



سال اول، شماره ۲ (زمستان ۱۳۸۲)

اطلاع‌شناسی

FORNITOLGY

چکیده

افزایش تعداد و حجم صفحات شبکه جهان گستر وب و ناتوانی ابزارهای کاوش این شبکه، کاوش و دسترسی به اطلاعات مناسب را به امری پرهزینه و زمان‌بر تبدیل کرده است. در این میان، راهکارهایی برای غلبه بر این مشکل ارائه شده است که می‌توان به استفاده از ابرنشانه‌های زبان نشانه‌گذاری فرامتن در رمز منبع صفحات وب اشاره کرد. ابرنشانه‌ها برچسب‌های مخفی یا نامرئی زبان نشانه‌گذاری فرامتن هستند که به صاحبان و پدیدآورندگان سایت وب این امکان را می‌دهند تا چگونگی نمایه شدن صفحات وب خود را کنترل نمایند. مقاله حاضر بر آن است تا ۲۲ نوع از مهم‌ترین انواع ابرنشانه‌ها مانند: حق مؤلف، برچسب طرح زیربنایی گزینش محتوای اینترنت، درجه بندی، آدمک مصنوعی، تولیدکننده، توزیع، رده بندی، زبان، بازبینی، پاسخ به، و پدیدآور را معرفی کند.

کلیدواژه‌ها: ابرنشانه، زبان نشانه‌گذاری، فرامتن.

مروری بر انواع ابرنشانه‌های زبان نشانه‌گذاری فرامتن

داریوش علیمحمدی



پروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مروری بر انواع آبرنشان‌های زبان‌نشان‌گذاری فرامتن

داریوش علیمحمدی^۱

مقدمه

با حرکت روبه رشد و خیره‌کننده شبکه جهان‌گستر وب، افزایش روزافزون و هدایت‌ناپذیر کمیت و کیفیت منابع اطلاعاتی، نقایص غیر قابل انکار موتورهای کاوش در نمایه‌سازی و جست و جوی اطلاعات که به دسترس‌ناپذیر شدن بخش مهمی از منابع رقومی انجامیده است، و رشد تصاعدی توقعات کاربران نهایی از این محیط نامنتظم، چالش‌های فراوانی فراروی متخصصان و حرقه‌مندان کتابداری، سندپردازی، و اطلاع‌رسانی قرار گرفته است.

این موضوع چند سالی است که محور مهم‌ترین و پرمخاطب‌ترین بحث‌های جاری میان اطلاع‌رسانان شده است. تا امروز تلاش‌های فراوانی به منظور کنترل بهینه و کاربرپسند جریان سیل‌آسای اطلاعات رقومی صورت گرفته است. نیم‌نگاهی به منابع موجود حوزه‌هایی نظیر علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی، علوم و مهندسی رایانه، و رسانه‌های ارتباط جمعی مؤید این حقیقت است. در این راستا، بهره‌گیری از آبرنشان‌های زبان‌نشان‌گذاری فرامتن^۲ به عنوان یکی از شیوه‌های نمایه‌سازی اطلاعات درون خطی مدتی است که مورد توجه متخصصان امر قرار گرفته است. آبرنشان‌ها، برچسب‌های

۱. کارشناس ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی

2. HTML Meta-tags

مخفی یا ناموده^۱ زبان نشانه‌گذاری فرامتن هستند که به صاحبان و پدیدآوران وب سایت‌ها این امکان را می‌دهند تا چگونگی نمایه شدن صفحات وب خود را کنترل کنند. در این مقاله تلاش می‌شود تا بعضی از مهم‌ترین انواع ابرنشانه‌ها به تفصیل مورد بررسی قرار گیرد.

انواع ابرنشانه

هر سند زبان نشانه‌گذاری فرامتن از سه بخش تشکیل شده است:

۱. خطی مشتمل بر اطلاعات نسخه^۲ زبان نشانه‌گذاری فرامتن؛

۲. بخش سر اعلانی که ابرنشانه‌ها در آن جایدهی می‌شوند؛

۳. بدنه که مشتمل است بر محتوای اصلی مدرک (گلوبال^۱، ۲۰۰۳).

