

С.А. Стреха (УО «ГГУ им. Ф. Скорины», Гомель)
Науч. рук. **В.А. Дробышевский**, старший преподаватель

ФОРМИРОВАНИЕ ПОИСКОВОЙ ВЫДАЧИ ИЗ ПАРАМЕТРОВ САЙТА ФИЗИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА

При поиске информации в интернете большинство пользователей прибегают к поисковым системам. Поисковые выдачи формируются на основе тега title, URL(Uniform Resource Locator – Единый указатель ресурса) и мета-тега description (рисунок 1).

Тэг Title – один из самых важных факторов, позволяющих достичь высоких позиций сайта в поисковых выдачах. Содержимое тега выводится в закладке страницы, как правило, в верхней части браузера. В title в начале идет ключевое слово или фраза, затем название организации и в конце адрес организации. Некоторыми компонентами в заголовке можно пренебречь. Например, желательно не использовать название организации, если оно совпадает с названием города, известной фамилией и т. д. Тег создается, как показано на рисунке 2.

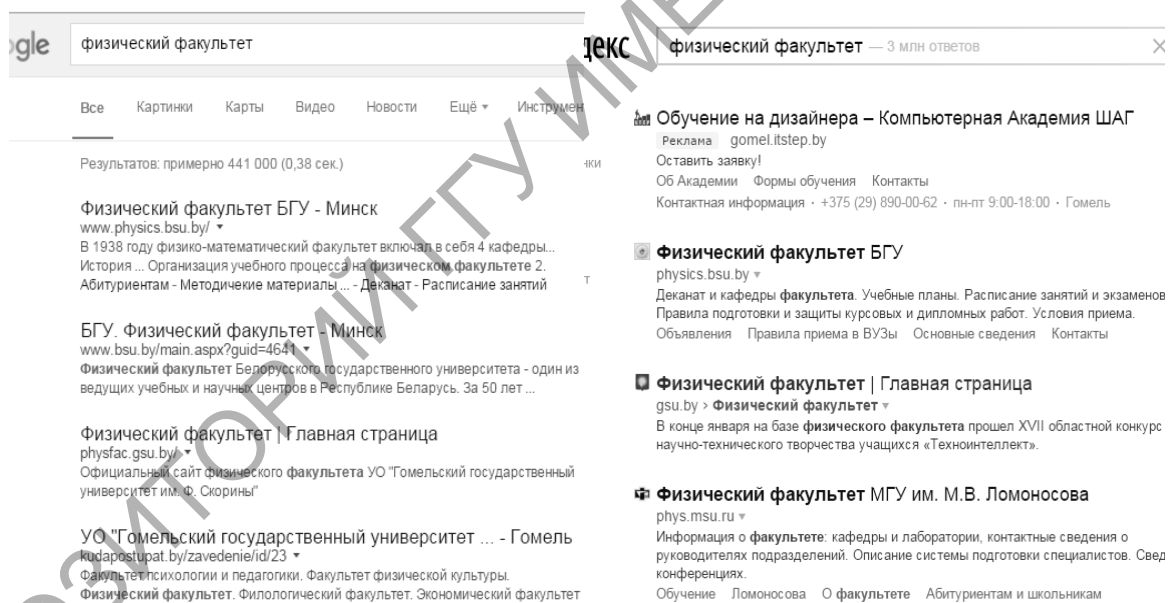


Рисунок 1 – Поисковая выдача

Несмотря на легкость создания Title, существует множество нюансов и особенностей, которые следует знать и учитывать.

При составлении тега для сайта следует употребить хотя бы одно ключевое слово, или фразу. Это связано с тем, что поисковые системы уделяют тегу «особое внимание» и, как правило, выделяют содержимое отдельным цветом.

Длина title не должна превышать 70 символов, так как при выдаче все равно будет обрезан, хотя стоит учитывать, что оптимальная длина составляет 50–60 символов.

```
<!DOCTYPE HTML>
<html>
  <head>
    <title>заголовок страниц</title>
  </head>
  <body>

    <p>...</p>

  </body>
</html>
```

Рисунок 2 – Создание тега Title

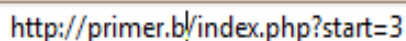
Не допускается использование двух и более заголовков на странице.

Для разделения между разными категориями стоит использовать вертикальную черту, чтобы их было легче прочесть.

При сохранении страницы на компьютер ее название берется с тега title, а символы «(», «)», «-», «=», «/», «\», «!», «|», «+», «_» пропускаются, поэтому их не стоит использовать при составлении страницы.

URL служит стандартизированным способом записи адреса ресурса в сети Интернет. В URL адресе допускается использование латинских букв, арабских цифр и ограниченный набор знаков препинания: «-», «_», «.», «,», «;».

Поисковые системы не рекомендуют использовать разбиение страниц (рисунок 3). Это связано с тем, что при добавлении информации на страницу происходит смещение уже имеющихся данных. В связи с этим информация, которая хранится в базе поисковой системы, и информация на странице могут не совпадать.



```
http://primer.b/index.php?start=3
```

Рисунок 3 – Некорректный URL

Как правило, разбиением страниц пользуются сайты, у которых есть новостной раздел. Избежать разбиения страницы можно разделив новости по времени и для каждого временного промежутка использовать отдельную страницу.

Для краткого описания страницы предназначен мета-тег description (рисунок 4). Он помещается внутрь тега HEAD в (X)HTML-документе. Несмотря на то, что тег title. Description не меняет внешний вид страницы, он, тем не менее, является важным. Важность тега заключается в том, что при формировании выдачи поисковые системы будут брать текст не произвольно из сайта, а заранее подготовленный администратором. При наличии тега description пользователи понимают, чему посвящен сайт до перехода на него на него.

```
<html>
<head>
<meta name="description" content="краткое описание страницы">
</head>
</html>
```

Рисунок 4 – HTML-код применения тега «Description»

Для того чтобы тег был максимально полезен, следует применить следующие рекомендации:

- размер description не должен превышать 150–200 символов (так как в противном случае он будет отображен не полностью, а значит, может быть неправильно воспринят пользователем);

- description должен содержать 4–7 ключевых слов, или 3–4 ключевые фразы (данная рекомендация служит гарантией, что пользователя заинтересует сайт);

- тег должен быть уникален, т. е. один тег описывает содержание одной страницы и на других не дублируется. Лучше отказаться от тега, чем использовать содержание одного тега на двух разных тематических страницах. Это связано с тем, что многими поисковыми системами такие теги будут игнорироваться, а рейтинг таких сайтов занижаться.

Описанные выше правила и требования являются актуальными для всех видов сайта. Ведь правильность заголовка и описания сайта в первую очередь служат гарантом того, что на сайт будут переходить новые и заинтересованные пользователи.

В заключение стоит отметить важность и актуальность рассмотренной темы. Несмотря на то, что у различных поисковых систем различные факторы и различные компоненты сайта в приоритете – заголовок сайта и описание сайта всегда будут иметь значимый «вес» при ранжировании сайтов. Не стоит пренебрегать ни одним из требований по правилам их составления, даже если на первый взгляд оно является незначительным.