

GOOGLE WERKT VOOR JOU

1. WEES SPECIFIEK IN JE ZOEKOPDRACHTEN

Reden om specifiek zoekopdrachten in te voeren is om de kwaliteit van je zoekresultaat te verbeteren. Met minder, maar betere zoekresultaten, heb je minder 'uitzoekwerk' oftewel je hebt vaker kans het juiste te vinden.

Wanneer je naar een specifiek woord wil zoeken, plaats je aanhalingstekens om het woord. Je krijgt dan alleen zoekresultaten waarin het woord voorkomt exact zoals je het hebt ingetypt, niet het meervoud ervan of in een spelling die lijkt op de jouwe.

Voorbeeld:

"Amsterdam"

Resultaat:

Webpagina's waarop het woord *Amsterdam* voorkomt; geen webpagina's waarop het woord *Amsterdams* of *Amsterdammer* voorkomt, tenzij op de pagina ook het woord *Amsterdam* staat.

2. SPECIFIEKE WOORDCOMBINATIE

Plaats aanhalingstekens om woorden als je naar een specifieke *woordcombinatie* wil zoeken. Je krijgt dan alleen zoekresultaten waarin de woorden staan zoals je ze hebt ingetypt: in de door jou opgegeven volgorde en spelling.

Voorbeeld:

"Nederlandse taal"

Resultaat:

Webpagina's waarop de exacte formulering *Nederlandse taal* voorkomt; geen pagina's met *Nederlandse* of *taal* als los woord.

Deze manier van zoeken kan ervoor zorgen dat je resultaten mist. Als je zoekt op bijvoorbeeld: "Alexander Bell" krijg je namelijk geen zoekresultaten voor "Alexander Graham Bell". Je kunt dit ondervangen door te zoeken op "Alexander Bell" OR "Alexander Graham Bell".

3. GEBRUIK EEN 'WILDCARD'

Wat is een wildcard? Een wildcard is bijvoorbeeld een joker in een kaartspel: hij kan voor meerdere kaarten een alternatief geldende kaart vormen. In (computer)spelletjes is het vaak een object wat op allerlei plaatsen ingezet kan worden. Op het toetsenbord van de pc wordt de * (asterisk) gebruikt als wildcard.

In veel databases kun je een asterisk (*) gebruiken als je niet precies weet hoe je zoekterm wordt gespeld of wanneer je bijvoorbeeld zowel *color* als *colour* wilt zoeken (je zoekt dan met *col*r* of *colo*r*). In Google werkt de asterisk ook, maar uitsluitend voor *hele woorden*, niet voor één of meer letters van een woord. Elke asterisk staat voor één woord, tussen asterisks plaats je geen spaties.

Voorbeeld:

post * syndrome

Resultaat:

Webpagina's met daarop de woorden *post* en *syndrome* met één woord ertussen, bijv. *post concussion syndrome* en *post thrombotic syndrome*.

4. GEBRUIK VAN NUMERIEKE WAARDEN

Je kunt Google laten zoeken op numerieke waarden. Dat komt bijvoorbeeld van pas als je informatie over een gebeurtenis zoekt, maar niet precies weet in welk jaar de gebeurtenis plaatsvond, of wanneer je een product zoekt in een bepaalde prijsklasse. Je vult twee waarden in en scheidt deze van elkaar door twee puntjes (zonder spaties tussen de waarden en de puntjes). In de waarden die je invult, mag geen punt voorkomen.

Voorbeeld:

"Kyoto protocol" 1990..2000

Resultaat:

Webpagina's waarop wordt vermeld in welk jaar het Kyoto protocol gesloten werd.

Je kunt ook één van de waarden invullen en de andere waarde door een asterisk vervangen. Als je de *eerste* waarde door een asterisk vervangt, zoekt Google de waarde die je opgeeft en alles dat *lager*(eerder) is dan die waarde. Als je de *tweede* waarde door een asterisk vervangt, zoekt Google de waarde die je opgeeft en alles dat *hoger* (later) is dan die waarde.

5. SYNONIEMEN GEBRUIKEN

Een synoniem is een alternatief woord voor een ander woord. Voorbeeld: *tweewieler* kan een synoniem zijn voor *fiets*.

Om meer resultaten te krijgen, kan het verstandig zijn ook op synoniemen te zoeken. Het is goed mogelijk dat op internet geschreven wordt over het onderwerp dat jij zoekt, maar dat het onderwerp anders genoemd wordt. Je zoekt op synoniemen met behulp van het commando OR (in hoofdletters) of een verticale streep (|).

Voorbeeld:

“global warming” OR “greenhouse effect”

Resultaat:

Webpagina's over *global warming* en webpagina's over het *greenhouse effect*.

6. ZOEKTERMEN UITSLUITEN

Om het aantal zoekresultaten te beperken tot resultaten die relevant(er) zijn, kun je ook zoektermen expliciet uitsluiten. Daarvoor gebruikt je het minteken (-), zonder spatie tussen het minteken en de uit te sluiten term. *Vóór* het minteken dient *wel* een spatie te staan; als daar geen spatie staat, behandelt Google het minteken als verbindingstreepje, niet als uitsluitingsteken. Je kunt zo veel woorden uitsluiten als je wilt, je plaatst het minteken voor elk woord dat je wil uitsluiten.

Voorbeeld:

salsa -dansen -cursus

Resultaat:

Webpagina's waarop het woord *salsa* voorkomt, maar niet de woorden *dansen* en/of *cursus*.

7. ZOEKRESULTAAT TOT SPECIFIEKE SITE(S) BEPERKEN

Om jouw zoekresultaten tot specifieke sites te beperken, kun je het commando *site:* gebruiken. Na het commando vul je het adres van de site in, zonder *www* of spatie ervoor.

Voorbeeld:

“human rights” *site:un.org*

Resultaat:

Webpagina's over *human rights* van de *website van de Verenigde Naties*.

Je kunt ook aangeven dat jouw zoekresultaten uit een bepaald domein moeten komen, bijvoorbeeld dat van Engelse of Amerikaanse instellingen voor hoger onderwijs. Daarvoor gebruik je het commando *site:* in combinatie met de domeinnaamextensie, het laatste deel van een websiteadres. Dat is bij Engelse universiteiten *ac.uk*, bij Amerikaanse universiteiten *edu*. Amerikaanse overheidswebsites herken je aan de extensie *gov* (government).

Voorbeeld:

studies *site:ac.uk*

Resultaat:

Webpagina's over *studies* van *Britse universiteiten*.

8. (BEPAAALDE) SITES VAN ZOEKRESULTATEN UITSLUITEN

Om zoekresultaten van bepaalde sites uit te sluiten, combineer je het commando *site:* met het minteken (zonder spaties).

Voorbeeld:

“global warming” *-site:wikipedia.org*

Resultaat:

Webpagina's waarop de formulering *global warming* voorkomt en die *niet uit Wikipedia* afkomstig zijn.

Bij het uitsluiten kan ook de asterisk van pas komen.

Voorbeeld:

office software *-site:microsoft.**

Resultaat:

Webpagina's over *office software* die *niet van Microsoft afkomstig* is.

9. BESTANDEN ZOEKEN

Ben je niet op zoek naar websites, maar naar presentaties, documenten of spreadsheets? Dan kun je jouw zoekresultaten met het commando *filetype:* beperken tot een bepaald bestandstype. Je gebruikt

- *doc* voor Word-documenten (Office 2003, vanaf Office 2007: docx)
- *ppt* voor Powerpoint-bestanden (Office 2003, vanaf Office 2007: pptx)
- *xls* voor Excel-bestanden (Office 2003, vanaf Office 2007: xlsx)
- *pdf* voor pdf-bestanden

Tussen het commando *filetype:* en de afkorting voor het gezochte bestandsformaat plaats je geen spatie...

Voorbeeld:

"social media" filetype:pdf

Resultaat:

Pdf-bestanden over social media.

Je kunt op deze manier ook naar afbeeldingen zoeken, door als bestandstype jpg, gif, bmp, png of tiff op te geven. Je krijgt de resultaten dan gepresenteerd in de vorm van tekstlinks naar de gevonden afbeeldingen. Wil je liever direct een kleine versie van de gevonden afbeeldingen zien, gebruik dan Googles zoekfunctie voor afbeeldingen (de link Images/Afbeeldingen in de linkerbovenhoek van je browservenster).

10. ZOEKOPDRACHTEN GROEPEREN

Een zoekopdracht met OR kan, als je met veel alternatieven in één keer wilt zoeken, behoorlijk lang worden. Je kunt uw zoektermen groeperen door haakjes te gebruiken.

Voorbeeld:

("Vincent van Gogh" OR Rembrandt) images

Resultaat:

Webpagina's met *afbeeldingen* van het werk van *Vincent van Gogh*en/of *Rembrandt*.

Het gebruik van haakjes werkt ook met de commando's *site: en filetype:*, maar je moet deze commando's herhalen voor elke website of elk bestandsformaat dat je wil (door)zoeken.

Voorbeeld:

"social media" (filetype:doc OR filetype:pdf)

Resultaat:

Verwijzingen naar *Worddocumenten* en *pdf-bestanden* over *social media*.

11. GOOGLE ADVANCED SEARCH GEBRUIKEN

Met [Google Advanced Search](#) kun je nagenoeg hetzelfde als met de commando's die hierboven aan de orde kwamen. De pagina biedt een paar opties die niet in commando's te vangen zijn, waaronder:

- *Language/Taal*: je kunt aangeven in welke taal jouw zoekresultaten geschreven moeten zijn.

De schermen voor *Advanced Search* van [Google Books](#) en [Google Scholar](#) wijken af van het scherm voor *Advanced Search* van de 'gewone' Google, maar de (extra) mogelijkheden wijzen zich vanzelf.

12. SPELLING

Aan hoofd- en kleine letters besteedt Google geen aandacht. De zoekopdracht *White House* geeft dezelfde resultaten als de zoekopdracht *white house*. Punten en komma's worden door Google ook genegeerd: *prof. Jackson* geeft dezelfde resultaten als *prof Jackson*. Een *apostrof* (') wordt door Google *niet* genegeerd.

Als Google in jouw zoekopdracht een verbindingsstreepje tegenkomt, zoekt Google op:

- jouw zoekterm met het verbindingsstreepje (part-time, non-profit), *en*
- jouw zoekterm zonder het verbindingsstreepje en zonder spatie (parttime, nonprofit), *en*
- jouw zoekterm zonder het verbindingsstreepje, maar met spatie (part time, non profit).

13. TAAL EN LAND

De taal die jij kiest, is van belang. Als je *history* als zoekterm gebruikt, krijg je andere zoekresultaten dan wanneer je zoekt met *geschiedenis*. Als je informatie over het aidsvirus zoekt, dan moet je er rekening mee houden dat *aids* in het Engels ook *hulpmiddelen* betekent!

Wanneer je zoekt via het Nederlandse google.nl dan krijg je andere zoekresultaten dan via het internationale google.com. Dat komt doordat Google aan *geotargeting* doet: het probeert de zoekresultaten af te stemmen op jouw omgeving.

Als je informatie zoekt over onderwerpen die Nederland overstijgen, doe je er daarom goed aan om google.com te gebruiken. Als je zeker wil weten dat je niet tóch op een 'lokale' Google belandt, voeg dan aan de link de letters ncr (*no country region*) toe: www.google.com/ncr. Om niet-Engelstalig materiaal te vinden, kan het goed zijn juist *wel* een lokale Google te gebruiken.

14. ALTERNATIEVEN VOOR GOOGLE

Als je met Google zoekt, doorzoek je *niet* het gehele internet. Je doorzoekt *uitsluitend* de websites en -pagina's die door Google zijn geïndexeerd.

Doordat elke zoekmachine eigen methodes gebruikt, kunnen de zoekresultaten per zoekmachine verschillen. Het kan daarom de moeite lonen om naast Google ook andere zoekmachines in te schakelen.

Via [Dogpile](#) zet je met één zoekopdracht twee zoekmachines aan het werk: Google en Yahoo.