تعداد بسیار زیادی ابرنشانه در زبان نشانه‌گذاری فرامتن به کار می‌رود که برخی آنها را بیش از ۵۰ (کویی^۲، ۲۰۰۰) و برخی دیگر بالغ بر ۱۲۳ مورد می‌دانند (لاورنس و گیلز^۳، ۱۹۹۹). این امر حاکی از فقدان استانداردسازی در کاربرد ابرنشانه‌هاست. با این حال، مهم‌ترین ابرنشانه‌ها برای نمایه‌سازی موتورهای کاوش ابرنشانه‌های کلیدواژه و توصیف هستند. در واقع، اغلب موتورهای کاوش اینترنت که در حال حاضر از ابرنشانه‌ها پشتیبانی می‌کنند، تنها این دو ابرنشانه را می‌شناسند (هنشاو^۴، ۱۹۹۹).

ابرنشانه‌ها دارای سه نماد هستند که عبارت است از: نام، محتوا، و قرینه مقاله نامه انتقال فرامتن (ترنر و برک‌بیل^۵، ۱۹۹۸). ابرنشانه‌ها همیشه اطلاعات را به صورت زوج نام / ارزش ارائه می‌دهند. نمادهای نام و قرینه مقاله نامه انتقال فرامتن اطلاعات بخش "نام" را فراهم می‌کند و نماد محتوا اطلاعات بخش "ارزش" را آماده می‌سازد. نماد محتوا همیشه در ابرنشانه‌های تشکیل یافته خواهد شد. این نماد اطلاعات بخش ارزش را در زوج نام / ارزش فراهم می‌سازد. محتوا می‌تواند رشته‌ای از واژه‌ها باشد که داخل علامت گیومه قرار می‌گیرند. نماد نام بخش نام زوج "نام / ارزش" است (کیرنین^۶، ۲۰۰۲). متغیر نام در ابرنشانه‌ها عموماً به منظور نمایه‌سازی و فهرست نویسی محتوای وب سایت به کار گرفته می‌شود (برمسر^۷، ۱۹۹۷). نماد قرینه مقاله نامه انتقال فرامتن نیز نام دیگری برای زوج نام / ارزش است (کیرنین، ۲۰۰۲). ابرنشانه‌های قرینه مقاله نامه انتقال فرامتن نظیر سرآیندهای مقاله نامه انتقال فرامتن هستند. برای شناخت سرآیندها باید نسبت به آنچه هنگام استفاده از مرورگر وب به منظور درخواست یک سند زبان

1. Global
2. Coopee
3. Lawrence and Giles
4. Henshaw
5. Turner and Brackbill
6. Kyrnin
7. Bremser

نشانه‌گذاری فرامتن از یک خدمتگر وب اتفاق می‌افتد آگاه بود.

هنگامی که خدمتگر وب اطمینان حاصل کرد که صفحه درخواست شده واقعاً وجود خارجی دارد، پاسخی در قالب مقاوله نامه انتقال فرامتن تولید می‌کند. نخستین داده‌های موجود در پاسخ "بلوک سرآیند مقاوله نامه انتقال فرامتن" نامیده می‌شوند. سرآیند، اطلاعاتی را در اختیار مرورگر وب قرار می‌دهد که ممکن است برای نمایش سند درخواستی مناسب واقع شود. دقیقاً همانند سرآیندهای معمول، ابرنشانه‌های قرینه مقاوله نامه انتقال فرامتن به طور معمول فعالیت‌های مرورگر وب را کنترل یا هدایت می‌کنند و به منظور اصلاح هر چه بیشتر اطلاعاتی که توسط سرآیندها فراهم شده، به کار برده می‌شود. این ابرنشانه‌ها به این دلیل طراحی می‌شوند، که همانند سرآیندهای معمول، مرورگر وب را تحت تأثیر قرار دهند. برخی مرورگرهای وب ممکن است به طور خودکار ابرنشانه‌های قرینه مقاوله نامه انتقال فرامتن را به سرآیندها تبدیل نمایند، به گونه‌ای که مرورگر وب کاربر آنها را به مثابه سرآیندها تلقی کند (کلارک^۱، ۱۹۹۸).

