

التعامل مع جوجل وكل ما تود معرفته عن جوجل

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

إذا كنت مالكاً أو مسؤولاً عن موقع ويب، فقد تكون المعلومات التالية مفيدة لك. ونأمل أن تجدها مساعدة.

سيحتوي هذا الموضوع على الموضوعات التالية :

س- كيف أجعل موقعي مدوناً على Google ؟

١- الأساسيات.

٢- تقديم موقع.

س- لم يتم تضمين صفحات الويب الخاصة بي في فهرس Google من قبل.

١- موقعي جديد على الويب، وقمت بتقديمه مؤخراً.

٢- إن موقعي نشط منذ عدة شهور.

٣- بعض صفحاتي تم تضمينها؛ ولكن بعضها الآخر مفقود.

س- لقد كانت صفحات الويب الخاصة بي مدونة؛ والآن هي غير مدونة.

١- لم أقم بتغيير أي شيء، حقاً.

٢- ربما كانت هناك مشكلة من جانبي.

س- إن تدوين موقعي غير صحيح وأريد تغييره.

١- معلوماتي قديمة.

٢- لقد قمت بتغيير عنوان URL لموقعي بأخر جديد.

٣- لا يوجد وصف لموقعي.

٤- وصف موقعي في النتائج غير صحيح.

س- تصنيف موقعي مُحيرٌ بالنسبة لي.

١- كيف تقوم Google بتصنيف الصفحات ؟

٢- موقع صفحتي في نتائج البحث يتغير باستمرار.

٣- صفحتي لا تعطي نتائج لكلمات رئيسية معينة.

س- أسئلة عامة :

- ١- كم عدد المرات التي سيقوم فيها Google بالزحف إلى موقعي؟
- ٢- كيف يمكنني تغيير عنوان IP لموقعي بأخر جديد؟
- ٣- لماذا تم تصنيف موقعي كـ "تكميلي"؟
- ٤- أود أن يقوم موقعي بإعطاء نتائج لصفحات من دولة معينة.

س- أسئلة حول الجلب المسبق للنتائج :

- ١- ما هو الجلب المسبق للنتائج، وكيف يؤثر على موقعي؟
- ٢- هل يمكنني التمييز بين طلبات الجلب المسبق الموجهة إلى مركز خدمة الويب الخاص بي وبين الطلبات العادية؟
- ٣- أريد أن أمنع أو أتجاهل طلبات الجلب المسبق. فماذا أفعل؟

- إرشادات لمشرف الموقع :

- إرشادات التصميم والمحتوى
- إرشادات فنية
- إرشادات عندما يكون موقعك جاهزاً
- إرشادات الجودة – المبادئ الأساسية
- إرشادات الجودة – مقترحات خاصة

- SEOs (مُحسنات مُحركات البحث)

- برنامج Googlebot : برنامج زاحف الويب الخاص بـ Google

- أوامر الإزالة :

- إزالة موقعك بالكامل
- إزالة جزء من موقعك
- إزالة القصاصات
- إزالة صفحات مخبأة
- إزالة وصلة غير مُحدثة ("قديمية")
- إزالة صورة من صور بحث Google

ونبدأ:

كيف أجعل موقعي مدونًا في Google؟

١. الأساسيات

إن Google محرك بحث أوتوماتيكي بالكامل يستخدم برامج روبوت تُعرف بـ "العناكب" (spiders) للزحف على الويب والعثور على مواقع لتضمينها في فهرس Google. ونظرًا لأن هذه العملية لا يتدخل فيها محررون آدميون؛ فليس ضروريًا تقديم موقعك إلى Google لكي يتم تضمينه في فهرسها. والحقيقة أن أغلبية المواقع المدونة ليست مُقدّمة يدويًا للتضمين.

ولا تقبل Google دفع مبالغ مالية مقابل تضمين المواقع في فهرسها (تُعرف بـ "تضمين مدفوع القيمة")، ولا مقابل تحسين تصنيف المواقع في نتائجها. علماً أنها بالفعل تقدم فرصاً إعلانية قريبة من نتائجها؛ والتي تتم عنونها بوضوح دائماً تحت اسم "الوصلات الدعائية". وهناك العديد من العوامل المختلفة التي يتم بواسطتها تحديد طريقة العثور على الصفحات وتصنيفها كنتائج بحث. ومن ضمن هذه العوامل تقنية PageRank (تصنيف الصفحات) التي قام بتطويرها مؤسس Google: لاري بيدج وسيرجي برين.

٢. تقديم موقع

Google تقوم بإضافة الآلاف من المواقع الجديدة إلى فهرسها في كل مرة تقوم فيها بالزحف إلى الويب؛ ولكن يمكنك تقديم عنوان URL الخاص بك أيضاً. والتقديم ليس أمراً ضرورياً ولا يضمن التضمين في فهرسها. ومع وجود عدد كبير من المواقع التي تُقدّم عناوين URL الخاصة بها؛ فمن المحتمل أن يتم العثور على صفحاتك في واحدة من عمليات الزحف الأوتوماتيكية قبل أن يتم تضمينها في فهرسها من خلال نموذج تقديم عنوان URL. و Google لا تقوم بإضافة كل عناوين URL المقدمة إلى فهرسها، ولا تستطيع التنبؤ بإمكانية ظهورها أو وقت ظهورها.

