

В. Байков



ИНТЕРНЕТ

Поиск информации
Продвижение сайтов



WWW PRICE RU

ВСЕГДА ПОД РУКОЙ!

Владимир Байков

ИНТЕРНЕТ:

поиск информации
и продвижение сайтов



Дюссельдорф ♦ Киев ♦ Москва ♦ Санкт-Петербург

В книге рассматриваются две взаимосвязанные технологии — поиск информации и продвижение (раскрутка) сайтов. Изложение указанных вопросов основывается на достаточно детальном описании структуры документов Интернета на базе языка разметки гипертекстов, а также основных принципов работы поисковых серверов, без знания которых невозможен ни эффективный поиск информации в Интернете, ни эффективное рекламирование сайтов. Автор также детально анализирует некоторые распространенные ошибочные стратегии рекламирования сайтов.

Значительное внимание в книге уделено мало освещенным в современной отечественной и переводной литературе вопросам — поиску и рекламированию документов Интернета через сервисы электронной почты, что особенно актуально в связи с реальным переходом на повременную форму оплаты телефонных услуг.

Для широкого круга читателей

Группа подготовки издания:

Главный редактор	<i>Екатерина Кондукова</i>
Зав. редакцией	<i>Наталья Таркова</i>
Редакторы:	<i>Татьяна Кручинина, Владимир Овчинников</i>
Компьютерная верстка:	<i>Натальи Смирновой, Ольги Сергиенко</i>
Корректор	<i>Наталья Першакова</i>
Дизайн обложки	<i>Ангелины Лужиной</i>
Зав. производством	<i>Николай Тверских</i>

Байков В. Д.

Интернет: поиск информации и продвижение сайтов. —
СПб.: БХВ — Санкт-Петербург, 2000. — 288 с.: ил.

ISBN 5-8206-0095-9

© В. Д. Байков, 2000

© Оформление, издательство "БХВ — Санкт-Петербург", 2000

Лицензия ЛР № 065953 от 15.06.98. Подписано в печать 22.06.00.

Формат 60×90^{1/16}. Печать офсетная. Усл. печ. л. 18.

Тираж 3000 экз. Заказ

"БХВ — Санкт-Петербург", 198005, Санкт-Петербург, Измайловский пр., 29.

Гигиеническое заключение на продукцию, товар, № 77.99.1.953.П.950.3.99
от 01.03.1999 г. выдано Департаментом ГСЭН Минздрава России.

Отпечатано с готовых диапозитивов
в Академической типографии "Наука" РАН.
199034, Санкт-Петербург, 9-я линия, 12.

Содержание

Введение	5
Глава 1. Структура Web-документов	7
1.1. Общая структура Web-документа	11
Обязательные метки	13
Блочные элементы разметки	13
Горизонтальные разделительные линии	17
1.2. Шрифтовые выделения и списки	17
Списки	19
1.3. Организация таблиц	26
Основные элементы таблицы	26
1.4. Гипертекст, якоря и гиперссылки	31
1.5. Цветовая гамма и графические изображения в Web-документах	37
Цветовая гамма	37
Встраивание изображений	42
Элементы анимации текста	46
1.6. Организация фреймов	47
1.7. Навигационные карты	51
1.8. Формы	55
Пример простейшей формы	57
Как форма собирает данные	57
Основные типы элементов	58
1.9. Использование метатегов	65
Пример создания слайд-презентации	71
Глава 2. Эффективные методы поиска информации в Интернете	74
2.1. Виды информационных ресурсов и инструментов поиска	74
2.2. Тематические каталоги	83
Англоязычные каталоги	83
Русскоязычные каталоги	94
2.3. Поиск по индексным базам данных	101
Англоязычные и мультиязычные поисковые системы	101
Русскоязычные поисковые системы	108
2.4. Специализированные поисковые службы	112
2.5. Метапоиск и его возможности	124
2.6. Организация усложненного поиска	132
2.7. Особенности поиска документов на русском языке	137
2.8. Поиск специальных элементов	140
2.9. Поиск в группах телеконференций	144
2.10. Можно ли найти в Интернете новости СМИ?	159

2.11. Поиск программного обеспечения.....	165
2.12. Поиск информации в Интернете через сервисы электронной почты	173
Доступ к FTP и Archie через электронную почту	175
Поиск в WWW через электронную почту.....	182
Поиск в группах телеконференций.....	192

Глава 3. Методы продвижения сайтов в Интернете..... 197

3.1. Виды рекламы сайтов в Интернете.....	197
3.2. Основные принципы работы поисковых серверов.....	201
AltaVista.....	206
InfoSeek.....	208
Lycos.....	209
WebCrawler.....	210
HotBot.....	211
Northern Light.....	212
Google.....	212
Апорт.....	214
3.3. Выбор метатегов — основа саморекламы сайтов.....	215
3.4. Техника поиска бесплатных списков регистрации.....	233
3.5. Реклама в телеконференциях и списках рассылки.....	240
3.6. Популярные "трюки" раскрутки сайтов и их разоблачение.....	253
3.7. Как правильно раскрутить сайт?	262

Мы не в силах повысить качество

Вашего Интернет-соединения...

Но мы можем повысить эффективность его работы



ReGet оптимизирован для работы
на российских телефонных линиях.
Ему не страшны обрывы связи,
плохие каналы, загруженные серверы.
ReGet – надежный попутчик
в путешествиях по Сети.

Скачай себе бесплатную версию

www.reget.com

Введение

Ни с чем не сравнимая скорость развития Интернета как с точки зрения количества пользователей и компьютеров, входящих в Сеть, так и с точки зрения роста числа документов Сети ставит ряд задач, связанных с эффективным поиском информации и эффективным рекламированием (продвижением, раскруткой) вебсайтов в Интернете. Другими словами, надо не потерять в Сети нужную информацию и не потеряться там самим с созданными вами Web-сайтами, т. е., как говорится, и на других посмотреть, но и себя суметь показать. А посмотреть в Интернете есть на что — около 500 миллионов документов находится там сегодня, и число их ежегодно удваивается.

Как же эффективно искать информацию и как помочь в ее поиске тем, кто в ней может быть заинтересован? Конечно, определяющую роль тут играют различные поисковые серверы. Число их постоянно растет, становятся более разнообразными и виды их услуг. Простейшие виды поиска информации и продвижения сайтов, не требующие ни особых навыков, ни специальных знаний, ушли в безвозвратное прошлое. Такие приемы могли эффективно работать только тогда, когда число документов Сети составляло десятки или сотни тысяч. Тогда даже и в регистрации сайтов особой необходимости не было: поисковые серверы сами "прочесывали" весь Интернет и, обнаружив новый сайт, вносили его в свои базы данных. Сейчас дело совсем иное: ни один поисковый сервер не может гарантировать, что в нем представлены все или, по крайней мере, большая часть документов Интернета.

Если попытаться отыскать сейчас в Интернете нужную информацию по одному-двум словам поиска (ключевым словам), то в ответ вы скорее всего получите миллионы если не десятки миллионов адресов документов. Значит, нужны более тонкие механизмы поиска, учитывающие структуру самих документов и их особенности. Это же нужно учитывать и при продвижении Web-сайтов в Интернете.

Следовательно, без знания принципов построения самих документов Сети и без изучения особенностей работы поисковых серверов ни эффективного поиска информации, ни эффективного продвижения сайтов реализовать нельзя. Поэтому структура книги и следует логике изучения материала. Вначале излагается язык разметки гипертекстов — HTML, на базе которого строится подавляющее большинство документов Интернета. Затем последовательно описывается техника поиска различного вида информации. После чего излагаются виды продвижения сайтов в Интернете.

Глава 1



Структура Web-документов

Разнообразие внешнего вида Web-документов наверное сравнимо только с разнообразием обложек журналов, газет и рекламы: здесь различные шрифты, иллюстрации, анимационные фигуры и пр. Кроме того, можно увидеть и специфические только для документов Интернета разнообразные интерактивные формы, предназначенные для заполнения пользователем и отправки их обратно на сервер. Образцы оформления Web-документов представлены на рис. 1.1—1.5.

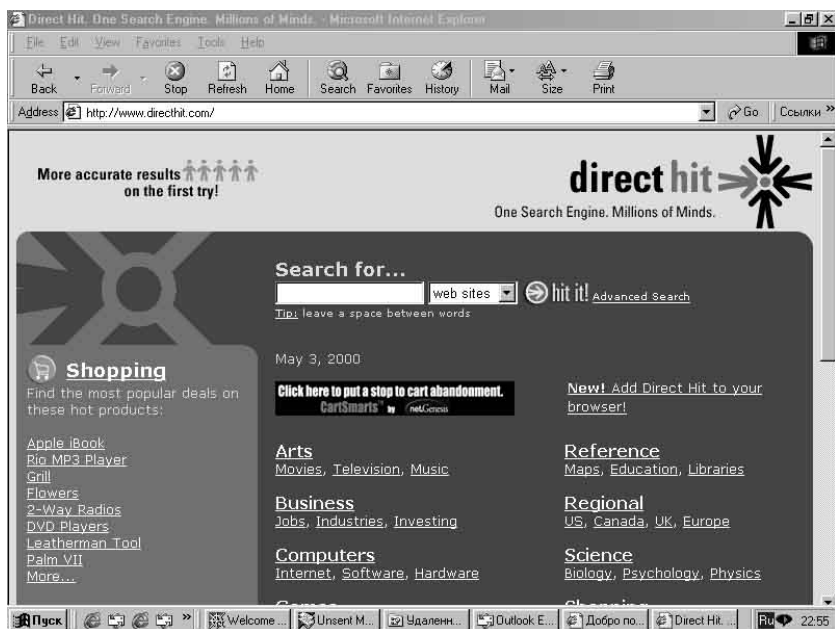


Рис. 1.1. Пример оформления каталога DirectHit

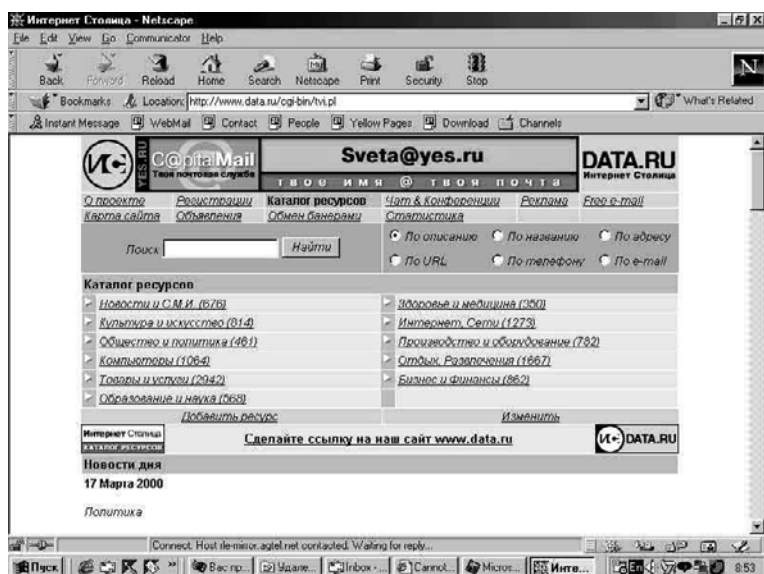


Рис. 1.2. Пример оформления русскоязычного поискового сервера

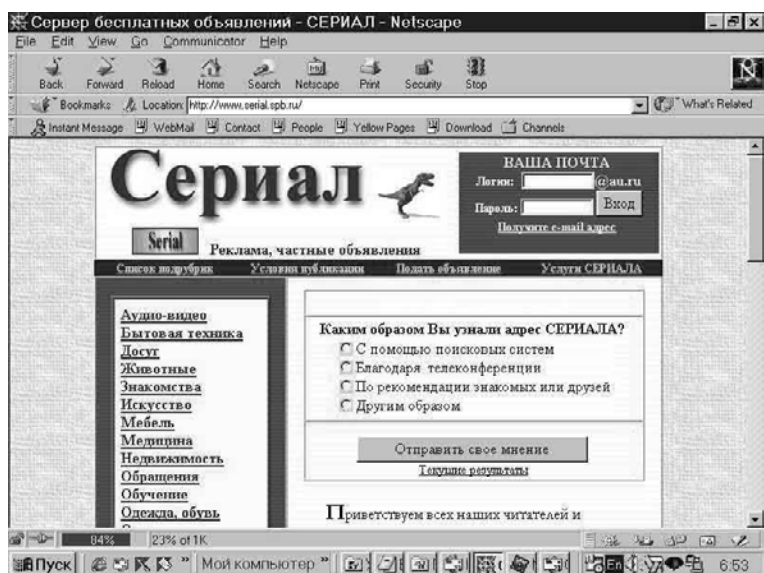


Рис. 1.3. Бизнес-сайт, предоставляющий бесплатные услуги в русскоязычной части Сети

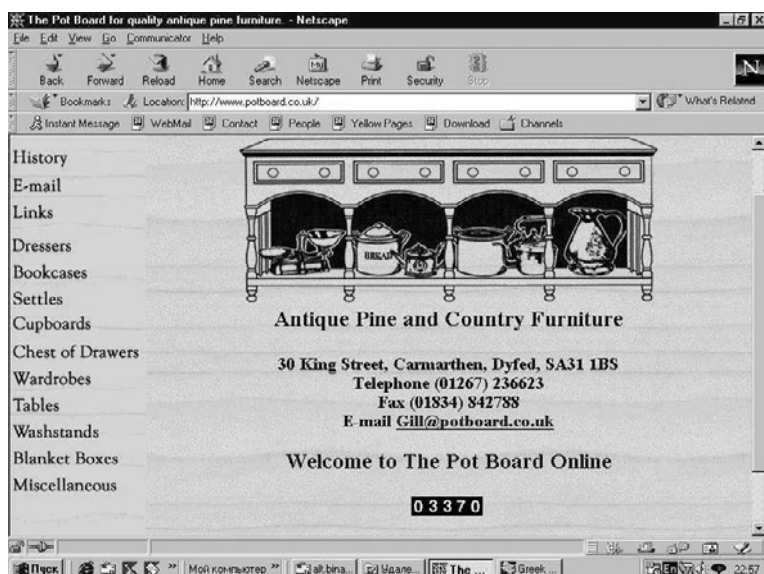


Рис. 1.4. Выставка-продажа антиквариата

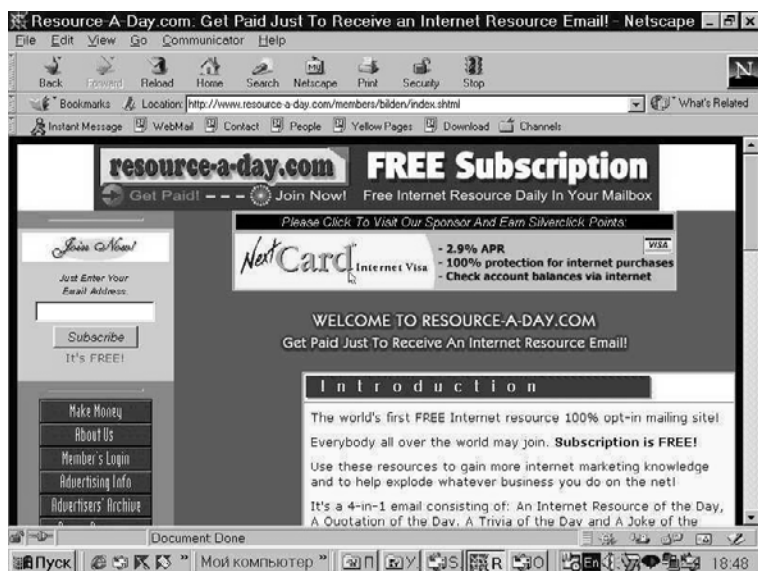


Рис. 1.5. Пример сайта, предлагающего бесплатные услуги по размещению рекламы в Интернете

Самое удивительное, что все эти документы строятся на базе единого, и притом довольно простого языка HTML — языка разметки гипертекстов. "Изнанка" всех документов выглядит примерно так, как показано на рис. 1.6.