آنچه در پی می‌آید فهرستی از ابرنشانه‌های اساسی است. این فهرست کاربرد برجسب در یک وب سایت را توصیف می‌کند. برجسب‌ها یا نشانه‌ها در سه سطح ظاهر می‌شوند:

برجسب‌های سطح سایت - برجسب‌هایی هستند که عموماً روی همه صفحات سایت به کار می‌روند. برجسب‌های سطح صفحه، عموماً، روی هر صفحه متفاوت هستند، برجسب‌های دو منظوره در هر دو سطح کاربرد دارند.

همان‌گونه که اشاره شد، برجسب‌های سطح سایت برجسب‌هایی هستند که عموماً روی همه صفحات سایت وب به کار برده می‌شوند. این برجسب‌ها کنترل می‌کنند که موتور کاوش چگونه سایت را بررسی خواهد کرد، آیا صفحات نمایه‌سازی شده‌اند یا خیر، و خصیصه‌های رده‌بندی و توزیع را نیز تعریف می‌کنند.

حق مؤلف

ابرنشانه حق مؤلف جایگزین نماد حق مؤلف است که به طور معمول در متون چاپی ظاهر می‌شود. به واسطه تخصیص برجسب حق مؤلف، از مالکیت معنوی فرآورده رقمی، یعنی صفحه وب، محافظت می‌شود (هیاتاوا^۲، ۲۰۰۰).

<Meta name = "copyright" Content = "2003, University of Tehran">

برچسب طرح زیربنایی گزینش محتوای اینترنت

کنسرسیوم وب جهان‌گستر برای توسعه استاندارد برچسب‌گذاری محتوای درون خطی شبکه از مدت‌ها پیش فعالیت داشته و این استاندارد به طرح زیربنایی گزینش محتوای اینترنت تبدیل شده است (کلارک، ۱۹۹۸). طرح زیربنایی گزینش محتوای اینترنت در ابتدا برای یاری دادن والدین و آموزگاران در کنترل آنچه کودکان می‌توانند بدان دسترسی داشته باشند طراحی شد (گلوبال، ۲۰۰۳). براساس این استاندارد، هر صفحه‌ای که دارای نشانی مکان‌یاب یکسان منابع باشد، می‌تواند برچسب‌گذاری شود. برچسب‌ها یا نشانه‌ها را می‌توان از دو طریق به صفحات وب الصاق کرد. روش اول استفاده از خدمات مؤسسه نالٹی است که وب‌سایت را ارزیابی می‌کند. در این صورت برچسب‌ها در دفتر برچسب‌گذاری این مؤسسه ذخیره می‌شوند. این دفتر در کنار خدمتگر مؤسسه برچسب‌گذاری واقع شده است. روش دوم، عبارت است از تماس گرفتن میزبان وب‌سایت با مؤسسه خدمات ارزیابی. بر این اساس، ابتدا باید فرم کاملی را با استفاده از اطلاعات ابرنشانه‌های زبان نشانه‌گذاری فرامتن که توسط مؤسسه خدمات ارزیابی ارائه می‌شود تکمیل کرد.

اگر چه برچسب طرح زیربنایی گزینش محتوای اینترنت به مثابه برچسب ارزیابی طراحی شده است، لیکن می‌توان از آن بهره‌های دیگری نیز برد؛ از جمله تخصیص رمز، تعیین حریم شخصی و مدیریت حقوق مالکیت معنوی، و طرح زیربنایی گزینش محتوای اینترنت از برچسب‌های عام و خاص. برچسب‌های عام برای اسنادی به‌کار می‌روند که نشانی مکان‌یاب یکسان منابع آنها با مجموعه خاصی از نویسه‌ها آغاز می‌شود، در حالی که برچسب‌های خاص فقط برای فایل مشخصی به‌کار می‌رود (کلارک، ۱۹۹۸).

```
<Meta http-equiv = "PICS-Label"
```

```
Content = '(PICS-1.1 "http://www.webopedia.com/definition/htm." 1r (so))>
```

درجه‌بندی

این ابرنشانه طرح ساده‌ای برای درجه‌بندی سایت است (هیواواتا، ۲۰۰۰).

```
<Meta name = "rating" Content = "safe for kids">
```