الرجاء زيارة صفحة إضافة عنوان URL لإدخال عناوين URL الخاصة بك. ويمكنك تقديم موقعك عدة مرات بقدر ما تحب؛ مع العلم بأن التقديم المتعدد لن يُحسن من احتمال إضافة موقعك أو تسريع هذه العملية. و Google لا تعاقب المواقع على "الإفراط في التقديم". وإذا اخترت أن تقوم بتقديم موقعك؛ فالنطاق الأعلى هو الضروري فقط؛ لأن برامج العناكب يمكنها تتبع وصلاتك الداخلية لبقية الصفحات.

يمكنك أيضًا استخدام برنامج (Beta Google Sitemaps) (خرائط المواقع) (متوفر حاليًا باللغة الإنجليزية فقط) لإنشاء وتقديم خريطة موقع مفصلة لصفحاتك. و جوجل تقوم باختبار هذا البرنامج كتكملة لرحلتها الحالي ولتشجيع مشرفي المواقع على المشاركة. وبرنامج Google Sitemaps (خرائط المواقع من Google) يُسهّل على مشرفي المواقع توفير معلومات عن مواقعهم، وإعلام جوجل عند إضافة أو تغيير صفحات.

وأفضل طريقة لضمان أن Google ستعثر على موقعك هي أن يكون لديك صفحات في مواقع أخرى ذات علاقة تتصل بصفحاتك. وتقوم برامج ريبوت Google بالقفز من صفحة إلى أخرى على الويب عبر وصلات؛ ولذلك يزداد احتمال العثورها على صفحاتك بسرعة كلما زادت المواقع التي تتصل بها.

لم يتم تضمين صفحات الويب الخاصة بي في فهرس Google من قبل.

١. موقعي جديد على الويب، وقمت بتقديمه مؤخرًا.

تعثر Google على المواقع من خلال عملية تُعرف بـ "الزحف" إلى الويب. وهذه العملية تستخدم برامج الروبوت التي تقوم بتتبع الوصلات من موقع إلى آخر. وفي الوقت الحالي تقوم Google بالنظر إلى ما يزيد عن ٨ بليون من عناوين URL أثناء عمليات الزحف الخاصة بها.

وعند تقديم عنوان URL إلى Google؛ يتمكن من البحث عنه في عملية الزحف التالية. وإذا كنت قد قدمت عنوان URL الخاص بك بالفعل؛ فقد يظهر موقعك بسهولة في نتائج بحث جوجل بعد عملية الزحف التالية. ولكن – في حالة عدم اتصال أية مواقع أخرى بموقعك – قد يكون من الصعب أن يعثر عليك برنامج الزاحف الخاص بجوجل. وبالعكس؛ إذا كانت هناك مواقع كثيرة تتصل بصفحتك؛ تكون الفرصة جيدة لعثور جوجل على موقعك حتى من دون تقديم عنوان URL الخاص بك.

٢. إن موقعي نشط منذ عدة شهور.

إذا لم يعثر جوجل على موقعك بعد عدة شهور؛ فمن الممكن أن تكون برامج العناكب والروبوت الخاصة بهم غير قادرة على العثور على صفحاتك. وإذا قمت بزيادة الوصلات المتجهة إلى صفحاتك؛ تتحسن فرصة العثورهم على موقعك. ومن الممكن أيضًا أن يكون جوجل غير قادر على الزحف إلى موقعك لوجود أسباب فنية. وفيما يلي بعض من أكثر هذه الأسباب شيوعًا:

- صفحاتك لم تكن متوفرة عندما حاول جوجل الزحف إليها. إذا تعطلت صفحة بسبب مشاكل في الشبكة أو الاستضافة؛ فجوجل يحاول زيارتها عدة مرات. وإذا لم تتمكن برامج الزاحف الخاصة به من الوصول إليها؛ فلن يتم تدوينها في فهرس جوجل. وإذا كانت حالة عدم التوفر هذه مشكلة عابرة؛ فمن المحتمل أن تتم إضافة موقعك إلى جوجل في وقت قريب.

- صفحاتك مؤلدة ديناميكياً. جوجل قادر على فهرسة الصفحات المؤلدة ديناميكياً. وعلى الرغم من ذلك فـجوجل يحد من عدد الصفحات الديناميكية التي يفهرسها – **لأن برنامج زاحف الويب الخاص بجوجل قد يسبب ضرراً للصفحات ذات المحتوى ديناميكياً** – وبالإضافة إلى ذلك؛ قد تشك برامج الزاحف الخاصة بجوجل في أن عنوان URL معيناً ذا متغيرات عديدة قد يكون هو نفس عنوان URL آخر ذا متغيرات مختلفة. ولهذا السبب؛ ينصح باستخدام عدد قليل من المتغيرات إن أمكن. وبشكل نموذجي؛ تكون عناوين URL ذات المتغير الواحد أو المتغيرين أسهل في الزحف إليها من تلك ذات المتغيرات العديدة.

- أنت تستخدم صفحات مدخل. لا تشجع Google استخدام الصفحات المؤلدة آلياً والتي تم تصميمها لمحركات البحث بدلاً من المستخدمين. فنحن نريد توجيه المستخدم إلى صفحات محتوى مفيد وليس إلى صفحات مدخل أو شاشات تأثيرية.

