

Актуальность

(Релевантность)

Если по шкале релевантности страница получила положительную оценку (**РЕЛ+** или **ПОЛЕЗНЫЙ**), активизируется дополнительная шкала - оценки, отвечающие на вопрос "Когда этот документ перестанет быть актуальным?". Подробности и примеры - ниже.

Актуальность – один из важных факторов релевантности документа. Если документ содержит устаревшую, неактуальную информацию по запросу, его нельзя считать хорошим ответом и не стоит оценивать положительно.

Конечно, существуют документы, информация в которых не устаревает в принципе. Например, релевантность документа с биографией Пушкина не зависит от того, когда этот документ был опубликован. Но многие документы имеют некоторый «срок жизни», в течение которого информация на них актуальна. Например, новость о том, что Испания стала чемпионом мира по футболу, интересна в течение первых недель после окончания чемпионата, а через месяц уже не будет актуальной.

Наверняка многие из вас сталкивались с муками совести, когда приходилось, следуя инструкции, одиночную новость оценивать как Релевантную-, даже если эта новость была самая что ни на есть свежая и актуальная на момент оценки :). Это ограничение было связано с тем, что срок жизни ассессорских оценок значительно больше времени, в течение которого остаются актуальными и интересными отдельные документы, в т.ч. новости.

Как теперь оценивать одиночные новости

Чтобы разрешить это противоречие, мы решили регулярно переоценивать устаревающие документы.

ВНИМАНИЕ: Теперь свежую релевантную новость следует оценивать положительно, даже если она одиночная!

Но при этом придется ответить на дополнительный вопрос: «Когда устареет этот документ?», или, другими словами, ставя такую оценку, ассессор говорит: «Сейчас это хороший ответ, но через определенный срок его надо перепроверить, так как он может устареть /перестанет быть интересны/актуальным через ...».

Как это будет организовано:

1. Ассессор оценивает документ по обычной шкале релевантности.
2. Если документ получает положительную оценку (**РЕЛ+** или **ПОЛЕЗНЫЙ**), активизируется дополнительная шкала оценок по актуальности. В ней надо ответить на вопрос «Когда устареет документ?»
 - Никогда:
 - через месяц
 - через три месяца (квартал)
 - через полгода
 - через год
3. Документ переоценивается через соответствующее время.

Важно понимать, что срок устаревания зависит не от типа страницы, а от содержания и от того, в какой момент вы смотрите на страницу. Например, расписания транспорта изменяются два раза в год (летнее и зимнее), но это не значит, что каждый раз, когда Вы видите перед собой страницу с расписанием, надо ставить ей галочку «устареет через полгода». Срок устаревания этой страницы будет зависеть от того, в какой момент вы на нее смотрите: если летнее расписание сменится на зимнее через месяц, то ее надо будет переоценить через месяц.

Актуальность зависит от запроса.

Также стоит помнить, что срок устаревания документа зависит от формулировки запроса. Давайте рассмотрим статью, посвященную итогам последнего Уимблдонского турнира. <http://isport.ua/tennis/news/103028.html>

- По запросу [Уимблдон] такую аналитическую статью можно оценить положительно, а устареет она через год, когда подойдет время следующего турнира. Поэтому сейчас ее правильно оценить как **РЕЛ+** и поставить галочку «устареет через год», а уже через год эта статья получит оценку **РЕЛ-**, тк будет не о последнем турнире.
- Но по запросу [Уимблдон 2010] такая страница не устареет никогда, так как по такому запросу всегда надо показывать информацию про турнир 2010 года.

Какие страницы не устаревают?

1) Информация, которая в принципе не устареет: биографии уже умерших людей, рефераты, сочинения и тп.

2) Страницы с динамическим контентом: как правило, «морды» сайтов обновляются автоматически, и переоценивать их специально нет смысла. Например: по запросу [концерты в петербурге] страница <http://www.afisha.ru/spb/concerts/> устаревать не будет, так как в каждый момент времени на ней будут показываться текущие концерты. Также, раздел <http://mobicuru.ru/phones/> в каждый момент времени будет показывать самые новые модели телефонов и устаревать не будет.

3) Мы считаем, что информация на официальных сайтах обновляется своевременно (иначе нам просто не с чем будет сравнивать информацию в других источниках), поэтому по оценке **ВИТАЛЬНЫЙ** галочки актуальности не выскакивают.

Когда устаревают одиночные новости?

Как правило, чисто новостные сообщения интересны в течение довольно короткого времени. Если в течение первых дней после события пользователю будет интересно почитать новости о нем, то уже через несколько месяцев его скорее будет интересовать более подробная, аналитическая информация. Например, по запросу «Новая Волна» в течение первого месяца после завершения конкурса чисто новостная статья о его итогах будет интересна и релевантна, через некоторое время пользователя по такому запросу будут в большей степени интересовать аналитические материалы, возможность скачать песни с этого конкурса и тп. Поэтому для новостных статей как правило стоит ставить срок устаревания 1 месяц. Не чисто новостные материалы могут иметь более долгий срок устаревания.

Обратите внимание:

Расписания, телепрограммы, прогнозы погоды, афиши с URLами, строго привязанными к дате, стоит сразу оценивать как **НЕРЕЛ**. Так как они устареют уже на следующий день, и хранить такие оценки смысла не имеет. Например, по запросу [Фильм Призрак] страницу http://afisha.yandex.ru/msk/events/271788/?date=2010-08-07#schedule_table даже 7го августа стоило сразу оценивать как **НЕРЕЛ**, так как уже на следующий день она перестала быть актуальной.

Примеры

Запрос	Урл	Оценка сейчас	Когда устареет?	Оценка после	Почему так?
«фильм призрак» (москва)	http://afisha.yandex.ru/msk/events/271788/	РЕЛ+	3 месяца	РЕЛ-	Сейчас на странице трейлер+расписание = РЕЛ+ ; Чз 3 месяца фильм перестанет идти в кино, и на странице останется только трейлер, т.е. оценка опустится до РЕЛ-
Уимблдонский турнир	http://isport.ua/tennis/news/103028.html	РЕЛ+	год	РЕЛ-	Статью можно считать аналитическим материалом о результатах турнира, поэтому сейчас можно оценить как РЕЛ+ . А когда пройдет следующий Уимблдонский турнир, эта информация уже будет устаревшей и ее надо будет оценивать как РЕЛ-
Уимблдон 2010	http://isport.ua/tennis/news/103028.html	РЕЛ+	не устареет	РЕЛ+	Так как в запросе явно указано, что интересует информация о турнире 2010 года, этот документ не потеряет своей актуальности
Новая волна	http://www.vesti.ru/doc.html?id=382374&cid=7	РЕЛ+	1 месяц	РЕЛ-	Это чисто новостная статья, и, скорее всего, через полгода пользователь по такому запросу не будет рад такой выдаче. Его больше будет интересовать возможность скачать песни с последнего конкурса или более подробные отчеты/материалы. Поэтому лучше переоценить ее пораньше.
Евровидение	http://kp.ru/daily/24498/651863/	РЕЛ+	полгода	РЕЛ-	За несколько месяцев до Евровидения начинается всякая активность: отборочные туры, выбор кандидатов от стран и тп. Поэтому можно считать, что через полгода по этому запросу пользователей уже будет интересовать грядущее Евровидение, а не прошедшее.
Расписание Царицино	http://rasp.yandex.ru/tablo/station/9600891?span=schedule&type=suburban	РЕЛ+	не устареет	РЕЛ+	Это автоматически обновляемая страница, в каждый момент времени на ней будет актуальное расписание
Расписание Сапсан	http://pass.rzd.ru/isvp/public/pass?STRUCTURE_ID=5165	Вит	не устареет	Вит	Это ВИТАЛЬНЫЙ источник информации, он не устареет
авраам русо (Москва)	http://www.5koncertov.ru/content/view/275/11/	РЕЛ+	3 месяца	РЕЛ-	Страница в основном посвящена анонсу концерта, который пройдет через 3 месяца. После этого на странице останется только куца биография, на половину тоже посвященная рекламе концерта, и

					ее лучше оценить как РЕЛ-
Валерия (Москва)	http://www.kassir.ru/msk/db/text/158544792.html	РЕЛ+	3 месяца	НЕРЕЛ	На странице только анонс будущего концерта, когда он пройдет, страница перестанет быть релевантной вообще
календарь бухгалтера	http://forum.klerk.ru/calendar.php?c=2&do=displayyear&year=2010	РЕЛ+	полгода	НЕРЕЛ	Через полгода наступит новый год, и календарь утратит актуальность
ПДД билеты	http://www.igogps.net/information/384-skachat-pdd-2010-kategorii-av-s-izmeneniyami-i-dopolneniyami-yekzamenacionnye-bilety.html	РЕЛ+	полгода	РЕЛ-	В новом году выйдут билеты с учетом обновленных Правил, а эти уже окажутся устаревшими
Туры в египет	http://www.tury.ru/country/id/egypt	РЕЛ+	Не устареет	РЕЛ+	Это страница с динамическим контентом, на ней всегда будут свежие предложения
«фильм призрак» (москва)	http://afisha.yandex.ru/msk/events/271788/?date=2010-08-07#schedule_table	НЕРЕЛ	-	-	Это расписание, строго привязанное по URLy к дате. Такие документы мы сразу отправляем в НЕРЕЛ , так как они устареют слишком быстро и будут НЕРЕЛ уже на следующий день после оценки.

Уточнения

1) ВНИМАНИЕ: принято решение Одиночные новости, актуальные только один день оценивать сразу как **РЕЛ-**, если новость не содержит никакой аналитической информации, и явно на следующий день уже будет неинтересна. Например, промежуточную новость про пожары в Москве <http://rus.ru/vr.ru/2010/08/10/15199920.html> даже в день публикации 10го августа можно было оценить как **РЕЛ-**, тк ситуация менялась очень быстро, и эта новость уже на следующий день была бы совершенно неактуальна, а никакой более общей информации на странице нет.

НО: если страница будет актуальна больше одного дня (несколько дней, неделю и тп), ее уже стоит оценивать положительно и ставить срок устаревания месяц.

2) ВНИМАНИЕ: было решено считать Википедию неустаревающей, тк пользователи обновляют ее своевременно, и переоценивать страницы Википедии смысла нет. Им можно смело ставить оценку «никогда не устареет».

Как оценивать устаревшие документы?

Устаревшие новости и другие страницы, которые не заслуживают положительной оценки в силу своей неактуальности, могут быть оценены как **РЕЛ-**, так и **НЕРЕЛ**, в зависимости от того, несут ли они хоть какую-то значимую ценность.

Если устаревший документ отвечает на запрос косвенно или неполно, то его стоит оценить **РЕЛ-**. А если он даёт совсем незначительное количество (неактуальной) информации об объекте поиска, то лучше оценить такой URL как **НЕРЕЛ**. Понятно, что актуальность чаще всего теряется не скачком, а постепенно. То есть, нельзя сказать, что **РЕЛ+** документ в какой-то момент резко превращается в **НЕРЕЛ**. Однако документы с оценкой **РЕЛ-** мы не переоцениваем, поэтому если кажется, что на момент оценки новость ещё тянет на **РЕЛ-**, но ещё немного, и это будет верный **НЕРЕЛ**, лучше поставить **НЕРЕЛ** сразу.

Примеры (все эти URLы в настоящий момент являются неактуальными):

[дубль гис] (Челябинск) <http://chelyabinsk.ru/conference/2gis.html?p=1&qp=2> **НЕРЕЛ**

Короткая новость, имела ценность только пока была свежей. Ныне никакой полезной информации не даёт, ибо посвящена давнему событию и не представляет никакой полезной информации о самом дубль гисе.

[локомотив] (Москва) <http://www.hawk.ru/press/33138.html> и <http://sportcom.ru/portal/2011/09/13/81246.html> **НЕРЕЛ**

Во-первых, речь о Ярославском ХК, он хотя и знаменит, но всё-таки футбольный клуб и вообще весомее, и в Москве популярнее своего ярославского тёзки. Статьи – прогнозы на позиции клуба в декабре, прогнозы довольно-таки далекоидущие (на 3 месяца вперёд), связаны, во многом, с трагической гибелью всего основного состава ХК в авиакатастрофе. Даже если подходить формально и дотянуть их актуальность до декабря, всё равно они становятся не нужны, когда прогнозируемое в статьях будущее становится настоящим. То есть на момент написания такая новость была свежей, актуальной и интересной, но с течением времени становится совершенно бесполезной для пользователя.

[katy perry] (Нижний Новгород) <http://www.openspace.ru/news/details/29985/> **НЕРЕЛ**

Новость была уместна, пока была свежа. Никакой ценности, будучи уже устаревшей, она не несёт.

[Авангард] (Москва) <http://www.fc-avangard.ru/new/2011/000557/> **НЕРЕЛ**

Типичный пример. По запросу про какой-либо спортклуб инфа об одном каком-то текущем матче (даже и более подробная) заслуживает оценки **НЕРЕЛ**, когда она перестаёт быть актуальной.

[вооружение России] (Красноярск) <http://www.radiator.ru/news.html?rid=2534&date=12-09-2011&id=571346> **НЕРЕЛ**

Короткое и малоинформативное интервью, посвящённое празднованию дня танкиста. На запрос не отвечает совершенно.

[средняя з/плата] (Москва) <http://otvet.mail.ru/question/25010668/> **НЕРЕЛ**

Очень коротко и старо, на запрос не отвечает.

[липецкая администрация] (Липецк) <http://gorod48.ru/news/47695/> **НЕРЕЛ**

Новость о каком-то судебном процессе. Полезной информации об администрации она не даёт. Поскольку речь идёт об устаревшей уже новости, правильная её оценка – **НЕРЕЛ**.

[Челси] (Москва) http://www.liveresult.ru/football/matches/match194860_Chelsea-Bayer_Leverkusen_live/ и

http://www.liveresult.ru/football/txt/match194108_Sunderland-Chelsea_live/www.euro-football.ru/article/29/830926 **НЕРЕЛ**

Очередные отчёты о каких-то текущих матчах. Подобная инфа очень быстро устаревает и не отвечает на запрос, будучи неактуальной.

[Челси] (Москва) <http://hrenchik.ucoz.ru/publ/6-1-0-1> **РЕЛ-** (нестрого, **НЕРЕЛ** не будет серьёзной ошибкой)

В данном случае можно поставить URLу оценку **РЕЛ-**. Хотя это и информация всего лишь об одном матче, но этот матч вошёл в футбольную историю, он действительно очень важен, некоторые обозреватели называли его лучшим матчем того года. Поскольку информация о нём тут достаточно неплохая и сам матч является значимым, уместно считать такой результат **РЕЛ-**.

[возраст надежды бабкиной] (Москва) <http://www.woman.ru/stars/events/article/55405/> **РЕЛ-**

Статья является устаревшей и не даёт прямого ответа, однако из неё несложно высчитать, сколько лет Бабкиной сейчас, так что правильная оценка – **РЕЛ-**.

[Продьюссер Верки Сердючки] (Москва) <http://www.livestory.com.ua/culture/2009/04/22/141923.html> **РЕЛ-**

Даже если это и бывший продюсер, **РЕЛ-** поставить можно, тк из статьи понятно, как его зовут.

[Морозов Олег Викторович] (Набережные Челны) <http://www.ladno.ru/person/morozov/bio/> **РЕЛ-**

Неактуальная короткая биография политика. Положительной оценки она не получит из-за краткости и неактуальности, но и совсем **НЕРЕЛ**евантной её считать не стоит.

Запрос про организацию

(Релевантность)

Запросам про организации посвящён целый отдельный кусок инструкции. По сути, такие запросы являются просто частным случаем информационных, но тут, в отличие от общих запросов, почти всегда есть **ВИТАЛЬНЫЙ** ответ и ещё меньше полезных. Возьмём, для примера, запрос [**банк советский санкт-петербург**] (*Санкт-Петербург*).

Во-первых, конечно же, у банка есть официальный сайт (он указан в аннотации):

<http://www.sovbank.ru/>

Non existent file: 122-sovbank-vit.png

Проблем с определением витального в таком случае возникнуть не должно. А вот разобраться в том, какие URLы будут **РЕЛ+**, а какие - полезными, несколько сложнее.

<http://www.banki.ru/banks/bank/?ID=68763>

Non existent file: 123-sovbank-pol1.png

Перед вами страница с популярного сервиса [banki.ru](http://www.banki.ru). На ней можно увидеть контакты, краткую информацию о рейтинге (составленном экспертами) и посмотреть список филиалов. Ниже на странице находится справка о компании, далее - информация по вкладам кредитам:

Non existent file: 124-sovbank-pol2.png

Также можно посмотреть дизайн карт и народный рейтинг, почитать отзывы о банке:

Non existent file: 125-sovbank-pol3.png

Эта визитка содержит исчерпывающее количество информации, она структурирована и удобна для использования. Эта страница является полезной. Не столь насыщенные разнообразной информацией визитки уже не будут получать оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**, например:

<http://account.spb.ru/banks/items/14>

Non existent file: 126-sovbank-relvizitka.png

На этой странице представлены общие контакты банка, отделения нанесены на карту (также можно посмотреть список во вкладке "отделения") и можно найти некоторую информацию по услугам. Однако информация неполная, подробного описания вкладов и кредитов тут нет. Для **РЕЛ+** информации на этой визитке уже достаточно, но ставить ей **ПОЛЕЗНЫЙ** - ошибка.

<http://www.bank-klient.ru/spr/spbb/sovetski-bank-spb.html>

Non existent file: 127-sovbank-adresa.png

Такая визитка ещё более примитивна, однако содержит список контактов отделений. Это тоже **РЕЛ+** страница. Положительной оценки заслуживают и разделы витального сайта:

<http://www.sovbank.ru/private/deposit/>
Non existent file: 128-sovbank-vklady.png

На странице представлены только вклады для частных лиц. Этот раздел сайта достаточно содержательный, чтобы быть **РЕЛ+**, но **ПОЛЕЗНЫЙ** ему ставить совершенно не за что.

Совсем уж примитивные визитки без развёрнутой информации получают оценку **РЕЛ-**, например, вот такие:

<http://www.bank24.ru/info/banks/info/?ID=271147>
Non existent file: 129-sovbank-vizitka.png

и

<http://www.mk-kadar.ru/partners/sovetskyi.htm>
Non existent file: 130-sovbank-vizitka2.png

На двух последних страницах недостаточно информации для положительной оценки, однако они не являются совсем уж нерелевантными, их правильно оценить **РЕЛ-**.

Мультиобъектные запросы

(Релевантность)

Иногда попадаются запросы, которым соответствуют несколько значений. Например, слово запроса - омоним и само по себе многозначно. Или есть несколько разных объектов, названных одинаково и все их пользователи достаточно активно ищут.

Как правило, все эти значения описаны в аннотации. Объекты, не указанные в аннотации как основные, заслуживают оценки не выше **РЕЛ-**. Если вам попался какой-то странный объект, вроде бы релевантный запросу и претендующий на высокие оценки, но не описанный в аннотации и вы не понимаете, как его оценивать, смело пишите разметчику. В целом, если страница заслуживает положительной оценки для какого-то одного из указанных значений запроса, значит, так её и надо оценивать.

Посмотрим, для примера, на запрос [**перехват**]. В аннотации сказано, что запросу соответствуют несколько объектов: фильм, системы и программы с таким названием, передачи на радио и ТВ с таким названием (витального при этом нет).

<http://www.autoreview.ru/archive/2008/16/vzlom/>
Non existent file: 117-perexvat-obzor.png

На странице представлен обзор противоугонного устройства "Перехват". Это один из возможных объектов, причём обзор хороший (и не зависит от региона), так что эта страница заслуживает оценки **РЕЛ+**.

На следующей странице мы видим уже другой объект из возможных, передачу на радио с названием "Перехват":

<http://echo.msk.ru/programs/interception/758209-echo/>

Non existent file: 118-perexvat-peredacha.png

На этой странице представлена передача за определённое число, это только один выпуск еженедельной передачи. Такому URLy стоит поставить **РЕЛ-** или даже **НЕРЕЛ**, если страница совсем уж старая. Положительно следует оценить раздел сайта "Эха Москвы", посвящённый этой передаче:

<http://www.echo.msk.ru/programs/interception/>

Non existent file: 119-perexvat-peredacha-ok.png

На этой странице представлен архив передач, самую последнюю можно прослушать прямо отсюда, а к более старым выпускам - перейти по ссылкам. Эта страница уже будет **РЕЛ+**.

<http://www.bnti.ru/showart.asp?lvl=&aid=66>

Non existent file: 120-perexvat-statja.png

На странице описано несколько способов перехвата, статья большая (но несколько экранов текста мелким шрифтом неинтересно вставлять в скриншот), такую статью также уместно оценить положительно.

Помимо устройств это ещё и фильм:

<http://www.fast-torrent.ru/film/zhestokij-zahvat.html>

Non existent file: 121-perexvat-film.png

На этой странице есть совсем уж краткая информация, совершенно не содержательные комментарии пользователей и возможность скачать фильм (через торрент). Вот за то, что скачать всё-таки можно, странице стоит поставить положительную оценку.

Мультиинтентные запросы

(Релевантность)

По многим запросам релевантными могут быть разнообразные типы ответов. Например, для общих запросов про музыкантов и их творения, фильмы, товары. Рассмотрим запрос **[белое солнце пустыни]**. Это запрос про кинофильм, в нём не указан тип информации, который пользователь хотел найти. Поэтому здесь возможно несколько релевантных типов ответов.

Например, хорошая информация про сам фильм, как часто бывает на Википедии:

http://ru.wikipedia.org/wiki/White_Sun_of_the_Desert

Non existent file: 91-kino-viki.png

Страницы, на которых можно посмотреть фильм по общему запросу заслуживают положительной оценки:

http://kinobanda.net/modules.php?name=News&file=view&news_id=5118

Non existent file: 92-kino-smotret.png

Для всех таких страниц надо проверять, что видео играется (конечно, смотреть фильм целиком не требуется).

Может попасться страница, на которой есть ссылка на скачивание фильма, например:

<http://vagonkino.ru/fighters/2170-beloe-solnce-pustyni-1970-dvdrip.html>

Non existent file: 93-kino-skachat.png

Видео не играет, но есть ссылка на скачивание. Перед тем, как поставить оценку релевантности, надо её поверить:

Non existent file: 94-kino-letitbit.png

Скачать бесплатно можно, размер файла похож на разумный для длинного фильма. Поэтому исходной странице надо поставить **РЕЛ+** (за то, что можно скачать желанное кино).

Хорошие страницы, на которых находится много разнообразной информации, могут получить даже оценку "**ПОЛЕЗНЫЙ**", но если информации недостаточно, всё равно будет только **РЕЛ+** :

<http://www.kinopoisk.ru/level/1/film/46066/>

Non existent file: 95-kinopoisk.png

Хотя на кинопоиске и нельзя посмотреть кино или скачать его, практически всё остальное, что только может заинтересовать пользователя, тут есть.

Тем не менее, именно для "Белого солнца пустыни" контента не очень много и оценивать его полезным не стоит (в этом можно убедиться, если походить по вкладкам).

Если же фильм предлагают купить, оценка такой странице может быть не выше **РЕЛ-**, потому что если что-то можно бесплатно скачать, покупать файл пользователи не хотят:

<http://www.ozon.ru/context/detail/id/64141/>

Non existent file: 90-kino-kupit.png

Так же могут попасться страницы про какие-то иные объекты с таким названием, например, ресторан:

<http://www.restorate.ru/?id=172&pkey1=0000200001>

Non existent file: 89-intent-nerel.png

Чтобы оценить эту страницу, можно обратиться к аннотации (в ней написано только про фильм). Однако, может оказаться, что какой-то вполне релевантный объект оказался пропущен при разметке. В нашем примере, впрочем, и без аннотации видно, что страница нерелевантна: запрос из Кирова, а ресторан - в Москве. Таким образом, правильная оценка - **НЕРЕЛ**.

Однозначный запрос

(Релевантность)

Помимо общих запросов, которым соответствуют несколько объектов или несколько типов разных ответов, регулярно попадаются чётко сформулированные запросы. За счёт того, что формулировка запроса более конкретна, спектр возможных релевантных объектов сильно сужается. Посмотрим, например, на запрос [**A-Style - Remember me текст**]. Единственным релевантным ответом будет только текст этой песни.

<http://muzprivet.ru/lyrics/QStTdHlsZSslMjZhbXAlM0lrQXNvQTpSZW1lbWJlcittZTo2MjQ1MDI3.html>

Non existent file: 97-tekst-rel.png

Страница с текстом - ровно то, что искал пользователь. Это релевантный ответ.

<http://www.zaycev.net/pages/7655/765542.shtml>

Non existent file: 96-tekst-zajjcy.png

На этой странице можно только скачать песню (ссылка на текст уводит на другой сайт). Это нерелевантно запросу, поэтому странице следует поставить оценку **НЕРЕЛ**.

Статьи про песню без искомого текста, как и возможность скачать, будут нерелевантными:

<http://forsmi.ru/node/23288>

Non existent file: 98-tekst-novost.png

Возможность послушать будет тоже нерелевантной запросу про текст:

<http://livemusic.org.ua/song/381442.html>

Non existent file: 99-tekst-slushat.png

Страница с видеоклипом и текстом будет релевантна, потому что на ней есть текст. Наличие видеоролика "в нагрузку" не снижает релевантность:

<http://www.probelov.net/19763.html>

Non existent file: 100-tekst-video.png

Информационный запрос

(Релевантность)

Один из существенных моментов а работе - понимание разницы между оценками **РЕЛ+** и **ПОЛЕЗНЫЙ**. Хотя эта разница и не влияет на зарплату ассессора (ошибка не значима), оценка "**ПОЛЕЗНЫЙ**" сама по себе очень важна. К ней надо относиться ответственно и не ставить за всё подряд, слегка отличающееся от среднего релевантного ответа.

Рассмотрим для примера запрос [**Айрон-Мейдон**] (речь о британской рок-группе Iron Maiden).

<http://iron-maiden.ru/>

Non existent file: 107-am-glavnaja.png

На главной странице видны только новости о группе. В случае, когда по широкому запросу нашёлся раздел сайта или главная страница тематического сайта, стоит ориентироваться не только на контент этой заглавной страницы, но и посмотреть на содержание сайта в целом.