آدمک مصنوعی

شاید برخی افراد نخواهند که صفحات آنها توسط عنکبوت‌های موتورهای کاوش

نمایه شود. در این صورت، می‌توان از ابرنشانه آدامک مصنوعی یاری جست. حالت پیش فرض برای ابرنشانه آدامک مصنوعی "همه" است. بدین ترتیب، همه صفحات نمایه می‌شوند. "هیچکدام" حالتی است که از طریق آن به عنکبوت گفته می‌شود که هیچ‌یک از اسناد زبان نشانه‌گذاری فرامتن نباید نمایه شود. "نمایه کن" نشان می‌دهد که این صفحه باید نمایه شود و "دنبال کن" یعنی عنکبوت برای پی‌گیری پیوندهای فرامتنی این صفحه آزاد است. عکس این مطلب در باب "نمایه نکن" و "دنبال نکن" صادق است. زمانی که از گزینه "نمایه نکن" استفاده می‌کنیم به عنکبوت می‌گوییم که صفحه جاری نباید نمایه‌سازی شود. اما این امکان را به او می‌دهیم که پیوندها را دنبال کند. در نقطه مقابل، اگر از گزینه "دنبال نکن" استفاده شود امکان پی‌گیری پیوندها از عنکبوت سلب شده و فقط اجازه داده می‌شود که صفحه جاری نمایه شود (کلارک، ۱۹۹۸). باید توجه داشت که ابرنشانه آدامک مصنوعی مزیت عمده‌ای نسبت به فایل‌های robots.txt دارد؛ زیرا مستقیماً در صفحات نوشته شده توسط زبان نشانه‌گذاری فرامتن وارد می‌شوند (درات^۱، ۲۰۰۲). اما، از آنجا که همه خزنده‌ها ابرنشانه آدامک مصنوعی را درک نمی‌کنند بهتر است فایل robots.txt به همراه فایل‌هایی که باید از فرایند نمایه‌سازی مستثنی شوند به راهنمای ریشه خدمتگر وب افزوده شود.

User-agent: *

Disallow: /don't-index me.html

Disallow: /hidden-dir/

/don't-index me.html

/hidden-dir/

را نمایه نخواهد کرد (کیرسانوف^۲، ۱۹۹۷).

<Meta name="robots" Content="all:none/index/noindex/follow/nofollow">

تولیدکننده

این عنصر معرّف برنامه‌ای است که تولید سند (بی‌لاین^۳، ۲۰۰۲) و آخرین روزآمدسازی محتوای وب سایت به وسیله آن انجام شده است (هیواواتا، ۲۰۰۰). در

بخش محتوا اغلب نام و پرايشگر زبان نشانه گذاري فرامتن به كار گرفته مي شود (بي لاین، ۲۰۰۲).

<Meta name = "generator" Content = "Some program">

توزيع

اين ابرنشانه دامنه توزيع سند را روشن مي سازد. از اين ابرنشانه مي توان به منظور كنترل محتوا استفاده كرد و بخشي از نسخه ۱/۱ مقاله نامه انتقال فرامتن است (هياواتا، ۲۰۰۰). محتواي اين ابرنشانه جهاني، يا محلي، يا براي استفاده داخلي است (بردلي، ۲۰۰۲).

<Meta name = "distribution" Content = "global, local, internal use">

رده بندي

اين ابرنشانه رده وب سايت را تعريف مي كند و مي تواند توسط برخي ابزارهاي كاوش براي تعيين محل وب سايت در مقوله اي مناسب به كار رود.

<Meta name = "classification" Content = "web indexing">

زبان

اين ابرنشانه زبان محتواي وب سايت را تعيين مي كند.

<Meta name = "language" Content = "Persian">

بازيني

اين ابرنشانه به منظور آگاهي دادن به خزنده وب در باب زمان بازيني و روزآمدسازي وب سايت به كار مي رود.

<Meta name = "revisit" Content = "30 days">

پاسخ به

از اين ابرنشانه براي معرفي فردي كه كاربر مي تواند پيامهايش را براي او ارسال كند استفاده مي شود.