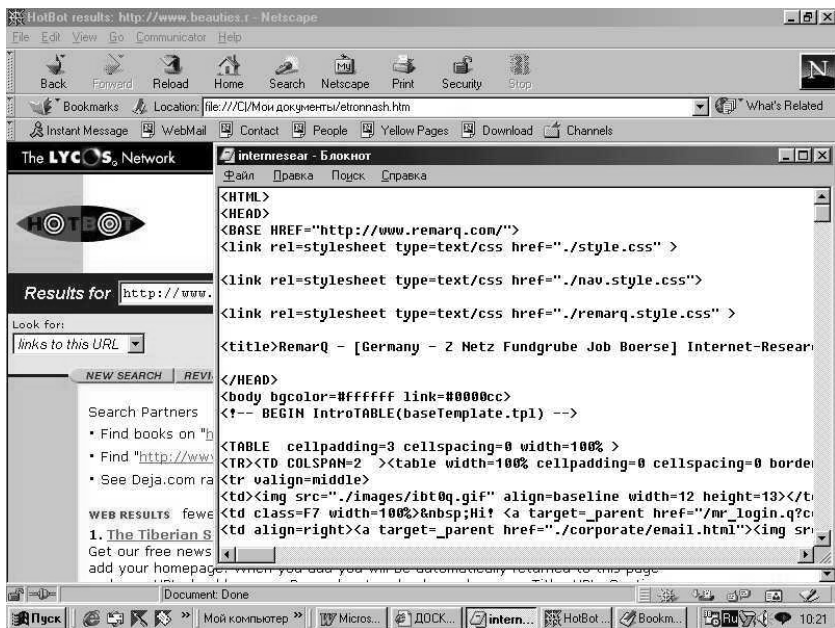


Рис. 1.6. Внешний вид Web-документа и его "изнанка"

На заднем плане показана лицевая сторона документа, т. е. то, что видит пользователь, а на переднем плане в черно-белом изображении — внутренняя структура документа, его рабочее представление. Вероятно, так же уныло выглядят в виде временной диаграммы импульсы сигналы телевидения, которые на экране преобразуются в яркую, подвижную, да еще и звучащую картину. Для нас же самое главное с точки зрения основных целей книги не столько показать, как эти однообразные значки преобразуются в изображения, анимацию, звук, а как они влияют на методы и время поиска Web-документов в Интернете, а также как, зная их структуру, научиться эффективно продвигать и раскручивать свой Web-сайт, создание которого стоит очень и очень недешево.

1.1. Общая структура Web-документа

Сам термин *HTML* (HyperText Markup Language) означает *язык разметки гипертекстов*. Это действительно в первую очередь язык разметки, а не язык программирования, поэтому все, кто имеет отношение к редакционно-издательской деятельности, осваивают его сравнительно легко и быстро.

Язык HTML будет интересовать нас не сам по себе, а, главным образом, с точки зрения овладения эффективными технологиями поиска информации и рекламирования Web-сайтов в Интернете. Для этих целей доскональное знание структуры Web-документации, которая строится на базе языка HTML, просто необходимо.

Web-документ — это текстовый файл с расширением .htm или .html. Пример простого Web-документа:

```
<html>
    <head>
        <title>
Пример 1
        </title>
    </head>
    <body>
        <h1>
Первое знакомство
        </h1>
        <p>
Пример Web-документа.
        <p>
</body>
</html>
```

Для удобства чтения на этапе составления и отладки вводятся переводы строки, которые затем с целью экономии, а также сохранения авторской тайны, т. е. know-how, могут быть устранены. Сами же браузеры просто игнорируют символы конца строки и множественные пробелы в HTML-файлах. Поэтому данный пример вполне мог бы выглядеть вот так: