

# Google

## ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОИСК

В. С. Гусев

### КРАТКОЕ РУКОВОДСТВО

ЛАКОНИЧНО,  
ДОСТУПНО,  
ЭФФЕКТИВНО!

[www.dialektika.com](http://www.dialektika.com)



# КРАТКОЕ РУКОВОДСТВО

# Google

## эффективный поиск

1. Александров В. В. Интернет в Excel. Краткое руководство
2. Луоз В. С. Интернет: работа, компьютер, бизнес. Краткое руководство
3. Луоз В. С. Основы Интернета. Краткое руководство
4. Купцова Е. А., Мислов Е. А. MSN. Краткое руководство
5. Мельник О. А., Мислов Е. А. MSN. Краткое руководство
6. Мельник О. А., Мислов Е. А. MSN. Краткое руководство
7. Мельник О. А., Мислов Е. А. MSN. Краткое руководство
8. Мельник О. А., Мислов Е. А. MSN. Краткое руководство
9. Степанов О. С. Сетевые ресурсы и сервисы. Краткое руководство
10. Сидоров А. П. Ресурсы Интернета и основы электронной коммерции. Краткое руководство
11. Мислов Е. А., Мислов Е. А. MSN. Краткое руководство
12. Мислов Е. А., Мислов Е. А. MSN. Краткое руководство

## Книги серии “Краткое руководство”

Книги этой серии ориентированы для тех пользователей, которые хотят быстро и эффективно освоить то или иное приложение или компьютерную технологию. Серия предназначена для читателей, желающих получить базовые знания в некоторой области программных средств и технологий, опираясь на уже имеющийся у них опыт работы на компьютере. Общая схема каждой книги представляет собой поэтапное практическое руководство по достижению некоторой конкретной цели. Изложение материала базируется на предоставлении лишь действительно необходимого читателю объема технической информации, что гарантирует сведение затрат времени на освоение продукта к минимуму. В книгах этой серии нет специальных практических заданий или упражнений, поскольку предполагается, что их чтение будет происходить непосредственно за компьютером, где читатель сможет сразу же выполнить все предложенные в книге действия и убедиться в получении желаемого результата.

1. *Александров В.В.*, Диаграммы в Excel. Краткое руководство
2. *Гусев В.С.*, Internet: учеба, работа, полезные ресурсы. Краткое руководство
3. *Гусев В.С.*, Освоение Internet. Краткое руководство
4. *Курбатова Е.А.*, Microsoft Excel 2003. Краткое руководство
5. *Меженный О.А.*, Microsoft Office 2003. Краткое руководство
6. *Меженный О.А.*, Microsoft Word 2003. Краткое руководство
7. *Меженный О.А.*, Windows 98. Краткое руководство
8. *Меженный О.А.*, Windows XP. Краткое руководство
9. *Степаненко О.С.*, Сканеры и сканирование. Краткое руководство
10. *Сергеев А.П.* Раскрутка сайтов и основы электронной коммерции. Краткое руководство
11. *Тимошок Т.В.*, Microsoft Access 2002. Краткое руководство
12. *Тимошок Т.В.*, Microsoft Access 2003. Краткое руководство

## КРАТКОЕ РУКОВОДСТВО

# Google

## ЭФФЕКТИВНЫЙ ПОИСК

**В.С. Гусев**



**ДИАЛЕКТИКА**

Москва ♦ Санкт-Петербург ♦ Киев  
2006



ББК 32.973.26-018.2.75

Г96

УДК 681.3.07

Компьютерное издательство "Диалектика"

Зав. редакцией *А.В. Слепцов*

По общим вопросам обращайтесь в издательство "Диалектика"  
по адресу: [info@dialektika.com](mailto:info@dialektika.com), <http://www.dialektika.com>  
115419, Москва, а/я 783, 03150, Киев, а/я 152

**Гусев, В.С.**

Г96 Google: эффективный поиск. Краткое руководство. — М.:  
Издательский дом "Вильямс", 2006. — 240 с.: ил.

ISBN 5-8459-0901-5 (рус.)

В книге подробно описаны методы и приемы работы с популярной на сегодняшний день информационно-поисковой системой Google. Приведены основные сведения о поисковых машинах и даны определения часто используемых терминов, относящихся к поиску информации в Internet. Подробно рассмотрены все возможности Google — от поиска текстов, изображений, товаров, новостей, спутниковых фотографий до ведения сетевого дневника (блога) и популяризации с помощью Google собственного сайта.

Книга предназначена для тех, кто уже имеет небольшой опыт работы на компьютере и в Internet, но еще не умеет правильно искать в Сети необходимую информацию. Те, кто уже имеет небольшой опыт поиска информации в Internet, также найдут для себя в книге немало интересного. Руководители компаний, менеджеры и бизнесмены, инженеры и техники, студенты и школьники, желающие научиться эффективно использовать многочисленные возможности Google, — всем будет интересно прочитать эту книгу.

**ББК 32.973.26-018.2.75**

Все названия программных продуктов являются зарегистрированными торговыми марками соответствующих фирм.

Никакая часть настоящего издания ни в каких целях не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, будь то электронные или механические, включая фотокопирование и запись на магнитный носитель, если на это нет письменного разрешения издательства "Диалектика".

Copyright © 2006 by Dialektika Computer Publishing.

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

ISBN 5-8459-0901-5 (рус.)

© Компьютерное изд-во "Диалектика", 2006,  
текст, оформление, макетирование

# Оглавление

<b>Введение</b>	<b>11</b>
<b>Глава 1. Google — краткая история, возможности и особенности</b>	<b>15</b>
<b>Глава 2. Поиск для нетерпеливых</b>	<b>25</b>
<b>Глава 3. Терминология и немного теории</b>	<b>39</b>
<b>Глава 4. Первоначальная настройка</b>	<b>55</b>
<b>Глава 5. Поиск для терпеливых</b>	<b>67</b>
<b>Глава 6. Тематический поиск</b>	<b>103</b>
<b>Глава 7. Программные средства Google</b>	<b>143</b>
<b>Глава 8. Лаборатории Google</b>	<b>191</b>
<b>Глава 9. Платные услуги</b>	<b>207</b>
<b>Глава 10. Популяризация сайта с помощью Google</b>	<b>219</b>
<b>Заключение</b>	<b>225</b>
<b>Список литературы</b>	<b>227</b>
<b>Предметный указатель</b>	<b>229</b>

# Содержание

<b>Введение</b>	11
<b>Глава 1. Google — краткая история, возможности и особенности</b>	15
Краткая история	15
Старые возможности и новые проекты	16
Старые возможности	16
Новые проекты	17
Скрытые возможности Google	22
Недостатки Google	22
Резюме	23
<b>Глава 2. Поиск для нетерпеливых</b>	25
Домашняя страница Google	25
Поиск в Web	28
Анализ результатов поиска	29
Поиск изображений	33
Простой поиск	33
Расширенный поиск	34
Резюме	37
<b>Глава 3. Терминология и немного теории</b>	39
Как работают поисковые машины	39
Алгоритмы поиска	43
Полнота и точность поиска	46
Релевантность	47
Коэффициенты полноты и точности	47
Единица поиска, стоп-слова и другие термины	49
Проблема кодировок	50
Резюме	53

<b>Глава 4. Первоначальная настройка</b>	55
Общие настройки	55
Языковые инструменты	59
Google как ваш персональный портал	60
Регистрация на Google	62
Google на вашем компьютере	64
Google как стартовая страница	65
Резюме	65
<b>Глава 5. Поиск для терпеливых</b>	67
Расширенный поиск	67
Сложный поиск	72
Проблема морфологического поиска	77
Варьирование запросов	79
Поиск с помощью каталога	83
Преимущества и недостатки каталогов	83
Открытый каталог	84
Особенности поиска в каталоге	85
Поиск в группах новостей	87
Что такое группы новостей	87
Как найти нужную конференцию	89
Поиск в материалах конференций	93
Резюме	100
<b>Глава 6. Тематический поиск</b>	103
Поиск новостей	103
Знакомство с новостями, отобранными Google	104
Самостоятельный поиск новостей	105
Новости электронной почтой	106
Поиск товаров	109
Автоматический поиск товаров	110
Поиск товаров в каталогах	112
Расширенный поиск товаров	115
Поиск для ученых и учащихся	116

Поиск текстов книг	121
Поиск географических карт	123
Спутниковые фотографии	123
Фотографии Луны	127
Специальный поиск	128
Поиск университетов (University Search)	128
Правительство США	129
Компьютеры и программирование	129
Общественные услуги	129
Локальный поиск... но не для всех	129
Google на вашем мобильнике	130
Полезные мелочи	132
Калькулятор	133
Определения терминов	134
Форматы файлов	135
Телефонная книга	137
Прямые вопросы	137
Предварительная загрузка результатов	139
Поиск по номеру	139
Проверка орфографии	139
Биржевые котировки	140
Карта города	140
Летайте самолетами...	140
Ссылки на ваш сайт	141
Погода... но только в США	141
Резюме	141
<b>Глава 7. Программные средства Google</b>	<b>143</b>
Дневники	144
Создание блога	145
Ведение публичного дневника	150
Форматы ведения дневников	154
Изменение параметров дневника	154
Редактирование шаблона	160
Просмотр собственного блога	160

Редактирование профиля	161
Коды программ	163
Поиск на собственном компьютере	163
Ваши фотографии в Сети: Picasa и Hello	172
Picasa	172
Hello	173
Hello + Blogger	175
Земля Google	175
Панель инструментов Google на вашем компьютере	177
Загрузка	178
Поиск с помощью панели расширения	181
Вкладка Настройки	184
Настройка панели расширения	186
Перевод на другой язык	188
Резюме	189
<b>Глава 8. Лаборатории Google</b>	<b>191</b>
Панель расширения Google для Firefox	192
Персонализированный поиск Google	192
Google Video	196
Акселератор Google	199
Ride Finder	200
Подсказка Google	200
Особенности сайта	202
Беспроводная служба Froogle	203
Наборы Google	203
Примите участие в научных исследованиях вместе с Google	205
Резюме	206
<b>Глава 9. Платные услуги</b>	<b>207</b>
Рекламные программы Google	207
Рекламные ссылки	208
Google AdSense	211



Платные ответы	214
Резюме	217
<b>Глава 10. Популяризация сайта с помощью Google</b>	219
Как попасть в индекс Google	219
Как заманить паука	221
Как попасть в каталог Google	222
Как попасть в лидеры	222
Резюме	223
<b>Заключение</b>	225
<b>Список литературы</b>	227
<b>Предметный указатель</b>	229

# Введение

По оценкам аналитиков компании Yahoo Inc., емкость рынка поисковых услуг в Internet по состоянию на начало 2004 года составляла примерно \$3 млрд и в ближайшие пять лет может увеличиться до \$11 млрд. При этом пользователи все чаще станут искать в сети местные новости и информацию о товарах и услугах.

Ежемесячно на страницах портала Yahoo! (который одновременно является крупным поисковым сервером) бывает свыше 140 млн зарегистрированных посетителей (для сравнения — общее число российских пользователей Internet примерно в 10 раз меньше). Они проверяют свою электронную почту и состояние портфелей ценных бумаг, покупают через Internet 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! предназначена прежде всего для пользователей из США и Канады, затем — для жителей Западной Европы, и только потом — для граждан остальных стран.

## Почему именно Google

В нашей книге описывается ИПС Google. На то есть ряд причин. Перечислим главные из них.

- На сегодняшний день поисковик Google проиндексировал наибольшее число Web-страниц (свыше 8 млрд). Это значит, что вероятность найти нужный документ с помощью Google выше.
- Как правило, Google обеспечивает более высокую релевантность поиска, чем другие ИПС.
- Google хорошо “знает” русскоязычный сектор Internet и зачастую выдает большее количество ссылок, чем “три кита поиска в Рунете” — ИПС Яндекс, Рамблер и Апорт.

- Google предлагает службы, отсутствующие у других ИПС (например, поиск в группах новостей).
- Google работает быстро и надежно.

## Почему только Google

В мире существует несколько тысяч ИПС. Google — лишь одна из них. У нее есть ряд преимуществ, но ни один поисковый узел не в состоянии просмотреть все страницы Internet. Google проиндексировал свыше 8 млрд страниц, еще больше осталось вне пределов его внимания. Свет не сошелся клином на Google, во многих случаях более эффективными могут оказаться другие ИПС.

Тем не менее мы описываем здесь Google и только Google. Оправдания этому решению следующие.

- Достаточно подробный обзор наиболее известных в мире ИПС уже сделан нами в книге “Поиск в Internet” (“Диалектика”, 2004).
- Google стал законодателем мод; многие другие ИПС не только начали использовать алгоритмы, впервые примененные поисковиком Google, но даже дизайн своей домашней страницы сделали похожим, поэтому никаких трудностей в их использовании после знакомства с нашей книгой у вас не возникнет.
- В книге, посвященной проблеме поиска информации в Internet в целом, невозможно 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 регулярно просматриваем лишь некоторые, привычные и любимые).
- Google — наиболее популярная ИПС в странах СНГ, и даже российские пользователи, в распоряжении которых имеются Яндекс, Рамблер и Апорт, зачастую начинают поиск с Google.
- Google стал явлением культуры. На Западе даже появился новый глагол *to google*, эквивалентом которого может служить неологизм “гуглить”, означающий “искать в Internet с помощью Google”.

## Для кого предназначена эта книга

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

## 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

# Google — краткая история, возможности и особенности

## Краткая история

Компания Google была основана в 1998 году, ее совладельцами стали Сергей Брин (Sergey Brin) и Ларри Пэйдж (Larry Page). Название компании образовано от слова “гугол” (googol), которое обозначает число, представляющее собой единицу со 100 нулями ( $10^{100}$ ). Работа над поисковой системой нового типа была начата Сергеем и Ларри двумя годами ранее, в 1996 году. В ее основе лежат разработанный ими еще во время учебы в Стэнфордском университете алгоритм ранжирования Web-страниц PageRank, а также алгоритм HITS (hyperlink induced topic search). Первый из них определяет важность каждого включаемого в результаты поиска документа, основываясь на количестве ссылок на него с других Web-сайтов, второй определяет важность документа в контексте конкретной темы.

Использованные алгоритмы оказались очень эффективными — *релевантность* результатов поиска (т.е. их соответствие тому, чего ожидает пользователь) оказалась более высокой, чем у конкурирующих систем. Кроме того, аппаратное обеспечение Google представляет собой сеть относительно недорогих компьютеров, размещенных в разных странах. Так, например, житель Украины, набрав в строке адреса своего браузера [www.google.com](http://www.google.com), попадает на “свой” поисковый сайт [www.google.com.ua](http://www.google.com.ua), с которым может общаться на английском, русском или украинском языках. Всего по состоянию на середину 2005 года Google поддерживал 112 локальных доменов и 105 языков.



В августе 2004 года Google вышел на рынок акций. Менее чем за год стоимость его акций выросла более чем вдвое, а прибыль за год — почти на 500%. В середине 2005 года по стоимости акций Google вышел на первое место среди медиакомпаний, обогнав даже Time Warner.

Компания Google продолжает развиваться. Она предлагает своим пользователям все новые сервисы и начинает новые крупномасштабные проекты. Коротко они описаны в следующих разделах.

## **Старые возможности и новые проекты**

Мы назвали их “старые”, потому что, во-первых, Google предлагал их почти с самого начала своей короткой истории. Во-вторых, большинство из этих возможностей предлагают и другие поисковые системы.

Многие из *новых* проектов реализованы на момент написания книги (середина 2005 года) только Google. Над некоторыми аналогичными проектами работают и другие команды, однако до окончания их разработки еще далеко, а сервисы Google уже доступны пользователям.

### **Старые возможности**

Насколько можно судить по локализованному для русскоязычных пользователей интерфейсу домашней страницы Google (она подробно описана нами в главе 2), эта ИПС позволяет искать:

- информацию в Web любого рода, используя мощную поисковую машину;
- изображения;
- информацию в группах новостей;
- информацию с помощью каталога.

Кроме того, пользователь может настроить Google в соответствии со своими предпочтениями, проводить расширенный поиск, выбирать языки, на которых будет проводиться поиск.

Если вы откроете не локализованную домашнюю страницу, а самую главную, [www.google.com](http://www.google.com), то увидите, что непосредственно с нее можно провести поиск:

- новостей (ссылка News);
- товаров (ссылка Froogle);
- локально (ссылка Local); хотя эта возможность появилась недавно, мы упоминаем ее в числе “старых”, поскольку ссылка на нее удостоена чести быть представленной на домашней странице).

Все эти возможности Google будут подробно описаны в последующих главах книги.

## **Новые проекты**

### **Трехмерные цифровые карты**

Корпорация Google приобрела компанию Keyhole, занимающуюся составлением трехмерных цифровых карт местности.

Технология построения трехмерных карт, разработанная Keyhole, позволяет создавать изображения местности. При этом можно выбирать точку обзора, а также масштаб изображения. Для создания карт используются спутниковые фотографии, данные аэрофотосъемок, а также фотографии, предоставленные правительством США.

Компания Keyhole практически неизвестна широкой публике, однако ее технологии широко используются другими компаниями и информационными службами. Например, когда США вторглись в Ирак, трехмерные карты Keyhole использовались телеканалом CNN в обзорах новостей.

Теперь Google предоставляет пользователям еще и спутниковые снимки, которые, в зависимости от региона, можно увеличивать в 1–15 раз. При максимальном увеличении на них можно различить отдельно стоящие автомобили.

Поиск может осуществляться как простым перетаскиванием карты, так и по координатам или по ключевому слову (географическому имени или названию компании). В последнем случае объект ищется лишь на территории Северной Америки, прежде всего — на отображаемой в данный момент области.

### **Поиск по академическим документам**

Новая служба Google Scholar (<http://scholar.google.com>) предназначена для поиска по академическим документам, размещенным в Internet.

Она предназначена прежде всего для студентов и научных работников. После введения запроса поиск проводится только по “официальным” научным источникам, все они включены в особую базу данных. Пользователям этой службы не мешают рекламные сообщения. Компания Google, конечно, теряет какую-то прибыль, но считает это своим вкладом в науку, которой обязана своим появлением.

### **Поисковая система для книг**

Доступ к этой службе осуществляется по адресу <http://print.google.com>. При ее использовании посетители Google одновременно с результатами поиска могут видеть соответствующие запросу выдержки из книг, оформленные в виде ссылок. После щелчка на такой ссылке пользователь получит предложение приобрести заинтересовавшую его книгу в одном из Internet-магазинов (например, в крупнейшем из магазинов такого рода Amazon, [www.amazon.com](http://www.amazon.com)). Для издателей и книготорговцев, которые хотят, чтобы Google предлагал ссылки на их сайты, эта услуга бесплатна.

### **Оцифровка книг**

Это, пожалуй, наиболее амбициозный и спорный проект, он получил название Google Print и начался осенью 2004 года. Компания Google планирует просканировать миллионы книг в пяти крупнейших библиотеках мира (Общественной библиотеке Нью-Йорка и библиотеках университетов Гарварда, Стэнфорда, Мичигана и Оксфорда), опубликовать их на своем сайте и предоставить ко всем этим сокровищам открытый доступ. Книги будут проиндексированы поисковой машиной Google, благодаря чему содержащуюся в них информацию можно будет легко найти.

В частности, библиотека университета Мичигана насчитывает 7 млн книг. Компания Google планирует завершить их сканирование через шесть лет. В библиотеке Гарварда свыше 15 млн книг, однако на первом этапе она разрешила отсканировать только 40 тыс. Библиотека Нью-Йорка согласилась предоставить компании доступ лишь к не защищенным авторским правом изданиям, а библиотека Оксфорда — к книгам, которые были впервые опубликованы до 1901 года.

Однако против проекта выступила Ассоциация американских академических издателей (AAUP, <http://aaupnet.org>), счи-

тающая, что проект нарушает авторские права и подрывает экономическую основу деятельности издательств.

В ответ компания Google заявила, что к защищенным законом об авторском праве книгам открытый доступ предоставлен не будет, но будет дана библиографическая информация о них и выдержки из текстов.

Подвергся проект критике и со стороны европейцев. В частности, Французская национальная библиотека обвинила Google в субъективизме. Французы считают, что эта компания пытается навязать миру англосаксонскую и американскую точки зрения и способствует доминированию в мире английского языка, в то время как при реализации подобных проектов необходимо учитывать фактор многополярности. Администрация библиотеки призвала Евросоюз принять меры по установлению идеологического баланса и организовать собственный аналогичный проект по созданию альтернативной базы знаний, которая отражала бы мировоззрение жителей Европы. Призыв был услышан: лидеры шести европейских стран призвали совместными усилиями создать "Европейскую цифровую библиотеку", а Евросоюз одобрил реализацию этого проекта.

Так что благодаря инициативе Google в скором времени мир получит еще и крупный многоязычный информационный ресурс, который будет отражать европейское мировоззрение.

### **Телевизионные программы**

Многие телеканалы вместе с изображением передают и скрытый сопровождающий текст, который способны воспроизводить современные телевизоры. Этими текстами и пользуется новая поисковая служба Google Video. Индексируются тексты, переданные телеканалами ABC, PBS, Fox News, C-SPAN и многими другими. Кроме того, Google индексирует отдельные кадры, соответствующие текстам. Можно будет также узнать, когда телепрограмма выходила в эфир, но сами видеозаписи храниться не будут. Конечная цель проекта — индексирование всех телепрограмм. Как видите, Google начинает хранить и искать не только информацию, имеющуюся в Internet, но и промелькнувшую в телеэфире.

(Отметим в скобках, что конкурирующая компания Yahoo! также разрабатывает систему для поиска видеофрагментов. Служба Yahoo! Video Search позволит находить видеофайлы и телепрограммы, доступные через Internet.)

## **Попытка угадывания запроса**

Суть этой идеи вот в чем: когда пользователь начинает вводить запрос, Google открывает контекстное меню, в котором предлагает наиболее популярные запросы других посетителей с аналогичным началом, всего до 10. Служба Google Suggest действует при обращении к ней на многих языках, в том числе и на русском. Англоязычные запросы подвергаются фильтрации, благодаря которой из “подсказок” убираются слова и фразы, не соответствующие нормам морали. В отношении русскоязычных запросов такие фильтры пока не работают.

## **Поисковый дневник каждого пользователя**

Эта служба позволяет увидеть все прошлые запросы пользователя и их результаты. Для доступа к ней нужно зарегистрироваться по адресу <http://labs.google.com>.

Однако специалисты отнеслись к новой службе Google скептически. Они опасаются, что она облегчит жизнь мошенникам и правительству, которым теперь будет проще получить конфиденциальную информацию о пользователях. Ведь известную поговорку вполне можно перефразировать так: *скажи мне, что ты ищешь в Internet, и я скажу, кто ты.*

## **Преобразование главной страницы**

Домашнюю страницу Google можно преобразовать в подобие портала, в этом случае на ней будут представлены ссылки, отображенные пользователем. Например, непосредственно с домашней страницы можно будет просматривать новости, узнавать прогноз погоды, начинать работу с почтой и т.д.

## **Ускорение загрузки Web-страниц**

Google Web Accelerator — это ускоритель загрузки Web-страниц, использующий сеть серверов Google. Предоставляется он в виде клиентской программы, которая устанавливается на компьютер пользователя и оптимизирует загрузку Web-страниц, используя различные алгоритмы для их предварительной загрузки и кэширования в памяти компьютера пользователя с учетом его предпочтений, а также координируя свои действия с серверами Google. Последние также оптимизируют загрузку и кэшируют у себя данные на основании сведений, поступающих от клиентских программ и в результате их статистической обработки. Выгоды от использования этой

службы могут извлечь только те, кто подключается к Internet через широкополосные соединения. Кроме того, эффективно эта служба работает пока только в Северной Америке и Европе.

## **Браузер Google**

О нем на момент работы над книгой еще ничего не было известно. Однако, судя по сообщениям, промелькнувшим в прессе и в Internet, компания Google занялась разработкой собственного браузера.

Казалось бы, для чего Google пробиваться на этот до отказа заполненный “рынок” (в кавычках, потому что на сегодняшний день почти все получившие известность браузеры поставляются бесплатно)? Да потому что это — великолепное средство рекламы компании, создавшей ваш любимый браузер. Это — окно, через которое миллионы пользователей ежедневно заглядывают в Internet.

## **Расширение сферы деятельности**

Google получила лицензию от правительства Китая для полноценного выхода на Internet-рынок этой страны, считающийся вторым по объему в мире после США. По состоянию на конец 2004 года в Китае насчитывалось 94 млн пользователей Internet (сравните: в России — 14 млн), к концу 2005 года их число увеличится до 134 млн. Кроме того, Google строит планы относительно выхода на российский и другие рынки.

## **Другие возможности**

Помимо всего вышеперечисленного, Google предоставляет в ваше распоряжение:

- локальный поисковик Google Desktop Search, обеспечивающий поиск на вашем собственном компьютере;
- блокиратор всплывающих окон;
- бесплатный почтовый ящик Gmail объемом 1 Гбайт;
- систему онлайн-дневников Blogger;
- и, наверное, что-то еще, появившееся уже после выхода нашей книги.



## Скрытые возможности Google

Google может найти в Internet информацию, которую владельцы сайтов вовсе не собирались предоставлять всем желающим. Если они не обеспечили ее защиту от несанкционированного доступа должным образом, поисковый робот Google может найти такую информацию, проиндексировать ее и сделать копию, в результате чего она окажется доступна (на страницах с результатами поиска) всем желающим. Несколько раз Google приходилось участвовать в судебных разбирательствах по этому поводу.

Эта возможность Google (и других поисковых систем) активно используются хакерами, которые пытаются получить недоступные в обычном режиме данные, формулируя хитроумные запросы. Компания Foundstone даже создала специальную программу SiteDigger, которая, действуя аналогично роботам поисковых серверов, быстро перебирает многочисленные варианты запросов. Владелец сайта может легко узнать с помощью этой программы, какую конфиденциальную информацию могут получить поисковые системы, и принять необходимые меры защиты.

## Недостатки Google

Этот раздел будет состоять лишь из нескольких предложений.

Не будем говорить о нереализованных пока (никем в мире) гипотетических возможностях поиска, описанных (возможно) только в фантастических романах. В будущем вы, наверное, сможете сказать (в буквальном смысле, голосом) собственному компьютеру, что вас интересует, и ответить на его наводящие и уточняющие вопросы. (Кстати, разработка речевого ввода уже ведется в лабораториях Google.) После этого он, обратившись к поисковой системе, предоставит вам 5-6 документов (текстов, изображений, звукозаписей, новостей, телепрограмм и т.д.), среди которых вы в течение нескольких минут сможете выбрать нужный.

Если вернуться из будущего в настоящее и сравнить возможности Google с потенциалом других ИПС, можно отметить (по мнению автора) только один (но существенный) ее недостаток: Google не проводит морфологический поиск на русском языке (хотя о работе в этом направлении сообщалось неоднократно). Это означает, что результаты поиска по запросам История создания Google и Об истории создания Google будут разными (хотя в обоих

случаях вы хотите найти одни и те же документы). Но большинство документов, тем не менее, будет представлено в результатах поиска по обоим запросам. Кроме того, за счет *варьирования запроса* этот недостаток можно (в значительной мере) преодолеть. *А в четвертых*, преимущества Google столь велики, что ими можно (и нужно) активно пользоваться уже сейчас, не дожидаясь, пока разработчики разберутся в тонкостях русского языка.

## Резюме

Компания Google была основана в 1998 году. Основная отличительная особенность ее главного детища — поискового Web-узла Google — использование новых алгоритмов поиска, существенно повышающих соответствие найденных результатов запросам пользователей. Компания предлагает все службы, характерные для других поисковых ресурсов (поиск в Web, изображений, в группах новостей, в каталоге, географических карт) и такие, которые пока являются эксклюзивными (поиск телепрограмм, спутниковых карт и др.). Компания начала крупный проект по оцифровке миллионов книг, доступ к которым предполагается предоставлять бесплатно гражданам всех стран мира.

Компания быстро развивается и по уровню капитализации в середине 2005 года вышла на первое место в мире среди медиакомпаний.

Есть у этой поисковой машины и недостатки, однако, учитывая огромное количество проиндексированных Web-страниц (свыше 8 млрд) и способность проводить поиск на многих языках мира, в том числе и на русском, можно смело рекомендовать ее в качестве основной, с помощью которой можно начинать поиск информации в Internet по любому вопросу, любой теме.



# Поиск для нетерпеливых

Если вы приобрели (взяли в библиотеке, у друга и т.п.) эту книгу, значит, уже понимаете, насколько важно уметь искать информацию в Internet, и слышали о поисковом ресурсе Google — одном из лучших в Сети. Возможно, вам срочно нужно найти какие-то документы или изображения, но опыта поиска пока нет или почти нет. Тогда эта глава — для вас. Здесь описаны простые (но вместе с тем достаточно эффективные) приемы поиска, даны полезные советы и определения основных терминов, относящихся к новой для вас теме (и вообще к новой научной дисциплине — поиску информации в Internet). Поскольку книга рассчитана на начинающих пользователей, здесь даны также определения терминов, уже знакомых многим из вас.

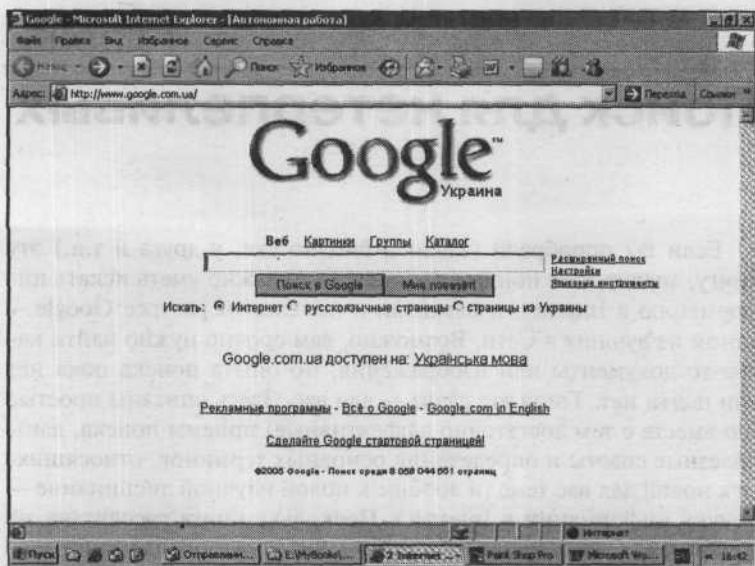
## Домашняя страница Google

Как только вы введете в поле вашего браузера (как правило, это Internet Explorer) адрес `www.google.com` и щелкнете на кнопке Переход, откроется домашняя страница Google (рис. 2.1).



*Домашней страницей* сервера называется такая страница, которая открывается по умолчанию, т.е. в случае, если пользователь указал адрес сервера, а не одной из конкретных его страниц. Иногда ее называют *начальная* или *главная* страница сервера.

Поскольку, как мы говорили, ИПС Google представляет собой ряд недорогих компьютеров, разбросанных по всему миру, то откроется *локальная* домашняя страница Google — с языком интерфейса, соответствующим государственному языку данной страны. Этот язык можно легко изменить на английский (щелкнув на ссылке `Google.com in English`), а также, в странах бывшего СССР, на русский (см. рис. 2.1).



*Рис. 2.1. Домашняя страница Google (для Украины)*

Над полем ввода слов запроса расположены четыре ссылки: Веб, Картинки, Группы и Каталог. Они позволяют пользователю подсказать ИПС Google, что именно его интересует. В большинстве случаев выбирается ссылка Веб — поиск документов и страниц с нужной информацией в WWW (World Wide Web — это “Всемирная паутина”, или просто Web).

Под полем ввода запроса расположены две большие кнопки серого цвета: Поиск в Google и Мне повезет!. После щелчка на первой из них Google проведет поиск в Web и выдаст 10 результатов на первой странице результатов поиска. Если соответствующих вашему запросу документов будет найдено больше, они будут представлены на последующих страницах с результатами поиска (об этом мы расскажем подробнее чуть позже). После щелчка на кнопке Мне повезет! будет выдан только один результат, наиболее, по мнению Google, соответствующий запросу пользователя. Иногда Google угадывает желания пользователя, иногда нет.



Google умеет искать информацию различных типов — тексты, изображения, телепередачи, товары и т.д. В нашей книге любой объект, найденный с помощью Google, мы будем для краткости называть *документ*.

Справа от поля ввода запроса расположены три ссылки: Расширенный поиск, Настройки и Языковые инструменты. В случае простого поиска, описываемого в этом разделе, эти ссылки можно не использовать. О них мы поговорим позже, в главе 4.



Под *простым поиском* понимается таковой, проводимый с наложением минимальных ограничений на результаты поиска. Количество найденных документов при таком поиске обычно велико, и самые полезные потом приходится отыскивать вручную. Благодаря изощренным алгоритмам поиска Google эффективность такого поиска остается высокой, поскольку ссылки на наиболее соответствующие запросу документы указываются в результатах запроса среди первых.

Под полем ввода запроса расположен переключатель Искать: на три (для стран СНГ) положения. Можно выбрать один из следующих вариантов: Интернет, Русскоязычные страницы, Страницы из Украины (или из другой страны СНГ). По умолчанию этот переключатель установлен в положение Интернет. В этом случае ИПС проводит поиск по сайтам всего мира. Не волнуйтесь: если запрос был сделан на русском языке, в результаты поиска будут включены в основном русскоязычные документы, а не, скажем, франкоязычные. Однако если вас интересуют, допустим, особенности налогообложения Украины, переключатель следует установить в положение Страницы из Украины.

Об оставшихся (немногих) ссылках, расположенных на домашней странице, мы поговорим позже — для простого поиска они не нужны. А сейчас мы проведем простой поиск и проанализируем его результаты.



## Поиск в Web

Допустим, нас интересует, какие документы нужны для оформления наследства. Введем в строке запроса слова, максимально соответствующие тому, что мы хотим получить, и щелкнем на кнопке Поиск в Google или на клавише <Enter>. В рассматриваемом примере мы использовали российский сервер Google (<http://www.google.ru>) и хотели получить информацию, касающуюся в основном России, для чего установили соответствующий переключатель в положении Искать в русском.



Для экономии времени нажимайте клавишу <Enter> на клавиатуре вместо кнопки Поиск на экране.



Google не различает строчные и прописные символы, так что можно вводить имена собственные как с большой, так и с маленькой буквы.

Вскоре откроется страница с результатами поиска (рис. 2.2).

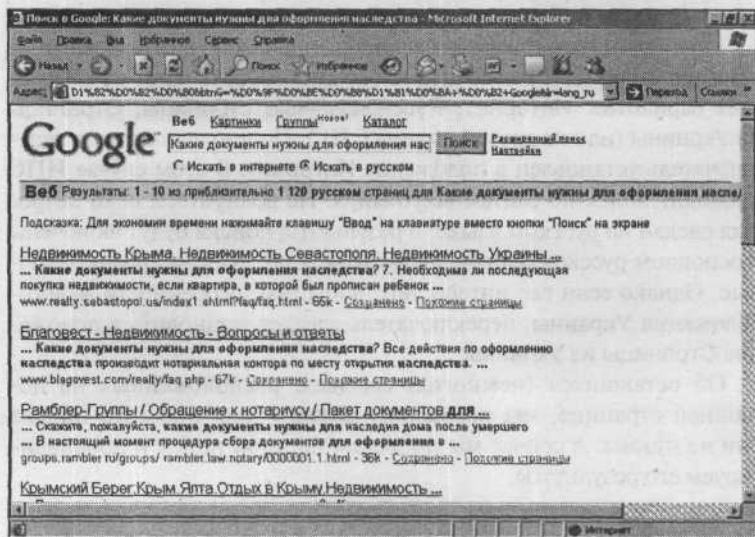


Рис. 2.2. Страница с результатами поиска

В верхней ее части можно увидеть основные ссылки и положения переключателя, которые позволят при необходимости уточнить запрос, не возвращаясь на домашнюю страницу. Далее приводятся цифры, характеризующие полученные результаты. После слова Веб (напоминающего, что именно этот вариант поиска был выбран ранее) указывается количество отображенных на странице результатов (по умолчанию — 10), количество найденных страниц на русском языке и время, затраченное на поиск. По подсчетам Google, в данном случае он потратил на поиск 0,05 с, но на самом деле страница откроется не столь быстро. Google не может учесть задержки, вносимые сервером вашего провайдера и вызванные, допустим, низкой скоростью связи через модемное соединение. Он учитывает только скорость собственной обработки запроса.

Разобраться в полученных результатах вам поможет следующий раздел.

## Анализ результатов поиска

Итак, по своему вполне конкретному запросу мы получили более тысячи ссылок. Как в них разобраться? Что с ними дальше делать?

Первая строка каждого результата поиска является ссылкой на сайт, где расположен найденный документ. Щелкнув на ней, вы попадете на этот сайт и откроете конкретный документ. Как видите, Google полагает, что больше всего пользователя интересует информация о недвижимости в Крыму. Слова введенного пользователем запроса выделяются полужирным шрифтом во фрагменте найденного документа. Вначале предлагаются ссылки на документы, в которых слова запроса (или большая их часть) стоят рядом. Следом приводятся ссылки на документы, в которых слова запроса разделены другими словами, не включенными пользователем в запрос. Однако этот порядок не обязателен: после нескольких ссылок с “лишними” словами может вновь следовать ссылка с точной фразой.



Точная фраза — слова в результатах запроса, точно соответствующие введенным пользователем.

И хотя пользователя интересовала информация о документах, необходимых для оформления наследства в России (в разных странах СНГ законы, к сожалению, уже разные), Google в числе

первых приводит ссылки на украинские сайты. Он руководствуется в значительной мере числом ссылок на тот или иной сайт, а поскольку многие нувориши интересуются собственностью в Крыму, соответствующие ссылки приводятся в числе первых. При этом Google не учитывает гражданство пользователя — для него важен лишь язык документа. Русский язык остается родным для примерно половины жителей Украины, это неизбежно отражается в Internet, а следовательно, и в полученных результатах. В этом проявляются недостатки *простого* поиска: пользователь должен предпринять дополнительные усилия для того, чтобы выбрать среди множества ссылок нужную. Однако существуют простые методы, позволяющие уменьшить количество дополнительной (и непроизводительной!) работы.

Во-первых, можно более четко сформулировать запрос, добавив в него, допустим, слова “в России”. Однако при этом пользователь рискует “потерять” документы, вполне соответствующие его стремлениям, в которых, однако, отсутствуют слова “в России”. Более простой (и более эффективный) способ состоит в “ручном” просмотре результатов *простого* поиска (еще более эффективны расширенный и сложный поиски; но об этом мы будем говорить позже, в главе 5).

Итак, перед вами результаты поиска. Иногда непосредственно из текста ссылки можно понять: это не то, что требуется. Например, вас не интересует приобретение или наследование недвижимости в Крыму. В этом случае первую ссылку в наших результатах поиска можно пропустить.

К какой стране относится вторая ссылка, тоже не ясно. Если вы цените свое время, ее можно пропустить. Зато следующая ссылка может оказаться полезной. Определить это можно по ссылке на документ: [groups.rambler.ru/groups/rambler.law.notary/0000001.1.html](http://groups.rambler.ru/groups/rambler.law.notary/0000001.1.html) - 36к. Судя по домену верхнего уровня ru, этот сайт находится в России и, скорее всего, на нем речь идет о российском законодательстве. Расширение html означает, что файл представлен в формате HTML и его легко откроет ваш браузер.

Как видите, можно, не открывая каждый из найденных Google документов, провести своего рода предварительную фильтрацию и определить, стоит тратить время на загрузку и оформление с документом или нет.

Помимо заголовка найденной Google по вашему запросу страницы, слов запроса (выделенных полужирным шрифтом), примы-

кающих к ним слов конкретного документа и ссылки на него указывается размер файла, содержащего найденный документ. 36к — это 36 Кбайт; по этому числу можно оценить время загрузки документа, если вы решите просмотреть его целиком. Так, при использовании модема и обычной телефонной линии загрузка осуществляется со скоростью 2-3 Кбайт/с, поэтому документ целиком вы сможете увидеть на экране своего компьютера через 10–20 с.

Как уже говорилось, для того чтобы попасть на страницу с найденным документом, можно щелкнуть на заголовке ссылки, выделенной синим цветом, левой кнопкой мыши, но при этом страница с результатами поиска будет заменена найденной. Вам придется ждать несколько секунд, пока она загрузится на ваш компьютер. Если окажется, что документ не вполне соответствует тому, что вы ищете, придется возвращаться на страницу с результатами поиска и искать на ней ссылку на следующий документ. Более эффективна другая методика.



Отыскав в результатах поиска ссылку на интересующий вас документ, щелкните на ней *правой* кнопкой мыши и в открывшемся контекстном меню выберите пункт Открыть в новом окне. После щелчка на нем можно, в ожидании загрузки страницы, продолжить анализ других ссылок и тем самым сэкономить время. Найдя следующую подходящую ссылку, повторите процедуру и откройте ее в новом окне.

В конце каждого приводимого Google результата поиска можно увидеть ссылку Сохранено. Щелкнув на ней, вы загрузите документ не со страницы, где он находится, а из необъятной памяти Google (рис. 2.3).

Чем полезна эта ссылка? Во-первых, страница из памяти Google может быть загружена быстрее, чем исходная. Во-вторых, с момента сохранения она может измениться, и нужная информация окажется для вас недоступной. В третьих, на странице, загруженной из памяти Google, слова запроса отображаются на цветном фоне (каждое слово — на фоне отдельного цвета). Благодаря этому можно среди документов страницы (а их может быть несколько, если это, допустим, страница Internet-форума) найти нужный.

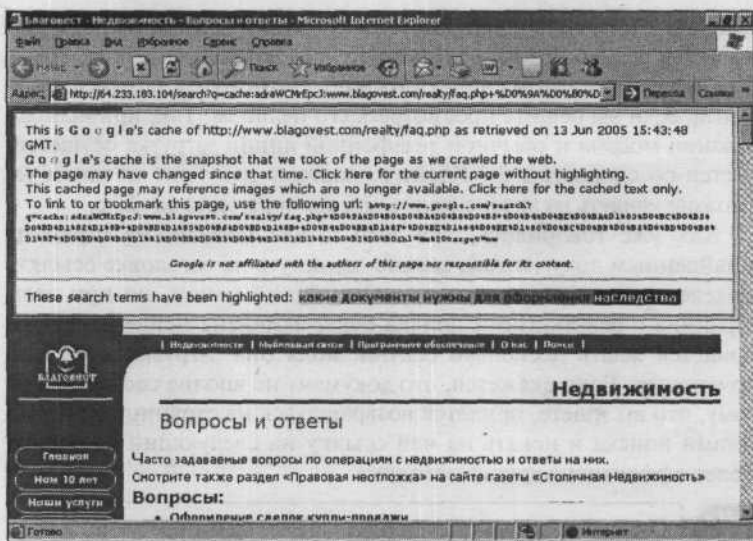


Рис. 2.3. Можно извлечь страницу из памяти Google

Некоторые результаты могут быть отображены с отступом от основного массива результатов. Это означает, что на найденном Google сайте находится несколько документов, соответствующих вашему запросу. Google не приводит ссылки на каждый из них, чтобы вы могли увидеть на одной странице больше ссылок на различные сайты. Если документов больше чем два, в конце фрагмента документа, данного с отступом, приводится ссылка **Дополнительные результаты с *www.адрес\_сайта***. Щелкнув на ней, вы, как правило, откроете домашнюю страницу сайта, содержащего несколько полезных для вас документов.

В конце каждого результата поиска приводится ссылка **Похожие страницы**. Но, как правило, Google руководствуется своими представлениями относительно схожести страниц, которые редко совпадают с представлениями пользователя, сделавшего запрос. Отчасти это вызвано тем, что при подборе похожих страниц Google активно использует ссылки, имеющиеся на уже найденной странице. Так, после щелчка на ссылке **Похожие страницы**, представленной в конце третьего найденного результата по нашему запросу документа, Google предложит нам посетить страницы портала Rambler, посвященные фотографиям, здоровью, путешествиям и т.д.

Будет среди них и страница Рамблер-Недвижимость, которая может оказаться полезной. Но в данном случае Google не угадал наши желания. Возможно, в других случаях механизм поиска похожих страниц окажется более полезным.

## Поиск изображений

### Простой поиск

Для простого поиска изображений нужно открыть домашнюю страницу Google и щелкнуть на кнопке Картинки. На открывшейся странице Google сообщит, что располагает самой большой коллекцией ссылок на изображения, всего их более миллиарда. Допустим, нас интересует изображение бабочки. После ввода слова бабочка в строке запроса и щелчка на кнопке Поиск в Google начнется загрузка *миниатюр* — уменьшенных копий найденных изображений (по умолчанию — первых 10). Это очень удобно: вы сразу же можете определить, подходит ли вам найденное изображение или нет. Хотя Google, судя по его сообщению, потратил на поиск четырех с лишним тысяч изображений 0,3 с, загружаться на ваш компьютер первые из них будут дольше — сказывается низкая скорость соединения (рис. 2.4).

Уже при простом поиске вы имеете возможность дифференцировать его результаты. Под строкой с количеством найденных ссылок находится переключатель Показывать: все размеры большой средний маленький. Если вас интересуют только небольшие изображения, нужно щелкнуть на ссылке маленький. Google проведет еще один поиск и отобразит только небольшие изображения. По умолчанию отображаются все размеры.

Под каждым из найденных изображений указывается имя содержащего его файла, по расширению которого можно определить формат файла (как правило, это .gif или .jpg). Далее указывается размер изображения в пикселях и объем файла. Он может составлять несколько десятков или несколько сотен килобайт. Соответственно, можно оценить возможную скорость загрузки полной версии изображения на компьютер. В конце указывается адрес страницы, на которой размещено изображение.





Рис. 2.4. При поиске изображений Google отображает на дисплее соответствующие им миниатюры

Чтобы загрузить полную версию изображения на компьютер, достаточно щелкнуть на нем кнопкой мыши. Вы попадете на страницу сайта, на которой размещено желаемое изображение, откуда оно и будет загружено на ваш компьютер.



Если предполагается загрузка нескольких изображений, рекомендуется щелкнуть на первом из них *правой* кнопкой мыши и в открывшемся контекстном меню выбрать пункт Открыть ссылку в новом окне или Сохранить объект как... Затем ту же самую процедуру следует повторить для других изображений.

## Расширенный поиск

Вообще-то, о расширенном поиске в Web мы будем говорить в главе 5. Но, чтобы закончить с поиском изображений, о расширенном их поиске мы скажем уже сейчас. Благодаря этой возможности, предоставляемой Google, можно точнее указать, что имен-



но мы хотим найти, и тем самым снизить количество ненужных ссылок в результатах поиска.

Чтобы провести расширенный поиск изображений, выполните следующие действия.

1. Откройте домашнюю страницу Google.
2. Щелкните на ссылке Картинки.
3. В открывшемся окне щелкните на ссылке Расширенный поиск изображений.
4. В следующем открывшемся окне укажите параметры искомым изображений и щелкните на кнопке Поиск в Google.

При расширенном поиске изображений можно более точно указать, что именно вас интересует (рис. 2.5).

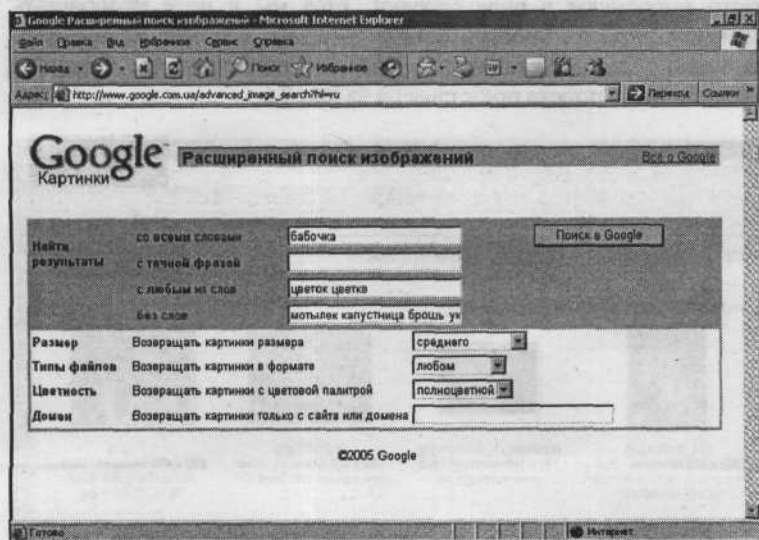


Рис. 2.5. При расширенном поиске изображений можно точно указать, что именно вас интересует

Допустим, нам нужно найти небольшое изображение какой-нибудь экзотической бабочки на цветке.

Поскольку нас интересует бабочка, а не, допустим, галстук-бабочка, в поле со всеми словами введем только одно: бабочка. Поле с точной фразой оставим пустым. А вот в поле с любым из слов введем цветок и цветке. Дело в том, что Google ищет русскоязычные слова только в той форме, в которой их ввел пользователь. Если автор назвал изображение “бабочка и цветок”, а вы введете в поле запроса “бабочка на цветке”, такое изображение попадет в конец результатов поиска, потому что, по мнению Google, в подписи к нему не будет содержаться важного для пользователя слова “цветок”.

Очень полезным может оказаться поле без слов. Поскольку мы не хотим получить множество ссылок на изображения всем известных мотылька и капустницы, введем их в поле без слов. Кроме того, сюда можно ввести слова брошь, украшение, поскольку то и другое часто выполняют в виде бабочки. Еще мы в поле Возвращать картинки размера выберем опцию среднего, а в поле Возвращать картинки с цветовой палитрой — вариант полноцветной. Страница с результатами поиска представлена на рис. 2.6.

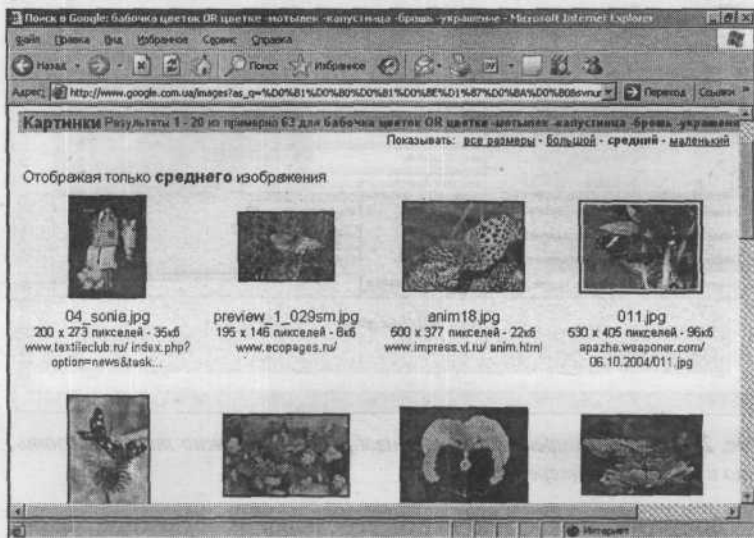


Рис. 2.6. За счет расширенного поиска можно резко сузить количество ссылок

Следует, однако, отметить, что большинство ссылок будет указывать на русскоязычные сайты, поскольку слова запроса вводились на русском языке. Если вы хотите резко увеличить количество ссылок в результатах поиска, предмет поиска нужно указывать еще и на английском языке, на этом же языке нужно указывать слова, которых не должно быть в результатах, иначе ссылок будет слишком много.

На этом мы заканчиваем рассказ о простом поиске. Два элемента интерфейса домашней страницы, о которых мы пока не упомянули, — это Группы и Каталог. О них мы расскажем в главе 5, когда будем говорить о более эффективном поиске, требующем некоторых навыков. Но до этого следует немного рассказать о том, как работают поисковые машины, и о настройке Google в соответствии с предпочтениями пользователя. Этому посвящены следующие две главы.

## Резюме

Домашняя страница Google выглядит очень просто и поэтому быстро загружается на компьютер. Google сам определяет, в какой стране вы находитесь, и открывает локализованную домашнюю страницу с языком интерфейса, общепринятым в той или иной стране, но предлагаются и другие варианты. В частности, жители Украины могут выбрать русскоязычный, украиноязычный и англоязычный интерфейс.

Уже на начальной странице можно указать, что именно вас интересует: поиск во “Всемирной паутине” (Web), изображений, сообщений в группах новостей или поиск с помощью каталога. Если вас срочно интересует какая-то информация, достаточно ввести слова, характеризующие предмет вашего интереса, в поле запроса, нажать клавишу <Enter>, и Google немедленно приступит к поиску.

В результатах запроса Google старается привести максимум полезной информации о каждом найденном ресурсе. Здесь и фраза, в которой содержатся слова запроса, и формат файла, и адрес страницы, и дата ее создания. Кроме того, Google готов подобрать похожие на данную страницы или выудить найденную страницу из своей необъятной памяти (потому что, возможно, в данный момент ее содержимое уже несколько изменилось).

При поиске изображений можно указывать размер, который вас интересует (весьма приблизительно — большой, маленький, средний). В результатах поиска будут приведены миниатюры — найденные изображения, уменьшенные до небольшого размера. Под каждой из миниатюр указывается размер изображения в пикселях, формат файла, содержащего изображение, его объем в килобайтах и адрес страницы, содержащей изображение.

При расширенном поиске изображений можно исключать из результатов поиска какие-то изображения, максимально точно указывать, что вас интересует (рискуя, однако, при этом потерять часть результатов) и выбирать палитру изображений.

# Терминология и немного теории

Большинство современных молодых людей имеют мобильные телефоны; подавляющее большинство из них не знает, как работает сеть мобильной связи. В случае неисправности телефона он сдается в ремонт или просто выбрасывается.

Поисковыми системами можно пользоваться так же, как мобильными телефонами — освоив нехитрые элементы управления ими, научившись нажимать нужные кнопочки. Но если вы взяли в руки эту книгу, значит, уже понимаете — для быстрого и эффективного поиска нужной информации в Internet необходимо научиться правильно пользоваться поисковыми системами.

Для того чтобы уметь пользоваться поисковой машиной (или поисковой системой), не обязательно понимать, как она работает, и тем более знать ее внутреннее устройство. Однако ситуация здесь примерно такая же, как с автомобилем: на нем можно ездить, умея лишь заправлять его, управлять им и зная правила дорожного движения. Но тот, кто хочет чувствовать себя за рулем уверенно и при необходимости самостоятельно устранять мелкие неисправности, должен знать устройство автомобиля, названия и принципы функционирования хотя бы важнейших узлов. Поэтому далее в этой главе мы будем говорить об устройстве поисковых машин и основных терминах, которые приступающий к поиску информации в Internet пользователь должен знать так же хорошо, как автомобилист термины “карбюратор” и “зажигание”.

## Как работают поисковые машины

*Поисковая машина* (для краткости ее часто называют просто *поисковик*) представляет собой комплект программ, в основе которого лежат следующие пять.

- Spider (“паук”) — программа, которая загружает в поисковую машину Web-страницы. Работает аналогично браузеру, установленному на компьютере пользователя, но ничего не отображает ни на каком экране. Если вы хотите иметь представление о том, что именно загружает в поисковую систему “паук”, откройте какую-нибудь Web-страницу и выберите в меню Вид браузера пункт Просмотр HTML-кода. (Напоминаем: по умолчанию мы в этой книге говорим о браузере Microsoft Internet Explorer версии 6.)
- Crawler (“червяк”, или “путешествующий паук”) — программа, способная найти на Web-странице все ссылки на другие страницы. Ее задача — определить, куда дальше должен ползти “паук”, руководствуясь ссылками или заранее заданным списком адресов.
- Indexer (индексатор) — программа, которая “разбирает” страницу на составные части и анализирует их. Вычлняются и анализируются заголовки Web-страниц, заголовки документов, ссылки, текст документов, отдельно — текст, выделенный полужирным шрифтом, курсивом и т.д.
- Database (база данных) — хранилище всех данных, которые поисковая система загружает и анализирует. Требует огромных ресурсов как для хранения, так и для последующей обработки.
- Search Engine Results Engine (система выдачи результатов поиска) решает, какие страницы удовлетворяют запросу пользователя и в какой степени. Именно с этой частью поисковой системы “общается” пользователь.

Первые две программы, работающие “в связке”, часто называют *поисковый робот* (а иногда — *HTTP-робот*).

Как видите, поисковая машина, получив запрос на поиск, не отправляется в длительное путешествие по “Всемирной паутине”, как полагают некоторые пользователи, а анализирует лишь ту информацию, которую собрала ранее. С одной стороны, это позволяет резко повысить скорость обработки запроса на поиск. С другой, ограничивает область поиска внутренними ресурсами поисковой системы, которые, во-первых, ограничены (ни одна поисковая машина не в состоянии загрузить в свою базу данных информацию со всех узлов Сети), во-вторых, уже в какой-то сте-

пени устарели. Ситуация в Internet изменяется очень быстро. Если “паук” с целью обновления информации об уже проиндексированных однажды Web-страницах “заползает” на них раз в два месяца, пользователь рискует получить в результатах запроса ссылки на уже несуществующую Web-страницу.



Процесс загрузки из Сети информации и предварительного анализа ее поисковой машиной называется *индексация*, а сама база данных поисковой машины, в которой хранится собранная информация, — *индекс*.

Глубина индексации может быть разной. Полные тексты документов, размещенных на странице, в базу данных копируют не все поисковые роботы — некоторые ограничиваются лишь заголовками. Когда пользователь формирует запрос на поиск, поисковая машина просматривает свою базу данных и выдает перечень Web-страниц, содержащих слова, введенные пользователем в поле ввода (их часто называют *ключевые слова*). Таких страниц может быть очень много. Задача поисковой машины — отобрать те из них, которые в наибольшей степени отвечают запросу пользователя (т.е. *релевантны* ему) и указать ссылки на них в числе первых.

Дисциплина “Поиск информации в Internet” появилась совсем недавно (первые поисковые машины — около десяти лет назад), терминология еще не устоялась, поэтому не удивляйтесь, если обнаружите, что в какой-то статье или книге *автоматическим индексом* (или даже просто *индексом*) называют саму поисковую машину, а состоит она только из двух частей: поискового робота и базы данных. Используемая нами терминология также не является общепринятой и в ближайшем будущем может быть частично заменена другой.

Высокая скорость поиска обеспечивается не только за счет того, что поисковая машина обращается к уже собранной и хранящейся тут же, у нее “под рукой”, информации. Анализируя собранные данные, поисковая машина выполняет индексацию базы данных, в процессе которой каждому слову ставятся в соответствие его “координаты” — номер документа, в котором имеется данное слово, а зачастую и позиция слова в документе (номер предложения и номер слова в нем).





*Алгоритмом поиска можно назвать метод, руководствуясь которым поисковая машина принимает решение, включать или не включать ссылку на страницу либо документ в результаты поиска.*

Почти каждая поисковая машина использует свой собственный алгоритм поиска, и его детали представляют собой ноу-хау разработчиков поисковика. Но большинство из них отбирают документы, отвечая сами себе на вопросы, перечисленные ниже.

- Присутствует ли ключевое слово в заголовке документа?
- Присутствует ли ключевое слово в имени домена или в адресе страницы?
- Встречается ли ключевое слово в подзаголовках документа либо в элементах текста, выделенных полужирным, курсивом либо как-то иначе?
- Как часто ключевое слово встречается на странице? (Долю ключевых слов в тексте страницы иногда называют *плотностью ключевого слова*.)
- Встречаются ли ключевые слова в описаниях страниц, выполненных их разработчиками, и среди ключевых слов, указанных разработчиками страниц? (Поскольку очень часто разработчики Web-страниц с целью привлечения к ним внимания лукавят при их описании и выборе ключевых слов, данным критерием пользуются не все поисковики.)
- На какие Web-узлы имеются ссылки на анализируемой странице и встречается ли ключевое слово в тексте ссылки?
- Какие Web-узлы имеют ссылку на анализируемый сайт? Каков текст ссылки? (Это так называемый *внестраничный критерий*, потому что автор страницы не всегда может им управлять.)
- На какие еще страницы данного сайта содержит ссылки анализируемая страница?

Как видите, поисковая система должна провести довольно детальный анализ каждой страницы, информацию о которой она заносит в свою базу данных.

Мы привели лишь очень краткое описание того, как работает поисковая система, но для нашей книги этого более чем достаточно. В следующем разделе мы поговорим о возможных алгоритмах поиска более подробно.

## Алгоритмы поиска

Как уже говорилось, применяемые поисковиками алгоритмы являются их ноу-хау. Тем не менее о некоторых закономерностях, которые используются при разработке алгоритмов и предшествующему их применению анализу текста, поговорить стоит.

Некоторые из этих закономерностей были подмечены Джорджем Зипфом (George K. Zipf); он опубликовал свои законы в 1949 году. Пять лет спустя знаменитый математик Беноит Мандлеброт (Benoit Mandelbrot) внес небольшие изменения в формулы Зипфа, добившись более точного соответствия теории практике. Хотя некоторые исследователи и подвергают исследования Зипфа острой критике, без учета подмеченных им закономерностей сегодня не способна работать ни одна система автоматического поиска информации.

Зипф заметил, что длинные слова встречаются в тексте реже, чем короткие (по-видимому, это как-то связано с природной ленью человека и вообще любого живого существа). На основе этой закономерности Зипф вывел два закона.

Первый из них связывает частоту появления того или иного слова в каком-то тексте (она называется *частота вхождения слова*) с *рангом* этой частоты. Наиболее часто встречающимся словам (точнее, частоте их вхождения) присваивается ранг, равный единице. Частоте вхождения тех, которые встречаются чуть-чуть реже, — ранг два и т. д. Зипф обнаружил, что если умножить вероятность обнаружения слова в тексте на ранг его частоты вхождения, то получившаяся величина *приблизительно* постоянна. В математике такая зависимость отображается *гиперболой*. Отсюда, в частности, следует, что, если наиболее распространенное слово встречается в тексте 100 раз, то следующее по распространенности встретится не 99 и не 90, а *примерно* 50 раз (статистика не гарантирует точных цифр).

Значение вышеупомянутой постоянной в разных языках различно, но внутри одной языковой группы она остается неизменной. Так, например, для английских текстов постоянная Зипфа

равна приблизительно 0,1. Для русского языка постоянная Зипфа равна *примерно* 0,06-0,07.

Второй закон Зипфа констатирует, что частота и количество слов, входящих в текст с этой частотой, связаны между собой. Если построить график, отложив по одной оси (оси X) частоту вхождения слова, а по другой (оси Y) — количество слов, входящих в текст с данной частотой, то получившаяся кривая будет сохранять свои параметры для всех без исключения созданных человеком текстов.

Зипф считал, что его законы универсальны. Они применимы не только к текстам. В аналогичную форму выливается, например, зависимость между количеством городов и числом проживающих в них жителей. Характеристики популярности узлов Internet также отвечают законам Зипфа. Не исключено, что в законах отражается “человеческое” происхождение объекта.

Как поисковые машины могут использовать законы Зипфа? Для того чтобы ответить на этот вопрос, воспользуемся первым законом Зипфа и построим график зависимости ранга от частоты. Как уже упоминалось, его форма всегда *примерно* одинакова (рис. 3.1).

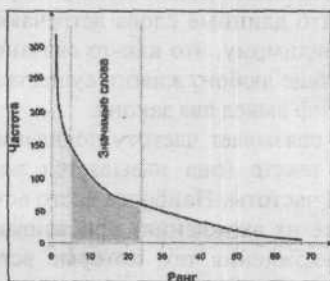


Рис. 3.1. Зависимость частоты вхождения слов от ранга

Можно предположить, что наиболее значимые для текста слова лежат в средней части представленной на рис. 3.1 диаграммы. Оно и понятно: слова, которые встречаются слишком часто, — это предлоги, местоимения и т.д. (в английском, немецком и некоторых других языках — еще и артикли). Редко встречающиеся слова также в большинстве случаев не несут особого смыслового значения, хотя иногда, наоборот, весьма важны для текста (об этом будет сказано чуть ниже).

Каждая поисковая система решает, какие слова отнести к наиболее значимым, по-своему, руководствуясь общим объемом текста, частотными словарями и т.п. Если к числу значимых слов будут отнесены слишком многие, важные термины будут забыты “шумом” случайных слов. Если диапазон значимых слов будет установлен слишком узким, за его пределами окажутся термины, несущие основную смысловую нагрузку.

Для того чтобы безошибочно сузить диапазон значимых слов, создается словарь “бесполезных” слов, так называемых *стоп-слов* (а словарь, соответственно, называется *стоп-лист*). Например, для английского текста стоп-словами станут артикли и предлоги the, a, an, in, to, of, and, that... и др. Для русского текста в стоп-лист могли бы быть включены все предлоги, частицы и личные местоимения: на, не, для, это, я, ты, он, она и др.

Но поисковая машина оперирует не с одним документом, а с их огромным количеством. Допустим, нас интересуют статьи академика Вернадского. Если бы поисковая машина оценивала частоту вхождения слова “Вернадский” по вышеописанному алгоритму, эта частота была бы близка к нулю, названное слово не вошло бы в число значимых и документы, содержащие это слово, упоминались бы в конце результатов поиска (а документы-аутсайдеры ни один нормальный пользователь не просматривает). Чтобы такого не произошло, поисковые машины используют параметр, который называется *инверсная частота термина*. Значение этого параметра тем меньше, чем чаще слово встречается в документах базы данных. На основе этого параметра вычисляют весовой коэффициент, отражающий значимость того или иного термина. Часто встречающееся слово (например, слово *иногда*) имеет близкий к нулевому весовой коэффициент, слово же Вернадский — напротив, весьма высокий.

Современная поисковая машина может вычислять весовые коэффициенты слов с учетом местоположения термина внутри документа, взаимного расположения терминов, морфологических особенностей термина и т.п. В качестве терминов могут выступать не только отдельные слова, но и словосочетания. Такого рода “математический анализ” позволяет поисковой машине с высокой точностью распознать *суть* текста.

Базы данных поисковых машин могут быть устроены по-разному. Один из вариантов — пространственно-векторная модель. Она позволяет получить результат, хорошо согласующийся с запросом даже в том случае, если в найденном документе не оказывается одного или нескольких введенных пользователем ключе-

вых слов, но при этом его (документа) смысл все же соответствует запросу. Такой результат достигается благодаря тому, что все документы базы данных размещаются в воображаемом многомерном пространстве (с размерностью выше трех, представить которое весьма трудно). Координаты каждого документа в этом пространстве зависят от содержащихся в нем терминов (от их весовых коэффициентов, положения внутри документа, от “расстояния” между терминами и т.п.). В результате оказывается, что документы с похожим набором терминов располагаются в этом пространстве поблизости. Получив запрос, поисковая система удаляет лишние слова, выделяет значимые термины, вычисляет вектор запроса в пространстве документов и выдает ссылки на документы, попавшие в определенную область пространства.

В пространственно-векторной модели термины “взаимодействуют” друг с другом, что повышает релевантность найденных документов запросу пользователя. Поисковая машина, работающая в соответствии с такой моделью, лучше воспринимает запросы на естественном языке, чем машина, использующая более привычную “матричную” модель (в которой просто составляется матрица “термины-документы”; если в документе упоминается какой-то термин, в матрице проставляется число, учитывающее его весовой коэффициент, не упоминается — ставится ноль).

Схема работы каждой поисковой системы держится в секрете. Выше мы в весьма упрощенной форме изложили лишь основы алгоритма работы поисковой системы. В реальности механизм индексации и структура базы данных ИПС значительно сложнее. Но и сказанного вполне достаточно для того, чтобы при формулировке запросов вы старались выбирать слова, наиболее точно характеризующие предмет поиска. Впрочем, о точности и полноте поиска мы более подробно поговорим в следующем разделе.

## Полнота и точность поиска

Если бы интеллект поисковой машины был сравним с человеческим, в результате поиска мы получали бы несколько документов, содержащих исчерпывающую информацию о предмете поиска. К сожалению, это (пока) не так, и в результатах запроса обычно фигурируют сотни документов, не имеющих отношения к тому, что мы на самом деле хотели получить. Называются такие документы *нерелевантными*. Более подробно этот термин (точнее, противоположный ему по значению) обсуждается ниже.

## Релевантность

Итак, *релевантным* (от англ. relevant — подходящий, относящийся к делу) называется документ, имеющий отношение к сделанному вами запросу, т.е. содержащий нужную вам информацию.

Следует отметить, что обсуждение понятия релевантности в контексте информационно-поисковых систем ведется уже около полувека, но его конкретного общепринятого определения все еще нет.

По-разному дают определение релевантности и словари. Так, “Экономический словарь”, расположенный на сайте [www.km.ru](http://www.km.ru), считает, что *релевантность* — это смысловое соответствие между информационным запросом и полученным сообщением. Поисковый узел Yandex ([www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)) трактует этот термин как меру соответствия результатов поиска задаче, поставленной в запросе (что, в общем-то, эквивалентно определению “Экономического словаря”).

Но иногда этому термину дают несколько расширенное толкование. Так, в одной из статей на том же поисковике Yandex говорится, что “при поиске в Internet важны две составляющие — полнота (ничего не потеряно) и точность (не найдено ничего лишнего). Обычно это все называют одним словом — релевантность”. Другими словами, релевантность — это опять-таки соответствие ответа вопросу, но с учетом таких понятий, как полнота и точность поиска.

## Коэффициенты полноты и точности



*Коэффициентом полноты поиска* (или просто *полнотой поиска*) называют отношение количества полученных релевантных результатов к общему количеству существующих в поисковом массиве документов, релевантных данному поисковому запросу.

Если количество полученных релевантных документов обозначить символом  $a$ , число релевантных документов в поисковом массиве, не выданных ИПС, символом  $c$ , то коэффициент полноты поиска  $R$  — это отношение  $a/(a+c)$ .



*Коэффициент точности поиска* (или просто *точность поиска*) — это отношение количества релевантных результатов к общему количеству документов, ссылки на которые содержатся в ответе ИПС.



Если обозначить количество нерелевантных документов, выданных ИПС, символом  $b$ , то коэффициент точности поиска  $P$  — это отношение  $a/(a+b)$ .

Иногда при оценке эффективности ИПС используют и другие критерии — *коэффициент потерь информации* и *коэффициент поискового шума*. Первый из названных коэффициентов — это параметр, дополняющий до единицы коэффициент полноты поиска:  $Q = 1 - R$ . Коэффициент поискового шума — это величина, дополняющая до единицы коэффициент точности поиска:  $S = 1 - P$ .

В идеальной ИПС  $R = P = 1$ ,  $S = Q = 0$ . В реальных ИПС коэффициент полноты поиска может достигать значений 0,7–0,9, а коэффициент точности обычно находится в пределах 0,1–1,0.

Нередко количество размещенных в Сети документов, релевантных запросу пользователя, достигает десятков и сотен тысяч. Вместе с тем содержащаяся во многих из них релевантная информация совпадает, и пользователю достаточно изучить лишь несколько документов из числа найденных. Таким образом, при непрофессиональном поиске не требуется высокое значение коэффициента полноты, который даже при успешном поиске вполне может быть близок к нулю. Следовательно, этот коэффициент в данном случае является второстепенным критерием качества информационного поиска.

Рассмотренные выше параметры интуитивно понятны и наглядны. Хотя с научной точки зрения для объективной оценки возможностей ИПС их недостаточно (точнее, эти параметры следует заменить другими), для целей нашей книги большего и не нужно.

Если вы захотите найти документы, содержащие слова “мальчик вошел в лес” и введете их в поле запроса, многие ИПС включают в результаты поиска и документы, содержащие, допустим, слова “Мальчик вошел в тень леса”, “Мальчик, найденный в лесу охотниками”, и т.д. (несколько подробнее об этом сказано в главе 5). Поисковая машина способна сама решить весьма простую проблему словоизменения.



Поиск, при котором учитываются словоизменения, называется *морфологическим*. Его способны осуществлять все русскоязычные и многие зарубежные ИПС.



Когда мы вводим в поле запроса слова “мальчик вошел в лес”, мы, скорее всего, хотим найти документы, содержащие *все четыре* слова. Однако поисковая машина, представив вначале документы со всеми словами, начнет затем давать ссылки на документы, в которых есть *хотя бы одно* из указанных нами ключевых слов. Существуют способы точно указать поисковой машине, как должны быть связаны между собой введенные пользователем ключевые слова. Для этого используются логические операторы, а сам поиск называется *булев*. Более подробно об операторах мы поговорим далее.

### **Единица поиска, стоп-слова и другие термины**

Еще один термин, который вам может встретиться при работе с ИПС, — это *единица поиска*. Поисковые машины позволяют указывать, где должно проверяться логическое выражение. Оно может относиться к каждому предложению, каждому абзацу текста или к документу в целом — это и будет считаться единицей поиска. Если бы мы, формируя запрос на поиск, указали, что слова “мальчик вошел в лес” должны находиться в пределах одного предложения, количество нерелевантных документов в результатах поиска явно уменьшилось бы.

О *стоп-словах* мы уже говорили выше. К ним относят не только предлоги и артикли, но и такие слова, которые встречаются в каждом девяти документах из десяти, поэтому учитывать их при поиске практически бесполезно. Если такое слово указывается в качестве единственного ключевого, ИПС может отказаться выполнять запрос. (Отметим, что, поскольку Google не проводит морфологический поиск на русском языке, не использует он и список стоп-слов, т.е., например, простодушно предлагает просмотреть 17 млн страниц, содержащих предлог “на”.)

Мы уже несколько раз использовали интуитивно понятное словосочетание “эффективность поиска информации”, но определения его не дали. В словарях и энциклопедиях мы такого определения не нашли. Будем считать, что *эффективность поиска информации* тем выше, чем больше коэффициенты полноты и точности поиска и меньше время и другие ресурсы, затрачиваемые на его проведение.

Многие поисковые узлы с целью повышения эффективности поиска позволяют вместо простого поиска, о котором мы говори-

ли в главе 1, проводить так называемый *расширенный поиск*. Для этого они предлагают пользователю заполнить форму, благодаря которой может быть сужена область поиска — по тематике, по типам сайтов, по дате и т.п. Иногда под этим термином также понимают проведение поиска с использованием булевых операторов, но чаще булев поиск, в отличие от простого, называют *сложным*.

О сложном поиске мы поговорим в главе 5, а сейчас пришла пора рассказать о еще одной проблеме, которую должны уметь преодолевать ИПС при анализе русскоязычных документов. Связана она с кодировками.

## Проблема кодировок

Первые ЭВМ предназначались для выполнения математических расчетов, проблема представления текстов им была незнакома. Возникла она только в 60-е годы, когда компьютеры начали учиться работать с текстами.

Современные компьютеры хранят информацию в виде байтов, каждый из которых может принимать значение от 0 до 255. Буквы и другие символы также запоминаются в виде чисел — для этого каждому из символов присваивается какое-то числовое значение. Таблица, ставящая в соответствие символам кодирующие их байты, называется *таблица кодировки символов*. В 60-е годы каждый производитель компьютеров разрабатывал свою таблицу кодировки; такая таблица содержала английский алфавит (точнее, символы латиницы) и арабские цифры. Первый стандарт на таблицы кодировки символов предложил национальный орган стандартизации США — ASA, который впоследствии был переименован в ANSI. Этой организацией в 1968 году был принят первый стандарт ASCII (American Standard Code for Information Interchange — Американский стандартный код обмена информацией). В соответствии с ним для кодирования использовалось не 8 (что соответствует байту), а только 7 бит, поэтому таблица содержала лишь 128 буквенно-цифровых и специальных символов. Буквы были только латинскими, о кодировании языков, использующих другие алфавиты, американцы, со свойственной им непосредственностью, не подумали.

Первая кодировочная таблица, разработанная в СССР, также была семибитовой и содержала только символы кириллицы (ГОСТ-13052).

Расширенный, уже восьмибитовый, стандарт ASCII содержал 256 символов. Принятая в СССР кодировка, получившая название KOI7 (ГОСТ 19768-74), включала как символы кириллицы, так и латиницы, но только заглавные буквы. И лишь принятая позже таблица кодировки KOI8 стала восьмибитовой и содержала уже полный набор символов латинского и русского алфавитов.

Сейчас все кодировочные таблицы национальных символов имеют сходную структуру. Они восьмибитовые; “младшая” половина (десятичные коды с 0 до 127) совпадает со стандартом ASCII, а старшая регламентирует кодировку национальных символов. Благодаря этому цифры, знаки препинания и символы латиницы корректно обрабатываются на любом компьютере. Но этого, к сожалению, нельзя сказать о символах кириллицы. В разных операционных системах использовались разные таблицы, из-за чего текст, набранный в MS DOS (была когда-то такая операционная система), не читается в Windows и наоборот. В табл. 3.1 приведены названия операционных систем и типы используемых ими кодировочных таблиц.

**Таблица 3.1. Наборы символов, используемые в разных операционных системах**

<i>Операционная система</i>	<i>Кодировочная таблица</i>
MS Windows 95—XP	Windows-1251
Sun Solaris, Linux, FreeBSD и другие клоны UNIX	KOI8, ISO-8859-5
DOS, IBM OS/2	DOS CP866
MacOS	Macintosh 10007

По мере роста Internet разнообразие кодировок стало серьезным препятствием (эта проблема касается не только славянских языков; есть ведь еще и арабская вязь, и иероглифы восточных народов). Поэтому в 1991 году была принята первая версия стандарта Unicode, или ISO/IEC 10646. Он стал результатом сотрудничества Международной организации по стандартизации (ISO) и ведущих производителей компьютеров и программного обеспечения. В этом стандарте используется 16 бит, что позволяет закодировать до 65 536 символов. Но он несовместим с большинством Internet-протоколов. Это вызвано тем, что часть битов двухбайто-

вого пространства в протоколах Internet используется в качестве служебных, что не совпадает с их назначением в Unicode. Для совместимости с Internet-протоколами были разработаны специальные форматы преобразования Unicode (Unicode Transformation Format — UTF); самым распространенным из них стал формат UTF-8. Этот формат регламентирует правила преобразования кода символа Unicode в набор байтов (числом от 1 до 3), которые можно передавать с помощью протоколов Internet. Именно из-за некорректного преобразования в формат UTF-8 и обратно иногда в сообщениях электронной почты встречаются одни лишь вопросительные знаки.

Существует еще формат UTF-16, позволяющий кодировать символы “мертвых” языков, не попавших в первоначальную таблицу кодировки. Однако для “живых” языков эти форматы используют одни и те же коды.

Понятно, что поисковая машина должна уметь распознавать кодировку, используемую на сайте, который она индексирует, и тем более кодировку запроса, сделанного пользователем. Далеко не все зарубежные поисковые системы умеют это делать, так что с ними лучше общаться на английском языке. Русскоязычные поисковики, напротив, хорошо справляются с этой задачей. Однако, открыв найденную поисковиком страницу, вы можете обнаружить на ней хоть и не состоящий из одних вопросительных знаков, но все же “нечитабельный” текст. Чтобы преобразовать его, нужно в меню Вид программы Internet Explorer выбрать пункт Кодировка, а затем щелкнуть на названии альтернативной кодировки в контекстном меню. Если по умолчанию использовалась кодировка, названная в меню Кириллица (Windows) (на самом деле — Windows-1251), то нужно выбрать кодировку Кириллица (KOI8-R), и наоборот. На подавляющем большинстве сайтов используется одна из названных кодировок (на украиноязычных может быть еще кодировка KOI8-U). Если текст все равно не читается, следует перевести указатель мыши на пункт меню Дополнительно и проверить варианты с кириллицей DOS и ISO. В особо “тяжелых” случаях, когда кажется, что именно на данном сайте находится самая нужная вам информация, а страница не читается, можно прибегнуть к услугам программы-перекодировщика. Среди бесплатных программ такого рода отметим TCode ([http://alexboiko.narod.ru/index\\_r.html](http://alexboiko.narod.ru/index_r.html)).

## Резюме

Поисковая машина (поисковик) представляет собой комплект программ, в основе которого лежат поисковый робот, индексатор, база данных и система выдачи результатов поиска. Поисковый робот в периоды наименьшей загрузки обходит сайты и загружает найденные Web-страницы в поисковую машину. Здесь они индексируются (т.е. поисковик проводит их предварительный анализ) и заносятся в базу данных. После поступления запроса от пользователя система выдачи результатов поиска отыскивает в базе данных документы и Web-страницы, в наибольшей степени отвечающие запросу пользователя, и результаты поиска пересылаются на его компьютер.

Почти каждая ИПС использует свой алгоритм поиска. При этом учитываются статистические закономерности. Так, наиболее часто встречающиеся слова (их называют стоп-слова), не несущие смысловой нагрузки (предлоги, частицы, артикли и т.п.), при поиске игнорируются, даже если они были введены пользователем в числе ключевых слов. Могут не учитываться также редко встречающиеся слова, но это не относится к именам, фамилиям, датам и другим элементам документов, несущим большую смысловую нагрузку. Кроме того, учитывается количество ссылок, сделанных на данную Web-страницу с других страниц. Чем оно больше, тем ценнее данная страница для пользователя.

Качество поиска характеризуют такими параметрами, как полнота и точность поиска. Чем полнее поиск, тем меньше релевантных документов остается не включенными в результаты поиска, предоставляемые пользователю. Точность поиска тем выше, чем меньше в результатах поиска нерелевантных (не имеющих отношения к сделанному пользователем запросу) документов.

С помощью логических (булевых) операторов можно очень точно указать поисковой машине, что именно интересует пользователя. Поиск такого рода, в отличие от простого, называют сложным. Поскольку не все пользователи умеют применять логические операторы, многие ИПС предлагают им проводить расширенный поиск, при котором пользователь заполняет предлагаемую форму, а ИПС на ее основе сама формирует запрос для проведения булева поиска.

Символы кириллицы могут кодироваться по-разному. В настоящее время наибольшее распространение получили кодировки KOI8-R и Windows-1251, однако иногда используются кодировки ISO-8859-5, UTF-8 и др. Обычно браузер определяет кодировку Web-страницы автоматически, в противном случае ее можно подбирать вручную. Поисковая машина также должна уметь определять кодировку, использованную на странице, которую она индексирует, иначе она потом не сможет найти в своей базе данных документы, релевантные запросу пользователя, даже если они там будут. Все русскоязычные ИПС и Google хорошо решают проблему кодировок, о других зарубежных ИПС этого сказать нельзя. Поэтому при их использовании для поиска русскоязычных документов пользователь может увидеть в описаниях найденных страниц множество вопросительных знаков.



# Первоначальная настройка

Название этой главы довольно условно. Быка по имени Google можно сразу брать за рога. Стоит только ввести в поле запроса ключевые слова на родном языке и щелкнуть на кнопке Поиск в Google (или на клавише <Enter>) — и он сразу же начнет работу. Именно об этом мы говорили в главе 1. Так что “первоначальную” настройку можно провести в другой раз, потом или никогда. Но ее все же рекомендуется сделать — затраченное время с лихвой окупится... если, конечно, поиск с помощью Google проводится достаточно часто.

## Общие настройки

Чтобы провести общую настройку, на домашней странице Google нужно щелкнуть на кнопке Настройки, расположенной справа от поля ввода слов запроса. Откроется одноименное окно (рис. 4.1).

Как видите, сделанные с помощью этого окна настройки коснутся всех служб Google.

Если вы на домашней странице Google выбрали ссылку Русский язык (например, на украинском сайте она выглядит так: Google.com.ua запропоновано такими мовами: Русский), то на странице Настройки вам по умолчанию будет предложен соответствующий язык интерфейса. Далее вы можете выбрать одну из двух возможностей: Искать страницы, написанные на любом языке (Рекомендуется) или Искать только на этих (выбранных) языках. Во втором случае можно установить флажки напротив одного (лучше нескольких) языков, всего их 35. Рекомендуем последовать рекомендации и установить переключатель Язык поиска в первое положение (Искать страницы, написанные на любом языке).



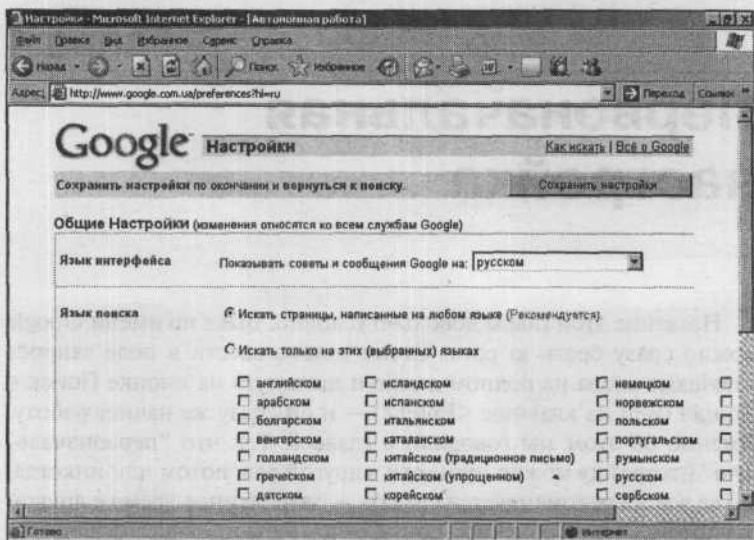


Рис. 4.1. Общую настройку Google можно выполнить в этом окне

Почему и Google, и мы советуем сделать именно так? Дело в том, что если документ, допустим, предваряется краткой аннотацией на английском языке (это характерно для научных публикаций), ИПС может зачислить его в разряд англоязычных. Если будет выбран поиск только на русском языке, такой документ может оказаться в конце результатов поиска или вообще не будет в них включен.

Следующий выбор, который вам предстоит сделать, — Количество результатов на странице. По умолчанию предлагается 10, в этом случае обеспечивается наибольшая скорость вывода результатов поиска на экран. Для просмотра второй десятки нужно будет перейти на следующую страницу результатов, которая будет загружаться на ваш компьютер примерно столько же времени, сколько и первая. Можно потребовать, чтобы сразу же загружались 20, 30, 50 или даже 100 результатов. Если нужные вам документы попадут в первую десятку и другие страницы просматривать не понадобится, вы напрасно потеряете время на загрузку “лишних” результатов. В противном случае можно, наоборот, сэкономить немного времени.



Если у вас широкополосное соединение с Internet, целесообразно загружать сразу 100 результатов. Если скорость соединения невелика, лучше остановиться на 20 или даже 10.

Последний выбор, который вы можете сделать на странице Настройки, — это установить или не устанавливать флажок Показывать результаты поиска в новом окне обозревателя.

В общем случае этот флажок рекомендуется устанавливать. Очень редко бывает так, что первый же найденный документ оказывается приятным во всех отношениях и другие уже не нужны. Как правило, приходится загружать на свой компьютер несколько найденных ИПС документов и потом уже (иногда — после отключения от Internet, особенно если оплата за телефон повременная) отделять зерна от плевел. Если рассматриваемый флажок установлен, после щелчка на ссылке первый из найденных документов будет загружен в отдельном окне. Однако если вы, не дождавшись его загрузки, щелкнете на второй ссылке, вместо первого документа начнет загружаться второй.



Для повышения эффективности работы рекомендуется, отыскав ссылку на, возможно, релевантный документ, сразу же начать его загрузку и параллельно просматривать остальные результаты поиска. При обнаружении следующего интересного документа нужно начать и его загрузку, параллельно продолжая анализировать результаты.

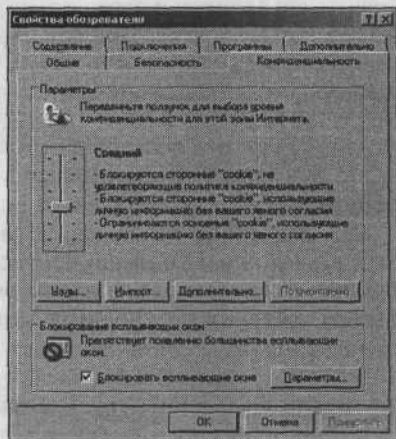
Однако Google, как уже сказано, позволяет загружать в новое окно только один документ. Как повысить эффективность работы с ним?

Для того чтобы реализовать этот совет на практике, нужно воспользоваться возможностями браузера. Для этого нужно щелкнуть на ссылке *правой* кнопкой мыши и в открывшемся контекстном меню выбрать пункт Открыть в новом окне. Пока будет загружаться первый из найденных документов, можно анализировать другие результаты поиска. Если в них будет обнаружен еще один интересный документ, следует вновь щелкнуть на нем *правой* кнопкой мыши и повторить процедуру. Благодаря этому будет достигнута существенная экономия времени за счет параллельной загрузки нескольких документов.

Но вернемся к нашим настройкам. После того как все нужные флажки установлены, нужно щелкнуть на кнопке Сохранить настройки. Google предупредит вас: (Внимание: Изменение

настроек не будет работать, если Ваш обозреватель не принимает cookies.)

Как известно, файлы cookies загружаются на компьютер пользователя с Web-узлов с тем, чтобы при последующем их посещении учесть его предпочтения. Однако эти файлы могут использоваться владельцами сайтов для сбора конфиденциальной информации о пользователях, которую последние вовсе не собирались кому-либо предоставлять. Могут файлы cookies использоваться и злоумышленниками, которые иногда заманивают пользователей на подставные сайты. Пользователь может полностью воспрепятствовать загрузке файлов cookies на свой компьютер или ограничить загрузку наиболее агрессивных из них, разрешив загрузку остальных. Для того чтобы изменить уровень конфиденциальности, можно в браузере Internet Explorer выбрать команду Сервис⇒Свойства обозревателя и в открывшемся окне выбрать вкладку Конфиденциальность (рис. 4.2). По умолчанию устанавливается уровень Средний, при котором сделанные вами в Google настройки вступят в силу. Вступят они в силу и в том случае, если был установлен уровень Умеренно высокий. А вот если уровень конфиденциальности будет Высокий, сделанные вами настройки действовать не будут, вопреки оптимистичному сообщению Google о том, что сделанные настройки вступили в силу.



*Рис. 4.2. Вкладка Конфиденциальность окна Свойства обозревателя позволяет разрешить или в какой-то мере запретить загрузку файлов cookies на ваш компьютер*

## Языковые инструменты

Для настройки языковых инструментов нужно щелкнуть на одноименной ссылке, расположенной справа от поля ввода слов запроса. Откроется окно, показанное на рис. 4.3.

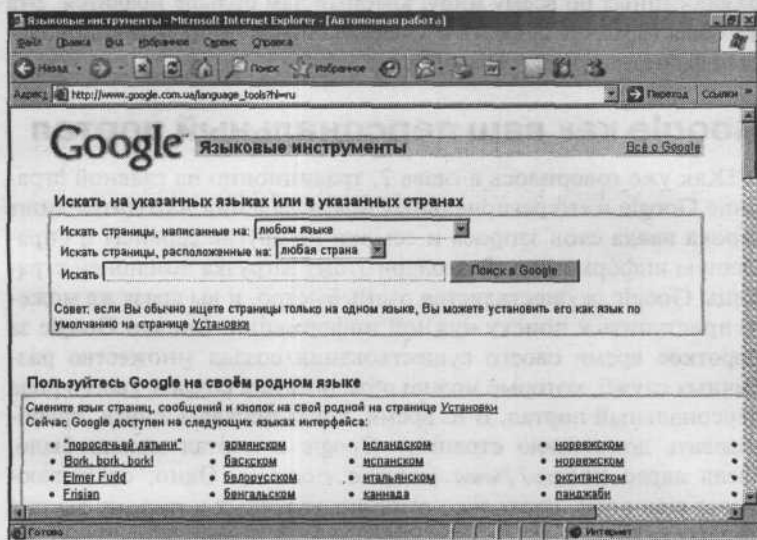


Рис. 4.3. Окно настройки языка

Как видите, по умолчанию предлагается искать документы на любом языке и в любой стране. Рекомендуем не изменять эти настройки. О том, почему следует искать документы на любом языке, мы сказали в предыдущем разделе. Почему нужно искать в любой стране, в общем-то, очевидно. Множество граждан бывшего СССР живет и работает в западных странах. Они создают и поддерживают свои, русскоязычные сайты, на одном из которых может находиться нужная вам информация. Кроме того, многие сайты в странах СНГ и даже в бывших прибалтийских республиках ведутся на русском языке или предлагают переводы на русский язык своих материалов.

Впрочем, возможна ситуация, когда вас будут интересовать материалы только на одном языке, опубликованные в конкретной стране. В этом случае нужные настройки на странице Языковые инструменты помогут вам повысить релевантности поиска.

В области Пользуйтесь Google на своём родном языке можно изменить язык интерфейса на родной или более удобный (если вы не сделали это на странице Настройки).

Далее, в области Посетите сайт Google в своём локальном домене можно выбрать тот из многочисленных сайтов Google, разбросанных по всему миру, который вам больше нравится. Эта же область может служить в качестве справочника по национальным флагам многих государств.

## Google как ваш персональный портал

Как уже говорилось в главе 2, традиционно на главной странице Google и его региональных подразделений находится лишь строка ввода слов запроса и ссылки на другие сервисы и справочную информацию. Благодаря этому загрузка домашней страницы Google осуществляется очень быстро, и вы сразу же можете приступить к поиску нужной информации. Однако Google за короткое время своего существования создал множество различных служб, которые можно объединить и создать своего рода персональный портал. В то время, когда писалась книга, преобразовать домашнюю страницу Google в портал можно было, введя адрес <http://www.google.com/ig>. Окно, открывающееся при этом, несколько отлично от того, к которому вы уже привыкли (рис. 4.4).

Как видите, язык интерфейса — английский (несмотря на сделанные ранее настройки). По умолчанию Google позволяет с “портальной” домашней страницы быстро переходить к использованию таких своих служб, как электронный почтовый ящик емкостью 10 Гбайт (ссылка Gmail), служба новостей Google (Google News), прогноз погоды (Weather), новости по выбору пользователя (Wired News), слово дня (Word of Day, здесь приводится какое-то редкое слово и дается его толкование) и показатели фондовой биржи (Stock Market). После щелчка на ссылке Wired News откроется окно настройки портальной домашней страницы Google (рис. 4.5).

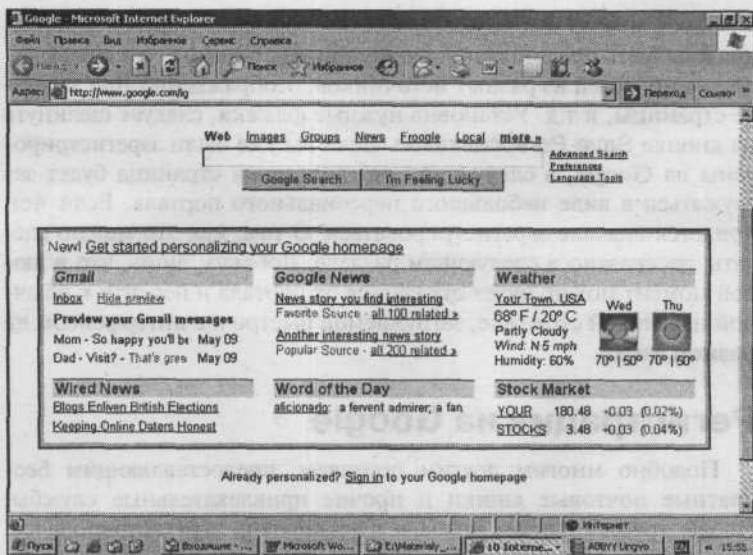


Рис. 4.4. Google как портал

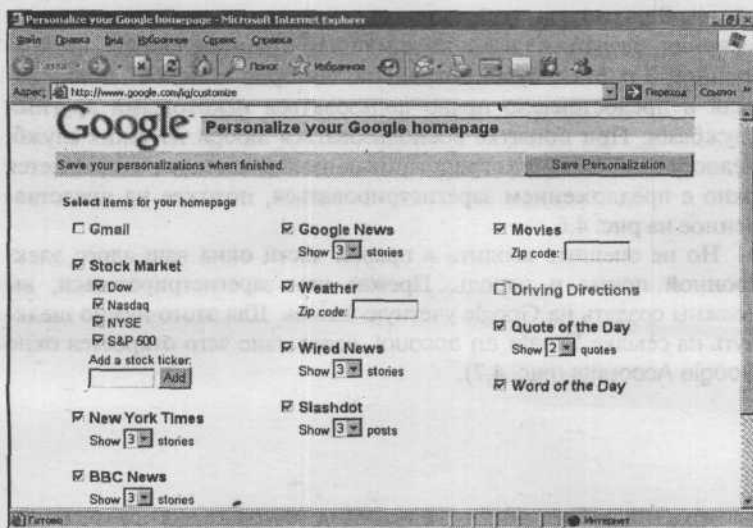


Рис. 4.5. Google позволяет пользователю настраивать начальную страницу портала по своему вкусу



Здесь можно выбрать службы, которые, по вашему мнению, должны быть представлены на домашней странице, указать количество новостей из разных источников, отображаемых при загрузке страницы, и т.д. Установив нужные флажки, следует щелкнуть на кнопке *Save Personalization*. Если вы уже были зарегистрированы на Google, в следующий раз домашняя страница будет загружаться в виде небольшого персонального портала. Если нет, придется вначале зарегистрироваться. О том, как это можно сделать, рассказано в следующем разделе. Добавим лишь, что в любой момент можно будет отказаться от портала и перейти к обычной начальной странице, загружаемой быстро и с интерфейсом на родном языке.

## Регистрация на Google

Подобно многим другим порталам, предоставляющим бесплатные почтовые ящики и прочие привлекательные службы, Google требует, чтобы вначале пользователь зарегистрировался. Оно и понятно: никто, кроме вас, не должен читать вашу почту, поэтому она защищается паролем, который вводится при регистрации. В частности, только после регистрации вступают в силу изменения, сделанные вами на домашней странице Google, превращенной в портал, будет сохранена «история поисков» пользователя и предоставлено право пользоваться некоторыми другими службами. При попытке воспользоваться любой из таких служб, недоступной незарегистрированным пользователям, открывается окно с предложением зарегистрироваться, похожее на представленное на рис. 4.6.

Но не спешите вводить в правой части окна ваш адрес электронной почты и пароль. Прежде чем зарегистрироваться, вы должны создать на Google учетную запись. Для этого нужно щелкнуть на ссылке *Create an account*, вследствие чего откроется окно *Google Accounts* (рис. 4.7).



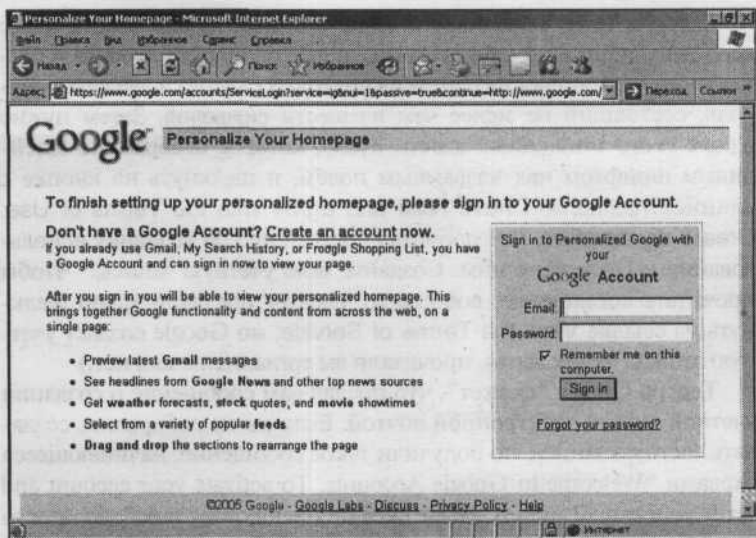


Рис. 4.6. Одно из окон с предложением зарегистрироваться на Google

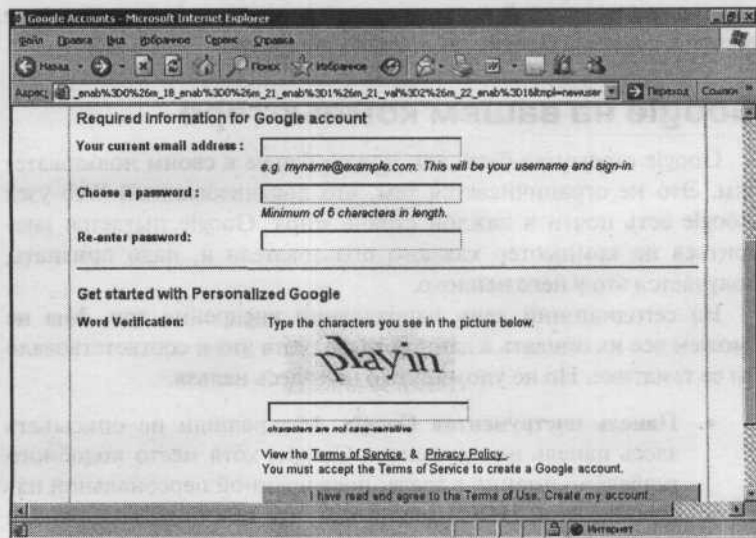


Рис. 4.7. Окно Google Accounts поможет вам быстро создать учетную запись

Здесь, в поле **Your current email address:** нужно ввести адрес почтового ящика (не обязательно вашего основного, можно и бесплатного Web-ящика на одном из почтовых сайтов) и дважды — пароль, состоящий не менее чем из шести символов. Затем нужно в поле **Word Verification:** ввести слово, которое отображено затейливым шрифтом над названным полем, и щелкнуть на кнопке с длинной надписью **I have read and agree with the Terms of Use. Create my account.** (“Я прочитал соглашение об условиях использования и согласен с ним. Создайте мою учетную запись.” Чтобы прочитать соглашение, вообще-то, следует предварительно щелкнуть на ссылке **View the Terms of Service**, но Google создаст учетную запись, не проверяя, прочитали вы соглашение или нет.)

Теперь Google “скажет”, что послал вам сообщение о создании учетной записи электронной почтой. Если вы не собирались создавать учетную запись, но получили такое сообщение, начинающееся словами **“Welcome to Google Accounts. To activate your account and verify your e-mail address, please click on the following link:”**, то просто проигнорируйте это сообщение, и учетная запись не будет активирована. Если инициатором создания записи были вы, щелкните на ссылке, следующей после указанного предложения, и получите доступ к службам Google, защищенный паролем.

## Google на вашем компьютере

Google стремится быть как можно ближе к своим пользователям. Это не ограничивается тем, что локализованный Web-узел Google есть почти в каждой стране мира. Google пытается внедриться на компьютер каждого пользователя и, надо признать, получается это у него неплохо.

На сегодняшний день направлений внедрения три. Мы не сможем все их описать в данной главе, хотя это и соответствовало бы ее тематике. Но не упомянуть о них здесь нельзя.

- **Панель инструментов Google.** Мы решили не описывать здесь панель инструментов Google, хотя место подобного раздела — именно в главе, посвященной персональной настройке этой ИПС. Дело в том, что при описании панели инструментов Google придется использовать информацию о расширенном поиске и других его разновидностях, о ко-

торых речь пойдет в следующих главах. Поэтому мы рекомендуем вначале прочитать главы 5, 6 и другие, немного освоить различные варианты поиска, а потом уже дополнять свой браузер панелью инструментов Google. Поэтому, чтобы не нарушать порядок изложения, мы опишем панель инструментов Google в конце книги, в главе 7.

- **Поиск на собственном компьютере.** Это — весьма полезная функция Google. Ее мы также опишем позже, в главе 7.
- **Google как стартовая страница.** А вот об этой настройке можно рассказать уже сейчас.

## Google как стартовая страница

Если вы заметили, что ваш рабочий день, как правило, начинается с того, что вы проводите поиск с помощью Google или, превратив его домашнюю страницу в порталную, знакомитесь с новостями, или... Варианты можно перечислять и дальше, а вывод очевиден: Google нужно сделать стартовой страницей, и тогда окно любимой программы будет открываться на вашем компьютере тотчас после его соединения с Internet.

Сделать это можно очень просто: на домашней странице Google нужно отыскать ссылку **Сделайте Google стартовой страницей** и щелкнуть на ней. Теперь, как только вы будете запускать свой браузер, он немедленно начнет загружать домашнюю страницу Google. Чтобы избавить его от этой привычки, достаточно выбрать в его меню **Сервис пункт Свойства обозревателя** и на вкладке **Общие** в области **Домашняя страница** щелкнуть на кнопке **С пустой**.

## Резюме

Google старается быть максимально дружелюбным по отношению к пользователю — стремится предложить ему интерфейс на родном языке, обеспечить поиск среди Web-страниц, созданных на родном языке, “прикинуться” порталом и предоставить уже на домашней странице максимум полезной информации.

Для получения доступа к некоторым службам Google необходимо на нем зарегистрироваться. Это необходимо прежде всего в интересах пользователя — защита паролем в какой-то мере

обезопасит его личную информацию (например, письма электронной почты, если он решил воспользоваться этой службой) от посягательств посторонних. Регистрация бесплатна и выполняется хоть и не мгновенно, но достаточно быстро.

Панель поиска можно сделать постоянной частью экстернера вашего браузера. Более подробно об этом будет рассказано в главе 7.

## Поиск для терпеливых

Название этой главы достаточно условно. На самом деле виды поиска, описываемые в ней, не требуют особого терпения и выполняются почти столь же быстро, как простой поиск. Более того, за счет включения мощных механизмов Google релевантность результатов оказывается намного выше. Затратив немного больше времени на формулировку запроса, пользователь затем существенно экономит его, поскольку ему приходится тратить меньше усилий на “ручной” отбор среди полученных результатов нужного документа. Так что, как это ни парадоксально, названия глав 2 и 5 можно поменять местами. Те, у кого хватает терпения анализировать десятки и сотни ссылок, могут проводить простой поиск, описанный нами в главе 2. Те, кто хотел бы сразу получить небольшое количество результатов, более точно соответствующих запросу, должны потратить немного больше времени на его формулировку, т.е. провести *расширенный поиск*.

### Расширенный поиск

Термин “расширенный поиск” может ввести пользователя в заблуждение. Во всяком случае те из вас, кто полагает, что расширенный поиск проводится по большему количеству сайтов и в результате получается больше результатов, несколько заблуждаются. На самом деле в результате расширенного поиска содержится меньшее количество ссылок, при этом их соответствие тому, что хотел пользователь, повышается. Так что эту разновидность поиска следовало бы назвать “поиск с расширенными возможностями по повышению релевантности результатов”. Но, поскольку этот термин слишком громоздок, все пользуются более простым.

Чтобы провести расширенный поиск, выполните следующие действия.

1. Откройте домашнюю страницу Google.
2. Щелкните левой кнопкой мыши на соответствующей ссылке, расположенной справа от поля ввода запроса.
3. На открывшейся странице (рис. 5.1) выберите нужные опции.

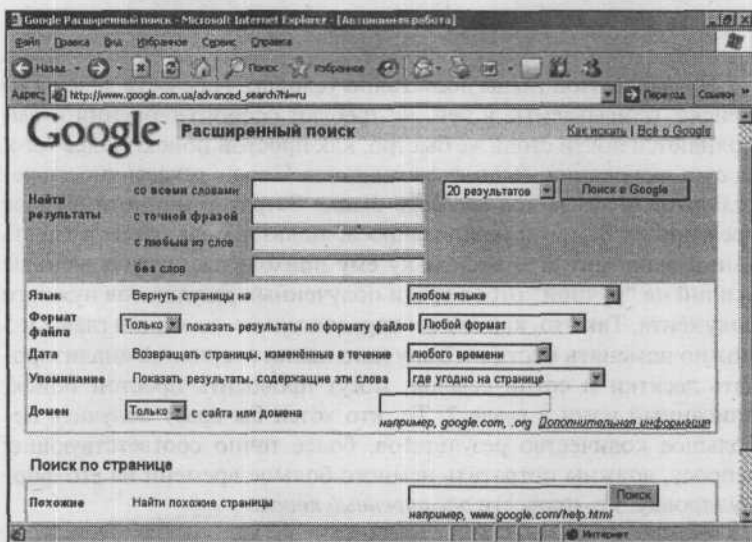


Рис. 5.1. Страница Google, предназначенная для проведения расширенного поиска

Как видите, здесь в удобном графическом режиме можно быстро ограничить область поиска и тем самым повысить релевантность его результатов. Во-первых, вы можете оперировать со словами запроса и искать документы, содержащие:

- в точности введенную вами фразу;
- все введенные слова;
- одно из слов;
- не содержащие указанные вами слова.

Для того чтобы наложить одно из указанных ограничений или одновременно несколько, нужно ввести то или иное слово в соответствующем поле. Например, если вас интересует документ, цита-

той из которого вы располагаете, нужно ввести ее в поле с точной фразой. Будут найдены документы, содержащие все слова запроса, расположенные в порядке, указанном вами. Релевантность такого поиска обычно бывает очень высокой.

Во-вторых, можно наложить ограничения на язык искомых документов. Это можно сделать с помощью поля со списком **Вернуть страницы на**, в котором можно выбрать язык нужных вам документов. Как уже говорилось в главе 4, лучше оставить предлагаемый по умолчанию вариант любом языке, хотя из этого правила, конечно, возможны исключения. Если релевантность поиска вдруг окажется низкой, можно все же выбрать язык и еще раз щелкнуть на кнопке **Поиск** в **Google**.

В-третьих, можно указать, файлы какого формата вас интересуют. Вы можете потребовать вывода документов, содержащихся в файлах:

- любых форматов;
- только выбранного вами формата;
- исключая один из форматов.

Для того чтобы указать формат, нужно в поле **Формат файла** выбрать вариант **Только** или **Не**, а в поле **показать результаты по формату файлов** указать формат файлов, которые вам нужны или, наоборот, должны быть исключены из результатов поиска. Если вас интересуют, например, прайс-листы, часто оформляемые в виде электронных таблиц, можно в первом поле выбрать **Только**, а во втором **Microsoft Excel (.xls)**.

Существует и несколько других возможностей по ограничению количества ссылок в результатах поиска. Так, в поле **Возвращать страницы, изменённые в течение** можно выбрать один из следующих вариантов: **любого времени**, **за последние три месяца**, **полгода** или **год**. Если вас интересует свежая информация на какую-то тему, нужно выбрать вариант **за последние три месяца**. Однако если вы ищете что-то незыблемое, классическое, нетленное, рекомендуется выбрать вариант, предлагаемый по умолчанию: **любого времени**.

Очень полезным при расширенном поиске может оказаться поле **Показать результаты, содержащие эти слова**. Далее можно выбрать, где именно должны находиться слова вашего запроса — в самом документе, в его заголовке и т.д. Понятно, что если слова



запроса содержатся в заголовке страницы и тем более в ее адресе, релевантность такого документа может оказаться очень высокой. А вот если вас интересуют комментарии к какому-то документу, целесообразно выбрать вариант в ссылках на данную страницу.

В строке Домен можно выбрать сайт или домен, документы которого вас интересуют или, наоборот, должны быть исключены из результатов поиска. Для этого в первом поле нужно выбрать вариант соответственно Только или Не, а в поле с сайта или домена указать, как и предлагается, сайт или домен.

Обычно крупные сайты предлагают своим посетителям поисковую машину, действующую в пределах сайта или в Internet, которая позволяет быстро найти нужный документ, не просматривая десятки (а иногда и сотни) страниц сайта. Однако такой системой поиска снабжены не все Web-узлы. В этом случае Google может оказаться незаменимым помощником. Обнаружив целый сайт на интересующую вас тему, вы можете ввести его адрес в поле с сайта или домена и задействовать мощную поисковую машину Google в своих конкретных целях. Щелкнув на находящейся рядом с этим полем ссылке Дополнительная информация, вы перейдете на страницу Google Help Center (Справочный стол Google), содержащую всевозможные подсказки, но только на английском языке.

В последней области страницы Расширенный поиск, которая называется Поиск на странице, вы можете ввести адрес одной из найденных вами страниц и найти либо похожие на нее, либо страницы, содержащие ссылки на указанную вами. Как уже говорилось в главе 2, поиск похожих страниц редко оказывается эффективным. Поиск страниц, содержащих ссылки на указанную, может в некоторых случаях оказаться полезным — такие страницы могут содержать информацию, относящуюся к предмету вашего поиска.

В заключение рассмотрим конкретный пример.

Допустим, пользователь занимается бизнесом и хотел бы найти на международном рынке покупателя на свой товар — арматурный прокат (deformed bars). Как можно использовать возможности расширенного поиска?

В поле со всеми словами укажем, что мы ищем того, кто хотел бы *купить* наш продукт: buy. В поле с точной фразой введем название предлагаемого продукта: deformed bars. В поле с любым

из слов можно ввести предлагаемые вами условия поставки. Допустим, вы готовы поставлять продукт на разных условиях и, кроме того, одни и те же условия могут называться по-разному, их нужно вводить именно в этом поле, тогда Google найдет все варианты: CNF CFR C&F. Кроме того, здесь же введем синоним для слова “купить”: purchase. В поле без слов можно ввести sale, поскольку мы хотим продать товар, а не купить его.

Если опыта поиска подобной информации у нас нет, в строках Язык и Формат файла следует оставить значения по умолчанию (т.е. не налагать никаких ограничений). А вот в поле Возвращать страницы, изменённые в течение нужно выбрать вариант последних 3 месяцев — информация такого рода устаревает очень быстро, нет смысла изучать предложения, давно потерявшие силу.

Остальные опции пока можно не выбирать. Страница с результатами поиска в нашем случае будет содержать около полусотни ссылок, которые придется просмотреть вручную (рис. 5.2). После некоторой практики подобного поиска вы поймете, какие еще слова следует добавить в различные поля страницы Расширенный поиск, чтобы еще более повысить релевантность получаемых результатов.

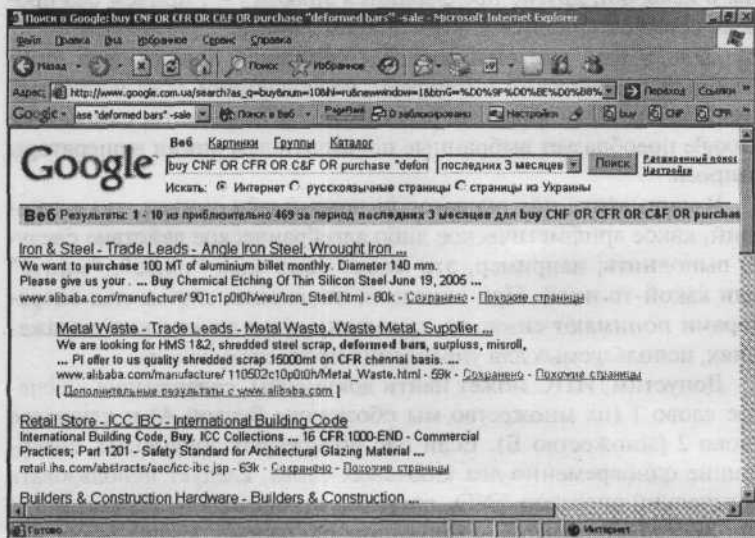


Рис. 5.2. Результаты расширенного поиска

Как видите, форма расширенного поиска, предлагаемая ИПС Google, позволяет весьма точно ограничить область поиска и тем самым повысить его релевантность. Учитывая огромное число документов, по которым проводится поиск, можно сказать, что это — весьма полезная функция, востребованность которой по мере роста числа проиндексированных ИПС Google документов будет расти.

Тем, кому даже этих, весьма впечатляющих возможностей расширенного поиска окажется недостаточно, рекомендуем прочитать следующий раздел.

## Сложный поиск

Мы назвали его так в противовес простому поиску, для которого не требуется каких-либо особых знаний и навыков.

Если вы внимательно рассмотрите результаты расширенного поиска, проведенного нами в предыдущем разделе (см. рис. 5.2), то заметите: в поле ввода запроса оказались не только введенные нами слова, но и другие. Кроме того, некоторые из них заключены в кавычки, другие предваряются знаком “-”, причем без пробела перед следующим за этим знаком словом.

Дело в том, что страница Расширенный поиск — это лишь удобный графический интерфейс, позволяющий даже неопытному пользователю повысить релевантность поиска. На самом деле Google преобразует выбранные пользователем опции в операторы запроса.

В математике под оператором понимается символ, указывающий, какое арифметическое либо алгебраическое действие следует выполнить; например, это может быть знак “плюс”, “минус” или какой-то иной. При описании поисковых систем под операторами понимают символы, применяемые в логических выражениях, используемых для управления процессом поиска.

Допустим, ИПС может найти документы, содержащие ключевое слово 1 (их множество мы обозначим буквой А) и ключевое слово 2 (множество В). Если нас интересуют документы, содержащие одновременно два ключевых слова, следует использовать логический оператор AND (оператор пересечения). На рис. 5.3, а множество документов, содержащих одновременно два ключевых слова, заштриховано.

Если нас интересуют документы, содержащие либо первое, либо второе слово, следует применить оператор OR (оператор объединения, рис. 5.3, а).

Чтобы исключить документы, содержащие какое-то слово, применяют оператор отрицания NOT. Логический оператор AND NOT позволяет отбирать документы, содержащие первое ключевое слово и не содержащие второго (заштрихованная область на рис. 5.3, в).

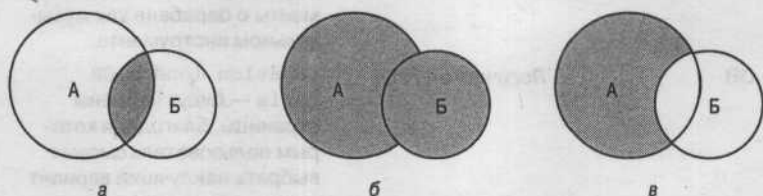


Рис. 5.3. Результаты действия операторов И, ИЛИ, И НЕ

Ниже мы приводим таблицу операторов, которые позволяют конструировать сложные запросы, и простейшие примеры с комментариями (табл. 5.1). Полный список операторов Google можно найти на странице [www.google.com.ua/intl/ru/help/cheatsheet.html](http://www.google.com.ua/intl/ru/help/cheatsheet.html).

Таблица 5.1. Операторы поисковой системы Google

Синтаксис	Что означает оператор	Пример запроса
AND или пробел	Наличие всех слов, введенных, как обычно, через пробел	звездные войны — будут найдены документы, содержащие слова “звездные” и “войны” в различных вариантах (стоящие рядом, в обратном порядке, разделенные другими словами и т.д.)
+	Обязательное наличие слова в найденном документе (работает также в применении к стоп-словам и цифрам)	звездные войны эпизод +1 — будут найдены документы, относящиеся именно к “Эпизоду 1”, а не ко всем фильмам сериала “Звездные войны”

Синтаксис	Что означает оператор	Пример запроса
-	Исключение из результатов поиска документов с данным словом	стиральная машина барабан -музыка — будут найдены документы о стиральных машинах барабанного типа, исключая документы о барабане как музыкальном инструменте
OR	Логическое ИЛИ	vacation london OR paris — будут найдены страницы, благодаря которым пользователь сможет выбрать наилучший вариант проведения отпуска
"..."	Поиск точной фразы	"белый пароход" — будут найдены документы, содержащие в точности фразу "белый пароход"
~слово	Поиск для указанного слова и его синонимов	~auto parts — будут найдены документы, содержащие слова auto, truck, car и т.д.
define:слово	Поиск определения указанного слова в словарях и энциклопедиях	define:галоп — будут найдены определения термина "галоп" в русскоязычных словарях
число1...число2	Поиск информации, относящейся к указанному диапазону чисел	DVD player \$100...150 — будут найдены документы, содержащие информацию о DVD-плеерах ценой от \$100 до \$150
date:число	Поиск документов, созданных за последние число месяцев	Date:3 — будут найдены документы, созданные за последние 3 месяца. Другие возможные варианты числа — 6 и 12
safesearch: слово	Поиск документов, не содержащих информацию категории "только для взрослых".	safesearch: sex education — будут найдены документы о сексуальном воспитании, доступные детям

<b>Синтаксис</b>	<b>Что означает оператор</b>	<b>Пример запроса</b>
[cache: адрес_страницы]	Показ версии <i>страницы</i> , находящейся в кэше	[cache:www.km.ru] — будет показана версия начальной страницы портала Кирилл и Мефодий, находящейся в кэше Google
[cache:адрес_страницы слово]	Показ версии <i>страницы</i> , находящейся в кэше, с выделенным <i>словом</i> , если оно встречается на указанной странице	[cache:www.km.ru погода] — будет показана версия начальной страницы портала Кирилл и Мефодий, находящейся в кэше Google, с подсвеченным словом <i>погода</i>
[link: адрес_страницы]	Поиск страниц, содержащих ссылки на <i>страницу</i> , указанную в запросе	[link:www.km.ru] — будет представлен перечень страниц, содержащих ссылки на портал Кирилл и Мефодий
[related: адрес_страницы]	Поиск страниц, похожих на <i>страницу</i> , указанную в запросе	[related:www.google.com] — будет представлен перечень страниц, похожих на начальную страницу поисковика Google
[info: адрес_страницы]	Вывод информации, имеющейся в Google, относительно <i>страницы</i> с указанным <i>адресом</i>	[info:www.km.ru] — будет выведена информация о начальной странице портала Кирилл и Мефодий
[слово site:домен]	Поиск документов с указанным <i>словом</i> в указанном <i>домене</i> (или на странице с указанным адресом)	[help site:www.google.com] — будут найдены документы со словом "help" на страницах поисковика Google
[allintitle: слово1 слово2]	Поиск документов, в которых все указанные <i>слова</i> содержатся в заголовках	[allintitle: google поиск] — будут найдены документы, в заголовках которых содержатся слова "Google" и "поиск"

Синтаксис	Что означает оператор	Пример запроса
[intitle:слово1 слово2]	Поиск документов, в которых слово1 содержится в заголовках, а другие слова — как в заголовках, так и в тексте	[intitle:google поиск] — будут найдены документы, в которых слово "Google" содержится в заголовке, а слово "поиск" — в заголовке или в тексте
[allinurl: слово1 слово2]	Поиск страниц, в адресе которых содержатся все указанные слова	[allinurl: google search] — будут найдены страницы, в адресах которых содержатся слова "Google" и "search"
[inurl:слово1 слово2]	Поиск страниц, в адресе которых содержится слово1, а остальные слова — в адресе или тексте	[inurl:google search] — страницы, в адресах которых содержатся слова "Google", а в текстах или адресах — еще и слово "search"
stocks: символ_акций	Поиск биржевой информации об акциях	stocks: intc yhoo — получение данных о котировке акций компаний Intel и Yahoo

Кроме того, непосредственно в поле ввода слов запроса можно использовать математические операторы, основные из которых представлены в табл. 5.2.

Таблица 5.2. Основные математические операторы Google

Обозначение	Что означает оператор	Пример запроса
+	Сложение	45 + 39
-	Вычитание	45 - 39
*	Умножение	45 * 39
/	Деление	45 / 39
% of	Доля в процентах	45% of 39
^	Возведение в степень	2^5 (2 в степени 5)



Пожалуй, у этой мощной поисковой системы есть только один недостаток — она не проводит морфологический поиск; все слова будут искажаться в той форме, в которой вы их ввели.

## Проблема морфологического поиска

Если вы сделаете запрос **мальчик вошел в лес** в крупнейшей российской ИПС Yandex, она найдет примерно 300 страниц (рис. 5.4). Слова запроса, содержащиеся в найденных страницах, Yandex, как и Google, выделяет полужирным шрифтом. Можно увидеть, что предлог “в” Yandex относит к стоп-словам и при поиске не учитывает. Первая ссылка привлекла внимание Yandex буквально словами запроса — “**Мальчик вошел в лес**”, но уже вторая — словами “**Мальчик вошел в тень леса**”, четвертая — “**Мальчик, найденный в лесу охотниками**”, и т.д. Как видите, Yandex прекрасно знает все падежи, спряжения и прочие особенности русского языка, стараясь найти как можно больше ссылок.

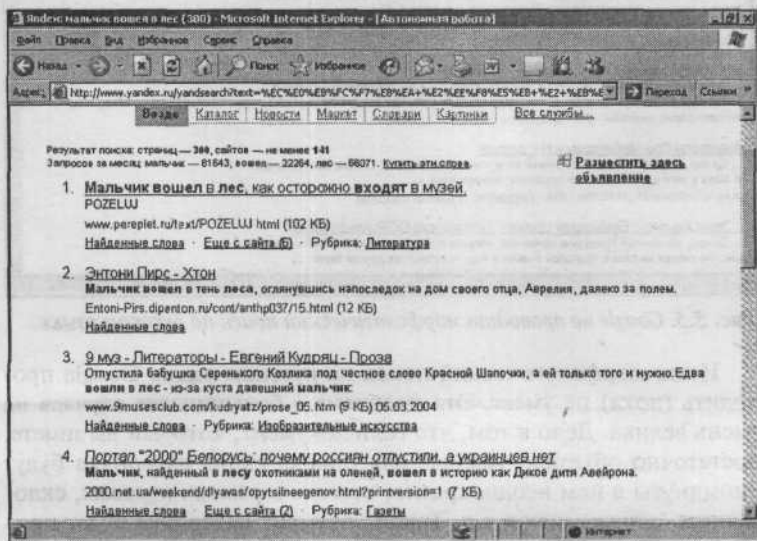


Рис. 5.4. Пример морфологического поиска

Если тот же запрос сделать к ИПС Google, будет найдено свыше 62 тыс. страниц (сравните с аналогичным показателем Yandex), но все слова будут искаться только в том падеже числе и спряжении, в каком вы их ввели в поле запроса (рис. 5.5). Google будет искать страницы, в которых слова запроса переставлены, разделены многими другими словами, но “в лес” на “в лесу” он заменить не способен. Более того, предлог “в” Google не относит к стоп-словам и прилежно отыскивает вместе со словами “лес” и “мальчик”.

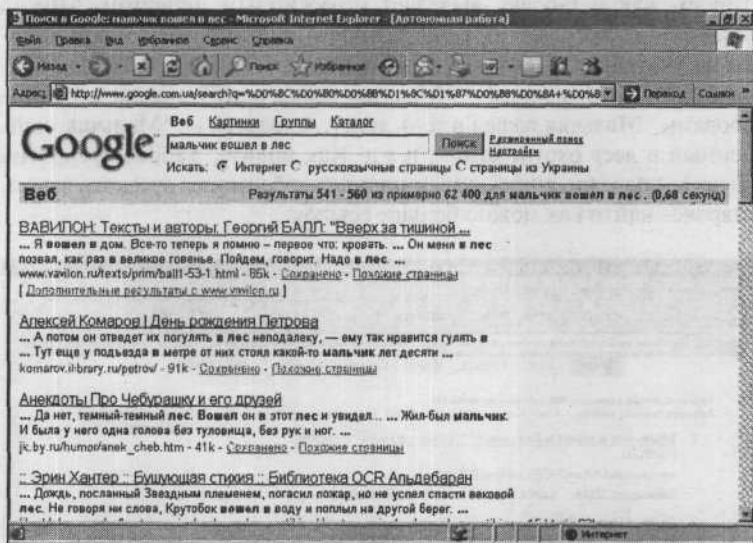


Рис. 5.5. Google не проводит морфологический поиск на русском языке

Итак, морфологический поиск на русском языке Google проводить (пока) не умеет. Эта проблема в большинстве случаев не очень велика. Дело в том, что если документ, который вы ищете, достаточно объемен, важные для поиска слова наверняка будут упомянуты в нем неоднократно, причем в разных падежах, склонениях, спряжениях и т.п. Такой документ наверняка будет присутствовать в результатах поиска (хотя, возможно, и не в числе первых). Кроме того, если вам важно найти документы с каким-то термином, его можно включить в запрос в разных падежах, воспользовавшись для этого вариантом расширенного поиска (поле с любым из слов), или, если вы предпочитаете проводить слож-

ный поиск, разделив разные словоформы оператором OR (например, магистр OR магистра OR магистру и т.д.; поскольку в русском языке всего лишь 6 падежей, а не 46, как в табасаранском, это не так уж сложно). Времен глаголов у нас тоже только 3, а не 24, как в английском. Правда, глаголы бывают совершенные и несовершенные и, кроме того, русский язык отличается наличием огромного числа приставок, суффиксов и окончаний, которые и делают его столь богатым, но все равно провести морфологический поиск вручную зачастую бывает не так уж и сложно. Это — вполне окупаемые затраты, поскольку ни одна современная ИПС не способна конкурировать с Google по количеству проиндексированных документов (свыше 8 млрд).

## Варьирование запросов

Иногда “с первого захода” найти нужный документ не удастся, даже если вы “вручную” проводили морфологический поиск. Но это не значит, что документа нет в Internet. Для того чтобы все же отыскать нужную информацию, иногда бывает достаточно изменить какие-то слова запроса. Даже если поиск оказывается относительно успешным, очень часто бывает полезно изменить его параметры. Именно это мы будем иметь в виду, когда будем говорить о *варьировании поиска*.

Проще всего объяснить суть варьирования на конкретных примерах.

Допустим, вы ищете документы, в которых говорится об эффективности поиска в Internet. Если вы введете только ключевые слова эффективность поиска, релевантность поиска будет низкой, потому что в результатах запроса будет много ссылок на документы, относящиеся к поиску подводных лодок, воздушных целей, черной кошки в темной комнате и т.п. Поэтому нужно использовать не менее трех ключевых слов. Очевидно, третьим должно быть слово “Internet”. Но если в книгах издательства “Диалектика” (одну из них в данный момент вы держите в руках) используется, как правило, латинское написание этого термина, то в книгах других издательств и тем более в Сети все чаще используется термин “Интернет”. Результаты поиска при использовании одного и того же термина, написанного латиницей и кириллицей, получаются существенно разными. В частности, если вас заинтересовали параметры, которыми оценивается эффективность поиска

в Internet, то в одном случае ссылка на статью, содержащую исчерпывающую информацию по данному вопросу, может оказаться семнадцатой (рис. 5.6), в другом среди первых 20-ти ссылок нужный нам документ (не обязательно тот же самый, ссылка на который была первой при предыдущем варианте поиска) отсутствует (рис. 5.7). Пришлось бы потратить немало времени на изучение еще нескольких десятков ссылок, чтобы найти нужную информацию. Кроме того, существенно отличается и полнота поиска. При использовании в качестве одного из ключевых слов Internet результаты поиска содержат 32 400 ссылок, при использовании слова интернет — 81 400. (Напомним, что Google не различает строчные и прописные буквы, так что можно с равным успехом вводить ключевые слова интернет и Интернет.)

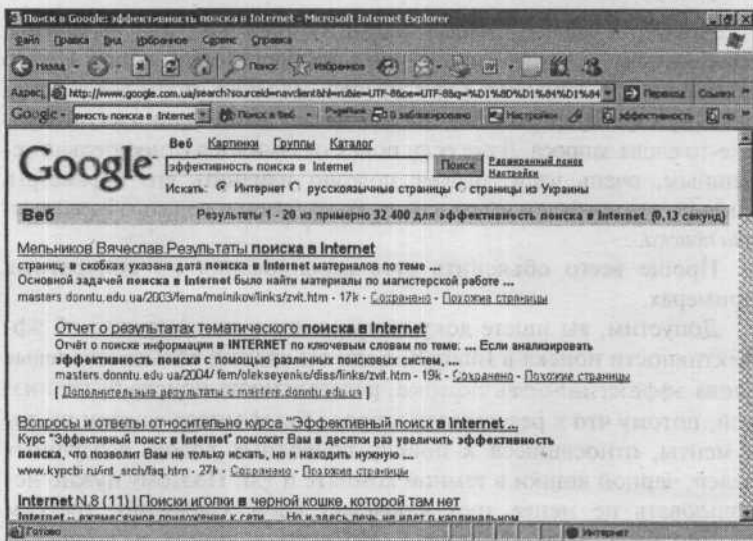


Рис. 5.6. Поисковая машина считает слова Internet и Интернет разными...

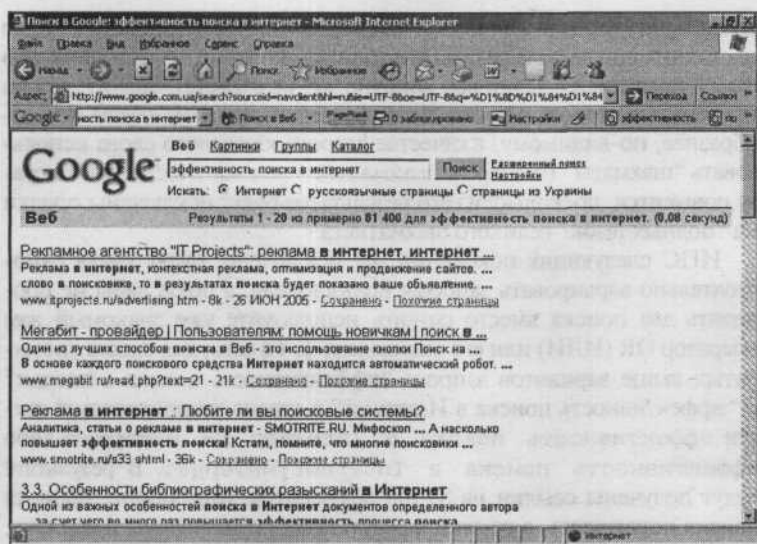


Рис. 5.7. ...поэтому существенно отличаются и результаты поиска

Следует отметить, что в обоих случаях нами применялась одна и та же ИПС, использующая одни и те же алгоритмы поиска, определения релевантности и ранжирования. То есть, в относительной “неудаче” одного из поисков ИПС “не виновата”.

Бывают случаи, когда даже записанные кириллицей термины имеют варианты написания. За примерами ходить недалеко: браузер и браузер, апплет и аплет, дескриптор, тег и даже (уже практически не употребляющийся) тэг.

Если вы ищете в Сети тексты книг Роджера Зилизны, не мешает проверить и вариант Роджер Желязны; существует также вариант Роджер Желязны. Для этого вы, конечно, должны знать, что это — известный американский писатель польского происхождения (отсюда и разные варианты транскрипции его фамилии). Поисковик Google нашел в первом случае всего лишь 6 документов, во втором — 112. Сказанное может относиться к другим фамилиям и именам (Хаксли и Гексли, Уильям и Вильям).

Фамилия Фишер относится к числу распространенных. Если вас интересует информация о знаменитом некогда шахматисте Роберте Фишере, вы, для повышения релевантности поиска, можете ввести в качестве ключевого слова его имя. Но во многих публикациях шах-

матист фигурировал как Бобби Фишер, и они могут попасть в число последних при выводе результатов поиска (которые просматривать до самой последней ссылки вы, конечно же, не станете). Значит, нужно проверить и второй вариант. Но в данном конкретном случае целесообразнее, по-видимому, в качестве второго ключевого слова использовать “шахматы” (Фишер & шахматы) — релевантность поиска сразу повысится, поскольку из его результатов будут исключены ссылки на “полных тезок” великого шахматиста.

ИПС следующих поколений, не исключено, будут уметь самостоятельно варьировать запросы пользователя, а пока, дабы не проводить два поиска вместо одного, используйте уже знакомый вам оператор OR (ИЛИ) или его эквивалент |. То есть, для охвата упомянутых выше вариантов запроса “эффективность поиска в Internet” и “эффективность поиска в Интернет” в строке запроса следует ввести эффективность поиска в Internet OR интернет либо эффективность поиска в Internet | интернет. В результате будут получены ссылки на 89 100 документов. Как видите, полнота поиска повысилась, а ссылки в результатах представлены в порядке, отличающемся от предыдущих вариантов поиска (рис. 5.8). Иногда он может оказаться более “правильным”, иногда менее.

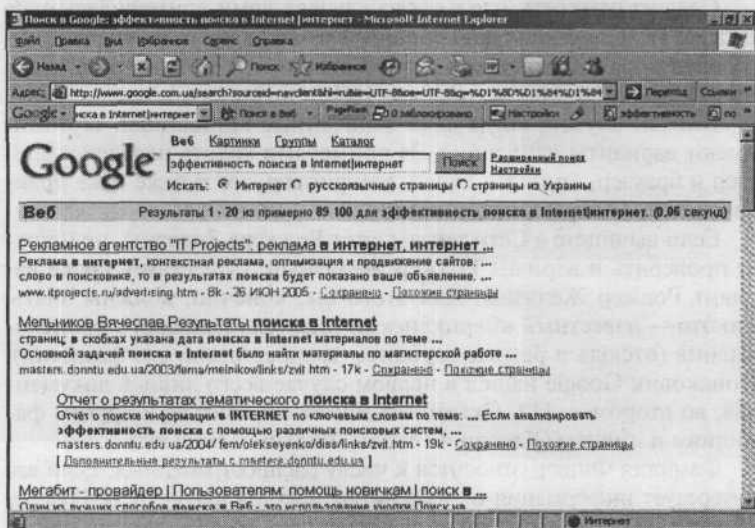


Рис. 5.8. Оператор OR позволяет осуществлять варьирование поиска в одном запросе



# Поиск с помощью каталога

## Преимущества и недостатки каталогов

Подобно большинству других поисковых серверов, помимо мощной и эффективной поисковой машины Google предоставляет в распоряжение своих пользователей обширный каталог. Поисковые каталоги напоминают систематические каталоги обычных библиотек. Тот, кому приходилось бывать в зале каталогов крупной библиотеки, непременно вспомнит о нем, впервые попав на начальную страницу поискового каталога Google (рис. 5.9).

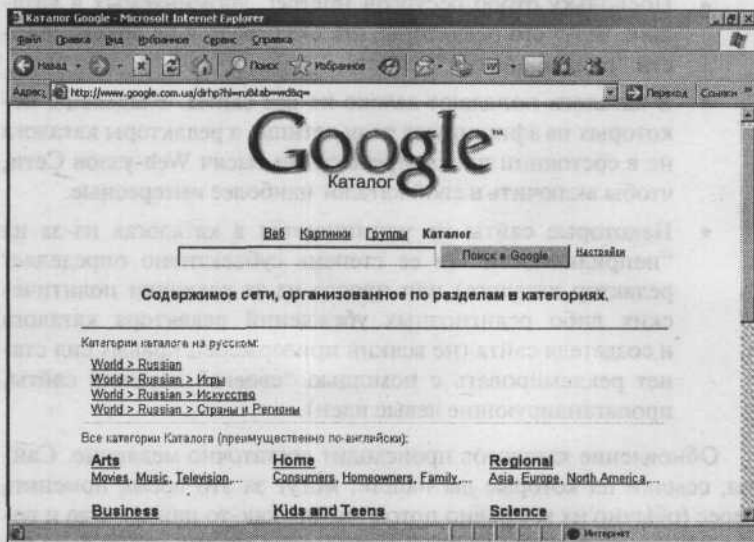


Рис. 5.9. Начальная страница поискового каталога Google

Проанализируем преимущества и недостатки поисковых каталогов. К преимуществам можно отнести следующие.

- Каталоги имеют удобную древовидную структуру, позволяющую быстро найти сайты на заданную тему.
- Web-узлы на заданную тему перечисляются в порядке их значимости (с точки зрения редакторов каталога). Возможна сортировка по посещаемости, дате открытия и другим критериям.



- В каталоге обязательно бывают представлены все наиболее популярные Web-узлы по той или иной теме (из числа представленных в каталоге).
- Искусственные методы повышения популярности в поисковых каталогах, как правило, не работают, поэтому вероятность быстро найти наиболее “информированный” по данному предмету сайт выше.

Но есть у каталогов и недостатки. Наиболее серьезные из них перечислены ниже.

- Поскольку отбор ресурсов Internet, упоминаемых в каталоге, ведут его редакторы, это сказывается на объективности “ранжирования” сайтов.
- В каталоги попадают далеко не все сайты. Владельцы некоторых не афишируют свои детища, а редакторы каталога не в состоянии просмотреть сотни тысяч Web-узлов Сети, чтобы включить в свой каталог наиболее интересные.
- Некоторые сайты не упоминаются в каталогах из-за их “неприличности” (а ее степень субъективно определяет редактор каталога) или просто из-за различия политических либо религиозных убеждений редактора каталога и создателя сайта (не всякий приверженец правых сил станет рекламировать с помощью “своего” каталога сайты, пропагандирующие левые идеи).

Обновление каталогов происходит достаточно медленно. Сайты, ссылки на которые вы нашли, могут за это время поменять адрес (обычно их все равно потом можно как-то найти), а то и вовсе исчезнуть из Сети (в этом случае тоже можно найти хотя бы часть из Web-страниц, но так бывает далеко не всегда).

## **Открытый каталог**

От многих из перечисленных выше недостатков свободен каталог DMOZ, или Открытый каталог. Это — один из самых авторитетных каталогов, редактируемых вручную. Для того чтобы попасть на его страницы, мало создать Web-узел и послать заявку на включение редакторам каталога DMOZ (его называют так потому, что адрес каталога — <http://dmoz.org/>). Сайт должен быть интересен для пользователей и содержать уникальную информацию. Если

его владельцами были “позаимствованы” даже очень интересные статьи из других источников, редакторы Open Directory Project вряд ли сделают ссылку на такой сайт в каталоге DMOZ.

Русскоязычные ресурсы, удостоившиеся чести включения в каталог DMOZ, можно найти на странице <http://dmoz.org/world/russian/>.

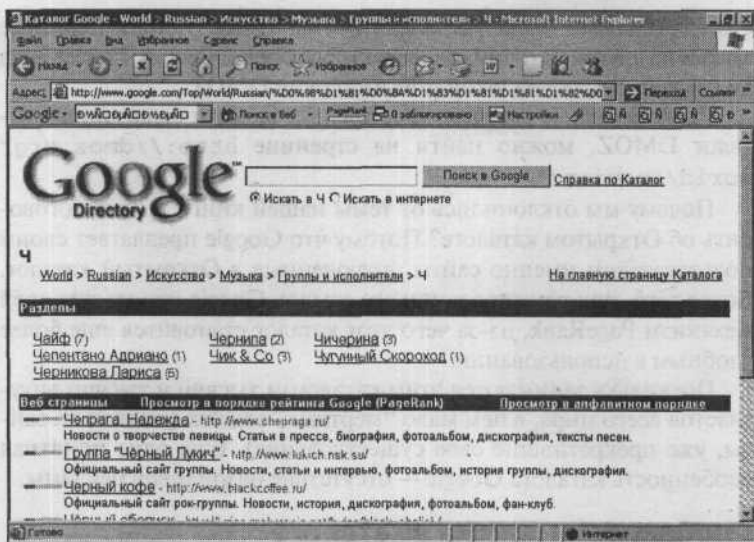
Почему мы отклонились от темы нашей книги и начали говорить об Открытом каталоге? Потому что Google предлагает своим пользователям именно сайты, включенные в Открытый каталог. Более того, при ранжировании его ссылок Google использует свой механизм PageRank, из-за чего этот каталог становится еще более удобным в использовании.

Поскольку занимаются этим каталогом тысячи и тысячи энтузиастов всего мира, в нем мало “мертвых” ссылок (ссылок на сайты, уже прекратившие свое существование). Еще одна приятная особенность каталога Google — отсутствие назойливой рекламы.

## Особенности поиска в каталоге

Темы каталога Google отличаются от рубрик библиотечной классификации, принятой в России, и от рубрик УДК (универсальной десятичной классификации). Но рядовой пользователь, поблуждав между “стеллажами” каталога, достаточно быстро начинает ориентироваться в его темах. (Поскольку очень часто темы Internet-каталогов называют *категориями*, в дальнейшем мы будем пользоваться этими терминами как синонимами, хотя это и не совсем корректно.) То, что в первую очередь волнует пользователя — дом, дети, компьютеры, новости, покупки, здоровье, спорт — вынесено на самый верх информационного айсберга. А далее, путем последовательных уточнений, можно достаточно быстро дойти до самых нижних ступеней иерархии, которой является, по сути, всякий каталог.

В верхней части страницы представлены рубрики русскоязычной части Открытого каталога. Например, выбрав здесь категорию Искусство, затем рубрику Музыка, подрубрику Группы и исполнители, а в ней — букву “Ч”, вы откроете соответствующую страницу каталога (рис. 5.10).



*Рис. 5.10. Google хорошо знаком с российскими музыкальными группами и исполнителями*

Вначале здесь, как на всех предыдущих страницах, указываются еще более мелкие подрубрики (Чайф, Чернила, Чичерина и т.п.), в скобках рядом с каждой подгруппой указывается число сайтов. Ниже даются ссылки на другие страницы, соответствующие выбранной нами букве “ч”. Их можно расположить в алфавитном порядке или в порядке рейтинга Google. Рядом со ссылкой на каждый сайт указывается его адрес (иногда это не сайт, а одна из страниц Web-узла) и кратко описывается содержимое включенного в каталог ресурса.

Как видите, с помощью каталога ищутся не отдельные документы, содержащие те или иные слова, а целые сайты. Впрочем, поисковая машина Google остается в полном вашем распоряжении: максимально ограничив посредством выбора каталога количество просматриваемых сайтов, теперь можно ввести в поле запроса ключевые слова и щелкнуть на кнопке Поиск в Google. Поисковая машина отыщет на сайтах, включенных в выбранную вами подрубрику, конкретные документы. Причем это можно было делать и на предыдущем этапе, после открытия подрубрики Группы и исполнители, и при открытии “вышестоящих”

подрубрик Музыка и Искусство. Конечно, количество ссылок на релевантные документы будет тем больше, чем выше уровень подрубрики.

## Поиск в группах новостей

“Всемирная паутина” знакома большинству из пользователей, а вот в группах новостей участвуют далеко не все. Поэтому, прежде чем говорить о поиске в группах новостей, мы немного расскажем о том, что это такое.

### Что такое группы новостей

*Группы новостей* появились еще в 1979 году — задолго до создания “Всемирной паутины” и всего лишь через несколько лет после рождения электронной почты. Очень скоро сервис Usenet, обеспечивающий возможность проведения дискуссий, стал одним из самых востребованных в Сети. Сейчас его популярность пошла на убыль, но и сегодня аудитория некоторых групп новостей составляет десятки и сотни тысяч пользователей, а всего таких групп насчитывается свыше 70 тысяч.

Второе название групп новостей — *сетевые конференции*, третье — *телеконференции*, иногда их называют *конференции*, а иногда просто *новости*. Последнее название может внести путаницу, поэтому Google совершенно справедливо обозначил соответствующую категорию Группы.

Сервис Usenet теперь доступен через все наиболее распространенные почтовые программы, а с появлением WWW многие конференции переместились на Web-страницы. Соответственно изменилось и название — такие конференции стали называть *форумы* или *доски объявлений*. Различие между ними следующее: на досках объявлений публикуют, как правило, рекламные сообщения. Ответить на такое сообщение “публично” (т.е. чтобы ответ могли прочитать все) нельзя, вы можете написать “частное” письмо лишь автору объявления. На сообщения форума можно отвечать; статья-ответ будет размещена под исходным посланием, ответ на ответ — еще ниже и т.д.

Форумы весьма удобны. Ими просто пользоваться, заголовки всех статей сразу же видны на Web-странице форума. Но, используя Usenet, вы можете получить доступ к десяткам тысяч ново-

стей; ни одна Web-страница не в состоянии предоставить вам такой сервис. Кроме того, участвовать в форуме вы можете только в интерактивном режиме, т.е. ваш компьютер должен установить и поддерживать соединение с Internet. Участвуя в группе новостей, вы можете загрузить на свой компьютер архив сообщений, при необходимости вторично прочитать некоторые из них, подумать, а потом уже отправлять в группу новостей свою *статью* (именно так называют письма или сообщения, публикуемые в сетевой конференции). Кроме того, вы имеете возможность загрузить с сервера новостей не весь архив конференции, а только заголовки статей, а уж затем выборочно загрузить полные тексты тех, которые относятся к интересующему вас вопросу.

Во многих группах новостей соблюдают правила сетевого этикета. Здесь запрещены реклама и ненормативная лексика, нельзя оскорблять собеседников и занимать их время пустой болтовней (на сленге она называется *флейм*). За соблюдением этих правил следит модератор группы новостей и строго пресекает попытки их нарушить, причем некоторые “дополнительные” правила могут действовать только в конкретной конференции.

Распространение сообщений телеконференций осуществляют специальные *серверы новостей*. Поскольку они работают с использованием протокола NNTP, их часто называют NNTP-серверы. Все они связаны между собой. Сервер новостей вашего провайдера периодически получает сообщения телеконференций с других NNTP-серверов и, в свою очередь, передает на них сообщения от пользователей, участвующих в телеконференциях через сервер данного провайдера. Однако каждый поставщик услуг Internet сам решает, какие телеконференции будет поддерживать его NNTP-сервер, а какие нет. Из семидесяти с лишним тысяч телеконференций, существующих во всем мире, провайдер поддерживает обычно 1–8 тысяч. Если ваш провайдер не поддерживает нужную вам конференцию, к ней все равно можно получить доступ через сервер новостей крупной компьютерной компании, какого-нибудь университета или через сервер со свободным доступом к группам новостей (например, Google).

Участники телеконференций любят подписывать свои сообщения замысловатой стандартной подписью. В ней, помимо имени автора публикации и его электронного адреса, обычно приводится какой-то афоризм, а иногда и изображение, составленное из стандартных символов.

Кроме того, дабы избежать ненужных обид, после шутливого высказывания также частенько ставят подряд несколько знаков препинания и других символов, образующих *смайлик* (от англ. smile — улыбка). Например, символы :-), если рассматривать их, мысленно повернув на 90° по часовой стрелке, похожи на улыбающуюся рожицу, символы ;- ) — на рожицу подмигивающую, :- ( — чем-то огорченную и т.д. Существуют довольно объемные словари смайликов, и сейчас, похоже, ими можно выразить любую эмоцию. Используют смайлики и в письмах электронной почты, и при общении с помощью программы ICQ. Так что, встретив в письме либо статье набор знаков :-))))), не удивляйтесь: автор сообщения в этом месте не просто улыбается, а раскатисто смеется, и чем больше скобок, тем громче смех.

Как уже говорилось, читать сообщения групп новостей и посылать в них статьи позволяет любая современная почтовая программа (в том числе Outlook Express). Вначале нужно получить список групп новостей, поддерживаемых вашим провайдером, потом подписаться на заинтересовавшую вас конференцию, затем следует получить список заголовков последних сообщений и прочитать самые, на ваш взгляд, интересные. Читать сообщения, опубликованные на форуме, и при необходимости отвечать на них позволяет любой современный браузер. Более подробно о том, как все это делается, можно узнать в любом самоучителе по работе в Internet (см., например, список литературы в конце книги).

Итак, все предварительные сведения, которые желательно знать перед началом поиска нужной группы новостей, мы уже обобщили. Пора приступить непосредственно к поиску.

## Как найти нужную конференцию

Найти среди десятков тысяч телеконференций нужную именно для вас непросто. Если коллеги, друзья либо люди, серьезно интересующиеся той же проблемой, что и вы, не подсказали вам нужный адрес, попробуйте найти единомышленников самостоятельно.

Отчасти в этом вам поможет *имя конференции*. Оно состоит из нескольких частей, разделенных точками. Первая часть имени указывает на общую тематику (категорию) конференции, остальные ее конкретизируют. Перечень основных категорий телеконференций можно увидеть после щелчка на ссылке Группы (рис. 5.11).



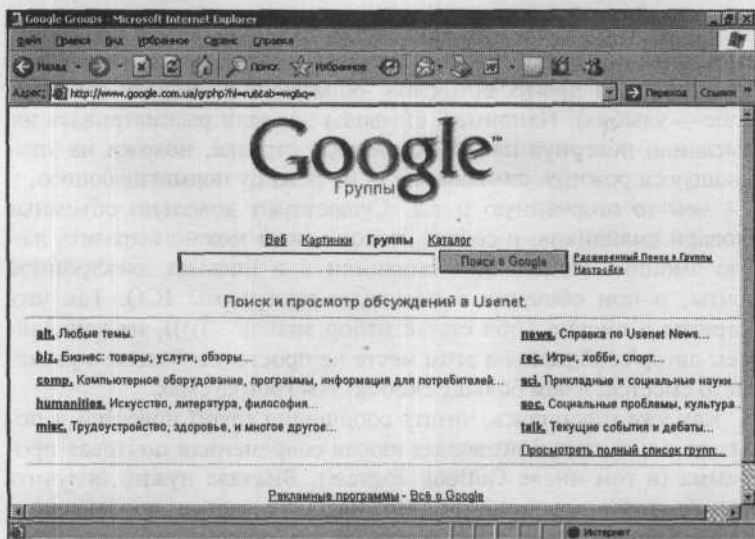


Рис. 5.11. Перечень основных категорий телеконференций

Большой популярностью пользуются группы новостей с префиксом **alt**. От остальных они отличаются тем, что, дублируя тематику основных категорий, совершенно свободны в публикуемых высказываниях и даже в лексике. Большинство наиболее популярных международных групп новостей принадлежит именно к этой категории (семейству) конференций.

Группы, имена которых начинаются с **alt.binaries**, могут содержать двоичные файлы (программы, аудиофайлы и рисунки), последние можно пересылать с помощью Usenet (хотя, вообще-то, этот сервис предназначен для работы только с текстовыми сообщениями).

Иногда в качестве префикса используется доменное имя страны (Россия — **ru**, Украина — **ua** и т.д.). Такие конференции проводятся соответственно в масштабах указанной префиксом страны.

Многие русскоязычные группы новостей начинаются с префикса **relcom** (потому что их поддержку первоначально обеспечивала отечественная сеть Релком) или **fido7** (сеть Фидонет не является частью Internet и работает совершенно по другим принципам). “Фидошная” группа самая многочисленная —



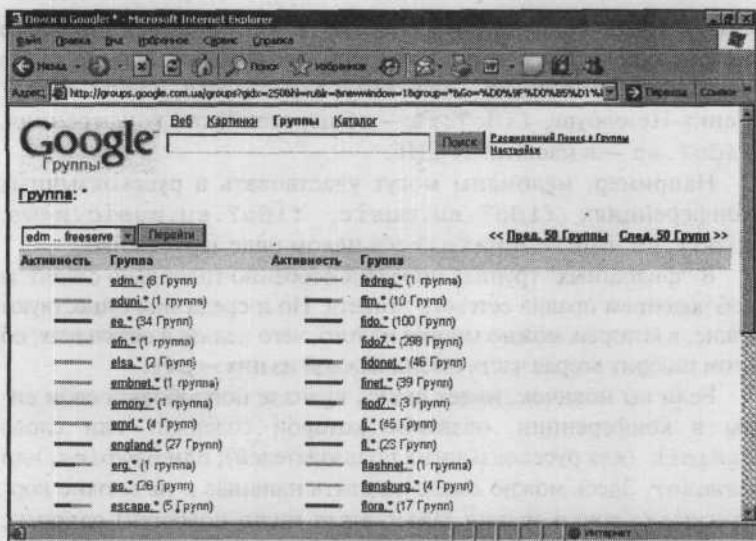
около 3 тыс. конференций. По названию конференции часто можно определить регион, в котором проживает большинство ее участников: `fido7.mo` — Москва и окрестности, `fido7.spb` — Санкт-Петербург, `fido7.ru` — общероссийская конференция, `fido7.su` — в масштабах СНГ.

Например, меломаны могут участвовать в русскоязычных конференциях `fido7.su.music`, `fido7.su.music.news`, `fido7.su.music.chainik` и в целом ряде зарубежных.

В “фидошных” группах новостей особенно тщательно следят за соблюдением правил сетевого этикета. Но и среди них существуют такие, в которых можно многое из того, чего нельзя в остальных; об этом говорит вторая часть имени каждой из них — `pvt`.

Если вы новичок, имеет смысл вначале попробовать свои силы в конференции, название которой содержит или слово `chainik` (для русскоязычных пользователей), или `newbies`, или `newuser`. Здесь можно смело задавать наивные и не вполне корректные (с точки зрения завсегдатаев групп новостей) вопросы. Довольно часто в конференции даже для опытных участников публикуют файлы с названием FAQ (часто задаваемые вопросы) или, в русскоязычных конференциях, ЧаВо (ЧАстые ВОпросы). Естественно, попавшие в этот файл вопросы повторно задавать участникам группы новостей весьма нежелательно.

Найти нужную группу поможет алфавитный каталог Google. Допустим, пользователь ищет группу новостей, в которой разговор идет о научной фантастике. Раз уж пользователь интересуется этой темой, он наверняка знает, что в Internet она часто фигурирует под аббревиатурой `sf` (от англ. *science fiction*). Кроме того, как мы уже говорили, многие русскоязычные группы имеют префикс `fido7`. После щелчка на ссылке Просмотреть полный список групп откроется окно (рис. 5.12), в котором все группы представлены в алфавитном порядке их названий. Чтобы не просматривать их подряд, открывая по 50 названий за один раз, нужно в поле со списком Группа:\* выбрать диапазон слов, в который попадает нужный нам префикс (для `fido7` в нашем примере это будет `edm... freeserve`).



*Рис. 5.12. В алфавитном каталоге групп можно быстро найти подходящую*

Справа от каждого префикса указывается количество групп, использующих его в своем имени. Полоска слева позволяет судить об активности групп. Если полоска светло-серая, активность нулевая, темно-зеленая — активность высокая. Если темно-зеленым окрашена только часть полоски, данный префикс используют и активные группы, и давно забытые своими создателями. При определении активности Google использует механизм PageRank, так что этот показатель достаточно объективен.

После щелчка на ссылке `fido7*` (298 Групп) откроется список групп с префиксом `fido7`. Здесь будут представлены как имена отдельных групп, так списков групп, использующих одинаковый префикс и совпадающую вторую часть имени. Опять-таки по цвету полоски можно определить, работает группа или нет.

Далее можно продолжить поиск вручную. Но есть и второй вариант — ввести интересующую нас тему в поле запроса, предварив и закончив ее символом “звездочка” (\*), и щелкнуть на кнопке Поиск. Например, по запросу `*linux*` будут найдены все группы новостей, в которых обсуждается эта операционная сис-

тема. Причем поиск такого рода можно проводить непосредственно со страницы Google Группы.

Щелкнув на названии одной из конференций, вы откроете список тем ее сообщений и их авторов. Указывается также дата отправки сообщения. Щелкнув на сообщении, вы сможете прочитать его, а при желании и ответить — либо автору сообщения, либо послать статью на конференцию.

## Поиск в материалах конференций

Поисковая система Google Groups (<http://groups.google.com>) позволяет искать не только сами группы новостей, но и опубликованные в них сообщения, и не просто по ключевым словам, а используя механизм расширенного поиска. О нем мы поговорим в следующем разделе, а сейчас отметим следующее.



Вы в любой момент можете перейти из режима поиска в Web в режим поиска в группах. Для этого достаточно на странице с результатами поиска щелкнуть на ссылке *Группы*, расположенной, как обычно, над полем ввода запроса.

## Расширенный поиск

Соответствующая страница открывается после щелчка на ссылке *Расширенный Поиск в Группы* (рис. 5.13).

Как видите, здесь можно довольно точно указать, какие именно сообщения вас интересуют.

Можно искать статьи в определенной конференции или в нескольких конференциях, относящихся к данной теме, обозначая префиксы и постфиксы имен конференций звездочкой. Можно искать сообщения, в поле *Тема* которых содержатся те или иные слова. Как обычно, можно искать сообщения со всеми словами, с точной фразой, с любым из слов и без определенных слов, причем все эти критерии можно задавать одновременно. Если вас интересуют сообщения только определенного автора, можно легко “заказать” и такой поиск.

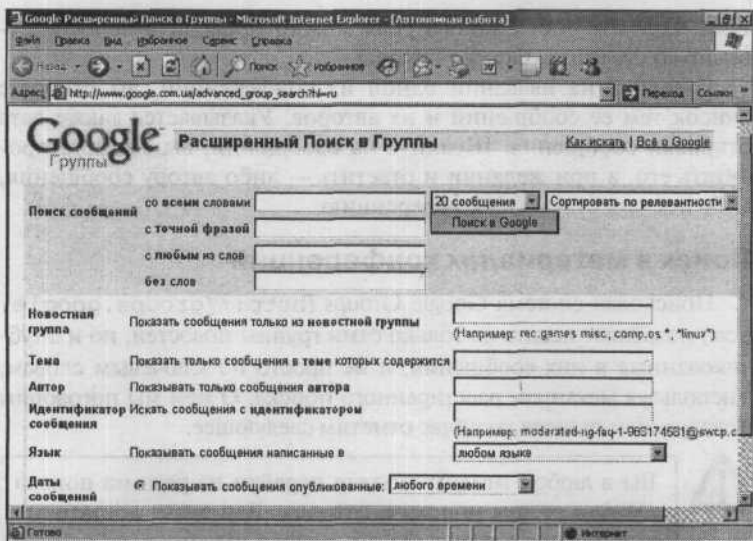


Рис. 5.13. Страница Расширенный Поиск в Группы ИПС Google

Очень важная особенность данной службы Google — возможность поиска сообщений, написанных в определенное время. Установив переключатель Даты сообщений в положение Показывать сообщения опубликованные:, в поле со поиском можно выбрать различные варианты — сутки, неделя, месяц, квартал, полугодие, год. По умолчанию предлагается вариант любого времени. Установив переключатель Даты сообщений в положение Показывать сообщения опубликованные между, можно указать интересующий вас период с точностью до дня. В архиве Google хранится (по состоянию на середину 2005 года) около 900 млн сообщений конференций, опубликованных с момента создания последних. (Поневоле вспоминаются эзотерические “Хроники Акаши”, в которых якобы записаны все людские деяния за все время существования человечества.) Масштабы деятельности Google поражают. Что бы кто-то ни “сказал” в какой-то из групп новостей — все будет зафиксировано ИПС Google.

Автор этой книги несколько лет назад в какой-то из конференций, посвященной фантастике, наткнулся на дискуссию, тема которой была Охотник на вирусов (по названию одной из фантастических повестей). Дискуссия продолжалась довольно долго; как во-

дится, она ушла далеко в сторону от заданной темы. Прочитать все сообщения автор в то время не мог из-за недостатка времени, а потому статьи этой дискуссии были удалены с сервера групп новостей, уступив место новым. Так бы это все и кануло в Лету, если бы не великий Google. Введя на странице Расширенный Поиск в Группы в поле Тема слова запроса Охотник на вирусов и щелкнув на кнопке Поиск в Google, менее чем через две секунды получаем две ссылки на сообщения искомой группы новостей, посвященные указанной теме. Щелкнув на одной из них, читаем исходное сообщение, послужившее началом дискуссии, разгоревшейся 6 лет назад (рис. 5.14).

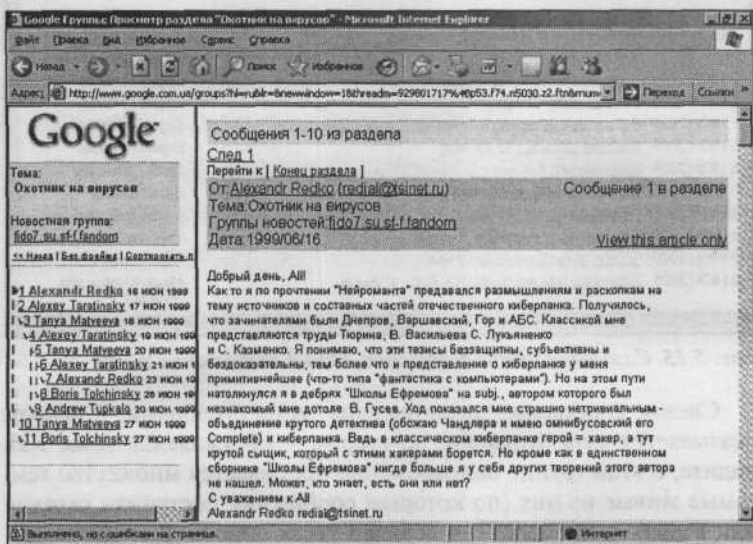


Рис. 5.14. Google позволяет быстро отыскать статью группы новостей, опубликованную много лет назад

Можно прочитать не только это сообщение, но и те, которые были посланы в ответ на исходное. Они отображены в правой части окна. Более подробно о методике чтения сообщений мы скажем ниже.

Допустим, случайно найденная (по теме или ключевым словам, как было описано выше) группа новостей привлекла ваше внимание и вам хотелось бы узнать, какие темы в ней обсуждают-

ся в настоящее время. В левой части окна с результатами поиска, а также в начале каждого сообщения приводится ссылка на группу. Щелкнув на ней, вы откроете окно с самыми свежими темами, обсуждаемыми в данный момент (рис. 5.15).

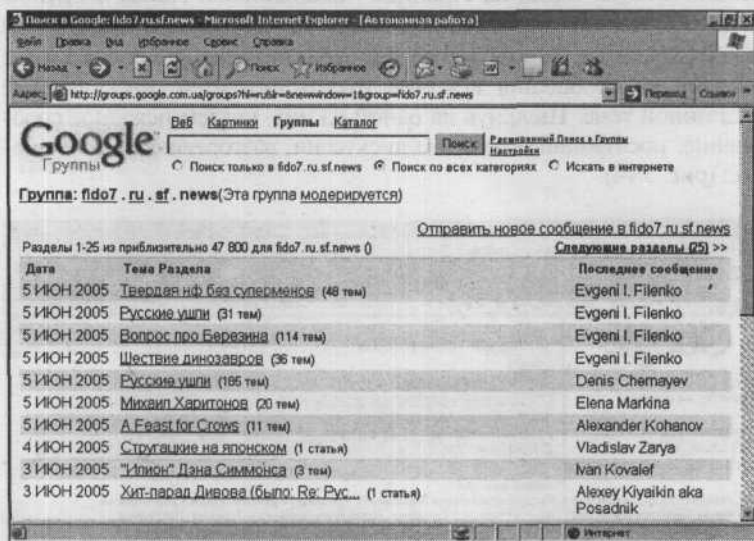


Рис. 5.15. Самые последние сообщения, самые актуальные темы

Свежие сообщения представлены тремя столбцами. В первом указывается дата отправки, во втором — обсуждаемая тема. Как видите, в этой группе одновременно обсуждается множество тем, самые живые из них (по которым сообщения поступили сегодня или вчера) представлены в верхней части списка. В скобках указывается количество сообщений на данную тему *в текущий момент* времени (например, *48 тем*, на самом деле — сообщений на данную тему). В третьем столбце указывается автор самого свежего сообщения. Если вы хотите задать вопрос участникам группы или предложить новую тему для обсуждения, нужно щелкнуть на ссылке *Отправить новое сообщение в имя\_группы*. Однако прежде рекомендуем познакомиться с сообщениями других участников группы.





Приступая к общению в какой-либо конференции, не спешите сразу же ознакомить весь белый свет со своими мудрыми мыслями. Вначале прочтите то, что пишут другие, попытайтесь уловить дух и настрой конкретной группы новостей. Возможно, она вам вообще не подходит и нужно поискать другую со схожей тематикой.

Если название какой-то темы привлекло ваше внимание, щелкните на ее названии во втором столбце. В правой части открывшегося окна вы прочтете *последнее на данный момент сообщение, касающееся выбранной темы*. Это равносильно тому, как если бы вы вошли в гостиную, в которой уже третий час идет спор на тему, название которой показалось вам интересным. Вы услышали последнюю реплику и вряд ли понимаете, о чем идет речь. Можно, конечно, попросить кого-то ввести вас в курс дела. Но все равно, краткий пересказ предыдущих реплик не заменит полноценного пусть не участия, но хотя бы присутствия в дискуссии.

В отличие от реальной жизни, в виртуальной можно и остановить мгновение, и повернуть время вспять. Google — виртуальная машина времени, которая позволит вам с легкостью узнать, о чем говорилось в виртуальной гостиной до вашего прихода. Потому что в левой части открывшегося окна представлена так называемая “цепочка” — имена пользователей, откликнувшихся на данное сообщение, и дата каждого отклика. Первой в цепочке стоит сообщение, “породившее” дискуссию на определенную тему. Далее, с отступом, следуют сообщения, развивающие тему (если она оказалась интересной для других участников группы). Можно открыть сообщение каждого участника дискуссии, щелкнув в левой половине окна на его имени, а можно последовательно просмотреть всю цепочку, отслеживая ход дискуссии. Для этого нужно щелкнуть на ссылке, стоящей первой. Правее имени автора каждого отклика (это, кстати, ссылка на его адрес электронной почты; щелкнув на ней, можно отправить письмо не в группу новостей, а конкретно автору реплики) указывается дата отправки сообщения. Если вы хотите полностью сосредоточиться на чтении сообщений какой-то цепочки, можно щелкнуть на ссылке Без фрейма, и тексты сообщений займут весь экран. Чтобы вернуть схематичное изображение цепочки, в “широком” окне нужно щелкнуть на ссылке View with frames, расположенной в левой верхней части окна. Другой вариант — просто щелкнуть на кнопке Назад браузера Internet Explorer.



Google по умолчанию отображает на экране 10 сообщений. Но некоторые дискуссии содержат сотни. Чтобы продолжить чтение цепочки, достаточно щелкнуть на ссылке След, расположенной в конце страницы.

В группах, как и при реальных диспутах, дискуссия может “ветвиться”. Спор может уйти в сторону от первоначальной темы, потом кто-то вспоминает, с чего все началось, или в дискуссию вступает новый участник, спеша поделиться новыми соображениями о том, что другие участники уже “проехали”. Чтобы новые (и старые) участники диспута на определенную тему не запутались в многочисленных высказываниях, Google в левой части окна указывает, ответом на какое сообщение является каждое следующее. Если оно смещено вправо относительно предыдущего — значит, ответом на предыдущее и является. Если смещено влево, по пунктирной линии, ведущей вверх, можно найти сообщение, послужившее стимулом для появления данного (рис. 5.16). Так, в представленном на рис. 5.16 случае сообщение 28 является ответом на сообщение 15, 34 — на 29, 25 — на 23, а 56 — на 14 (ссылка на сообщение 56 на рисунке не видна).

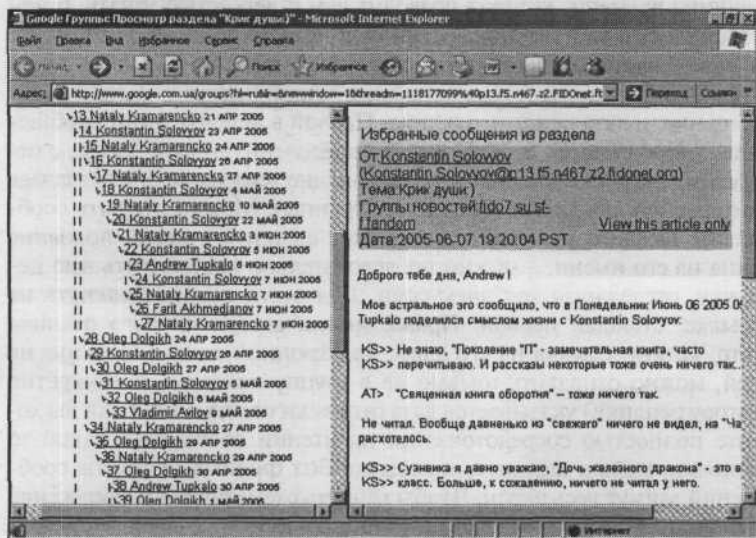


Рис. 5.16. Цепочки позволяют легко отслеживать ход самой запутанной дискуссии

Как видите, представление сообщений в виде цепочек неизбежно нарушает хронологию: после сообщения от 7 июня может следовать сообщение от 24 апреля. Если вас интересуют только последние сообщения на данную тему, в левой части окна нужно щелкнуть на ссылке Сортировать по дате. В этом случае, пусть и с нарушением логики обсуждения, первыми в списке будут отображены самые свежие сообщения.

Иногда цепочки бывают столь длинными, что в левой узкой части окна не помещаются, и бывает трудно понять, какое сообщение с каким связано.



Чтобы расширить левую половину окна, аккуратно подведите курсор мыши к границе между окнами и, когда он превратится в двунаправленную стрелку, перетащите границу вправо (или влево, чтобы было удобнее читать сообщения).

Есть и другой способ ознакомиться с предшествующими сообщениями: щелкнуть на ссылке Пред 10 в правой части окна. Если сообщение, через которое вы “врубились” в дискуссию, не последнее в цепочке, вместо этой ссылки будет другая: Смотреть это сообщение в контексте. Щелкнув на ней, вы откроете это сообщение вместе с примыкающими к нему “до” и “после”, всего 10. Чтобы вставить в дискуссию свою реплику, касающуюся данного сообщения, нужно щелкнуть на ссылке Отправить дополнение к этому сообщению. Однако, прежде чем вы получите такую возможность, вам придется зарегистрироваться на сервере Google. О том, как это можно сделать, мы говорили в главе 4. Отметим также, что посланное вами сообщение появится в группе не сразу, иногда — по прошествии нескольких часов.

Как видите, Google позволяет не только искать сообщения в группах новостей, но и принимать в них участие. Так, может быть, можно вообще обойтись без Usenet?

В принципе можно. Но серверы Usenet работают быстрее, чем Google, и обеспечивают выполнение большего числа функций. Так что лучше все же пользоваться браузерами Outlook Express, Netscape или бесплатной программой X-News. Задача Google — поиск (а в случае групп новостей — еще и архивирование) информации, и с нею он справляется лучше, чем кто бы то ни было.

## Сложный поиск

Сообщения групп новостей можно искать не только с помощью интерфейса расширенного поиска, но и применяя операторы. Если вы при проведении расширенного поиска введете, допустим, в поле Тема слова Охотник на вирусов, то увидите: на странице с результатами поиска в строке запроса введенные вами слова представлены иначе: `insubject:Охотник insubject:на insubject:вирусов`. Каждое слово запроса предварено оператором `insubject:` (без пробела с последующим словом); этот оператор, собственно, и означает — искать только в теме сообщений. Если слов в теме искомого сообщения несколько, перед каждым из них должен быть вставлен оператор `insubject:`.

Можно использовать и другие операторы (см. табл. 5.1). Кроме того, можно применять оператор `group:`, специфичный именно для поиска в группах:

- *слова\_запроса group:имя\_группы* — будут найдены сообщения указанной группы, содержащие слова запроса;
- *слова\_запроса group:префикс\_группы.\** — будут найдены сообщения во всех группах с указанным префиксом, содержащие слова запроса;
- *слова\_запроса group:\*часть\_имени\_группы.\** — будут найдены сообщения во всех группах, в имени которых содержится указанная часть имени группы, содержащие указанные слова запроса.

## Резюме

Помимо простого поиска, описанного нами в главе 2 и доступного даже начинающему пользователю, Google позволяет проводить так называемый “расширенный” поиск. Благодаря этой возможности можно более точно указать ИПС, что именно вас интересует: какие слова должны присутствовать в документах обязательно, а какие, наоборот, не должны в них присутствовать, на каком языке должны быть написаны документы, файлы каких форматов вас интересуют, как давно были созданы нужные вам документы и т.д. Ввести эти и другие ограничения позволяет удобная страница расширенного поиска с интерфейсом на русском языке.

Еще большие возможности по повышению релевантности полученных результатов предоставляет так называемый “сложный” поиск с использованием операторов. Для его проведения необходим некоторый навык, но эффективность такого поиска бывает весьма высокой.

Поскольку многие слова, которые могут быть использованы в качестве ключевых, в разных документах иногда записываются по-разному (например, Интернет и Internet), желательно при формулировании запроса на поиск указывать обе формы. Это способствует повышению эффективности поиска.

Хотя Google — это чрезвычайно эффективная поисковая машина, в распоряжение пользователя предоставляется и обширный каталог, в том числе русскоязычных ресурсов с интерфейсом на русском языке. Google использует не свой собственный, а Открытый каталог. Это — один из самых авторитетных каталогов, редактируемых вручную. Но Google ранжирует его ссылки, используя собственный механизм, благодаря чему эффективность поиска в каталоге повышается.

Группы новостей, или конференции, появились задолго до “Всемирной паутины”. Название конференции состоит из нескольких слов (возможно, с цифрами), разделенных точками. Первое из них весьма приблизительно указывает категорию, к которой относится конференция, остальные последовательно уточняют тематику последней. Многие интересные русскоязычные конференции относятся к категории fido7.

Выбрать среди 70 тыс. телеконференций нужную именно вам непросто. Однако с помощью Google вы сможете не только подобрать интересную конференцию, но и найти сообщения, относящиеся к интересующей вас теме, среди миллионов статей, опубликованных в разных конференциях за предыдущие годы. Более того, Google позволит вам даже принять участие в конференции, хотя лучше все же это делать с помощью обычной почтовой программы (например, Outlook Express).



# Тематический поиск

Под тематическим поиском здесь понимается поиск документов определенного вида — текстов, изображений, телепрограмм, спутниковых карт и т.д. — и в определенных местах (например, в базах данных, на FTP-серверах, группах новостей и т.д.).

Частично тематического поиска мы уже касались в главах 1 и 5. В главе 1 мы говорили о поиске изображений, в главе 5 — о поиске в группах новостей. В данной главе мы рассмотрим другие разновидности тематического поиска, обеспечиваемого Google. Все они представлены на странице [www.google.com/intl/en/options/](http://www.google.com/intl/en/options/). Здесь можно найти как все службы (в области Google Services), так и программные средства (в области Google Tools). В данной главе мы будем говорить о службах.

## Поиск новостей

Новости интересуют всех. На своей главной домашней странице (с англоязычной версией интерфейса) Google располагает специальную ссылку для поиска новостей. Непосредственно открыть страницу с новостями можно, введя адрес <http://news.google.com/news> (рис. 6.1). Здесь вы можете ознакомиться с новостями, которые подобрал для вас Google, а можете заказать поиск новостей на определенную тему.

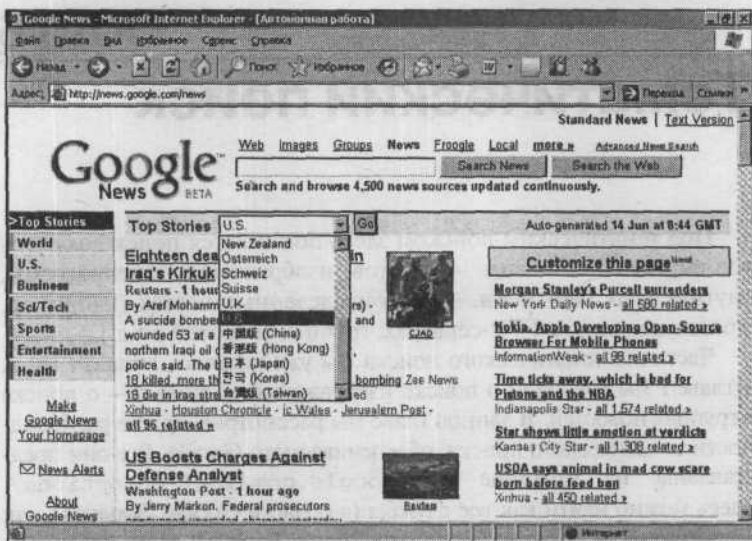


Рис. 6.1. Новости со всего света

## Знакомство с новостями, отображенными Google

На начальной странице новостей представлены заголовки наиболее “горячих” из них, указан источник, из которого получена та или иная новость, а также приведены несколько первых строк сообщения (которых бывает вполне достаточно, для того, чтобы решить, стоит знакомиться с полным текстом статьи или нет).

В левой верхней части страницы представлен рубрикатор новостей. Все их Google разбил на пять категорий: в мире, в США, общество/техника, спорт, развлечения и здоровье. Щелкнув на названии любой из категорий, можно перейти к просмотру новостей на выбранную тему. Но с самыми главными новостями на все темы можно ознакомиться уже на начальной странице. Здесь представлено по 3-4 новости, относящиеся к каждой из категорий. Вслед за 4-5 строчками сообщения могут следовать заголовки этой же новости еще в одном-двух изданиях. Название каждого издания указано правее заголовка, а сам заголовок является ссылкой на Web-страницу указанного издания, содержащую данную новость (см. рис. 6.1). Следом могут быть представлены еще 3-4 ссылки на другие ресурсы, также сообщившие о том или ином событии. Бла-



годаря этому вы можете узнать, как освещают то или иное событие разные газеты, журналы и новостные Web-узлы. Наконец, замыкает новость ссылка типа all 96 related. Если вам нужно еще больше информации о данном событии, щелкните на этой ссылке и узнайте, что сообщают о нем несколько десятков или сотен источников (в данном случае 96).

Вы можете просматривать не только главные новости дня или новости из выбранной категории, но и сообщения из определенной страны. Для этого в поле со списком Top Stories нужно выбрать страну, жизнь которой вас интересует, и щелкнуть на расположенной рядом кнопке Go. В середине 2005 года Google подбирал новости для 22 стран, но Россия в их число не входила. И если вы хотите с помощью Google читать новости на русском языке, мы вас разочаруем: пока что Google ничем помочь вам не может. Да это и не нужно: Россия обладает мощными собственными новостными Internet-ресурсами, которые Google прекрасно дополняет, позволяя оперативно получать новости со всего мира. Если вы владеете немного хотя бы одним иностранным языком, ваш кругозор благодаря Google может значительно расшириться. Кроме того, Google позволяет оперативно следить за событиями на определенную тему, оповещая вас об этом по электронной почте, причем делает это на русском языке. Но об этом мы будем говорить чуточку позже.

Всего Google в поисках свежих новостей просматривает примерно 4500 ресурсов, причем делает это довольно оперативно. Во всяком случае возле большинства заголовков указывается, что сообщение получено час назад.

## **Самостоятельный поиск новостей**

Можно не только читать самые свежие новости, подобранные для пользователей Google, но и искать новости на заданную тему. Для проведения поиска достаточно ввести тему в строке запроса и щелкнуть на кнопке Search News.

## **Расширенный поиск**

На странице Advanced News Search (на нее можно перейти после щелчка на одноименной ссылке) можно не только точно указать, какие именно новости вас интересуют (со всеми словами, с любым из слов и т.д.), но также ограничить поиск новостей определенной страной или информационным агентством. Можно

также указать период времени, к которому относится нужная вам новость. Это может быть последний час, день, неделя, месяц или диапазон дат, относящихся к последним 30 дням.

Не пытайтесь искать *новости* на русском языке — эту возможность Google пока не предоставляет. (Однако в противоречие только что сказанному вы можете искать новости и на русском языке. Для этого достаточно ввести интересующую вас тему в строке запроса. Среди первых будут выданы ссылки именно на новости.) Но если вы владеете хотя бы одним иностранным языком, эта служба может оказаться чрезвычайно полезной.

## Новости электронной почтой

Доступ к этой службе можно получить либо со страницы <http://www.google.com/intl/en/options/>, на которой представлены все службы Google, щелкнув на ссылке Alerts (Оповещения), либо введя в поле Адрес: браузера следующий URL: [www.google.com/alerts](http://www.google.com/alerts). Откроется окно, представленное на рис. 6.2.

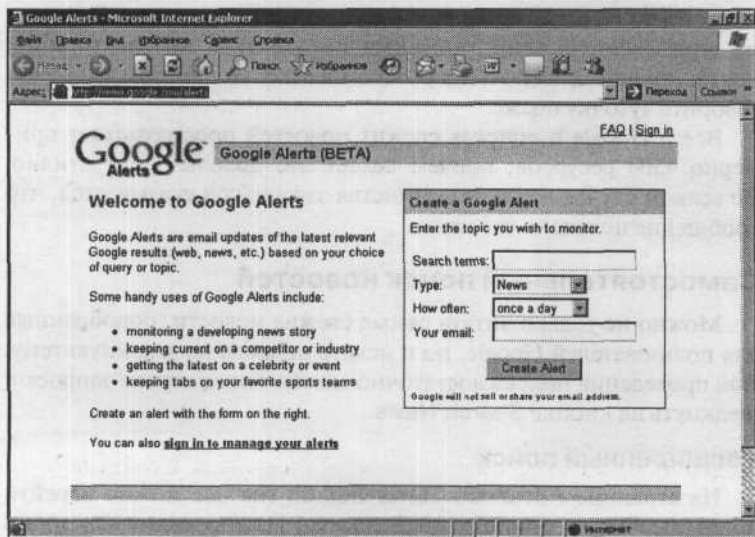


Рис. 6.2. Страница Google Alerts позволит вам получать новости с доставкой на дом

Создатели Google считают, что данная служба может оказаться особенно полезной для:

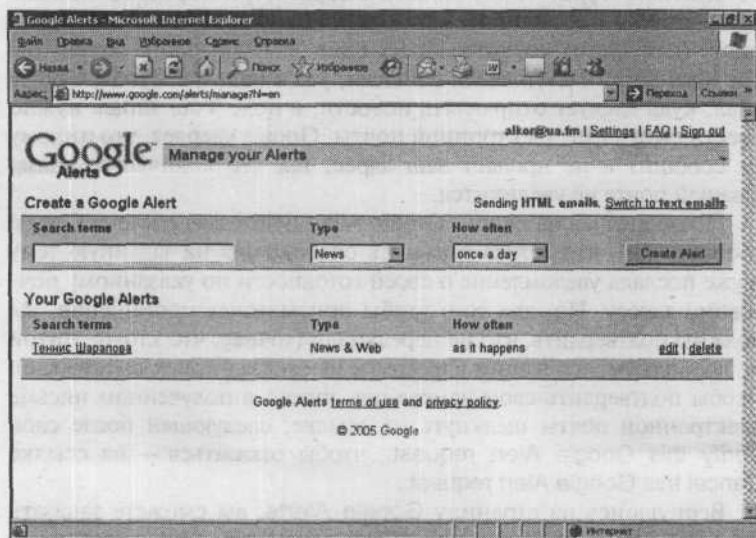
- отслеживания сообщений в прессе на ту или иную тему;
- отслеживания событий и действий конкурентов в промышленности;
- получения свежих новостей о жизни знаменитостей;
- отслеживания успехов любимой спортивной команды.

Чтобы добиться получения оповещений о событиях в интересующей вас сфере деятельности, нужно заполнить форму, представленную в правой части страницы Google Alerts. Здесь можно указать, как именно вы хотите получать оповещения и на какую тему. Тема водится в поле **Search terms:** (условия поиска). В поле со списком **Type:** (Тип) можно выбрать три варианта поиска: в новостях, в Web, одновременно в новостях и в Web. В поле **How often:** (как часто) можно выбрать один из следующих вариантов: раз в день, по наступлении события, раз в неделю. Чтобы Google знал, куда следует отправлять новости, в поле **Your email:** нужно ввести свой адрес электронной почты. Google уверяет, что никому не сообщит и не продаст ваш адрес, так что количество спама в вашей почте не увеличится.

После щелчка на кнопке **Create Allert** поисковая система Google сообщит вам, что готова высылать оповещения на заданную тему и уже послала уведомление о своей готовности по указанному почтовому адресу. Но, для того чтобы присылались оповещения, вы должны подтвердить, что не передумали (точнее, что кто-то другой не воспользовался вашим адресом и не заказал поиск вместо вас). Чтобы подтвердить свои намерения, нужно в полученном письме электронной почты щелкнуть на ссылке, следующей после слов **Verify this Google Alert request:**, чтобы отказаться — на ссылке **Cancel this Google Alert request:**.

Вернувшись на страницу Google Alerts, вы сможете заказать оповещения по другим темам. Если эта служба вам понравится, можно сделать работу с ней более удобной. Для этого нужно щелкнуть на ссылке **sign in to manage your alerts**. В открывшемся окне вы сможете создать учетную запись, которая даст вам доступ и к другим службам Google. Поскольку после этого вы для доступа к службам такого рода будете вводить пароль, вам не придется подтверждать создание каждого запроса на оповещения электронной почтой.

Чтобы создать учетную запись, вначале придется щелкнуть на ссылке **Sign up now!**, заполнить форму, а потом уже обращаться к службе **Google Alerts**. О том, как можно создать учетную запись, мы рассказали в главе 4, в разделе “Регистрация на Google”. Если вы станете полноправным участником сообщества **Google**, для получения оповещений можно будет пользоваться страницей **Manage your Alerts**. Вы получите возможность выбирать, в каком виде будут приходить оповещения — в виде HTML-сообщений или в виде чисто текстовых. Естественно, сохранится возможность указывать тип (новости, Web, новости и Web) и периодичность рассылки оповещений. Кроме того, все ваши запросы на оповещения будут отображены на этой странице, и вы легко сможете или отредактировать (уточнить) их, щелкнув на ссылке **edit**, или удалить, щелкнув на ссылке **delete** (рис. 6.3).



**Рис. 6.3.** Страница **Manage your Alerts** позволяет легко изменять тематику оповещений

Пример оповещения на тему Теннис Шарапова представлен на рис. 6.4. Как видите, Google не злоупотребляет вашим вниманием: приводятся только несколько слов, вполне, однако, позволяющих решить, стоит читать новость целиком или нет. Чтобы прочитать со-

общение, нужно щелкнуть на выделенной синим цветом ссылке (в данном случае источник новости — ИЗВЕСТИЯ.РУ). Здесь же можно удалить данное оповещение, потребовать присылки оповещений о другом событии или перейти на страницу установки параметров оповещений (ссылки, соответственно, Remove this alert, Create another alert и Manage your alert).

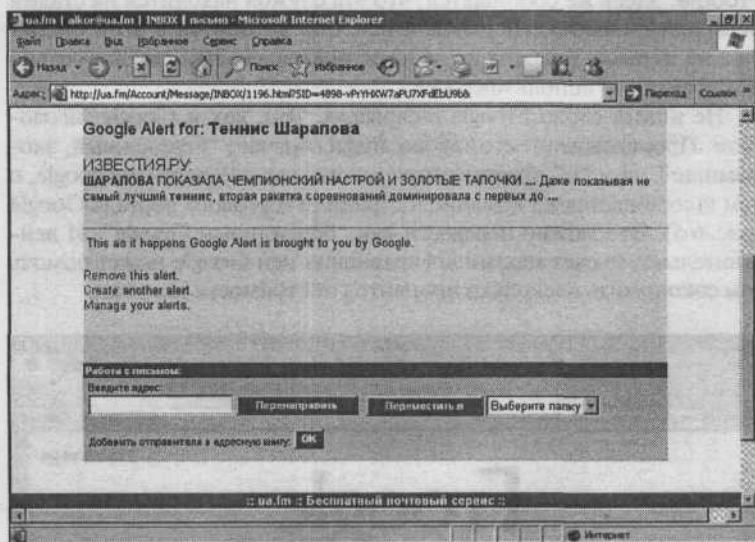


Рис. 6.4. Пример оповещения о событии на заданную тему

## Поиск товаров

Это — чрезвычайно популярная в США и Западной Европе служба Google. Ее отличие от других мощных систем поиска товаров (Yahoo!, AOL и др.) состоит в том, что Google только ищет товары, используя все свои уникальные возможности, но не продает их. Это обеспечивает объективность ранжирования ссылок. Чтобы купить найденный товар, нужно перейти по предоставленной Google ссылке на сайт Internet-магазина, предлагающего приглянувшийся товар, и совершить покупку.

## Автоматический поиск товаров

Если вы откроете “главную” домашнюю страницу Google (для этого на локальной домашней странице достаточно щелкнуть на ссылке [Google.com in English](http://www.google.com)), то увидите правее ссылки News (о поиске новостей мы говорили в предыдущем разделе) ссылку Froogle. Здесь же сообщается, что эта служба находится на стадии бета-тестирования. Не смущайтесь: она находится в этой стадии уже не первый год, что не мешает поклонникам Google активно и эффективно использовать ее.

Не ищите слово Froogle в словарях. Это, как и Google, неологизм. Происхождение его таково: *frugal* означает “бережливый, экономный”, звук “u” произносится так же, как в неологизме *google*, о чем и сообщается на домашней странице торгового портала Google (рис. 6.5). Это можно перевести как “бережливый Google”. И действительно, за счет механизма сравнения цен Google может помочь вам сэкономить несколько процентов от стоимости покупки.



Рис. 6.5. Торговый портал Google

Ссылка [Customize Google Toolbar for shopping online](#) предложит вам разместить панель для совершения онлайнowych покупок на вашем компьютере. Поскольку очень немногие наши со-



отечественники будут достаточно часто приобретать товары через Internet с помощью Google, мы не станем предлагать устанавливать эту панель на ваш компьютер и опустим ее описание.

Далее приводится перечень наиболее популярных запросов к системе поиска товаров. Все они на английском языке. Однако если вы введете запрос на русском, например велосипед, Google проведет поиск нужного товара и предоставит почти полторы сотни ссылок (рис. 6.6). Обеспечиваются возможности расширенного поиска товаров, сравнения цен и т.п.

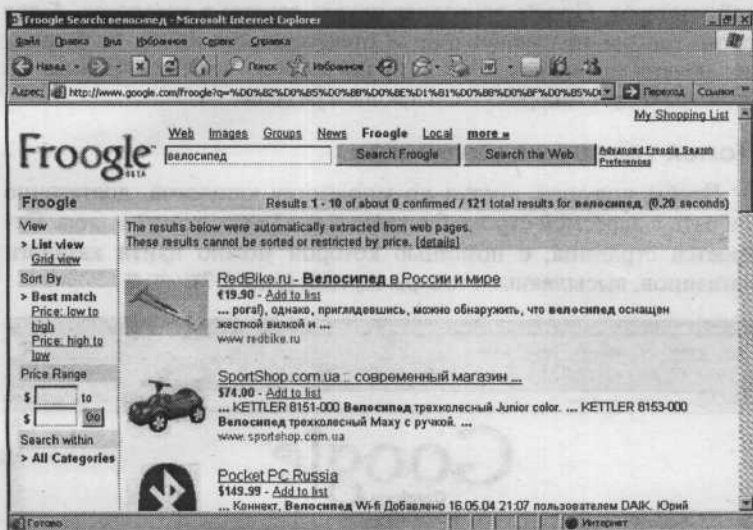


Рис. 6.6. Google ищет товары по запросам на русском языке

Однако мы не рекомендуем соотечественникам пользоваться услугами поисковой машины Google для приобретения товаров в российских (украинских, белорусских и т.д.) магазинах. Причина проста: по аналогичному запросу велосипед ИПС Yandex выдаст на порядок больше ссылок. Более того, вы можете выбрать те из товаров, которые доставляются именно в вашем городе (большинство Internet-магазинов торгует в пределах СНГ), отсортировать товар по цене, узнать его цену в рублях или местной валюте, ознакомиться с основными характеристиками товара и т.д.

Так, может быть, вообще не стоило говорить в нашей книге о поиске товаров с помощью Google?



Нет, стоило. Во-первых, наши соотечественники, живущие за рубежом, могут сполна воспользоваться возможностями Google, причем даже те из них, которые не владеют английским языком (Google дает ссылки и на зарубежные Internet-магазины). Во-вторых, хорошо обеспеченные граждане стран СНГ могут с успехом использовать Google для поиска товаров, отсутствующих на отечественном рынке. Правда, далеко не все они могут быть доставлены в страны СНГ. Однако, помимо предоставления каждому желающему сделать выгодные покупки с помощью своей поисковой машины, Google позволяет искать товары в каталогах. А вот такие товары международная и отечественная почта, за редким исключением, может доставить по любому адресу. Именно об этом мы будем говорить в следующем разделе.

## Поиск товаров в каталогах

Чтобы получить доступ ко множеству каталогов, достаточно набрать в адресной строке браузера `catalogs.google.com`. Откроется страница, с помощью которой можно найти каталоги магазинов, высылающих товары почтой (рис. 6.7).



Рис. 6.7. “Каталог каталогов” крупнейших магазинов мира

Здесь, как и в большинстве поисковых систем, можно вести поиск как по именованию товара (с помощью поисковой машины), так и отыскивая нужный каталог в рубриках представленного ниже “каталога каталогов”. Следует учесть, что в конечном счете вы откроете на экране своего компьютера не каталог, допустим, Web-камер, а каталог магазина, высылающего товары почтой, в котором среди прочих товаров будут и Web-камеры. Поэтому более целесообразно, видимо, воспользоваться услугами поисковой машины; она быстрее найдет каталоги, в которых упоминаются Web-камеры. (Мы выбрали для примера этот продукт потому, что, допустим, видеокамеры или цифровые камеры в изобилии имеются на рынке, выбор Web-камер пока невелик, поскольку и спрос на них невысок. Тем не менее кому-то может понадобиться миниатюрная Web-камера для системы наружного наблюдения; не исключено, нужную модель придется искать за рубежом.) Чтобы задействовать поисковую машину, достаточно ввести в строке запроса название искомого товара: web-camera. Откроется страница, похожая на представленную на рис. 6.8.

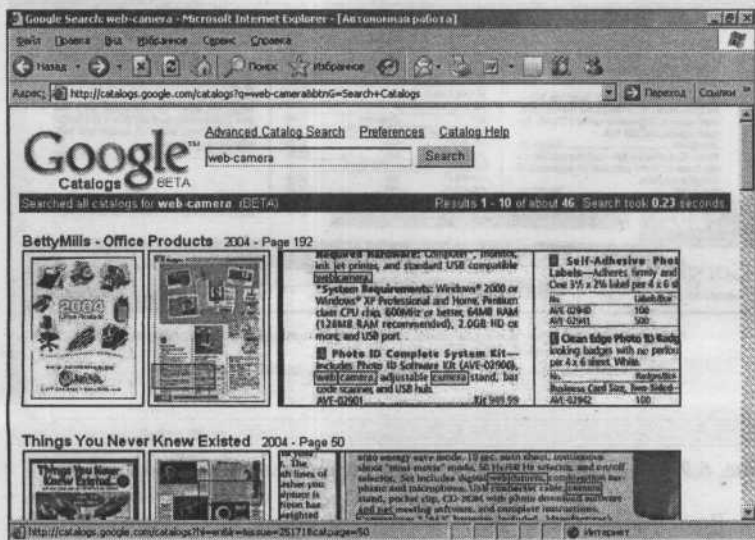


Рис. 6.8. Так выглядят каталоги в режиме онлайн

Как следует из информации на панели, содержащей итоговые сведения о результатах поиска по данному запросу, всего было найдено 46 каталогов. Первые десять из них представлены на первой странице результатов поиска. Для каждого каталога дается изображение его обложки, страницы, на которой упоминается искомый нами товар, и фрагмента страницы, содержащий это упоминание. На изображении страницы каталога этот фрагмент выделен желтым фоном. Чтобы просмотреть увеличенное изображение страницы (если вам недостаточно фрагмента; вообще-то, он вполне “читабелен”), достаточно щелкнуть на ней (или на фрагменте) левой кнопкой мыши (либо, как обычно, щелкнуть правой и в контекстном меню выбрать ссылку Открыть в новом окне). Тем самым вы можете перейти к просмотру данного каталога (рис. 6.9). Инструменты для этого представлены как в верхней, так и в нижней частях страницы (правее логотипа Google).

The screenshot shows a web browser window with the following content:

- Address Bar:** <http://catalogs.google.com/catalogs?hl=en&hl=610&catpage=192>
- Product Listings:**
  - Photo ID Complete System Kit**—Includes Photo ID Software Kit (AVE-02900), web camera, adjustable camera stand, bar code scanner, and USB hub. AVE-02901 Kit 949.99
  - Photo ID Software Kit**—Includes software CD plus photo ID starter pack with an assortment of badges and holders. AVE-02900 Kit 295.99
  - Labels**—Adhesive, firmly and removes easily. One 2 1/2" x 2 1/4" label per 4 x 6 sheet. White.
 

No.	Label Size	Box
AVE-02946	100	19.99
AVE-02945	500	92.99
  - Clear Edge Photo ID Badges**—Professional-looking badges with no perforation. One badge per 4 x 6 sheet. White.
 

No.	Badges/Box	Box
Business Card Size, Two-Sided—1 1/2" x 2 1/4"	100	22.99
AVE-02943	500	102.99
Convention Size, One-Sided—4 x 6"	100	21.99
AVE-02944	500	107.99
  - Self-Laminating Badges**—Longer lasting with easy-to-use, one-step lamination. Plain badge, toll Mylar® film over badge, press and seal. One business card size (1 1/2" x 2 1/4") badge per 4 x 6 sheet. White. 25 badges and self-adhesive clips per box. AVE-02946 Box 34.99

- Navigation Bar:**
- Page 192 of 1206
- Jump to page:
- Go
- Search
- This Catalog
- All Catalogs
- The Web

Рис. 6.9. “Перелистывать” страницы каталога можно очень просто

Во-первых, здесь указывается название магазина (в данном случае BettyMills) и данного каталога (Office Products). Далее следует год издания. Обратите внимание на предупреждение, находящееся под панелью управления просмотром каталога: текущие

цены и разновидность товара могут не соответствовать указанным в каталоге. И действительно, Google в середине 2005 года все еще предлагает каталог года прошедшего. Поэтому, прежде чем делать заказ, нужно связаться с компанией, высылающей товары почтой, и уточнить цену и наличие товара. Как это можно сделать? Или позвонить по телефону, указанному после названия каталога, или, что намного удобнее, открыв Web-страницу компании, адрес которой приводится после номера телефона.

Назначение кнопок управления просмотром каталога, расположенных под его названием, интуитивно понятно. Изображения страниц можно увеличить или уменьшить, просматривать страницы по одной, по две или по четыре, перейти к просмотру следующей страницы или вернуться к предыдущей, а также просмотреть определенную страницу, указав ее номер в поле Jump to page:. Непосредственно с любой страницы любого каталога можно начать новый поиск другого товара (или того же, но с дополнительными условиями) либо в том же каталоге, либо во всех каталогах, либо вообще в Web (на рис. 6.9 список этого поля раскрыт).

В самом конце страницы результатов Google сообщает, сколько всего каталогов сейчас доступно. По состоянию на середину 2005 года это число превышало 6600. Представьте, сколько времени вам понадобилось бы на просмотр этих каталогов в печатном виде!

О том, как следует заказывать товар и оплачивать его, мы здесь говорить не будем. Делается это по-разному в разных компаниях, соответствующую информацию можно найти на сайте магазина, выпустившего тот или иной каталог, либо, если вы сносно говорите на иностранном языке, позвонив по приводимому Google номеру телефона.

## **Расширенный поиск товаров**

Расширенный поиск товаров можно проводить как посредством поисковой машины, так и в каталогах. Интерфейс в том и другом случае не русифицирован. Те из читателей, кто владеют английским и прочитали раздел "Расширенный поиск" главы 5, полагаем, без труда разберутся в возможностях, предоставляемых Google для повышения релевантности результатов поиска. Те, кто английским не владеют, вряд ли станут разбираться в английских терминах самостоятельно — наверняка найдется знакомый или

подчиненный, готовый оказать необходимую помощь. Поэтому разговор о поиске товаров мы на этом заканчиваем и переходим к поиску для тех, кто учится.

## Поиск для ученых и учащихся

Те, кто (серьезно) учатся или занимаются научной работой, могут считать, что Google создан именно для них. Эта ИПС и раньше уделяла особое внимание поиску научных и учебных материалов. Однако недавно был запущен проект Google Scholar (<http://scholar.google.com>), предназначенный специально для учащихся. Как это принято в компании Google, проект развивается, поэтому с его начальной страницы, видимо, еще долгое время не исчезнет сообщение о том, что это бета-версия (т.е. уже работоспособная, но еще не окончательная).

Девиз проекта Google Scholar (его название можно перевести как “ученый Google”, “ученик Google” и т.п.) таков: Stand on the shoulders of giants (Встань на плечи гигантов).

Чтобы получить справку о целях и возможностях Google Scholar, нужно щелкнуть на ссылке About Google Scholar (если вы владеете английским языком; если нет, вам придется довольствоваться нашим кратким описанием).

Итак, Google Scholar нацелен в первую очередь на поиск учебной и научной литературы, включая отрецензированные статьи, тезисы, книги, препринты, рефераты и технические отчеты по всем областям знаний. Благодаря этому ресурсу вы сможете найти статьи, опубликованные различными академическими издательствами, научными обществами, архивами препринтов, университетами, а также научные статьи, размещенные в Web.

Как известно, в научном мире авторитет ученого тем выше, чем больше число коллег ссылаются на его статьи и ученые труды. Google учитывает это, и статьи авторитетных ученых приводит в результатах поиска среди первых — учитывая, конечно, и количество ссылок на конкретную статью в работах других исследователей. Отметим, что при определении “важности” (т.е. при ранжировании) той или иной статьи учитывается также, в каком издании она была опубликована. Google извлекает из научных работ и включает в результаты поиска цитаты, даже если сами статьи недоступны в онлайн-режиме. То есть, в результаты поиска включаются цитаты из старых и основополагающих работ, кото-

рые можно найти только в книгах или других публикациях, еще не размещенных в Internet.

На начальной странице этого проекта вы найдете уже знакомый вам логотип Google, поле ввода запроса, процитированный выше девиз и три ссылки: **Advanced Scholar Search**, **Scholar Preferences** и **Scholar Help**. Рассмотрим вначале вторую из них.

## Настройки

После щелчка на ссылке **Scholar Preferences** откроется окно, в котором, как обычно, можно изменить количество ссылок, отображаемых на странице, с 10 (по умолчанию) на 20, 30, 50 или даже 100 (область **Number of Results**). Поскольку загрузка объемных изображений не предполагается, в данном случае можно выбрать число побольше. Можно также потребовать открытия первой ссылки в новом окне. Все это нам уже знакомо. Новое — поле **Institutional Access**. Если вы являетесь студентом либо преподавателем, допустим, Гарвардского университета, у вас есть соответствующий пароль и вы пытаетесь получить доступ к ресурсам библиотеки университета с компьютера, расположенного в университетском городке (кампусе), у вас это получится: если нет, доступ к ресурсам будет ограниченный. Не обижайтесь: зато эта служба чрезвычайно удобна для студентов и преподавателей того или иного университета: они могут использовать мощные поисковые механизмы Google для работы с материалами “своей” библиотеки.

## Расширенный поиск

Как обычно, Google предлагает механизм расширенного поиска. Соответствующая страница откроется после щелчка на ссылке **Advanced Scholar Search** (рис. 6.10).

Здесь, в области **Find articles** (Искать статьи), можно выбрать одно или одновременно несколько ограничений на поиск:

- **with all of the words** — со всеми словами;
- **with the exact phrase** — с точной фразой;
- **with at least one of the words** — с хотя бы одним из слов;
- **without the words** — без указанных слов;
- **where my words occur** — в этом поле со списком можно указать, где должны встречаться (или не встречаться) указанные вами слова: в тексте статьи или в ее заголовке.



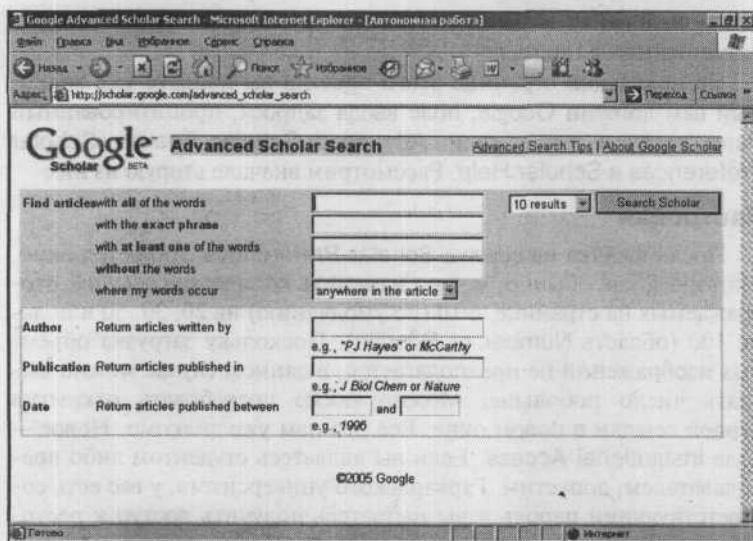


Рис. 6.10. Страница Advanced Scholar Search

В поле Return articles written by можно указать автора статей, которые вы ищете (если вас интересуют только его работы). Можно указать только фамилию, но, если вы знаете еще и имя автора, для исключения из результатов “лишних” ссылок желательно указать инициалы, в таком случае следует использовать кавычки, например “R A Bergh”.

В поле Publication можно потребовать, чтобы проводился поиск статей только в конкретном журнале. Как правило, в ссылках на научные статьи названия журналов приводятся в сокращении, например “J Biol Chem”, именно так их и нужно вводить в поле Publication. Однако при этом могут быть потеряны ссылки на статьи этого же журнала, в которых указано его полное название. Поэтому для повышения эффективности поиска следует попробовать все варианты, т.е. отдельно провести поиск еще и для Journal of Biological Chemistry.

Последнее ограничение, которое вы можете наложить на результаты поиска, — это дата публикации статьи. В левом поле области Date нужно ввести один год (например, 2000), в правом — другой (например, 2005). Научные работы — продукт скоропортящийся, как правило, исследователей интересуют только свежие



результаты, так что возможность “отсечения” устаревших работ может оказаться весьма полезной.

Итак, попробуем провести поиск статей, например, о волоконно-оптических гироскопах. Вряд ли поиск статей на русском языке окажется удачным — Google предназначен в первую очередь для американских и западноевропейских ученых. Поэтому введем в поле with all of the words слова запроса fiber-optic gyroscope, в поле with at least one of the words — gyro (часто используемый синоним термина gyroscope), год публикации статей ограничивать не будем (интересно, как далеко в прошлое может забраться Google?). Окно с результатами поиска представлено на рис. 6.11.

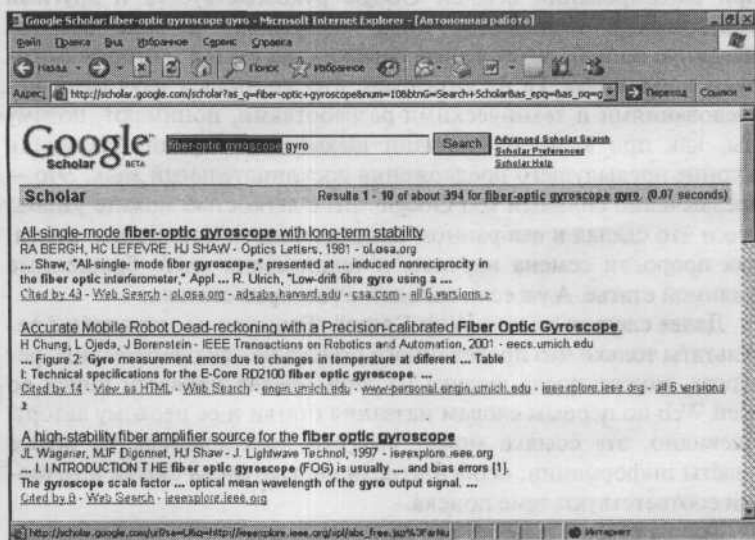


Рис. 6.11. Результаты одного “научного” поиска

## Анализ результатов поиска

Как видите, Google нашел ссылки на 394 статьи, первая из них (первая в результатах, а не по моменту публикации) датируется 1981 годом.

Вначале приводится название найденной статьи, оно же является ссылкой, которая *может помочь* вам получить полный текст

статьи. Во второй строке указываются авторы и данные о публикации — журнал, год, сайт, через который можно получить доступ к материалам журнала. Далее следуют фрагменты текста, в котором встретились введенные пользователем ключевые слова. Поскольку мы не вводили их в поле with the exact phrase (с точной фразой), уже в первой статье они встречаются вразнобой. Почему первой в результатах приведена именно эта статья? (Обычно Google старается вначале приводить документы с точной фразой, а потом все остальные.) Ответ, видимо, таков: на эту статью ссылаются чаще всего, в данном случае — 43 раза (на следующую — 14, на третью — 8 раз, а вот на четвертую — 15; это означает, что, хотя количество ссылок существенно увеличивает ранг статьи, при ранжировании ссылок Google руководствуется и другими критериями). Количество цитат оформлено в виде ссылки. Щелкнув на ней, вы получите ссылки... на статьи, которые цитируют найденную! Те из читателей, кто занимался научными исследованиями и техническими разработками, понимают, почему мы, как при комментировании шахматных партий, поставили в конце предыдущего предложения восклицательный знак. Это — чрезвычайно сильный ход Google. Вы с легкостью можете узнать, кто и что сделал в выбранном направлении за прошедшее время, как проросли семена научных и технических идей, брошенные в данной статье. А уж если вы один из авторов статьи...

Далее следует ссылка Web Search. Если вас не устраивают результаты только что проведенного поиска на “академических” ресурсах, можно после щелчка на этой ссылке провести поиск во всей Web по первым словам названия статьи и ее первому автору. Очевидно, эта ссылка может вывести исследователя на новые пласты информации, особенно если первые слова статьи в точности соответствуют теме поиска.

Третья ссылка выведет вас на журнал, в котором опубликована статья. Однако не спешите радоваться: большинство текстов статей ныне предоставляется за пусть и небольшую, но все же плату. В частности, чтобы получить текст первой статьи в наших результатах поиска, нужно заплатить \$20 (если вы не член общества OSA; если состоите в рядах Оптического общества Америки — \$15).

Далее приводятся ссылки на различные сайты, содержащие информацию об интересующей вас статье. Если их больше трех, последней указывается ссылка на все сайты. Все ссылки на сайты, содержащие сведения о найденной статье, можно открыть в од-

ном окне и попытать счастья — а вдруг эту же статью можно найти бесплатно? Но, скорее всего, вы обнаружите лишь аннотации на интересующую статью. Возможно, для упоминания в обзоре литературы этого окажется достаточно, но для полноценной научной работы нужны полные тексты статей. Если в средней кандидатской диссертации упоминается 150 научных работ, а копия каждой стоит \$20, можете посчитать, во что обойдется только обзор литературы. Наука — удовольствие дорогое.

### **Сложный поиск**

Операторы, используемые при сложном поиске, описаны на странице *Advanced Scholar Search Tips*. На нее можно перейти со страницы расширенного поиска, щелкнув на ссылке *Advanced Search Tips*. Однако на момент написания этой главы все операторы уже были реализованы в виде удобного графического интерфейса на странице расширенного поиска. Поэтому здесь мы опишем лишь такую возможность: если вас интересуют только статьи, написанные определенным автором (например, Дональдом Кнутом — Donald E. Knuth), нужно ввести в поле запроса примерно следующее: `author:D Knuth`, или `author: "DE Knuth"`, или `author: "Donald E Knuth"`. Если вы хотите, наоборот, исключить из результатов поиска на определенную тему чьи-то статьи (например, свои собственные), нужно перед оператором `author:` поставить знак “минус”, вот так: *название темы* - `author:D Knuth`. Обратите внимание на то, что пробелы после двоеточия и дефиса отсутствуют.

### **Поиск текстов книг**

В главе 1 мы достаточно подробно говорили об этом амбициозном проекте, получившем название Google Print. Его бета-версия уже доступна пользователям, она находится по адресу <http://print.google.com/>. Начальная страница проекта похожа на таковые всех остальных служб Google, поэтому ее изображение мы не приводим. Похожа на остальные страницы такого рода и страница *Preferences* (Настройки), но она имеет важное дополнение. Помимо обычных настроек, позволяющих выбрать язык интерфейса, язык искомых документов и т.д., здесь имеется еще и переключатель на три положения, позволяющий фильтровать найденные страницы, исключая из них ненорматив-

ную лексику, порнографию и т.п. При выборе в качестве языка интерфейса русского этот переключатель, к сожалению, исчезает.

И вообще наших соотечественников проект Google Print, видимо, разочарует. На то есть две серьезные причины.

Первая из них такова: Google не проводит поиск книг на русском языке. Так что речь может идти только о поиске иноязычных книг (а может быть, и вообще только англоязычных).

Вторая не менее серьезна. Мы ведь привыкли “тащить” из Internet полные тексты книг и даже собрания сочинений, выложенные в Сети зачастую с нарушением авторских прав. На Западе с этим строго. Представляемые Google книги в большинстве своем доступны не в полном объеме. Зарегистрировавшись в службе Google Print, вы сможете получить дополнительно несколько страниц, но опять-таки не все. Обратите внимание на то, что в результатах поиска по запросу “Master and Margarita” (рис. 6.12) рядом с изображением обложки приводится ссылка только на одну (!) страницу книги. Правда, щелкнув на ссылке 210 results from this book, вы сможете просмотреть еще 210 страниц (из 448). Хотите получить весь текст? Пожалуйста: открыв любую страницу книги (на экране), вы найдете внизу ссылку на сайт издательства и номер ISBN, по этим данным можно легко заказать книгу через Internet или купить в ближайшем магазине.

Отметим, что слова нашего конкретного запроса следует заключать в кавычки, иначе Google сочтет, что and — это оператор. Впрочем, в данном случае он все равно найдет то, что мы хотели.

Как уже говорилось в главе 1, некоторые книги, срок действия авторских прав на которые истек, будут выкладываться “на полках” Google в полном объеме. Кроме того, по представленным отрывкам вполне можно понять, очень нужна вам эта книга или не очень. Если очень, то ее придется купить (скорее всего, в одном из Internet-магазинов, ссылки на те из них, где продается книга, будут приведены в левой части).

Зато для тех, кто готов покупать книги (или имеет доступ к богатой библиотеке), эта служба может оказаться очень полезной. Она поможет подобрать книги по интересующей вас теме. В поле ввода запроса можно ввести термины, которые должны быть в интересующих вас книгах, например books about ecuador (книги об Эквадоре), и ссылки на Internet-магазины, где можно купить книги на интересующую вас тему, появятся в области Buy this Book или Sponsored Links, причем, как правило, с указанием цены.

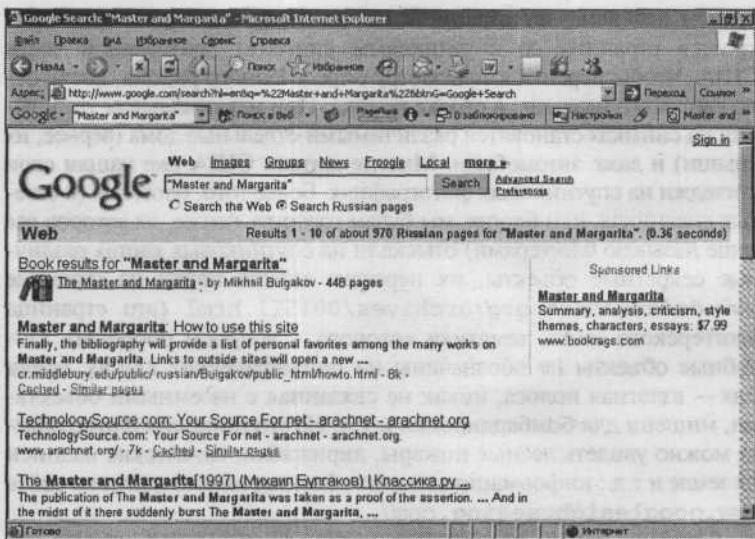


Рис. 6.12. Роман "Мастер и Маргарита" хорошо известен во всем мире

## Поиск географических карт

Обратиться к этой службе можно по адресу (<http://maps.google.com/>). Google Maps на самом деле обладает намного большими возможностями, чем просто предоставление пользователю карт в онлайн-режиме. Например, по запросу *pizza in San Jose* (пицца в Сан-Хосе, США, шт. Калифорния) на карте будут обозначены пиццерии и даже указаны их телефоны. Можно также прокладывать по карте маршруты из одного места в другое. К сожалению, пока что эта служба действует только для США, Канады и Великобритании. Расширение ее на другие регионы предполагается, но когда это произойдет и как скоро картографы Google откроют для себя Россию и страны СНГ, неизвестно.

Мы могли бы на этом и закончить свой рассказ, если бы не одно "но". Об этом — в следующем разделе.

## Спутниковые фотографии

Недавно Google присовокупил к картам и интегрировал с ними еще и спутниковые фотографии. Чтобы начать просмотр спутниковых фотографий, нужно щелкнуть на ссылке *Satellite*, размещенной в

правом верхнем углу страницы <http://maps.google.com/>. Откроется страница со спутниковым снимком центральной части США. Чтобы перейти к просмотру определенного района, достаточно ввести его название в строке поиска. При максимальном увеличении на снимках становятся различимыми отдельные дома (вернее, их крыши) и даже автомобили. Многие жители США уже нашли свои коттеджи на спутниковых фотографиях. Более того, блоггеры (о сетевых дневниках, или блогах, мы будем говорить позже, их авторов все чаще называю блоггерами) отыскивали на спутниковых картах различные секретные объекты, их перечень можно найти на странице [www.defensetech.org/archives/001511.html](http://www.defensetech.org/archives/001511.html) (это страница блоггерского сайта, тематика которого — вопросы обороны). Подобные объекты не обозначены на географических картах, среди них — взлетная полоса, никак не связанная с наземными объектами, мишени для бомбардировки и т.п. На спутниковых фотографиях можно увидеть лесные пожары, дирижабли, гигантские надписи на земле и т.д.; информацию о таких объектах можно найти на сайте [www.googlestseeing.com/](http://www.googlestseeing.com/).

Блоггеры уже на второй день после запуска новой службы нашли на спутниковых фотографиях так называемую “Зону 51” (Area 51), знакомую многим из читателей этой книги по сериалу “Секретные материалы” (X-Files). Зона 51 — это военная база, где, по слухам, американцы изучают паранормальные явления и содержат пленных инопланетян (или, во всяком случае, хранят их тела). Считается, что “Зона 51” находится в штате Невада, в районе населенного пункта Рейчел. Изучив этот район с помощью службы Google Maps, блоггеры обнаружили странную взлетно-посадочную полосу и скопление построек на берегу высохшего озера (рис. 6.13). Территория вокруг озера оказалась заполнена еще более непонятными объектами. Отчет о находках блоггеров и комментарии к ним можно найти на странице [www.livejournal.com/community/the\\_unexplained/37956.html](http://www.livejournal.com/community/the_unexplained/37956.html).

Чтобы посмотреть с высоты полета спутника на “Зону 51”, нужно ввести в поле поиска название ближайшего к ней населенного пункта: Rachel, Nevada. На экране появится карта, в центре которой будет Рейчел. Зона 51 находится левее этого населенного пункта, ориентир — высохшее озеро, выглядящее на снимках ярким белым пятном. Чтобы переместиться в новую точку, нужно щелкнуть в центре карты левой кнопкой мыши и, не отпуская ее, перетащить карту в нужном направлении (в данном случае вправо).



Второй вариант — щелкнуть на одной из кнопок со стрелкой, расположенных в левом верхнем углу карты (см. рис. 6.13). Если вы после ряда перемещений “заблудились”, нужно щелкнуть на кнопке с направленными к центру стрелками, и первоначальный пункт (в нашем случае Рейчел) вновь окажется в центре карты. Чтобы увеличить масштаб изображения, нужно щелкнуть на кнопке со значком “+”, чтобы уменьшить — на кнопке со значком “-”. Если вы хотите резко изменить масштаб изображения, можно щелкнуть на бегунке, расположенном между кнопками “+” и “-”, и перетащить его на 2–3 деления. При этом вы рискуете “заблудиться”, однако можете сэкономить время, поскольку файлы с изображениями объемны и их загрузка осуществляется довольно медленно.



Рис. 6.13. Знаменитая “Зона 51”, вид со спутника

Максимальный масштаб изображения “Зоны 51” нам получить не удалось. Это связано либо с тем, что объект все же секретный, либо с тем, что еще не все спутниковые фотографии с высоким разрешением включены в “спутниковую карту”.

Впрочем, подробное исследование “Зоны 51” еще до появления спутниковых фотографий Google было проведено Федерацией американских ученых (FAS), которая в 2000 году опубликовала

на своем сайте соответствующий отчет ([www.fas.org/irp/overhead/groom.htm](http://www.fas.org/irp/overhead/groom.htm)).

И уже после того, как были написаны данные строки, Google разместил в Internet спутниковые фотографии крупных городов Европы, в том числе Москвы, Санкт-Петербурга и др. Не все фотографии имеют одинаково высокое разрешение, но свой дом в Киеве автор легко обнаружил, а Москва (по крайней мере ее центр) представлена столь подробно, что видны элементы конструкции крыш и отдельные автомобили; по их количеству можно судить о плотности трафика на набережной Москва-реки, тянущейся вдоль Кремля (рис. 6.14).

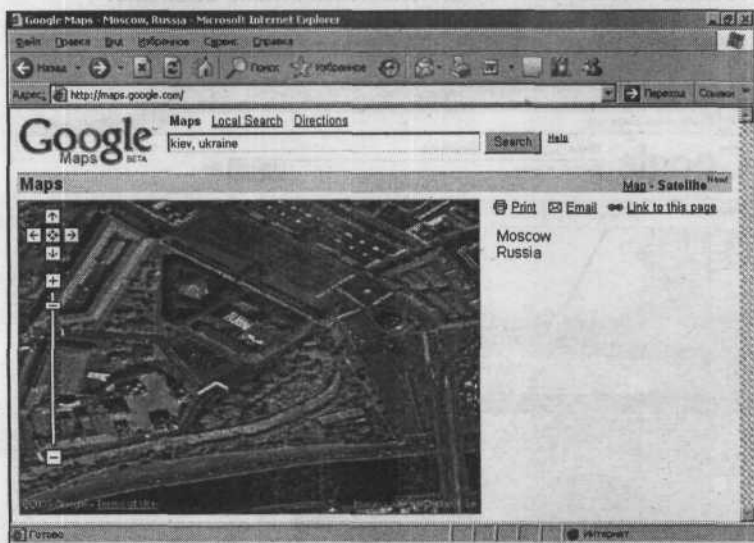


Рис. 6.14. А из нашего окна площадь Красная видна...

Для того чтобы найти спутниковую карту, например Москвы, нужно на странице <http://maps.google.com/> отыскать ссылку Satellite и на открывшейся странице ввести запрос Moscow, Russia (или даже просто Moscow).

Возможно, некоторые участки спутниковых изображений окажутся скрытыми за белыми пятнами облаков. Будут ли они в дальнейшем заменены другими, без белых пятен, мы сказать пока не можем.

## Фотографии Луны

Компания Google запустила этот проект (<http://moon.google.com>) 20 июля 2005 года, спустя ровно 36 лет после первой посадки человека на Луну. Проект представляет систему навигации по космическому снимку лунной поверхности, выполненную на базе картографического сервиса компании Google Maps, описанного нами выше.

Пока что на странице Google Moon представлен только фрагмент снимка лунной поверхности, с которым можно манипулировать точно так же, как со спутниковыми снимками Земли. Предполагается, что в будущем площадь обзора будет значительно увеличена. На снимках отмечены места посадок космических кораблей американской космической программы Apollo (рис. 6.15).



Рис. 6.15. К столетию со дня посадки на Луну Google обещает разработать систему, которая позволит искать лунные предприятия и организации

## Специальный поиск

Этот термин Google применяет по отношению к поиску информации, необходимой только специалистам или группам людей определенного рода занятий (например, абитуриентам, выбирающим учебное заведение, в котором они хотят продолжить учебу). Ссылки на все страницы, посвященные специальному поиску, можно найти по адресу [www.google.com/intl/en/options/specialsearches.html](http://www.google.com/intl/en/options/specialsearches.html).

### Поиск университетов (University Search)

Почти все университеты мира имеют свои сайты. Здесь можно найти программы различных читаемых в университетах (а также институтах, колледжах и т.п.) курсов, узнать о требованиях, предъявляемых к поступающим, условия оплаты учебы и т.д. На странице Google's University Search ([www.google.com/intl/en/options/universities.html](http://www.google.com/intl/en/options/universities.html)) представлены в алфавитном порядке названия университетов, список ссылок на их сайты (рис. 6.16). Ни одного российского вуза в списке мы не нашли, однако этот ресурс может оказаться полезным для тех, кто собирается продолжить образование за рубежом.

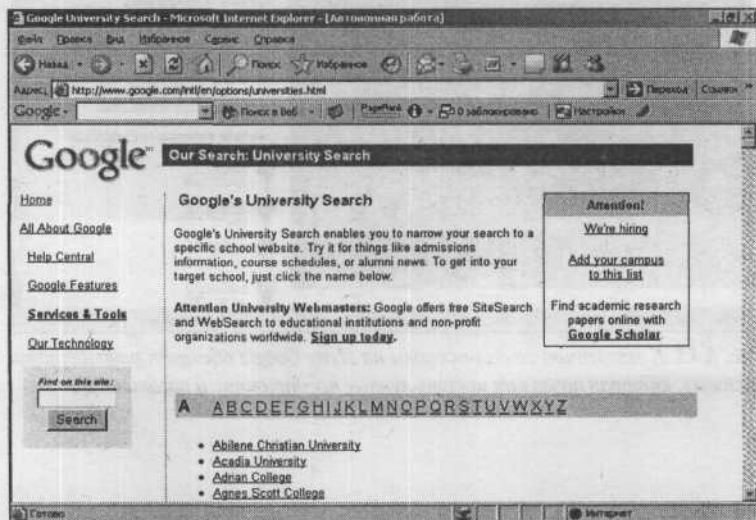


Рис. 6.16. Крупнейшие университеты мира в алфавитном порядке

## Правительство США

Страница <http://www.google.com/unclesam> предназначена для поиска документов на Web-узлах правительственного уровня, уровня штатов и муниципального уровня. Охватываются домены gov., mil. и com., индексируются все сайты, имеющие отношение к правительству, политике, законам и т.д.

## Компьютеры и программирование

Следующие четыре Web-узла предназначены для специалистов по информационным технологиям, студентов и просто тех, кто интересуется различными платформами и программированием для них. Их адреса таковы.

- [www.google.com/linux](http://www.google.com/linux)
- [www.google.com/bsd](http://www.google.com/bsd)
- [www.google.com/mac](http://www.google.com/mac)
- [www.google.com/microsoft](http://www.google.com/microsoft)

Полагаем, посвященным этой информации вполне достаточно.

## Общественные услуги

Некоммерческим и образовательным учреждениям всего мира Google позволяет бесплатно использовать свою технологию SiteSearch для того, чтобы пользователи могли находить их сайты в Internet, и технологию WebSearch для того, чтобы их посетители могли проводить поиск в Internet. Подробности можно узнать на странице <http://services.google.com/publicservice/login>.

## Локальный поиск... но не для всех

В главе I мы говорили о том, что, согласно имеющимся тенденциям, в Internet все чаще будет проводиться ближний, локальный поиск услуг, товаров, развлечений и т.п. Потребителя чаще интересует то, что находится в пределах его города, чем события в заокеанской стране. Google не мог не среагировать на эту тенденцию; ссылка Lokal представлена над полем ввода запроса наряду со ссылками News, Images, Web и др. После щелчка на ней откроется окно локального поиска (рис. 6.17).

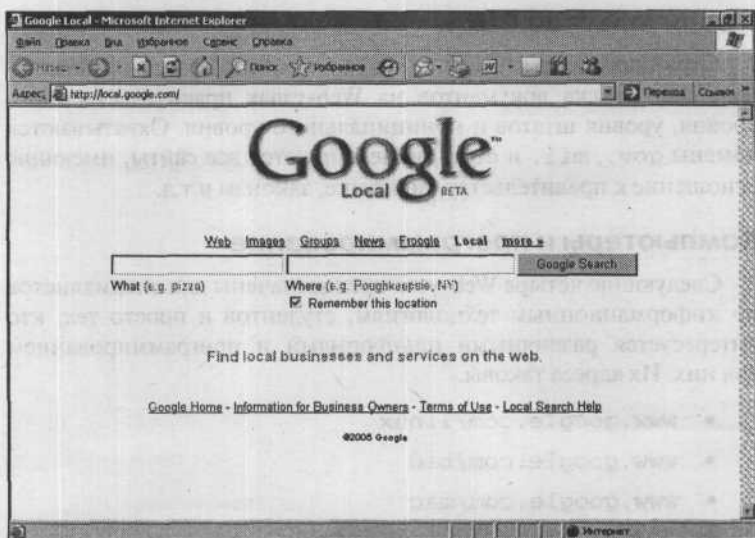


Рис. 6.17. Домашняя страница службы локального поиска

Как видите, здесь два поля. В правом нужно ввести название города, в котором вы находитесь, в левом — то, что вас в данный момент интересует. Это может быть название фирмы, продукта, сервиса и т.д. Работает такой поиск только на территории США, Канады и Великобритании, поэтому описывать его подробнее мы не будем.

## Google на вашем мобильнике

Если на вашем мобильном телефоне либо компьютерном устройстве, позволяющем подключаться к сети сотовой телефонной связи, установлен Web-браузер, вы можете проводить поиск в Web и поиск изображений с помощью Google; результаты будут адаптированы для отображения на дисплее телефона. Если будут получены результаты с сайта, предназначенного специально для мобильных, результаты дополнительно адаптироваться не будут, они и так уже приспособлены для отображения на маленьком дисплее.

Чтобы провести поиск с помощью мобильного телефона, вообще-то, достаточно открыть на дисплее телефона окно браузера и ввести адрес [www.google.com](http://www.google.com). Откроется окно Google с полем



ввода запроса и переключателем на два положения: Web и Images (рис. 6.18). Теоретически Google должен автоматически определить, какой из языков использует ваш телефон, и начать поиск. Однако при этом могут возникнуть проблемы.

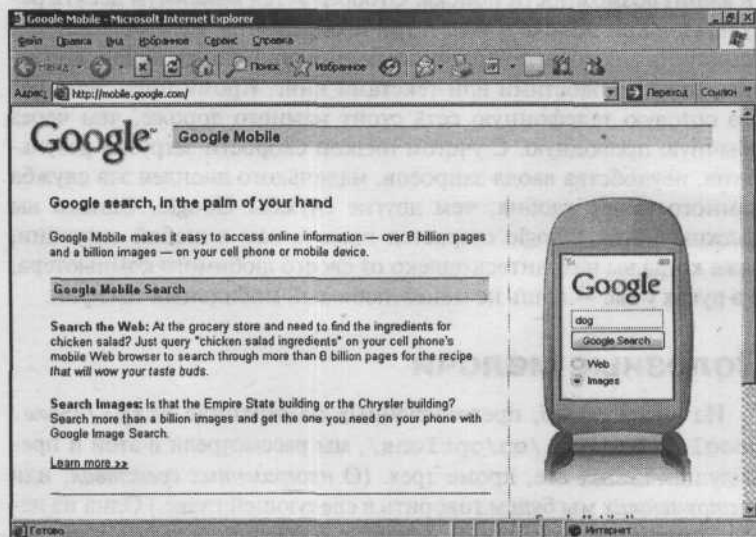


Рис. 6.18. Так может выглядеть Google на вашем мобильном телефоне

В настоящее время для доступа с мобильного телефона к Internet используются три языка: XHTML (WAP 2.0), WML (1.2) и iMode. За последние два года чаще стал использоваться первый из них; он, как и iMode, позволяет отображать на дисплее телефона текст и изображения. WML — более старый формат, он не приспособлен для отображения рисунков.

Определить формат браузера вашего мобильного телефона можно опытным путем. Введя максимум три адреса — `www.google.com/xhtml`, `www.google.com/imode`, `www.google.com/wml`, вы наверняка получите корректное изображение, окончание адреса соответствует формату.

Чтобы изменить язык интерфейса, допустим, на французский, нужно ввести `www.google.com/xhtml?hl=fr`, на русский — `www.google.com/xhtml?hl=ru`. Получить полный список кодов язы-

ков можно, отправив сообщение по адресу `mobile-support@google.com codes`.

Конечно, поскольку скорость передачи данных через сеть сотовой связи относительно невелика, Google ограничивает свои (и ваши) возможности поиска. Отображается максимум десять результатов при поиске в Web и три изображения, не отображаются ссылки на рекламные страницы, нельзя ограничить поиск, допустим, только новостями или текстами книг. Кроме того, связь через сотовую телефонную сеть стоит намного дороже, чем через обычную проводную. С учетом низкой скорости загрузки результатов, неудобства ввода запросов, маленького дисплея эта служба намного менее удобна, чем другие службы Google. Однако вы должны знать: Google старается помочь вам в любой ситуации, даже когда вы находитесь далеко от своего любимого компьютера, и в руках у вас — лишь не менее любимый мобильный телефон.

## Полезные мелочи

Из числа служб, представленных на странице `http://www.google.com/intl/en/options/`, мы рассмотрели в этой и предыдущих главах все, кроме трех. (О *программных средствах*, или *инструментах* мы будем говорить в следующей главе.) Одна из нерассмотренных пока служб, *Answers*, позволяет задавать вопросы специалистам по поиску, которые быстро найдут для вас необходимую информацию. Об этой службе мы расскажем в главе 9 “Платные услуги”. Вторая, *Labs*, — это лаборатория Google, в которой разрабатываются новые продукты. Ей будет посвящена глава 7. А в этом разделе мы расскажем о нескольких мелких, но полезных службах Google, “прячущихся” под ссылкой *Web Search Features*, после щелчка на которой открывается страница *Google Help Center* (`www.google.com/help/features.html`), рис. 6.19).

Как видите, на этой странице представлено множество ссылок на службы Google. О некоторых мы уже рассказали (например, о поиске товаров), о других коротко расскажем в этом разделе. Для получения информации о любой из служб (на английском языке) нужно или щелкнуть на ее названии, или прокрутить страницу *Google Help Center* до нужного места, или прочитать соответствующий подраздел нашей книги ниже.

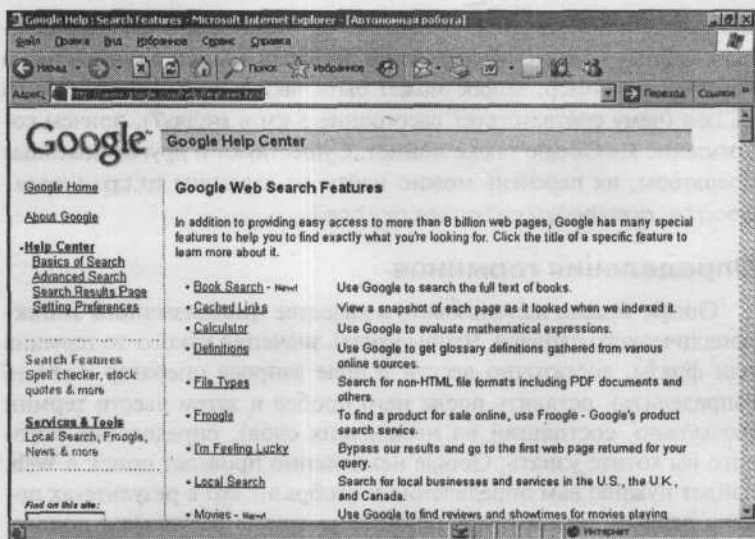


Рис. 6.19. Центр скорой помощи Google

## Калькулятор

Строку ввода запроса можно использовать в качестве калькулятора. Для этого, однако, придется использовать операторы, например так:  $5+2*2$ . После щелчка на кнопке Google Search будет получен результат: 20 (2 умножить на два и сложить с 5). Можно пользоваться и многими другими стандартными математическими операторами: - (вычитания), / (деления), ^ (возведения в степень) и т.д.

Конечно, для проведения стандартных вычислений такой калькулятор неудобен, лучше пользоваться встроенным в Windows. Однако Google остается верен себе: он предлагает возможности, недоступные стандартному калькулятору. Например, с помощью оператора in можно быстро перевести величину, выраженную в одних единицах измерения, в другие. В частности, результатом "поиска"  $160 \text{ pounds} * 4000 \text{ feet in Calories}$  (сколько килокалорий нужно затратить на перемещение предмета весом 160 футов на расстояние 4000 футов?) будет 207.390891 kilocalories.

Или такой запрос: half a cup in teaspoons. (Сколько чайных ложек содержится в половине чашки? В США cup (чашка) — это кулинарная бытовая мера объема, равная 227 см<sup>3</sup> жидкости, т.е. чуть

меньше тонкого стакана). Ответ: 24 US teaspoons (24 американских чайных ложки). Можно легко переводить мили в километры и обратно, например, запрос может быть таким: 5 kilometers in miles (чему соответствует расстояние 5 км в милях?), причем сокращение km Google также поймет. Существуют и другие полезные операторы, их перечень можно найти на странице <http://www.google.com/help/calculator.html>.

## Определения терминов

Google можно использовать в качестве многоязычного энциклопедического словаря. Чтобы узнать значение какого-то термина или фразы, достаточно ввести в поле запроса оператор `define` (определить), оставить после него пробел и затем ввести термин (возможно, состоящий из нескольких слов), определение которого вы хотите узнать. Google немедленно проведет поиск в Web, найдет нужное вам определение и отобразит его в результатах поиска первым. Затем будут приведены другие результаты поиска. Поиск проводится не только для англоязычных терминов, но и для терминов на других языках, в том числе на русском.

Чтобы получить *только* определения, следует воспользоваться оператором `define:термин` (без пробелов до двоеточия и после него). Например, по запросу `define:галоп` Google мгновенно нашел два определения в двух разных словарях, автоматически установив переключатель области поиска в положение `Search Russian pages` (Искать в русскоязычных страницах). По запросу `define:galop` также были найдены два определения (рис. 6.20). Несмотря на то, что переключатель области поиска остался в прежнем положении, были найдены два определения на английском. Более того, переключатель языка, появившийся в нижней части страницы, позволит вам быстро найти определение термина на русском, французском и других языках.

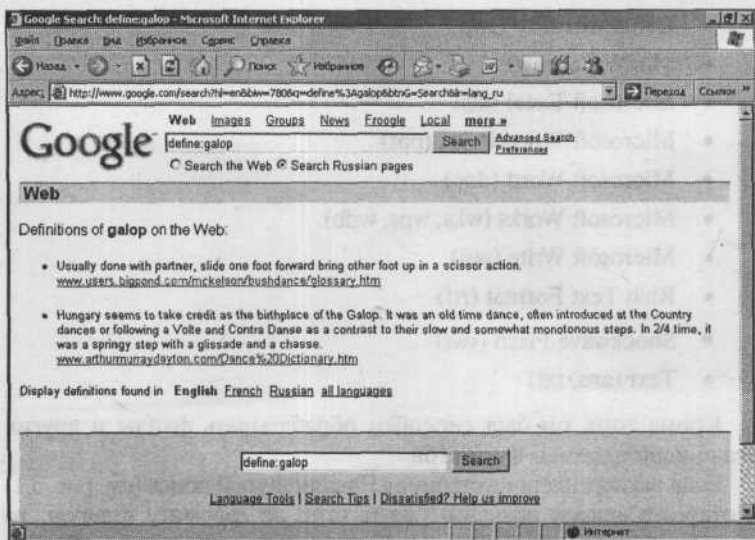


Рис. 6.20. Определение любого термина Google найдет за считанные секунды



Поиск англоязычных терминов лучше проводить со страницы [www.google.com/](http://www.google.com/) или, если вы провели его с локальной домашней страницы (например, [www.google.com.ua/](http://www.google.com.ua/)), затем установить переключатель *Показать найденные определения* на в положение *английском*. Не исключено, что определений будет найдено больше.

Как видите, в отличие от калькулятора Google, служба Definitions может оказаться чрезвычайно полезной.

## Форматы файлов

По состоянию на середину 2005 года Google, помимо поиска в HTML-файлах, проводил поиск в документах следующих 13-ти форматов (в скобках указаны соответствующие расширения файлов).

- Adobe Portable Document Format (pdf)
- Adobe PostScript (ps)
- Lotus 1-2-3 (wk1, wk2, wk3, wk4, wk5, wki, wks, wku)

- Lotus WordPro (lwp)
- MacWrite (mw)
- Microsoft Excel (xls)
- Microsoft PowerPoint (ppt)
- Microsoft Word (doc)
- Microsoft Works (wks, wps, wdb)
- Microsoft Write (wri)
- Rich Text Format (rtf)
- Shockwave Flash (swf)
- Text (ans, txt)

Кроме того, он был способен обрабатывать файлы и других редко используемых форматов.

Если вы перейдете на страницу Расширенный поиск (см. рис. 5.1) и откроете список показать результаты по формату файлов, то увидите, что в нем представлены только 6 из вышеназванных форматов. О том, как можно работать с файлами других форматов, будет сказано ниже.

Как правило, информация о формате файла отображается в результатах поиска. Например, окончанием адреса найденной страницы зачастую является именно расширение файла, об этом мы говорили в разделе “Анализ результатов поиска” главы 2. Кроме того, иногда формат файла непосредственно указывается в результатах поиска, например так: File Format: PDF/Adobe Acrobat.

Для чего может быть использована информация о формате файла? Например, для того, чтобы знать, посредством какого приложения этот файл может быть открыт на вашем компьютере. Если на нем не установлена нужная программа (например, Adobe Acrobat), могут возникнуть проблемы. Google старается их предотвратить: в некоторых результатах можно найти ссылку View as HTML или View as Text. После щелчка на ней найденный документ будет представлен в формате HTML или в виде текста.

Более полезным может оказаться поиск файлов определенного формата. Об этом мы уже говорили в разделе “Расширенный поиск” главы 5. Чтобы найти файлы какого-то формата, нужно в поле запроса, наряду с ключевыми словами, ввести оператор filetype:*расширение\_файла*, например так: filetype:doc.



Благодаря этому в результаты поиска будут введены только файлы с указанным расширением (например, с расширением doc — только документы Word). Если нужно исключить документы определенного формата из результатов поиска, нужно перед оператором поставить дефис (без пробела), вот так: `-filetype:расширение_файла`.

## Телефонная книга

Тем, кто хотел бы найти знакомых, родственников либо деловых партнеров в США, может помочь служба PhoneBook.

Чтобы узнать телефон какой-либо фирмы, нужно ввести в поле запроса ее название, а также название города или штата, где она расположена. Поиск может осуществляться также по названию фирмы и ее почтовому индексу (zip-коду). Возможен и обратный поиск: по номеру телефона и коду города можно получить сведения о фирме.

Чтобы узнать чей-либо адрес в США, нужно ввести в поле запроса данные в одной из следующих комбинаций.

- Первое имя (или первый инициал), фамилия, город (опционально — еще и штат).
- Первое имя (или первый инициал), фамилия, штат.
- Первое имя (или первый инициал), фамилия, телефонный код города (местности).
- Первое имя (или первый инициал), фамилия, zip-код.
- Номер телефона с кодом города (местности).
- Фамилия, город, штат.
- Фамилия, zip-код.

Если вы не нашли кого-то или какую-то фирму с помощью телефонной книги Google, это не означает, что их нет в США: для удаления такой информации из базы данных Google предусмотрена специальная ссылка; не исключено, что нужный вам человек воспользовался этой возможностью.

## Прямые вопросы

Какова численность населения Японии? Как называется денежная единица Алжира? Где родился Джон Леннон?

Для получения *прямых* ответов на эти *прямые* вопросы достаточно ввести последние в поле запроса.

Понятно, что некоторые запросы желательно вводить на английском языке. Но на *вопрос* (а не *запрос*, обратите внимание!) Каково население России? уже в первой ссылке Google ответил: “На первое января 1998 года население России составило 147 105 тысяч человек” (рис. 6.21).

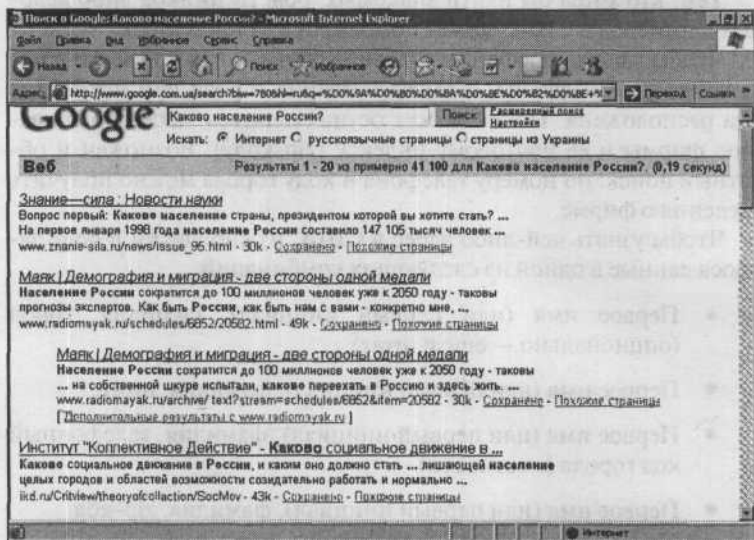


Рис. 6.21. Прямой ответ на прямой вопрос

Как видите, умница Google мгновенно догадался, какая именно информация нам нужна. Правда, эти сведения относятся к 1998 году и несколько устарели. А попозже? В двенадцатой ссылке сообщают: “К началу 2002 года население России составило 144 млн. человек”. А в 2004 году? (На момент написания книги данные могли быть доступны только за 2004 год.) Модифицируем запрос так: население России 2004. Как уже говорилось, Google, с одной стороны, не проводит морфологический поиск на русском языке, с другой, по умолчанию вначале ищет *все слова*, потом *хотя бы одно из слов*. Сформулированный нами запрос наиболее отвечает тому, что мы на самом деле хотим узнать, с учетом

особенностей Google. В момент, когда мы задавали сформулированный выше запрос, уже третья ссылка сообщала: **“Население России за первые три квартала 2004 года уменьшилось на 552,7 тысячи человек и составило 143,6 миллионов.”**

Как видите, возможности Google в плане ответов на прямые вопросы весьма впечатляют. Если бы ими могли пользоваться участники игры **“Как стать миллионером”** (а также многочисленных других телевизионных игр, рассчитанных не на интеллект, а на память), количество богатых людей в стране значительно возросло... бы.

## **Предварительная загрузка результатов**

Если вы пользуетесь браузером Firefox или Mozilla, Google пытается ускорить вашу работу следующим образом: не дожидаясь, пока вы выберете среди результатов поиска нужную ссылку, Google начинает загружать на ваш компьютер первую из найденных страниц. Для других браузеров эта служба недоступна. Поскольку на момент написания книги 90% пользователей Internet выходили в Сеть с помощью браузера Internet Explorer, поклонников других браузеров отсылаем на страницу <http://www.google.com.ua/help/features.html>, где они найдут советы или ссылки на страницы, содержащие рекомендации по отключению этой функции Google, если она окажется неэффективной.

## **Поиск по номеру**

В основном эта служба интересна жителям США. Введя в поле запроса номер посылки, которая была отправлена почтой или одной из служб срочной доставки, можно узнать, где в данный момент находится посылка. Возможен поиск и по другим номерам. Например, по номеру авиарейса можно узнать, отложен он или нет.

Для ученых, инженеров и изобретателей стран СНГ эта служба интересна тем, что может найти патент (или какую-то информацию о нем) по номеру патента. Не забудьте перед номером патента ввести слово `patent`, вот так: `patent 5123123`.

## **Проверка орфографии**

Эта служба может оказаться весьма полезной для тех, кто осуществляет поиск на английском языке.

Google непрерывно контролирует правильность введенного вами запроса. Если он заподозрит, что вы ошиблись и большее количество ссылок может быть найдено при незначительном модифицировании запроса, то спросит: *Did you mean: более\_распространенный\_вариант\_написания\_слова?* Вполне вероятно, что прав окажется Google, а не вы. (Отметим, что коренные американцы и англичане путаются в своей запутанной орфографии едва ли не столь же часто, как и мы, так что эта служба и для них чрезвычайно полезна.)

## **Биржевые котировки**

Google проявляет неустанную заботу о бизнесе (поскольку и сам стал крупным бизнес-проектом). Одно из проявлений этой заботы — регулярное информирование пользователей о биржевых котировках. Введя в поле запроса биржевой символ акций той или иной компании, можно узнать о ее текущих котировках (с задержкой 15–20 минут, в зависимости от биржи). Поскольку эта информация интересует весьма немногих пользователей стран СНГ, за подробностями отсылаем к странице <http://www.google.com.ua/help/features.html> (раздел Stock Quotes).

## **Карта города**

Эта служба, как и многие другие, действует пока только в США. Введя в поле запроса название улицы и города (или zip-код, или штат — главное, чтобы Google мог понять, о каком городе идет речь, обычно бывает достаточно названий города и штата), вы получите ссылку на карту, где можете найти эту улицу. Пример исчерпывающего запроса: 165 University Ave Palo Alto CA.

## **Летайте самолетами...**

Еще один пример службы для американцев. Введя в поле запроса условное обозначение аэропорта, состоящее из трех букв, и слово *airport*, можно получить информацию о погодных условиях в аэропорте и задержках рейсов. Например для Международного аэропорта Сан-Франциско запрос должен выглядеть так: *sfo airport*. Можно узнать информацию и о конкретном рейсе, за подробностями отсылаем к странице <http://www.google.com.ua/help/features.html>, раздел Travel Information.

## Ссылки на ваш сайт

Поскольку все больше фирм, организаций и учреждений стран СНГ открывает свои сайты, приведем информацию и об этом полезном сервисе. Чтобы узнать, насколько вы популярны в Сети, а конкретно — какие Web-узлы ссылаются на ваш сайт, достаточно ввести в поле запроса Google символы `link:URL_сайта`, например так: `link:www.google.com`.

## Погода... но только в США

За подробностями отсылаем к странице <http://www.google.com.ua/help/features.html>, раздел Weather.

## Резюме

ИПС Google позволяет эффективно искать в Internet информацию любого рода. Однако львиную долю запросов можно отнести к нескольким категориям. Это поиск в Web, поиск изображений, товаров, сообщений в группах новостей, новости. Эти категории представлены в виде ссылок на домашней странице Google. Обеспечивается целенаправленный поиск информации и других категорий — текстов книг, географических карт, спутниковых изображений и т.д.

Google самостоятельно подбирает самые свежие и самые важные новости, иногда по несколько десятков об одном и том же событии, позволяя узнать о нем все подробности. Обеспечивается также поиск новостей по запросу пользователя. Более того, Google может присылать вам оповещения о новостях на интересующую вас тему электронной почтой. Это очень удобная служба для тех, кто профессионально (или в качестве хобби) интересуется какой-то проблемой.

Поиск товаров стал настолько востребованной службой, что ссылка на нее появилась на домашней (англоязычной) странице Google. И хотя с поиском товаров в отечественных магазинах лучше справляется ИПС Yandex, не исключено, что кто-то захочет воспользоваться службой Google. Кроме того, Google позволяет искать нужную вещь или безделушку в нескольких тысячах каталогов, при этом “открывает” на экране вашего компьютера только те страницы, где упомянут нужный вам товар, который затем может быть выслан по почте.

Для тех, кто учится или занимается исследованиями и разработками, Google предоставляет особую службу, позволяющую быстро и эффективно находить в Internet ссылки на статьи, относящиеся к данной теме, написанные определенным автором, опубликованные в определенном журнале и т.д. К сожалению, полные тексты статей, как правило, распространяются за плату и изменить эту ситуацию даже всемогущий Google не в состоянии.

Тексты книг Google ищет эффективно, но очень осторожно. Как правило, он позволяет получить не текст книги целиком, а только ее отдельные страницы. Кроме того, поиск русскоязычных текстов пока не производится. Зато Google может помочь быстро найти нужную (зарубежную) книгу в одном из (зарубежных) Internet-магазинов.

Поиск географических карт эффективен пока только для США, Канады и Великобритании, жителям остальных стран придется подождать. Зато спутниковые карты не только названных англоязычных стран, но и крупных городов Европы уже доступны на сайте Google. Разрешение снимков столь велико, что можно увидеть отдельные автомобили. Эта служба вызвала пристальный интерес сообщества Internet-пользователей еще и потому, что на спутниковых картах можно найти объекты, не обозначенные на картах географических.

К группе “Специальный поиск” создатели отнесли поиск высших учебных заведений, правительственных документов США, вопросов, относящихся к компьютерам и программированию, и др.

Поиск в Internet можно проводить с помощью мобильных телефонов и компьютерных устройств, способных подключаться к сетям сотовой телефонной связи. Конечно, скорость поиска будет низкой, возможности по управлению им ограниченными, но если под рукой только мобильный телефон, а информация нужна срочно, это вполне доступное (хотя и более дорогое) решение.

Помимо вышеназванных возможностей тематического поиска, Google предлагает множество других. Это и прямые вопросы, и простейшие математические вычисления, и поиск определений всевозможных терминов, и телефонная книга США, и многие другие. Все они описаны или упомянуты в разделах этой главы, а также глав 1 и 5.



# Программные средства Google

В предыдущих главах мы рассмотрели главные службы Google — обеспечивающие поиск в Web, изображений, в группах новостей, товаров и др. В этой главе мы рассмотрим возможности Google, не относящиеся непосредственно к поиску информации в Internet, но все же связанные с ним. Иначе и быть не может, поиск и все, что к нему относится — именно для этого был создан Google.

Доступ ко всем программным средствам Google можно получить со страницы [www.google.com/intl/en/options/](http://www.google.com/intl/en/options/), ссылки на них собраны под заголовком Google Tools (что можно перевести как “Инструментарий Google”, рис. 7.1)

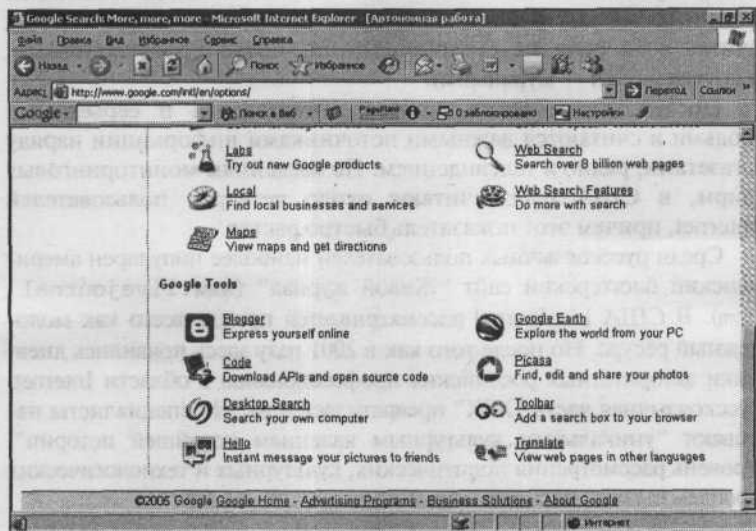


Рис. 7.1. С этой страницы можно получить доступ ко всем программным средствам Google

## Дневники

Давным-давно, в позапрошлом веке, дневникам доверяли самое личное, самое сокровенное, иногда даже интимное, и тщательно прятали их от всех, в первую очередь от родителей. Но известно множество случаев, когда дневники впоследствии публиковались и становились явлением культурной жизни. Конечно, это были дневники выдающихся людей или их талантливых детей, родственников либо биографов.

Но времена изменились, а вместе с появлением новых технологий изменились и нравы. Мы уже говорили о группах новостей. По существу, каждый обмен сообщениями в такой группе — это частная переписка двух людей, вынесенная на всеобщее обозрение. То же самое касается многочисленных Internet-форумов.

Блог (от англ. weblogs — записи (событий) в Web) — это личный дневник конкретного человека, выставленный на всеобщее обозрение. То, что раньше было привилегией лишь выдающихся людей, ныне доступно всем.

Блоги бывают разные. В большинстве из них самовлюбленные авторы рассказывают о маленьких событиях своей маленькой жизни, о мелких пакостях, которые они делают окружающим, считая себя если не суперменами, то почти просветленными, а других людей — муравьями.

Но некоторые блоги ведутся интересными и серьезными людьми и считаются важными источниками информации наряду с газетами, радио и телевидением. По сведениям мониторинговых фирм, в США блоги читают около четверти пользователей Internet, причем этот показатель быстро растет.

Среди русскоязычных пользователей наиболее популярен американский блоггерский сайт “Живой журнал” ([www.livejournal.com](http://www.livejournal.com)). В США LiveJournal рассматривается прежде всего как молодежный ресурс. Но после того как в 2001 году здесь появились дневники авторитетных российских профессионалов в области Internet, русскоязычная часть “ЖЖ” превратилась в то, что специалисты называют “уникальным культурным явлением новейшей истории”. Уровень рассмотрения политических, культурных и технологических проблем бывает здесь весьма высоким.

По сути, каждый дневник — это миниатюрный личный сайт пользователя, на котором можно размещать текст, фотографии, ссылки, географические карты и другие материалы. Информацию можно очень быстро обновлять и дополнять; кроме того, другие пользователи могут оставлять в вашем дневнике свои комментарии — словом, все почти как на “настоящем” сайте. Некоторые блоги практически “неперсонализированы” и используются компаниями и организациями для быстрого распространения информации о своих изделиях и проектах. В период предвыборной компании блоги могут стать настолько мощным средством агитации и черного пиара, что в США всерьез обсуждается возможность приравнять блоги к прессе — с тем, чтобы заставить блоггеров соблюдать определенные правила. Блоггеры, с одной стороны, не прочь получить статус журналистов и требовать, например, допуск на участие в брифингах, проводимых в Белом доме, с другой, не хотят ни в чем ограничивать право на самовыражение.

Не удивительно, что Google, чутко и четко реагирующий на все новые веяния, создал мощный сервер для поддержки дневников; его открытие произошло в феврале 2003 года. В следующих разделах мы расскажем о том, как можно создать сетевой дневник на специально отведенных для этого страницах Google и что с ним потом можно делать.

## **Создание блога**

Чтобы создать учетную запись, необходимо открыть страницу Blogger, расположенную по адресу [www.blogger.com](http://www.blogger.com) (рис. 7.2), и выполнить следующие действия.

1. Создать учетную запись.
2. Придумать блогу название.
3. Выбрать шаблон для своего дневника.



*Рис. 7.2. На странице Blogger предлагается выполнить три простых действия для создания дневника*

## **Создание учетной записи**

Чтобы создать учетную запись, нужно щелкнуть на красной кнопке-стрелке **Create your blog now**. Откроется окно **Create an account** (рис. 7.3). (Можно перед этим прочитать краткий курс о том, что такое блог, щелкнув на синей кнопке **Take a Quick Tour**; если вам надоест читать обширный английский текст, на любой из его страниц можно щелкнуть на теперь уже синей кнопке **Create your blog now** (Создать блог прямо сейчас) и перейти к подготовке учетной записи.)

Далее нужно ввести один из своих адресов электронной почты. Google обещает никому его не сообщать, но если вы все же боитесь увеличения потока спама, можно ввести здесь адрес вашего бесплатного ящика на одном из Web-серверов, предоставляющих такие услуги.

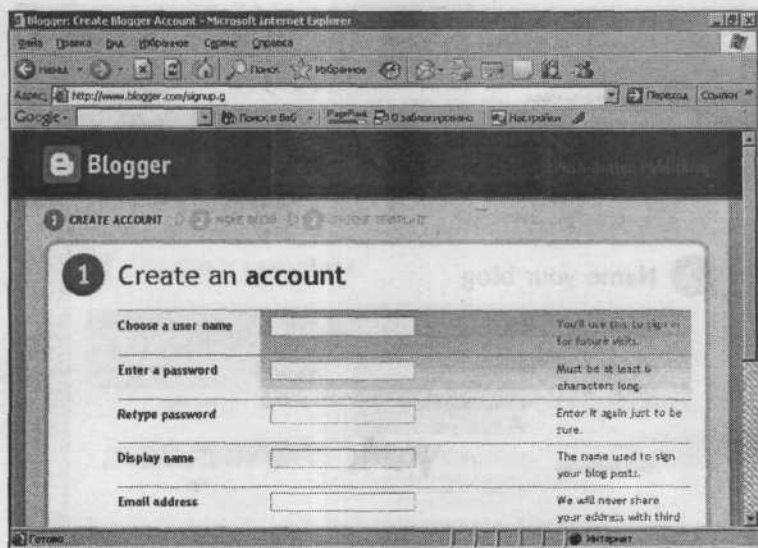


Рис. 7.3. Первое окно мастера создания учетной записи

## Придумайте название своему дневнику

После щелчка на кнопке Continue откроется окно Name your blog (рис. 7.4). Здесь вы должны принять ответственное решение и определить, как будет называться ваш дневник. Это не менее важно, чем придумать имя ребенку. Название дневника должно быть по возможности коротким и как-то отражать его будущее содержимое.

Здесь нужно ввести пользовательское имя. Учтите, все распространенные имена уже заняты, так что используйте или нечто экзотическое, или не только буквы, но и цифры.

Затем нужно дважды (во избежание ошибки) ввести пароль. В поле Display name нужно ввести то имя, которым вы будете подписывать свои сообщения, посылаемые в дневники других пользователей. Оно может отличаться от вашего имени пользователя, введенном в верхнем поле.

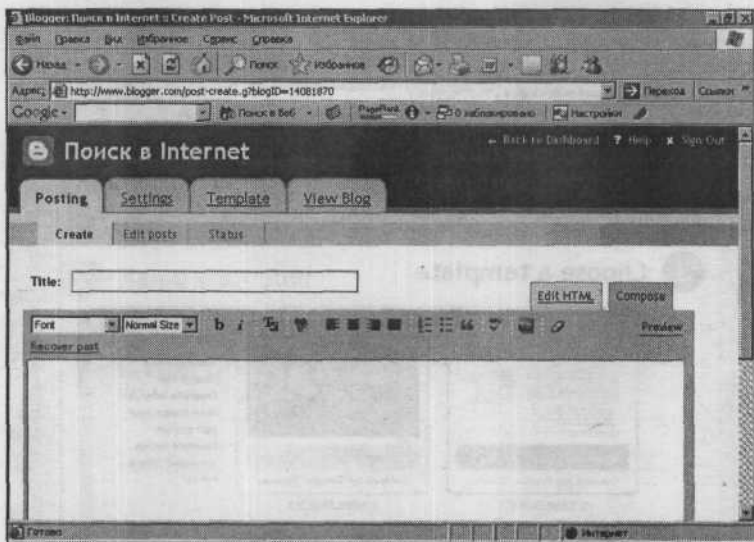


Рис. 7.6. Вкладка Posting дневника предназначена для ввода сообщений

## Ведение публичного дневника

Первую запись можно сделать сразу же после создания дневника — просто для того, чтобы убедиться: все работает!

### Ваша первая запись

“Писать” в сетевом дневнике можно так же просто, как в обычном. На открытой по умолчанию странице, на вкладке Compose, также открытой по умолчанию (ее заголовок находится справа), можно ввести текст вашего первого сообщения (см. рис. 7.6). После этого нужно щелкнуть на красной кнопке Publish Post, расположенной внизу страницы, и ваше первое “уаа-уаа!” прозвучит на весь Internet.

Если вы хотите как-то выделить свое сообщение (сугубо визуально), можно воспользоваться кнопками и полями со списками, расположенными над полем ввода текста сообщения.

- В поле Font можно выбрать шрифт. На момент написания книги было доступно 8 вариантов шрифта, полагаем, даже для эстетов этого вполне достаточно.



ет тому, которое вы присвоили своему дневнику. Слева от названия этой вкладки (Compose) вы найдете имя другой вкладки, Edit HTML. Если вы владеете языком HTML, то после щелчка на этой вкладке сможете воспользоваться всеми его возможностями для оформления вашей записи в дневнике, и тогда она уж точно привлечет внимание сообщества Internet.

## Назад, в прошлое

Выше мы рассмотрели только одну страницу вкладки Posting — Create. Если по каким-то причинам вы решили отредактировать одну из записей вашего дневника, нужно перейти на вкладку Edit posts. Откроется окно с заголовками ваших записей (рис. 7.7). Для того чтобы отредактировать любую из них, нужно щелкнуть на черной кнопке Edit. Откроется уже знакомая вам вкладка Create, которая позволит сделать с записью все что угодно.

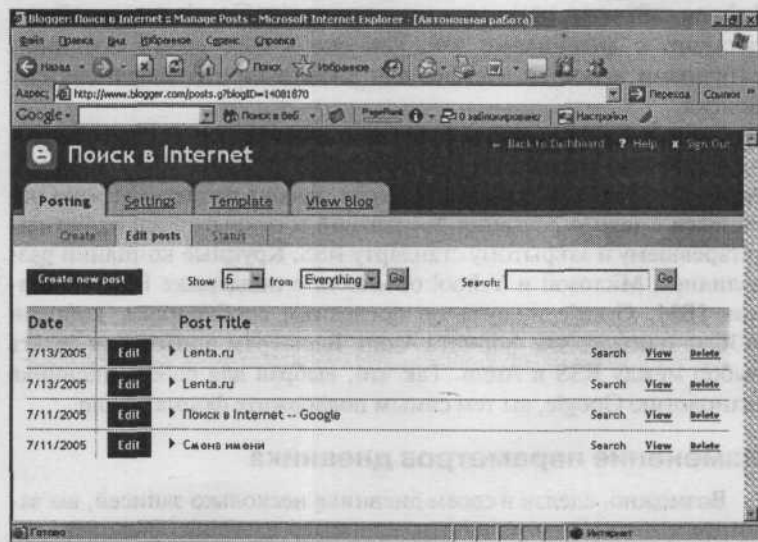


Рис. 7.7. Записи дневника можно редактировать

Если вы хотите уничтожить запись, не открывая ее, нужно щелкнуть на ссылке Delete. Чтобы просмотреть данную запись, следует щелкнуть на ссылке View.

## **Форматы ведения дневников**

В этом небольшом разделе мы скажем несколько слов о форматах.

И дневники, и заголовки многих новостей, а также их краткие содержания хранятся на сайтах Сети в одном и том же формате RSS. На самом деле под этой аббревиатурой скрывались 7 разновидностей названного формата, поэтому позднее был разработан формат RSS 2, обратно совместимый со всеми разновидностями.

И дневники, и новости обновляются очень часто. ИПС пытаются достаточно оперативно отслеживать все изменения. Но записей в дневниках столь много, а блоггеры так хотят, чтобы их дневники стали популярными, что ссылки на их страницы попадают в число первых и оттесняют более авторитетные ресурсы на второй план. Алгоритм поиска Google оказался не готов к такому повороту событий. Не исключено, что, приобретая у фирмы Рута Labs ее сайт [www.blogger.com](http://www.blogger.com), компания Google в дальнейшем поступит с дневниками так, как она в свое время поступила с группами новостей: сделает для дневников отдельную систему поиска.

Приобретя фирму Рута Labs, компания Google вскоре объявила о переходе сервиса Blogger со старого формата RSS на новый, Atom. Он появился в июне 2003 года, проект по его созданию начинался с целью создания бесплатной и открытой альтернативы устаревшему и закрытому стандарту RSS. Крупные компании разделились: Microsoft и Yahoo! объявили о поддержке RSS, компании IBM, Google и, судя по последним сообщениям, концерн W3C — о поддержке формата Atom. Блоггерам приходится делать выбор между RSS и Atom. Так что, выбрав для своего дневника технологию Google, вы тем самым поддержите формат Atom.

## **Изменение параметров дневника**

Возможно, сделав в своем дневнике несколько записей, вы захотите что-то в нем изменить, например название дневника, его описание или даже URL. Вы можете также переместить дневник со страниц Google на какой-то другой сайт. И, конечно, вам предоставляется возможность изменить шаблон дневника. Все это можно сделать с помощью вкладки Settings (рис. 7.8).

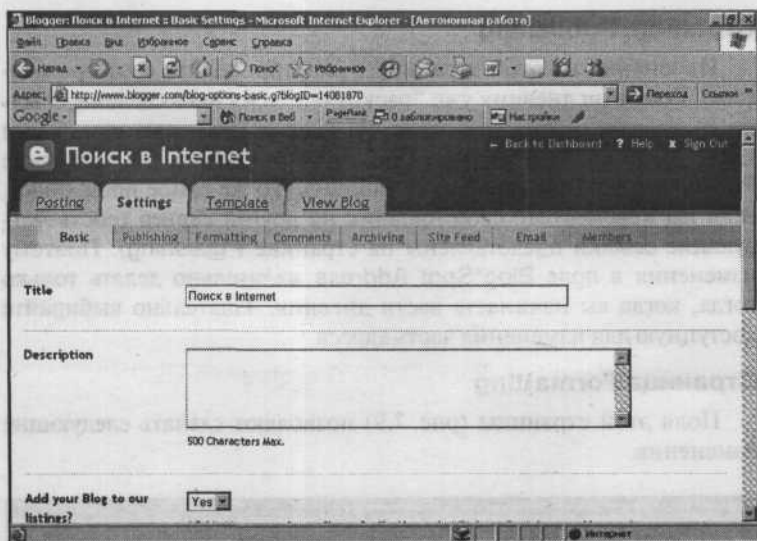


Рис. 7.8. Вкладка *Settings* позволяет изменить практически все параметры дневника

## Страница **Basic**

Всего вкладка *Settings* объединяет 8 страниц. На первой из них, *Basic*, открываемой по умолчанию, можно изменить название дневника, ввести его описание (объемом не более 500 символов, это чуть больше четверти машинописной страницы). В остальных полях можно оставить значения, предлагаемые по умолчанию. Тем самым вы разрешите включить ваш дневник в перечень блогов Google, обеспечите возможность редактирования записей после единственного щелчка, не разрешите отображать свой адрес электронной почты и сможете при редактировании своих записей видеть их в таком виде, в каком они затем будут отображены на страницах дневника (режим *Compose Mode*, или *wysiwyg* — «что видишь, то и получаешь»).

Если другие изменения не предполагаются, можно щелкнуть на красной кнопке *Save Settings* (сохранить изменения) или на черной *Delete This Blog* (удалить этот дневник). Это же самое относится ко всем другим вкладкам, рассмотренным ниже: если дальнейшие изменения не предполагаются, можно сохранить уже сделанные.

## Страница Publishing

Изменения на этой странице нужно проводить с осторожностью. Если ваш дневник уже “раскручен” и на него сделаны ссылки со многих сайтов (или хотя бы нескольких), при изменении URL дневника (а именно это можно сделать на странице Publishing) все они перестанут работать. То же самое произойдет, если вы переместите свой дневник на другой сервер (соответствующие ссылки представлены на странице Publishing). Поэтому изменения в поле Blog\*Spot Address желательно делать только тогда, когда вы начинаете вести дневник. Тщательно выбирайте доступную для изменения часть адреса.

## Страница Formatting

Поля этой страницы (рис. 7.9) позволяют сделать следующие изменения.

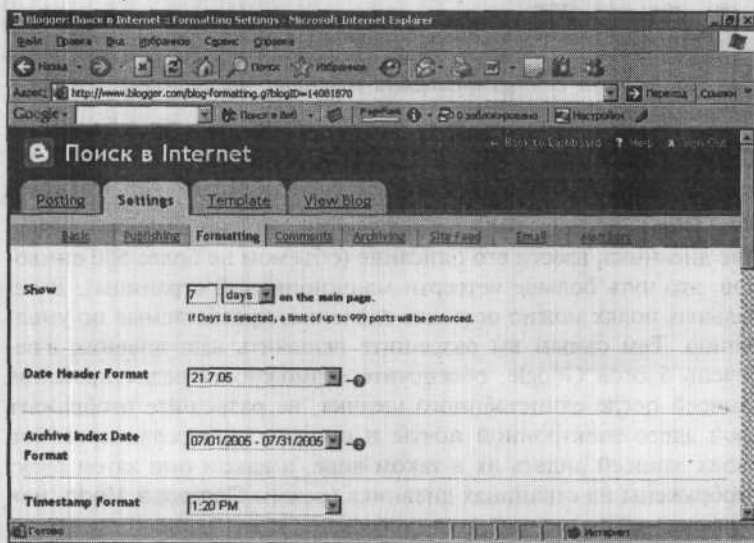


Рис. 7.9. Форматирование дневника можно выполнить здесь

- **Show.** В этом поле вы должны выбрать, записи за какое количество последних дней будут отображаться на домашней странице вашего дневника. Как правило, оставляют

предлагаемое по умолчанию значение 7 дней, при этом будет отображено не более 999 записей. Если вы очень активно пользуетесь дневником, не стоит отображать слишком много записей на домашней странице (читатели не захотят ждать их полной загрузки); в этом случае нужно либо уменьшить количество дней, либо ограничить количество записей.

- **Date Header Format.** Как и в рукописном дневнике, в блоге каждая запись сопровождается датой. В данном поле вы можете выбрать наиболее удобный для ваших потенциальных читателей формат.
- **Archive Index Date Format.** В этом поле можно выбрать, в каком формате дат будут обозначаться группы ваших записей в архиве. Записи группируются помесечно.
- **Timestamp Format.** Здесь можно выбрать формат записи времени создания сообщения. Можно указывать время с точностью до секунды, а можно ограничиться только датой.
- **Time Zone.** Если вы решили указывать время создания записи, то нужно сообщить потенциальным читателям и то, в каком временном поясе вы находитесь. Аббревиатура UTC означает Universal Coordinated Time — всеобщее скоординированное время. Запись [UTC +03:00] Europe/Moscow означает, что относительно UTC московское время сдвинуто на 3 часа.
- **Date Language.** В этом поле можно изменить язык, с помощью которого будет отображаться дата ваших сообщений. Если предполагаются только русскоязычные читатели, можно изменить язык на русский.
- **Encoding.** В этом поле можно выбрать кодировку. Как говорилось в главе 3, наиболее употребительными среди наших соотечественников являются кодировки Cyrillic KOI-8R и Cyrillic Windows-1251. Однако Google по умолчанию предлагает Unicode UTF-8, поскольку именно она наиболее популярна в англоязычном мире, именно ее и рекомендуется использовать.
- **Convert line breaks.** В данном поле рекомендуется оставить предлагаемое по умолчанию значение Yes. В этом случае после нажатия клавиши <Enter> в вашу запись бу-

дет вставляться HTML-код, означающий переход на другую строку. Собственно, точно так же вы делаете, когда работаете в текстовом редакторе.

- **Show Title field.** Если вы хотите вводить для некоторых из ваших записей какие-то заголовки, нужно изменить предлагаемое по умолчанию значение No на Yes. Последний вариант предпочтительнее, потому что заголовки записей позволят читателям быстрее ориентироваться в вашем дневнике. При этом остается возможность помещать некоторые записи без заголовков.
- **Show Link Field.** По умолчанию предполагается, что каждая ваша запись будет сопровождаться ссылкой на ваш дневник (точнее, на ту часть его адреса, которую вы тщательно выбрали с тем, чтобы больше ее уже не менять). Если вы не хотите этого, выберите значение No.
- **Enable float alignment.** В случае принятия предлагаемого по умолчанию значения текст и изображения будут автоматически выравниваться по отношению друг к другу. Если возникнут какие-то проблемы, придется в этом поле выбрать значение No.
- **Post Template.** Шаблоны сообщений позволяют пользователям проводить предварительное их форматирование. Данное поле рекомендуется использовать тем, кто знаком с языком HTML.

## Страница Comments

Ведение публичного дневника предполагает, что каждый (или не каждый) желающий может прокомментировать ваши записи, высказать свое мнение по затронутому вопросу, дополнить вашу информацию или опровергнуть ее. Конечно, если вы уверены в своей непогрешимости, от публикации комментариев можно отказаться и заставить читателей наслаждаться только вашими высказываниями по тому или иному вопросу. Для этого в поле... Впрочем, рассмотрим все переключатели и поля по порядку.

- **Comments.** Этот переключатель позволяет показать или скрыть все комментарии к тому или иному сообщению. Скрытые комментарии не уничтожаются; если вы в даль-



нейшем решите вновь явить их миру, достаточно изменить положение данного переключателя на Show.

- **Who Can Comment?** В этом поле со списком можно ограничить круг лиц, которым разрешено комментировать ваши сообщения. Это могут быть только зарегистрированные на Google пользователи (значение, предлагаемое по умолчанию), кто угодно (Anyone) или только те, кто объединились для ведения данного блога (Only Members of this Blog).

В следующих полях можно указать формат метки времени, а также указать, должны ли комментарии отображаться во всплывающем окне и нужно ли отображать в комментариях изображения (они украшают страницу дневника, но замедляют ее загрузку). Наконец, в последнем поле, Comment Notification Address, можно указать адрес электронной почты, по которому вам будут присылать уведомления о том, что кто-то оставил комментарии к вашим записям.

### **Страница Archiving**

На этой странице всего два поля со списком. В поле Archive Frequency можно выбрать, как часто должны архивироваться страницы (ежедневно, еженедельно или ежемесячно, по умолчанию предлагается вариант ежемесячно). В поле Enable Post Pages? можно выбрать, должна ли каждая новая запись отображаться не только на первой странице вашего дневника, но еще и на отдельной. По умолчанию предлагается второй вариант, рекомендуем с ним согласиться.

### **Страница Site Feed**

Как уже говорилось выше в разделе, посвященном форматам, Atom — это унифицированный стандарт распространения публикаций (иногда говорят — синдикации). Если пользователь выбирает вариант синдикации Atom, сайт Blogger автоматически создает приспособленную для автоматической обработки версию его дневника и способствует распространению записей (в частности, указывая ссылки на них в своих результатах поиска). Если вы хотите сделать свои записи общедоступными, оставьте предлагаемые по умолчанию значения в полях Publish Site Feed и Descriptions.

## Страница Email

Google позволяет делать записи в дневнике не только через Web, но и пользуясь лишь электронной почтой. Соответствующие установки можно сделать на странице Email.

## Страница Members

Открыв эту страницу, вы увидите табличку, озаглавленную Current Team Members (участники команды на данный момент). Вначале единственным участником будете вы, чтобы расширить команду, нужно щелкнуть на кнопке Add Team Member(s). На открывшейся странице в поле New User(s) (точнее, сразу в трех полях) можно ввести адреса электронной почты своих друзей, которым вы хотели бы сообщить об открытии своего дневника. В поле Message (Optional) можно ввести текст сопроводительного сообщения. О том, что у вас есть возможность разрешить комментировать ваши записи только друзьям, мы уже говорили, когда мы в этом же подразделе описывали страницу Comments.

## Редактирование шаблона

Отредактировать шаблон блога можно, открыв вкладку Template. Если вы владеете языком HTML, это можно сделать на странице Edit current, изменив HTML-код в обширном поле с линейками прокрутки. Периодически можно проверять, что получилось, щелкая на кнопке Preview. Если язык HTML вам незнаком, лучше перейти на страницу Pick new и выбрать один из примерно трех десятков представленных здесь шаблонов.

## Просмотр собственного блога

Чтобы просмотреть собственный блог после отправки в него очередного сообщения (либо редактирования предыдущих), нужно открыть последнюю вкладку, View blog. Поначалу блог может выглядеть так же просто, как на рис. 7.10. Не огорчайтесь: постепенно вы освоите “дневниковедение”, и ваш блог будет выглядеть не хуже, чем хорошо оформленная Web-страница.

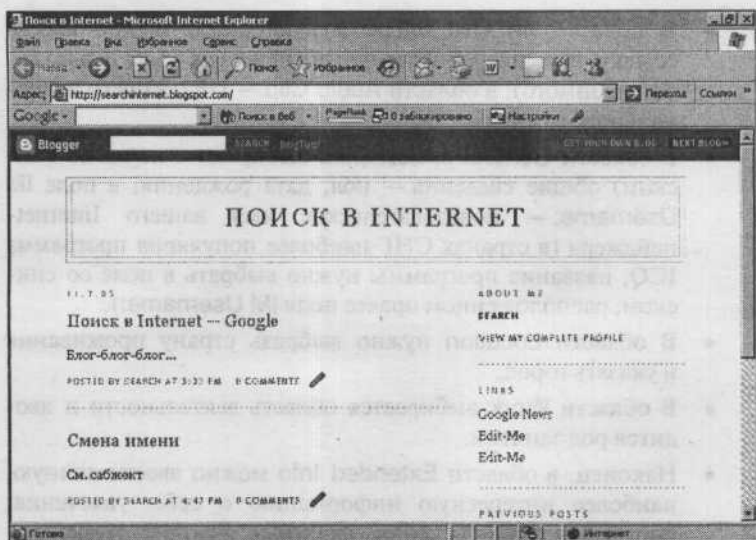


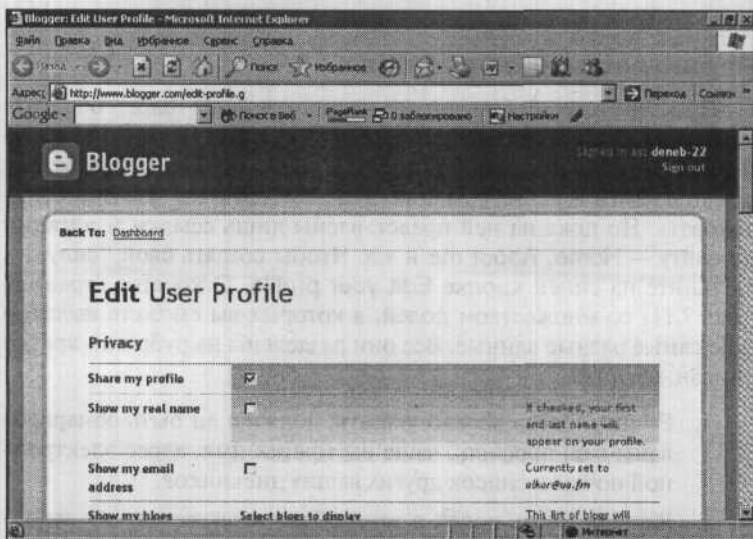
Рис. 7.10. Так может выглядеть “новорожденный” блог на экранах пользователей

## Редактирование профиля

Просматривая собственный новорожденный блог, обратите внимание на ссылку *View my complete profile*. После щелчка на ней откроется страница, на которой любопытные пользователи должны найти всю информацию о вас, которую вы захотите обнародовать. Но пока на ней представлены лишь ссылки навигации по сайту — *Home*, *About me* и т.д. Чтобы создать свой “силуэт”, щелкните на синей кнопке *Edit your profile*. Откроется страница (рис. 7.11) со множеством полей, в которых вы сможете ввести о себе самые разные данные. Все они разделены на рубрики, кратко описанные ниже.

- **Privacy.** Здесь можно указать, должны ли быть обнародованы ваш профиль, ваше настоящее имя, адрес электронной почты и список других ваших дневников.
- **Identity.** Часть полей в этой области окажется уже заполненной. Дополнительно здесь можно ввести имя и фамилию, реальные или вымышленные.

- В поле Photo URL области Photograph можно ввести ссылку на вашу любимую фотографию (не обязательно себя, любимого), в области Audio Clip — URL вашего персонального гимна.
- В области General вводят (или выбирают в полях со списком) общие сведения — пол, дата рождения, в поле IM Username: — пользовательское имя вашего Интернет-пейджера (в странах СНГ наиболее популярна программа ICQ, название программы нужно выбрать в поле со списком, расположенном правее поля IM Username:).
- В области Location нужно выбрать страну проживания и указать город.
- В области Work выбирается область деятельности и вводится род занятий.
- Наконец, в области Extended Info можно ввести личную, наиболее интересную информацию о себе: увлечения, биографические сведения, любимые фильмы, музыкальные произведения и книги.



*Рис. 7.11. На этой странице можно рассказать кое-что о себе (а можно и не рассказывать)*

После заполнения полей и сохранения изменений вновь откроется страница Edit your profile, но теперь с сообщением Your settings have been saved (Ваши сведения сохранены). После щелчка на расположенной правее ссылке View updated profile вы, словно в зеркале, увидите свой профиль.

Мы описали здесь далеко не все возможности, предоставляемые Google для ведения вашего сетевого дневника. Однако сказанного вполне достаточно для того, чтобы вы могли создать свой первый блог и с успехом продолжать начатое дело. Сообщаем адрес одного из сайтов, на котором можно найти каталог русскоязычных блогов и получить дополнительную информацию и консультации по “дневниковедению”: [www.mblog.ru/](http://www.mblog.ru/).

## Коды программ

Эта страница предназначена для тех, кто занимается программированием и интересуется разработками Google. Здесь публикуются бесплатные открытые коды и перечень приложений, разработанных специалистами Google. Поскольку страница предназначена для профессионалов, а наша книга — для начинающих, на этом ее описание мы и закончим.

## Поиск на собственном компьютере

В Internet так много интересной информации, а стремление человека к частной собственности столь неистребимо, что многие материалы почти против воли пользователя оказываются на жестком диске его компьютера. А если вы усиленно работаете над какой-то проблемой, этот процесс принимает лавинообразный характер. Ведь никогда не бывает точно известно, какие материалы пригодятся в ближайшем будущем, какие — в отдаленном, а какие — никогда. Вот и копятся тексты, изображения, “подшивки” журналов, копии Web-страниц, а иногда и целых сайтов в папках Материалы\_1, Материалы\_2, Проект\_1, Статьи и т.п. Конечно, вы многократно даете себе слово навести во всем этом порядок, лишнее удалить, нужное разложить по полочкам-папкам, но... Как правило, все загруженные на компьютер файлы просто сжимаются и укладываются в дальний ящик с названием Архив\_1 (варианты — Archive\_2, Old-3 и т.д.). Конечно, есть надежда, что, когда на жестком диске уже не будет хватать места, вы просто вынуждены будете навести порядок в своей

“библиотеке” текстов, изображений, программ и т.д. Но эта надежда рушится после того, как приобретается новый системный блок или жесткий диск емкостью хотя бы 80 Гбайт. Архивы просто переносятся на него, и все начинается сначала (точнее, продолжается): Архив\_7, Архив\_2004... Иногда вы смутно вспоминаете, что где-то когда-то находили очень интересные сведения, которые очень бы вам сейчас пригодились, но когда это было... И как их найти...

Можно призвать на помощь Windows Commander или Windows XP. Теперь эта операционная система может искать не только файлы и папки по фрагментам их имен, но и проводить поиск внутри файлов.

Но пользователю, привыкшему работать с ИПС Google, Yandex и им подобными, умеющему проводить сложный поиск с применением булевых операторов, подсознательно ожидающему высокой скорости обработки запросов, переходить на интерфейс Windows XP — все равно что владельцу автомобиля Honda пересаживаться на “Запорожец”. Медленно, непривычно, неудобно...

Чтобы не терять время на поиски, нужно установить на компьютер программу Google Desktop Search. Найти ее можно на странице <http://desktop.google.com>. Объем дистрибутива составляет 729 Кбайт, так что загрузка даже по телефонной линии низкого качества займет не более 10 минут.

Возможности программы впечатляют.

Она способна проводить поиск не только в обычных текстовых файлах или в файлах форматов HTML, Microsoft Word, Excel и Powerpoint, но и в почтовых сообщениях Microsoft Outlook и Outlook Express, а также в записях Internet-пейджера AOL Instant Messenger и на Web-страницах Internet, ранее просмотренных с помощью наиболее популярных браузеров (рис. 7.12), причем поиск можно проводить в автономном режиме (не подключаясь к Internet).

Разработчики программы считают, что они создали что-то вроде фотографической памяти для персонального компьютера. Теперь вы с легкостью можете найти почти все, что хотя бы однажды появлялось на экране вашего монитора.



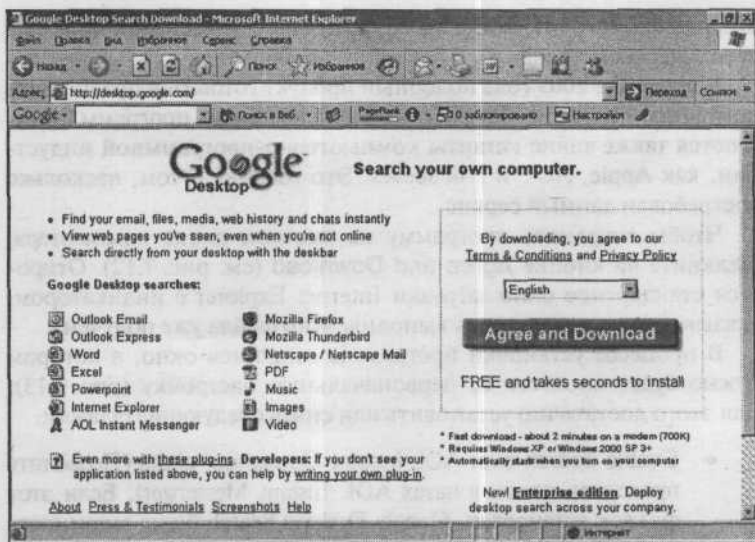


Рис. 7.12. Домашняя страница, с которой можно загрузить персональный поисковик для ПК

После установки программа индексирует всю информацию, содержащуюся на жестком диске, и впоследствии, как утверждают разработчики, поиск будет осуществляться в течение долей секунды. Более этого, в то время, пока компьютер простаивает, Google Desktop Search будет проводить индексацию новой информации, поступившей в последнее время, включая почтовые сообщения и записи Internet-пейджера (если, конечно, вы им пользуетесь).

Во время работы в Internet программа Google Desktop Search кэширует все загруженные страницы, и впоследствии вы будете иметь возможность вновь просмотреть их, не подключаясь к Сети. Internet Explorer тоже может делать подобное, но получается это у него не всегда. Возможно, Google Desktop Search будет справляться с этой работой лучше. Поскольку программа интегрирована в поисковую систему Google, вы сможете одновременно получать результаты поиска и по Web-страницам Internet, и по жесткому диску своего компьютера.

Представители компании особенно подчеркивают, что эта программа полностью изолирована и безопасна. Google "не зна-

ет”, что происходит, когда вы осуществляете локальный поиск на своем жестком диске.

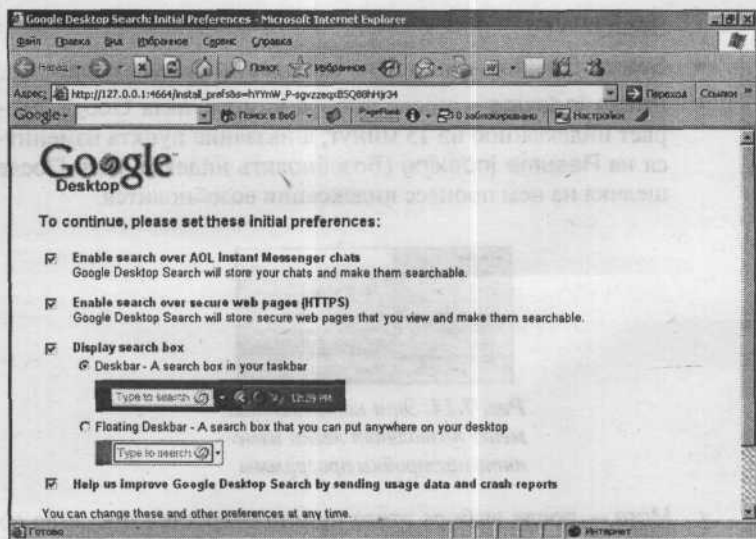
К середине 2005 года подобный продукт готовится представить компания Microsoft. Разработкой аналогичных программ занимаются также такие гиганты компьютерно-программной индустрии, как Apple, AOL и Ask Jeeves. Это говорит о том, насколько востребован данный сервис.

Чтобы сохранить программу на жестком диске компьютера, щелкните на кнопке Agree and Download (см. рис. 7.12). Откроется стандартное окно загрузки Internet Explorer с индикатором, указывающим, какая часть выполняемого файла уже получена.

В процессе установки программы откроется окно, в котором нужно будет провести ее первоначальную настройку (рис. 7.13). Для этого достаточно установить или снять следующие флажки.

- Enable search over AOL Instant Messenger chats (Позволить проводить поиск в чатах AOL Instant Messenger). Если этот флажок установлен, Google Desktop Search будет запоминать “мгновенные” сообщения Internet-пейджера AOL Instant Messenger (но в странах СНГ наиболее популярна другая программа — ICQ, в просторечии — “аська”, так что этот флажок большинство пользователей снимут).
- Enable search over secure web pages (HTTPS) (Позволить поиск в защищенных Web-страницах). В случае, если этот флажок установлен, Google Desktop Search будет сохранять на диске посещенные вами защищенные Web-страницы и проводить в них поиск.
- Display search box (Отображать окно поиска). При установке этого флажка окно поиска всегда будет отображаться или на панели задач вашего компьютера (первое положение переключателя, Deskbar — A search box in your taskbar), или там, где вы ему “прикажете” (второе положение).
- Help us improve Google Desktop Search by sending usage data and crash reports (Помогите нам улучшить Google Desktop Search за счет отправки данных о ее использовании и сообщений о неполадках). Установка этого флажка — единственная для вас возможность отблагодарить Google за полезную бесплатную программу.

Все описанные выше настройки можно впоследствии изменить.

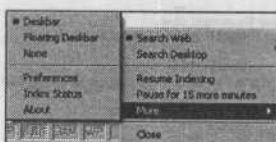


*Рис. 7.13. Первоначальную настройку придется провести еще в процессе установки программы*

Установив или сняв все флажки, щелкните на кнопке **Set Preferences and Continue**. Откроется окно, в котором вам сообщат, что однократный процесс индексации начался (**One-time indexing has started**). Поскольку продолжаться он может несколько часов, рекомендуется продолжать работу (или игру) на компьютере — индексация проводится в фоновом режиме. При необходимости компьютер можно выключить — прерванная работа будет автоматически продолжена позже. Полученная в результате база данных займет около 500 Мбайт на жестком диске.

Если вы оставили установленным флажок **Display search box**, а затем соответствующий переключатель в положение **A search box in your taskbar** (см. выше), на панели задач уже в процессе индексации отобразится поле ввода **Type to search** (Введите, что нужно найти). Справа от него, в соответствии с общепринятыми на сегодняшний день традициями, будет отображена стрелка-треугольник, после щелчка на которой откроется контекстное меню (рис. 7.14) со следующими пунктами.

- Search Web — поиск в Web.
- Search Desktop — поиск на собственном компьютере.
- Pause Indexing — после выбора этого пункта Google прервет индексацию на 15 минут, а название пункта изменится на Resume Indexing (Возобновить индексацию). После щелчка на нем процесс индексации возобновится.



*Рис. 7.14. Эти контекстные меню позволяют легко изменять настройки программы*

- More — после выбора этого пункта откроется подменю со следующими пунктами.
  - Deskbar — поле ввода слов запроса отображается на панели задач.
  - Floating Deskbar — плавающее поле ввода слов запроса.
  - None — поле ввода слов запроса не отображается на экране, если в нем нет необходимости.
  - Preferences — настройки.
  - Index Status — статус индексации (см. ниже).
  - About — информация о программе.
- Close — закрыть.

После выбора последнего пункта поле ввода слов запроса исчезнет с панели задач. Чтобы вернуть его на место, нужно там же, на панели задач, щелчком левой или правой кнопки мыши на значке Google открыть контекстное меню и выбрать пункт More⇒Deskbar или More⇒Floating Deskbar — в зависимости от ваших предпочтений.

В случае выбора пункта Index Status откроется окно (рис. 7.15) с сообщением, какая часть работы по индексации завершена.

В нижней части окна Google сообщит, сколько и каких файлов он проиндексировал (как, оказывается, их много скопилось на компьютере!). В верхней части окна вы обнаружите сокращенную версию уже знакомой вам англоязычной домашней страницы Google, приспособленную, однако, для поиска на вашем компьютере. Увы, русскоязычным интерфейсом Google Desktop Search пока не обзавелся.

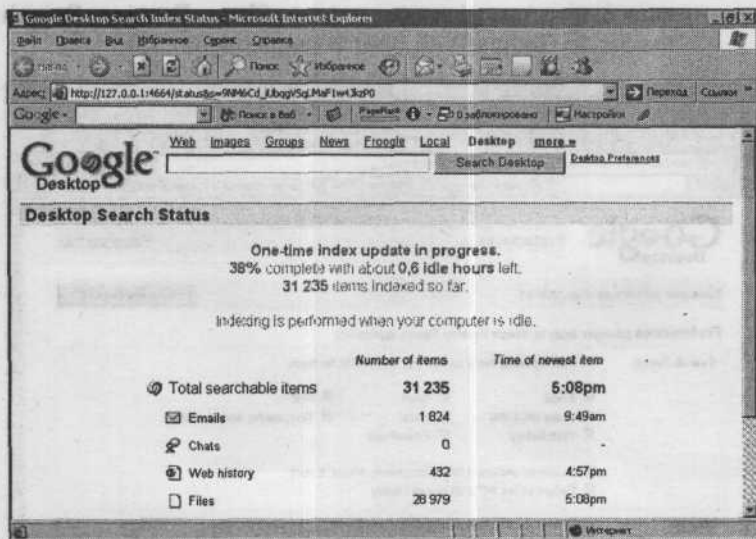


Рис. 7.15. Индексация еще не завершена...

После выбора пункта контекстного меню Preferences (см. выше) откроется окно (рис. 7.16), в котором можно изменить первоначальные настройки, которые делались при установке программы, и добавить к ним новые. Это же окно можно открыть, щелкнув на ссылке Preferences. В частности, здесь можно указать следующую информацию:

- должен ли Google искать совпадения в документах Word и Excel, защищенных паролем (а он может!);

- адреса сайтов и каталоги на вашем компьютере, в которых Google *не* должен проводить поиск; каждый адрес (или путь к каталогу) нужно вводить в отдельной строке;
- количество результатов поиска, отображаемых на одной странице;
- показывать или нет результаты поиска на ПК при отображении результатов поиска в Web (для этого нужно установить или снять флажок в поле Show Desktop Search results on Google Web Search result pages).

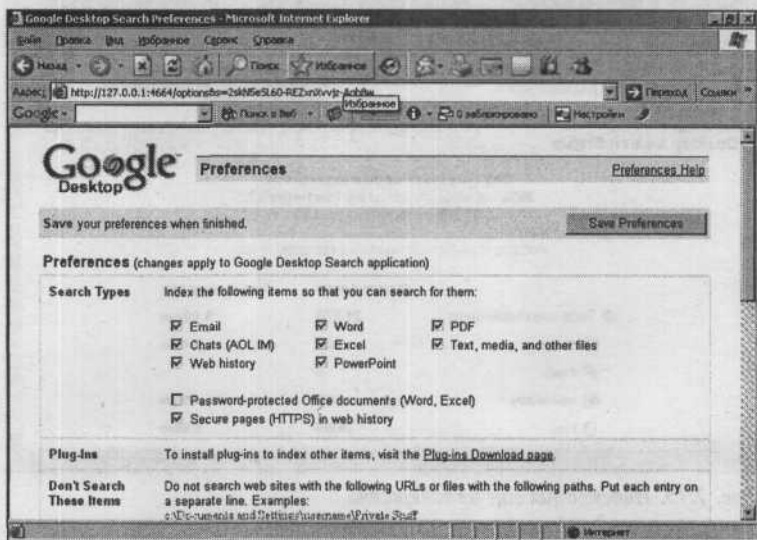


Рис. 7.16. Окно Preferences программы Google Desktop Search

Последний флажок мы советуем установить, и вот почему. В этом случае первыми в результатах поиска в Web будут приводиться ссылки на документы, уже хранящиеся на вашем компьютере. Если вы обнаружите “у себя дома” нужный документ, о существовании которого забыли, вам не придется вновь отыскивать его в результатах поиска и загружать через Сеть.

После настройки параметров нужно, как обычно, щелкнуть на серой кнопке с надписью Save Preferences.



Главное окно программы Google Desktop Search представлено на рис. 7.17. Как видите, оно почти не отличается от начальной (англоязычной) страницы ИПС Google, за одним важным исключением — под строкой ввода ключевых слов появилась кнопка Search Desktop.

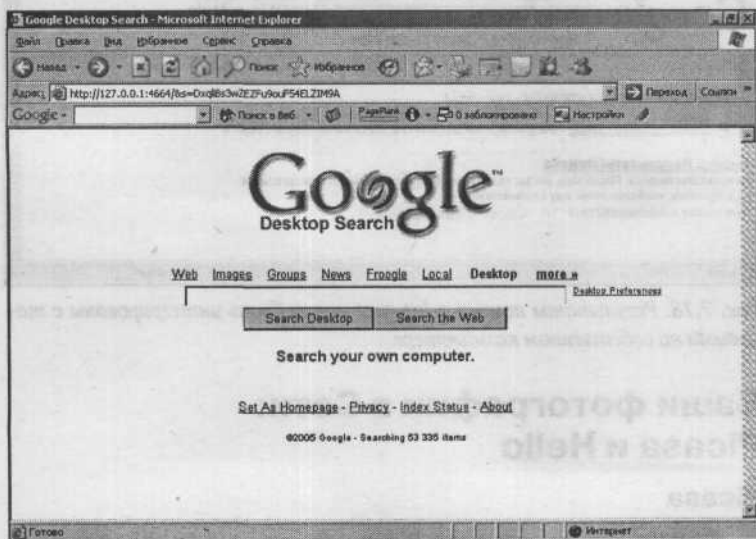
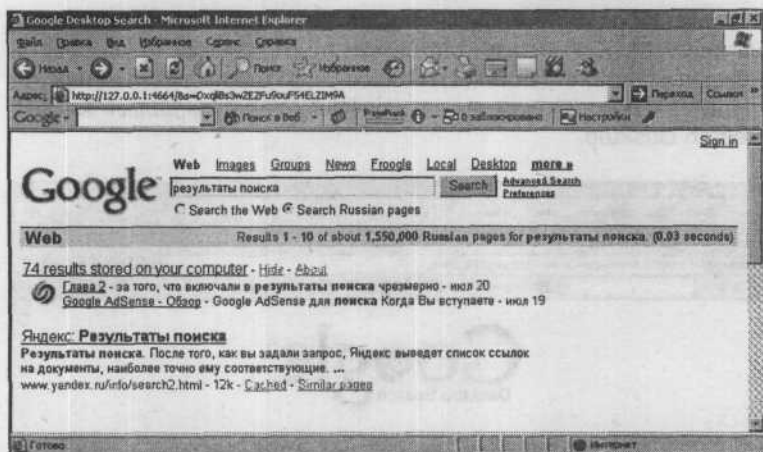


Рис. 7.17. Главное окно программы Google Desktop Search

Хотя русскоязычного интерфейса программа пока не имеет, с поиском она справляется прекрасно. Для того чтобы в результаты поиска в Web включались и результаты поиска на вашем компьютере, его нужно проводить именно из окна программы Google Desktop Search, но щелкать не на кнопке Search Desktop, а на кнопке Search Web. В результатах будет вначале указано, сколько документов найдено на вашем компьютере (рис. 7.18), а потом уже будут приведены ссылки на документы, найденные в Internet. Чтобы вспомнить, что уже сохранено на жестком диске, достаточно щелкнуть на ссылке ...results stored on your computer.



*Рис. 7.18. Результаты поиска в Internet могут быть интегрированы с таковыми на собственном компьютере*

## Ваши фотографии в Сети: Picasa и Hello

### Picasa

Бесплатная программа Picasa (<http://picasa.google.com/index.html>) предназначена для быстрого поиска, редактирования и распространения изображений (рис. 7.19). Каждый раз, когда вы будете запускать эту программу, она будет автоматически находить все изображения на вашем ПК (даже те, о существовании которых вы давно забыли) и сортировать их, komponуя виртуальные альбомы (т.е. используя созданные вами папки и располагая в них файлы в соответствии с датами их создания). Можно будет легко перетаскивать фотографии из одного альбома в другой и группировать их удобным для вас образом.

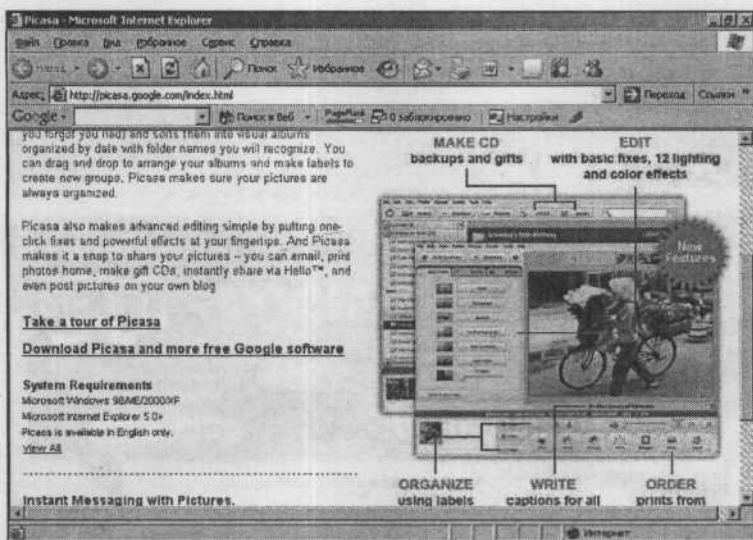


Рис. 7.19. Программа Picasa предназначена для быстрого поиска, редактирования и распространения изображений

Picasa позволяет поворачивать, обрезать фотографии и устранять эффект красных глаз. Кроме того, программа позволяет импортировать изображения из цифровой камеры и помогает печатать их, посылать электронной почтой и размещать на Web-страницах. Она автоматически преобразует изображения разных форматов в формат JPG, удобный для распространения изображений посредством программы Hello (о ней пойдет речь в следующем разделе) и отправлять фотографии в свой собственный блог. Объем загружаемого файла с программой 3,16 Мбайт.

## Hello

Hello ([www.hello.com/](http://www.hello.com/)) — это новая программа, которая позволяет пользователю связываться с друзьями с целью обмена цифровыми фотографиями. Те, кто уже имел дело с программами мгновенного обмена сообщениями, такими как ICQ, оценят преимущество новой службы — она работает так же надежно и достаточно быстро, позволяя передавать как сообщения, так и изображения (рис. 7.20).



Рис. 7.20. Домашняя страница программы Hello

Пользоваться программой очень просто: достаточно выбрать изображение, которое вы хотите послать, и щелкнуть на ссылке Send. Всю остальную работу Hello выполнит самостоятельно. Вы и ваши друзья сможете пересылать друг другу изображения высокого качества (т.е. с высоким разрешением), параллельно занимаясь более важными вещами (например, обсуждая новые фотографии).

Важным преимуществом Hello по сравнению с электронной почтой является то, что эта служба позволяет загружать изображения высокого качества даже через коммутируемое соединение (т.е. обычную телефонную линию с помощью модема). Кроме того, вы сразу же можете получить ответное сообщение от друга, а ваши сообщения и даже изображения автоматически шифруются (в отличие опять-таки от электронной почты).

В сравнении с Web-сайтом преимущества Hello таковы: во-первых, не нужно затрачивать много усилий на выбор, редактирование, изменение размеров и размещение изображений. Во-вторых, изображения немедленно появляются на дисплеях ваших друзей, им не нужно загружать их с сайта. В-третьих, качество изображений может быть очень высоким, и их можно сразу же распечатать на принтере. Другие технологии рассчитаны в основ-

ном на передачу по сети изображений невысокого качества, оптимизированных для отображения на дисплее.

Шифрование изображений осуществляется по технологии AES со 128-разрядным ключом.

В добавок ко всему Hello работает как встроенный брандмауэр, препятствуя доступу посторонних к любым файлам на вашем жестком диске. Распространяется эта технология бесплатно. Использовать ее нужно совместно с программой Picasa. Объем файла составляет 1,45 Мбайт.

## Hello + Blogger

Ну и, конечно же, программа Hello позволяет быстро размещать изображения в блогах. Вам не придется вручную изменять размеры изображений, это будет сделано автоматически. Вы сможете быстро снабдить изображения подписями и опубликовать их на страницах дневника.

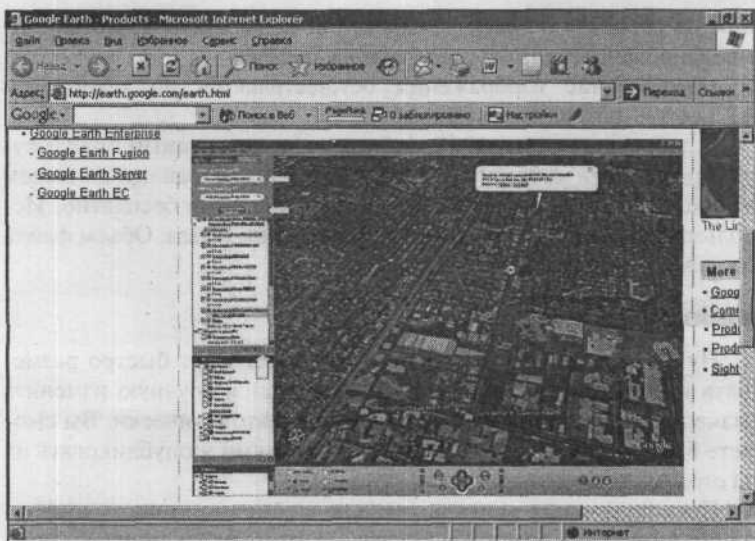
Поскольку наша книга посвящена в основном поиску информации в Internet с помощью Google, на этом мы заканчиваем описание программ Picasa и Hello.

## Земля Google

В главе 6 мы подробно рассказывали о том, что с помощью Google можно получить географические карты (но не стран СНГ), а также спутниковые изображения крупных европейских городов (в том числе и стран СНГ).

Служба Google Earth (<http://earth.google.com/>) обеспечивает еще более впечатляющие возможности (рис. 7.21).

В отличие от сервиса “Карты” (и спутниковых фотографий), для использования службы Google Earth на компьютер придется установить программное обеспечение, которое позволит превратить ваш компьютер в подобие сказочного глобуса. Вы сможете рассмотреть на нем некоторые города и регионы, что называется, с высоты птичьего полета, причем изображение будет трехмерным, а еще его можно рассматривать под различными углами и поворачивать. Можно будет увидеть достопримечательности городов, собственный дом, гостиницы, в которых вы планируете остановиться, и даже “пролететь” над дорогами, по которым вы собираетесь проехать, чтобы попасть из одного места в другое.



*Рис. 7.21. Вид на город с высоты птичьего полета*

Основные услуги для отдельных пользователей предоставляются бесплатно.

Версия программы Google Earth Plus за всего лишь \$29 в год предоставляет дополнительные возможности: поддержку вашего устройства GPS (глобальной системы навигации и определения положения), импортирование электронных таблиц, улучшенную печать и др.

Программа Google Earth Pro, стоимость которой составляет уже \$400 в год, предназначена для профессионального и коммерческого использования.

При создании изображений использовались снимки, сделанные в течение последних трех лет, однако дата выполнения снимков не сообщается.

В основном изображения имеют разрешение среднего уровня. Для большинства крупных городов США, Канады и Западной Европы доступны изображения, на которых различимы отдельные дома. Трехмерные изображения подготовлены (на момент написания книги) для 38 городов США. Подробные карты дорог доступны для все тех же регионов — США, Канада, страны За-



падной Европы. Для этих же стран предусмотрен локальный поиск (гостиниц, парков, больниц, отдельных строений и т.д.).

Для того чтобы компьютер мог создавать трехмерные изображения, он должен быть оборудован одной из следующих видеокарт: NVIDIA, ATI (кроме ATI Rage Mobility, ATI Xpert, ATI 3D Rage), 3D Labs, Intel, Matrox, S3 (последние три — также с некоторыми ограничениями); подробности можно найти на странице <http://earth.google.com/faq.html>.

Минимальные требования, предъявляемые к компьютеру, таковы:

- операционная система: Windows 2000, Windows XP;
- процессор: Pentium PIII 500 МГц;
- оперативная память (RAM): 128 Мбайт;
- свободное пространство на жестком диске: 200 Мбайт;
- видеоплата: 3D с памятью 16 Мбайт;
- разрешение дисплея: 1024x768;
- скорость соединения с Internet: 128 кбит/с.

Обращаем ваше внимание на последнее требование: модемного соединения для рассматривания трехмерных изображений недостаточно; для нормальной работы почти все параметры должны быть удвоены, а свободного пространства на диске должно быть 2 Гбайт! Объем файла с бесплатной версией программы составляет около 10 Мбайт.

Поскольку страны СНГ службой Google Earth пока не охвачены, а высокоскоростные соединения с Internet у нас мало распространены, на этом мы заканчиваем описание этой интересной и перспективной службы.

## **Панель инструментов Google на вашем компьютере**

Если Google стал вашей любимой и основной программой поиска, можно, ради удобства и экономии времени, “внедрить” его панель инструментов (ее часто называют *панель расширения*) в ваш браузер. Особенно привлекательна эта возможность для тех, кто

использует постоянное соединение с Internet через выделенную линию или линию кабельного телевидения (а также любое другое, главное — постоянное). В этом случае вам не придется каждый раз открывать домашнюю страницу Google, а его основные элементы управления будут постоянно находиться на панели инструментов вашего браузера.

## Загрузка

Для того чтобы загрузить на компьютер программу, которая позволит интегрировать Google с вашим браузером, нужно на странице [www.google.com/intl/en/options/](http://www.google.com/intl/en/options/) найти ссылку **Toolbar** и щелкнуть на ней. Откроется окно **Google Toolbar**. Здесь в открывающемся списке **Other languages**: можно выбрать удобный для вас язык интерфейса (например, русский), после чего откроется это же окно, но уже с интерфейсом на русском языке (рис. 7.22).

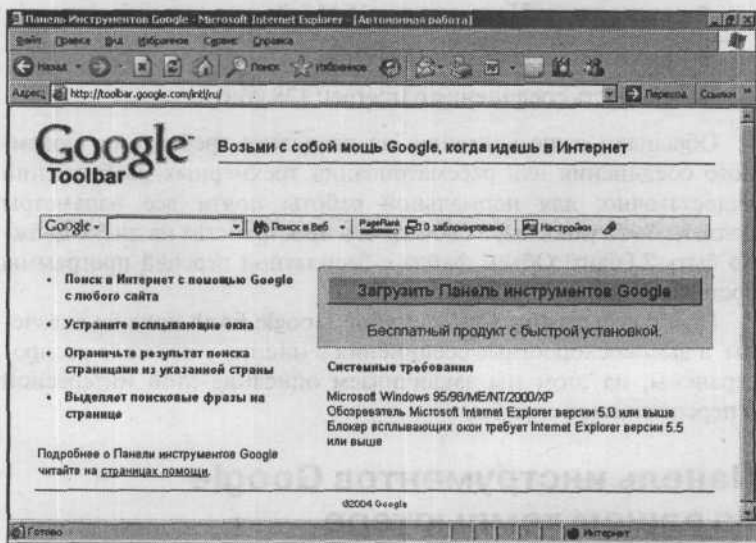


Рис. 7.22. С этой страницы удобно загружать панель инструментов Google на свой компьютер

При этом может возникнуть проблема, связанная с кодировками (о ней мы говорили в главе 3). Дело в том, что в России и других странах СНГ чаще всего используются кодировки Кириллица (KOI8-R) и Кириллица (Windows). Однако на момент написания книги Google предпочитал кодировку Юникод UTF-8.



Если текст страницы Google Toolbar окажется нечитаемым, нужно в меню *Вид* браузера выбрать пункт *Кодировка* и в открывшемся меню выбрать пункт *Юникод (UTF-8)*.

Можно и быстрее загрузить страницу с русскоязычным интерфейсом — просто ввести в строке браузера ее адрес, <http://toolbar.google.com/intl/ru/>.

Прочитав рекламные строки страницы, можно щелкнуть на кнопке *Загрузить панель инструментов Google*. На момент написания книги была доступна версия 2.011. Именно о работе с нею и будет рассказано в следующих разделах.



Если вы изменяли уровень защиты вашего компьютера, перед установкой панели инструментов Google рекомендуется изменить его на *Средний*. Для этого нужно в меню *Сервис* обозревателя выбрать пункт *Свойства обозревателя*, открыть вкладку *Конфиденциальность* и перевести ее бегунок в положение *Средний*.

Откроется стандартное окно загрузки файлов, информирующее, какая часть файла уже загружена и сколько еще примерно придется ждать до окончания загрузки. Объем файла составляет 468 Кбайт, даже при медленном модемном соединении загрузка завершится через 4–5 минут.

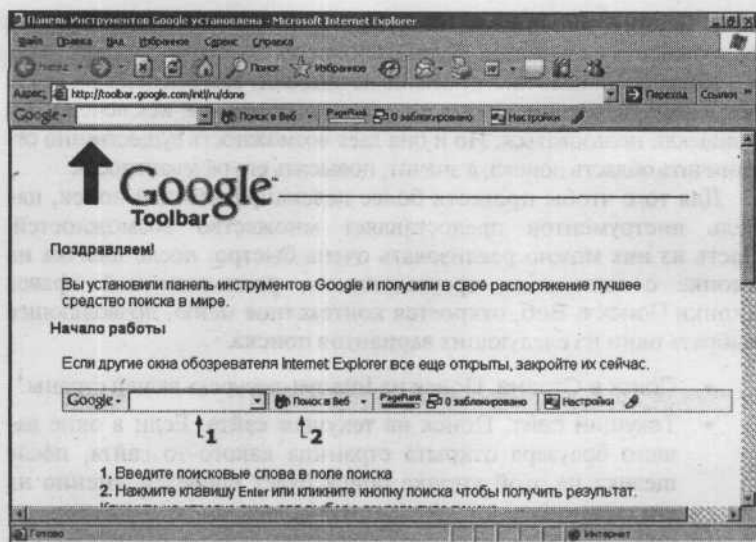
Через несколько секунд после завершения загрузки вновь появится окно системы безопасности браузера, в котором вас спросят, запустить эту программу или нет. “Волнение” браузера не случайно: элементы ActiveX, имеющиеся в только что загруженной программе, теоретически могут представлять угрозу для безопасности компьютера. После щелчка на кнопке *Выполнить* откроется приветственное окно с условиями соглашения относительно использования панели инструментов Google на вашем компьютере. Прочитав их (или не прочитав), щелкните на кнопке

Я принимаю. Откроется окно Выбор конфигурации. Здесь вы должны сделать относительно важный выбор. Дело в том, что при выполнении некоторых дополнительных функций панели инструментов на Web-узле Google будет отправляться информация относительно сайтов, которые вы посещаете, иначе эти функции не смогут выполняться. При этом не пересылается ни ваш адрес электронной почты, ни ваше имя. Сообщается только, что некий пользователь затребовал информацию PageRank (напомним, это — данные о количестве ссылок) для определенного сайта. Никакой третьей стороне эта информация не будет доступна. (Третья сторона — это не вы (первая сторона) и не Google (вторая сторона), а кто-то, как говорится, “третий лишний”.) Так что ничего страшного от того, что вы разрешите пересылать некоторую дополнительную информацию, не произойдет.

Сделав выбор (т.е. установив переключатель в нижней части страницы в одно из двух возможных состояний), щелкните на кнопке Далее. В открывшемся окне с красноречивым названием Последние указания... нужно выбрать Web-узел Google, который будет использован при поиске. Очевидно, тот из них, который обслуживает страну вашего проживания, будет работать быстрее. (Характерно то, что первыми в списке предлагаются страны СНГ, сайты Google которых поддерживают русский язык, а потом уже все остальные.) Кроме того, в этом же окне Google предложит свои услуги по автоматическому закрытию всех открытых в данный момент на компьютере окон. Если вы не доверяете ему, можете закрыть окна самостоятельно. Это делается во избежание ненужных конфликтов.

Последнее, что вам нужно будет сделать, — согласиться с отключением уведомлений об ошибках сценариев Internet Explorer. Поскольку по умолчанию эта функция отключена и используется редко, рекомендуем согласиться.

Если вы, прежде чем выполнять все эти настройки, отключились от Сети, на заключительном этапе соединение придется восстановить. В конце концов на экране вашего компьютера появится окно с поздравлением по поводу установки панели инструментов Google на ваш компьютер (рис. 7.23). Обратите внимание: под полем ввода адреса вашего обычного браузера появилась панель инструментов Google.



*Рис. 7.23. Так выглядит панель Google на вашем компьютере*

Как следует из приведенного на поздравительной странице пояснения, теперь вам для поиска нужной информации можно сразу же вводить слова запроса в поле поиска Google вашего браузера. Если ваша цель — простой поиск в Web, достаточно ввести слова запроса в предназначенном для этого поле и щелкнуть на одноименной кнопке. Если вы хотите провести более целенаправленный поиск или настроить панель инструментов Google по своему вкусу, рекомендуем прочитать следующие разделы.

## **Поиск с помощью панели расширения**

Теперь, когда вы установили панель расширения Google, для проведения с помощью этой ИПС поиска не нужно открывать ее домашнюю страницу. Слова запроса можно вводить непосредственно на панели в специально предназначенном для этого поле со списком. По умолчанию оно пустое и белого цвета. Если вы щелкнете на кнопке с треугольником-стрелкой, расположенной в правой части поля ввода слов запроса, откроется список ваших предыдущих запросов. Не исключено, в нем вы найдете тот запрос, который собираетесь сделать, потому что уже давно работаете над какой-то проблемой и хотите посмотреть, не появилось

ли в Internet чего-нибудь новенького по данному вопросу. Эта возможность называется Журнал поисков.

Конечно, панель инструментов не позволит вам реализовать все те возможности расширенного поиска, которыми, не исключено, вы привыкли пользоваться. Но и она дает возможность существенно ограничить область поиска, а значит, повысить его релевантность.

Для того чтобы провести более целенаправленный поиск, панель инструментов предоставляет множество возможностей. Часть из них можно реализовать очень быстро: после щелчка на кнопке с маленьким треугольником, расположенной правее кнопки Поиск в Веб, откроется контекстное меню, позволяющее выбрать один из следующих вариантов поиска.

- Поиск в Страна. Поиск на Internet-ресурсах вашей страны.
- Текущий сайт. Поиск на текущем сайте. Если в окне вашего браузера открыта страница какого-то сайта, после щелчка на этой кнопке поиск будет проведен именно на его страницах.
- Мне повезет! В результатах поиска будет только одна ссылка, наиболее, по мнению Google, соответствующая вашему запросу.
- Рисунки Google. Поиск изображений.
- Группы Google. Поиск в группах Google.
- Интернет Каталог. Поиск в каталоге Google.

Три последние варианты поиска были подробно описаны нами в предыдущих главах.

Правее кнопки с треугольником, меню которой мы только что рассмотрели, расположен индикатор PageRank. Он показывает значимость (авторитетность) страницы, открытой в данный момент на экране. Чем длиннее зеленая часть полоски и короче светлая, тем выше рейтинг PageRank данной страницы. Если вы хотите оценить его количественно, наведите на индикатор указатель мыши. После пояснения, что это такое, будет отображена дробь, например 7/10. Это означает, что по 10-балльной шкале значимость страницы составляет 7 единиц.

На следующей кнопке вы увидите надпись типа 0 заблокировано (вместо 0 может быть какое-то другое число). Здесь отображается количество заблокированных Google всплывающих окон, так раздражающих многих из нас при просмотре Web-страниц. (Ради одной



этой кнопки панель Google стоит установить на компьютер!) Однако если вы благосклонно относитесь к рекламе, показ всплывающих окон можно разрешить. Для этого достаточно щелкнуть на описываемой кнопке, и надпись на ней сменится на другую: *Всплывающие окна разрешены*.

Возможен и промежуточный вариант: если вы при просмотре какой-то страницы хотели бы увидеть сопровождающие ее показ всплывающие окна, при щелчке на ссылке, ведущей на эту страницу, удерживайте нажатой клавишу <Shift> или <Ctrl>.

Существуют и более изощренные возможности. Можно разрешить показ всплывающих окон для любимых сайтов, включив их в “белый список”, сохранив запрет для остальных. Для того чтобы включить сайт в “белый список”, достаточно при его посещении щелкнуть на кнопке блокиратора всплывающих окон. Чтобы исключить сайт из “белого списка”, при повторном его посещении вновь щелкните на кнопке блокиратора. На ней отобразится число заблокированных окон, и при последующих посещениях они не будут вам мешать.

Блокиратор всплывающих окон работает только с Internet Explorer версии 5.5 или более поздней.

Ответы на другие вопросы, касающиеся блокиратора всплывающих окон, можно найти на странице [http://toolbar.google.com/intl/ru/popup\\_help.html](http://toolbar.google.com/intl/ru/popup_help.html).

Прежде чем перейти к описанию следующей кнопки, по умолчанию отображаемой на панели инструментов Google, опишем следующую возможность панели расширения.

Если вы открыли какую-то страницу (причем неважно, подключены ли вы в это время к сети или уже отключились, экономя деньги) и хотите найти на ней какое-то слово, нужно ввести его в окне поиска. Тотчас правее крайней правой кнопки с изображением маркера (она называется *Выделить*) появится еще одна, с изображением линзы и введенным вами словом. После щелчка на ней искомое слово будет найдено на странице и отображено на черном фоне. После второго щелчка будет найдено второе соответствие, после третьего — третье (если оно есть).

Если вы, после ввода слова, щелкните на ставшей активной кнопке *Выделить*, все слова, соответствующие введенному (или введенной части слова), будут выделены желтым фоном, при этом возможность последовательного показа их щелчками на кнопке с изображением линзы сохранится.

## Вкладка Настройки

Это — предпоследняя справа кнопка панели инструментов Google, предлагаемой по умолчанию. После щелчка на ней откроется окно, представленное на рис. 7.24.

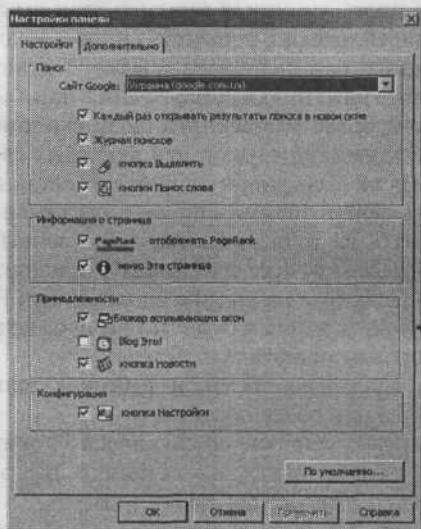


Рис. 7.24. Вкладка Настройки окна Настройки панели

Рассмотрим области этой страницы по порядку.

### Область Поиск

В этой области можно установить (или снять) следующие флажки.

- Каждый раз открывать результаты поиска в новом окне. Как уже не раз говорилось в нашей книге, этот флажок рекомендуется установить.
- Журнал поисков. Как уже упоминалось выше, вы можете сохранять свои предыдущие запросы — или не сохранять их, если вам это не нужно.
- Кнопка Выделить. О том, как пользоваться этой функцией, мы говорили в предыдущем разделе.

- Кнопка Поиск слова. Эта кнопка также была описана нами в предыдущем разделе.

### **Область Информация о странице**

- PageRank. Эта функция была нами описана в предыдущем разделе.
- меню Эта страница. При установке этого флажка на инструментальной панели появляется новая кнопка. Она позволяет получить дополнительную информацию о странице, которую вы просматриваете. В контекстном меню этой кнопки можно выбрать следующие варианты.
  - Сохраненный снимок страницы. Показывает снимок текущей страницы, как она выглядела тогда, когда Google нашел ее.
  - Подобные страницы. Находит Web-страницы, подобные открытой странице.
  - Обратные ссылки. Показывает, какие страницы указывают на текущую страницу.

### **Область Принадлежности**

- Блокер всплывающих окон. По умолчанию этот флажок установлен; о том, как работает блокиратор, мы рассказали в предыдущем разделе.
- Blog Это! После установки данного флажка на панели расширения Google появляется кнопка, позволяющая пользователю мгновенно сделать ссылку на интересную Web-страницу в своем блоге. О блогах мы достаточно подробно говорили ранее в этой главе.
- кнопка Новости. После установки этого флажка на панели появится кнопка Новости, позволяющая быстро перейти на новостной сайт Google.

### **Область Конфигурация**

В этой области расположен только один флажок: кнопка Настройки. По умолчанию он установлен, и на панели поиска отображается кнопка панели, которую мы только что описали.

Кнопки, из числа тех, которые мы описали выше, будут удалены из панели расширения, если вы снимете соответствующие флажки.

## Настройка панели расширения

В предыдущем разделе мы описали вкладку Настройки, по умолчанию открывающуюся после щелчка на одноименной кнопке панели инструментов Google. Вторая вкладка называется Дополнительно. На ней расположено множество опций и дополнительных кнопок, которые можно установить на панели инструментов (рис. 7.25).

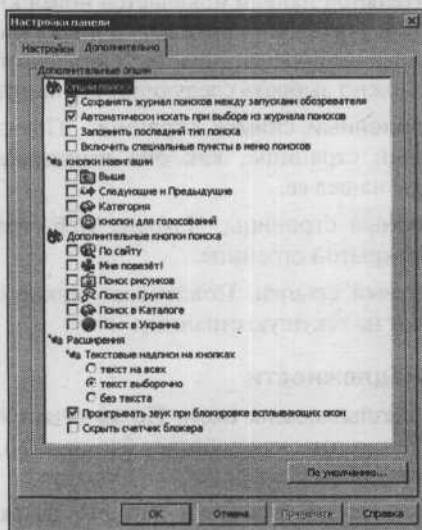


Рис. 7.25. Вкладка Дополнительно окна Настройки панели

Поскольку интерфейс русифицирован, мы не станем описывать все опции поиска, кнопки навигации, дополнительные кнопки поиска и прочие возможности. Их назначение понятно из названий (если, конечно, вы прочитали предыдущие главы нашей книги). Благодаря этой вкладке вы сможете настроить панель поиска в точном соответствии со своими предложениями, привычками и профессиональными потребностями.

Теперь пришла пора описать еще не упомянутые нами возможности панели инструментов. Впрочем, большая их часть уже была описана выше, и нижеописанное меню — лишь альтернативный способ достичь целей, уже обозначенных нами ранее.

Итак, после щелчка на кнопке Google с треугольником, расположенной в *левой* части панели инструментов, откроется контекстное меню со следующими пунктами.

- Сайт Google. Переход на домашнюю страницу Google
- Ссылки Google.
- Настройки.
- Очистить журнал поисков.
- Справка.

Последние четыре пункта этого меню рассмотрены в следующих подразделах.

### **Ссылки Google**

- Первый пункт этого контекстного меню — Расширенный поиск. После выбора этого пункта откроется страница расширенного поиска, описанная нами в главе 5.
- Следующие три пункта повторяют таковые, описанные в начале данного раздела: Рисунки Google, Группы Google, Интернет Каталог.
- Пункт Новости Google позволяет быстро перейти к поиску новостей. О поиске новостей рассказано в главе 6.
- Blogger.com — способ быстро перейти на страницу с вашим дневником (если вы уже успели его завести).
- Дух времени — страница Google Zeitgeist, на которой собраны разнообразные статистические сведения о запросах. Здесь и десятка запросов, популярность которых растет, и десятка таких, интерес к которым угасает, и всевозможные “первые пятерки” — запросы, касающиеся музыкальных композиций, фильмов, игр, актеров, спортсменов и т.д. и т.п.
- Настройки поиска — эта ссылка выведет вас на уже знакомую страницу с первоначальными настройками, описанную нами в главе 4.
- Языковые настройки — также выведет на уже знакомую страницу с языковыми настройками, описанную нами в главе 4.

## Настройки

После выбора этого пункта меню откроется страница Настройки, описанная нами в главе 4.

## Очистить журнал поисков

После выбора этого пункта меню все записи в журнале поисков, упомянутом выше, будут уничтожены.

## Справка

В этом меню содержится несколько пунктов. Из них наиболее важный — Удалить. Но приготовьтесь к тому, что, если вы захотите удалить панель Google из своего браузера, Google очень удивится этому и даже попросит назвать причины, по которым вы решили отказаться от столь удобного инструмента.

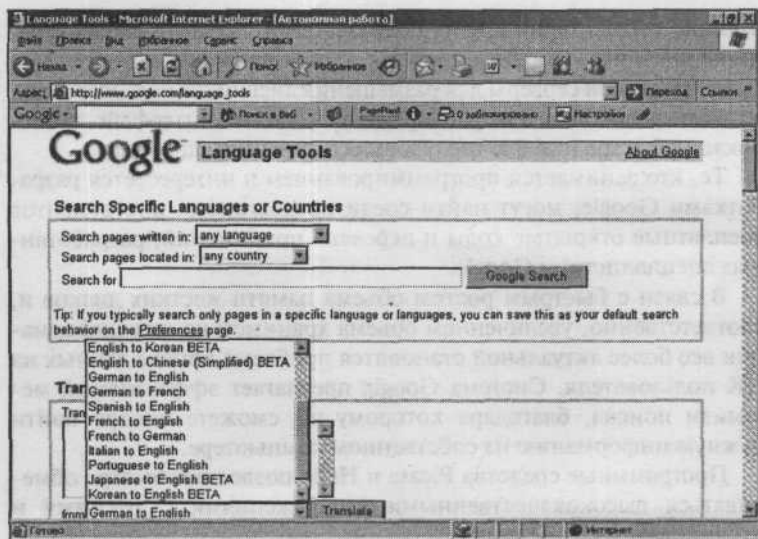
## Перевод на другой язык

Поисковая система Google обеспечивает перевод текстов с одного языка на другой. Чтобы воспользоваться этой возможностью, откройте страницу [www.google.com/language\\_tools](http://www.google.com/language_tools) (на нее можно перейти со страницы [www.google.com/intl/en/options/](http://www.google.com/intl/en/options/), щелкнув на ссылке Translate).

Как уже неоднократно говорилось, Google предназначен прежде всего для жителей США и Западной Европы. Соответственно перевод обеспечивается в основном на английский язык (хотя с некоторых языков — еще и на немецкий, французский и т.д.). Русский язык в число приоритетных пока не входит (рис. 7.26). Как видно (надеемся) из рисунка, Google готов переводить на английский язык китайские, японские и даже корейские страницы, но не русскоязычные. Об обратном переводе (допустим, с английского на русский) речи пока вообще не идет.

И тем не менее эта служба может оказаться полезной. Далеко не все из нас способны отличить японские иероглифы от китайских, и даже испанский текст от итальянского отличить могут немногие. Количество владеющих в какой-то степени английским (немецким, французским) языком намного больше. Можно перевести приглянувшуюся страницу на знакомый язык и хотя бы примерно понять, о чем на ней идет речь.





*Рис. 7.26. Система Google обеспечивает перевод текстов с одного языка на другой*

Поэтому скажем о переводе с одного языка на другой еще несколько слов. Вы имеете возможность перевести либо фрагмент текста, выделив его с помощью мыши и перетаскив в поле Translate text: (см. рис. 7.26), либо всю Web-страницу, введя ее адрес в поле Translate a web page: (естественно, вначале скопировав его из окна браузера, а потом вставив в упомянутое поле; Google не заставит делать вас лишнюю работу, чреватую ошибками).

## Резюме

Помимо прямых функций поиска, Google предлагает своим пользователям ряд программных средств (инструментов), позволяющих реализовать многие интересные возможности.

В последние годы, благодаря простоте использования и возможности быстрого обмена информацией, все более популярными становятся так называемые блоги, или сетевые дневники. Современные программные средства позволяют без особых усилий создавать подобия Web-страниц, на которых можно размещать записи, изображения, ссылки на Web-ресурсы и публиковать соответ-

вующие комментарии других пользователей, просмотревших страницы дневника. Google не остался в стороне от этого движения и предложил свои серверы для размещения дневников пользователей, а также предоставил в их распоряжение удобный интерфейс, позволяющий быстро и эффектно оформлять страницы дневника.

Те, кто занимается программированием и интересуется разработками Google, могут найти среди предлагаемых инструментов бесплатные открытые коды и перечень приложений, разработанных специалистами Google.

В связи с быстрым ростом объема памяти жестких дисков и, соответственно, увеличением объема хранимой на них информации все более актуальной становится проблема поиска данных на ПК пользователя. Система Google предлагает эффективный механизм поиска, благодаря которому вы сможете быстро найти нужную информацию на собственном компьютере.

Программные средства Picasa и Hello позволяют быстро обмениваться высококачественными изображениями с друзьями и публиковать их в дневниках.

Служба Google Earth позволяет рассматривать трехмерные изображения улиц и достопримечательности многих городов США и Западной Европы, отслеживать маршрут будущего автомобильного путешествия с высоты птичьего полета и т.д.

Панель основных инструментов Google можно внедрить в браузер. В этом случае вам не придется при необходимости поиска открывать домашнюю страницу Google — слова запроса можно вводить непосредственно в предназначенном для этого поле “модернизированного” браузера (естественно, если у вас выделенная линия или другое постоянное соединение с Internet). При необходимости можно будет быстро перейти на страницу расширенного поиска Google и провести полноценный поиск информации в Internet. На любой открытой в данный момент Web-странице с помощью данной панели расширения можно быстро провести поиск того или иного слова и найти его на странице.

Google — полиглот: он знает множество языков и способен переводить с одного языка на другой фрагменты Web-страниц или страницы целиком. К сожалению, перевод на русский язык пока не выполняется, но все равно эта функция может оказаться полезной, — например, для перевода текстов с итальянского (испанского, португальского и т.д.) языка на тот, которым вы в какой-то степени владеете (английский, французский, немецкий и т.д.).

# Лаборатории Google

Название этой группы служб и программных средств Google как нельзя лучше отражает суть того, чем является.

Лаборатория — это место, где проверяют идеи, проводят эксперименты, отработывают новые методики и технологии. Всем этим занимаются в лабораториях Google (<http://labs.google.com/>). Больше того, в разработке новых продуктов Google может принять участие любой желающий — по крайней мере на уровне их тестирования и предоставления разработчикам ценных указаний или хотя бы замечаний.

Многие полезные и интересные начинания Google первоначально проходили “обкатку” в лаборатории. Их перечень представлен в правой части ее домашней страницы (рис. 8.1).

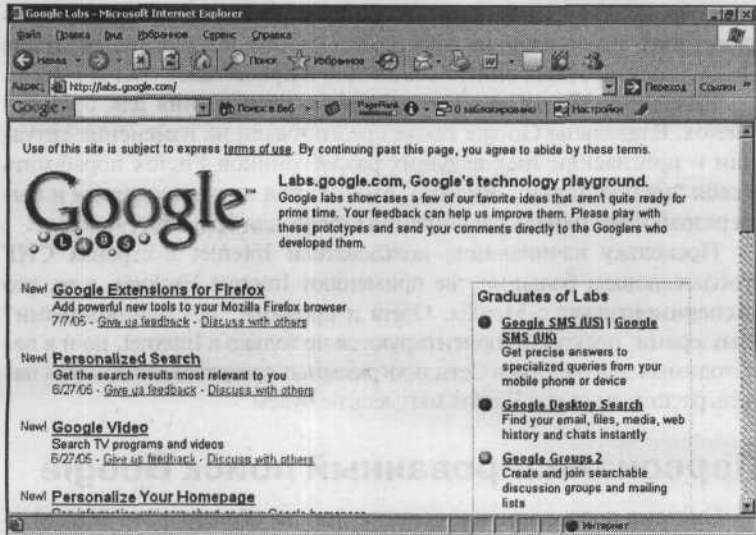


Рис. 8.1. В этой лаборатории проверяются новые службы и программные средства Google

Как видите, здесь и система отправки SMS-сообщений на мобильные телефоны пользователей (мы ее не рассматривали, поскольку эта служба действует только в пределах США и Великобритании), и программа для поиска на собственном компьютере, и панель инструментов для вашего браузера, и многие другие службы, рассмотренные нами в предыдущих главах книги.

В левой части страницы представлены проекты, работа над которыми еще не завершена. Хотя некоторые из них вполне работоспособны, разработчики предупреждают: если при попытке воспользоваться ими у вас ничего не получилось, не огорчайтесь и попробуйте обратиться к этой же службе позже.

Далее мы рассмотрим планируемые нововведения Google по порядку.

## **Панель расширения Google для Firefox**

Firefox — это становящийся все более популярным браузер, разработанный сообществом программистов всего мира и призванный составить конкуренцию Internet Explorer. Еще недавно Internet Explorer был установлен на 99% компьютеров пользователей, ныне (в 2005 году) его доля снизилась до 90% и продолжает уменьшаться.

Компания Yahoo! выпустила панель расширения для браузера Firefox. Владельцы Google также среагировали на изменение ситуации и пригласили трех ведущих разработчиков Firefox поработать у себя “на полставки”. Видимо, именно под их руководством и была разработана панель расширения Google для браузера Firefox.

Поскольку начинающие пользователи Internet в странах СНГ в подавляющем большинстве применяют Internet Explorer, а те, кто экспериментирует с Mozilla, Opera и прочими “нетрадиционными” браузерами, прекрасно ориентируются не только в Internet, но и в необходимых для работы в Сети программных средствах, описывать панель расширения для Firefox мы здесь не будем.

## **Персонализированный поиск Google**

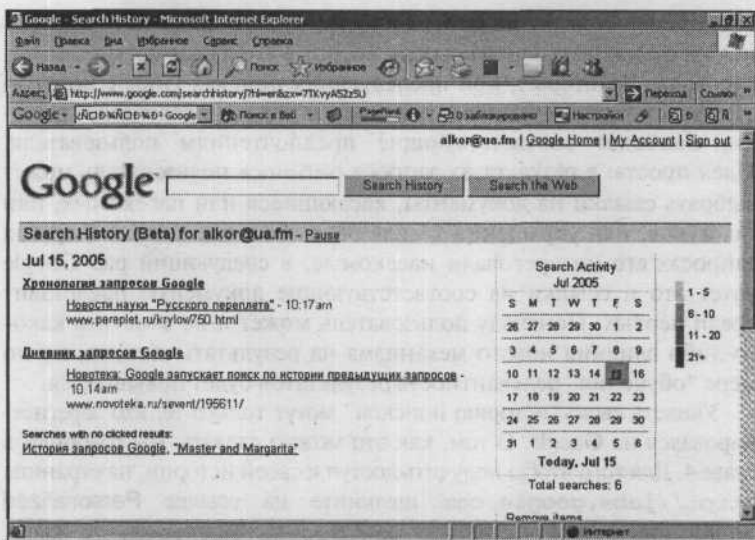
Система персонализированного поиска (Personalized Search) — это попытка повышения релевантности результатов поиска за счет изучения “истории поисков” пользователя. Во-первых, ему

предоставляется возможность просматривать свою историю поиска и отыскивать в ней ссылки, которые его в свое время заинтересовали. Во-вторых, при последующих поисках Google попытается учесть предыдущий опыт и в числе первых представить ссылки, наиболее соответствующие предпочтениям пользователя. Идея проста: в результатах запроса бабочка пользователь может выбрать ссылки на документы, касающиеся или насекомых, или галстуков, или украшений в виде бабочки и т.д. Если и в других запросах его интересовали насекомые, в следующий раз Google учтет это и ссылки на соответствующие документы представит среди первых. Поначалу пользователь может и не заметить какого-либо влияния нового механизма на результаты поиска, но по мере “обучения” релевантность результатов будет повышаться.

Увидеть свою “историю поисков” могут только те, кто зарегистрировался на Google. О том, как это можно сделать, мы говорили в главе 4. Для того чтобы получить доступ к своей истории, на странице <http://labs.google.com> щелкните на ссылке Personalized Search или откройте страницу [www.google.com/psearch](http://www.google.com/psearch). Здесь, как обычно при доступе к вашим персональным ресурсам на Google, защищенным паролем, в предназначенных для этого полях введите почтовый адрес и пароль, которые вы указывали при регистрации, и щелкните на серой кнопке Sign in. Откроется страница [www.google.com/searchhistory](http://www.google.com/searchhistory), персонализированная специально для вас.

Поначалу вы увидите сообщение, что ваша история запросов пуста. Для того чтобы активизировать эту службу, следует щелкнуть на ссылке Resume. После этого окно перезагрузится, а ссылка Resume изменится на другую: Pause. Если вы захотите временно отключить эту службу, для этого будет достаточно щелкнуть на кнопке Pause. Однако имейте в виду: хотя записи в истории запросов с этого момента и перестанут появляться, при ранжировании ссылок Google все равно будет учитывать предыдущую историю запросов.

Итак, только после активизации службы она начнет собирать информацию о ваших запросах. Те из них, которые были выполнены в текущий день, отображаются непосредственно на странице дневника запросов в ее левой нижней части (рис. 8.2).



*Рис. 8.2. Ваша первая история запросов будет выглядеть примерно так*

Вначале приводятся ссылки на страницы, которые вы посетили, потом на страницы с результатами поиска сделанных вами запросов. В правой части окна представлен календарь поисковой активности. Здесь цветом выделяется интенсивность поисковых запросов в каждый день месяца (белый — ноль, оттенки зеленого соответствуют промежуткам 1–5, 6–10, 11–20 и свыше 21). В верхней части страницы расположено поле ввода слов запроса и две кнопки. После щелчка на кнопке **Search in the Web** будет проведен простой поиск во “Всемирной паутине”, после щелчка на кнопке **Search History** — в “истории поисков”, в том числе полнотекстовый поиск по тем страницам, которые вы посещали. В этом случае результаты сортируются в обратной хронологической последовательности: последние запросы выводятся первыми. Возле каждого результата указывается запрос и перечень посещенных сайтов с указанием количества посещений.

После щелчка на какой-либо дате календаря будет представлен перечень запросов на поиск, выполненных в этот день, и список посещенных Web-узлов.

После того как Google накопит достаточное количество информации, касающейся ваших запросов, он начнет группировать



результаты поиска по темам. Разработчики считают, что эта служба — хорошее дополнение к сервису поиска на компьютере пользователя (см. главу 7), поскольку поиск в истории запросов практически аналогичен поиску в архиве посещенных Web-страниц, которые сохраняются на жестком диске, а это наряду с прочим выполняет утилита Desktop Search Google.

Из архива поисковых запросов можно удалять те или иные записи. Для этого после щелчка на ссылке Search History и открытия соответствующей страницы нужно отыскать на ней ссылку Remove items (в правом нижнем углу). Вы перейдете в режим редактирования и сможете удалять неприемлемые по тем или иным причинам записи щелчком на кнопке Remove.

Если вы решите вообще отказаться от ведения дневника своих запросов, это можно сделать в настройках учетной записи. Для этого нужно щелкнуть на ссылке My Account, которую вы найдете в правом верхнем углу страницы Search History (а также на некоторых других страницах), и в области Delete Account в левой части открывшейся страницы Google Accounts щелкнуть на ссылке Delete Personalized Search.

Поскольку история поисков хранится не на вашем компьютере, а на сервере Google, доступ к ней вы сможете получить не только со своего, но и с любого другого компьютера.

Мнения специалистов по поводу новой службы Google разделились. Одни считают, что в будущем персональная история запросов будет непосредственным образом влиять на ранжирование результатов обычного поиска в Internet, который в идеале должен осуществляться с учетом интересов пользователя, его места проживания, социального статуса и других факторов, информацию о которых легко извлечь из персональной истории, скопившейся за много лет. Другие полагают, что именно в этом и таится опасность. По истории запросов можно составить достаточно определенное представление об основных занятиях, увлечениях и даже психологических особенностях ее автора. Скажи мне, что ты ищешь в Internet, и я скажу, кто ты. И хотя доступ к данным на сервере, где хранится ваша история запросов, осуществляется через защищенное соединение, гарантии, что никто, кроме вас, не получит к ней доступ, не может дать никто. Так что думайте сами, решайте сами, будете вы пользоваться этой службой или нет.

Чтобы защитить свою историю поисков хотя бы паролем (особенно если вашим компьютером может воспользоваться кто-

то другой), после работы щелкните на ссылке Sign out, расположенной в правом верхнем углу каждой страницы с результатами поиска. При следующем обращении к истории запроса вам придется заново ввести адрес электронной почты и пароль.

Может случиться так, что, несмотря на все преимущества персонализированного поиска, вы захотите получить стандартные результаты, не учитывающие ваши предпочтения и привычки. Для этого нужно щелкнуть на ссылке Turn OFF Personalized Search for these results, которая появится на странице результатов поиска в том случае, если они будут отличаться от стандартных.

Следует отметить, что в настоящее время служба Personalized Search работает только по отношению к документам Web (и не корректирует ваши запросы, касающиеся изображений, товаров и т.д.).

Если служба Personalized Search на вашем компьютере не работает, проверьте, разрешено ли в настройках браузера выполнение сценариев Javascript (Сервис⇒Свойства обозревателя⇒Безопасность⇒Другой⇒Параметры безопасности⇒Выполнять сценарии приложений Java⇒Разрешить).

В заключение приводим перечень браузеров, на работу с которыми рассчитана данная служба: Microsoft Internet Explorer 4.0 и выше, Firefox, Netscape 6.0 и выше, Mozilla, Safari 1.2 и выше, Opera 7 и выше.

## Google Video

Домашняя страница этой службы представлена на рис. 8.3.

Служба Google Video обеспечивает доступ к быстро растущему архиву телевизионных программ — от спортивных до научно-популярных и новостных.

Чтобы просмотреть фрагмент телепрограммы, нужно ввести ее название (Napa Valley) или, если вам это известно, заголовок телепередачи (title:nightline). Кириллицы, увы, эта служба пока не понимает, так что знакомиться вы пока что сможете только с зарубежными программами. Просмотреть их целиком вам также не удастся: демонстрироваться будут лишь фрагменты. Например, после ввода в качестве запроса слова greenpeace (известная организация по защите окружающей среды) откроется страница с отдельными видеокадрами и сведениями об отдельных передачах (рис. 8.4).

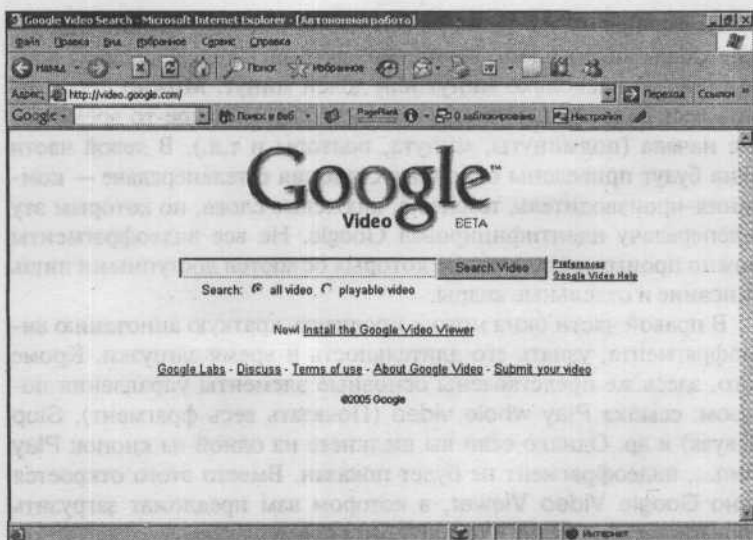


Рис. 8.3. Начальная страница службы Google Video

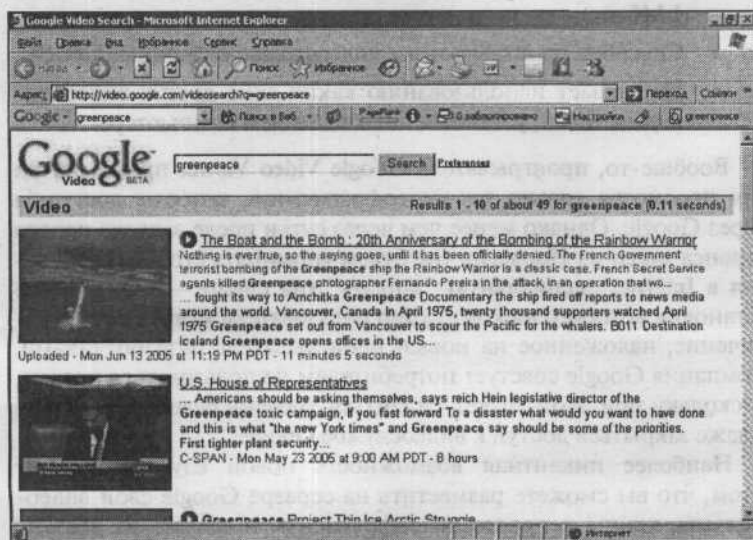


Рис. 8.4. Как это выглядит на практике

После щелчка на одной из ссылок вы сможете увидеть отдельные кадры видеоряда и, возможно, загрузить видеофрагмент длительностью несколько минут или долей минут. Можно просмотреть весь видеофрагмент или его часть спустя какое-то время после начала (полминуты, минута, полторы и т.д.). В левой части окна будут приведены основные сведения о телепередаче — компания-производитель, тематика, ключевые слова, по которым эту телепередачу идентифицировал Google. Не все видеофрагменты можно проигрывать — для некоторых остаются доступными лишь описание и отдельные кадры.

В правой части окна можно прочитать краткую аннотацию видеофрагмента, узнать его длительность и время загрузки. Кроме того, здесь же представлены основные элементы управления показом: ссылка Play whole video (Показать весь фрагмент), Stop (Пауза) и др. Однако если вы щелкнете на одной из кнопок Play from..., видеофрагмент не будет показан. Вместо этого откроется окно Google Video Viewer, в котором вам предложат загрузить проигрыватель Google и опишут его преимущества.

- Небольшой объем загружаемого файла (немногим более 1 Мбайт).
- Способен проигрывать все видеофайлы, найденные Google.
- Не мешает использованию каких-либо других видеопроигрывателей, установленных на вашем компьютере.

Вообще-то, проигрыватель Google Video Viewer предназначен для просмотра только тех видеофрагментов, которые доступны через Google. Однако менее чем через сутки после запуска нового сервиса хакер из Норвегии (не будем упоминать его имя) разместил в Internet специальную “заплату” (на сленге — патч), после установки которого на компьютер пользователи могут снять ограничение, наложенное на новый проигрыватель разработчиками. Компания Google советует потребителям не пользоваться патчем, поскольку при этом может снизиться уровень безопасности ПК и даже закрыться доступ к видеослужбе Google.

Наиболее пикантная возможность новой службы состоит в том, что вы сможете разместить на сервере Google свои видеофильмы, клипы и просто видеофрагменты и сделать их доступными пользователям всего мира. Таким образом, этот сервис замыкает триаду дневники-фотографии-видео, благодаря которой

любой пользователь сможет придать большим событиям своей маленькой жизни глобальный масштаб, причем с полным сохранением конфиденциальности. Конечно, для этого придется присвоить каждому видеофайлу уникальное (в глобальных масштабах) имя и дать его краткое описание (чтобы система поиска Google могла давать ссылки на него при поступлении соответствующего запроса). Кроме того, видеофайл должен удовлетворять определенным техническим требованиям, в частности иметь один из следующих форматов: .mpg .mpeg .avi .ra .ram .mov .wmv .asf. Он должен удовлетворять и другим требованиям — не нарушать чьи-либо авторские права, в том числе обратите внимание, на аудиосопровождение, не содержать порнографии и т.п.). Размер видеофайла не ограничивается, но длительность воспроизведения должна быть не менее 10 секунд, а количество кадров в секунду не менее 12.

В настоящее время пользователи могут размещать свои видеофрагменты бесплатно. Однако в дальнейшем они смогут получать за это деньги; Google будет взимать небольшой процент за свои услуги. Если ваш видеофильм окажется популярным, Google предложит повысить цену за его просмотр, соответственно увеличив и свою прибыль. Кроме того, владелец любого видеофрагмента сможет прилагать к нему ссылку на свой сайт, тем самым рекламируя его.

Чем больше информации вы сообщите о своем клипе, тем выше вероятность того, что его найдут пользователи.

В заключение отметим, что все авторские права на видеoinформацию сохраняются за его автором — Google на них никоим образом не претендует.

## Акселератор Google

Программа ускорения загрузки Web-страниц расположена по адресу <http://webaccelerator.google.com/>. Но, во-первых, эта программа способствует ускорению загрузки Web-страниц только при использовании высокоскоростного соединения с Internet (по одной из технологий DSL или через сеть кабельного телевидения), во-вторых, бета-версия программы на момент написания книги была предназначена для тестирования только жителями Северной Америки и Западной Европы (рис. 8.5). Возможно, к тому времени, когда вы будете читать эти страницы, по-

ложение изменится. Но пока мы не видим оснований для подробного описания этой службы. К сожалению, пока что она — не для рядового пользователя стран СНГ.

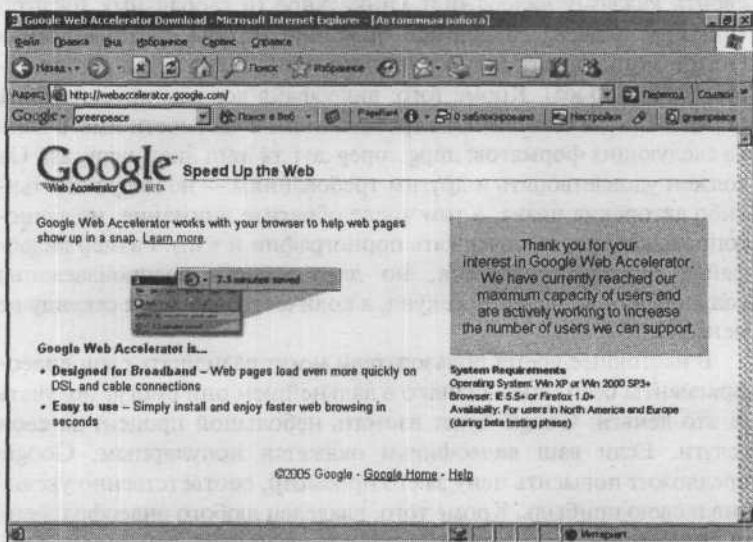


Рис. 8.5. Начальная страница программы ускорения загрузки Web-страниц

## Ride Finder

Это — одна из служб, интегрированных с сервисом “Карты” (<http://labs.google.com/ridefinder>). Благодаря ей жители США смогут быстро найти на карте таксопарк, ближайший к месту их нахождения в данный момент (это может быть ресторан, коттедж друзей, загородный дом и т.д.). Благодаря карте можно будет вызывать такси из ближайшего таксопарка и сэкономить несколько (десятков) долларов. Поскольку на территории стран СНГ эта служба не действует, на этом ее описание мы прекращаем.

## Подсказка Google

Подсказка Google (Google Suggest) относительно поиска может оказаться полезной (если вы в “мэйнстриме”, стремитесь не отстать от моды) и бесполезной (если вы не хотите быть таким, как



все). Впрочем, эта служба может оказаться чрезвычайно востребованной теми, кто не вполне владеет английским языком, поскольку она вовремя подскажет, как нужно изменить ошибочный запрос на правильный. Ее функции напоминают таковые службы Google “Did you mean?”, исправляющей очевидные орфографические ошибки. Однако Google Suggest работает в реальном масштабе времени и дает советы “на лету” — до того как был сделан неправильный запрос и Google, определив это, попытался подсказать правильный вариант.

Если вы введете слово предполагаемого запроса, служба Google Suggest попробует догадаться, что именно вы хотите найти. Допустим, если вы введете слово *bass*, служба Google Suggest предложит список уточнений, таких как *bass fishing* (ловля окуней) или *bass guitar* (бас-гитара). Если вы введете только часть слова, например *prog*, служба Google Suggest предложит вам варианты *programming*, *programming languages*, *progesterone* или *progressive*. Вы сможете выбрать один из предлагаемых вариантов, воспользовавшись полосой прокрутки или мышью.

В основе работы этого механизма лежит статистика. Обрабатываемая миллионы запросов в день, Google может с достаточной долей вероятности “вычислить”, что именно вас интересует, имея в распоряжении лишь часть запроса, соответствующего вашим сокровенным желаниям (но не высказанным в вербальной, т.е. словесной форме). Хотите ознакомиться с примерами? Обратитесь к странице [www.google.com/press/zeitgeist.html](http://www.google.com/press/zeitgeist.html) (“Дух времени”), наверняка на ней найдутся запросы, соответствующие и вашим устремлениям. Здесь, кстати, следует заметить: служба Google Suggest не учитывает при формулировании подсказок вашу персональную историю запросов. Это — общая служба, результаты работы которой не зависят от вашей индивидуальности.

Назначение этой службы — сформулировать (со второй попытки) запрос соответствующим вашим ожиданиям образом, не вынуждая вас делать последующие попытки. Рассчитана она, конечно, в первую очередь на новичков, впервые приступающих к поиску информации в Internet.

Если вы, более-менее опытный пользователь, попробовав следовать подсказкам Google, убедились в их неэффективности, вернитесь на страницу [www.google.com](http://www.google.com) и тем самым откажитесь от показавшейся вам неэффективной службы. Если, наоборот, вы

убедились в эффективности этой службы, сделайте ее домашнюю страницу загружаемой по умолчанию в вашем браузере.

Служба Google Suggest совместима с браузерами Internet Explorer 6.0 (или выше), Netscape 7.1 (или выше), Mozilla 1.4 (или выше), Firefox 0.8 (или выше), Opera 7.54 (или выше), Safari 1.2.2 (или выше). Кроме того, в каждом из вышеназванных браузеров должно быть разрешено выполнение сценариев JavaScript и файлов cookies.

Разработчики Google не уверены, что эта служба работоспособна на других языках (кроме английского). Однако на русском она функционирует вполне успешно (рис. 8.6).

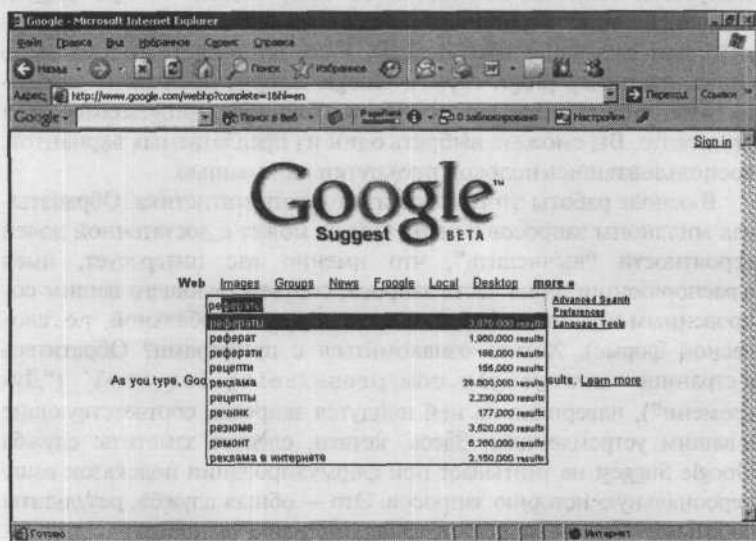


Рис. 8.6. Служба Google Suggest пытается угадать, что именно вы хотите найти

## Особенности сайта

Служба Site-Flavored ([www.google.com/services/siteflavored.html](http://www.google.com/services/siteflavored.html)) предназначена для владельцев сайтов, которые хотели бы, чтобы в результатах поиска Google ссылки точнее соответствовали содержанию сайта. Для этого Web-мастер должен за-

полнить определенную форму, т.е. создать так называемый *профиль* сайта. Руководствуясь им, Google сможет точнее позиционировать ссылку на данный сайт в результатах поиска.

## Беспроводная служба Froogle

Служба Froogle Wireless (<http://labs.google.com/frooglewml.html>) позволяет производить поиск товаров, вводя запрос с мобильного телефона (последний должен поддерживать протокол WML). Она может оказаться полезной вот в какой ситуации. Допустим, вы стоите перед прилавком магазина и хотите приобрести какую-то вещь. Прежде чем произвести покупку, сделайте через мобильный телефон запрос к службе Froogle и выясните, не продается ли где-то такой же товар намного дешевле, а потом уже вынимайте из портмоне кредитную карточку.

На территории стран СНГ эта служба пока не действует.

## Наборы Google

Те, кто проходил тестирование на определение уровня интеллекта, возможно, помнят один из тестов: среди нескольких слов нужно выбрать такое, которое выпадает из общего ряда (например, в наборе Толстой, Достоевский, Тургенев, Лондон, Чехов “лишним” окажется Джек Лондон). Новая весьма любопытная служба Google Sets (<http://labs.google.com/sets>), наоборот, создает наборы предметов (терминов, слов) по нескольким введенным образцам (рис. 8.7).

Допустим, вы ввели в трех из пяти предложенных полей названия компаний, производящих автомобили. После щелчка на кнопке Large Set, расположенной внизу экрана, откроется окно, в котором будут перечислены полсотни известных автомобильных марок (рис. 8.8). Ни одна из российских автомобильных компаний в список не вошла — новый сервис рассчитан, как обычно, на жителей стран Северной Америки и Западной Европы; на русском языке он запросы (пока?) не принимает. Название каждой торговой марки является ссылкой, после щелчка на которой будет произведен поиск в Internet.

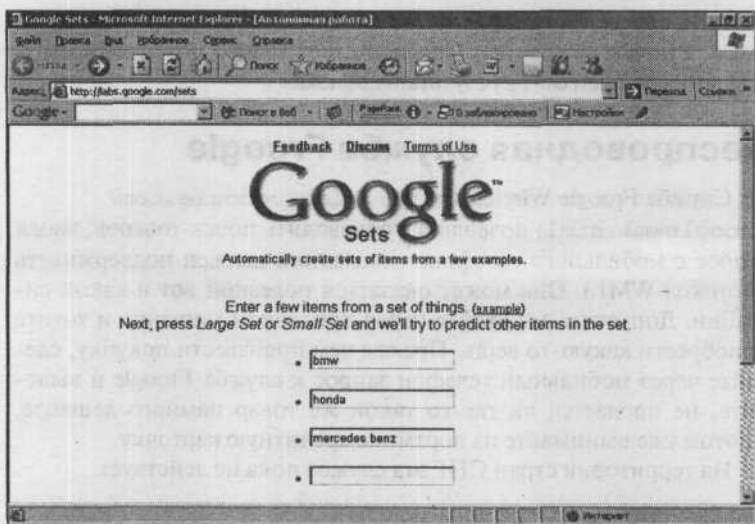


Рис. 8.7. Если вы введете в этих полях термины, относящиеся к одной категории...