<Meta http-equiv = "reply-to" Content = "Darush55@yahoo.com">

پدیدآور

این ابرنشانه آن شخصیت حقیقی یا حقوقی را که مسئولیت پدیدآوردن صفحه را می‌پذیرد معرفی می‌کند (هیواتا، ۲۰۰۰).

<Meta name = "author" Content = "Dariush Alimohammadi">

کلیدواژه‌ها

ابرنشانه کلیدواژه‌ها برای موتورکاووش روشن می‌سازد که این وب سایت باید دقیقاً تحت چه کلیدواژه‌هایی کاوش پذیر باشد (هنشاو، ۱۹۹۹). کلیدواژه‌ها موتورهای کاوش را در مقوله‌بندی وب سایت و کاربران را در سریع‌تر یافتن آن یاری می‌دهند (کیرنین، ۲۰۰۲). کلیدواژه‌ها باید خاص باشند و زیاد از آنها استفاده نشده باشد. عبارات دو یا سه واژه‌ای معمولاً اثرگذارتر از واژه‌های منفرد هستند. از آنجا که اغلب کاوشگران با حروف کوچک به کاوش می‌پردازند، بهتر است کلیدواژه‌ها با حروف کوچک تهیه شوند (هنشاو، ۱۹۹۹). از مترادف‌ها و املاهای امریکایی واژه‌های زبان انگلیسی (بردلی، ۲۰۰۲)، آغازها (ریچموند^۱، ۲۰۰۲)، کلیدواژه‌هایی که به غلط املا می‌شوند (کوپی، ۲۰۰۰) و مفاهیم مهم مرتبط (برمسر، ۱۹۹۷) باید استفاده کرد. بهتر است از کلیدواژه‌هایی استفاده شود که احساس می‌شود ممکن است توسط مشتری و به منظور یافتن وب سایت در کادر جست و جوی موتورکاووش وارد شود (سلیوا^۲، ۱۹۹۸). باید فرض کرد که ۵۰ درصد کاربران به‌طور کامل مطمئن نیستند که دقیقاً به دنبال چه چیزی می‌گردند. بنابراین، باید با کلیدواژه‌ها بسیار تفصیلی برخورد کرد (ایترافیسن جین^۳، ۲۰۰۲). کلیدواژه‌ها باید به هزار نویسه محدود شوند (گنتر^۴، ۱۹۹۹)، زیرا موتورهای کاوش در مرور کلیدواژه‌ها محدودیت‌هایی دارند. بهتر است آنها را به دقت بررسی و از این بابت اطمینان حاصل شود که تا حد امکان فشرده و خاص هستند (کیرنین، ۲۰۰۲). توصیه می‌شود که کلیدواژه‌ها با استفاده از اصطلاحنامه و مشورت با دوستان و همکاران انتخاب گردد (ریچموند، ۲۰۰۲). مجموعه کلیدواژه‌ها باید توسط ویرگول و یک فضای خالی از یکدیگر جدا شود (هنشاو، ۱۹۹۹).

<Meta name = "keywords" Content = "a list of your keywords">

1. Richmond
2. Sliwa
3. Itrafficengine
4. Guenther

توصیف

موتورهای کاوشی که از این ابرنشانه پشتیبانی می‌کنند متنی را که در بخش محتوا آمده به جای نخستین سطور سند زبان نشانه‌گذاری فرامتن و به مثابه توصیف وب سایت تلقی می‌کنند (بی‌لاین، ۲۰۰۲). محتوا می‌تواند یک واژه، جمله، یا حتی یک پاراگراف باشد. توصیف را باید به قدر معقول کوتاه، فشرده، و بجا تهیه کرد. با این حال، نباید در فشرده سازی توصیف آنقدر افراط شود که بازتاب مناسبی از محتوای وب سایت ارائه ندهد (بردلی، ۲۰۰۲). در صورت نبودن ابرنشانه‌ای که محتوای وب سایت را توصیف کند، اغلب موتورهای کاوش دو خط نخستین متن موجود روی صفحه را به عنوان توصیف در نظر می‌گیرند (کراون^۱، ۲۰۰۱ ب؛ کریستن‌سن^۲، ۱۹۹۹). اگر پاراگراف توصیفی در ابتدای وب سایت وجود ندارد، باید از ابرنشانه‌ی توصیف استفاده کرد. اما اگر پاراگراف توصیفی وجود دارد، بهتر است از ابرنشانه‌ی توصیف صرف نظر شود؛ زیرا احتمالاً روزآمدسازی هر دو فراموش خواهد شد (ریچموند، ۲۰۰۰). منابع گوناگون تحدید توصیف به ۲۰ تا ۲۵ واژه یا ۱۵۰ تا (هنشاو، ۱۹۹۹) ۲۰۰ نویسه را توصیه می‌کنند. توصیف باید بیان‌کننده‌ی هدف وب سایت باشد و موضوع یا محتوای آن را بازتاباند. تعدادی از کلیدواژه‌ها باید در توصیف گنجانده شوند و البته مهم‌ترین آنها در ابتدای توصیف بیاید. این امر بازیابی پذیری را افزایش می‌دهد. توصیف نباید صرفاً واگویی مجدد عنوان باشد. بهتر است در پایان توصیف از "..." استفاده شود تا کاربر به بازدید وب سایت ترغیب شود. برخی عبارات ترغیب‌کننده عبارتند از:

This page is about ...

Home page for ...

Visit our home page for ...

Visit us to learn about ...

Here you will find ...

Everything you wanted to know about ... (Craven, 2000; 2201a; 2001c)

<Meta name = "description" Content = "a description of your page">

تاریخ انقضاء

این ابرنشانه تاریخ منقضی شدن صفحه را به مرورگر اعلام می‌کند.

1. Craven

2. Christensen

<Meta name = "expries" Content = "Web, 14 Dec 2003 20:41:20 GMT">

دسته‌بندی ابرنشانه‌ها

– برچسب‌های سطح سایت عبارتند از حق مؤلف، طرح زیربنایی گزینش محتوای اینترنت، درجه‌بندی، آدمک‌های مصنوعی، تولیدکننده، توزیع، رده‌بندی، زبان، بازیابی، پاسخ به، و پدیدآور.

– برچسب‌های سطح صفحه عبارتند از کلیدواژه‌ها، توصیف، پدیدآور، و تاریخ انقضاء.

– برچسب‌های دو منظوره نیز عبارتند از کلیدواژه‌ها، طرح زیربنایی گزینش محتوای اینترنت، پدیدآور، تاریخ انقضاء، و آدمک‌های مصنوعی (هیوااتا، ۲۰۰۰).
ابرنشانه‌های دیگری نیز هستند که در اینجا به برخی از آنها اشاره می‌شود:

نوع منبع

تنها نوع منبعی که در حال حاضر در محیط شبکه جهانی وب مورد استفاده قرار می‌گیرد، سند است (بردلی، ۲۰۰۲).

<Meta name = "resource-type" Content = "document">

مجموعه نویسه‌ها

مجموعه نویسه‌های مورد استفاده در صفحه را تعریف می‌کند (کیرنین، ۲۰۰۲).

<Meta http-equiv = "charset" Content = "8859-1">

تجدیدکن

آنچه ابرنشانه تجدیدکن انجام می‌دهد این است که پنجره مرورگر را وامی‌دارد تا صفحه موجود یا صفحه‌ای دیگر را مجدداً بارگذاری کند. این ابرنشانه در ابتدا توسط توسعه‌دهندگان Netscape به کار گرفته شد. این افراد می‌خواستند مرورگر Netscape از برخی قابلیت‌های مورد نظر مشتریان بهره‌مند شود.

پرسش اساسی این است که ابرنشانه "تجدید کن" در عمل چگونه به کار گرفته می‌شود؟ در یکی از کاربردهای ویژه، وب سایت‌هایی که از دوربین‌های وبی استفاده

می‌کنند، ممکن است تصاویری داشته باشند که توسط الفبای واسط گرافیکی رایانه^۱ ارائه می‌شوند و از ابرنشانه^۲ "تجدید کن" نیز بهره ببرند تا صفحه را متناوباً بارگذاری کند و از این طریق تصویر را هربار روزآمد سازد.

دیگر استفاده معمول از ابرنشانه^۳ "تجدید کن" در وب سایت‌هایی صورت می‌گیرد که محل خود را تغییر داده‌اند. در این صورت، بازدیدکنندگان پیام "ما جابه‌جا شده‌ایم" را روی صفحه پیشین می‌بینند و سپس از طریق تجدید سریع خود را به محل جدید می‌رسانند. نکته مهم این است که زمان تجدیدکردن را باید به‌طور دقیق معین کرد. باید به خاطر داشت که عدد مورد استفاده ثانیه‌های پس از بارگذاری فایل زبان نشانه‌گذاری فرامتن را مشخص می‌کند نه مدت زمان پس از بارگذاری محتوای صفحه را. به‌طور مثال، اگر صفحه‌ای گرافیک‌هایی با حجم ۶۰ کیلو بایت داشته باشد، باید مدت زمانی برای تجدیدکردن مشخص شود که طی آن بتوان کاربرانی را که از اتصالات اینترنتی کند استفاده می‌کنند یاری داد. زیرا بازدیدکنندگان وب سایت باید شانس دیدن گرافیک‌ها را پیش از حرکت به صفحه بعدی داشته باشند. هیچ چیز رنج آورتر از این نیست که قبل از بارگذاری کل محتوای صفحه جاری به‌طور کامل، به سرعت به صفحه بعدی برویم.

نحو ابرنشانه^۴ "تجدید کن" روشن و بدون ابهام است:

```
<Meta http-equiv = "refresh" Content = "15; URL = http://www.nextpage.com">
```

در این مثال، ابرنشانه به مرورگر می‌گوید پانزده ثانیه پس از بارگذاری صفحه صبرکن و سپس به نشانی <http://www.netpage.com> برو (برمسر، ۱۹۹۷).
برخی مرورگرها از این ابرنشانه پشتیبانی نمی‌کنند. بنابراین، باید اطمینان حاصل کرد که در سند پیشین پیوندی به سند نوین قرار داده شده است. برخی مرورگرها نیز اگر به هنگام فرارسیدن زمان تعیین شده مشغول انجام دادن کار دیگری نظیر بارکردن تصاویر باشند، کاربر را به نشانی جدید ارجاع نمی‌دهند. بنابراین، باید فروریستی^۵ سند زبان نشانه‌گذاری فرامتن پیشین را به تأخیر انداخت (بی‌لاین، ۲۰۰۲).

نام متغیر

این ابرنشانه نام متغیر را به منطقه سرآیند مقاله‌نامه انتقال فرامتن پیوند می‌دهد. احتمال دارد خدمتگرهای مقاله‌نامه، انتقال فرامتن این ابرنشانه را به منظور پردازش

سند مورد استفاده قرار دهند (بردلی، ۲۰۰۲).

```
<Meta http-equiv = "varname" Content = "data">
```

چکیده

این ابرنشانه نظیر ابرنشانه توصیف است. برخی موتورهای کاوش این ابرنشانه را درک می‌کنند (اسپایدرفود^۱، ۲۰۰۲).

```
<Meta name = "abstract" Content = "provides a definition of metatags and. . .">
```

پراگما^۲

استفاده از این ابرنشانه یکی از راه‌های کنترل نهانگری^۳ مرورگر وب است.

```
<Meta name = "Pragma" Content = "No-Cache">
```

کوکی (شیرینی)^۴

استفاده از این ابرنشانه یکی از شیوه‌های جایدهی یک شیرینی رایانه‌ای در مرورگر وب کاربر است. به‌طور مثال، اگر از ابرنشانه تاریخ انقضاء استفاده شود، شیرینی رایانه‌ای روی دیسک به‌طور دائم ذخیره خواهد شد و تا زمان فرارسیدن تاریخ انقضاء، پیام‌ها و فایل‌های تولید و منتشر شده توسط خدمتگر بازدید شده را به‌طور خودکار به مرورگر بازدیدکننده، که همان دستگاه رایانه‌ای کاربر است، ارسال خواهد کرد؛ هرچند این فرایند مطلوب کاربر نباشد.

```
<Meta http-equiv = "Set-Cookie"  
Content = "cookie value = xxx, expires = wend, 14 dec. 2003 8:14:46 GMT, path =/">
```

پنجره مقصد^۵

این ابرنشانه، پنجره نامگذاری شده صفحه جاری را مشخص می‌سازد و می‌تواند به منظور جلوگیری از ظاهر شدن یک صفحه، درون صفحه قالب‌بندی شده دیگری به کار گرفته شود. معمولاً استفاده از این ابرنشانه به این معنی است که مرورگر وب، صفحه را مجبور خواهد کرد تا به بالاترین مجموعه قالب‌بندی شده از صفحات وب فعال حرکت کند (کلارک، ۱۹۹۸).

```
<Meta http-equiv = "window-target" Content = "-top">
```

1. Spiderfood
2. Pragma
3. Caching
4. Cookie
5. Window-target

- "The Beeline - tips and tricks: meta-tags" (2002), Available at: <http://bton.com/tb16/metatags.html>
- Bradly, P. (2002) "Meta tags-what, where, when, why?", Available at: <http://www.philb.com/metatag.htm>
- Bremser, W. (1997) "Gain frame with meta tags", *Internet World*, October, pp.94-96.
- Christensen, D. (1999) "Golden retrievers", *School Library Journal*, Vol. 45, No. 11, pp. 38-41
- Clark, S. (1998) "Back to basics: Meta tags". [online] Available: http://www.webdeveloper.com/html/html_metatags.html
- Coopee, T. (2000) "How to climb the search engine rankings", *InfoWorld*, Vol.22. No. 24, pp. 61, 64.
- Craven, T.C. (2000) "Features of description meta tags in public home pages", *Journal of Information Science*, Vol. 26, No, 5, pp. 303-311.
- Craven, T.C. (2001a) "Description meta tags in locally linked web pages:", *Aslib Proceedings*, Vol.53, No.6, pp. 203-216.
- Craven, T.C. (2001b) "Description meta tags in pages returned on different search engines", *Canadian Journal of Information and Library science*, Vol.26, No.1, pp. 1-17.
- Craven, T.C. (2001b) "Description meta tags in public home and linked pages:", *LIBRES: Library and Information science Research Electronic Journal*, Vol.11, No.2, [online] Available: <http://libres.curtin.edu.au/LIBRE11N2/craven.htm>
- Drott, M.C. (2002). Indexing aids at corporate Websites: The use of robots.txt and meta tags". *Information processing and management*, Vol.38, No.2, pp. 209-219.
- "The global structure of an HTML document" (2003). [online] Available: <http://www.w3.org/TR/REC-html40/struct/global.html>
- Guenther, K. (1999) "Publicity through better Web site design", *Computers in Libraries*, Vol.19, No.8, pp.62-64, 66-67. [online] Available: <http://www.infotoday.com/cilmag/sep99/guenther.htm>

- Henshaw, R. (1999) "The first monday metadata project", *Libri*, Vol.49, No.3, pp. 125-131.
- Hiawatha Island Software Company (2000) "Hisoftware web site promotion workshop-metatag guide". [online] Available: <http://www.hisoftware.com/metatagguide.htm>
- "Itrafficengine submission software-meta tag faq" (2002). [online] Available at: <http://www.itrafficengine.com/metafaq.htm>
- Kirsanov, D. (1997) "HTML unleashed pre: Strategies for indexing and search engines the meta tag". [online] Available: <http://webreference.internet.com/dllab/books/html-pre/43-2-2.html>
- Kyrnin, J. (2002). "Magic with meta tags". [online] Available: <http://html.miningco.com/library/weekly/aa083099.htm>
- Lawrence, S and Giles, C.L. (1999). "Accessibility of information on the Web". *Nature*, Vol.400, 8july, pp. 107-109.
- Richmond, A. (2002) "Meta tagging for search engines". [online] Available: <http://www.wdvl.com/Search/Meta/Tag.html>
- Sliwa, C. (1998) "Not all search engines are created equal: Cases in point". *Computer world*, Vol.32, pp. 37-38.
- Spider food (2002). "Meta tag optimization tutorial". [online] Available: <http://spiderfood.net/meta-tags.html>
- Turner, T.P and Brackbill, L. (1998) "Rising to the top: Evaluating the use of HTML meta tag to improve retrieval of World Wide Web documents through internet search engines", *Library Resources and Technical Services*, Vol.42, No.4, pp. 258-271.



پروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی