها في هذا الكيان اللامحدود؟ وإذا كنت من النوع المتشائم فربما ستراجع عن هذه الفكرة (فكرة الموقع) قبل أن تبدأها... حسناً، لا أريدك أن تشعر بالإحباط. فالتطوع لو أن كل واحد مثلاً يفكر بالجدوى من إنشاء موقع إنترنت خاص به بهذه الطريقة لما وجدت كل هذه المواقع ولما تكونت الإنترنت أصلاً، أليس كذلك؟

في بدايات الإنترنت، كانت هناك عبارة دارجة تقول

Build it, and they will come

أي أنشئ موقعك، وسوف يأتون إليك. ولا أعرف إلى أي مدى كان صدق هذه العبارة في تلك الأيام. فأنا لا أستطيع تخيل أي موقع على الويب تهلّ إليه جحافل الزوار بمجرد افتتاحه مهما كانت طبيعة هذا الموقع أو موضوعه أو التقنيات المستخدمة فيه. لكن ما أعرفه حالياً أن تسويق الموقع في مناهات الويب يعد من أهم وأصعب المهمات التي تواجه أصحابه. بل وربما أصعب من عملية إنشاء الموقع نفسها.

السؤال الآن ... ما هي الطريقة المثلى للوصول إلى شيء ما عندما تحتاجه في الإنترنت؟ والجواب بديهي، إنها محركات البحث. لذلك لا نبالغ إذا قلنا أن الموقع الذي يدرج في محركات البحث وبالذات في الصفحات الأولى منها وفي أعلى مستويات هذه الصفحات هو موقع ناجح يستطيع أن يضمن وصول أكبر عدد من الزوار إليه.

إن محركات البحث هي الخطوة الأولى

لكن كيف نصل أصلاً إلى محركات البحث هذه؟ (وأعني هنا كيف نتوصل إلى إدراج موقعنا في قوائم هذه المحركات؟) وهو ما سنحاول الإجابة عليه في هذا الدرس.

حسناً... قد تقول: نحن هنا نناقش لغة HTML فما دخل محركات البحث بهذا الموضوع؟ بالطبع فإن الهدف من هذا الدرس هو إكمال ما بدأناه في الدروس السابقة حول لغة HTML أي أننا سوف نناقش وسوماً جديدة لهذه اللغة. لكن بما أن هذه الوسوم تتعلق بمحركات البحث. فقد وجدت أنه من المحتم توضيح العديد من النقاط حول هذه المحركات. وعلى أية حال فالمزيد من المعرفة لن يضر أحداً. إذن فما ستجده هنا في هذا الدرس لن يكون فقط وسوم HTML بل أيضاً بعض المعلومات والأفكار حول محركات البحث، ولن يعيننا هنا كيفية استخدامها للبحث بل ما سيعيننا هو كيفية إدراج المواقع ضمنها... أي أنك لن تكون هنا باحثاً عن المعلومة، بل ستكون ناشراً لها. وأتمنى أن تكون هذه الأفكار عوناً لك على ذلك.

كيف لك أن تجعل الناس يأتون إلى موقعك، وأن يجدوا طريقهم إليه بسهولة ويسر؟ وبشكل أعم... كيف تستطيع أن تسوّق موقعك؟؟؟
هذا هو السؤال

هنا لن أتكلم معك في أمور بديهية وأقول لك إن الفكرة الموجودة في موقعك والموضوع المطروح فيه لهما أثر واضح في جذب الزوار إليه. ولن أقول لك بأن طريقة تنظيمه وتنسيقه تسهل عليهم التحول فيه، وبالتالي لن يجدوا صعوبة في إيجاد ما يبحثون عنه. كذلك لن أذكرك بأن التجديد المستمر لمحتوياته يجعل زوارك يحرصون على العودة مرة بعد مرة... طبعاً لن أقول لك كل ذلك!!!!

لا أعرف مدى استخدامك لمحركات البحث للوصول إلى ما تريده في الإنترنت! ولا أعرف أيضاً إن كان استخدامها قد أثار لديك بعض التساؤلات! على سبيل المثال:

- ما الفرق بين Yahoo و Altavista؟
- ما السبب في تباين النتائج التي تظهر من موقع لآخر من حيث العدد والمحتوى؟
- لماذا يوجد وصلات تشعبية لا تعمل في بعض المحركات أكثر من غيرها؟

عند الحديث عن مواقع البحث في الإنترنت، من الضروري أن نميز بين محركات البحث من جهة والفهارس (أو أدلة البحث) من جهة أخرى، وذلك من حيث المفهوم والخصائص وأسلوب العمل.

محركات البحث Search Engines

يعتبر محرك Altavista من أوضح الأمثلة على محركات البحث. وهي تسمى أيضاً بالزواحف Crawlers أو العناكب Spiders ومردّ هذه التسميات إلى الطريقة التي يتبعها المحرك لإيجاد المواقع وتصنيفها حيث تقوم الروبوتات الخاصة به (برامج خاصة بالبحث وتتميز بالذكاء... الإصطناعي طبعاً) بالزحف في الإنترنت بحثاً عن المواقع الجديدة وعندما تجد أحدها تقوم بفهرسة وتصنيف كل كلمة من الكلمات الموجودة في صفحات هذا الموقع ضمن قاعدة البيانات الهائلة الخاصة بالمحرك، حيث تستخدم هذه البيانات لتكوّن نتائج البحث التي يطرحها زوار المحرك فيما بعد. وتقوم الروبوتات أيضاً من حين لآخر بإعادة زيارة المواقع السابقة بعد مدة قد تطول أو تقصر (أسبوع أو شهر) تبعاً لطبيعة المواقع نفسها وعدد الزوار اليوميين وكبر الحجم وذلك بهدف تحديث المعلومات عن هذه المواقع وإعادة تصنيف أي إضافات أو إلغاءات طرأت عليها. وكل ذلك يجري بصورة أوتوماتيكية من خلال هذه الروبوتات. ونستطيع القول أن التصنيفات الموجودة في مثل هذه المحركات تكون إلى حد ما حديثة.

الفهارس أو أدلة البحث Directories

ولعل من أبرز الأمثلة عليها هو الفهرس Yahoo وفي هذا النوع من طرق البحث يتم تصنيف المواقع ضمن قوائم متدرجة ومتشعبة عن بعضها البعض بحيث يبدأ بالمفتاح الأساسي العام ثم يتدرج إلى الأكثر تحديداً وهكذا. ويقوم بعملية التصنيف هذه طاقم يعمل خصيصاً في البحث عن المواقع. (أي طاقم بشري، وذلك على خلاف المحركات) كما يعتمد على المعلومات التي يقوم أصحاب المواقع بإرسالها إلى الفهرس عندما يقومون بتحميل المعلومات الخاصة بموقعهم إليه. لذلك نجد أن كمية المعلومات المصنفة في الأدلة أقل منها في محركات البحث وأحياناً أقل حداثة.

ولكي أوضح لك الفرق بين كلا الموقعين إليك المثال العملي التالي:

عندما قمت بالبحث عن المواقع الخاصة بمدينة نابلس باستخدام Yahoo كانت نتيجة البحث ثلاثة مواقع فقط، وكانت إحدى النتائج كما يلي:

Regional: Regions: Middle East: Countries and Regions: Palestinian
Authority: Cities and Regions: Nablus

وكما ترى فإن تسلسل البحث انتقل من Regional إلى Middle East وهكذا نزولاً إلى أن وصل إلى نابلس

أما باستخدام Altavista فكانت النتيجة حوالي ٤٢١٨ موقع، حيث تمّ سرد المواقع تبعاً ودون أي تصنيف أو ترتيب محدد. والحقيقة أن هناك صفحات في نفس الموقع تكرر ظهورها ضمن نتائج البحث، والسبب في ذلك فقط لأن كلمة نابلس تكررت في كل صفحة من صفحات الموقع.

وطبعاً كما تلاحظ فإن هناك فرقاً شاسعاً بين النتائج التي تم الحصول عليها ومردّه كما أسلفت إلى طريقة العمل والتصنيف المتبعة في كل من المحركين.

والآن لنبدأ حديثاً عن وسوم META فما هي هذه الوسوم؟؟؟
باختصار شديد، هي وسوم تدرج ضمن صفحات الويب، وبالتحديد في أعلاها
<HEAD> ... </HEAD> وتستخدم لوصف الصفحة أو الموقع
بشكل عام، من حيث المحتويات والكلمات الرئيسية أو المفتاحية والمؤلف وغيرها
من المعلومات التي قد نعتبرها توثيقية. كما أنها تفيد في عملية التصنيف التي
تجرى من قبل محركات البحث. (ولاحظ أنني قلت محركات البحث ولم أقل أدلة
البحث) فالحقيقة أن محركات البحث مثل Altavista, Hotbot, Infoseek هي
التي تستفيد فقط من هذه الوسوم وتلجأ إليها في عملية تصنيف الموقع ولا تستفيد
منها الأدلة. أي أن Yahoo لا يتعامل معها أبداً. ومع ذلك فإن نشرك لصفحاتك
على الإنترنت دون وضع هذه الوسوم ضمنها يعتبر إغفالاً لجانب مهم من جوانب
إنشاء المواقع على الويب. **ولكن ...** (عادة عندما تظهر "لكن" في منتصف
الحديث، فإن هناك أخباراً غير سارة في الطريق) لا تعتبر هذه الوسوم حلاً سحرياً
لمسألة محركات البحث، صحيح أنها تزيد من احتمالات إدراج موقعك في هذه
المحركات، وأنها تساعد المحركات على تصنيف صفحاتك بالطريقة التي تراها
أنت مناسبة. لكن سيبقى أمامك خطوات أخرى لإكمال هذه المهمة.

لقد حان الوقت للتكلم بلغة HTML... وأبدأ بالقول إن الوسم <META> هو وسم
مفرد. وهو يأخذ الخصائص التالية:

HTTP-EQUIV

تعتبر هذه الخاصية مكافئة للوسم <HEAD> الذي يعرف الصفحة ككل.
(والحقيقة أن اسمها يدل على ذلك) وبدون الدخول في تفاصيل جانبية، نستطيع أن
نقول أنها تحدد خصائص الصفحة ككل.

وإذا كانت لديك ذاكرة قوية فسوف تدرك أننا قمنا بالفعل باستخدام هذه الوسوم
مسبقاً!! وكان ذلك في [الدرس السابق](#) عندما حددنا صفحة الترميز العربية التي
سيتم عرض الصفحة من خلالها وكان ذلك بالشكل التالي:

```
<META HTTP-EQUIV="Content-Type" CONTENT="text/html;  
charset=windows-1256">
```

NAME

نقوم من خلال هذه الخاصية بتحديد اسم (أو لنقل عنوان) وحدة البيانات التي نريد
تعيين قيمها

CONTENT

تحدد المحتويات أو البيانات التي نريد إسنادها للخاصيتين السابقتين

في واقع الأمر فإن لهذه الخصائص الكثير من القيم. لكنها بكل بساطة لا تعيننا في
شيء، فمعظم هذه القيم توصف بأنها Server Side أي يتم التعامل معها على

مستوى المزود وليس على مستوى جهاز المستخدم Client Side ولا تهم مصممي صفحات بسطاء مثلنا. وما يعيننا بالدرجة الأولى هي القيم التالية:

- مع الخاصية HTTP-EQUIV... القيمة Content-Type والتي تعني نوعية المحتويات. وأذكر مرة أخرى أننا تعاملنا معها مسبقاً... ثم باستخدام الخاصية Content قمنا بتحديد طبيعة هذه المحتويات على أنها text/html أي نصوص لغة HTML وأن صفحة ترميزها هي Windows-1256... ولن نحتاج أكثر من ذلك مع هذه الخاصية.
- مع الخاصية NAME... نستخدم
○ القيمة keywords لتحديد الكلمات المفتاحية للصفحة.

```
<META NAME="keywords" ... >
```

ثم نستخدم الخاصية Content لتحديد هذه الكلمات. وعلى سبيل المثال إليك الشيفرة التالية التي أستخدمها في صفحات هذا الموقع

```
<META NAME="keywords"CONTENT="html,webpage  
design,psp,paint shop pro,arabic site">
```

ولا ضرر في تكرار بعض أو كل الكلمات المفتاحية لثلاث أو أربع مرات للتأكيد عليها

```
<META  
NAME="keywords"CONTENT="html,html,html,html,webpage  
design,psp,paint shop pro,arabic site">
```

- القيمة description لتوصيف الصفحة، وذلك بعبارات قصيرة تلخص محتويات الصفحة والهدف منها.

```
<META NAME="description" CONTENT="Html and Paint  
Shop Pro tutorials in Arabic,learning web page design in  
Arabic">
```

- القيمة author لتوثيق اسم المؤلف أو صاحب الموقع

```
<META NAME="author" CONTENT="Abu Al-Abed">
```

- القيمة copyright لسرد حقوق النشر الخاصة بالصفحة

```
<META NAME="copyright" CONTENT="....">
```

هذه هي وسوم META التي تهمننا. وسوف أقوم الآن بإجمالها لك في شيفرة واحدة مع باقي الوسوم في ترويسة الصفحة بحيث يمكنك قصها ولصقها في كل صفحة من صفحاتك. وعليك طبعا كتابة القيم والبيانات التي تريدها فيما بعد حسب عنوان صفحتك والكلمات المفتاحية والوصف الذي تريده (لا تتوقع مني أن أقوم أيضاً

بكتابه هذه القيم لك). كذلك لا تنس تحديد صفحة الترميز إن كانت مختلفة أو حذف
الوسم الخاص بها إن كانت صفحتك باللغة الإنجليزية.

```
<HEAD>
<TITLE> ... </TITLE>
<META HTTP-EQUIV="Content-Type" CONTENT="text/html;
charset=windows-1256">
<META NAME="keywords" CONTENT=" ... ">
<META NAME="description" CONTENT=" ... ">
<META NAME="author" CONTENT=" ... ">
<META NAME="copyright" CONTENT=" ... ">
</HEAD>
```

هل هذا يكفي؟ وأعني هل تكفي هذه الوسوم لتكون من الأوائل دائماً على صفحات
محركات البحث؟ كما أسلفت هناك دائماً جهود إضافية يجب عليك بذلها. وهذه
المرّة عليك التوجه إلى هذه المحركات والبحث عن الوصلات التشعبية الخاصة
بإضافة المواقع الجديدة. في [Altavista](#) ستجد أنها تسمى [Add Page](#). وفي
[Infoseek](#) و [Excite](#) و [HotBot](#) ستجدها [URL Add](#) أما في [Yahoo](#) فهي
[How To Suggest a Site?](#) كذلك ستجد مثل هذه الوصلات في المواقع العربية
وعادة تعرف بـ **أضف موقعك**.

على أية حال قم بالنقر عليها لكي تقودك إلى نموذج بسيط عليك ملؤه ببعض
المعلومات عن موقعك (لا تخف فإن طريقة التعامل مع هذه النماذج هي أبسط مما
تتصور). لكن لا تتوقع أن ترى موقعك وقد تمت إضافته في الدقائق التالية لهذه
العملية، فهذا يحتاج في معظم الأحوال إلى عدة أيام.

أعرف أنك ستقول عن هذه العملية بأنها صعبة وشاقة... لذلك سوف أدلك على
طريقة أسهل وأسرع بكثير. هناك برامج خاصة لإدراج المعلومات عن المواقع
والصفحات بحيث تقوم بملء نموذج خاص لمرة واحدة فقط بكل ما تريده من
معلومات ثم يقوم هذا البرنامج بإرسالها إلى المئات من محركات وأدلة البحث...
هكذا ببساطة وبدقائق معدودة. ومن هذه البرامج برنامج [AddWeb](#) وبرنامج
[Submission Wizard](#) لكن من المؤسف أن النسخ المشتركة لهذه البرامج أو
مثيلاتها، تكون محدودة الفعالية أي تتعامل مع عدد محدود من المحركات والأدلة
وليس كلها إلا إذا قمت بشراء هذه البرامج... لكن لا بأس من تجربتها على
الإطلاق.

وأخيراً ما رأيك بإرسال عنوان موقعك إليّ وسوف أقوم بكل سرور بإضافته إلى
صفحة الوصلات التشعبية الخاصة بهذا الموقع.

<input type="text"/>	اسم الموقع
<input type="text"/>	العنوان

أرسل

نكون الآن قد وصلنا إلى نهاية هذا الدرس، مع أصدق تمنياتي بأن يكون موقعك دائما على الصفحة الأولى لمحركات البحث.