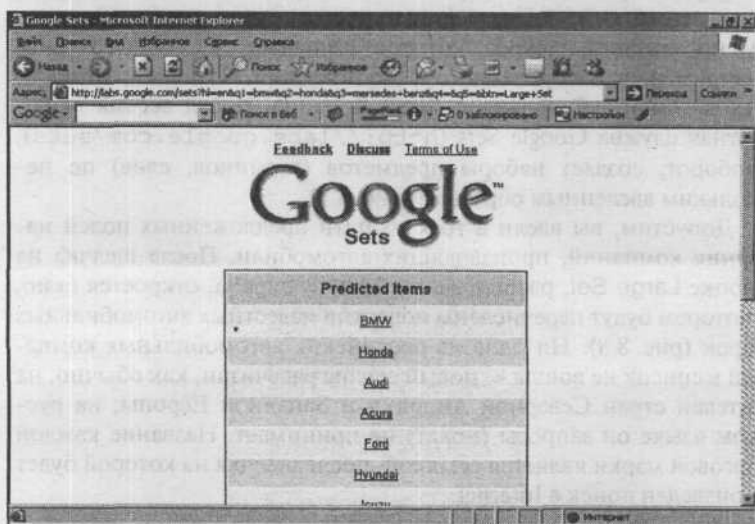


Рис. 8.8. ... то Google подберет для вас множество других, относящихся к той же категории

После щелчка на кнопке **Shrink Set**, расположенной под списком автомобильных компаний, количество позиций в списке сократится до 15 (или даже меньше, если речь идет о не столь распространенном явлении, как автомобилестроение). Сокращенный список можно получить и по-другому: на начальной странице щелкнуть на кнопке **Small Set**. Чтобы подготовить форму к проведению нового “поиска”, нужно вернуться на начальную страницу и щелкнуть на ссылке **clear all**.

## Примите участие в научных исследованиях вместе с Google

Мы привыкли к тому, что Google *дает* нам возможность делать и одно, и другое, и третье. Но не хотите ли и вы для разнообразия не *взять*, а *дать* Google возможность использовать ваш компьютер в благих целях? Все равно большую часть времени его центральный процессор загружен на какие-то проценты; остальная вычислительная мощность остается невостребованной. Но вы можете сделать скромный вклад в науку, предоставив ученым возможность проводить на вашем компьютере сложные и громоздкие математические вычисления. Не беспокойтесь, это никак не отразится на производительности вашего труда: для научных расчетов будет использована только лишняя, невостребованная часть вычислительных ресурсов; для этого у вас уже должна быть установлена панель расширения (Google Toolbar), о которой мы говорили в главе 7, причем ее англоязычный вариант. Версия Google Compute этой панели автоматически определяет, когда компьютер не загружен работой, и использует его для работы над такими проблемами, как разработка новых лекарств или моделирование изменения климата.

Для того чтобы ваш компьютер смог внести свою лепту в научные исследования, на нем должна быть установлена ОС Windows 95, 98, ME, NT, 2000 или Windows XP. Объем оперативной памяти должен быть не менее 64 Мбайт, свободно на жестком диске должно быть не менее 20 Мбайт. Как видите, требования довольно скромные, им сейчас удовлетворяет почти любой ПК.

Да, но, наверное, для участия в научных исследованиях необходимо широкополосное соединение с Internet? Отнюдь нет, вполне достаточно модемного. Единственное требование — чтобы

вы устанавливали соединение с Internet хотя бы раз в несколько дней; всего за месяц вам придется передавать в Internet примерно 20 Мбайт данных. Каждая “единица работы” (work unit) и полученные в результате ее выполнения результаты имеют объем порядка 1 Мбайт, для ее выполнения нужно 2-3 дня. На компьютер нужно будет установить клиентскую программу объемом 500–750 Кбайт и раз в несколько месяцев обновлять ее. Не волнуйтесь, она не будет мешать абсолютно никаким приложениям, выполняемым на вашем компьютере; кроме того, ее можно будет легко удалить.

На момент написания книги работа шла над бесприбыльным проектом Folding@home, проводившимся в Стэнфордском университете. Его цель — выяснение структуры протеинов, благодаря чему будет осуществлен прорыв в молекулярной биологии и разработке лекарств нового поколения. Больше узнать об этом проекте можно на странице <http://folding.stanford.edu>.

## Резюме

В лабораториях Google (Google Labs) проходят обкатку новые службы и программные средства, еще не готовые к широкому внедрению, но уже вполне работоспособные (их так называемые бета-версии). По их перечню можно судить, в каком направлении движется Google, какие новые службы будут предоставлены в распоряжение пользователей в ближайшее время. Среди них — и панель расширения Google для становящегося все более популярным браузера Firefox, и функция персонализированного поиска, и возможность поиска телепрограмм и видеофрагментов, а также размещения на сайтах Google видеofilмов пользователей, и подсказки, позволяющие исправить ошибки в запросах, и поиск товаров через мобильный телефон, и т.д.



# Платные услуги

## Рекламные программы Google

Наша книга посвящена в основном *поиску информации в Internet* с помощью Google. Однако здесь есть и другая сторона: многие хотят не *найти* что-то в Сети с помощью Google, а чтобы *их нашли* в Internet, в частности с помощью Google. Именно благодаря этому желанию многих бизнесменов компания Google и получает основную часть своей прибыли. Более того, она готова поделиться этими деньгами с вами — если, конечно, вы являетесь владельцем сайта.

Об этих двух возможностях — рекламе и зарабатыванию денег с помощью Google — и пойдет речь в следующих двух разделах этой главы.

Поскольку речь идет о прибылях Google, то страницы с указаниями по поводу применения названных механизмов почти полностью русифицированы. Поэтому мы не будем подробно рассматривать все нюансы — при желании заинтересованные лица смогут найти практически всю необходимую им информацию на страницах Google. Наша задача — подсказать, где и что именно можно найти.

Итак, подсказка первая: для получения доступа к рекламным программам Google нужно щелкнуть на ссылке Рекламные программы на *локальной* (чтобы пояснения были на русском языке) домашней странице Google. Откроется окно, в котором представлены обе рекламные службы Google (рис. 9.1).

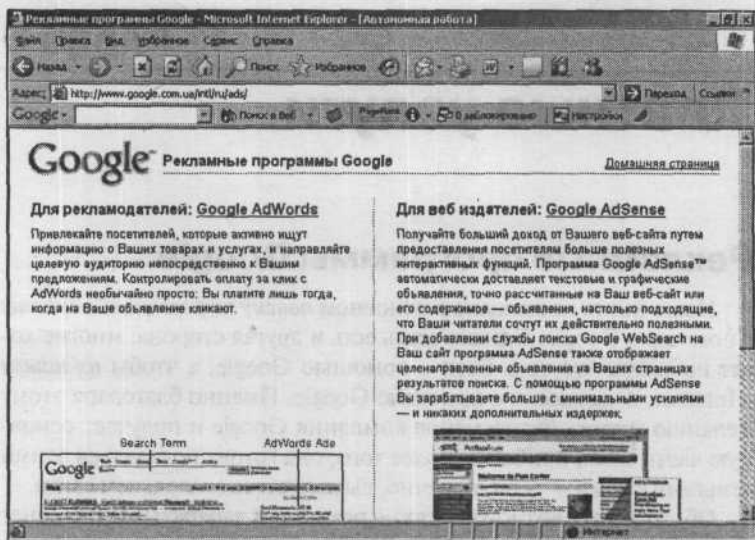


Рис. 9.1. Рекламные программы Google

## Рекламные ссылки

Идея размещать в результатах поиска ссылки и взимать за это плату не нова. Многие поисковые машины быстро потеряли популярность и почил в бозе из-за того, что включали в результаты поиска чрезмерно много рекламных ссылок, которые пользователь зачастую не мог отличить от “честно” найденных поисковой машиной.

Google также продает место на страницах с результатами поиска, но делает это аккуратно, стараясь не подмочить свою репутацию.

Во-первых, рекламные ссылки четко отделены от результатов поиска. Во-вторых, эти ссылки не агрессивны: они не отвлекают внимание пользователя от его основного занятия (поиска) и не мешают ему (вспомните надоедливые всплывающие окна!). Кроме того, они четко соответствуют результатам поиска, усиливая, а не ослабляя их.

Привлекательны такие ссылки и для рекламодателей. Причины популярности службы AdWords перечислены ниже.

- Ссылки размещаются не только на страницах с результатами поиска, но и на сайтах фирм, с которыми у Google заключены партнерские соглашения (а этих фирм очень много, и среди них есть весьма известные).

- Ссылки размещаются не где попало, а только на страницах с результатами поиска и/или контентных (т.е. тех, на которые представлены ссылки в результатах) Web-страницах, *релевантных* для тех ключевых слов, которые заказчик сам выбрал для своей рекламной кампании.
- Процесс расчетов за рекламу полностью автоматизирован, и владельцы компаний (и соответствующих им сайтов) могут все держать под контролем.
- Рекламодатели *за показ деньги не платят* (помните детскую отговорку?) — деньги взимаются только за щелчки на ссылках. Если щелчков мало, рекламодатель может легко и бесплатно изменять содержание своего объявления и параметры его размещения, отыскивая оптимальный вариант.
- Рекламодатель сам может выбирать, на сайтах каких стран и даже городов должны появляться его ссылки.
- Объявления на сайтах Google появляются, по словам разработчиков, “почти немедленно”.

Чтобы больше узнать о программе AdWords, щелкните на ссылке Более подробно в левой части страницы [www.google.com.ua/intl/ru/ads/](http://www.google.com.ua/intl/ru/ads/), показанной на рис. 9.1. Откроется окно с девизом “Результат — это главное!” (рис. 9.2). Здесь можно щелкнуть на кнопке, расположенной в области Подписаться сейчас, но вначале, наверное, следует узнать некоторые подробности о предлагаемой услуге. (Отметим, что вводить имя пользователя и пароль в области Логин существующего клиента пока что бесполезно — в службе AdWords нужно регистрироваться отдельно.) Ответы на *общие вопросы* можно получить, открыв ссылки, представленные в одноименной области, еще одна возможность получения дополнительной информации такова: в области Узнать больше нужно щелкнуть на ссылке Детали программы и ЧАВО (напомним, ЧАВО — это ЧАсто задаваемые ВОпросы, аналог англоязычной аббревиатуры FAQ).

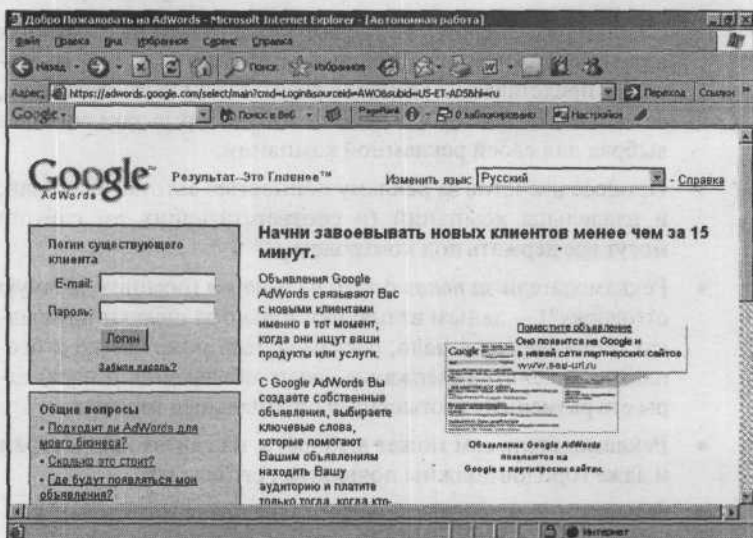


Рис. 9.2. Здесь можно узнать подробности о службе AdWords

Первый и главный вопрос, который будет интересовать отечественных рекламодателей — сколько это стоит. Система оплаты чрезвычайно гибкая. Рекламодатель может установить максимальную оплату за щелчки в день (начиная с 5 центов) и за каждый щелчок на ссылке; он не разорится на рекламе, если его объявления окажутся слишком уж востребованными.

Относительно невелики и первоначальные затраты — \$5 за регистрацию и 5 центов за каждый щелчок.

Второй главный вопрос, интересующий отечественных рекламодателей, — как платить. Ответ на него можно найти на странице Платежи учетной записи и варианты оплаты (<https://adwords.google.com/select/Afpofinder>, рис. 9.3).

Как видите, принимаются дебетовые карточки MasterCard и Visa, наиболее распространенные в странах СНГ, оплату можно производить в рублях. Среди “целевых стран компании” (т.е. стран, на сайтах которых будут показываться объявления) можно найти все страны бывшего СССР. Так что эта служба может оказаться полезной и бизнесменам Туркменистана, и предпринимателям Украины.

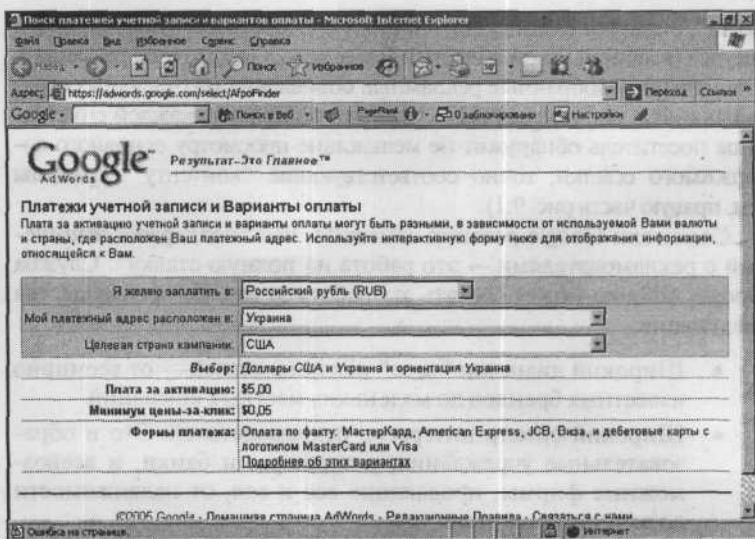


Рис. 9.3. Варианты оплаты могут быть самыми разными

Возможна также оплата банковским переводом, причем в двух вариантах — предоплата и постоплата, подробности можно найти на странице <https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=6390&hl=ru>.

Мы полагаем, что рассказали достаточно много для того, что бы вы могли понять, интересуется вас эта служба или нет. Дальнейшие подробности вы найдете на страницах Google, рассказывающих о программе AdWords.

## Google AdSense

Тот же самый основной принцип, который Google использует для рекламы ваших сайтов — показ объявлений только на тех страницах, которые соответствуют предлагаемым вами товарам и услугам — применяется и при размещении рекламы на ваших сайтах. Мало толку размещать рекламу зубных щеток на сайте, посвященном рыбной ловле, — щелчков будет мало или вообще ноль, вы ничего не получите от рекламы, а сайт начнет терять популярность из-за того, что его страницы будут забиты бесполезной информацией. А вот реклама спиннингов или туроператоров, предлагающих поездки в “рыбные

места”, окажется весьма кстати и будет способствовать популярности ресурса (в данной узкой области). Более того, Google готов размещать специально подобранные рекламные объявления на отдельных страницах сайта, так что если вы — владелец портала, на каждой его странице посетитель обнаружит не мешающие просмотру основного содержимого ссылки, точно соответствующие “контенту” страницы (см. правую часть рис. 9.1).

Создатели Google резонно замечают, что “поддержка отношений с рекламодателями — это работа на полную ставку”. Служба Google AdSense может сделать эту работу за вас. Ее преимущества следующие.

- Широкий диапазон “веса” рекламодателей — от всемирно известных брендов до маленьких местных компаний.
- Широкий спектр интересов рекламодателей. Это и образовательные учреждения, и турбюро, и банки, и всевозможные фирмы, продающие все и вся, от недвижимости до дачного инвентаря.
- Программа AdSense не требует фактически никакого обслуживания. После небольших начальных затрат времени все остальное она делает автоматически (правда, придется предпринять небольшие дополнительные усилия для получения заработанных денег).
- При изменении содержимого страниц автоматически изменяются и показываемые на них объявления, каждый раз максимально точно соответствуя содержимому страниц.
- Программа AdSense доступна на многих языках, так что вы вполне можете воспользоваться ею в стране своего проживания, она будет работать корректно и эффективно.
- В случае, если Google вдруг не найдет подходящего для вас объявления, пустующее место может быть занято рекламой, назначенной вами по умолчанию.
- Появлению на вашем сайте нежелательных объявлений (например, с рекламой конкурирующей фирмы) можно воспрепятствовать.
- Формат объявлений (в частности, цвет шрифта) можно изменить так, чтобы он гармонировал со страницами сайта.
- В любое время можно проверить размер доходов и проанализировать эффективность размещения объявлений.



- Подача заявления на размещение объявлений занимает всего лишь несколько минут и выполняется очень просто.
- Став участником программы AdSense, вы получите право разместить поисковое окно Google на своем сайте. Это сделает его более удобным для пользователей, а вы получите большую прибыль от рекламы, поскольку с вашего сайта будет сделано больше щелчков на объявлениях, публикуемых вместе с результатами поиска.

Чтобы подать заявку на участие в программе AdSense, нужно перейти на страницу [www.google.com/adsense](http://www.google.com/adsense) и найти здесь кнопку **Кликните, чтобы начать!** Откроется страница с формой, которую нужно будет внимательно заполнить (рис. 9.4). Обратите внимание на то, что поля с именем, фамилией и адресом, на который будут поступать платежи, нужно заполнять латиницей.

## Платные ответы

Наша книга предназначена в первую для начинающих пользователей, желающих освоить искусство поиска информации в Сети с помощью наиболее популярной и эффективной на сегодняшний машины Google. Но что, если какому-то достаточно обеспеченному человеку понадобилось срочно найти в Internet какую-то информацию, а времени на прочтение нашей небольшой книги у него нет? Более того, у очень занятого человека может просто не быть времени на поиск нужной информации, даже если он умеет ее искать. Или другой вариант: нужно срочно найти в Сети что-то очень важное, но (относительно) простых приемов, описанных в нашей книге, для этого оказалось недостаточно. Возникает вопрос: нужной информации нет в Internet или вы не смогли ее найти? Третий вариант: нужно найти *всю* информацию, касающуюся какого-то “узкого” вопроса (для “широкого” вопроса искать *всю* информацию бесполезно — ее никто не сможет в обозримые сроки обработать!).

В общем, возможны десятки вариантов, когда для поиска какой-то жизненно важной информации нужно привлечь специалистов, но среди ваших друзей, знакомых и подчиненных таких нет, а вопрос не терпит отлагательства.

Google и в такой ситуации придет вам на помощь. Правда, за экстренную и квалифицированную помощь придется заплатить. Сколько? А это уж как вы договоритесь с непосредственным исполнителем. Как его найти? Для начала следует открыть страницу <http://answers.google.com/answers/> (рис. 9.5).

Как видите, полтысячи квалифицированных специалистов готовы отвечать на ваши вопросы 24 часа в сутки, причем минимальная такса составляет всего лишь \$2,50. Получение ответа на ваш вопрос гарантируется (или вам будут возвращены деньги). Не верите? Щелкните на ссылке *completely guaranteed*, и вам там все объяснят.

Прежде чем воспользоваться этой службой, можно ознакомиться с тем, что о ней говорят те, кто уже задавал вопросы и получал на них ответы; для этого нужно щелкнуть на ссылке *what others are saying*. Но можно и не открывать эту страницу.

А вот что обязательно нужно сделать — это ознакомиться с предыдущими вопросами и ответами на них по интересующей вас теме. Это можно сделать с помощью каталога, расположенного внизу страницы, или с помощью поисковой машины Google. Для этого

нужно в поле Search Google Answers for ввести текст запроса, а в расположенном правее поле со списком выбрать, что именно вас интересует: все вопросы (all questions), вопросы, на которые были даны ответы (answered questions), или вопросы, на которые не были найдены ответы (unanswered questions). Затем, как обычно, нужно щелкнуть на кнопке Google Search.

Под названной кнопкой представлены ссылки на вопросы-ответы, полученные в последние часы (рис. 9.5).

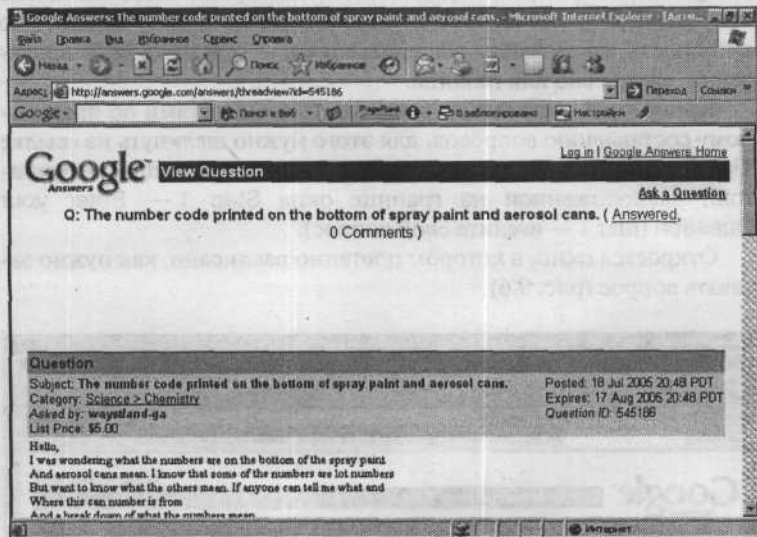


Рис. 9.5. Так может выглядеть ответ на вопрос, найденный специалистом

На некоторые вопросы ответов может быть несколько. Дело в том, что Google временно прекратил прием на работу экспертов, специалистов по ответам. Но никому не возбраняется комментировать их ответы. За это не платят деньги, но есть шанс, что потом грамотного “комментатора” зачислят в штат “ответчиков”. Более того, если комментатор ответит раньше эксперта, вопрос можно будет снять, потери задавшего его составят лишь 50 невозвращаемых центов. Но если эксперт уже взял вопрос “в работу”, он будет заблокирован и для других экспертов, и для комментаторов.

Прежде чем задать вопрос, вам придется в очередной раз зарегистрироваться на Google, теперь уже в этой службе. Даже если

вы уже регистрировались в какой-то другой службе, для задания вопросов специалистам придется заполнить пару полей и принять условия использования данной службы, поставив флажок в соответствующем поле.

При регистрации вам нужно будет выбрать пользовательское имя (или воспользоваться тем, которое у вас уже есть), состоящее из 2–20 символов *без пробелов и дефисов*, причем после регистрации к нему будет обязательно добавлен суффикс *-ga* (аббревиатура от Google Answers). Нужно будет также указать, как часто вы хотите получать электронной почтой уведомления по поводу какой-либо активности, касающейся вашего вопроса, — при каждом ее проявлении, ежедневно или никогда.

Кроме того, желательно ознакомиться с советами по правильному составлению вопросов, для этого нужно щелкнуть на ссылке *Tips for great results* (советы по получению наилучших результатов), расположенной на границе окна *Step 1 — Enter your Question* (шаг 1 — введите свой вопрос).

Откроется окно, в котором поэтапно расписано, как нужно задавать вопрос (рис. 9.6).

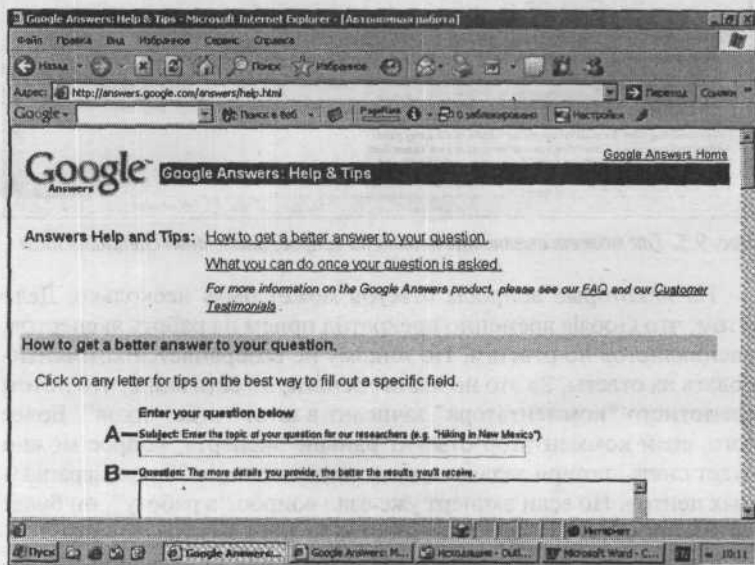


Рис. 9.6. Советы по правильному формулированию вопросов

Для того чтобы задать вопрос, нужно сделать следующее.

1. Ввести тему вопроса.
2. Подробно рассказать, что именно вас интересует: чем больше деталей, тем точнее будет ответ.
3. Указать, сколько вы готовы заплатить за ответ; сумма должна быть в пределах от \$2 до \$200. К ней будут автоматически добавлены невозвращаемые 50 центов.
4. Выбрать категорию, к которой, скорее всего, относится ваш вопрос.
5. Щелкнуть на кнопке Continue to payment information (Продолжить для ввода информации относительно оплаты).

Если вопрос сложный, срочный и важный, цена должна быть высокой. Чем выше цена, тем скорее кто-то из "ответчиков" возьмется вам помочь. Если никто не берется, нужно или откорректировать вопрос, или поднять цену.

Не на все вопросы Google позволит вам получить ответы. В частности, вы не сможете получить приватные сведения о какой-то персоне, советы по незаконной деятельности, информацию, предназначенную только для взрослых, ответы на домашние задания и экзаменационные вопросы и т.д.

Поскольку служба Google Answers предназначена в первую очередь для жителей Северной Америки и Западной Европы, на этом мы заканчиваем описание ее возможностей. Для получения дополнительной информации отсылаем желающих к странице <http://answers.google.com/answers/faq.html#who> (часто задаваемые вопросы).

## Резюме

Наряду со множеством бесплатных программных средств и служб Google предлагает и эффективные платные услуги. В первую очередь к ним следует отнести рекламные программы Google. Владельцы сайтов, с одной стороны, могут рекламировать их и предлагаемые через них товары и услуги с помощью Google. Соответствующие объявления могут размещаться на страницах с результатами поиска и на множестве сайтов компаний, связанных с Google партнерскими соглашениями. Практически вся работа осуществляется автоматически, при этом рекламные объявления

точно соответствуют тематике поиска или тематике сайтов, на страницы которых пользователь перешел в результате поиска, поэтому эффективность рекламы будет очень высокой. Оплата взимается не за размещение объявлений, а за щелчки на них пользователей, что делает рекламу экономной и эффективной.

С другой стороны, владельцы сайтов сами могут размещать у себя рекламные объявления, предоставляемые Google, также строго соответствующие тематике Web-узла, и получать за это деньги.

Иногда бывает необходимо срочно провести в Internet поиск по какому-то важному вопросу. Для этого при посредничестве Google можно нанять профессионалов — экспертов, специализирующихся на поиске информации в Internet. Их услуги платные, но Google гарантирует, что вы или получите ответ на свой вопрос, или вам будут возвращены деньги.



# Популяризация сайта с помощью Google

Уже написаны и изданы толстые книги, посвященные “раскрутке” сайтов, в которых рассмотрены все аспекты данного действия. Эта глава не рассчитана на профессионалов, занимающихся продвижением Web-узлов производственных и коммерческих компаний. Здесь мы всего лишь кратко расскажем рядовому владельцу персонального сайта, как можно использовать возможности Google для его популяризации. В этом случае перед вами стоят две задачи:

- добиться того, чтобы ваш сайт попал в базу данных Google;
- постараться сделать так, чтобы в результатах поиска он был в числе первых.

## Как попасть в индекс Google

Чтобы Google обратил внимание на ваш сайт, проиндексировал его страницы и включил их в свою базу данных, существует два способа:

- сообщить Google о том, что у вас появился сайт;
- позволить “пауку” Google (вспомните, как работают поисковые машины, глава 3) найти ваш сайт.

Ни один из них не гарантирует успеха. Поэтому рекомендуется и сообщить Google о своем сайте (ответа вы не получите), и ждать, когда на него заползет паук. Если на ваш сайт есть ссылки на других, уже знакомых Google сайтах, вероятность его посещения увеличится.



Чтобы узнать, а не проиндексировал ли уже Google ваш сайт, проведите его поиск по URL с помощью Google (можно искать и отдельные страницы, точно и полно указывая их Internet-адрес).



Чтобы определить, имеются ли на ваш сайт ссылки с других сайтов, проведите поиск по запросу `link:URL_вашего_сайта`, например так: `link:www.km.ru`.

Чтобы сообщить Google о рождении вашего сайта, откройте страницу `www.google.com/addurl/` (рис. 10.1).

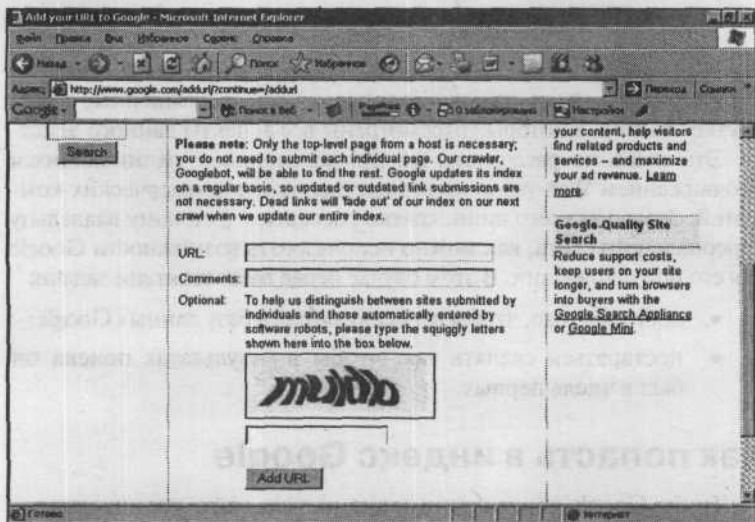


Рис. 10.1. Эта форма поможет вам сообщить Google, что в Internet появился еще один сайт

Здесь вас предупредят о том, что сообщать нужно не о каждой странице сайта, а только о главной, остальные Google найдет и проиндексирует автоматически. Не следует также сообщать о добавленных и обновленных страницах — Google регулярно обновляет свою базу данных и сделает все самостоятельно.

В поле URL нужно ввести адрес сайта, не забыв префикс `http://`, вот так: `http://www.google.com/`. В поле Comments: вводятся комментарии, которые характеризуют ваш сайт (разумеется, с самой лучшей стороны). Опционально, чтобы персонал Google мог отличить сайты, найденные пауком, от предложенных их владельцами “вручную”, можно (и нужно) ввести несколько символов, отображенных витиеватым шрифтом. После этого следует щелкнуть на кнопке Add URL.

## Как заманить паука

Как уже говорилось, для этого нужно, чтобы на ваш сайт ссылались другие сайты, желательно авторитетные, уже хорошо известные Google, и чем больше их будет, тем лучше. Для этого выбирайте для хостинга (размещения своего сайта) уже известные Web-узлы, которые обеспечат постоянный и надежный доступ к его страницам.

Если вы обновили страницу, не ожидайте, что она начнет появляться в результатах поиска уже на следующий день. Все зависит от того, когда ее посетит паук. Заранее определить, когда это произойдет, невозможно. Так что страница может появиться в результатах поиска уже через несколько дней, а может — через несколько недель (если, конечно, Google уже “знает” ваш сайт). Смена URL сайта может существенно изменить отношение к нему Google. Кроме того, некоторое время Google будет отсылать посетителей по предыдущему URL и показывать “старую” страницу, сохраненную в кэше Google.

Чтобы побыстрее попасть в базу данных Google, следуйте следующим рекомендациям.

- Не включайте наиболее важную информацию в динамически (“на лету”) генерируемые Web-страницы. При индексации таких страниц роботом они могут быть интерпретированы неправильно или даже повреждены.
- Не используйте “проходных” (splash, doorway) страниц, не содержащих полезной информации, но лишь долго загружающих на ваш компьютер изображения и кнопки перехода на другие страницы. (Отметим, что такие страницы раздражают не только паука Google, но и всех пользователей, которые вынуждены загружать бесполезные, с их точки зрения, страницы.)
- Не злоупотребляйте фреймами. Наличие нескольких фреймов, имеющих адрес одной и той же страницы, может привести к ошибкам при автоматической индексации. Чтобы избежать этого, нужно чтобы на каждой странице с фреймами была ссылка на страницу с тем же содержанием, не использующим фреймов.
- При обустройстве страниц не делайте их слишком длинными и аккуратно разбивайте по темам и характеру содер-

жимого. Изображения, текст, музыкальные файлы должны подаваться на отдельных страницах.

- Позаботьтесь о том, чтобы на каждую страницу вашего сайта на нем же имелась ссылка, иначе страница останется невидимой для паука.

## Как попасть в каталог Google

Как уже говорилось в главе 5, каталог Google основан на всемирном Открытом каталоге, поэтому, чтобы попасть в каталог Google, нужно “пробиться” в Open Directory Project. Для этого нужно открыть страницу [www.dmoz.org/add.html](http://www.dmoz.org/add.html) и следовать ее инструкциям. К сожалению, интерфейса на русском языке к этой странице пока нет, так что придется пользоваться одним из распространенных европейских, японским или корейским.

## Как попасть в лидеры

Как уже говорилось, вторая задача владельца сайта — постараться быть в числе первых при отображении результатов поиска.

С момента появления первой поисковой машины между собственниками сайтов и владельцами поисковых машин идет скрытая упорная борьба. Первые хотят любой ценой вывести ссылки на свои страницы в результатах поиска в число первых, вторые препятствуют всевозможным искусственным методам, применяемым для этого, поскольку они снижают релевантность результатов поиска, отчего вначале страдает репутация ИПС, потом ее прибыльность и, наконец, популярность среди пользователей — вплоть до полного забвения.

Успех проекта Google во многом обусловлен тем, что алгоритм поиска, учитывающий количество ссылок на сайт со стороны других Web-узлов, трудно обмануть. Именно поэтому Google держит в секрете детали алгоритма. Более того, алгоритм модифицируется каждые несколько месяцев, чтобы профессиональные “раскрутки” сайтов не снижали релевантность результатов поиска.

Существует несколько опробованных методов поднятия рейтинга сайта. Отметим три из них.

- Размещение на страницах Web-узла ключевых слов, пусть даже не имеющих отношения к содержанию сайта, но привлекательных для паука. Для того чтобы посетители

сайта не удивлялись, обнаружив “подставу”, эти слова делаются невидимыми для них, но остаются видимыми для паука. Специалисты считают, что этот способ уже устарел.

- Размещение наиболее популярных слов запросов в заголовках страниц и размещенных на них текстов.
- Фабрикация множества ссылок на свой сайт.

Любопытно то, что такие способы обмана паука остаются вполне легитимными — это ведь робот, да и законов соответствующих нет. А поскольку этими способами пользуются очень многие владельцы, не исключено, что и у вас появится соблазн освоить “передовые” технологии. Однако учтите: если Google обнаружит, что какой-то сайт научился обманывать его знаменитый алгоритм PageRank, такой Web-узел немедленно будет удален из индекса, и вернуть его туда будет практически невозможно.

Так что совершенствуйте дизайн и содержимое своего сайта, старайтесь сделать его интересным для максимального числа пользователей, и тогда паук Google обязательно навестит вас, а ссылка займет по праву полагающееся ей место в первой сотне.

## Резюме

Попасть в индекс Google (а значит, и на страницы с результатами поиска) можно тремя способами: сообщить о новом сайте, заполнив специальную форму, подождать, пока сайт посетит паук Google, или добиться включения сайта в Открытый каталог, который активно использует Google. Первые два не гарантируют успеха, в Открытый каталог включаются далеко не все сайты, а только по-настоящему интересные и содержащие свои собственные, не заимствованные материалы.

Существуют методы искусственного поднятия “рейтинга” сайта в результатах поиска, однако более честный и правильный путь — совершенствовать оформление и, главное, содержимое сайта, делая его привлекательным для посетителей, а не для паука Google.





# Заключение

В нашей небольшой книге, посвященной описанию самой большой в мире информационно-поисковой системы, мы подробно рассказали о наиболее востребованных в странах СНГ службах и программных средствах Google, менее подробно — о возможностях, реализованных пока только для жителей Северной Америки и Западной Европы, а также о платных сервисах Google.

Это, конечно, не все.

Мы несколько раз упоминали, но не описали бесплатный почтовый ящик Google. Существует множество сайтов, предоставляющих подобные услуги, и если вы заведете на одном из них почтовый ящик, то легко справитесь и с открытием следующего, на сервере Google.

Существует множество третьих фирм, которые делают свой бизнес около и вокруг Google. Некоторые из предлагаемых ими услуг могут оказаться весьма полезными... для узкого круга специалистов.

Можно изменить интерфейс как начальной страницы Google, так и страницы расширенного поиска.

Уже придумано несколько игр с англоязычными словами, для которых активно используются возможности Google.

Для программистов Google предлагает особые, рассчитанные на профессионалов сервисы.

Мы не стали описывать вышеназванные и другие “факультативные” возможности в нашей книге, поскольку она рассчитана в первую очередь на начинающего пользователя.

К моменту, когда вы будете читать эти строки, Google наверняка придумает и воплотит (как обычно, в виде бета-версии) что-то новенькое, о чем пока мы имеем только скудную информацию. Вам придется разобраться с новыми службами и программными средствами самостоятельно... или дождаться переработанного и дополненного издания этой книги.

Желаем успехов!



# Список литературы

1. Hill B. *Google for dummies*. — Wiley Publishing, Inc.
2. Ландэ Д. *Поиск знаний в Internet*. — М.: Диалектика, 2005.
3. Гусев В. *Освоение Internet. Самоучитель*. — М.: Диалектика, 2003.
4. Гусев В. *Поиск в Internet. Самоучитель*. — М.: Диалектика, 2004.
5. Гусев В. *Освоение Internet. Краткое руководство*. — М.: Диалектика, 2004.
6. Гусев В. *Internet: учеба, работа, полезные ресурсы. Краткое руководство*. — М.: Диалектика, 2005.
7. Google занялся составлением трехмерных карт местности. <http://lenta.ru/internet/2004/10/28/google>
8. Google вышел в открытый космос. <http://lenta.ru/news/2005/04/05/maps/>
9. Google представляет академический поисковик и предрекает себе падение прибыли. <http://lenta.ru/internet/2004/11/18/gscholar>
10. Google запускает поиск по телевизионным передачам, а Yahoo! — по видеофайлам. <http://lenta.ru/internet/2005/01/25/googletv/>
11. Google занялся продажей книг. <http://lenta.ru/internet/2004/10/06/google/>
12. Google станет крупнейшей Internet-библиотекой. <http://lenta.ru/internet/2004/12/14/google/>
13. Французская библиотека обвинила Google в навязывании англосаксонских идей. <http://lenta.ru/news/2005/02/25/googlefrance/>
14. На пути к абсолютному знанию - 2. <http://vip.lenta.ru/news/2005/05/04/lib/>

15. McAfee выпустила программу для поиска закрытой информации на сайтах. <http://lenta.ru/internet/2005/01/10/mcafee/>
16. Университетские издатели ополчились против Google Print. <http://lenta.ru/news/2005/05/24/glib/>
17. Новая разработка Google пытается угадать вопрос пользователя. <http://lenta.ru/internet/2004/12/15/gsuggest/>
18. Google будет вести дневник каждого пользователя. <http://lenta.ru/news/2005/04/21/google/>
19. Google может преобразовать свою главную страницу в портал. <http://lenta.ru/news/2005/05/23/gportal/>
20. Google придумала “ускоритель Internet”. <http://lenta.ru/news/2005/05/06/accelerator/>
21. Google разрешили выйти на китайский рынок. <http://lenta.ru/news/2005/05/11/ichina/>
22. Американские блоггеры нашли на сайте Google Maps много секретных объектов Пентагона. <http://lenta.ru/news/2005/04/26/defensetech/>
23. Компания Google представила трехмерную модель Земли. [http://www.lenta.ru/news/2005/06/29/google/\\_Printed.htm](http://www.lenta.ru/news/2005/06/29/google/_Printed.htm)
24. Google — Atom против RSS. <http://www.lostcoders.net/index-single-21.htm>
25. Ализар А. Каждому юзеру — персональный Google. [http://www.webplanet.ru/news/internet/2005/4/21/personal\\_google.html](http://www.webplanet.ru/news/internet/2005/4/21/personal_google.html)
26. Хакер взломал новинку Google. [http://www.gazeta.ru/techzone/2005/06/30\\_n\\_307819.shtml](http://www.gazeta.ru/techzone/2005/06/30_n_307819.shtml).
27. Google добавила к базе спутниковых снимков Луну. <http://www.lenta.ru/news/2005/07/20/googlemoon>

# Предметный указатель

## A

American Standard Code for  
Information Interchange, 50  
ANSI, 50  
ASA, 50  
ASCII, 50

## B

Blog, 144

## C

Crawler, 40

## D

Database, 40  
DMOZ, 84; 85

## F

FAQ, 91  
Fido7, 90  
Froogle, 110

## G

Google Desktop Search, 164  
Google Groups, 93  
Google Tools, 143

## H

Hello, 173  
HTTP-робот, 40

## I

Indexer, 40  
ISO, 51  
ISO/IEC 10646, 51

## K

KOI7, 51  
KOI8, 51  
KOI8-R, 52  
KOI8-U, 52

## N

NNTP-сервер, 88

## O

Open Directory Project, 85

## P

Personalized Search, 192  
PhoneBook, 137  
Picasa, 172

## S

Search Engine Results  
Engine, 40  
Spider, 40

## T

TCode, 52

## U

Unicode, 51  
Unicode Transformation  
Format, 52  
Usenet, 87  
UTF, 52  
UTF-16, 52  
UTF-8, 52

## W

Weblogs, 144  
Windows-1251, 52

## A

Автоматический индекс, 41  
Акселератор Google, 199  
Алгоритм поиска, 42  
Американский стандартный  
код обмена  
информацией, 50

## Б

База данных, 40  
Блог, 144  
Булев поиск, 50

## В

Варьирование запросов, 79  
Вектор запроса, 46  
Весовой коэффициент, 45  
Внестраничный критерий, 42

## Г

ГОСТ 19768-74, 51  
ГОСТ-13052, 50  
Группа новостей, 87

## Д

Дневник, 144  
Документ, 27  
нерелевантный, 46  
релевантный, 47  
Домашняя страница, 25  
Доска объявлений, 87

## Е

Единица поиска, 49

## З

Законы Зипфа, 44

## И

Инверсная частота  
термина, 45  
Индекс, 41  
Индексатор, 40  
Индексация, 41  
Информационно-поисковая  
система, 11  
ИПС, 11

## К

Калькулятор, 133  
Каталог, 83  
DMOZ, 84  
особенности поиска, 85  
Открытый, 84  
преимущества и  
недостатки, 83  
Ключевое слово, 41  
Кодировка, 50  
Конференция, 87  
категория, 89  
Коэффициент  
поискового шума, 48



полноты поиска, 47  
потерь информации, 48  
точности поиска, 47

## Л

Логическое выражение, 72

## М

Матричная модель, 46  
Международная организация  
по стандартизации, 51  
Миниатюра, 33  
Модератор, 88

## Н

Настройка Google, 55  
Новости, 87

## О

Оператор логический, 72  
Открытый каталог, 84

## П

Панель  
Google Compute, 205  
инструментов Google, 177  
расширения Google, 177  
расширения для Firefox, 192  
Паук, 40  
Плотность ключевого слова, 42  
Поиск  
алгоритм, 42  
булев, 49  
в Web, 28  
в группах новостей, 87  
в материалах  
конференций, 93  
варьирование, 79

географических карт, 123  
для ученых и учащихся, 116  
изображений, 33  
локальный, 129  
морфологический, 48  
новостей, 103  
номера телефона, 137  
определения термина, 134  
простой, 27  
расширенный, 67  
с помощью каталога, 83  
с помощью мобильного  
телефона, 130  
специальный, 128  
спутниковых  
фотографий, 123  
текстов книг, 121  
телеконференции, 89  
тематический, 103  
товаров, 109  
товаров в каталогах, 112  
университетов, 128  
эффективность, 49

Поисковая  
машина, 39  
система, 39  
Поисковик, 39  
Поисковый  
каталог, 83  
робот, 40  
Полнота поиска, 47  
Постоянная Зипфа, 44  
Программа  
Google Desktop Search, 164  
Hello, 173  
Picasa, 172  
Пространственно-векторная  
модель, 45  
Путешествующий паук, 40

## Р

- Ранг частоты, 43
- Расширенный поиск, 50; 67
- Релевантность, 15; 47

## С

- Сервер
  - NNTP, 88
  - новостей, 88
- Сетевая конференция, 87
- Синдикация, 159
- Служба
  - AdWords, 208
  - Calculator, 133
  - Defines, 134
  - Definitions, 135
  - File Types, 135
  - Froogle, 110
  - Froogle Wireless, 203
  - Google AdSense, 211
  - Google Alerts, 106
  - Google Earth, 175
  - Google Maps, 123
  - Google Moon, 127
  - Google Print, 121
  - Google Scholar, 116
  - Google Sets, 203
  - Google Suggest, 200
  - PhoneBook, 137
  - Ride Finder, 200
  - Site-Flavored, 202
  - SiteSearch, 129
  - University Search, 128
  - WebSearch, 129
- Смайлик, 89

- Статья, 88
- Стоп-лист, 45
- Стоп-слово, 45; 49
- Страница
  - главная, 25
  - домашняя, 25
  - домашняя локальная, 25
  - начальная, 25

## Т

- Таблица кодировки символов, 50
- Телеконференция, 87
- Точная фраза, 29
- Точность поиска, 47

## Ф

- Фидонет, 90
- Флейм, 88
- Формат
  - Atom, 154
  - RSS, 154
  - RSS 2, 154
  - файла, 135
- Форум, 87

## Ч

- ЧаВо, 91
- Частота вхождения слова, 43
- Червяк, 40

## Э

- Эффективность поиска информации, 49

*Научно-популярное издание*

**Владимир Сергеевич Гусев**

**Google: эффективный поиск**  
**Краткое руководство**

Литературный редактор	<i>Е.П. Перестюк</i>
Верстка	<i>О.В. Мишутина</i>
Художественный редактор	<i>В.Г. Павлютин</i>
Корректор	<i>Л.А. Гордиенко</i>

Издательский дом "Вильямс"  
101509, г. Москва, ул. Лесная, д. 43, стр. 1

Подписано в печать 14.09.2005. Формат 84x108/32.

Гарнитура Times. Печать офсетная.

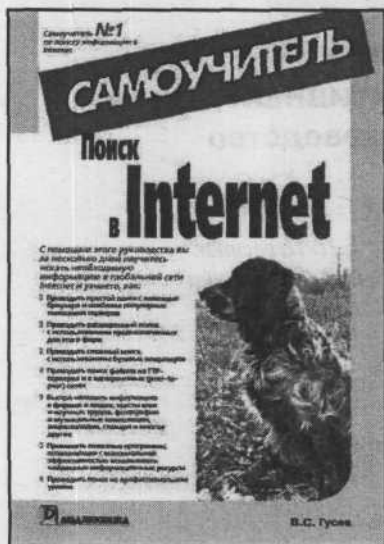
Усл. печ. л. 12,67. Уч.-изд. л. 10,3.

Тираж 5000 экз. Заказ № **94,48.**

Отпечатано с готовых диапозитивов  
в ООО "СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ПЕЧАТНЫЙ ДВОР"  
188350, Ленинградская обл., г.Гатчина, ул.Солодухина, д. 2

# ПОИСК В INTERNET. САМОУЧИТЕЛЬ

Гусев В. С.



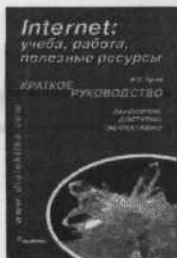
[www.dialektika.com](http://www.dialektika.com)

Самочитель предназначен для тех, кто уже получил элементарные навыки работы в Internet и понимает: в Сети имеется огромное количество чрезвычайно полезной информации, но найти ее не так просто. В книге даны подробные рекомендации по проведению поиска разнообразных данных с помощью наиболее популярных поисковых машин, порталов, каталогов и т.д. Приведены подробные инструкции по выполнению сложных запросов на поиск и многочисленные примеры, благодаря которым даже неискушенный пользователь сможет быстро находить в Internet необходимую ему информацию.

в продаже

# Internet: учеба, работа, полезные ресурсы. Краткое руководство

Гусев В.С.



ISBN 5-8459-0762-4  
В продаже

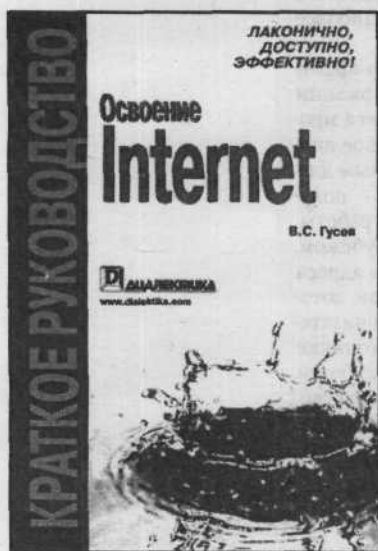
**К**нига предназначена для тех, кто еще только осваивается в мире Internet. Предполагается, что читатель уже имеет элементарные навыки работы с персональным компьютером и небольшой опыт работы в Сети. Теперь его интересуют наиболее полезные ресурсы Internet.

В книге даны рекомендации по эффективному поиску в Сети информации любого рода и приведены адреса многих популярных сайтов. Главное внимание уделено наиболее важным для современного человека темам — получению образования и поиску работы, как в своей стране, так и за рубежом. Кроме того, в книге приведены адреса множества популярных сайтов, которые окажутся полезными для читателя, чем бы он ни занимался. Это такие темы, как новости, финансы, покупки в Internet-магазинах, строительство, транспорт, путешествия, медицина, музыка, кино, театр и многое другое.

<http://www.dialektika.com>

# ОСВОЕНИЕ INTERNET КРАТКОЕ РУКОВОДСТВО

**Гусев В.С.** Книга предназначена для тех, кто делает первые шаги в Internet. В ней даны рекомендации по выбору необходимого оборудования, приведены пошаговые инструкции по установке и настройке всех необходимых для работы в Сети программ и описаны наиболее эффективные приемы работы с ними. Подробно рассказано о том, как следует работать с электронной почтой, участвовать в группах новостей и сетевых форумах, искать в Internet необходимую информацию и эффективно использовать многообразные ресурсы Сети.



[www.dialektika.com](http://www.dialektika.com)

ISBN 5-8459-0584-2

в продаже

# ОСВОЕНИЕ INTERNET. САМОУЧИТЕЛЬ

Гусев В. С.



[www.dialektika.com](http://www.dialektika.com)

Книга предназначена для самостоятельного изучения принципов и методов работы в Internet с помощью, прежде всего, собственного, домашнего ПК читателя. Ее главная задача состоит в том, чтобы помочь новичкам освоиться в сложной среде всемирной информационной паутины, — освоить методы подключения к Internet, изучить имеющиеся инструментальные средства, а также приобрести практические навыки, необходимые для успешного поиска материалов и общения в Web.

Благодаря лаконичному, понятному изложению материал книги будет доступен для восприятия людям любых профессий и возрастов. Книга снабжена многочисленными врезками, а также тематическими контрольными вопросами, способствующими усвоению прочитанного.



# СКАНЕРЫ И СКАНИРОВАНИЕ. КРАТКОЕ РУКОВОДСТВО

Степаненко О. С.



[www.dialektika.com](http://www.dialektika.com)

Книга предназначена для освоения процесса сканирования и последующей обработки изображений или документов на профессиональном уровне. Она содержит большое количество иллюстративного материала и подробных практических рекомендаций по выполнению типовых операций сканирования. Изучение процесса сканирования изображений проводится на базе программ TWAIN-драйверов — Epson TWAIN и Genius TWAIN. Кроме того, описаны тонкости обработки текстовых документов программами OCR — ABBYY FineReader 6.0/7.0 и Cognitive CuneiForm 2000. Описание основ редактирования изображений, ретуширования и восстановления отсканированных фотографий проводится на базе графического редактора Adobe PhotoShop 7.0. Книга насыщена важными сведениями, позволяющими быстро освоить сканер и научиться эффективно применять это устройство и соответствующее программное обеспечение на практике.

в продаже