

إلى حصر و تحليل محركات البحث الدلالية على الإنترنت، و توزيعها موضوعيا و زمنيا و جغرافيا و نوعيا و حسب الإتاحة، و تحديد الإمكانيات البحثية التي تدعمها الفئات المختلفة منها، و مصادر المعلومات المعتمدة عليها و طبيعة النتائج و أساليب التعامل معها، و تحديد الخدمات التفاعلية التي توفرها المحركات الدلالية موضوع الدراسة، و ذلك من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، و أظهرت الدراسة حداثة ظهور محركات البحث الدلالية، حيث تركز ظهورها خلال عامي 2009 و 2010، حيث ظهر خلالهما 24% من المحركات الدلالية، بلغ عدد المحركات الدلالية النوعية العامة 26 محركا دلاليا، تليها محركات بحث الوسائط المتعددة بنسبة 12%، ثم محركات بحث الأسئلة و محركات الويكي بنسبة 6% لكل منهما، ثم محركات بحث المواقع الإخبارية، ثم محركات البحث الدلالية الخاصة بالبحث في مواقع الجامعات و التويتر، مع الزيادة الهائلة في حجم المعلومات الرقمية، و عدم قدرة العديد من المستفيدين على التعبير بدقة عن احتياجاتهم البحثية، لم تعد محركات البحث التقليدية قادرة على التي تسعى إلى Semantic serps التعامل مع تلك المعلومات و استرجاعها بشكل فعال، لذلك ظهرت محركات البحث الدلالية . جعل المعلومات الرقمية قابلة للفهم و الاستيعاب ليس فقط من جانب البشر و إنما كذلك من جانب المحركات