- صفحاتك تستخدم إطارات. تدعم Google الإطارات بأقصى قدر ممكن لها. والإطارات تتسبب في حدوث مشاكل في محركات البحث والإشارات المرجعية ووصلات المراسلة الإلكترونية وما إلى ذلك؛ نظراً لأن الإطارات لا تتناسب مع النموذج التصوري للويب (كل صفحة تناظر عنوان URL واحد). وإذا كان استفسار مستخدم ما يتطابق مع الصفحة ككل؛ فإن Google تقوم بعرض مجموعة الإطار. وإذا كان استفسار مستخدم ما يتطابق مع إطار فردي في الصفحة؛ فإن Google تقوم بعرض عنوان URL لهذا الإطار. ولا يتم عرض الصفحة في إطار لأنه قد لا توجد مجموعة إطارات تناظر عنوان URL ذلك.

إذا كنت مهتماً بوصف موقعك كما تتم رؤيته بواسطة محركات البحث؛ فالرجاء قراءة "[محركات البحث والإطارات](#)" (وصلات لموقع إنجليزي). فهي تصف علامة "NoFrames" (لا إطارات) التي تُستخدم لتوفير محتوى بديل. وإذا قمت باستخدام كلمات مثل "This site requires the use of frames" (هذا الموقع يحتاج إلى استخدام إطارات) أو "Upgrade your browser" (قم بترقية المتصفح الخاص بك) – بدلاً من توفير محتوى بديل – فإنك بهذا تستبعد كلاً من محركات البحث والأفراد الذين لا تدعم برامج المتصفح الخاصة بهم الإطارات. (على سبيل المثال؛ برامج متصفح الويب الصوتية - مثل تلك المُستخدمة في السيارات والمُستخدمة بواسطة المكفوفين – لا تتعامل أصلاً مع الإطارات التي تعمل بالميكانيكية البصرية). يمكنك قراءة المزيد عن "NoFrames" (لا إطارات) في معيار HTML [هنا](#) (وصلات لموقع إنجليزي).

٣. بعض صفحاتي تم تضمينها؛ ولكن بعضها الآخر مفقود.

على الرغم من قيام جوجل بفهرسة أكثر من ٨ بليون من صفحات الويب؛ فهو لا يستطيع أن يضمن أنه سيقوم بالزحف إلى كل الصفحات الموجودة في موقع معين. ومع ذلك؛ فهو يعمل دائماً من أجل زيادة عدد الصفحات التي يزحف إليها، ونأمل أن يقوم بتضمين مزيد من الصفحات في فهرسه بمرور الوقت. ولمزيد من المعلومات حول كيفية عثوره على الصفحات وتضمينه في فهرسه؛ الرجاء قراءة صفحة لمحة عن التقنية الخاصة بجوجل.

إذا كانت بنية الوصلات الداخلية لموقعك لا توفر مساراً إلى كل صفحاتك؛ فقد لا يري برنامج الروبوت الخاص بجوجل كل الصفحات الموجودة في موقعك. وتقوم Google بتتبع الوصلات من صفحة إلى صفحة أخرى تليها؛ ولذلك قد تُفقد الصفحات التي ليس لها وصلات بغيرها. والرجاء

الاطلاع على صفحة إرشادات لمشرف الموقع الخاصة بنا لمعرفة طرق أخرى لجعل موقعك أكثر قابلية للزحف.

لقد كانت صفحات الويب الخاصة بي مدونة؛ والآن هي غير مدونة.

١. لم أقم بتغيير أي شيء، حقًا.

في كل مرة نقوم فيها بتحديث قاعدة البيانات الخاصة بنا لصفحات الويب، يحدث تغيير للفهرس: يتم العثور على مواقع جديدة، وتُفقد بعض المواقع المدونة، ويتغير تصنيف المواقع. وإذا كان موقعك قد أُسِط من Google وأنت لم تقم بإجراء تغييرات رئيسية عليه، فمن المحتمل أن نعثر عليه مرة أخرى في وقت قريب. ومن الممكن أنه قد تُعدّر الوصول إلى موقعك مؤقتًا عندما حاولت برامج الروبوت الخاصة بنا الزحف إليه.

ويجب عليك التحقق مما إذا كان عدد المواقع الأخرى المتصلة بعنوان URL الخاص بك قد تناقص. فهذا هو العامل الوحيد الأكثر تأثيرًا في تحديد أي المواقع تتم فهرستها بواسطة Google؛ ذلك لأننا نعثر على أغلب الصفحات عندما تقوم برامج الروبوت الخاصة بنا بالزحف إلى الويب متنقلة من صفحة إلى صفحة عبر الوصلات. للعثور على عينة من المواقع المتصلة بموقعك، [جرّب بحث Google للوصلات](#).

إذا واجهتك مشاكل فجأة في العثور على موقعك بسبب كلمات رئيسية معينة، فمن الممكن أنه ما زال موقعك مُتضمّنًا في نتائج البحث الخاص بنا، ولكن مكانه تناقص بسبب هذه الكلمات الرئيسية. ويمكن أن يحدث تعديل لنتائج البحث الخاصة بنا عندما يتم العثور على مواقع جديدة ويتم تعيين تصنيف أعلى لها. علمًا بأنه لا يقوم أحد في Google بتعديل النتائج يدويًا لرفع تصنيف موقع ما. فنترتيب نتائج بحث Google يتم تحديده بطريقة آلية بواسطة عوامل عديدة – مثل تقنية **PageRank** (تصنيف الصفحات)، وهذا الترتيب موصوف بمزيد من التفصيل هنا. ولتحديد ما إذا كان موقعك ما زال مُتضمّنًا في فهرسنا، قم بعملية بحث في موقع من Google للبحث عن النطاق الخاص بك. على سبيل المثال، إذا كنت تمتلك النطاق: yourdomain.com؛ فقم بإجراء بحث Google عن [site:yourdomain.com] للاطلاع على تقييم لعدد الصفحات الخاصة بك التي نقوم بفهرستها.

