

# Введение

Еще несколько лет назад бытовало такое мнение: в Интернете есть все, но найти там ничего невозможно. Однако с появлением и быстрым развитием поисковых машин (они же — поисковые процессоры, автоматические индексы, поисковые серверы или просто поисковики) ситуация изменилась, и теперь в Сети срочно понадобившуюся информацию иногда можно найти быстрее, чем в книге, лежащей на вашем рабочем столе.

Конечно, даже в необъятном Интернете нужная вам информация может *иметь место быть* только в том случае, если кто-то взял на себя труд оцифровать ее и разместить на одном из сайтов. Кроме того, ссылка на Web-страницу с нужными вам данными должна попасть в *поисковый каталог* или *базу данных поисковой машины*. О тех и других мы подробно расскажем в нашей книге, а пока отметим следующий приятный факт: для пользователей услуги поиска предоставляется бесплатно. Однако за счет показа вместе с результатами поиска *контекстной* (и потому весьма эффективной) рекламы компании, “бескорыстно” предоставляющие эту услугу, получают немалую (а точнее — огромную) прибыль. Компания Google, специализирующаяся на поиске, за семь лет превратилась в одну из крупнейших медиа-компаний мира.

Ежемесячно на страницах портала Yahoo! (который одновременно является крупным поисковым сервером) бывает свыше 140 миллионов зарегистрированных посетителей (для сравнения — число российских пользователей Интернета примерно в 10 раз меньше, общее число приверженцев Интернета перевалило за миллиард). Они проверяют свою электронную почту и состояние портфелей ценных бумаг, покупают через Интернет товары, заказывают услуги, ищут адреса магазинов, клубов, компаний и развлекательных учреждений. Администрация Yahoo! считает, что ее поисковый Web-узел обладает некоторым преимуществом перед своим ближайшим конкурентом, информационно-поисковой системой (ИПС) Google. Однако ИПС Yahoo! и Google предназначены прежде всего для пользователей из США и Канады, затем — для жителей Западной Европы и только потом — для граждан остальных стран.

### **Почему именно Яндекс**

В нашей книге описывается ИПС Яндекс (Yandex). На то есть ряд причин. Перечислим главные из них.

- Сегодня поисковик Яндекс проиндексировал наибольшее число Web-страниц русскоязычного сектора Сети и стал самым популярным среди пользователей стран СНГ.
- Как правило, Яндекс обеспечивает более высокую релевантность поиска, чем другие ИПС.
- Яндекс хорошо “знает” русский язык и умеет проводить так называемый “морфологический” поиск, т.е. ищет не только документы, содержащие введенные пользователем слова запроса, но их производные.
- Яндекс предлагает службы, отсутствующие у других русскоязычных ИПС (например, отдельно проводит поиск в сетевых дневниках и на форумах).
- Яндекс работает быстро и надежно.

### **Почему только Яндекс**

В мире существует несколько тысяч ИПС. Яндекс — лишь одна из них. У него есть ряд преимуществ, но ни один поисковый узел не в состоянии просмотреть все страницы Интернета. Яндекс проиндексировал свыше миллиарда в основном русскоязычных страниц, еще больше осталось вне пределов его внимания. Свет не сошелся клином на Яндексе, во многих случаях более эффективными могут оказаться другие ИПС.

Тем не менее мы описываем здесь Яндекс и только Яндекс. Представим следующие оправдания этому решению.

- Достаточно подробный обзор наиболее известных в мире ИПС уже сделан нами в книге “Поиск в Internet” (“Диалектика”, 2004).
- В книге, посвященной проблеме поиска информации в Интернете в целом, нельзя подробно рассмотреть возможности ни одной конкретной ИПС, из-за чего некоторые полезные сведения остаются за рамками книги.
- Как правило, несмотря на обилие ИПС, пользователь предпочитает обращаться к услугам лишь одной-двух из них (точно так же, как при обилии газет или новостных сайтов мы регу-

лярно просматриваем лишь некоторые, привычные и любимые). Самая популярная во всем мире ИПС Google уже была подробно описана в книге “Google: эффективный поиск” (“Диалектика”, 2006). Но, по оценкам аналитиков, на просторах бывшего СССР чаще используется ИПС Яндекс.

- Научившись пользоваться возможностями Яндекса, вы без труда сможете грамотно задавать вопросы и другим ИПС, в том числе зарубежным, поэтому никаких трудностей в их использовании после знакомства с нашей книгой у вас не возникнет.

### **Краткая история Яндекса**

Она краткая не только потому, что мы расскажем лишь о некоторых ее моментах, но и потому, что Рунет (так часто называют русскоязычную часть Интернета) еще подросток, ему немногим более одиннадцати лет.

История компании “Яндекс” началась в 1990 году. Именно тогда в компании “Аркадия” начали разрабатывать поисковое программное обеспечение. Первые поисковые системы работали под управлением DOS (так называлась предшественница операционной системы Windows) и позволяли проводить поиск с использованием словаря и стандартных логических операторов.

В 1993 году “Аркадия” стала подразделением компании CompuTek (<http://comptek.ru>).

Название “Yandex” означает “Языковой index”. Его можно писать как Yandex и считать аббревиатурой английского словосочетания *Yet Another indexer* (“и еще один индексатор”). Однако за годы существования Яндекса возникли и другие толкования. Например, если в слове Index перевести с английского первую букву “I” как русское местоимение “я”, получится Яндекс.

Летом 1996 года разработчики поисковой системы и руководители компании CompuTek пришли к выводу, что развитие технологии поиска важнее, чем создание прикладных продуктов на ее основе. На выставке Netcom'96, 18 октября 1996 года, компания CompuTek анонсировала первые продукты серии Yandex, в частности Yandex.Site — программу, позволяющую владельцу сайта проводить поиск на его страницах. Сейчас она установлена на сотнях серверов Рунета. Собственную глобальную поисковую машину,

Yandex.Ru, компания CompTek запустила в 1997 году. Объем Рунета составлял тогда всего лишь несколько гигабайтов.

В настоящее время Яндекс — крупнейший российский портал, предлагающий пользователям все основные службы Интернета. По объему аудитории он считается самым большим ресурсом в Рунете.

К началу 2006 года ежедневная аудитория Яндекса (включая зарубежных пользователей) составляла больше 3,5 миллиона, ежемесячная — больше 22 миллионов. По состоянию на май 2006 года в индексной базе Яндекса значилось свыше 2,5 млн. сайтов, почти 900 млн. Web-страниц, общий объем проиндексированной информации превышал 22 Тбайт. С тех пор эти показатели значительно выросли.

### **Для кого предназначена эта книга**

Для всех, кто имеет хотя бы небольшие навыки работы на компьютере и столь же небольшой опыт работы в Сети. Тем, кто совершенно не знаком с Интернетом, рекомендуем вначале прочитать одну из книг, посвященных освоению возможностей Сети. Сведения о них можно найти в списке литературы, приведенном в конце книги.

### **Структура книги**

Книга состоит из двенадцати глав.

В главе 1 рассмотрены принципы функционирования поисковых машин и приведены основные термины, имеющие отношение к новой научной дисциплине — поиску в Интернете. Эту главу рекомендуется хотя бы бегло просмотреть даже тем, кто с детства испытывает отвращение ко всем теориям и особенно формулам. Тем более, что формул там практически нет.

В главах 2, 4–6 даны рекомендации по проведению поиска различного уровня сложности — от простого до визуального. В главе 3 подробно говорится о том, какую пользу можно извлечь, просматривая страницы с результатами поиска. В главе 7 рассказано о том, как можно настроить Яндекс удобным для себя способом. Глава 8 посвящена поиску с помощью Яндекса новостей, изображений, товаров, записей в сетевых дневниках (блогах) и т.д.

В главах 9–12 рассмотрены службы и программные продукты Яндекса, не имеющие непосредственного отношения к поиску информации в Интернете. Однако некоторые из них могут оказаться чрезвычайно полезными.

### Условные обозначения, принятые в книге

Новые термины, впервые упоминаемые по ходу изложения, выделяются *курсивом*. Элементы интерфейса вашего браузера, Web-узлов и ссылки на Web-страницы также выделяются особым шрифтом. Если, допустим, в меню Сервис браузера Internet Explorer нужно выбрать команду Параметры, а затем в открывшемся окне — вкладку Безопасность, все эти действия в сокращенной форме обозначаются так: Сервис⇒Параметры⇒Безопасность. Названия клавиш, которые вам нужно будет нажать, чтобы инициировать то или иное действие, приводятся в угловых скобках: <Enter>. Если несколько клавиш нужно нажать одновременно, между их названиями ставится символ “плюс”: <Alt+M>. Адреса Web-узлов и команды, которые должны быть введены с клавиатуры, выделяются моноширинным шрифтом: `www.dialektika.com`.

Кроме того, ориентироваться в материале книги вам помогут следующие обозначения.



Внимание. Предупреждение о возможных неправильных действиях пользователя. Дополнительная информация, на которую следует обратить особое внимание.



Важные рекомендации.



Новые термины, которые могут встретиться в тексте книги.

### Ждем ваших отзывов!

Вы, читатель этой книги, и есть главный ее критик и комментатор. Мы ценим ваше мнение и хотим знать, что было сделано нами правильно, что можно было сделать лучше и что еще вы хотели бы увидеть изданным нами. Нам интересно услышать и любые другие замечания, которые вам хотелось бы высказать в наш адрес.

Мы ждем ваших комментариев и надеемся на них. Вы можете прислать нам бумажное или электронное письмо, либо просто посетить наш Web-сервер и оставить свои замечания там. Одним словом, любым удобным для вас способом дайте нам знать, нравится или нет вам эта книга, а также выскажите свое мнение о том, как сделать наши книги более интересными для вас.

Посылая письмо или сообщение, не забудьте указать название книги и ее авторов, а также ваш обратный адрес. Мы внимательно ознакомимся с вашим мнением и обязательно учтем его при отборе и подготовке к изданию последующих книг. Наши координаты:

E-mail: [info@dialektika.com](mailto:info@dialektika.com)

WWW: <http://www.dialektika.com>

Информация для писем из:

России: 115419, Москва, а/я 783

Украины: 03150, Киев, а/я 152