٢. ربما كانت هناك مشكلة من جانبي.

إذا كانت صفحاتك غير متوفرة عندما حاولنا الزحف إليها بسبب مشاكل في الشبكة أو الاستضافة، فقد يفسر هذا عدم تضمينها في فهرسنا الحالي. وعندما تكون صفحة ما غير متوفرة، فإننا نحاول الزحف إليها عدة مرات، ولكن إذا لم نتمكن من الوصول إليها، فلن يتم تدوينها في فهرسنا. وإذا كانت حالة عدم التوفّر هذه مشكلة عابرة، فمن المحتمل أن يظهر موقعك في وقت قريب.

ومن ناحية أخرى، ربما تمت إزالة صفحتك يدويًا من فهرسنا بسبب عدم تطابقها مع مقاييس الجودة الضرورية لتعيين مستوى **PageRank** (تصنيف الصفحات) دقيق لها. ونحن لن نُعلّق على الأسباب الفردية لإزالة صفحة ما، وليس لدينا قائمة شاملة للممارسات التي قد تُسبب الإزالة. ومع ذلك، فأفعال

معينة - مثل إخفاء أو كتابة نص يمكن رؤيته بواسطة محركات البحث وليس بواسطة المستخدمين، أو إعداد صفحات أو وصلات بغرض واحد هو خداع محركات البحث - قد تؤدي إلى إزالة دائمة للصفحة من فهرسنا. ويمكنك مراجعة صفحة إرشادات الجودة الخاصة بنا لمعرفة مزيد من الإرشادات. وإذا كنت تظن أن موقعك قد يدخل ضمن هذه الفئة، فيجب أن تحاول "تنظيف" صفحتك والاتصال بنا لتقديم طلب إعادة تضمين. ونحن لا نعطي أية ضمانات بشأن إمكانية إعادة تضمين موقعك أو وقت حدوث ذلك.

إن تدوين موقعي غير صحيح وأريد تغييره

١. معلوماتي قديمة.

عندما تقوم بتحديث معلومات على موقعك؛ لا تنتقل هذه المعلومات على الفور إلى فهرس Google. وإنما يتم تحديث فهرس Google بعد قيام برامج الروبوت الخاصة بنا بالزحف إلى الموقع. وتتم عملية الزحف بطريقة آلية بالكامل، ولذلك فليس من الضروري إرسال وصلات مُحدثة أو قديمة إلينا. وتتم ملاحظة التغييرات التي طرأت على محتوى موقعك عندما نقوم بعملية زحف تالية إلى صفحاتك. وبسبب الكم الهائل من المواقع الموجودة في فهرسنا، لا يمكننا تحديث الصفحات يدويًا على أساس فردي.

٢. لقد قمت بتغيير عنوان URL لموقعي بأخر جديد.

إذا كنت قد قمت بتغيير عنوان URL لموقعك أو كنت تخطط لذلك، وتريد أن تقوم Google بعرض عنوان URL الجديد؛ فالرجاء أن تتذكر أننا لا نستطيع تغيير عنوانك المُدوّن في نتائج بحثنا. ومن ثم؛ فهناك خطوات يمكنك إجرائها للتأكد من سهولة انتقالك. فإذا كان عنوان URL القديم الخاص بك يقوم بالتوجيه إلى موقعك الجديد باستخدام موجّهات بروتوكول **HTTP ٣٠١** (الدائم)، فإن برنامج الزاحف الخاص بنا سيكتشف عنوان URL الجديد. ولمزيد من المعلومات حول موجّهات **بروتوكول HTTP ٣٠١**، الرجاء الاطلاع على <http://www.ietf.org/rfc/rfc٢٦١٦.txt> (وصلات إلى صفحة باللغة الإنجليزية).

تعتمد عمليات التدوين في Google جزئيًا على قدرتنا على العثور على موقعك من خلال وصلات موجودة في مواقع أخرى. وللحفاظ على مستوى تصنيف موقعك ولمساعدة برنامج الزاحف الخاص بنا في العثور على عنوان URL الجديد الخاص بك؛ يجب عليك إبلاغ المواقع الأخرى المتصلة بك بالتغيير الذي أجرته على عنوانك. وللعثور على عينة من المواقع التي تتصل بموقعك؛ قم بإجراء بحث وصلات عن طريق إدخال "[link:your full URL]" في صندوق بحث Google. وللعثور على مزيد من الصفحات التي تشير إلى عنوان URL الخاص بك؛ قم بإجراء بحث Google على عنوان URL الخاص بك واختر الوصلة "اعثر على صفحات ويب تحتوي على هذا المصطلح".

أيضًا، لا تنس أن تقوم بتغيير أي قيود قد توجد في أدلة مثل Yahoo! أو Open Directory Project.

وأخيرًا، يمكنك تقديم قائمة بعناوين URL الجديدة الخاصة بك من خلال برنامج [Google](#)

(Sitemaps (Beta) (خرائط المواقع من Google) (متوفر حاليًا باللغة الإنجليزية فقط). وبرنامج Google Sitemaps (خرائط المواقع من Google) يستخدم ملفات Sitemap (خريطة الموقع) المنشأة بواسطة مشرف الموقع للتعرف على صفحات الويب الخاصة بك ولتوجيه برامج الزحف الخاصة بنا إلى محتوى جديد ومُحدَّث.

في بعض الأحيان؛ وأثناء انتقالاتنا عبر المواقع، نفشل في العثور على موقع في عنوانه الجديد. ولذا عليك فقط التأكد من أن المواقع الأخرى متصلة بموقعك، وسنكتشف موقعك الجديد.

٣. لا يوجد وصف لموقعي.

يحتوي فهرس Google على نوعين من الصفحات؛ وهما: صفحات مُفهرسة بالكامل وصفحات مُفهرسة جزئيًا. وصفحتك مُفهرسة جزئيًا في الوقت الحالي، وهذا يعني أن - على الرغم من علمنا بموقعك - برامج الروبوت الخاصة بنا لم تقم بقراءة كل محتوى صفحاتك في عمليات الزحف السابقة. وهذا لا يؤثر سلبيًا على مستوى PageRank (تصنيف الصفحات) الخاص بموقعك أو على تضمينه في فهرسنا. وإنما يعني أنه ليس لدينا معلومات مُفصلة عن صفحتك، ولذا نقوم بعرض عنوان URL الخاص بصفحتك كعنوان لها ونحذف الوصف. ونحن نُدرك مدى الإحباط الذي قد يُصيبك بسبب ذلك، ونسعى دائمًا لزيادة عدد الصفحات المُفهرسة بالكامل في نتائج بحثنا.

٤. وصف موقعي في النتائج غير صحيح.

إن عملية إنشاء القصاصات في Google عملية آلية بالكامل يُراعى فيها كل من محتوى الصفحة والإحالات الموجودة لها على الويب. ونحن لا نقوم بتغيير وصف المواقع يدويًا، ولكننا نسعى دائمًا إلى جعل قصاصاتنا أكثر صلة بقدر المستطاع.

تصنيف موقعي مُحيرٌ بالنسبة لي.

١. كيف تقوم Google بتصنيف الصفحات؟

يتم تحديد ترتيب نتائج بحث Google بطريقة آلية بواسطة أكثر من مائة عامل؛ من ضمنها تقنية PageRank (تصنيف الصفحات) الخاصة بنا. والرجاء مراجعة صفحة لمحة عن التقنية الخاصة بنا لمعرفة مزيد من التفاصيل. ونظرًا لطبيعة عملنا واهتمامنا بحماية تكامل نتائج بحثنا؛ نحد من المعلومات التي نوفرها لعامة الناس حول نظام التصنيف الخاص بنا.

٢. موقع صفحتي في نتائج البحث يتغير باستمرار.

في كل مرة نقوم فيها بتحديث قاعدة البيانات الخاصة بنا لصفحات الويب، يحدث تغيير للفهرس دائمًا. يتم العثور على مواقع جديدة، وتُفقد بعض المواقع المدونة، وقد يتغير تصنيف المواقع من الطبيعي أن يتأثر تصنيف موقعك بالتغيرات الحادثة في تصنيف مواقع أخرى. علمًا بأنه لا يقوم أحد

في Google بتعديل النتائج يدويًا لرفع تصنيف موقع ما. فترتيب نتائج بحث Google يتم تحديده بطريقة آلية بواسطة عوامل عديدة – من ضمنها تقنية **PageRank** (تصنيف الصفحات) الخاصة بنا، وهذا الترتيب موصوف بمزيد من التفصيل هنا.

ويجب عليك التحقق مما إذا كان عدد المواقع الأخرى المتصلة بعنوان URL الخاص بك قد تناقص. فهذا هو العامل الوحيد الأكثر تأثيرًا في تحديد أي المواقع تتم فهرستها بواسطة Google؛ وذلك لأننا نعثر على أغلب الصفحات عندما تقوم برامج الروبوت الخاصة بنا بالزحف إلى الويب متنقلةً من صفحة إلى صفحة عبر الوصلات. وللعثور على عينة من المواقع المتصلة بموقعك، جرّب **بحث Google للوصلات**.

٣. صفحتي لا تعطي نتائج لكلمات رئيسية معينة.

لا تقوم Google بتعيين كلمات رئيسية للمواقع يدويًا، ولا نقوم نحن "برفع" تصنيف أي موقع يدويًا. وعملية التصنيف عملية آلية بالكامل يُراعى فيها أكثر من مائة عامل لتحديد صلة كل نتيجة.

وإذا كنت ترغب في أن يعطي موقعك نتائج لكلمات رئيسية معينة، فقم بتضمين هذه الكلمات في صفحاتك. ويقوم برنامج الزاحف الخاص بنا بتحليل محتوى صفحات الويب الموجودة في فهرسنا لتحديد استفسارات البحث الأكثر صلة بها. وإذا كان موقعك يقوم بوصف موضوعك بوضوح ودقة وكانت هناك مواقع ويب أخرى عديدة متصلة بموقعك؛ فمن المحتمل أنه سيعطي نتائج بحث للكلمات الرئيسية المطلوبة.

وإذا كنت تشعر بأن هناك كلمات رئيسية معينة تكون ضرورية لنجاح موقعك؛ يمكنك مراجعة البرنامج الإعلاني للكلمات الرئيسية المستهدفة الخاص بنا. ولا تقوم Google ببيع أماكن في نتائجنا، ولكننا نقدم إعلانًا بجوارها. والرجاء ملاحظة أن الإعلان بواسطة Google لا يساند ولا يضر تصنيف موقعك في نتائج بحثنا.

أسئلة عامة

١. كم عدد المرات التي سيقوم فيها Google بالزحف إلى موقعي؟

تقوم برامج عناكب (**spiders Google**) بالزحف إلى الويب بصورة منتظمة لإعادة بناء فهرسنا. وتعتمد عمليات الزحف على عوامل عديدة مثل **PageRank** (تصنيف الصفحات)، والوصلات إلى الصفحة وعوامل تقييد عمليات الزحف مثل عدد المتغيرات الموجودة في عنوان URL. ويمكن أن يؤثر أي عدد من العوامل على عدد مرات الزحف إلى المواقع الفردية.

تعتبر عملية الزحف عملية خوارزمية؛ فبرامج الكمبيوتر تقوم بتحديد أي المواقع يتم الزحف إليها، وعدد مرات الزحف، وعدد الصفحات المطلوب جلبها من كل موقع. للحصول على نصائح حول المحافظة على موقع ويب ودّي لبرنامج الزاحف؛ الرجاء الاطلاع على إرشادات لمشرف الموقع الخاصة بنا.

٢. كيف يمكنني تغيير عنوان IP لموقعي بأخر جديد؟

نحن نُوصي باتباع الخطوات التالية لتغيير عنوان IP لموقع ما بأخر جديد:

قم ب جلب نسخة من موقعك إلى عنوان IP الجديد.
قم بتحديث مركز خدمة الاسم الخاص بك لكي يتجه إلى عنوان IP الجديد.
وبمجرد رؤية برامج عناكب (spiders) محرك البحث تقوم ب جلب صفحات من عنوان IP الجديد (يكون ذلك عادة في غضون ٢٤-٤٨ ساعة)؛ يمكنك بأمان أن تقوم بحذف نسخة موقعك على عنوان IP القديم.

٣. لماذا تم تصنيف موقعي كـ "تكميلي"؟

تُعد المواقع التكميلية جزءاً من فهرس Google الاحتياطي. ونحن نتمكن من وضع عوامل تقييد أقل على المواقع التي نقوم بالزحف إليها لهذا الفهرس التكميلي أكثر مما نستطيع مع المواقع التي يتم الزحف إليها لفهرسنا الرئيسي. على سبيل المثال؛ من الممكن أن يؤدي عدد المتغيرات في عنوان URL إلى استبعاد موقع ما من تعرضه لعملية الزحف لتضمينه في فهرسنا الرئيسي؛ ومع ذلك، يظل من الممكن الزحف إلى هذا الموقع وإضافته إلى فهرسنا التكميلي.

والفهرس الذي يتم تضمين موقع ما فيه آلي بأكمله؛ فلا توجد أمامك طريقة لاختيار أو تغيير الفهرس الذي يظهر فيه موقعك. والرجاء التأكد من أن الفهرس الذي تم تضمين موقع فيه لا يؤثر على تصنيفه.

٤. أود أن يقوم موقعي بإعطاء نتائج لصفحات من دولة معينة.

بينما تقوم جميع المواقع في فهرسنا بإعطاء نتائج للبحث المقصور على "الويب"؛ نقوم ب جلب مجموعة فرعية من المواقع ذات الصلة بدولة معينة. وتقوم برامج الزاحف الخاصة بنا بتعريف الدولة لموقع ما عن طريق عوامل مثل الموقع المادي الذي تتم فيه استضافة الموقع وعنوان IP الخاص بالموقع، ومعلومات WHOIS (معلومات عن المُسجّل لاسم النطاق) الخاصة بالنطاق والنطاق الأعلى له.

وبالتالي؛ فإن النطاق الأعلى لموقعك لا يحتاج إلى مطابقة نطاق الدولة الذي ترغب في أن يعطيك نتائج عنه. ومن المهم أيضاً تذكر أن برامج الزاحف الخاصة بنا لا تقوم بفهرسة المحتوى المزدوج، ولذا فمن المحتمل ألا يؤدي إنشاء مواقع متماثلة في نطاقات متعددة إلى إعطاء نتائج لعديد من الدول المعنية. وإذا قمت بإنشاء نطاقات مزدوجة؛ فنحن نقترح عليك استخدام ملف robots.txt لمنع برامج الزاحف الخاصة بنا من الوصول إلى كافة النطاقات باستثناء مجالك المُفضل.

أسئلة حول الجلب المسبق للنتائج

١. ما هو "الجلب المسبق للنتائج"، وكيف يؤثر على موقعي؟

في بعض عمليات البحث؛ يستخدم Google علامة خاصة مدعومة من قبل برنامج Firefox و Mozilla لأمر برنامج المتصفح بتنزيل أهم نتيجة بحث قبل أن يقوم المستخدم بالنقر فوق هذه النتيجة. وعندما ينقر المستخدم فوق أهم نتيجة، ستقوم الصفحة المقصودة بالتحميل بسرعة أفضل من قبل. ويتم إدراج هذه العلامة فقط عندما يكون من المحتمل أن ينقر المستخدم فوق الوصلة الأولى.

على سبيل المثال؛ عندما يقوم مستخدم برنامج Firefox بالبحث عن كلمة [Stanford]، فإن Google يقوم بتضمين العلامة التالية في ملف نتائج HTML :

```
</href="http://www.stanford.edu "link rel="prefetch>
```

وتصف الأسئلة الشائعة حول الجلب المسبق لوصلات Mozilla (متوفرة حاليًا بالإنجليزية فقط) السلوك الخاص بهذه العلامة بالتفصيل.

قد يؤثر الجلب المسبق على موقعك نظرًا لأن الطلب الجلب المسبق سيحدث سواء أقم المستخدم بالنقر فوق النتيجة أم لا، ولذا فمن الممكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة في ازدحام مركز خدمة الويب الخاص بك. ويقوم Google فقط بإدراج هذه العلامة عندما يكون هناك احتمال كبير أن المستخدم سوف ينقر فوق أهم نتيجة، ولكن من الواضح أن هذا المنهج التجريبي ليس صحيحًا بنسبة ١٠٠% دائمًا.

٢. هل يمكنني التمييز بين طلبات الجلب المسبق والطلبات العادية؟

نعم، كما هو موصوف في الأسئلة الشائعة حول الجلب المسبق لوصلات Mozilla (متوفرة حاليًا بالإنجليزية فقط)، وتتضمن طلبات الجلب المسبق مقدمة HTTP الإضافية.

X-moz: prefetch

٣. أريد أن أمنع أو أتجاهل طلبات الجلب المسبق. فماذا أفعل؟

لمنع أو تجاهل طلبات الجلب المسبق (من Google ومن مواقع ويب أخرى)، يجب تهيئة مركز خدمة الويب الخاص بك لكي يعطي رمز الرد ٤٠٤ HTTP للطلبات التي تحتوي على "مقدمة X-moz: prefetch".

إرشادات لمشرف الموقع

باتباعك هذه الإرشادات ستساعد Google في العثور على موقعك، وفهرسته، وتصنيفه. وحتى لو اخترت ألا تقوم بتطبيق أي من هذه الاقتراحات؛ فنحن نشجعك بشدة على الانتباه جيدًا إلى "إرشادات الجودة" التي تلخص بعضًا من الممارسات المحظورة التي قد تؤدي إلى حذف موقع ما بأكمله من فهرس Google. وعندما تتم إزالة الموقع، فلن يظهر بعد ذلك في النتائج على موقع Google.com أو على أي من مواقع شركاء Google.

إرشادات التصميم والمحتوى:

- قم بعمل موقع بهيئة هرمية واضحة ووصلات نصية. ينبغي الوصول لكل صفحة على الأقل من وصلة نصية ثابتة.
- قم بتقديم خريطة موقع لمستخدميك بوصلات تشير إلى الأجزاء الهامة في موقعك. إذا كانت خريطة الموقع أكبر من ١٠٠ وصلة أو أكثر، قد تريد تجزيء خريطة الموقع إلى صفحات منفصلة.
- قم بإنشاء موقع معلومات غنية ومفيدة، واكتب صفحات واضحة ودقيقة توصف المحتوى الخاص بك.
- فكر في الكلمات التي سيكتبها المستخدمون للعثور على صفحاتك، وتأكد من أن موقعك يتضمن حقًا هذه الكلمات في داخله.
- حاول أن تستخدم نص بدلاً من صور لعرض الأسماء، المحتوى، أو الوصلات الهامة. لا يستطيع زاحف Google التعرف على النص الذي بداخل الصور.
- تأكد من أن علامتي **TITLE** و **ALT** تصفان الموقع بدقة.
- تحقق من الوصلات المكسورة وتنسيق **HTML** صحيح.
- إذا قررت استخدام صفحات ديناميكية (على سبيل المثال؛ يحتوي عنوان URL على رمز "؟")، اعلم أنه ليس كل برنامج عنكبوت لمحرك بحث يقوم بالزحف إلى الصفحات الديناميكية والصفحات الثابتة.
- وهذا يساعد على إبقاء المتغيرات قصيرة وقليلة العدد.
- قم بإبقاء الوصلات على صفحة محددة لرقم معقول (أقل من ١٠٠).

إرشادات فنية:

- استخدم متصفحًا نصيًا مثل **Lynx** لفحص موقعك، لأن معظم برامج عناكب محرك البحث ترى موقعك كما يفعل **Lynx**. إذا كانت المزايا الإضافية مثل جافا سكريبت **X-@@-X-@@-X--@**، إذا كانت المزايا الإضافية مثل جافا سكريبت **X-@@-X-@@-X--@**، أو ملفات تعريف

الارتباط "X-@@-X-@@-X-@@-X-@@-X-@@-@s-@" أو مُعرّفات الجلسة أو الإطارات أو DHTML أو فلاش Flash تمنعك من رؤية كل موقعك في متصفح نصي، فقد تواجه برامج عناكب محرك البحث مشكلة عند الزحف إلى موقعك.

- اسمح لبرامج روبوت البحث بالزحف إلى موقعك بغير مُعرّفات الجلسة أو المُعاملات التي تتبع مسارهم عبر الموقع. إن هذه التقنيات مفيدة لنتبع سلوك مستخدم فردي، لكن نموذج وصول برامج الروبوت مختلف تمامًا. وقد يؤدي استخدام هذه التقنيات إلى فهرسة ناقصة لموقعك، لأن برامج الروبوت قد لا تتمكن من حذف عناوين URL التي تبدو مختلفة ولكنها تتجه إلى نفس الصفحة.

- تأكد من أن مركز خدمة الويب الخاص بك يدعم مقدمة **If-Modified-Since HTTP**. تسمح هذه الميزة لمركز خدمة الويب الخاص بك بأن يخبر Google بأن المحتوى الخاص بك قد تغير منذ عملية الزحف الأخيرة لنا إلى موقعك أم لا. يوفر دعم هذه الميزة لك سعة النطاق والتكاليف الإضافية.

- استخدم ملف **robots.txt** على مركز خدمة (سيرفر) الويب الخاص بك. يخبر هذا الملف برامج الزاحف عن الأدلة التي يمكن الزحف إليها والأدلة التي لا يمكن الزحف إليها. وعليك أن تتأكد من توفر هذا الملف لموقعك حتى لا تقوم بمنع برنامج Googlebot الزاحف بغير قصد. قم بزيارة <http://www.robotstxt.org/wc/faq.html> (متوفرة حاليًا بالإنجليزية فقط) لمعرفة كيفية توجيه برامج الروبوت عندما تقوم بزيارة موقعك.

- إذا قامت شركتك بشراء نظام إدارة محتوى، فتأكد من أن النظام يمكنه تصدير المحتوى الخاص بك حتى تتمكن برامج عناكب محرك البحث من الزحف إلى موقعك.

- لا تستخدم "id=" كمتغير في عناوين URL الخاصة بك، لأننا لا نقوم بتضمين هذه الصفحات في فهرسنا.

عندما يكون موقعك جاهزًا:

- اجعل المواقع الأخرى ذات الصلة ترتبط بموقعك.
- قدمه إلى Google على <http://www.google.com/addurl.html>.
- قدم خريطة موقع كجزء من مشروع **Google Sitemaps (Beta)** (خرائط المواقع من Google) الخاص بنا (متوفر حاليًا بالإنجليزية فقط).
- يستخدم برنامج Google Sitemaps خريطة موقعك لمعرفة بنية موقعك ولزيادة مجال تغطيتنا لصفحات الويب الخاصة بك.
- تأكد من أن كل المواقع التي يجب أن تكون على علم بصفحاتك على دراية بأن موقعك متصل بالإنترنت.
- قدم موقعك إلى أدلة ذات علاقة مثل **Open Directory Project** و Yahoo! وإلى غيرهما من المواقع الصناعية الخبيرة.

إرشادات الجودة – المبادئ الأساسية:

- قم بعمل صفحات للمستخدمين، وليس لمحركات البحث. لا تخدع مستخدميك ولا تقدم محتوى لمحركات البحث مختلفًا عن الذي تعرضها لمستخدميك؛ وهو ما يُعرف بـ "التقنيع".
- تجنب الحيل التي تقصد تحسين تصنيفات محرك البحث. وأحد المبادئ الإرشادية الجيدة هو أن تسأل نفسك هل تشعر بالراحة عند تفسير ما قمت بعمله ضد موقع ما يتنافس معك.
- وسؤال مفيد آخر تسأله لنفسك، "هل يساعد هذا مستخدمي موقعي؟ هل سأفعل هذا إذا كانت محركات البحث غير موجودة؟"
- لا تشارك في برامج الوصلات المصممة لزيادة تصنيف موقعك أو تصنيف الصفحة. بوجه خاص، تجنب الوصلات لمرسلي رسائل الويب التجارية أو المجاورات السيئة" على الويب، فقد يتأثر أيضًا تصنيفك الخاص تأثيرًا سلبيًا بتلك الوصلات.
- لا تستخدم برامج كمبيوتر غير معتمدة لتقديم صفحات أو للتحقق من التصنيفات، الخ. فمثل هذه البرامج تستهلك موارد أجهزة الكمبيوتر وتنتهك شروط الخدمة الخاصة بنا (متوفرة حاليًا بالإنجليزية فقط). لا تنصح Google باستخدام منتجات مثل **TMWebPosition Gold** التي ترسل استفسارات آلية أو مبرمجة إلى Google.

إرشادات الجودة – مقترحات خاصة:

- تجنب النصوص أو الوصلات المخفية.
- لا تستخدم الموجهات المُقنَّعة أو المضللة.
- لا ترسل استفسارات آلية إلى Google.
- لا تقم بتحميل صفحات بكلمات ليست ذات صلة.
- لا تقم بإنشاء صفحات أو نطاقات فرعية أو نطاقات متعددة بمحتوى مزدوج طبق الأصل.
- تجنب صفحات "المدخل" المنشأة فقط لمحركات البحث، أو أساليب "X-@@-X-@@-X--@"
- تجنب صفحات "المدخل" المنشأة فقط لمحركات البحث، أو أساليب "X-@@-X-@@-X--@" الأخرى مثل البرامج الفرعية قليلة أو عديمة المحتوى الأصلي.