Например, раздел "Дискография":

<http://iron-maiden.ru/Discography.html>

Non existent file: 108-am-diskografija.png

По любому диску можно кликнуть, перейти на описание альбома, а оттуда - на тексты песен, например:

<http://iron-maiden.ru/Diskografiya/No-Prayer-For-The-Dying-Lyrics/Fates-Warning.html>

Non existent file: 109-am-pesnja.png

В разделе "Аудиотека" представлены ссылки на скачивание альбомов, при этом ссылки рабочие. Например:

<http://iron-maiden.ru/Audio/Audioteka/1980-Entire-Exile.html>

Non existent file: 110-am-audio.png

Также есть галерея фотографий:

<http://iron-maiden.ru/Galereya.html>

Non existent file: 111-am-foto.png

Есть большая коллекция клипов, рассказы про группу, биографии участников, форум. Сайт при этом аккуратный и даже без рекламы. Настолько качественный сайт по теме (много разносортной информации, нет рекламы) заслуживает оценки "**ПОЛЕЗНЫЙ**".

Впрочем, не любой фан-сайт достаточно хорош, чтобы быть полезным. Вот, скажем, такой:

<http://ironmaidenfans.ru/>

Non existent file: 113-am-fan-pljus.png

На сайте есть некоторое количество текстовой информации, не особо большая фотогалерея:

<http://ironmaidenfans.ru/photogr.html>

Non existent file: 114-am-fan-foto.png

В общем-то, сайт приличный, но совсем нет треков и видео, отсутствует площадка для общения. Оценки **РЕЛ+** он, безусловно, заслуживает, но полезным его назвать уже нельзя.

Конечно же, по подобным запросам регулярно попадается Википедия:

http://ru.wikipedia.org/wiki/Iron_Maiden

Non existent file: 112-am-viki.png

Статья содержательная, есть обширная историческая ссылка, некоторое количество фотографий, список альбомов и даже график участников. Но тут совсем нет медиа-контента, а в запросе про группу аудио и видео, несомненно, важны. Хотя страница и релевантна запросу, ставить ей **ПОЛЕЗНЫЙ** будет ошибкой, правильная оценка этой статье - **РЕЛ+**.

Качественный ответ по одной прагматике (то есть ответ определённого типа) может быть не только текстом, но, например, только прослушиванием, как на нашем музыкальном сервисе:

<http://music.yandex.ru/#/artist/88514>

Non existent file: 115-am-muzyka.png

Музыкальный колдунчик яндекса, как бы ни был мил нашему сердцу, всё-таки заслуживает только оценки **РЕЛ+**. По запросу про группу может попасться не подборка, а какая-то одна песня, например:

http://www.lastfm.ru/music/Iron+Maiden/_/Iron+Maiden

Non existent file: 116-am-pesnja.png

Хотя тут и можно посмотреть клип на песню, но песня всего одна, такая страница заслуживает только оценки **РЕЛ-**.

Объектные запросы

(Релевантность)

В случаях, когда пользователь ищет предприятие, товар или услугу в своем регионе, возможны следующие варианты:

1) объект X (не филиал, не региональное отделение) есть в регионе Y. Имеется официальный сайт объекта X в регионе Y и/или упоминание об этом объекте в интернете.

Релевантными (и выше) будут документы объектов X региона Y, витальным – официальный сайт искомого объекта в этом регионе, а всё остальное не выше **РЕЛ-**.

[монетный двор] (Москва)

<http://www.mmint.ru/> - Вит

<http://www.mintspb.ru/> - **РЕЛ-**

2) объекта X нет в регионе Y (нет вообще или нет информации в сети), но есть объект X в регионе M.

Если понятно, что объекта X в регионе Y нет (то есть скорее всего пользователь искал не у себя в регионе, а вообще), то объект в регионе M считаем искомым.

Пример:

[игорный дом корона] (Набережные Челны) <http://korona-casino.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

3) объект X в регионе Y представлен региональным отделением или филиалом. Есть также сайт, общий для всей страны.

В этом случае страница регионального отделения будет Витальной, общий для страны сайт – Полезным, сайт объекта в другом регионе или другой стране – **НЕРЕЛ**евантными.

Примеры:

[прокуратура] (Самара)

<http://genproc.gov.ru/> - **ПОЛЕЗНЫЙ**

<http://prokuror.samara.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

[ВТБ 24] (Смоленск)

<http://www.vtb24.ru/smolensk/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

<http://www.vtb24.ru/> - **ПОЛЕЗНЫЙ**

<http://www.vtb24.ru/tula/> - **НЕРЕЛ**, так как не соответствует региону запроса

[Корбина] (Санкт-Петербург)

<http://spb.corbina.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

<http://www.corbina.ru> – **ВИТАЛЬНЫЙ**

[санрайз] (Москва)

<http://pro.sunrise.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

<http://smr.sunrise.ru/> - **НЕРЕЛ**

[санрайз] (Уфа)

<http://smr.sunrise.ru/> - **НЕРЕЛ**

<http://ufa.sunrise.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

Если пользователь ищет услугу (например, ремонт, такси, салон красоты), положительная оценка ставится только сайтам предприятий, расположенных в нужном регионе. Предприятия из области оцениваются как **РЕЛ-**, все прочие - **НЕРЕЛ**.

В случае, если запрос пришёл из маленького, областного города, то местные фирмы **РЕЛ+**, областной центр **РЕЛ-**, все остальное **НЕРЕЛ**.

Пример:

[такси] (Каменск-Уральский)

Каменск-Уральский - областной город в 100 км от Екатеринбурга. Такси в самом Каменске - <http://www.kamensk-uralskiy.ru/hozjaistvo/transport/-5/> - **РЕЛ+**, екатеринбургские - **РЕЛ-**, прочие **НЕРЕЛ**.

Внимание:

- есть запросы-исключения - музеи, гостиницы, радиостанции. При оценке таких запросов ориентируйтесь на аннотацию. Если аннотации нет, пожалуйста, пишите админу!
 - запросы, связанные с интернет-услугами (разработка сайтов, продвижение сайтов и т.п.) являются нелокализуемыми. При оценке регион запроса не важен.
 - пожалуйста, обрабатывая запросы из России, учитывайте существование городов-близнецов (подробнее [здесь](#)).
- * если пользователь ищет какую-либо организацию (запрос «Банк», «школы», «парикмахерская»), офсайт одного нужного объекта (любого банка, парикмахерской или школы) в соответствующем регионе получает оценку **РЕЛ+** .

Правило Один-Много

(Релевантность)

В этом разделе речь пойдет про особенности оценки запросов, подразумевающих предоставление выбора.

Общие моменты

Есть запросы, в которых пользователь точно не определил объект, который он хочет получить, а указал только класс или категорию объектов. К таким объектам относятся запросы «скачать mp3», «игра онлайн», «смотреть фильмы», «рецепты» или чуть более узкие «играть в игры для девочек», «Билан песни», «рецепты салатов», "клип Виагры" и т.д. По таким запросам мы должны предложить пользователю выбор, то есть показать не одну игру (песню, рецепт), а целый ассортимент.

U - морда тематического сайта с удобной навигацией, хороший полный раздел, отвечающий на запрос.

R+ - Случайный раздел, тематическая подборка (игры одной тематики, песни одного жанра или исполнителя, рецепты одного типа блюд). Подборка начинается от двух объектов, но это не означает что любая маленькая подборка по запросу **РЕЛ+** . Количество объект в подборке нужно соотносить с запросом и количеством возможных ответов на него. Например, ВУЗы Москвы – это десятки, если не сотни, а ВУЗЫ небольшого городка – 2 – 3 вполне **РЕЛ+** . Поэтому подборка из 2 – 3 ВУЗов при запросе из Москвы будет **РЕЛ-**. Для оценки **РЕЛ+** больше половины элементов подборки должны быть релевантны.

Р- - Одна игра (песня, рецепт)

Примеры:

По запросу «игры онлайн»

ПОЛЕЗНЫЙ - морда сайта, посвященного онлайн играм (с хорошим выбором, адекватной навигацией и т.д.) Например - <http://onlineguru.ru/> или <http://www.flashplayer.ru/> .

Релевантный + - Любая подборка игр, одна из категорий игр (только квесты, только стрелялки).

http://www.flashplayer.ru/games.mini.1_1_1.php - **РЕЛ+** по общему запросу.

Отдельный сайт <http://www.girlsgogames.ru/> - также **РЕЛ+** по этому запросу (но полезен по запросу «игры для девочек»).

<http://www.myrealgames.com/ru/> - **РЕЛ+** - есть хорошая подборка, но онлайн игры не выделены, а представлены вместе с играми, которые надо скачать.

РЕЛ- - одна случайная игра.

Например - <http://games.krutomer.ru/playgame/9695/Stunt-Pilot> - **РЕЛ-**

большая часть элементов подборки нерелевантна

Например - [рецепт яблочного пирога] http://allsweet.net/recipe.php?dir=17_4&page=menu - **РЕЛ-**, т.к. релевантны меньше половины рецептов.

Бывает ситуация, когда по общему запросу вам попадается страница, основным контентом которой является одна песня (текст, игра, рецепт и т.д.), но на той же странице присутствуют ссылки на другие релевантные по запросу объекты. Тогда необходимо выяснить, существует ли на этом сайте общая страница, на которой пользователю могут предложить выбор из множества объектов. Если да, такая страница есть, то ставим этой **РЕЛ-**

Например:

По запросу «Гребенщиков песни»

<http://www.nomorelyrics.net/ru/song/6881.html> - будет **РЕЛ-**. Проверить это можно, кликнув по заголовку-ссылке «Гребенщиков Борис тексты песен и аккорды». Мы попадем на страницу <http://www.nomorelyrics.net/ru/group/335.html> - там есть выбор из большой подборки текстов, она будет **РЕЛ+**

<http://www.zaycev.net/pages/2708/270800.shtml> - здесь основное содержание – одна песня, но на этом сайте нет общей страницы для всех песен исполнителя или группы, поэтому **РЕЛ+**

По запросу "колыбельные мира"

<http://www.youtube.com/watch?v=1dWtAFUopCI> - один ролик соответствует запросу, а на другие даны ссылки сбоку. И он также будет **РЕЛ+** , потому что у сайта youtube нет общей страницы для всей категории.

Иногда бывает сложно установить, требуется класс объектов или один конкретный объект. Запрос «Игра зума» - на самом деле не одна игра, а тип, категория игр, и по нему стоит показать подборку (например - <http://www.ourgames.ru/igry/zuma/zuma.html>).

Особенности оценки

Q: Если пользователь ищет какую-либо организацию (запрос «Банк», «школы», «парикмахерская»), как оценивать сайты отдельных банков, школ или парикмахерских?

A: Сайт нужного объекта (любого банка, парикмахерской или школы) в соответствующем регионе - релевантен + .

Q: Если запрос задан в единственном числе - "Песня Цоя", "Фильм скачать" или число в запросе точно не понять - "Фото кошек", "Видео белки"- достаточно ли одной песни (фильма, ролика и т.д.)?

A: Нет, недостаточно - все равно по таким запросам нужно показать подборку.

Особенности оценки фотографий и картинок в потоке релевантности.

Запросы типа «фото (фотографии, фотография, картинка, картинки)...» (например, «фото пожарных машин», «картинки с животными» и т.д.). Оценка не зависит от того, есть ли в запросе единственное или множественное число.

Можно уверенно сказать, что по широким запросам одна картинка не может являться хорошим ответом. Поэтому **Одиночные картинки – РЕЛ-**. Но количество картинок в подборке не является единственным критерием качества ответа. Чтобы понять, заслуживает ли подборка положительной оценки, нужно ответить на большой и сложный вопрос:

Меня удовлетворит этот ответ, или я стану продолжать поиск по этому запросу?

- если подборка имеет отношение к запросу, но дает лишь частичный ответ, после которого пользователь продолжит поиск, ее стоит оценить как **РЕЛ-**.
- если на странице приведен исчерпывающий ответ – это **РЕЛ+**.
- Как Полезные стоит оценивать подборки, которые не только дали достаточно полный ответ на запрос, но еще и удивительно удобно и хорошо оформлены, структурированы и тп

Этот большой вопрос можно разбить на более частные аспекты:

1) Соответствие широте запроса, разнообразие выдачи:

Существует множество широких запросов, хороший ответ на которые должен быть достаточно разносторонним. Например, по запросу «фото фашизма» даже большая подборка фотографий одного Гитлера не является хорошим ответом, так как представляет собой сужение запроса. Или по запросу «картинки дикие животные» подборку фотографий только тигров стоит оценивать как **РЕЛ-**.

Аналогично, по запросу «фото Парижа» даже 150 фотографий Эйфелевой башни нельзя считать достаточным ответом, такую галерею стоит оценить как **РЕЛ-**.

2) Содержательность выдачи:

Картинки в хорошей галерее должны быть достаточно содержательны и информативны. При взгляде на них должно быть понятно, что они относятся именно к объекту поиска.

3) Качество самой галереи:

Если человек задает запрос, явно указав в нем, что ищет изображения («фото», «картинки» итп), хорошим ответом являются страницы, непосредственно посвященные этим изображениям. Это может быть галерея, или выложенные на форуме или блоге картинки с комментариями и тп.

Если основным содержанием является статья, в которую в качестве дополнения вставлены небольшие иллюстрации, это не очень хороший ответ. Например, <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0> по запросу «фото коровы» стоит оценить как **РЕЛ-**, так как эта страница не очень качественно отвечает на явно прописанную прагматику «фото».

4) Количество релевантных фотографий в галерее:

Бывают случаи, когда невозможно найти подборку фотографий, полностью совпадающую с темой запроса. Поэтому глядя на подборку, нужно понять, сколько картинок из подборки удовлетворяют приведенным выше критериям(1-3). Если таких строго больше половины в подборке, ее можно считать достаточно хорошим ответом и оценивать положительно. Тогда по запросу «фото тигра» галереи, на которых больше половины фотографий относятся к тиграм, можно оценивать как **РЕЛ+**.

Примеры:
«фото плода в 19 недель»
<http://nashakroha.ru/uzi/> - подборка в целом не посвящена запросу, но есть несколько релевантных фоток (правда их не половина). Такую картинку стоит оценивать как **РЕЛ-**.
А есть <http://stroiniashka.ru/photo/82> подборка целиком посвященная запросу, она **РЕЛ+** .

«фото кошки» <http://foto.mail.ru/tags/%e6%e8%e2%ee%f2%ed%fb%e5?page=6> тут больше половины кошек, но есть еще собаки и что-то еще, галерея не тематическая по кошкам, а по тегу «животные».
А есть такая подборка <http://foto.mail.ru/tags/%ea%ee%f8%ea%e0%20%e6%e8%e2%ee%f2%ed%fb%e5> она именно посвящена кошкам.
Конечно, можно сказать, что вторая галерея лучше, но разница между ними не настолько принципиальна. Поэтому обе галереи можно оценить как **РЕЛ+** .

Q: А если в галерее половина или меньше половины картинок релевантны запросу, но и этого количества достаточно, чтобы получить представление об объекте поиска?

A: Нам кажется, что даже если для полноценного ответа на какой-то запрос достаточно малого количества картинок, лучше показывать тематическую галерею. Если более качественного ответа не найдется, и такой ответ с оценкой **РЕЛ-** окажется на верхних позициях выдачи. Если же найдется такая же по информативности страница, но посвященная именно объекту запроса - она в любом случае будет лучше.

Q: Является ли **РЕЛ+** галерея, в которой основным содержанием страницы является одна фотография, (например, <http://vetrotour.wind.ru/photo.php?id=18508&evn=%C2%FC%E5%F2%ED%E0%EC> по запросу «серфинг»), но есть еще 2 тумбнейла (превьюшки картинок) - для перехода к следующей и предыдущей картинкам? На странице одна или три картинки?

A: Нет, мы считаем, что на странице одна картинка, оценка - **РЕЛ-**. А **РЕЛ+** стоит поставить такому URLy - <http://vetrotour.wind.ru/photos.php?evn=%C2%FC%E5%F2%ED%E0%EC>

Особенности оценки рецептов.

В целом правила для оценки рецептов те же, что и для других запросов. Но в этой категории чаще возникают сложности при попытке понять, требуется конкретный объект или класс объектов. Здесь следует руководствоваться правилом: если в запросе есть конкретное блюдо – «рецепт борща» «шарлотка» и т.д. – один подробный рецепт можно оценивать как **РЕЛ+** , а подборку рецептов борща или шарлотки - как полезную. Подробный рецепт - рецепт, в котором описанные стадии приготовления блюда, даны подробные рекомендации. Часто в таких рецептах присутствуют фотографии стадий приготовления и готового блюда, а также комментарии других пользователей. Если же в запросе не отдельное блюдо, а тип блюд – «рецепт печенья», «рецепты салатов», «холодный суп» - для оценки **РЕЛ+** необходима подборка рецептов. Оценку «**ПОЛЕЗНЫЙ**» можно ставить тогда очень хорошим, полным подборкам на хороших, удобных сайтах.

«рецепт борща»

ПОЛЕЗНЫЙ - <http://www.kulina.ru/articles/rec/pervyeblyuda/borschi> (подборка)

Релевантный + <http://www.say7.info/cook/recipe/259-Borsch.html> (один подробный, хороший рецепт)

РЕЛ- - http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B5%D0%BB%D1%91%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%89 - одиночная статья, без фото и комментариев.

РЕЛ- http://www.kulina.ru/articles/rec/pervyeblyuda/borschi/borsch_23/ - один рецепт.

«рецепт печенья»

ПОЛЕЗНЫЙ - <http://www.gotovim.ru/recepts/bake/cookie/> (большая, хорошая подборка)

РЕЛ+ - <http://receptoman.ru/tag/%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%B5-%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%BD%D0%B5%D0%B5-%D1%80%D0%B5%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%82%D1%8B>

Релевантный - <http://www.povarenok.ru/recipes/show/32244/> - один случайный рецепт.

Особенности оценки запросов про классы программ

Есть класс запросов, в которых пользователь ищет не конкретную программу, а какой-то тип программ. Примеры: "антивирус скачать бесплатно"; "программа для видеомонтажа".

А: будет ли одна программа, подходящая по запросу, **РЕЛ+** ?

Q: Нет, так как есть много программ такого типа и у каждой свои особенности, так что лучше предложить пользователю выбор. Оценивать как **РЕЛ+** следует:

- тематические подборки программ
- официальные сайты отдельных программ (например, сайт касперского по запросу "антивирус").

Отдельная программа не на официальном сайте - **РЕЛ-**

Иногда запрос бывает сформулирован более конкретно - например, "конвертер видео из flv в mp4"; "плеер для flac". Здесь пользователь точно указал, какие функции ему обязательно нужны в программе. И поэтому любая такая программа подойдет пользователю, не смотря на некоторые отличия этих программ между собой. По такому узкому запросу одна программа будет **РЕЛ+** .

Оценка отзывов

Когда пользователь ищет отзывы, он хочет узнать частные мнения других пользователей о продукте/услуге. Этот отзыв отличается от обзора, который написан профессионалом.

Основные критерии качества ответа таковы:

- 1) Количество (разнообразие мнений) и полнота отзывов;
- 2) Возможность оставить новый отзыв и/или уточнить информацию о продукте/услуге;
- 3) Структурированность и аргументированность;
- 4) Интерфейс оценки (наличие рейтинга, детализации оценки т.п.);
- 5) Наличие дополнительной информации о продукте/товаре/услуге (где купить, стоимость и т.п.);

Чаще всего мы имеем дело с отзывами о:

- 1) товаре (автомобиль, лекарство, холодильник, плеер);

<http://market.yandex.ru/model-opinions.xml?modelid=6938177&hid=91013>

<http://www.carexpert.ru/review/audi/a3/>

<http://www.otzyvnoy.ru/auto/audi/a3/>

2) услуге (туристическая поездка, ремонт, здравоохранение);

Пример: <http://www.ayda.ru/hotels/40314/>

3) компании (работа в компании, общая характеристика школы, детский сад, банк, фитнес-центр);

Пример: <http://www.banki.ru/services/responses/bank/?id=68775>

http://www.airlines-inform.ru/world_airlines/KLM.html

4) культурном событии (фильм, спектакль, концерт) – в этом случае синонимом отзыва будет рецензия.

Пример: <http://www.kinopoisk.ru/level/1/film/496943/>

Каждый тип характеризуется своими критериями, например, оценку отеля можно разделить на: питание/сервис/обустроенность территории и т.п. при оценке автомобиля можно оценивать внешний вид, управляемость, динамику, безопасность, но для оценки банка или фильма такие критерии не подойдут, их скорее всего просто оценят по пятибалльной шкале. Т.о. отзыв о фильме может и не быть аргументированным, но при оценке автомобиля/отеля аргументация и детализация нужны и полезны.

Если по запросу можно показать целую группу товаров/услуг (например, «телефоны nokia отзывы», «анталия отдых отзывы»), то наиболее релевантным ответом скорее всего будет список всех возможных значений (список моделей Нокии или список отелей Анталии со ссылками на непустые отзывы). То есть возможна ситуация, когда основная страница сама не содержит отзывов, а является навигационной.

Шкала оценок

ПОЛЕЗНЫЙ ставится, когда на странице:

- Много пользовательских отзывов, можно добавить свой отзыв. В случае, когда по запросу можно показать целую группу товаров, например, «телефоны nokia отзывы», то есть список всех моделей телефонов Нокии со ссылками на непустые отзывы.
- Есть шкала оценки или система голосования, данные понятно структурированы. Полезные отзывы аргументированы. Интерфейс добавления отзыва на лучших сайтах может побуждать пользователя оставить максимально подробный аргументированный отзыв (например, содержать несколько полей: о достоинствах, недостатках, сроке владения товаром и т.п.)
- Есть дополнительная информация о товаре/услуге - описание/ссылки на характеристики, магазины, примерная стоимость и т.п.
- Сайт популярен, узнаваем и основная тематика сайта – отзывы / обзоры / новости.

Примеры:

<http://www.kinopoisk.ru/level/1/film/496943/> по запросу «форсаж 5 отзывы».

<http://www.irecommend.ru/content/alfa-bank> по запросу «альфа банк отзывы».

<http://www.ayda.ru/hotels/197/> по запросу «adora белек отзывы».

<http://www.sravni.ru/strahovka/kompanii/reso-garantiya/otzyvy/> по запросу «ОСАГО РЕСО отзывы»

<http://reviews.drom.ru/nissan/juke/> - по запросу «отзывы nissan juke»

РЕЛ+ ставится, когда на странице:

- Много пользовательских отзывов (≥ 3 развернутых отзывов), либо есть развернутый отзыв и ссылки на другие отзывы.
- Есть возможность комментировать/добавить свой отзыв.
- Это форум, раздел форума или содержательный тред с множеством пользовательских отзывов.

При этом дополнительной информации о товаре/услуге, интерфейса голосования и т.п. может и не быть. Т.е. интерфейс и структура сайта не позволяют поставить документу оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**.

Примеры:

http://otziv.gorodsochi.ru/anapa_region/anapa/index.php по запросу «отдых в анапе отзывы».

<http://www.kurorttorg.ru/resort62.html> по запросу «отдых в ялте отзывы».

<http://www.timeout.ru/journal/feature/16400/> по запросу «лучшая пицца в москве отзывы»

<http://www.info-arch.ru/bodifleks-otzyvy-vrachej-protiv-mneniya-xudeyushhix/> по запросу «бодифлекс отзывы»

http://mobiguru.ru/phones/samsung/samsung_galaxy_s_2.html#model_feedback по запросу «самсунг галэкси отзыв»

<http://aviaforum.net/forum/4-655-1> - по запросу «отзывы о авианова»

<http://nissan.drom.ru/juke/> - по запросу «отзывы nissan juke»

<http://nadavi.com.ua/src/5/pioneer/src-39.php> по запросу по запросу «магнитолы пионер отзывы»

Если переход по вкладкам на карточке товара осуществляется без изменения URLa (то есть другую, лучшую страницу с отзывами добавить нельзя), то оцениваем имеющиеся отзывы, не обращая внимания на необходимость перехода.

Если часть отзывов содержится на основной каталожной странице, а за остальными нужно идти на специализированную, то оценку ставим фактическому содержанию страницы.

Пример: http://mob.ua/phone/nokia/nokia_2700_classic.html На основной странице 5 структурированных отзывов, поэтому странице можно ставить **РЕЛ+**, хотя и существует страница http://mob.ua/phone/nokia/nokia_2700_classic/comments.html

РЕЛ- ставится, когда на странице:

- Есть 1-2 развернутых отзыва, либо несколько коротких отзывов (по одному предложению).
- Есть отзывы, но нет возможности комментировать/добавить свой отзыв (т.е. эти отзывы скопированы откуда-либо или присланы администратору сайта на имейл - т.е. прошли некую цензуру и отбор, и мы уже не можем им полностью доверять. К сайтам, на которых оставлять отзывы могут только зарегистрированные, это не относится).
- Отзывы «мусорные», неадекватные. Страница не модерируется.
- Предмет отзывов не совсем тот. Например, запрос «лучшая пицца в москве отзывы», на странице 10 отзывов, но только об одной пиццерии (суженный класс запроса).
- Нет отзывов, но перед нами каталожная карточка с несколькими вкладками, отзывы находятся на соседней вкладке, куда можно перейти по клику.

Пример http://mobiguru.ru/phones/nokia/nokia_n97.html Лучшие URLы:

http://mobiguru.ru/phones/nokia/nokia_n97.html#model_comments

http://mobiguru.ru/phones/nokia/nokia_n97.html#model_feedback

Это исключение из правила о кликах относится _только_ к отзывам, _только_ к каталожным карточкам и похожим схемам размещения информации. Рандомная страница со ссылкой на отзывы - **НЕРЕЛ** по общим правилам.

- Отзывы явно проплаченные или сочинённые сотрудниками компании. В таких случаях на странице обычно нет формы добавления отзыва. Пример <http://eurocosmetic.ru/o-dermacol>
- Отзывы об услугах или о фирме старше двух лет.

Ещё примеры:

<http://www.geopizza.ru/otzyvy> по запросу «лучшая пицца в москве отзывы»

<http://softarchive.ru/item/comment/23325-nod32-antivirus.html> по запросу «антивирус nod32 отзывы»

<http://www.notik.ru/goods/11234.htm#tab2> по запросу «нетбук asus 1215 отзывы»

<http://nadavi.com.ua/rev/pioneer/7891/rev-39.php> по запросу «пионер 7891 отзывы»

НЕРЕЛЕВАНТНЫЙ ставится, когда отзывов нет, даже если есть форма их добавления.

Примеры: <http://www.toropizza.ru/> - по запросу «лучшая пицца в москве отзывы»

http://hudoi.ru/bodi/bodi_otziv/ - по запросу «бодифлекс отзывы»

http://mobiguru.ru/notebooks/asus/asus_eee_pc_1215p.html - по запросу «asus eee pc 1215p отзывы»

<http://nissan.110km.ru/juke.html> - по запросу «отзывы nissan juke»

<http://modnaca.ru/kosmetika/110-grs-kosmetika-otzyvy.html> - по запросу «grs косметика отзывы»

Актуальность отзывов

Отзывы о конкретных товарах не устаревают, т.к. товары обычно не меняются со временем. То же справедливо, конечно, и для отзывов о культурных событиях.

Для товарных категорий отзывы устаревают, т.к. выходят новые товары.

Отзывы об услугах (кафе, отелях и т.п.) могут устареть. Например, звёздность отеля меняется с годами, а менеджер ресторана может отреагировать на сигнал и уволить хамящую официантку.

Внимание:

период устаревания таких отзывов мы считаем равным **двум годам**. То есть по шкале актуальности в любом случае нужно ставить "никогда". Если отзывы об услугах на странице все - старше двух лет, то её оценка понижается до **РЕЛ-**.

Отзывы о фирмах и предприятиях оцениваем так же, как отзывы об услугах.

Локализуемость

(Релевантность)

Локализуемый запрос – это запрос, ответ на который зависит от региона пользователя. При этом регион, указанный непосредственно в запросе, имеет преимущество перед регионом, указанным в интерфейсе. Обычно локализуемые запросы – это запросы о товарах, услугах, организациях, погоде, вакансиях, автомобильные запросы, и это не исчерпывающий список. Оценка некоторых из этих запросов подробно описана в соответствующих инструкциях.

Запросы могут быть локализуемы по городу (когда нужен ответ именно из конкретного города), или по стране – например, запросы про праздники (некоторые), запросы про размер штрафов и так далее.

Ко второму случаю относится и правило о региональных доменах у фирм, которые имеют множество сайтов на разных национальных доменах, причем сайт на том или ином домене предназначен именно для соответствующего домену региона. Повторимся, что в таком случае ориентироваться нужно именно на домен, а не на язык страницы, и оценивать, исходя из правила локализуемости, а не из правила о языках.

Таки образом, для запросов на русском/национальном языках Витальна только страница для региона запроса; для запросов латиницей или на английском Витальна еще и глобальная страница. При этом не путайте глобальный англоязычный сайт с региональными англоязычными, например, для Великобритании или для Австралии.

Кроме того, не забывайте учитывать региональные особенности разных стран.

Примеры:

[карты google] (Нижний Новгород)

<http://maps.google.com/> - **РЕЛ-**, запрос из России, а страница - для США (на карте сразу показаны Штаты).

<http://maps.google.ru/> - Вит, официальный сайт для России. И показывается сразу Россия :)

[Truck Simulator] (Санкт-Петербург), <http://truckpol.republika.pl/> - Пол. Несмотря на то, что pl - это домен для Польши, сам сайт на английском, и под страну домена не заточен. Сам по себе удобный, аккуратный, тему раскрывает хорошо, поэтому Пол, а не **РЕЛ+** .

[работа во всеволожске] (Санкт-Петербург), <http://vsevolozhsk.superjob.ru/> - Пол, хороший сайт по теме, много вакансий, они удобно структурированы. Несмотря на то, что сам запрос был задан пользователем из Питера, человек явно указал, что хочет вакансии во Всеволожске.

[МТС Питер] (Москва)

<http://www.spb.mts.ru/> - Вит, официальный сайт нужного оператора в указанном пользователем городе.

<http://www.spb.mts.ru/help/mts/?tab=shop> - Вит, по подобным запросам страница с контактами витальна тоже (подробнее в инструкции об организациях).

[iconia tab a100] (Нижний Новгород)

<http://www.computermarket.ru/main/catalog/catid/1205586.aspx> - **РЕЛ-**, это магазин из Москвы, а не из Нижнего Новгорода, косвенно он на запрос отвечает (модель правильная, и на худой конец, доставка до Нижнего Новгорода на сайте есть), но хорошим ответом не является.

http://www.cenam.net/products/kompyutery_noutbuki_monitory/planshety/20_21546_acer_xe_hbren_015.html - **РЕЛ+** , региональный нижегородский магазин, как раз то, что нужно.

<http://www.ixbt.com/portopc/acer-iconia-tab-a100.shtml> - **РЕЛ+** , хороший развернутый обзор по нужной модели, это нелокализуемая информация на "общем" (не коммерческом) сайте.

[президент] (Самара)

http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9_%D0%A4%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8 - **РЕЛ+** , страница полностью отвечает на запрос.

http://otherreferats.allbest.ru/law/00004712_0.html - **РЕЛ-**, страница, конечно, про президента, но вот только про украинского, а запрос при этом из России. Не **НЕРЕЛ**, потому что в принципе соответствует запросу и может быть в какой-то мере нужна (люди могут хотеть почитать что-то про украинского президента).

[пенсии] (Санкт-Петербург)

<http://ria.ru/pension/> - Пол, большой, подробный, актуальный и авторитетный раздел по запросу.

<http://www.segodnya.ua/useful/money/14300376.html> - **НЕРЕЛ**. Ответ для другого региона. Поскольку (в отличие от предыдущего) запрос практический и прикладной, даже **РЕЛ-** уже слишком высоко.

[погода] (Владивосток)

<http://www.gismeteo.ru/city/daily/4877/> - **РЕЛ+**, именно то, что пользователю нужно.

<http://www.gismeteo.ru/city/daily/3989/> - **НЕРЕЛ**, погода для другого города, пользователю из Владивостока не будет полезна ни в коей мере.

[такси] (Санкт-Петербург)

http://www.taxiworld.ru/taxi_city/2/1/ - **РЕЛ+**, довольно большая подборка соответствующих организаций в нужном городе;

http://www.taxiworld.ru/taxi_city/1/1/ - **НЕРЕЛ**, подборка большая и хорошая - только не для того региона.

[работа бухгалтер] (Волжский), <http://volgograd.job.ru/accounting/?period=0&ja=1&rgnc=B285&wflds=801&wrkfld=798> - **РЕЛ+**. На странице

представлены соответствующие вакансии в Волгограде, а не в Волжском, но эти города являются спутниками; мы считаем их единым целым, и оценку не понижаем.

[nokia] (Москва), <http://www.nokia.com/au-en/> - **РЕЛ-**, английский язык не должен вводить в заблуждение: это австралийский, а не глобальный сайт (смотрим на URL и на языковой флажок справа внизу страницы).

Технические особенности страниц

(Релевантность)

Одинаковые страницы с разными URLами

Абсолютно одинаковые по содержанию страницы с разными URLами получают одинаковую оценку по релевантности

Примеры:

[phpMyAdmin]

http://www.phpmyadmin.net/home_page/index.php

http://www.phpmyadmin.net/home_page/

- обе страницы Витальны.

[mail ru]

<http://www.mail.ru/cgi-bin/splash>

<http://www.mail.ru/>

- тоже обе страницы Витальны.

Мобильные версии сайтов

Мобильные версии сайтов (wap, pda и прочие) оцениваются не выше **РЕЛ-**, если только из запроса не следует, что искали именно такую версию.

Примеры:
[мобимит], <http://www.mobimeet.com/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Пользователь изначально искал некий конкретный ресурс, который создан для мобильных телефонов.

[яндекс мобильная версия]
<http://m.yandex.ru/> - Вит, пользователь ясно указал, что хочет именно этот сайт;
<http://www.yandex.ru/> - **РЕЛ-**, а сайт для ПК отвечает на запрос лишь косвенно.

[одноклассники], <http://m.odnoklassniki.ru/> - **РЕЛ-**, мобильная версия сайта по запросу, который этого в явном виде не требует.

Прокрутка страницы

Если ответ на странице есть, но до него надо долго прокручивать страницу - оценка не понижается.

Аналогичные сервисы

(Релевантность)

Если в запросе явно указан ресурс, который ищут, то именно он будет Витальным. Остальные ресурсы, предоставляющие аналогичные сервисы, оцениваются не выше **РЕЛ-**. Исключение составляют ресурсы, которые каким-то образом связаны с указанным в запросе (например, у них очень похожие названия, и есть вероятность, что пользователь имел в виду их) - они получают оценку **РЕЛ+**.

Исключение: по запросу [одноклассники]/[odnoklassniki] (и только по этому запросу!) другие сервисы по поиску одноклассников получают оценку **РЕЛ+**, независимо от названия. Объясняется этот тем, что изначально слово "одноклассники" общее, и подразумевает поиск одноклассников вообще, а не только конкретный ресурс.

Примеры

[скачать mika love today с зайцев нет]
<http://zaycev.net/pages/10725/1072504.shtml> - Вит, искомая песня именно на том ресурсе, который нужен;
http://zaycevmр3.net/mp3_mika_love_today.html - **РЕЛ+**, нужная песня на ресурсе с похожим названием;
<http://prostopleer.com/tracks/5989NgpX> - **РЕЛ-**, нужная песня, но ресурс никак не связан с зайцами.

[автомалиновка]
<http://av.by/> - Вит, именно этот сайт и ищут;
<http://www.ao.by/> - **РЕЛ+**, та же тематика, в названии есть слово "автомалиновка";
<http://abz.by/> - **РЕЛ-**, тематика та же, но нет "автомалиновки" в названии.
<http://autobusiness.by/> - **РЕЛ-**, аналогично.

Колдунщики

(Релевантность)

Колдунщики - это такие специальные врезки, которые поисковые системы добавляют на свои страницы с результатами поиска, они представляют из себя ответы по вертикальному поиску, а именно поиск по специализированной информации. Например, поиск по картинкам или видео. Колдунщики бывают не только у Яндекса и Гугла, но и у любой поисковой системы, которая умеет искать как по вебу вообще, так и по отдельным видам информации. В работе чаще всего мы сталкиваемся с яндексовыми и гугловыми колдунщиками.

В оценке колдунщики выглядят как страницы с результатами поиска по разным вертикалям (картинки, видео, новости, карты, ...). Они оцениваются по общим правилам релевантности и никогда не бывают спамом. Оценка колдунщика всегда выглядит как оценка по релевантности + **не спам**.

Колдунщики

(Релевантность)

Что такое колдунщики?

Разработчики поисковых машин стремятся к тому, чтобы дать пользователям лучшие ответы на их запросы. Иногда таким ответом может оказаться число (например, погода в каком-нибудь городе), картинка (например, адрес на карте), перевод слова или четверостишие. Когда под рукой есть подходящий массив информации, ответ можно дать сразу. Поэтому Яндекс дополняет результаты поиска по интернету ответами от своих сервисов.

Искать дополнительные ответы на вопросы Яндекс впервые стал в 2000 году, подключив к поиску ленту новостей и базу товаров интернет-магазинов. Такой поиск получил название параллельный, а его результаты, которые появляются, как по волшебству, рядом с результатами поиска по вебу, назвали колдунщиком.

Колдунщики есть не только у Яндекса, но и у Гугла, и у любой поисковой системы, которая умеет искать как по вебу вообще, так и по отдельным видам информации.

Важно

: Оценки "спам" для колдунщиков быть не может.

Товарный запрос

(Релевантность)

Если запрос товарный, то важно обращать внимание не только на содержание страниц, но и на регионы магазинов и сайта производителя. Рассмотрим, для примера, запрос [нокиа n 86] (Томск). Запрос без уточнения, какого рода информация об этом телефоне требуется, поэтому релевантных ответов будет много.

Поскольку у товара есть производитель, страница с сайта производителя про этот телефон будет витальной:

<http://www.nokia.ru/products/phones/nokia-n86-8mp/specifications>

Non existent file: 79-tovarnyj-vit.png

Данная модель телефона больше не выпускается, поэтому на сайте производителя осталась только такая страница. Заглавная страница раздела о телефоне, который ещё выпускается, выглядит чуть иначе.

По общему запросу будут релевантны хорошие обзоры телефона:

<http://zoom.cnews.ru/publication/item/17880>

Non existent file: 80-tovarnyj-obzor.png

На этой странице представлен качественный обзор (много текста, иллюстрации), есть комментарии пользователей. Подобная страница заслуживает оценки **РЕЛ+**. Пример ещё одного хорошего развёрнутого обзора: <http://www.mobile-review.com/review/nokia-n86.shtml>.

По общим запросам магазины также могут быть релевантны.

http://www.sotmarket.ru/product/nokia_n86_8mp.html

Non existent file: 81-tovarnyj-magaz-minus.png

Здесь предлагается та самая модель телефона, однако регион магазина не совпадает с регионом запроса (пользователя). Надо проверить, как обстоят дела с доставкой в Томск. Во-первых, имеет смысл проверить наличие Томска в поле "ваш регион":

Non existent file: 82-tovarnyj-vybor-region.png

Список довольно большой, но Томска там нет. Надо посмотреть, что пишут в разделе "Доставка и оплата":

Non existent file: 83-tovarnyj-menju-dostavka.png

По ссылке попадаем на страницу, посвящённую доставке <http://www.sotmarket.ru/showparam/magaz-deliver.html>. Там про Томск ничего явно не прописано, но можно уточнить:

Non existent file: 84-dostavka-gorod.png

Видно, что доставка в регион пользователя есть и она платная:

Non existent file: 85-tovarnyj-dostavka-platnaja.png

Таким образом, карточка товара (URL из задания) заслуживает оценки **РЕЛ-**, поскольку магазин находится за пределами региона пользователя и есть платная доставка. Положительная оценка будет только у магазина из региона пользователя (или из другого региона, в котором есть бесплатная доставка в нужный).

По товарным запросам иногда попадаетеся Яндекс.Маркет. Регион у него определяется как ваш, то есть чтобы понять, что же видел пользователь из Томска (в данном случае), надо поменять регион:

Non existent file: 86-tovarnyj-market.png

В Томске, оказывается, купить телефон не предлагают, но характеристики, фотографии, а главное, большая коллекция отзывов никуда не пропадают:

Non existent file: 87-market-tomsk.png

Таким образом, маркету тоже стоит поставить **РЕЛ+** .

Могут попасться страницы, содержащие только отзывы, например:

http://www.e-katalog.ru/opinion_ie.php?resolvedName=NOKIA-N86

Non existent file: 88-tovarnye-otzyvy.png

На этой странице представлена очень большая подборка отзывов пользователей (экранов десять), такая страница также заслуживает оценки **РЕЛ+** .

Товарные запросы

(Релевантность)

Что значит «товарные запросы»?

Товарным мы называем такой запрос, из которого понятно, что пользователь ищет либо продавца, либо собственно товар, либо услугу, сопутствующую товару (сравнение и выбор, постобслуживание).

В товарных запросах может появляться название

- товарной категории («сотовый телефон»)
- производителя товара («Vidia»)
- категории и производителя товара («телефоны Motorola»)
- модели товара («Cisco 7940»)
- магазина («Ашан», «Утконос»)

Товарные запросы бывают **общими** и **конкретизированными**.

Общий запрос – это запрос, который называет некий товар, но не уточняет потребность пользователя. Мы не знаем, что именно пользователь хочет сделать с товаром – посмотреть, купить или, скажем, отремонтировать. Например, «Alcatel OT525» – это общий запрос. В нём указана только модель товара. «Холодильники» или «холодильник Bosch» - тоже общие запросы.

Реже потребность пользователя (прагматика) указана в самом запросе. **Конкретизированные** запросы бывают трёх типов и могут подразумевать:

- выбор товара
- его покупку
- постобслуживание

Внимание

! Запросы автомобильной тематики, а также запросы, связанные с недвижимостью, туризмом, музыкой, книгами, видео, софтом (кроме драйверов и прошивок) мы не относим к товарным. Эти темы имеют ряд своих особенностей и заслуживают отдельного рассмотрения.

Как оценивать?

Общие запросы

Чтобы пользователь получил полный ответ на такой запрос, в выдаче должны быть хорошие ответы по всем вероятным прагматикам (выбор, покупка, постобслуживание). Страница, которая релевантна сразу для нескольких прагматик, заслуживает оценки **ПОЛЕЗНЫЙ**.

Табличка прагматик

По горизонтали – тип запроса, по вертикали – тип ответа. Табличка отвечает, есть/нужен такой ответ по такому запросу или нет.

Прагматика/Запрос	Товарная категория	Производитель	Категория+производитель	Модель товара	Магазин
ВИТАЛЬНЫЙ сайт\страница	нет	да	да	да	да
обзоры, сравнения, тесты	да	нет	да	да	нет
отзывы, мнения	да	нет	да	да	да
фотогалереи	да	да	да	да	нет
инструкции	да	нет	да	да	нет
драйверы, прошивки	нет	нет	нет	да	нет
торговые площадки	да	да	да	да	нет
интернет-магазины	да	да	да	да	нет
региональные магазины	да	да	да	да	нет
доска объявлений	да	да	да	да	нет
ремонт, сервис-центр	да	да	да	нет	нет
клубы, форумы, блоги	да	да	да	да	нет
новости	да	да	да	нет	да

Важно

! Доска частных объявлений может быть R+, только если по запросу ясно, что пользователь хочет приобрести/узнать цену на подержанные модели.

Тип запроса «магазин\сайт»

V – главная страница официального сайта магазина (или сайт из запроса)

R+ отзывы о магазине; актуальные новости (акции, скидки и т.п.);

Тип запроса «модель товара»

V – страницы модели 1) на официальном сайте производителя в регионе запроса и 2) если запрос задан латиницей, и если такой сайт имеется, то витальна также страница на общемировом официальном сайте производителя на английском языке.

U – страница товарно-информационного портала, на которой есть разнообразная информация о модели: характеристики, отзывы о модели, список магазинов, в которых можно ее приобрести с ценами (с учетом региона); клубы, форумы, блоги о модели

R+ обзоры, сравнения, тесты модели; отзывы пользователей; инструкции по использованию; **большие** фотогалереи (то есть пары картинок, обычно прилагающихся к магазинной карточке товара - недостаточно) на информационных ресурсах и магазинах в регионе; контент для модели от производителя (если есть); страница модели на сайте регионального магазина или онлайн-магазина с бесплатной доставкой в регион запроса

R- соседняя страница регионального магазина (нужно сделать клик, чтоб попасть на страницу нужной модели);

IR страничка модели (на странице только фото, характеристики и цена) на сайте интернет-магазина в другом регионе;

Примеры оценок запроса «NIKON D300» (Москва)

страница на сайте производителя	http://www.nikon.ru/product/ru_RU/products/broad/1436/overview.html	V
	http://imaging.nikon.com/products/imaging/lineup/digitalcamera/slr/d300/index.htm	V
страница товарно-информационного сайта	http://market.yandex.ru/model.xml?hid=91148&modelid=1556001&clid=502	U
страница модели на сайте магазина	http://www.mvideo.ru/products/11031897.html	R+
страница с обзором модели	http://www.foto-video.ru/news_detail.php?SID=185&ID=24247	R+
раздел сайта магазина (сильное расширение запроса)	http://www.fotik.com/catalog/usb-gadgets/Nikon	R-

Тип запроса: «производитель»

V – сайт производителя (с учетом региона и языка запроса). При запросе из России на русском языке («Нокия») витален только русский сайт

<http://www.nokia.ru/> При запросе из России на латинице («Nokia») витальны и <http://www.nokia.ru/> и общемировой англоязычный сайт

<http://www.nokia.com/>

U – раздел товарно-информационного портала, где представлены различные категории товаров производителя, с характеристиками разных моделей, фотографиями, отзывами, ценами на модели, возможностью сравнения; форумы, блоги, посвященные продукции производителя;

R+ новости производителя (по правилам оценки новостей); сайты фирм, предоставляющих услуги по ремонту, сервисному обслуживанию; разделы региональных магазинов (онлайн- и оффлайн); раздел товарно-информационного портала, где широко представлена одна из категории товаров производителя, с характеристиками разных моделей, фотографиями, отзывами, ценами на модели, возможностью сравнения; большие фотогалереи товаров на информационных ресурсах и магазинах в регионе.

R- визитная карточка магазина, предлагающего продукцию производителя в регионе запроса, магазины, в ассортименте которых продукция производителя представлена только одной категорией или малым числом моделей;

Примеры оценок запроса «LG» (Санкт-Петербург)

сайт производителя	http://www.lg.com/ru/index.jsp http://www.lg.com/common/index.jsp http://www.lg.com/global/index.jsp	V
официальный сайт телефонов LG	http://www.lg.com/ru/mobile-phones/index.jsp?countryCd=ru http://www.lg.com/global/products/mobile-phones/index.jsp	U
сайт сервисного центра	http://www.import-service.ru/	R+
новости производителя	http://torg.mail.ru/news/?date1=2009-05-16&date2=2009-05-26&vn_id=154	R+
раздел сайта магазина, где только кондиционеры LG	http://airs.ru/catalog/conditioners/producer-lg	R-

Тип запроса: «товарная категория»

V – нет.

U – тематические форумы, блоги, разделы товарно-информационных сайтов.

R+ тематические новости (по правилам оценки новостей); сайты фирм, предоставляющих услуги по обслуживанию товаров интересующей категории; разделы магазинов (с учетом региона магазина или региона бесплатной доставки для онлайн-магазина) с широким ассортиментом продукции данной категории (по производителям, моделям), обзорные статьи о разновидностях и моделях товаров категории и советы по выбору; большие фотогалереи на информационных ресурсах и магазинах в регионе.

R- региональные магазины, в которых продукция данной категории представлена малым количеством моделей или ограничена одним производителем.

IR – раздел на сайте интернет-магазина в другом регионе.

Примеры оценок запроса «холодильники» (Москва)

раздел товарно-информационного сайта	http://market.yandex.ru/catalogmodels.xml?CAT_ID=107500&hid=90594	U
раздел товарно-информационного сайта	http://market.yandex.ru/guru.xml?CMD=-RR=9,0,0,0-PF=1801946%2BEQ%2Bsel%2B1870803-VIS=20160-CAT_ID=107500-EXC=1-PG=10&hid=90594	R+
раздел сайта магазина	http://www.003.ru/list/600/1.html	R+
советы по выбору	http://www.tn220.ru/info/9.htm	R+
картиночн	http://www.google.ru/search?tbm=isch&hl=ru&source=hp&biw=1280&bih=808&q=%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%	R+

ый колдунщик	B4%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8&gbv=2&aq=f&aqi=g10&aql=&oq=	
главная страница магазина	http://www.eldorado.ru	R-
магазин в другом городе без условий доставки	http://www.uv.ru/index.php/trade/productlist/20/	IR
магазин в другой стране	http://a-trade.com.ua/shop/CID_156?gclid=CNfy2uXnk5sCFU8TzAodQiNAjg	IR

Тип запроса «категория+производитель»

V – соответствующий раздел на официальном сайте производителя (относительно запросов на латинице и кириллице действуют те же правила, что описаны выше).

U – тематические форумы, блоги; раздел товарно-информационного портала, где широко представлена данная категория товаров производителя, с характеристиками разных моделей, фотографиями, отзывами, ценами на модели, возможностью сравнения

R+ тематические новости (по правилам оценки новостей); сайты фирм, предоставляющих услуги по обслуживанию товаров интересующей категории; разделы магазинов (с учетом региона) с широким ассортиментом продукции данной категории (по производителям, моделям); большие фотогалереи на информационных ресурсах и магазинах в регионе.

R- региональные магазины, в которых данная продукция представлена малым количеством моделей

Примеры оценок запроса «холодильники LG» (Москва)

раздел на сайте производителя	http://www.lg.ru/md/product/prodcategorylist.do?leftMenu=true&actType=list&categoryId=0200000601&parentCategoryId=020000006&categoryLevel=3	V
раздел товарно-информационного сайта	http://market.yandex.ru/guru.xml?CMD=-RR=9,0,0,0-PF=1801946%2BEQ%2Bsel%2B1871499-VIS=20160-CAT_ID=107500-EXC=1-PG=10&hid=90594	U
раздел сайта магазина	http://www.003.ru/list/600/1.html?brand=LG	R+
раздел сайта магазина со всеми холодильниками (слишком)	http://www.003.ru/list/600/1.html	R-

сильное расширение запроса)		
сайт фирмы по ремонту	http://www.iceberg.ru/services/?action=showtable&id=343&parent=336	R+
форум	http://www.holodilnikinfo.ru/forum/f1-holodilniki-i-morozilniki/t6915-pomogite-sovetom-naschet-holodilnika-lg/?showtopic=6915	R+
частные объявления о продаже	http://www.avito.ru/catalog/bytovaya_tehnika-21/moskva-637640/params.48_163?name=lg	R-

Запросы, связанные с выбором товара

В таких запросах присутствуют слова: *обзор, сравнение, выбор, отзывы, форум, описание, характеристики, тестирование, тест, модели, каталог* и т.п. («модели Sony Ericsson», «iPhone форум», «выбор утюга»). Мы можем сделать вывод, что пользователю нужны развернутые описания моделей и/или информация об объективных (внешний вид, цена, функциональность) или субъективных (мнения пользователей, мнения экспертов) характеристиках товара\группы товаров.

V – витальной будет страница сайта производителя товара, если она содержит релевантный ответ. Например, по запросу «модели Sony Ericsson» будет витальной страница <http://www.sonyericsson.com/cws/products/mobilephones?lc=ru&cc=ru> (для России), но по запросу «форум Sony Ericsson» витальной страницы нет, т.к. на официальном сайте производителя нет релевантного ответа.

U – полезной может быть, например, страница\раздел товарно-информационного портала, содержащего большое количество разнообразной информации о товаре. Карточки моделей с описаниями технических характеристик и возможностью сравнить модели (если в запросе категория товаров или производитель); характеристики модели, отзывы о модели и список магазинов, в которых можно ее приобрести (если в запросе конкретная модель). R+ релевантными будут страницы фан-клубов, обзоры моделей, форумы, блоги (в зависимости от прагматики, указанной в запросе).

Запросы покупки

В таких запросах присутствуют слова: *купить, продажа, магазин, цена, стоимость, прайс, где купить, опт*, или названия городов («продать iPhone», «ASUS EeePC в Воронеже», «Nvidia цены»). Пользователь хочет найти площадку (онлайн- или оффлайн-магазин, доску объявлений) для покупки или продажи товара, или получить информацию о ценах на товар\группу товаров в магазинах.

Если в запросе есть слово «цена», его тоже нужно оценивать как запрос покупки (то есть, при отсутствии товара в продаже оценка понижается). Единственное отличие: по общим запросам и запросам со словом «купить» страницы, где цена не указана (например, предлагают выяснить ее по телефону), но товар есть – по-прежнему будут релевантны; а по запросам по словом «цена» - уже нет.

Важно

! Положительными будут оценки только при совпадении региона запроса (региона, указанного в самом запросе, а если его нет, то региона, откуда пришёл запрос) и региона площадки. Если покупатель может так или иначе самостоятельно получить товар в своём регионе (подъехать в магазин, забрать самовывозом), то оценка

магазину - **РЕЛ+**. То же, конечно, справедливо и для доставки - платной и бесплатной. Интернет-магазин в другом регионе с возможностью бесплатной доставки в регион запроса тоже **РЕЛ+**, а с платной доставкой - **РЕЛ-**. Если условия доставки в регион запроса не указаны вовсе, то оценка - **НЕРЕЛ**евантный.

V – страница модели на сайте магазина, если в запросе было указано название магазина. В других случаях витальной страницы нет.

U – полезным для таких запросов может быть (в зависимости от формулировки) страница товарно-информационного сайта; страница регионального магазина.

R+ страница\раздел магазина (онлайн или оффлайн). Также релевантна страница с актуальным по дате предложением\ассортиментом предложений продажи на доске объявлений, если из запроса ясно, что интересны предложения на б\у товар или объявление\объявления о покупке товара, если пользователь обозначил потребность «продать».

R- сайт частных объявлений при отсутствии указаний на то, что пользователь хочет приобрести/узнать цену на подержанные модели.

Запросы, связанные с постобслуживанием

Это запросы от людей, уже имеющих товар, и желающих найти:

Контент

В запросе присутствуют слова: *драйвер, прошивка, или названия файлов*. Пользователь ищет контент от производителя. Релевантным результатом будет скачивание искомого.

Даже если в запросе не было слова «бесплатно», сайты (страницы), предоставляющие бесплатный контент, получают оценку выше, чем предоставляющие платный.

V – витальной будет страница на сайте производителя, если с нее можно **БЕСПЛАТНО** скачать искомый контент, даже если на витальной странице выложена только пробная версия, trial-версия.

U – страница с которой есть прямая ссылка на скачивание искомого контента, и на сайте есть помимо искомого еще полезные файлы для данной модели.

R+ страница с которой есть прямая ссылка на скачивание искомого контента.

R- страница, скачать с которой можно, но за деньги.

Помощь

В запросе есть слова: *мануал, инструкция, код, схема, взломать, или описание проблемы* («коды к nokia 5300», «alcatel на экране type0»). Пользователь хочет найти инструкции или советы по решению тех или иных проблем, возникших в процессе эксплуатации товара.

V – искомая инструкция на официальном сайте производителя (для запроса кириллицей – на русском языке, для запроса латиницей – на русском и на английском).

U – страница сайта производителя с вопросами и ответами по интересующей проблеме; форум, если кроме запрашиваемой информации есть дополнительные полезные данные (ссылки на сайты официальных сервис-центров, описание моделей).

R+ отзывы, советы; тематические форумы, блоги, фан-клубы; страница товарно-информационного сайта, где есть обсуждение проблемы.

Услуги (услуги сервисных центров)

В запросе присутствуют слова: *ремонт, сервис-центр, гарантийные мастерские*, или *наименования услуг* (например, «аэрография телефона»). Ищут информацию об услугах, оказываемых различными фирмами по обслуживанию товара.

Важно

! Оценки будут положительными только при совпадении региона запроса (региона, указанного в самом запросе, а если его нет, то региона, откуда пришёл запрос) и региона обслуживания. На сайте должно быть указание, что нужную услугу можно получить в нужном регионе.

V – витальная страница может быть, если в запросе указан конкретный сервис-центр или мастерская.

R+ страница сайта производителя с сервисными центрами, доступными пользователю из данного региона; сайты специализированных фирм; разделы на форумах; разделы сайтов частных объявлений (с предложениями от специализированных фирм).

R- визитка специализированной фирмы в каталоге; частное объявление о предоставлении услуги.

Разные тонкости

Фотогалереи

В правилах оценки товарных сказано, что мы ставим **РЕЛ+** большим хорошим фотогалереям на информационных ресурсах и магазинах в регионе запроса. В какой момент фотогалерея становится "большой и хорошей"?

Трудно дать совершенно однозначный ответ, но можно выделить важные признаки. Они таковы:

- если нет настоящих фото, а есть только 3D-концепт товара, то такая галерея может получить **РЕЛ+** в исключительных случаях - если товар ещё не пошёл в производство и его фотографий просто не существует. Причина в том, что 3D-концепт и фотография реального товара сильно отличаются друг от друга.
- если галерея состоит из мелких фото (формата превью), которые нельзя увеличить - это плохая галерея.

Будьте внимательны: даже очень хорошая галерея на сайте магазина из другого региона получит отрицательную оценку.

Магазины

Если страница сайта магазина дает только коммерческий ответ на запрос и не содержит дополнительной познавательной информации (обзоров, отзывов, советов и т.п.), то положительно оцениваем только магазины в регионе запроса или с бесплатной доставкой в регион запроса. Обработывая запросы из России, учитывайте существование городов-близнецов (подробнее здесь: <http://wiki.evaluation.yandex-team.ru/Russia>).

Когда на сайте сказано о возможности платной доставки в регион и есть ее условия (в частности, стоимость) оценка R-, а когда условий доставки в регион вовсе нет IR.

Таким образом, магазин:

- в регионе запроса – R+

- в другом регионе, но предлагается бесплатная доставка в регион запроса – R+

- в другом регионе, доставка платная – R-

- в другом регионе, информации о доставке нет - IR

Это относится ко всем **локализуемым** товарным запросам.

Википедия

Статьи в Википедии оцениваются по контенту. Порой они являются полноценными обзорами товаров.

Исключение мы делаем для запросов типа "товарная категория" ("холодильники", "телевизоры"). По таким запросам статья из Википедии оценивается как **НЕРЕЛ**, редко как **РЕЛ**- (потому что пользователь, ищущий холодильник, крайне редко хочет почитать об истории и теории холодильников).

Динамические блоки

Если объект поиска расположен в динамическом блоке страницы, то оценка должна быть **НЕРЕЛ**евантный. Так как сегодня он есть на странице, завтра его уже нет.

Например, http://market.yandex.ru/catalogmodels.xml?CAT_ID=176217&hid=90564&text=%ef%fb%eb%e5%f1%ee%f1%fb&srnum=18177, поля «популярные модели» и «новинки» – динамические блоки.

Категория товара или категория+производитель

Если компания известна в основном благодаря производству одной категории товара, то прагматики будут идентичны прагматикам по запросам вида «категория+производитель». Например «nvidia» = «видеокарты nvidia»

О прокликах

В любом случае важно показывать пользователю именно ту страницу сайта, на которой изображен/описан объект поиска - «правильную» страницу сайта. Оценивать ее надо, исходя из релевантности запросу, а не по удаленности от полезного результата. Однако бывают страницы, которые, не содержа релевантной информации сами, выполняют навигационную функцию – т.е. с них можно перейти на несколько релевантных страниц. Такие навигационные страницы оцениваются положительно.

Как оценивать сайты на других языках?

Общие правила оценки описаны в инструкции по релевантности: [здесь](#) и [здесь](#)

Посмотрите на запрос: он задан кириллицей или латиницей? При русскоязычном запросе нам нужны только русскоязычные ответы, при запросе латиницей годятся ответы и по-русски, и по-английски (запрос латиницей русскоязычным не считаем, даже если название товара традиционно пишется только латиницей).

Витальной при русскоязычном запросе будет русскоязычная страница, при запросе латиницей или на английском – и страница с русскоязычного официального сайта, и страница с глобального англоязычного.

Внимание

! Не путайте глобальный сайт с региональными англоязычными (сайтами, например, для Великобритании или для Австралии). Официальные сайты для других стран оцениваются не выше **РЕЛ**-

В исключительных случаях (у товара нет ни русской, ни даже английской официальной страницы) может быть витальна официальная страница товара на другом языке.

Когда речь идёт не об официальных сайтах, а просто об информации, действуют похожие правила: при русскоязычном запросе релевантны только русскоязычные ответы, при запросе латиницей/по-английски одинаково хороши ответы и по-русски, и по-английски.

Для других языков и других стран (Украина, Беларусь, Казахстан, Молдова, Прибалтика) правила оценки такие же – только замените русский язык на ваш родной.

Для Украины, Беларуси, Казахстана: если запрос на русском языке, то при наличии официального сайта для своей страны, российские официальные сайты стоит оценить как полезные и релевантные+, если же официального сайта для своей страны нет – как витальные. Сайты, общие для СНГ, на русском языке, также стоит оценивать как витальные.

Локализуемые и нелокализуемые запросы

Если в запросе сразу указан нелокализуемый интент, любая страница с нужным ответом получит положительную оценку, вне зависимости от региона.

Например:

[размер гипсокартона кнауф]

[фото штор]

[отзывы Acer ASPIRE 5750]

- по любому из этих запросов регион страницы-ответа не важен.

При этом следует помнить, что по общим запросам такие информационные составляющие (размеры, советы, галереи и т.д.) будут релевантны только на регионезависимых сайтах или на сайтах из своего региона.

Например:

[гипсокартон кнауф]

[шторы]

[Acer ASPIRE 5750]

- во всех случаях важен регион ответа.

Запросы о лекарствах

Q. Ищут лекарство. Как оценивать?

A. Если в запросе не сказано прямо, что хотят купить (нет пометки "купить", "цена", "в таком-то городе"), то считаем, что ищут только информацию о лекарственном препарате. А если из запроса ясно, что пользователь хочет именно купить препарат, то оцениваем по такой схеме: **РЕЛ+** ответы из региона запроса, **РЕЛ-** предложения по стране (для того, чтобы пользователь мог приблизительно сориентироваться по ценам), другие страны – нерелевантны.

Видео-запросы

(Релевантность)

Рассмотрим запросы, по которым страница с возможностью скачать и/или посмотреть видео является необходимой или уместной.

Оглавление документа

1. Запросы с явно обозначенной прагматикой "скачать"

2. Запросы с явно обозначенной прагматикой "смотреть"

3. Общие запросы (с необозначенной прагматикой)

3.1. Фильмы

3.1.1. Особенности оценки серий и сезонов фильмов и сериалов

3.2. Музыкальное произведение\Исполнитель

3.3. Другие случаи уместности видеороликов

4. Общие моменты

4.1. Язык

4.2. Переозвучки, переделки, шутки

4.3. Платный контент

4.4. Любительские съемки

4.5. Официальный сайт

Запросы с явно обозначенной прагматикой "скачать"

Оценки R+ заслуживает страница с которой есть

- активная ссылка на скачивание интересующего медиаконтента

- активная ссылка на страницу файлообменника, где после клика на "скачать" или ввода капчи возможно скачивание

Если для попадания с найденной страницы на страницу скачивания надо делать очевидные переходы (например, кликнуть по ссылке, ввести капчу и т.п.), не требующие регистрации или оплаты, то такие переходы прощаются (т.е. оценки за клики не снижаются).

За что нужно снижать оценку?

- ссылки не активные, т.е. для перехода по ним нужно их скопировать в адресную строку браузера, оценку стоит снизить до **R-**

- файл разбит на множество частей и нет возможности скачать одним файлом - **R-**

[скачать National Geographic - Суперкошки] <http://torrents.ru/forum/viewtopic.php?t=366602> **R-**

- скачивание доступно только после регистрации на сайте

[скачать фильм Гарри Поттер и принц полукровка] <http://i-kino.com/home/films/1822923.html> **R-**

- дополнительные клики (кроме очевидных).

Например по запросу [скачать рок-волна] страница с таким содержанием **R-**

Рок-волна (2009) DVDRip

Категория: [Фильмы](#), [Мелодрамы](#), [Комедии](#), [Драмы](#)



«Мы лишим девственности ваши ушки!»

Информация о фильме

Название: Рок-волна

Оригинальное название: The Boat That Rocked

Год выхода: 2009

Жанр: комедия, мелодрама, драма, музыка

Режиссер: Ричард Кёртис

В ролях: Риз Дэрби, Ник Фрост, Билл Найи, Филип Сеймур Хоффман, Том Старридж, Кеннет Брэна, Крис О`Дауд, Кэтерин Паркинсон, Талула Райли

если кликнуть "подробнее" попадем на **R+** <http://megalife.com.ua/films/25378-rok-volna-the-boat-that-rocked-2009-camrip.html>

- подозрительно малый объем файла. Например, если в запросе фильм, а мы видим объем ролика 50-100 МБ - скорее всего это трейлер или отрывок из фильма, который не является релевантным ответом и не заслуживает положительной оценки.

Запросы с явно обозначенной прагматикой "смотреть"

Положительной оценки заслуживает страница на которой можно посмотреть видео из запроса.

Если пользователь хочет посмотреть видео без рекламы и явно указал это в запросе, то это относится к рекламе в самом ролике (имеется в виду любая реклама, которая периодически появляется в ролике).

За что нужно снижать оценку?

- низкое качество видеоролика. Если качество заметно мешает восприятию ролика.

Например, когда изображение сильно размыто или перегружено техническими помехами. Также возможны случаи, когда звук является важной составляющей видеоролика (напр., фильмов, музыкальных клипов, либо интервью, диалогов и т.п.) и разборчивость речи затруднена, либо присутствуют сильные шумы. В случаях, когда звук не является важной составляющей ролика (например, музыка тапера в сцене из немого кино), качество звука не влияет на оценку.

- время видеоролика обозначенное в окошке плеера явно меньше, чем может быть у полной версии искомого видео. Например выпуск новостей не может длиться 2 минуты, а видеоклип 50 секунд.

Общие запросы (с необозначенной прагматикой)

Фильмы

В запросе только название фильма

Что оцениваем положительно?

V будет официальный сайт фильма

U будут страницы кинопорталов с разнообразной информацией о фильме: краткая аннотация, рецензии, трейлеры, отзывы, обои и постеры. интересные факты о фильме. Например страница <http://www.kinopoisk.ru/level/1/film/9691/> будет **U** по запросу [Бесславные ублюдки]

R+ будут страницы с возможностью посмотреть или скачать фильм. Если же есть еще дополнительная информация, например рецензия, интересные факты о фильме или отзывы, то стоит повысить оценку до **U**. Также оценки **R+** заслуживает страница с содержательной рецензией на фильм. **Отрывки** из фильма, а также **трейлеры R-**. Исключение – промо-ролик еще не вышедшего в свет фильма.

!

Краткую информацию о фильме (указан жанр, актеры в главных ролях, дата выхода на экраны и краткое содержание), оцениваем **R-**

!

Саундтрек к фильму почти всегда получает оценку **R-**. Если вы считаете, что в каком-то случае это не так, пожалуйста, свяжитесь со своим администратором.

Например, [Андерсонвиль] <http://www.film.ru/afisha/movie.asp?vg=968> **R-**, а страничка того же сайта <http://www.film.ru/afisha/movie.asp?code=ARTHU> **R+** по запросу [Артур и минипуты]

Особенности оценки серий и сезонов фильмов и сериалов

Если фильм имеет несколько частей, а в запросе не указано какую именно часть хочется посмотреть, то **R+** будет любая из его частей. Например, [смотреть Гарри Поттер] - любой из фильмов о Гарри Поттере будет **R+**. Если же можно посмотреть все фильмы о Гарри Поттере, то оценка **U**.

Если в линейке есть релиз, явно известный более всех остальных, то его можно оценивать выше, чем остальные фильмы линейки, а именно **U**. Например [Супермен] - возможность скачать оscarоносный фильм 78г. заслуживает оценки **U**, другие фильмы о супермене - **R+**

Сериалы

"Хабами" назовем страницы, ссылки с которых ведут на списки сезонов и/или серий по сезонам.

При запросе [название сериала с указанием сезона] необходимо выделить 2 случая:

1. Оценка старого сезона (т.е. сезона, который отснят полностью): для положительной оценки на странице должно быть выложено больше половины серий;
2. Оценка сезона, который находится в процессе съемок: для положительной оценки на странице должны быть все отснятые на данный момент серии (подразумевается, что пользователя интересуют последние серии). Таким страницам стоит поставить срок устаревания 3 месяца с целью убедиться, что контент обновляется.

Рассмотрим как оценивать страницы в зависимости от удаленность по кликам от страницы, на которой сериал можно посмотреть или скачать.

Поиск по названию сериала [доктор хаус смотреть]

страница	оценка	пример
«хаб» сериала	U	http://vepizode.net/doktor-xaus/
страница любого сезона	R+	http://cinemaserial.ru/publ/2-1-0-14
страницы серий с возможностью перейти к другим сериям и сезонам	R+	http://doktorhaus.ru/doktor-haus-4-sezon-online/smotret-4-sezon-onlajn-9-seriya-the-games-igry
страницы одной серии или нескольких серий сезона	R-	http://play.ukr.net/videos/show/key/a424cca73d96cf0d929211a6bbd77053

Поиск по названию сериала с указанием сезона, например [доктор хаус сезон 4 смотреть], [доктор хаус сезон 4 скачать]:

«хаб» сериала	R+	http://housemdtv.ru/house-online
страница 4-го сезона	R+	http://megalife.com.ua/films/21427-doktor-khaus-house-m.d.-sezon-4.html
страница 4-го сезона	R+	http://cinemaserial.ru/publ/2-1-0-16
страница 4-го сезона с возможностью перехода на другие сезоны	U	http://serial-house.ru/category/smotret-housemd-online/seazon-4-online
страница с одной серией 4-го сезона	R-	http://play.ukr.net/videos/show/key/9343ff767da7ed830baf36791c60dca6
страница одной серии 4-го сезона с очевидной возможностью перейти на другие серии	R+	http://kinosmotr.com/232-doktor-xaus-house-md-4-sezon-1-16-serii.html
другой сезон	IR	http://video.i.ua/user/1030424/19201/91971

Поиск по названию сериала с указанием сезона и серии, например [доктор хаус сезон 2 серия 5] :

«хаб» сериала	R-	http://doktorhaus.ru
страница с 5-й серией сезона с возможностью просмотра на ней и других серий сезона	U	http://serial-house.ru/category/smotret-housemd-online/5-sezon-housemd-online-video/page/8
страница 5-й серии 2-го сезона	R+	http://fileshare.in.ua/1831543

страница 5-й серии 2-го сезона, если очевидно, как перейти на другие серии	U	http://housemdtv.ru/2x05-daddy%E2%90%99s-boy#online
страница с другой серией или сезоном	IR	http://repka.tv/video/53405

Музыкальное произведение\Исполнитель

В запросе музыкальное произведение

Положительной оценки заслуживают страницы с возможностью прослушать или скачать mp3, возможность посмотреть или скачать клип, его текст

В запросе исполнитель

V - официальный сайт исполнителя, его личный блог

U - фан-сайты, блоги, форумы, сообщества фанатов

R+ - возможность скачать или послушать mp3, посмотреть или скачать клипы, подборка новостей, галерея фотографий, интервью (текст или видео), тексты произведений

Тонкости оценки:

Q: если есть запрос на "скачать", и при нажатии ссылки трек начинает проигрываться, а не скачивается, как это следует оценивать?

A: Если трек можно скачать с помощью правой кнопки мыши и пункта "сохранить как", то это **PEJI+**

Другие случаи уместности видеороликов

Если в запросе телепередача, то ролики с ее выпусками **R+\U**

Если в запросе некое событие, то **R+** может быть его видеозапись либо новостной сюжет о нем

Если в запросе жанр либо тематика (запрос [приколы]), то подборка тематических роликов будет **R+**

Если в запросе имя известного человека, то видео его творчества, а также интервью с ним и другие видео с его участием будут **R+**

При наличие на странице и релевантного текста и видео (возможности скачать или смотреть), в общем случае, оценку стоит повысить до **U**

Общие моменты

Язык

Если содержание ролика подразумевает восприятие речи пользователем (песни, клипы, интервью, новости, фильмы и т.п.), то положительную оценку будет иметь только видео на языке запроса. Запросы разделяем на англоязычные и запросы латиницей также, как и в обычной оценке релевантности.

Подсказкой может служить тег "английский", который можно видеть для англоязычных запросов в раскрывающемся поле с аннотацией.

Если смысл речи не так важен (видео очевидцев, незначащие комментарии, ахи-охи-вздохи-возгласы и пр.), то язык значения не имеет.

Считаем, что если русскоязычный пользователь вводит на английском запрос, имеющий русскоязычный аналог – значит в этом есть какой-то дополнительный смысл. Например, по запросу [Scorpions] пользователь хочет не видео скорпионов в пустыне, группу Scorpions, по запросу [The Doors] рок-группу, а не межкомнатные двери.

Q. Как оценивать фильмы на иностранном языке, если запрос задан по-русски?

А. Видео на английском языке без перевода будет **РЕЛ-**, на немецком, итальянском и др. языках – **НЕРЕЛ**. Для ассессоров из Украины, Беларуси, Казахстана также **РЕЛ+** видео на национальном языке (с переводом на национальный язык).

Переозвучки, переделки, шутки

В случаях, когда звуковой ряд полностью заменен на иной («переозвучка» эпизодов из фильмов) – оценка снижается, если в запросе специально не указано, что именно это и нужно.

Например, по запросам:

[переозвучка Матрица] – фильм Матрица будет **IR**, его переозвучка ребятами из КВН – **R+**

[Матрица] – сам фильм будет **R+**, его переозвучка – **R-**

[Звездные войны гоблин] – ищут фильм «в переводе Гоблина», соответственно именно он будет **R+**, обычный фильм – **IR**.

Переделки саркастического и оскорбительного характера, хотя они могут содержать образ искомого предмета – «нерелевантны», если из запроса явно не следует, что искали видеоролик именно этого типа.

Шутки и приколы по запросам, которые не подразумевают такого интента, оцениваются не выше **РЕЛ-**.

Платный контент

Если просмотр или скачивание ролика предоставляется только на платной основе, оценка будет отрицательной. Кроме случаев, когда пользователь явно указал в запросе готовность заплатить

Например, [скачать Терминатор 4] http://www.kinokachestvo.com/films/terminator_4.html **IR**

Любительские съемки

По явно новостным или познавательным запросам ([открытие олимпиады в Пекине] или [запуск коллайдера], [документальные фильмы]) положительной оценки заслуживают только профессионально снятые или смонтированные видео, любительские же заслуживают оценки **R-IR** (например ролик [шестой Б играет в запуск андронного коллайдера]).

По запросам на конкретные фильмы, клипы и другой явно профессиональный контент – любительское видео будет **IR**

В остальных случаях непрофессиональность съемки значения не имеет. Если запрос нельзя четко классифицировать, данный фактор не учитываем.

Если разницу отличить нельзя (что означает хорошее качество работы) – то считаем видео профессиональным.

Официальный сайт

По запросам с обозначенной прагматикой скачать или посмотреть официальный сайт фильма скорее всего будет **R-**, т.к. посмотреть или скачать фильм целиком там невозможно.

Работа

(Релевантность)

Можно выделить несколько основных типов запросов про работу:

1. Общие - работа, ищу работу, поиск работы, найти работу
2. Гео - работа в Москве, работа в нижнем новгороде
3. Специальности, разделы - вакансии водитель.
4. Работа в конкретной организации
5. Тип работы (работа для студентов, работа на дому)
6. Конкретные вакансии, узкая специализация

В целом, принципы оценки запросов этого типа вписываются в общие правила релевантности, но надо не забывать о некоторых особенностях:

1) Локализуемость:

• Для запроса из областного центра:

РЕЛ+ - предложения только в данном городе (например, для запроса из Москвы – только московские вакансии релевантны);

Релевантны–вакансии в пределах области ;

Остальные – нерелевантны;

• Для запроса из областного города:

РЕЛ+ - как предложения из данного города, так и из областного центра;

РЕЛ- - предложения из других городов данной области;

Остальные – нерелевантны.

2) Актуальность:

Некоторые вакансии, такие как кассир в Пятёрочке, могут не устаревать годами - текучка. Но дата обновления на нормальных сайтах для любой вакансии должна быть не более месяца. Т.е. если дата создания старая, а даты обновления нет – объявление нерелевантно. Если дата обновления есть, и она не старше месяца, то можно считать что вакансия актуальна.

3) Специфика Один-Много:

Вот моменты, которые заимствованы из Один-Много:

• Одиночные предложения всегда оцениваются не выше чем **РЕЛ-**

• Если в списке объявлений встречаются вперемешку релевантные и **НЕРЕЛ** (по региону, актуальности, тематике), для положительной оценки релевантных предложений должно быть больше половины

НО

• Если по общему запросу вы встречаете подборку вакансий по предприятию или специальности, это никогда не заслуживает выше, чем **РЕЛ-**

• Если по общему запросу попадают более крупные категории (например, <http://volgograd.job.ru/office/> по запросу «работа» (Волгоград)), их нужно

оценивать в соответствии со здравым смыслом: популярные категории получают **РЕЛ+**, а непопулярные – **РЕЛ-** (например, <http://volgograd.job.ru/design/> по тому же запросу)

4) **РЕЛ+** или **ПОЛЕЗНЫЙ?**

Для оценки **РЕЛ+** достаточно, чтобы страница удовлетворяла перечисленным выше условиям: количеству релевантных вакансий, региону, актуальности. Однако, если база вакансий плохо структурирована, в ней трудно ориентироваться, то оценивать её выше **РЕЛ+** не стоит. Полезным можно назвать такой ресурс, где набор релевантных вакансий не только обширный, но и удобный к использованию (есть фильтры, сортировка и тп). Вакансии могут быть отсортированы по фирме (если запрос достаточно широк, что релевантны вакансии разных фирм), по ЗП, по региону, по типу работы и тд.

Например:

по запросу [Поиск работы] региональный поддомен портала <http://hh.ru/> можно оценить как **ПОЛЕЗНЫЙ**;

по запросу [Работа для студентов] можно оценить как Полезную страницу <http://www.job.ru/students>, так как даёт большой список вакансий, который можно фильтровать (справа «фильтры результатов»).

Но по запросу [Работа в фирме АйТи] из Москвы страница <http://www.superjob.ru/clients/52018/ajti-informacionnye-tehnologii/> не дотягивает до Полезной, так как здесь релевантная информация перемешана с нерелевантной (не совпадающей по региону).

5) **ВИТАЛЬНЫЙ**

При запросах о работе в конкретной фирме раздел с вакансиями на официальном сайте данной фирмы будет витальным.

Например: по запросу [работа в Газпром Банке] страница <http://www.gazprombank.ru/vacancy/list/> будет Витальна.

По более общим запросам ([ищу работу], [работа для студентов] и тп) витальных страниц не будет.

6) **Сужение/Обобщение**

Страницам, дающим слишком общий или слишком узкий ответ на запрос, стоит понижать оценку.

Например: по запросу [ищу работу] региональный поддомен портала <http://hh.ru/> можно назвать Полезным, но по более узкому запросу [работа программист] он заслуживает оценки **РЕЛ-**, так как слишком расширяет область поиска. В то же время, тематический раздел с вакансиями только программистов <http://www.rabota.ru/vacancy/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B8%D1%81%D1%82/> по широкому запросу [ищу работу] будет Релевантным-.

7) **Морды больших порталов по общим запросам**

- Если на портале отсутствует достойная подборка вакансий по запросу в нужном регионе, он всегда оценивается отрицательно
- Большинство крупных порталов с вакансиями содержат предложения для разных регионов. Положительной оценки заслуживает только раздел, соответствующий региону запроса (это может быть домен второго уровня, раздел сайта, либо глобальный URL, но когда регион определяется автоматически). В каждом случае нужно понимать, какому региону соответствует оцениваемая страничка и ставить оценку, учитывая его

ВАЖНО: Чтобы верно оценивать редиректы на поддомен, привязанный к региону (вашему/запроса/третьему), нужно перед началом работы с заданием почистить куки, и затем повторять процесс перед оценкой каждой новой страницы того же сайта.

- Помимо морды, предлагающей, как правило, не только поиск работы, на многих сайтах обычно есть более узконаправленные страницы (например, <http://volgograd.superjob.ru/vacancy/search/>, регион - Волгоград). Это не должно являться поводом для снижения оценки морде
- Что касается методов навигации на сайтах, которые нас устраивают, ограничений нет. Это может быть подборка по тэгам, либо незаполненная (напоминаю, что в этом параграфе рассматриваются общие запросы) плашка поиска, либо другие способы, дающие на выходе искомую информацию. Проверяйте лишь, что её действительно можно получить: нужный регион, если он не выбран до сих пор, доступен для поиска; если же был выбран – градация должна сохраняться

Тонкости оценки:

Q: надо ли снижать оценкам сайтам, которые не показывают всех контактов работодателей и требуют регистрации, чтобы подать заявку/ "apply job"? (запрос "myrtle beach jobs") <http://regionalhelpwanted.com/myrtle-beach-jobs/>
http://www.snagajob.com/jobs/South_Carolina/Myrtle_Beach_jobs.html

A: нет не нужно, схема откликнуться на вакансию, или ответить на вакансию резюме — очень распространена

Социальные сети

(Релевантность)

[Назад к инструкции по релеванности](#)

Тонкости оценки запросов [однокурсники], [в контакте]

Оценки проставляются независимо от региона запроса.

По запросам [Вконтакте], [вконтакте регистрация], [в контакте вход]:

- страница <http://vk.com/> и ее зеркала являются витальными;

- юзер (группа) <http://vk.com/club4923053> и мобильная версия сайта <http://m.vk.com> получают оценку **РЕЛ-** и не спам.

- единственное исключение из предыдущего: юзер Дуров, он же создатель сайта <http://vk.com/id1> получает **РЕЛ+** (за то, что он создатель объекта поиска и за то, что на его страничке постоянно появляются разные полезные новости о сайте). Аналогично, по навигационным запросам про фейсбук страничка Марка Цукерберга будет **РЕЛ+**, в отличие от прочих пользователей.

Примечания:

Сайт социальной сети [в контакте] является мультирегиональным, т.е. не зависимо от региона запроса, страницы будут идентичны.

Приравниваются следующие запросы [Вконтакте] = [вконтакте добро пожаловать] = [в контакте моя страница].

По запросу [вконтакте] и [вконтакте вход] URLы <http://vk.com/login.php?m=1> и <http://vk.com/login.php?r=1> оцениваем как **РЕЛ+**. Выглядят несколько иначе, чем витальная страница, хоть и ведут себя правильно (когда их открывает залогиненный пользователь, он видит свою страницу).

Страницы типа <http://vk.com/login.php?email=lor.anon> оцениваем **РЕЛ-**. Считаем это страницей отдельного пользователя.

[ОДНОКЛАССНИКИ]

Тонкости по этому запросу закончились, все региональные домены редиректят на odnoklassniki.ru.

Примечания:

По запросам [ОДНОКЛАССНИКИ моя страница] = [ОДНОКЛАССНИКИ авторизация] витальной будет морда сайта.

По запросам [ОДНОКЛАССНИКИ регистрация] = [ОДНОКЛАССНИКИ зарегистрироваться] витальной будет страница регистрации:

<http://odnoklassniki.ru/dk?st.cmd=anonymRegistrationEdit&tkn=8947> (финальные цифры могут меняться).

По запросам "одноклассники", "одноклассники моя страница" URLы типа <http://www.odnoklassniki.ru/dk?st.cmd=userMain&tkn=3272> следует оценивать Пол. Такая оценка ставится потому что В «Одноклассниках» нет постоянного адреса пользователя. Для залогиненных пользователей этот URL откроется как «моя страница», для не залогиненных — как страница авторизации (не похожая на морду).

Также в оценке запросов про Одноклассников может попасться мобильная версия сайта <http://m.odnoklassniki.ru/> - ее стоит оценить как **РЕЛ-**, если, конечно, в запросе не сказано что искали именно ее.

Как оценивать тематический контент

Тематический контент, посвящённый ведущим социальным сетям, состоит, главным образом, из следующих элементов:

- официальная информация: данные о владельцах, истории компаний, новостные ленты и т.п. Подробные данные, полная история - **РЕЛ+**. Одиночные новости и новостные ленты оцениваем по общим правилам. Если страница другого типа, так же важно проверить её актуальность (например, последние данные могут относиться к прошлому году: это **РЕЛ-**).
- анонимайзеры, "секреты", программы для работы в соцсетях и пр. Бесплатные хорошие анонимайзеры **РЕЛ+**. При оценке "секретов" обязательно следует помнить про "Один-много" и следить за актуальностью, часто старые "секреты" уже не функционируют. Официальные сайты популярных программ (например, Агент Вконтакте) **РЕЛ+**, в остальных случаях для программ действует "Один-много".

Важно:

всё вышеизложенное справедливо для запросов, заданных в любой форме. То есть разница между запросами "вконтакте", "вконтакте вход", "вконтакте регистрация" и т.п. значима только для оценок страниц на сайте самого Вконтакта.

- фильм "Одноклассники" оцениваем как **РЕЛ-**.

Для соцсетей справедливы правила оценки аналогичных сервисов без всяких исключений.

Сотовые телефоны

(Релевантность)

Помимо товарных запросов на тему мобильных телефонов, к этой группе относятся также и все прочие запросы, касающиеся мобильной тематики. В частности, развлекательный контент для мобильных и услуги связи, которые мы при этом не относим к товарным запросам. Инструкция по оценке товарных запросов верна и для "телефонных", только для последних стоит заметить, что

- к 2.3.1 (пост обслуживанию \контент) относятся также развлекательный контент для сотовых,

- к 2.3.3 (пост обслуживанию \услуги) услуги связи.

- если запрос общий, то «контент для модели», в случае с телефонами следует понимать и как программный контент от производителя, и как развлекательный (игры, мелодии, картинки)

Пример хорошей выдачи на запрос «nokia 5800» (Москва)

1	раздел на сайте производителя	http://www.nokia.ru/link?cid=PLAIN TEXT 1127025	V
2	контентный сайт	http://allnokia.ru/catalog/nokia-5800+XpressMusic/	U
3	товарно-информационный сайт	http://market.yandex.ru/model.xml?modelid=1632006&hid=91491	U
4	сайт с обзорами	http://www.mobile-review.com/review/nokia-5800-2.shtml	R+
5	сайт с обзорами	http://helpix.ru/nokia/5800_xpressmusic/	R+
6	контентный сайт	http://nokia-5800-xpressmusic.smartphone.ua/	R+
7	контентный сайт	http://touchnokia.ru/	R+
8	раздел сайта магазина	http://electronics.wikimart.ru/communication/cell/model/861/#utm_source=cifrovik.ru&utm_medium=price&utm_campaign=electronics&utm_content= NotProven	R+
9	форум	http://forum.nokia5800.ru/viewforum.php?id=5	R+

Порнозапросы

(Релевантность)

Не секрет, что пользователи часто ищут в интернете порно. Поэтому и на оценку часто приходят запросы, по которым требуется эротический или порнографический контент.

Если ассессор не хочет оценивать порнографию, можно от неё отказаться. Администратор закрывает доступ к соответствующего рода запросам.

Нижеследующая инструкция предназначена для смельчаков, готовых работать с "горячим" контентом :)

Теория

Что мы называем "порнографией"

Спор о том, что является порнографией, а что эротикой, старинный и бесплодный. Мы в него не встречаем :) Порнографией мы считаем всё то, что не стоит видеть детям.

Не считаем порнографией мы научно-учебные и медицинские материалы, а также произведения изобразительного искусства. При этом стоит всё же

придерживаться здорового консерватизма и работы, подобные, к примеру, работам классика фотоискусства Роберта Мэпплторпа оценивать как порнографию в тех случаях, когда они того заслуживают.

Типы запросов

Что касается отношения к порнографии, то в этом аспекте запросы бывают "белые", "серые" и "чёрные".

"Белый" запрос не имеет отношения к порнографии, и в выдаче по такому запросу никакой порнографии быть не должно. Однако оптимизаторы порносайтов - люди изобретательные, и могут порой показать порнографию даже по запросу "экскаватор". Порно-ответ по "белым запросам" может быть формально релевантен (например, <http://fotki.yandex.ru/users/elfim-vladimir/view/98865?page=4> по запросу "гифка пиво"), но должен получить отрицательную оценку, как в картинках, так и в релевантности.

"Серый" запрос - это запрос, по которому есть и заметный "нормальный", и заметный порно-интерес. Подробнее позиция изложена по ссылке.

Формально порно-ответ на "серый" запрос будет хорошим и ожидаемым - но мы его всё равно показывать не хотим. Поэтому по запросу "cream pie" мы ищем только рецепты, по запросу "беременные" - медицинскую информацию, а по запросу "аниме" не хотим видеть хентай.

"Чёрный" запрос - это запрос, явно указывающий на поиск порнографии. Только по таким запросам она будет релевантна.

Примечания:

1. Иногда в силу разных случайностей к вам могут попасть запросы на нелегальную порнографию или экстремальные перверсии: детское порно, зоофилия, копрофилия, гуру-хентай и т.п. Вы не обязаны их оценивать. Само содержание такого запроса - достаточный аргумент для отказа.

2. Многие "чёрные" порнозапросы представляют собой не столько ясное указание на то, что ищет пользователь, сколько его, пользователя, эротические фантазии. При оценке подобных запросов считаем, что вся порнография - постановочная. Никаких "настоящих" съёмок скрытой камерой, изнасилований, инцестов, лишений девственности и т.д. и т.п. искать не нужно, достаточно того, что заявляется в подписи при ролике или фотосессии. "Шлюхи", "сучки", "развратницы" = "любые порноактрисы". Определения "жёсткая" или "извращённая" тоже можно игнорировать (например, по запросу "извращённое анальное порно" годится любое анальное порно).

3. Действительно, есть много типов порнографии, и порой в запросе чётко указывается нужный тип. Как поступить, если релевантность ответа неочевидна? (релевантна ли грудь третьего размера по запросу "большие сиськи"?) В таких случаях считаем, что годится всё, кроме того, что откровенно **НЕРЕЛЕВАНТНО** (т.е. верим, что девушке, выданной по запросу "студентки", действительно двадцать лет - если она не явно ближе к сорока).

Шкала оценки

Порнозапросы мы оцениваем по такой же шкале, что и обычные, как в картинках, так и в релевантности.

В релевантности ресурс можно оценить как **ПОЛЕЗНЫЙ**, если он предоставляет много бесплатного качественного контента и удобен в использовании (не замусорен рекламой). Не забывайте проверять документ на спам.

В релевантности сохраняются обычные правила относительно возможности скачать или посмотреть онлайн. Т.е. требования заплатить или зарегистрироваться снижают оценку. Однако на порносайтах есть ещё один, специфический способ затруднить доступ к видео онлайн: искусственное замедление воспроизведения. Пример: vuku.ru За такое оценку тоже нужно снизить.

Практика

Порнозапросы встречаются и в релевантности, и в картинках. В релевантности положительные оценки - **РЕЛ+** и **ПОЛЕЗНЫЙ**, а в картинках - **РЕЛ+** и **РЕЛ-**. Чтобы избежать путаницы, будем называть оценки "положительными" и "отрицательными".

Примеры конкретных запросов

По запросам «порно» или «xxx» положительную оценку получают фото, видеоролики, фильмы и прочие материалы, в которых содержится «непристойная, вульгарно-натуралистическая, циничная фиксация сцен полового акта и самоцельная детализированная демонстрация обнаженных гениталий»(с)

Страницы с художественным эротическим содержанием по такому запросу оцениваем отрицательно (например http://xyu.ru/2007/08/15/podborka_khudozhestvennykh_foto_v_formate_nju.html)

По запросу «порнография» годятся те же документы что и по запросу «порно» и, кроме того, статьи с определением понятия: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F%D0%9F%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F)
Ню опять-таки оцениваем отрицательно.

По запросу «эротика» нужны документы с эротическими фото- и видеоматериалами. Примеры: <http://monfoto.ru/krasivye-devushki-1.htm>, http://www.proxxx.ru/photo/blondee/gallery_620/index.html и легкому порно, например, <http://xuk.ru/pussy.html>

Демонстрация половых органов, готовых к соитию, либо непосредственно половых актов оценивается не выше **РЕЛ-**. По обоим критериям есть некоторая серая зона, оценки в которой можно ставить на своё усмотрение; разногласия по ним не должны являться причиной постановки грубых ошибок.

Запрос «секс» предполагает процесс. Т.е. пользователь хочет видеть фото и видео различных видов секса (вагинального, анального, орального), а также полезные статьи о сексе <http://www.sexopedia.ru> Фото обнажённых моделей "соло" оцениваем отрицательно. Также отрицательную оценку получают фото/видео мастурбации и страницы сексшопов, предлагающих свою продукцию. Аналогично оцениваем запросы про "изнасилования".

По запросу «стриптиз» нужны сайты клубов, фирм, предлагающих стриптиз шоу, а также страницы, посвященные технике стриптиза или содержащие видеоролики/фотогалереи стриптиза. <http://striptizer.ru>

По запросу «ню» или «ну» нужна только художественная эротика, а также статьи о жанре «ню». Всё остальное получит отрицательную оценку. <http://www.nu-photos.com>

Предложения проституток получают положительную оценку только по конкретным запросам. По всем остальным запросам *(«ню», «стриптиз», "секс", "порно" "xxx" и т.п.) они нерелевантны.

По запросу "голые" во всех вариациях: считаем, что запрос = "без какой-либо части нижнего белья". При этом, в общем, не важно, что "видно", а что нет.

"Порнозвёзды" - любые порноактрисы, названные по имени.

Поиск организаций

(Релевантность)

Рассматриваем запросы вида [название организации], [сайт организации].

Разницы между такими запросами нет, в обоих случаях пользователю в первую очередь интересуют Официальный сайт организации. (**ВИТАЛЬНЫЙ**) Но страница с результатами поиска показывает 10 ссылок, а не одну. Поэтому, при оценке прочих документов стоит задуматься над тем, как должна выглядеть выдача на позициях 2-10: что целесообразно показать пользователю после ссылки на **ВИТАЛЬНЫЙ** документ.

Какая информация может быть полезна помимо официального сайта?

1. Та, которой нет на официальном сайте
2. Та, которая есть на официальном сайте, но может быть представлена в более удобной и компактной форме.

К первой группе можно отнести следующую информацию:

- Альтернативные источники информации: отзывы, статьи, рецензии и пр.
- Информация и сервисы, связанные с деятельностью организации: расписания, афиши, продажа билетов и тд.
- Новости об организации
- Общие «исторические» сведения

Ко второй группе можно отнести

- развернутые визитки организаций, содержащие большое количество информации о компании.

Хорошие страницы с подобным содержанием заслуживают положительных оценок.

Витальные сайты

Обычно с определением витальника по данному типу запросов сложностей не возникает, однако есть два случая, которые уместно рассмотреть отдельно.

1. Иногда запрос представляет собой номер телефона, который однозначно определяет компанию. В таком случае нужно следовать следующим правилам:

- если на сайте есть страница с контактами и на ней есть искомый телефон, то эта страница Витальна по запросу; при этом морда сайта будет Полезна, если на ней тоже есть этот телефон, и **РЕЛ-**, если телефона на морде нет;
- если на сайте нет страницы с контактами, или на этой странице не указан нужный телефон, но он есть на морде сайта, то морда Витальна, а страница с контактами - **РЕЛ-**.

Например:

[739-00-99], <http://www.prb.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**, на сайте нет отдельной страницы с контактами, зато телефон есть на морде.

Те же самые правила используются, если в запросе указан e-мейл, который однозначно определяет компанию.

2. По локализуемым запросам витальна только морда сайта нужной организации; по локально-специфическим - витальна и морда, и страница с контактами (мы предполагаем, что специально указывая регион, пользователи часто хотят именно контакты и адреса). Локально-специфические запросы - это такие, где нужный регион указан в самом запросе.

Например:

[мтс псков] (из любого региона)

<http://www.pskov.mts.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

<http://www.pskov.mts.ru/help/mts/?tab=shop> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

[фамилия Москва] (из любого региона)

<http://www.famil.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

<http://www.famil.ru/stores/moscow/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

[эльдорато] (Санкт-Петербург) - это локализуемый запрос

<http://www.eldorado.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**

<http://www.eldorado.ru/info/shops/11279/> - **РЕЛ+**

Что считаем Полезными?

1. Сайты подразделений организации, полезные внутренние страницы витального сайта

Запрос [СПбГУ]: www.spbu.ru – **ВИТАЛЬНЫЙ**, а сайты факультетов – Полезны.

При этом страницы филиалов организации не в регионе запроса оцениваются как **РЕЛ-**.

Запрос [ГУ ВШЭ] (Москва): www.hse.ru – Витальна, сайт магистратуры в ВУЗе <http://ma.hse.ru/index.html> – Полезен, а сайт Нижегородского филиала www.hse.nnov.ru – **РЕЛ-**, тк не соответствует региону запроса.

2. Информация и сервисы, связанные с деятельностью организации: расписания, афиши, продажа билетов и пр

Запрос [Большой театр]

<http://www.bilety-bolshoi.ru/> - портал, целиком посвященный продаже билетов в Большой театр, есть афиша, план зрительного зала, новости и пр. Страница Полезна.

<http://xwt.ru/index.php/menu/place/2> - продажа билетов в Большой на тематическом портале. Оценка – **РЕЛ+** .

Запрос [Казанский вокзал]

http://tutu.ru/poezda/vokzal_02.php - расписания поездов, заказ билетов. Страница Полезна.

3. Развернутые подробные визитки организаций: содержат нужную пользователю информацию, которую можно найти и на официальном сайте, но здесь она представлена в более компактной/удобной форме. В такой визитке должна быть представлена полная контактная информация (адрес+телефон+ ссылка на официальный сайт), а также дополнительная полезная информация.

Запрос [банк ВТБ]

<http://www.banki.ru/banks/bank/?ID=327> – хорошая, полноценная визитка – со списком контактов, подборкой новостей и прочей полезной информацией. Оценка – **ПОЛЕЗНЫЙ**.

Запрос [Naf Naf] (Москва)

<http://www.4shopping.ru/brands.php?id=76> -

на странице представлены последние коллекции одежды этой марки, ссылка на официальный сайт, а также приведен список адресов фирменных магазинов в регионе. Оценка – **ПОЛЕЗНЫЙ**.

Для такого запроса страница с адресами магазинов в другом регионе, например,

http://www.4shopping.ru/brands.php?id=76&act=do&city_id=21&s=%CF%E8%F1%EA , была бы **РЕЛ+** , тк помимо контактов здесь представлена релевантная информация – актуальные коллекции одежды.

Что считаем Релевантным+?

1. Подборки новостей по теме, а также самые свежие новости, даже если они одиночные
2. Альтернативные источники информации: полезные отзывы, статьи, рецензии и пр.

Запрос [Auto Global Usa] :

Страница <http://www.boards.auto.ru/blacklist/73568.html> -**РЕЛ+** .

Это альтернативное мнение о компании, такая информация пользователю будет действительно ценна, если он решит воспользоваться услугами данной компании.

Если бы на странице были приведены свежие отзывы, можно было бы поставить и оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**.

3. Общая, историческая информация об организации/предприятии. Такую информацию не стоит путать с бесполезными рекламными текстами, которые на заслуживают оценку выше **РЕЛ-**.

[Стадион Металлург Самара]

<http://www.redwhite.ru/stadiums/league/samara.php> - представлена общая информация о стадионе и контакты, оценка **РЕЛ+**

[http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BB%D1%83%D1%80%D0%B3_\(%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BE%D0%BD,%D0%A1%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%B0\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BB%D1%83%D1%80%D0%B3_(%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BE%D0%BD,%D0%A1%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%B0)) – **РЕЛ+**

При этом очень хорошие материалы общего характера можно отметить оценкой **ПОЛЕЗНЫЙ**.

4. Страницы, которые могли бы быть оценены как Полезные по содержанию, но по каким-то причинам оценку им хочется понизить. Например: Отзывы, рецензии, статьи и тд, но в недостаточном количестве для оценки **ПОЛЕЗНЫЙ**. При этом не стоит забывать, что устаревшие статьи, новости и тд, а также рекламные неинформативные тексты не заслуживают положительной оценки.

5. Если контакты в визитке неполные (нет ссылки на официальный сайт/ адреса/телефона) или не соответствуют региону запроса, но при этом страница содержит развернутую, релевантную дополнительную информацию (новости, подробные общие сведения, отзывы), оценка **РЕЛ+** .

[Стадион Металлург Самара]

http://fratria.ru/cgi-bin/iTable/runbroker.cgi?page=2&id=41&sport_type=type1&tournament=tour16&year=2002 – схема расположения мест, подробное описание того, как добраться до стадиона + подборка фотографий. Оценка **РЕЛ+** .

Запрос [Центробувь]

<http://www.fshops.ru/?NID=206> –хорошая визитка с полным списком адресов магазинов, заслуживает положительной оценки, но тк другой дополнительной информации нет, на **ПОЛЕЗНЫЙ** не тянет. Оценка **РЕЛ+** .

Что не оцениваем положительно?

1. Примитивные визитки, содержащие только контакты организации (даже если приведена минимальная дополнительная информация – карта, схема проезда) – не заслуживают оценки выше **РЕЛ-**.

<http://www.metizmetall.ru/company/656.html>

<http://www.center-s.ru/firmsdescript/firm4778.htm>

<http://www.yondi.ru/firmcard/frmid/8396/>

<http://www.rusbase.ru/firma/Feniks-Grupp-OOO>

<http://www.rb.ru/biz/companies/show/537917>

http://www.pulset.ru/usl/find13_1u.php?id=18292&typeusl=10

Подобные визитки заслуживают оценки **РЕЛ**- даже в том случае, если ищут малоизвестную компанию, у которой в принципе нет официального сайта. Можно предположить, что более релевантной информации о такой компании (новостей, статей и тд) в интернете все равно не найдется, поэтому страница с оценкой **РЕЛ**- займет заслуженное место вверху выдачи.

2. Неинформативные рекламные тексты о компании, а также устаревшие новости, неактуальные статьи, малоинформативные одиночные отзывы о компании типа «Плохо/Хорошо»

Например, <http://www.infoorel.ru/firma.php?id=802> , <http://prov.nag.ru/prov/root/region65/settlement114/providers/provider914/>

– контакты неполные, а отзывы нельзя считать информативными. Оценка **РЕЛ**-

3. Если иное не следует из переформулировок, вакансии компаний заслуживают оценки **РЕЛ**-, только если они не являются одним из видов дополнительной информации, приведенной на хорошей, полезной визитке.

Запрос [Союзпромпласт]

<http://hh.ru/employer/536740> - **РЕЛ**-

Имена

(Релевантность)

В этом разделе речь пойдет о запросах с именами, например: [Артем Михайлов], [vanessa hudgens], [щебенева], [аршавин].

Известные люди

Если понятно, что ищут некоего известного человека, и при этом у него есть тѣзки, то информация об известном человеке релевантна (и его официальный сайт будет Витален), а страницы про малоизвестных тезок получают оценку не выше **РЕЛ**-.

В остальном оценка запросов про известных людей достаточно очевидна и подчиняется общим правилам релевантности.

Неизвестные люди

Если на основе аннотации, выдачи, переформулировок, общей эрудиции мы не можем выделить безусловно известного человека с таким именем, относим его к неизвестным.

Подобные запросы задают:

- из любопытства - люди ищут себя, своих родственников, друзей. Они будут рады любой, даже короткой, информации о своем знакомом.
- чтобы найти человека - пользователи пытаются найти в интернете информацию, которая помогла бы им связаться с «потерянными» знакомыми. В этом случае прежде всего интересуют любые контакты: адрес, телефон, электронная почта или другие способы отправить человеку сообщение.

Правила оценки

ВИТАЛЬНЫЙ

В общем случае для неизвестных людей оценка **ВИТАЛЬНЫЙ** не ставится даже их персональным страничкам и блогам. Однако такая оценка может быть поставлена, если запрос очевидно навигационный (есть название конкретного ресурса), а подходящих людей - не более трех. Для простоты мы решили, что количество подходящих людей проверяем сервисом <http://people.yandex.ru/> {пример 1}.

ПОЛЕЗНЫЙ

Оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** стоит ставить достаточно внятными и наполненными персональными страницами неизвестных людей, их официальными сайтами {пример 2}, а также хорошо и подробно заполненными профилями в различных социальных сетях (при этом полнота заполнения оценивается с точки зрения незарегистрированного пользователя).

РЕЛ+

- Любая общая информация о человеке: биография, отзывы о нем, и так далее, даже в малом объеме;
- Фотографии: даже если на странице мы видим только одну фотографию человека, стоит оценить ее положительно {пример 3};
- Любые результаты творчества человека в открытом доступе: книги, статьи, рецензии, фотографии и прочее. Если найденный результат творчества создан искомым человеком в соавторстве с другими людьми, снижать оценку за это не стоит;
- Страницы, содержащие контактную информацию о человеке: адреса, телефоны, e-mail и прочее. Например, даже если на странице представлен самый минимум информации о человеке, но есть возможность связаться с ним, такой странице стоит поставить оценку **РЕЛ+**. При этом одинаково полезны и рабочие, и личные контакты. Однако если для того, чтобы связаться с человеком, нужно зарегистрироваться на сайте - оценка понижается {пример 4};
- Подборки новостей о человеке и свежие релевантные одиночные новости.

РЕЛ-

- Результаты творчества с ограниченным доступом (например, книги в интернет-магазинах) {пример 5};
- Пустые блоги и профили в социальных сетях, не содержащие никакой или крайне мало информации;
- Групповые фотографии, на которых искомым человеком изображен среди других;
- Различные хостинги, на которых человек размещает информацию, непосредственно к нему не имеющую отношения (например, клипы известных исполнителей);
- Все материалы, которые напрямую не касаются искомого человека, например, косвенные упоминания в статьях, новостях и так далее.

Нерелевантный

- Страницы, на которых нет ничего, связанного с человеком, кроме непосредственно имени (то есть, отсутствует любой контекст) {пример 6}.

Не про то

- Обязательно нужно ставить оценку Не про то страницам, где имя и фамилия из запроса искажены или разорваны {пример 7}.

Общие особенности

1. Считаем подобные запросы нелокализуемыми, то есть, регион значения не имеет.
2. Одинаково релевантной считаем информацию как о ныне живущих людях, так и о живших ранее.
3. Если в запросе полностью указаны ФИО, а на странице только фамилия и имя (фамилия и инициалы, имя и инициалы и так далее), и при этом мы не можем выяснить, действительно ли ФИО совпадают, страница получит оценку не выше **РЕЛ-**. Например, по запросу [Рукосуев Евстафий Карлович] страницы про Рукосуева

Евстафия и про Рукосуева Е. оцениваются не выше **РЕЛ-**. В обратной ситуации (в запросе указано что-то частичное, а на странице полное, но соответствующее запросу) оценку не понижаем. Таким образом, по запросу [Рукосуев Е.] будут релевантны и Рукосуев Евстафий, и Рукосуев Евгений Святогорович.

4. 4. Если на странице фамилия из запроса, но с опечаткой/ошибкой, оценка такой страницы зависит от ситуации: ошибки, которые могли быть допущены с высокой долей вероятности, мы не считаем глупостью, но оцениваем таких людей не выше **РЕЛ-**; маловероятные опечатки - считаем глупостью (и оцениваем страницы как Не про то). Например, по запросу [калганова ольга] информация о Колгановой Ольге - получит оценку не выше **РЕЛ-**; по запросу [надежда просолова] информация о Надежде Прасоловой - то же самое (типичные примеры безударной гласной). Однако по запросу [Онойко] информация о футболисте Онопко - уже Не про то, вне зависимости от качества информации; по запросу [Сергей Шулика] информация о Сергее Шуликове - аналогично.

Примеры:

{витальные по навигационным}

[одноклассники Британова (Грицук) Людмила], <http://www.odnoklassniki.ru/profile/528642240787> - Вит, навигационный запрос, достаточно конкретный, а <http://people.yandex.ru/> такого человека вообще не находит (приравниваем такую ситуацию к "меньше трех":)

[геннадий быков вконтакте], <http://vk.com/id120433616> - **РЕЛ+**, запрос пусть и навигационный, но таких людей сильно больше трех.

{вернуться к теории}

{наполненные офсайты}

[Кузнецов], <http://www.alekseykuznetsov.ru/> - **ПОЛЕЗНЫЙ**. Мы не можем выделить безусловно известного человека с такой фамилией, поэтому считаем всех таких людей неизвестными. Соответственно, в оценке хороший наполненный официальный сайт человека с нужной фамилией.

{вернуться к теории}

{есть фотография}

[алексей николаев]

<http://conf.rmcenter.ru/2006/participants/detail.php?ID=1157> - **РЕЛ+**. Небольшая биография, и кроме того, есть фотография, которой самой по себе уже достаточно для положительной оценки.

<http://gov.cap.ru/hierarhy.asp?page=/.5017/29366/142242/271013/271235/271248> - **РЕЛ+**, аналогично.

{вернуться к теории}

{контактная информация}

[Иван Шебанов], <http://shebanov.moikrug.ru/?nocookiesupport=yes> - **РЕЛ-**, информации о человеке на самой странице практически нет, а для того, чтобы написать сообщение - нужно зарегистрироваться.

{вернуться к теории}

{результаты творчества}

[Алексеев Вадим], <http://www.ozon.ru/context/detail/id/344903/> - **РЕЛ-**. На странице представлены результаты творчества, однако они имеют ограниченный доступ (книги в интернет-магазине).

[Иванов Александр Александрович], <http://photosmena.3dn.ru/index/0-3> - **РЕЛ+**, есть краткая биография и ссылка на результаты творчества (правда, и без них биографии уже хватило бы на положительную оценку).

[{вернуться к теории}](#)

{из информации только имя}

[лукин валерий адамович], <http://top.gendrevo.ru/?family=137&name=14&sex=0> - **НЕРЕЛ**, на странице есть упоминание нужного имени, но больше ровным счетом абсолютно ничего нет.

[{вернуться к теории}](#)

{разрыв имени и фамилии}

[ким жуй],

http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%BB%D1%8B_%D0%B3%D0%BE_%28%D0%A0%D0%B5%D1%81%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%8F%29 – Не про то: Ким – имя одного человека, Жуй – совершенно другого. В целом тематика запроса (конкретный человек) искажена.

[Лугинина Анастасия г.Каменск-Уральский], <http://e-luginina.moikrug.ru/> – Не про то, ищут Анастасию, а показали Екатерину.

[{вернуться к теории}](#)

Законы

(Релевантность)

Согласно законодательств стран все законы, законодательные акты, постановления правительств подлежат официальному опубликованию в средствах массовой информации в полном соответствии с подписанными подлинниками в официальных изданиях.

Все общегосударственные постановления, акты и т.д. издаются в аккредитованных изданиях. В свою очередь, постановления министерств и ведомств, законы субъектов федерации, Сената и Мажилиса (Казахстан), издаются на порталах министерств и ведомств, субъектов федерации.

Для официальных документов: Витальными мы считаем страницы на сайте соответствующего ведомства.

Язык официальной публикации: Беларусь, Казахстан, субъекты РФ - на русском и национальном языках; Украина – на украинском.

Для указов, постановлений и других оф. документов (кроме законов) – витальными являются тексты на страницах профильных органов исполнительной власти (Министерств) или президента, если это президентский указ.

//РОССИЯ//

Согласно Закону России "О порядке опубликования и вступления в силу федеральных конституционных законов, федеральных законов, актов палат Федерального Собрания" федеральные конституционные законы, федеральные законы подлежат официальному опубликованию в течение семи дней после дня их подписания Президентом Российской Федерации.

Официальным опубликованием актов Президента Российской Федерации и актов Правительства Российской Федерации считается публикация их текстов в "Российской газете" или в Собрании законодательства Российской Федерации.

Официальными являются также тексты актов Президента Российской Федерации и актов Правительства Российской Федерации, распространяемые в машиночитаемом виде научно-техническим центром правовой информации "Система", который создает и поддерживает эталонный банк правовых

актов высших органов государственной власти Российской Федерации, а также издает и распространяет официальные издания "Собрание законодательства Российской Федерации" и "Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти"

Таким образом, витальными источниками законов России являются:

<http://www.rg.ru/> , <http://www.kremlin.ru/> и <http://www.szrf.ru/>

//ДОПОЛНЕНИЯ К ЗАКОНАМ РФ//

Согласно главе 3 Конституции РФ, «Федеративное устройство», в составе Российской Федерации находятся субъекты Российской Федерации. Официальным опубликованием законов субъектов Федерации, правовых актов Государственных Советов, правовых актов Глав правительств, нормативных правовых актов министерств и иных органов исполнительной власти, а также договоров, соглашений органов государственной власти субъектов Федерации считается первая публикация полного текста этих актов в средствах массовой информации, являющихся официальными изданиями в пределах субъекта.

Например, официальными изданиями Республики Коми, согласно Закона республики «О порядке опубликования и вступления в силу законов Республики Коми и иных правовых актов органов государственной власти Республики Коми» в статье 8 сказано:

Официальным опубликованием считается первая публикация полного текста законов и актов в газетах "Республика", "Коми му" либо в журнале "Ведомости нормативных актов органов государственной власти Республики Коми" на государственных языках Республики Коми

//УКРАИНА//

С целью упорядочивания официального обнародования нормативно-правовых актов, Указом Президента «О порядке официального обнародования нормативно-правовых актов и вступления их в силу» N 503/97 от 10.06.1997 установлено, что законы Украины, другие акты Верховной Рады Украины, акты Президента Украины, Кабинета Министров Украины не позднее как в пятнадцатидневный срок после их принятия в установленном порядке и подписания подлежат обнародованию в официальных печатных изданиях.

Официальными печатными изданиями Украины являются:

- Бюллетень «Официальный вестник Украины»;
- Газета «Правительственный курьер»;
- Газета "Голос Украины";
- Газета "Ведомости Верховной Рады Украины".

Витальными электронными источниками являются:

<http://www.golos.com.ua/>

<http://www.ukurier.gov.ua/>

<http://zakon.rada.gov.ua/>

Витальные источники Для всех официальных документов (законы, указы, постановления и пр.) – докумены в «Базе Законодательства» на портале Верховной Рады <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>

//**БЕЛАРУСЬ**//

В соответствии с Декретом Президента от 10 декабря 1998 года «Об утверждении Положения об официальном опубликовании и вступлении в силу правовых актов Республики Беларусь», решения республиканских референдумов, декреты Президента Республики Беларусь и законы Республики Беларусь после подписания Президентом, указы Президента, постановления Совета министров нормативного характера подлежат немедленному и обязательному официальному опубликованию.

Иные правовые акты могут быть официально опубликованы после включения их в Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь.

Органы официального опубликования:

- издание Национального реестра правовых актов Республики Беларусь и его электронная версия;
- газета «Советская Белоруссия»;
- газета «Звязда»;
- «Народная газета»;
- газета «Рэспубліка»

Официальное опубликование правового акта осуществляется, как правило, на белорусском и русском языках в соответствии с подписанным подлинником.

Витальными источниками являются:

<http://www.pravo.by>

<http://www.sb.by/>

<http://www.zvyazda.minsk.by/ru/main/>

<http://www.ng.by/>

<http://www.respublika.info/>

/КАЗАХСТАН**/**

Согласно Закону Республики Казахстан «О нормативных правовых актах» от 24 марта 1998 года официальное опубликование законов и других нормативных правовых актов является обязательным условием их применения. (Глава 6, статьи 31, 32, 33, 34, 35, 35-1)

Официальными изданиями являются Ведомости Парламента Республики Казахстан, Собрание актов Президента и Правительства Республики Казахстан, Собрание актов центральных исполнительных и иных центральных государственных органов Республики Казахстан, а также периодические печатные издания, получившие такое право на конкурсной основе.

Право официального опубликования нормативных правовых актов на республиканском уровне принадлежит следующим печатным периодическим изданиям:

- АО «Республиканская газета «Егемен Казахстан»;
- АО «Республиканская газета «Казахстанская правда»;
- ТОО Медиа-Корпорация «Зан»;
- ЗАО «Издательский дом «БИКО»/Официальная газета

Кроме того, официальным источником информации является интернет-ресурс www.e.gov.kz (веб-портал «электронного правительства»). Он регулируется статьей 29 Закона Республики Казахстан «Об информатизации».

Таким образом, Витальными источниками являются:

<http://www.parlam.kz/Legacts.aspx?lan=ru-RU>

<http://ru.government.kz/>

<http://www.egemen.kz/>

<http://www.kazpravda.kz/>

<http://www.e.gov.kz/wps/portal>

Автомобильные запросы

(Релевантность)

Что за запросы?

Запросы, связанные с выбором, покупкой, владением (содержание, различного рода услуги, обслуживание, страховка, ремонт, запчасти и т.п.) и продажей авто.

В запросах присутствует:

- марка авто / имя брэнда (Toyota)
- марка + модель / имя модели (Nissan Almera, Almera)
- страна родина брэнда (японские автомобили)
- страна импорта автомобиля (автомобили из германии, автомобили из сша)
- название автосалона (Major auto)
- категория автомобильных товаров (шины, запчасти)

В ряде случаев потребность пользователя (прагматика) указана в запросе, но существует группа запросов с не конкретизированной потребностью. Например, "Honda Civic" – указана модель товара, но нет дополнительных данных о том, какая именно информация ищется. Это

- Общий запрос

Чем отличаются автомобильные запросы от других?

У автомобильных запросов есть ряд особенностей, поэтому их следует рассматривать отдельно от других, в частности от «товарных».

- У одного производителя обычно не много (до 10) выпускаемых одновременно моделей. Однако, линейка ранее выпускающихся моделей, либо моделей официально не поставляющихся на рынок страны запросы, может быть большой.

- Автомобили не продаются и не покупаются онлайн. А подавляющее большинство пользователей, задающих автомобильный запрос «наблюдает» и приценивается.

- Практически у каждой модели есть свои фан-клубы. Поэтому практически для каждой модели есть **ПОЛЕЗНЫЙ** ответ- сайт фан-клуба, а если его нет в выдаче стоит добавить URL. Отдельные сайты фан-клуба *обычно* более полезны, чем разделы фанатов на крупных автомобильных порталах (но обходить вниманием такие крупные сайты, как auto.ru и drom.ru, всё-таки не стоит, обращайтесь внимание на кол-во участников и свежесть сообщений).

- Одна модель зачастую выпускается многие годы и разные ее поколения – это разные автомобили. Поэтому в запросе иногда указывают год выпуск или номер кузова (например, bmw 3 1999..2005 эквивалентно bmw e46, где e46 – это номер кузова), что надо учитывать

- Подержанные автомобили пользуются большим спросом, чем новые (их покупают в 3-4 раза чаще, чем новые). Поэтому коммерческие предложения об автомобилях с пробегом более релевантные, чем предложения новых. Однако надо обязательно обращать внимание на даты объявлений.

- Под одной маркой производятся обычно только автомобили запчасти к ним. Поэтому, если в запросе только марка, вариантов какая именно продукция интересует мало, в отличие от товарных запросов.

- Комплектации (а порой даже название модели и характеристики), а также цены, могут существенно отличаться, в зависимости от страны поставки, на которую ориентирована модель. Так например американский Форд Фокус полностью отличается от европейского (=). Но это редкие случаи, обычно отличие кроется только в комплектации автомобиля и ценах. Поэтому узнать о более-менее актуальной цене можно только на сайте своей страны.

- Определенная структура сети продаж (генеральный импортер, официальная дилерская сеть, независимые дилеры и пр.). Поэтому часто сложно определиться с витальным. Например, у "Шкода" в Украине **ВИТАЛЬНЫЙ** сайт <http://www.eurocar.com.ua>, а не <http://www.skoda.com.ua> как может показаться на первый взгляд.

Как оценивать?

Запросы, связанные с выбором автомобиля

В запросе слова: обзор, отзывы, форум, тест-драйв, краш-тест, каталог, сравнение, выбор, описание, характеристики вопросы типа «какой расход бензина» и пр.

V витальной будет страница сайта производителя, если она содержит релевантный ответ. например, по запросу "модели Subaru" <http://www.subaru.ru/lineup>, но по запросу "Subaru отзывы" витальной страницы не будет.

U полезной может быть страница\раздел автомобильного портала, содержащего большое количество разнообразной информации об авто, дающая помимо ответа непосредственно на запрос, много другой информации по теме.

R+ релевантными будут страницы фан-клубов, автосалонов, форумы, блоги (в зависимости от прагматики, указанной в запросе)

С покупкой\продажей

В запросе слова: цена, стоимость, автосалон, прайс, где купить, сколько стоит, название города.

V – страница модели на сайте автосалона, если в запросе было указано название автосалона. Иначе, витальной страницы нет.

U – полезной может быть страница автомобильного портала с ценами на модели марки (если в запросе марка), сведениями об акциях и скидках, об автосалонах и пр; сайт\страница\раздел сайта регионального дилера, при наличии характеристик авто, актуального прайса

R+ – сайт\страница\раздел сайта автосалона; страница с актуальным по дате предложением\ассортиментом предложений на доске объявлений, если в запросе модель.

R- - предложение\ассортимент предложений на доске объявлений, если в запросе марка авто.

С пост обслуживанием

Пользователь ищет совет, чтобы решить какую-либо проблему, связанную с эксплуатацией автомобиля

• *Примечание: часто нельзя точно определить по запросу интересует помощь в самостоятельном решении проблемы либо услуги, советы и пособия или коммерческие предложения. В хорошей выдаче присутствуют ответы обоих видов.*

Общие запросы

Табличка прагматик по автомобильным запросам

Прагматика/Запрос	марка	модель	категория	автосалон
ВИТАЛЬНЫЙ сайт\страница	да	да	нет	да
обзоры, тест-драйвы	да	да	да	нет
отзывы, мнения	да	да	да	да

региональные дилеры	да	да	да	нет
доска объявлений	да	да	да	нет
ремонт, сервис-центр	нет	нет	нет	нет
клубы, форумы, блоги	да	да	да	нет
новости	нет	нет	да	нет

Производитель\марка (Ford)

Пользователь, прежде всего, хочет узнать, какие модели автомобилей выпускаются производителем и сколько они стоят.

V при запросе латиницей витальников будет два: 1) глобальный сайт, 2) региональный сайт производителя (общий для страны) либо сайт генерального импортера. При сложности в определении стоит заглянуть на глобальный сайт (обычно .com) и посмотреть список представителей в странах мира, часто там бывает и ссылка на **ВИТАЛЬНЫЙ** для страны сайт. Если запрос не на латинице, то витальник один - в стране запроса.

U каталог моделей марки на автомобильном портале с характеристиками, фото, отзывами, ценами в стране; сайт официального дилера в городе пользователя с актуальными ценами на модели марки; частные предложения по продаже автомобилей марки на автомобильном портале в регионе (городе) пользователя

R+ фан-клубы; форум, сайты дилеров и автосалонов в регионе пользователя с описаниями моделей и ценами, раздел доски частных объявлений на автопортале с предложениями по марке в регионе пользователя; официальный промо-сайт одной из моделей; тест-драйвы разных моделей марки.

Примечание: если автосалон занимается продажей не одной марки, указанной в запросе, то релевантной будет именно страница его сайта\раздел, посвященный искомой марке. За дополнительные клики оценку следует снижать. Однако не следует снижать оценку, если на оцениваемой странице информации нет, когда предлагается выбор перехода к страницам, посвященным разным моделям марки.

R- информация только об одной модели; новости; доски объявлений без дополнительной информации о моделях (например раздел газеты объявлений)

IR каталог моделей марки на сайтах автосалонов и дилеров других стран

Примечание: сайт дилера в другой стране может иметь положительную оценку, если на нем помимо предложений по продаже, каталога моделей с характеристиками есть другая полезная информация, например отзывы владельцев.

Примеры оценок для запроса Ford (Москва)

официальный российский сайт Ford	http://www.ford.ru	V
клуб автолюбителей	http://www.ford-club.ru	R+
раздел автомобильного портала	http://ford.carsguru.net	U
сайт дилера в Москве	http://www.ford-i.ru	U
частные объявления о продаже в Москве на	http://www.avtomarket.ru/offers/used/?class=1&search=1&photoonly=0&order=price&omode=asc&country=164&region=164&b_38_0=on	U

автопортале		
раздел на украинском автопортале, есть отзывы и тест-драйвы, фото и характеристики моделей, однако цены, автосалоны и др. информация не актуальна для Москвы	http://ford.autoportal.ua	R+
клуб владельцев одной из моделей марки	http://mondeoclub.ru	R-
сайт дилера в Санкт-Петербурге	http://www.euro-motors.ru	IR
сайт дилера в Минске	http://www.borovaya.by	IR

Марка и модель\модель (Ford Focus)

Пользователь хочет узнать сколько стоит автомобиль: цены на новые и подержанные машины; объективные и субъективные характеристики автомобиля: технические характеристики, фото, отзывы владельцев, мнения авторитетных журналов о модели и прочее.

V аналогично предыдущему: при запросе латиницей витальников два, при ином запросе один - раздел\страница о модели на региональном сайте производителя (генерального импортера), промо-сайт модели

U автопортал с объявлениям о продаже подержанных и информацией о модели (характеристики, фото, отзывы, статьи и пр.); фан-клуб модели; сайт официального дилера в городе пользователя с актуальными ценами на модель

R+ статьи, тест-драйвы, отзывы владельцев, частные объявления из региона запроса, странички на сайтах дилеров и автосалонов в регионе пользователя с описаниями модели и ценами, материалы по ремонту (по запросам об отечественных автомобилях, которые уже не выпускаются)

R- новости, единичное объявление о продаже

IR страничка модели на сайтах автосалонов и дилеров других стран

Примеры оценок для запроса Ford Focus (Санкт-Петербург)

раздел на официальном российском сайте	http://www.ford.ru/ns7/cms_focmca	V
раздел на автомобильном портале	http://carsguru.net/catalog/ford/focus	U
раздел на сайте дилера в Санкт-Петербурге	http://www.euro-motors.ru/ford_focus.html	U
отзывы владельцев	http://www.my.auto.ru/cars/ford/focus/	R+
раздел на сайте дилера в Москве	http://www.ford-i.ru/auto/models/focus_new	IR
раздел на сайте дилера в Минске	http://www.borovaya.by/ford/cars/fiesta	IR

Категория автомобилей по стране производителю (японские авто)

Стоит отличать запросы [японские авто] и [автомобили из японии] ([немецкий авто] и [автомобили из германии]). Первый тип - скорее означает потребность узнать про японских автопроизводителей, а второй - посмотреть на те машины, которые можно купить и привезти из Японии (Германии). Первый тип относим к общим запросам, второй к запросам, связанным с покупкой.

V нет

U автопорталы с каталогом моделей и объявлениями о продаже; фан-сайты, форумы, клубы

R+ официальные сайты производителей (в соответствии с регионом запроса), автосалоны из региона запроса где представлены разные марки, доска с объявлениями о продаже, сборник статей, руководства по эксплуатации и т.п.

R- Информация или предложения продажи только частично удовлетворяющих запросу (запрос «японские авто», а данные только о ниссане), СТО специализирующиеся на ремонте данной категории.

Примеры оценок для запроса японские автомобили (Москва)

портал про японские явтомобили	http://www.drom.ru	U
официальный российский сайт одной из марок	http://www.toyota.ru	R+
инструкции по эксплуатации и ремонту	http://japan-car.pp.ru	R+
форум о японских автомобилях	http://www.autoconsulting.com.ua/autoforum/viewforum.php?f=6	R+
сведения только об одной марке, несмотря на то, что информация о других есть на сайте, ее нужно дополнительно искать	http://honda.carsguru.net	R-
автодилер одной из марок	http://www.pelican.ru	R-

Автосалон\сайт

V сайт автосалона, сайт указанный в запросе

U\R+ развёрнутая визитная карточка автосалона со ссылкой на его сайт (по правилам оценки визиток); отзывы об автосалоне

Автомобильные товары

Для автомобильных товаров верна инструкция по оценке товарных запросов.

Разные тонкости

Актуальность предложений на досках

Объявления старше месяца стоит считать R-, старше 3-х месяцев IR.

Количество частных предложений

Чем более конкретный запрос, тем меньшее количество объявлений можно считать релевантным ответом. Например, по запросу "Volvo 850 93г 2.5 в Киеве" страница с одним развернутым объявлением будет релевантным ответом будет **R+** (пока не устареет по дате)

Non existent file: prodazhaavtomobilejgg.kievvolvo850sedan1993godavypuska5400.avtoavtomobiliavtobazar1249482427533.png

но по запросу "Volvo 850" она будет **R-**

Модель определенного года выпуска (Ford Scorpio 95 г.в.)

Положительную оценку будут иметь предложения по продаже, полностью соответствующие запросу, информация о модели данного поколения (на странице может быть указано не 95 год а 94-97 гг., но из этого ясно, что данные актуальны для модели 95 года.)

Википедия

Заслуживает оценки не выше R+ В основном для запросов вида "марка" ее страницы будут **РЕЛ-**, для запросов "модель" **РЕЛ+**. Потому как в первом случае статьи представляют собой в основном историю производителя, во втором описывают модель разных поколений, дает характеристики, где производится и т.п.

СТО

Для ремонта автомобиля обычно ищут сервис по принципу, что отремонтировать - например, двигатель (инжектор или карбюратор), страна производства (японский или отечественный) и т.п. Марки обычно не имеют большого значения. Чем старше автомобиль, тем он проще и тем меньше специфики. К тому же многие автопроизводители используют одинаковые детали, двигатели и прочие агрегаты. Поэтому сайты с СТО в запросах общих запросах ([марка], [марка модель], [японские авто]) без уточнения, считаем **R-**.

О прокликах

Важно показывать пользователю именно ту страницу сайта, на которой изображен/описан объект поиска, «правильную» страницу сайта. Оценивать ее надо, исходя из релевантности запросу, а не по удаленности от полезного результата. Однако, возможно, на странице дается выбор перейти на одну из нескольких релевантных страниц (например сайт полностью посвящен объекту поиска), тогда, хоть на самой странице релевантной информации нет (страница выполняет навигационную функцию) она заслуживает положительной оценки

Как оценивать разные официальные сайты

Лучшим "официальным" ответом на запросы вида "марка авто", "модель авто" является официальный для страны сайт\его страница, на котором есть все объективные характеристики, а именно: каталог моделей с характеристиками и ценами, обзоры, галереи, промо-ролики, список официальных точек продаж, сведения о компании и т.д.

- Официальный сайт марки в стране\сайт генерального импортера\официального дистрибьютора в стране - **V**

Сайт дилера в городе пользователя может быть чуть менее информативен по мелочи, но на нем есть и каталог с характеристиками и ценами и есть возможность позвонить, записаться онлайн на тест драйв, узнать о сервисном обслуживании и т.д. Это лучший ответ после витального сайта.

- Сайт дилера в своем городе - **U**

Сайт официального дилера в другом городе даст ту же информацию по моделям\модели, и даже цена будет актуальной. А также далеко не во всех городах, есть дилеры каждой марки.

- Сайт дилера по стране - **R+**

А вот на сайтах другой страны априори не будет актуального ответа о цене в твоём регионе - они будут практически бесполезны либо будут почти копией сайтов для своей страны, но с неактуальными ценами и пр.

- Официальный сайт марки\сайт генерального импортера в другой стране на русском языке - **R-**

- Сайт дилера, автосалона в другой стране, на любом языке - **IR**

Сайты отечественных заводов ориентированы в основном на партнеров, информация обычно об ограниченном количестве моделей, нет цен, есть в большинстве случаев только фото и характеристики, но все таки информация официальная.

- Сайты отечественных заводов-производителей - **R+**

Глобальный сайт с переходом на русскоязычную версию - **ПОЛЕЗНЫЙ** (в случае отсутствия официального для страны - **ВИТАЛЬНЫЙ**), на английском без возможности перехода на существующий русский - **R+**, на других языках без возможности перехода на русский **IR** (например <http://www.mitsubishi.com>)

Как оценивать фотогалереи

По запросам про модель автомобиля большая подборка фотографий, где это авто представлено с разных ракурсов, в разных цветах и т.д. заслуживает оценки **R+** Например, <http://images.yandex.ua/yandsearch?text=mazda+3&stypе=image>.

Однако, если запрос про марку без указания модели, нужно обращать внимание на разнообразие моделей представленных на фото, если это фотографии 2-3 моделей то оценка будет отрицательной.

Недвижимость

(Релевантность)

1) Локализуемость:

• Для запроса из областного центра:

РЕЛ+ - предложения только в данном городе (например, для запроса из Москвы – только московские предложения релевантны);

РЕЛ- - предложения в пределах области; Остальные – **НЕРЕЛ**евантны;

• Для запроса из областного города:

РЕЛ+ - как предложения из данного города, так и из областного центра;

РЕЛ- - предложения из других городов данной области; Остальные – **НЕРЕЛ**евантны.

• Для запроса с явно указанным городом:

РЕЛ+ - предложения только из этого города; Остальные – **НЕРЕЛ**евантны.

2) Актуальность объявлений:

Релевантные+ предложения должны располагаться на "живых" страницах. Чтобы убедиться, что объявление еще "живое", можно посмотреть:

а) на дату его последнего обновления или создания объявления (для запросов типа сниму/сдам в аренду срок последнего обновления не должен превышать 1 месяца); (для запросов про земельные участки/коттеджи срок может быть больше - до полугода.)

или

б)если даты обновления нет, стоит посмотреть на сам сайт - если это каталог/доска объявлений, то как часто на нем обновляются предложения; если это сайт отдельной фирмы - стоит проверить, что сайт "живой" (на нем регулярно обновляются новости и тп)

ВНИМАНИЕ обратите внимание на галочки актуальности. Не забывайте, что разделы досок объявлений по теме запроса, которые регулярно обновляются автоматически, являются динамическим контентом и не устаревают.

Например <http://irr.ru/real-estate/out-of-town/lands/> по запросу "купить участок в подмосковье" стоит оценить как **РЕЛ+** и Никогда не устареет.

Но если нам попалось предложение от какой-то одной компании (типа "распродаем последние 3 участка"), такой ответ может иметь срок устаревания (например, полгода).

В то же время ответ <http://www.dolina-imeniy.ru/> скорее Никогда не устареет, тк вряд ли все предлагаемые на сайте коттеджные поселки построят и продадут за 1 год, а БОльших сроков устаревания нашей оценкой не предусмотрено.

3) Один-Много:

- Одиночные предложения всегда оцениваются не выше чем **РЕЛ-**;
- Оценку **РЕЛ+** и выше могут заслужить только списки из нескольких (≥ 2) релевантных объявлений;
- Если в списке объявлений встречаются вперемешку релевантные и **НЕРЕЛ** (по региону, актуальности, тематике), для положительной оценки релевантных предложений должно быть строго больше половины.

4) РЕЛ+ или ПОЛЕЗНЫЙ?

Для оценки **РЕЛ+** достаточно, чтобы страница удовлетворяла перечисленным выше условиям: количеству релевантных предложений, региону, актуальности. Однако, если база плохо структурирована, в ней трудно ориентироваться, то оценивать её выше **РЕЛ+** не стоит.

Полезным можно назвать такой ресурс, где набор релевантных объявлений не только обширный, но и удобный к использованию (есть фильтры, сортировка и тп). Предложения могут быть отсортированы по району, по цене, по типу сделки, по типу помещений и тп.

6) Сужение/Обобщение

Страницам, дающим слишком общий или слишком узкий ответ на запрос, стоит понижать оценку. Например, по широкому запросу "Недвижимость" положительной оценки заслуживают лишь большие информационные порталы или обширные каталоги объявлений, а отдельные предложения купить квартиру в каком-то конкретном доме будут слишком частным ответом на такой запрос и должны оцениваться как **РЕЛ-**.

7) Сдам/Сниму

По запросам типа "сниму (квартиру/комнату и тп)" **РЕЛ+** предложения квартир в аренду. Объявления типа "я хочу снять квартиру в этом районе" (т.е. спрос на квартиры) **РЕЛ-** (но не **НЕРЕЛ!**), тк пользователь, задавая запрос, скорее хочет найти для себя квартиру, а не узнать, что кто-то еще тоже хочет снять квартиру.

По запросам типа "сдам (квартиру/комнату и тп)" **РЕЛ+** предложения недвижимости в аренду.

Тонкости

Если в запросе сказано, что ищут предложения о посуточной аренде недвижимости, **РЕЛ+** будут только предложения, в которых в явном виде написано, что она сдается посуточно. Если ничего на этот счет не сказано - предложение Релевантно-. Если явно сказано, что недвижимость сдается только на длительный срок, такое предложение по такому запросу **НЕРЕЛ**евантно.

Языки

(Релевантность)

В этом разделе пойдет речь про оценку запросов на разных языках.

Мы предполагаем, что пользователи из всех стран знают свой национальный язык и английский. Кроме этого пользователи из Казахстана, Украины и Беларуси (сокращенно КУБ) также знают русский язык. Соответственно, при оценке страниц действуют следующие правила:

1. Если запрос задан на русском/национальном языке:

- страницы на этих же языках релевантны;
- страницы на английском языке получают оценку не выше **РЕЛ-**;
- страницы на других языках получают оценку **НЕРЕЛ** (в редких исключениях оценка может быть повышена до **РЕЛ-**, примеры ниже).

При этом "смешанные" запросы (со словами и национального, и английского языка) тоже считаются запросами на национальном языке. Например, [скачать бесплатно adobe photoshop] - русскоязычный запрос.

2. Если запрос задан на английском языке:

- страницы на национальном языке релевантны;
- страницы на английском тоже релевантны;
- страницы на других языках получают оценку **НЕРЕЛ**.

Запросы латиницей (названия брендов, имена людей и так далее) также считаем англоязычными, даже если в Рунете/КУБе распространено написание латиницей.

3. Если в запросе явно указано, страницы на каком языке хочет видеть пользователь:

- страницы именно на этом языке релевантны;
- страницы на других языках получают оценку **НЕРЕЛ**.

Внимание

! Важные детали:

- Во всех случаях для КУБа русский и национальные языки приравниваются. То есть, для запросов как на национальном, так и на русском языке одинаково релевантны страницы и на национальном, и на русском языке.

- Если у объекта запроса нет официального сайта на национальном языке, тогда оценку **ВИТАЛЬНЫЙ** получит глобальный англоязычный сайт. Если и такого сайта нет, тогда Витальным будет сайт на том языке, на каком найдется. Исключение: запросы о городах – в этом случае официальный сайт не на национальном и не на английском получит оценку не выше **РЕЛ-**.
- У некоторых фирм и сервисов есть множество сайтов на разных национальных доменах, причем сайт на том или ином домене предназначен именно для соответствующего домену региона. При этом язык страницы может определяться автоматически (и пользователю из России покажут русскоязычную страницу на любом из доменов). В таком случае ориентироваться нужно именно на домен, а не на язык страницы, и оценивать, исходя из правила локализуемости, а не из правила о языках.

Примеры:

[информация о Лондоне на английском] (Москва)

<http://en.wikipedia.org/wiki/London> - **ПОЛЕЗНЫЙ**. Хорошая статья про Лондон, и на английском - как пользователь и просил.

http://www.krugosvet.ru/enc/Earth_sciences/geografiya/LONDON.html - **НЕРЕЛ**. Статья хорошая, но на русском.

[Shakespeare King Lear] (Санкт-Петербург)

http://www.shakespeare-literature.com/King_Lear/index.html - **РЕЛ+**. Запрос на английском языке, релевантны будут страницы с соответствующим произведением и на русском, и на английском.

http://lib.ru/SHAKESPEARE/shks_text4.txt – **РЕЛ+**, то же самое.

[камбербэтч про пилотов] (Москва)

http://www.comedy.co.uk/guide/radio/cabin_pressure/ - **РЕЛ-**. Речь идет про английский радио-сериал Cabin Pressure. Особенность этого запроса в том, что сериала нет на русском или с субтитрами. Но даже это не делает исключение для страницы: за английский язык по русскоязычному запросу мы ставим оценку не выше **РЕЛ-**.

[google] (Москва)

<http://www.google.ru/> - Вит: официальный сайт для России по англоязычному запросу;

<http://www.google.com/> - Вит: глобальный сайт по англоязычному запросу;

<http://www.google.it/> - **РЕЛ-**, у части пользователей страница откроется на итальянском, для других Гугл автоматом покажет русский язык. В целом страница предназначена для Италии, поэтому выше **РЕЛ-** ставить не стоит, но хоть как-то в каких-то случаях этой страницей можно пользоваться - поэту **РЕЛ-**, а не **НЕРЕЛ**.

[в.г. перов "последний кабак у застава

, <http://artmight.com/tur/Museum/Tretyakov-Gallery/the-last-tavern-at-the-city-gates-285360p.html> - **РЕЛ-**. Да, в первую очередь нужна именно картинка, и на этом сайте она есть в огромном размере и хорошем качестве. Но тем не менее, язык страницы - повесть турецкого и английского (а запрос на русском), и оценку необходимо снизить. Только до **РЕЛ-** именно потому что все-таки нужная картинка на странице есть и она является основным контентом. Пусть и плохо, но страница отвечает на запрос.

[бритни спирс] (Самара)

http://en.wikipedia.org/wiki/Britney_Spears - **РЕЛ-**, страница на английском языке по русскоязычному запросу.

<http://www.zvezdi.ru/artists/spearsss/> - **РЕЛ+**, по существу, достаточное количество информации - и на русском :)

<http://www.terra.com/musica/artistas/b/britneyspears/> - **НЕРЕЛ**, полезность страницы уже не играет никакой роли, испанский язык **НЕРЕЛ**евантен (в отличие от ситуации с картиной выше, здесь основная цель страницы - быть основной навигационной, то есть, понимание языка важно для использования контента).

[Казальпустерленго] (Москва)

<http://www.comune.casalpusterlengo.lo.it/> - **РЕЛ**-, несмотря на то, что русской или английской версии у сайта нет, он все равно получит оценку **РЕЛ**-, потому что это запрос о городе.

Правило "один-много"

(Релевантность)

Есть запросы, в которых пользователь не определил точно объект, который он хочет получить, а указал класс или категорию объектов. Например, [скачать mp3], [игра онлайн], [смотреть фильмы], [рецепты] или чуть более узкие [играть в игры для девочек], [Билан песни], [рецепты салатов], [клип Виагры] и т.д. По таким запросам мы должны предложить пользователю выбор, то есть показать не одну игру (песню, рецепт), а подборку.

Для всех запросов

Общая идея

В общем случае по таким запросам страницы оцениваются следующим образом:

ПОЛЕЗНЫЙ - морда тематического сайта с удобной навигацией; хороший полный раздел, отвечающий на запрос.

РЕЛ+ - случайный раздел; тематическая подборка (игры одной тематики по запросу об играх вообще, песни одного жанра по запросу о музыке в целом, песни одного исполнителя по запросу о конкретном жанре). Подборка начинается от двух объектов, но это не означает что любая маленькая подборка сразу получит положительную оценку. Количество объектов в подборке нужно соотносить с запросом и количеством возможных ответов на него. Например, в Москве существует несколько сотен ВУЗов, тогда как в небольшом городке их может быть всего несколько. Соответственно, по запросу [ВУЗы] из Москвы для положительной оценки подборка должна содержать как минимум десяток-другой учебных заведений; а по тому же запросу из маленького города - 2-3 хватит. Если подборка представляет собой смесь релевантных и **НЕРЕЛ**евантных результатов, то для оценки **РЕЛ+** больше половины элементов подборки должны быть релевантны.

РЕЛ- - одна игра (песня, рецепт); песни одного исполнителя по запросу о музыке вообще; подборка, плохо отвечающая на запрос.

Примеры:

[игры онлайн]

<http://onlineguru.ru/> - **ПОЛЕЗНЫЙ**. Это морда сайта, посвященного онлайн играм (подробного, с очень хорошим выбором, адекватной навигацией).

<http://www.flashplayer.ru/> - **ПОЛЕЗНЫЙ**, по той же причине.

http://www.flashplayer.ru/games.mini.1_1_1.php - **РЕЛ+**. Одна категория игр.

<http://www.girlsgogames.ru/> - **РЕЛ+**. Целый сайт, однако тоже посвященный только одной категории игр.

<http://games.krutomer.ru/playgame/9695/Stunt-Pilot> - **РЕЛ**-. Одна случайная игра.

[игры для девочек], <http://www.girlsgogames.ru/> - **ПОЛЕЗНЫЙ**. Большой удобный сайт, всецело посвященный теме запроса. Заставляет задуматься язык - многие из игрушек на английском (по русскоязычному запросу). Но в этом случае мы оценку не понижаем: английский в этих играх очень примитивный, и к тому же исследования показали, что пользователи весьма рады такому сайту. Однако нужно помнить, что это исключение из правила о языках, и автоматически распространять его на что-то еще нельзя.

[рецепт яблочного пирога], http://allsweet.net/recipe.php?dir=17_4&page=menu - **РЕЛ-**, так как релевантных рецептов меньше половины.

Сайты без страниц-хабов

Бывают ситуации, когда по общему запросу вам попадаете страница, основным контентом которой является одна песня (текст, игра, рецепт и т.д.), но на той же странице присутствуют ссылки на другие релевантные по запросу объекты. Тогда необходимо выяснить, существует ли на этом сайте общая страница, на которой пользователю могут предложить выбор из множества объектов. Если да, такая страница есть, то ставим этой **РЕЛ-**.

Примеры:

[Гребенщиков песни]

<http://www.nomorelyrics.net/ru/song/6881.html> - **РЕЛ-**, текст одной песни; причем на сайте есть общая страница с песнями этого исполнителя. Увидеть это можно, кликнув по заголовку-ссылке «Гребенщиков Борис тексты песен и аккорды».

<http://www.nomorelyrics.net/ru/group/335.html> – **РЕЛ+**, большая подборка текстов.

[колыбельные мира], <http://www.youtube.com/watch?v=1dWtAFUopCI> – **РЕЛ+**. Ролик соответствует запросу, а на другие даны ссылки сбоку, при этом на сайте нет общей страницы для всей категории.

[серфинг]

<http://vetrotour.wind.ru/photo.php?id=18508&evn=%C2%FC%E5%F2%ED%E0%EC> – **РЕЛ-**. Одиночная фотография на сайте, на котором есть общая страница для всей категории; превью («предыдущее фото», «следующее фото») мы за полноценные картинки не считаем.

<http://vetrotour.wind.ru/photos.php?evn=%C2%FC%E5%F2%ED%E0%EC> – **РЕЛ+**, та самая категория.

Особенности формулировки запроса

Если запрос задан в единственном числе ([Песня Цоя],[фильм скачать], или число в запросе точно не понять ([фото кошек], [видео белки]), но по существу он попадает под правило Один-Много – это правило нужно применить :)

Далее подробнее разобраны отдельные типы запросов, при оценке которых нужно применять правило Один-Много. Однако не забывайте, что этими типами все многообразие запросов не исчерпывается, и данное правило может оказаться применимо и в других случаях.

Фотографии и картинки

Для значительной части запросов хорошим или уместным ответом будет картиночный, и в этом разделе инструкции речь пойдет именно о таких ситуациях. Не всегда ясно, какой должна быть страница с картинками, чтобы получить положительную оценку по такому запросу: сколько картинок должно на ней быть, в каком размере, насколько разнообразных и так далее. Чтобы в этом разобраться, сначала рассмотрим типы запросов и ответов.

Типы запросов

1. Запросы про уникальный одиночный объект.

Хотят увидеть одну определённую, скорее всего, известную картинку, например, [Мадонна Литта], [лада крыжовник демотиватор], [я же ем оптимус].

2. Запросы про уникальный объект из нескольких картинок.

В этой ситуации обычно хотят уникальный объект, но он представляет из себя несколько/много картинок, например, [codex seraphinianus].

3. Запросы про класс объектов.

Речь не про конкретную картинку, а вообще про изображения кого-то или чего-то, например, [фото пожарная машина], [картинки с животными], и так далее.

Типы ответов

1. Одна картинка.

Может оказаться на картиночном ресурсе (фотобанке, фотохостинге), например, <http://fotki.yandex.ru/contest/127/users/elenaesko/view/547048/?page=0> - или на любом случайном.

2 «Простыня».

Неорганизованная подборка картинок, например, http://www.proxvost.info/wild/cheetah_photo.php

3. Галерея.

Раздел специализированного картиночного ресурса. Галереи бывают с листалками и без. Листалка - это возможность переходить от одной картинке к другой непосредственно, не возвращаясь на страницу уровнем выше.

Галерея без листалки - <http://www.miledi-shop.ru/index.php?id=197&c=1&m=3>

Галерея с листалкой - http://www.floranimal.ru/gallery_his.php?flid=142

4. Хаб.

Страница с коллекцией ссылок на другие страницы – «простыни» или галереи, например, <http://www.benedictcumberbatch.co.uk/photo-gallery.html>

Правила оценки

Запросы про уникальный объект

ПОЛЕЗНЫЙ - страница, на которой картинка представлена в очень большом разрешении; или в нормальном разрешении, но есть возможность перехода на бОльшие размеры.

РЕЛ+ - страница с картинкой нормального размера и нормального качества, не обесцвеченная, не разрезанная, без мешающих надписей и тому подобного.

РЕЛ- - слишком маленькая картинка, с плохим качеством, с копирайтами, мешающими восприятию.

Примеры:

[Robert Doisneau: Pont d'Iena, 1945], <http://fotki.yandex.ru/users/Elnika2007/view/562672?page=45> - Пол, на странице представлена нужная картинка в среднем размере, но есть возможность открыть огромный вариант (кнопка "В другом размере");

[пьер и жиль фото игги поп], <http://www.gardenhistory.ru/page.php?pageid=265> - **РЕЛ+**, нужная картинка есть, она в нормальном качестве (не искажена, нет мешающих копирайтов, все в порядке), но в не очень большом размере;

[пьер и жиль фото игги поп], <http://velvetovaya.livejournal.com/28906.html> - **РЕЛ-**, картинка совсем маленькая, и качество оставляет желать лучшего (фотография была сделана через стекло, в котором отражается интерьер).

[в.г. перов "последний кабак у заставы"]

, <http://www.tretyakovgallery.ru/ru/collection/show/image/id/2925> - Пол, сайт аккуратный и удобный, авторитетный, фотографию можно развернуть в большой размер, есть поясняющий текст к картине.

Запросы про уникальный объект из нескольких картинок

ПОЛЕЗНЫЙ - страница, на которой представлены все или почти все картинки объекта в большом размере, либо есть возможность выбирать размер; при этом по ним удобно перемещаться ("простыня", если уместна; галерея с листалкой);

РЕЛ+ - страница, где представлено достаточное количество картинок, но не все, либо у картинок небольшой размер, либо по ним неудобно перемещаться (галерея без листалки); "достаточное количество" зависит от запроса: в одних случаях для положительной оценки нужны практически все картинки из запрашиваемой серии (иначе будет потерян смысл), в других хватит гораздо меньшего количества.

РЕЛ- - слишком мало картинок, либо картинки слишком низкого качества, либо есть мешающие водяные знаки.

Примеры:

[Codex Seraphinianus]

http://issuu.com/ronni/docs/codex_seraphinianus - Пол, книга представлена полностью, ее удобно смотреть (можно листать), картинки можно разворачивать на весь экран;

http://yabloko155.ya.ru/replies.xml?item_no=7591 - **РЕЛ-**, картинки можно получить в хорошем качестве, но их слишком уж мало;

[Трансметрополитен 20], <http://comixbook.ru/comix/rus/vertigo-comics/transmetropoliten/transmetropoliten-20.html> - Пол, на странице нужная часть комикса, есть все картинки части (в данном случае это важно, потому что у комикса последовательный сюжет), они в большом разрешении, можно листать.

Запросы про класс объектов

Неважно, в единственном числе задан запрос или во множественном – в любом случае, по таким запросам нужны подборки. При этом подборка должна быть разнообразной. Кроме этого, нужно учитывать востребованность картинок по запросу: если картинки являются достаточно важной прагматикой, значит, по такому запросу у страницы с картинками может быть оценка **ПОЛЕЗНЫЙ**; если картинки не более, чем уместны - значит, оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** страница с картинками по такому запросу получить не может.

ПОЛЕЗНЫЙ - много разнообразных картинок большого размера; тип документа – «простыня», галерея с листалкой или хаб;

РЕЛ+ - то же самое, но картинок немного, либо они среднего размера, либо галерея без листалки, либо «простыня» с сильно сжатыми картинками;

РЕЛ- - мало картинок, либо релевантных картинок меньшая часть подборки, либо картинки однообразные, либо совсем маленькие (не более 320 пикселей по большей стороне). Также снижаем, если картинки испорчены большими водяными знаками.

Примеры:

Pierre et Gilles], http://art4.ru/en/news/news_detail.php?ID=2675&block_id=38 - Пол, "простыня" с достаточным количеством больших картинок по теме;

[Хью Джекман], http://www.kinomania.ru/stars/h/Hugh_Jackman/foto.shtml - Пол, содержательная галерея с большими качественными картинками, есть листалка;

[Пьер и Жиль], <http://blog.yatsutko.net/1549> - **РЕЛ+**, картинок не очень много, часть из них не слишком большие.

[Эмма Уотсон], <http://stars365.livejournal.com/2322416.html> - **РЕЛ-**, во-первых, запрос очень широкий, фотографий с Эммой Уотсон - великое множество, а на странице их совсем немного; во-вторых, этот запрос требует разнообразия, страница же представляет практически один и тот же кадр с минимальными вариациями.

[nature photo], <http://www.shutterstock.com/cat-12-Nature.html> - **РЕЛ-**, страница могла бы получить положительную оценку, если бы не водяные знаки.

Запрос явно подразумевает желание посмотреть на большие красивые картинки с природой, а вотермарки очень сильно этому мешают.

Особенности товарных запросов

Картиночный ответ может быть релевантным по общим товарным запросам (например, [htc desire z], [acer aspire]), но для оценки важно, на каком сайте находится ответ. Даже самая лучшая фотогалерея на сайте магазина будет релевантной, только если магазин находится в нужном регионе.

Для товарных запросов, которые однозначно направлены только на поиск картинок (например, [фото диванов], [встроенные кухни картинки]), регион страницы с ответом не важен.

Рецепты

В целом правила для оценки рецептов те же, что и для других запросов. Но в этой категории чаще возникают сложности при попытке понять, требуется конкретный объект или класс объектов.

Здесь следует руководствоваться следующим правилом:

- Если в запросе есть конкретное блюдо ([рецепт борща], [шарлотка]), один подробный рецепт можно оценивать как **РЕЛ+**, а подборку рецептов борща или шарлотки - как Полезную. Подробный рецепт - рецепт, в котором описанные стадии приготовления блюда, даны подробные рекомендации. Часто в таких рецептах присутствуют фотографии стадий приготовления и готового блюда, а также комментарии других пользователей.

- Если же в запросе не отдельное блюдо, а тип блюд ([рецепт печенья], [рецепты салатов], [холодный суп]) - для положительной оценки необходима подборка рецептов. Оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** можно ставить тогда очень хорошим, полным подборкам на хороших, удобных сайтах.

Примеры:

[рецепт борща]

<http://www.kulina.ru/articles/rec/pervyeblyuda/borschi> – **ПОЛЕЗНЫЙ**, подборка по теме.

<http://www.say7.info/cook/recipe/259-Borsch.html> – **РЕЛ+**, один подробный, хороший рецепт.

http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B5%D0%BB%D1%91%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%89 – **РЕЛ-**, одиночная статья, без фото и комментариев.

http://www.kulina.ru/articles/rec/pervyeblyuda/borschi/borsch_23/ - **РЕЛ-**, один рецепт, не очень подробный.

[рецепт печенья]

<http://www.gotovim.ru/recepts/bake/cookie/> - **ПОЛЕЗНЫЙ**, большая, хорошая подборка.

<http://receptoman.ru/tag/%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%B5-%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%BD%D0%B5%D0%B5-%D1%80%D0%B5%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%82%D1%8B> - **РЕЛ+**,

подборка, но не очень большая.

<http://www.povarenok.ru/recipes/show/32244/> - **РЕЛ-**, один случайный рецепт.

Софт

Есть класс запросов, в которых пользователь ищет не конкретную программу, а какой-то тип программ. Например, [антивирус скачать бесплатно], [программа для видеомонтажа]

По такому запросу положительную оценку получают:

- тематические подборки программ;

- официальные сайты отдельных программ.

Отдельная программа не на официальном сайте получит оценку не выше **РЕЛ-**.

Иногда запрос бывает сформулирован более конкретно - например, [конвертер видео из flv в mp4], [плеер для flac]. Здесь пользователь точно указал, какие функции ему обязательно нужны в программе, поэтому любая такая программа подойдет пользователю, не смотря на некоторые отличия этих программ друг от друга. То есть, по такому узкому запросу одна программа, как правило, получает оценку **РЕЛ+**.

Примеры:

[антивирус]

<http://www.kaspersky.ru/> - **РЕЛ+**, официальный сайт одной конкретной программы-антивируса;

<http://www.softportal.com/software-444-avira-free-antivirus.html> - **РЕЛ-**, это отдельная программа не на официальном сайте;

<http://freesoft.ru/?sec=antivir1> - **РЕЛ+**, большая подборка релевантных программ.

[wav to mp3 coverter], <http://www.softportal.com/software-16826-free-wav-mp3-converter.html> - РЕЛ+ , запрос задан достаточно конкретно, поэтому одной проги, соответствующей запросу, достаточно для положительной оценки, даже если она находится на софт-портале, а не на собственном официальном сайте.

Отзывы

Общая информация

Когда пользователь ищет отзывы, он хочет узнать частные мнения других пользователей о продукте/услуге. Этим отзыв отличается от обзора, который написан профессионалом.

Основные критерии качества ответа таковы:

- 1) Количество (разнообразие мнений) и полнота отзывов;
- 2) Возможность оставить новый отзыв и/или уточнить информацию о продукте/услуге;
- 3) Структурированность и аргументированность;
- 4) Интерфейс оценки (наличие рейтинга, детализации оценки т.п.);
- 5) Наличие дополнительной информации о продукте/товаре/услуге (где купить, стоимость и т.п.);

Типы отзывов

Чаще всего мы имеем дело с отзывами о:

- 1) товаре (автомобиль, лекарство, холодильник, плеер);

<http://market.yandex.ru/model-opinions.xml?modelid=6938177&hid=91013>

<http://www.carexpert.ru/review/audi/a3/>

<http://www.otzyvnoy.ru/auto/audi/a3/>

- 2) услуге (туристическая поездка, ремонт, здравоохранение);

<http://www.ayda.ru/hotels/40314/>

- 3) компании (работа в компании, общая характеристика школы, детский сад, банк, фитнес-центр);

<http://www.banki.ru/services/responses/bank/?id=68775>

http://www.airlines-inform.ru/world_airlines/KLM.html

- 4) культурном событии (фильм, спектакль, концерт) – в этом случае синонимом отзыва будет рецензия.

<http://www.kinopoisk.ru/level/1/film/496943/>

Каждый тип характеризуется своими критериями, например, оценку отеля можно разделить на: питание/сервис/обустроенность территории и т.п. при оценке автомобиля можно оценивать внешний вид, управляемость, динамику, безопасность, но для оценки банка или фильма такие критерии не

подойдут, их, скорее всего, просто оценят по пятибалльной шкале. Т.о. отзыв о фильме может и не быть аргументированным, но при оценке автомобиля/отеля аргументация и детализация нужны и полезны.

Если по запросу можно показать целую группу товаров/услуг (например, [телефоны nokia отзывы], [анталия отдых отзывы]), то наиболее релевантным ответом, скорее всего, будет список всех возможных значений (список моделей Нокии или список отелей Анталии со ссылками на непустые отзывы). То есть, возможна ситуация, когда основная страница сама не содержит отзывов, а является навигационной.

Правила оценки

ПОЛЕЗНЫЙ ставится, когда на странице:

- Много пользовательских отзывов, можно добавить свой отзыв. В случае, когда по запросу можно показать целую группу товаров, например, «телефоны nokia отзывы» - то есть список всех моделей телефонов Нокии со ссылками на непустые отзывы.
- Есть шкала оценки или система голосования, данные понятно структурированы. Полезные отзывы аргументированы. Интерфейс добавления отзыва на лучших сайтах может побуждать пользователя оставить максимально подробный аргументированный отзыв (например, содержать несколько полей: о достоинствах, недостатках, сроке владения товаром и тому подобное) .
- Есть дополнительная информация о товаре/услуге - описание/ссылки на характеристики, магазины, примерная стоимость и прочее.
- Сайт популярен, узнаваем и основная тематика сайта – отзывы/обзоры/новости.

Примеры:

[форсаж 5 отзывы], <http://www.kinopoisk.ru/level/1/film/496943/>

[альфа банк отзывы], <http://www.irecommend.ru/content/alfa-bank>

[по запросу adora белок отзывы], <http://www.ayda.ru/hotels/197/>

[ОСАГО РЕСО отзывы], <http://www.sravni.ru/strahovka/kompanii/reso-garantiya/otzyvy/>

[отзывы nissan juke] <http://reviews.drom.ru/nissan/juke/>

- во всех ситуациях правильная оценка **ПОЛЕЗНЫЙ**.

РЕЛ+ ставится, когда на странице:

- Много пользовательских отзывов (>=3 развернутых отзывов), либо есть развернутый отзыв и ссылки на другие отзывы.
- Есть возможность комментировать/добавить свой отзыв.
- Это форум, раздел форума или содержательный тред с множеством пользовательских отзывов.

При этом дополнительной информации о товаре/услуге, интерфейса голосования и т.п. может и не быть. Т.е. интерфейс и структура сайта не позволяют поставить документу оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**.

Примеры:

[отдых в анапе отзывы], http://otziv.gorodsochi.ru/anapa_region/anapa/index.php

[отдых в ялте отзывы], <http://www.kurorttorg.ru/resort62.html>

[лучшая пицца в москве отзывы], <http://www.timeout.ru/journal/feature/16400/>

[бодифлекс отзывы], <http://www.info-arch.ru/bodifleks-otzyvy-vrachej-protiv-mneniya-xudeyushhix/>

[самсунг галэкси отзыв], http://mobiguru.ru/phones/samsung/samsung_galaxy_s_2.html#model_feedback
[отзывы о авианова], <http://aviaforum.net/forum/4-655-1>
[отзывы nissan juke], <http://nissan.drom.ru/juke/>
[магнитолы пионер отзывы], <http://nadavi.com.ua/src/5/pioneer/src-39.php>
- во всех ситуациях правильная оценка **РЕЛ+** .

РЕЛ- ставится, когда на странице:

- Есть 1-2 развернутых отзыва, либо несколько коротких отзывов (по одному предложению).
- Есть отзывы, но нет возможности комментировать/добавить свой отзыв (т.е. эти отзывы скопированы откуда-либо или присланы администратору сайта на имейл - т.е. прошли некую цензуру и отбор, и мы уже не можем им полностью доверять. К сайтам, на которых оставлять отзывы могут только зарегистрированные, это не относится).
- Отзывы «мусорные», неадекватные. Страница не модерруется.
- Предмет отзывов не совсем тот. Например, запрос [лучшая пицца в москве отзывы], на странице 10 отзывов, но только об одной пиццерии (суженный класс запроса).
- Нет отзывов, но перед нами каталожная карточка с несколькими вкладками, отзывы находятся на соседней вкладке, куда можно перейти по клику. Это исключение из правила о кликах относится только к отзывам, только к каталожным карточкам и похожим схемам размещения информации. Рандомная страница со ссылкой на отзывы - **НЕРЕЛ** по общим правилам.
- Отзывы явно проплаченные или сочинённые сотрудниками компании. В таких случаях на странице обычно нет формы добавления отзыва
- Отзывы об услугах или о фирме старше двух лет.
-

Примеры:

[лучшая пицца в москве отзывы], <http://www.geopizza.ru/otzyvy>
[антивирус nod32 отзывы], <http://softarchive.ru/item/comment/23325-nod32-antivirus.html> [нетбук asus 1215 отзывы],
<http://www.notik.ru/goods/11234.htm#tab2>
[пионер 7891 отзывы], <http://nadavi.com.ua/rev/pioneer/7891/rev-39.php>
[nokia n97 отзывы], http://mobiguru.ru/phones/nokia/nokia_n97.html - каталожная карточка товара, отзывы находятся на соседних страницах (вкладки «Комментарии» и «Отзывы»)
[отзывы дермакол], <http://eurocosmetic.ru/o-dermacol> – вероятно, проплаченные или сочиненные отзывы
- во всех ситуациях правильная оценка – **РЕЛ-**.

НЕРЕЛ **р**евантный ставится, когда отзывов нет, даже если есть форма их добавления.

Примеры:

[лучшая пицца в москве отзывы], <http://www.toropizza.ru/>
[бодифлекс отзывы], http://hudoi.ru/bodi/bodi_otziv/
[asus eee pc 1215p отзывы], http://mobiguru.ru/notebooks/asus/asus_eee_pc_1215p.html
[отзывы nissan juke], <http://nissan.110km.ru/juke.html>
[grs косметика отзывы], <http://modnaca.ru/kosmetika/110-grs-kosmetika-otzyvy.html>
- во всех случаях правильная оценка **НЕРЕЛ**.

Общие особенности оценки

Если переход по вкладкам на карточке товара осуществляется без изменения URLa (то есть другую, лучшую страницу с отзывами добавить нельзя), то оцениваем имеющиеся отзывы, не обращая внимания на необходимость перехода.

Если часть отзывов содержится на основной каталожной странице, а за остальными нужно идти на специализированную, то оценку ставим фактическому содержанию страницы.

Примеры:
[nokia 2700 classic отзывы], http://mob.ua/phone/nokia/nokia_2700_classic.html - **РЕЛ+** . На основной странице 5 структурированных отзывов, поэтому странице можно ставить положительную оценку, хотя и существует страница http://mob.ua/phone/nokia/nokia_2700_classic/comments.html

Актуальность отзывов

Общая концепция оценки актуальности описана [в соответствующем разделе](#).

Отзывы о конкретных товарах не устаревают, так как товары обычно не меняются со временем. То же справедливо, конечно, и для отзывов о культурных событиях.

Для товарных категорий отзывы устаревают, потому что выходят новые товары.

Отзывы об услугах (кафе, отелях и тому подобном) могут устареть. Например, звёздность отеля меняется с годами, а менеджер ресторана может отреагировать на сигнал и уволить хамящую официантку. Однако период устаревания таких отзывов мы считаем равным двум годам, то есть по шкале актуальности в любом случае нужно ставить Никогда. Если на странице все отзывы старше двух лет, то её оценка понижается до **РЕЛ-**.

Отзывы о фирмах и предприятиях оцениваем так же, как отзывы об услугах.

Спам

(Релевантность)

Поисковый спам – это вредоносные и сорные сайты и страницы. Обман пользователя, бессмыслица, замусоривание хороших сайтов – в этом повинен спам. Поисковый спам обесценивает интернет как источник информации и заставляет поисковые системы тратить силы и время на его искоренение, а не на повышение качества поисковых результатов.

Цель спамера – продвинуть свою страницу в первые строки выдачи. Наша цель – помешать ему в этом.

Как оценивать

Существует множество видов спама. Некоторые из них представляют собой спам в "чистом виде", но другие могут находиться на достаточно ценных или просто релевантных запросу страницах. Поэтому оценка "спам" вынесена в дополнительную шкалу.

Перемещение страниц

Если фактический URL отличается от того, который есть в задании (при этом отличается существенно: происходит смена хоста), то фактический URL в интерфейсе подсвечивается красным цветом.

ВАЖНО: смена адреса сама по себе не есть спам, однако есть некоторые спамные страницы, на которых происходит и редирект тоже. Поэтому в случае смены хоста URL подсвечивается, чтобы обратить внимание ассессора на эту смену адреса. То есть красный URL - не всегда спам, а лишь повод посмотреть на сайт внимательнее, на предмет проверки, а не дорвей ли он.

Перемещения страниц бывают разной природы:

1. **Дорвей**, т.е. сайт или веб-страница, перенаправляющая посетителей на другой сайт. Другой цели существования у дорвея нет: на нём нет никакого ценного контента.

Дорвеи бывают двух видов: с автоматическим редиректом и без него.

Дорвей с редиректом примечателен тем, что адрес страницы в адресной строке самопроизвольно меняется. Перенаправление пользователя на другой сайт происходит автоматически. Иногда оно бывает мгновенным.

Дорвей всегда перебрасывает пользователя на какую-то страницу, которую он не искал (часто это порно), на разный мусор, который явно не несёт никакой пользы никому (кроме его создателей). Часто конечной страницей, на которую приводит дорвей, тоже является какой-либо спам. Вообще, дорвеи достаточно уродливы для того, чтобы вопроса в их спамности не возникало, когда они попадают в оценку. Однако попадают они редко, поскольку все поисковые системы достаточно успешно с ними борются.

Дорвей без редиректа требует кликнуть по ссылке, чтобы перенаправление произошло. Например:

<http://my.opera.com/seksvkontakte/blog/>

Дорвей - это спам всегда, с редиректом он или без.

2. Серверный редирект.

Изменение адреса страницы или полное удаление контента с неё может и не являться злонамеренным действием. Крупные интернет-площадки часто манипулируют структурой сайта и даже доменными именами. Аналогично поступают сознательные и опытные вебмастера при переносе контента. Один из частых примеров такого редиректа - создание промосайтов под актуальный продукт (новый тариф у сотового оператора, новый ноутбук и т.д.) Когда сайт выполнит свою функцию, на нём выставляют редирект.

Пример: <http://somebodyelsesphone.com/> - промосайт Nokia для нового телефона. Как сайт выглядел раньше, можно посмотреть здесь:

http://wklondon.typepad.com/welcome_to_optimism/2008/10/somebody-elses-phone.html

Теперь длинная цепочка редиректов приводит нас на <http://europe.nokia.com/home>

Встречаются внутренние редиректы там, где страницу переместили. Пример: mail.google.com или <http://www.joblist.ru/> (этот сайт купил холдинг Мейла и теперь он редиректит на сервис работа на сайте mail.ru).

Если случился какой-либо редирект, мы оцениваем итоговую страницу по релевантности. Спам за саму по себе смену адреса не ставим.

Ещё один вариант - зеркала сайта, которые функционируют неправильно:

<http://www.kasperskylab.ru/>

<http://avp.ru/>

На <http://www.kasperskylab.ru/> главная страница функционирует как зеркало основного сайта, но все ссылки ведут на <http://www.kaspersky.ru/> - в этом отличие таких сайтов от настоящих зеркал, навигация которых полностью повторяет основной сайт и никуда не перекидывает.

Такие страницы получают оценку по релевантности и спам.

Информация для спам-ассессоров

Результаты поиска и выводы по тэгу

Результаты поиска по вебу всегда получают оценку "спам" на предварительной шкале и оценку по релевантности - на основной.

Результаты поиска по сайту получают оценку "спам" только тогда, когда на сайте есть альтернативный способ навигации (рубрики, категории, теги и так далее).

Примеры: ищем аптеки на сайте <http://www.btk-online.ru> *Результаты поиска* http://www.btk-online.ru/search/?btk_all=1&r=&subr=&txt=%E0%EF%F2%E5%EA%E0&BookID=search&loc= - спам, т.к. те же результаты можно получить с помощью

выдачи по тэгу <http://www.btk-online.ru/btk/?subr=169>

Ищем дуэт арф на music.privet.ru

<http://privet.ru/search/music/?go=1&query=%D0%B4%D1%83%D1%8D%D1%82+%D0%B0%D1%80%D1%84&ss=music&x=0&y=0> – спам, т.к. возможна навигация с помощью тэгов: <http://music.privet.ru/tags/?tag=%D0%B4%D1%83%D1%8D%D1%82+%D0%B0%D1%80%D1%84>

Ещё примеры:

<http://www.okov.net/index.php?autocom=mp3base&q=%CC%E8%EA%E0+%CD%FC%FE%F2%EE%ED> по запросу "Мика Ньютон - Выше чем любовь-Нежность" = спам + **НЕРЕЛ**, потому что ни слушать, ни скачать без регистрации нельзя, да и запрос к сайту не совпадает с запросом пользователя.

Если результаты поиска пустые, то оценки будут спам + **НЕРЕЛ**.

Внимание

! Колдунщики, результатами поиска не являются.

Примеры колдунщиков (по ссылке)

Тонкости оценки

Q. Как мы относимся к выводам по тэгу?

A. Вывод по тэгу - это страница с сайта, которая должна объединять похожие по смыслу документы. Она является элементом навигации на сайте, но иногда может представлять из себя технический спам.

Рассмотрим такие случаи подробнее:

http://www.riliz.ru/tags/mtk_6218?type=link - Спам. Получили документ по тэгу "mtk 6218" сообщение на нём гласит "Нет записей"

<http://habrahabr.ru/tag/mlcx/> - Спам. На сайте в данный момент времени нет ничего с таким тегом.

Аналогично относимся к **облаку тэгов**.

<http://www.warez-box.ru/tag/> - Спам. Вся страница представляет из себя ссылки на существующие тэги, на странице результатов поиска такой документ не нужен.

Если вывод по тэгу не пустой, оцениваем его по релевантности. Примеры таких тэгов:

<http://www.autoblog.com/tag/geneva+motor+show/>

<http://news.kremlin.ru/by-keyword/93>

Q. Как отличить результаты поиска от колдунщика?

A. 1) проверить по списку колдунщиков, 2) если остались сомнения – спросить у администратора.

Q. Как правильно действовать при оценке, чтобы не перепутать спам и не спам?

A. Самое главное - разобраться в навигации на сайте. Как она устроена? Можно запросить рубрику или подкаталог, вывод по тэгу? Если да, то результаты поиска - спам.

Нет ни рубрик, ни подкаталогов, ни тэгов? Результаты поиска - не спам.

- а дальше оцениваем по релевантности.

Q. А если на странице есть одновременно и контент, и результаты поиска? Например, в рефератах, как здесь:

<http://revolution.allbest.ru/literature/00217649.html> - на странице искомый реферат, а внизу - список "подобные работы"

A. Это не спам. Просто дополнительный **ПОЛЕЗНЫЙ** сервис сайта.

Информация для спам-ассессоров

Спам-каталоги

В сети много каталогов сайтов. Известны каталоги <http://yasa.yandex.ru/>, <http://www.google.ru/dirhp?hl=ru&tab=wd> <http://www.dmoz.org/>

Каталог сайтов – это систематизированная подборка ссылок на интернет-ресурсы с описаниями. Каталоги делятся на специализированные (на какую-то одну, конкретную тему) и общие, а ещё на региональные, национальные и глобальные. Каталогами удобно пользоваться, если вы ищете не ответ на конкретный вопрос, а сайты на какую-то тему. Составление хорошего каталога – ручная работа. Человек подбирает ресурсы, классифицирует их и пишет аннотации.

Каталог вовсе не обязательно будет спамом. Но есть каталоги, которые нужно пометить как спам: каталоги, составленные автоматически, не выполняющие своих функций или замусоренные до такой степени, что ими невозможно пользоваться. Такие каталоги создаются не для удобства пользователей, а для открутки рекламы.

Вот некоторые свойства спам-каталогов:

- реклама является основным содержанием и занимает большую часть экрана или несколько экранов. Рекламный текст выделен ярким цветом, «основной» контент замаскирован или слабо заметен.
- встречаются разделы, в которых описаний сайтов нет, а реклама уже есть.
- для каждой ссылки или адреса с контактами создается отдельная страница (открытая для индексации поисковиками). Как правило, эта страница не несет никакой дополнительной информации, необходимой для выбора и оценки ресурса.
- подозрительны и неактивные ссылки, хотя сами по себе признаком спама они не являются.
- дизайн у такого каталога шаблонный, т.к. они обычно создаются сетками. Нередко в контактах одного каталога указан e-mail на другом домене, соответствующем другому автокаталогу. Также подозрителен популярный почтовый ящик типа yandex, gmail, mail, rambler.
- описания сайтов и даже адреса могут обрываться в неожиданных местах.
- на странице могут присутствовать поисковые запросы.
- заявленная тематика не соответствует фактической, как в отношении общей тематики каталога (заявлена тема «Все о мебели», но рубрики посвящены работе, знакомствам, и т.п.), так и внутри рубрик.

Пример: <http://www.milfirm.ru/fc1/firm15727.htm>

Что здесь не так:

- большую часть страницы занимает реклама
- нет собственного поиска по сайту, а рубрикатором невозможно пользоваться, потому что а) нет классификации по регионам, б) заявленные разделы не имеют отношения к действительности (издательский центр находится в рубрике "бизнес и финансы", в рубриках нет внутреннего деления).

К вредоносным каталогам относятся и так называемые линкопомойки – системы автоматического обмена ссылками, которые подвешивают на вполне нормальных сайтах. Например:

<http://noni-sok.ru/mylinks.php>

<http://paleks.ru/links.htm>

<http://paleks.ru/links/index.php>

<http://paleks.ru/friends.html>

и т.п. Т.е. если в выдаче по какому-то запросу мы видим страницу автоматического обмена ссылками, то помечаем её как спам.

Тонкости оценки

Q. "Много рекламы" - это сколько?

A. В целом надо смотреть, мешает реклама пользоваться содержанием каталога или нет. Если нужно долго прокручивать страницу, чтобы увидеть единственную строчку ценной информации - это плохо.

Q. Я увидел одно объявление в неподходящей рубрике. Я могу пометить каталог как спамный?

A. В любом каталоге могут быть ошибки. Стоит оценить каталог с точки зрения пользователя: насколько этот каталог внушает доверие, насколько он удобен. Если в рубриках постоянно попадают неподходящие по тематике объявления - это плохо. Но одно-единственное может быть случайностью.

Спамерские доски объявлений

Доски объявлений часто бывают хорошим ответом на запрос пользователя. Но есть доски, которыми невозможно пользоваться, доски, содержащие один мусор. Такие доски мы помечаем как спам. Они

- Обильно обвешаны рекламой
- Несмотря на существование разделов, объявления нетематические, т.к. их можно добавлять свободно и они не модеруются – проспамливаются автоматом.
- Тексты давно устаревших объявлений, бесполезные пользователю
- Для каждого объявления отведена своя страница, которая не несет дополнительной информации

Примеры спамерских досок объявлений <http://www.netbiz.com.ua/br/det702621.html>
<http://www.vipflat.kiev.ua/boards/>

Обратный пример - одна из самых лучших и популярных досок <http://irr.ru/>

Списки поисковых запросов, бессмысленный текст

Если страница содержит список запросов или блок бессмысленного текста, она в любом случае помечается как спам.

Не забывайте просматривать страницу целиком, особенно когда имеете дело с т.наз. развлекательными порталами: нередко блок с запросами (озаглавленный примерно как "список последних запросов, по которым нас нашли", часто указывается и поисковая система) находится в нижней части страницы.

Часто списки поисковых запросов содержатся в проспамленных гостевых книгах, форумах и т.п. В таких случаях оценки зависят от того, содержится ли на странице ещё что-то ценное. Форумный тред может содержать исключительно списки поисковых запросов, и тогда оценивается как спам + **НЕРЕЛ**, но бывает, что начало треда содержит хорошую информацию, а замусоривается ботами только потом, и оценка по релевантности будет положительной.

НЕРЕЛевантным спамом будут и страницы, содержащие исключительно тэги, метки. Например <http://bobrdobr.ru/tags/public/2009,фильм>

Существуют сервисы анализа сайтов, например <http://www.tic-pr.com/> или <http://hit.ua/> Отношение к ним зависит от запроса.

Если запрошен конкретный сайт, а выдана страница с аналитикой - то это не спам, а просто **НЕРЕЛ**евантный ответ (т.к. подобная статистика - достаточно редкая и экзотическая пользовательская потребность).

Пример: запрос "kp", страница <http://www.tic-pr.com/analysis/kp.ua/> - не спам.

Однако если подобная страница найдена по одному из пользовательских запросов на ней (список поисковых запросов озаглавлен здесь как "Ключевые слова из поисковой выдачи Яндекс для kp.ua:"), то она будет спамом - как список поисковых запросов.

Переоптимизация - документ который содержит **ПОЛЕЗНЫЙ** пользователю контент. Однако в отличие от хороших документов содержит текст, написанный не для пользователя, а для поисковой машины. Часто это большие блоки текста(размеры бывают больше половины экрана) которые люди не читают с многократным употреблением ключевых слов

Примеры:

http://www.nvsinfo.ru/information/predlog_yslyga/vizitka – Спам, переопт

Весь текст – простыня для роботов, очень много ненужной инфы (не про визитки), всё это понапихано на одну страницу определённо не для людей.

<http://v-zory.ru/> – Спам, переопт

Откровенный переопт, тут и поспорить не о чем: лингвистические рассуждения о происхождении слов на порно-сайте явно не для людей написаны.

<http://weicq.ru/> – Спам, переопт

Текст – сплошное переливание из пустого в порожнее, повторения, бесконечный перебор синонимов, попытка записать побольше низкочастотных запросов.

<http://oval.ru/enc/49230.html> – Спам, переопт

Нет даже попыток вставить запрос в текст органично, в результате он совершенно нечитаемый. Обещают рисунки, а их на деле нет. Спам однозначно.

http://www.molniam-realty.ru/residential_real_estate/house1/ – Спам, переопт

Большая портянка.

<http://songi.ru/perevod/H/HIM/Heaven%20Tonight/> – Не спам, не переопт

Спамить за строчку вверх: «Перевод песни HIM Heaven Tonight на русский. Слова песни Heaven Tonight исполнителя HIM. Текст песни HIM Heaven Tonight.» - не надо. Это стандартный блок, типа расширенного заголовка, и ещё он совершенно соответствует содержанию страницы. В целом, сайт низкого качества, но спамом не является.

<http://www.millionpodarkov.ru/sms/priyatnye-sms.htm> – Не спам, не переопт

Текст подозрительный, но он не оптимизирован, просто рекламный текст с сайта.

<http://funlove.ru/odnoklassniki.html> – Не спам, не переопт

Текст совершенно нормальный, про сайт. Понятно, что упоминание "одноклассников" рефлекторно вызывает подозрение, однако, если отвлечься от того факта, что это именно они, статья совершенно разумная и не переоптимизированная, спамить её не следует. Есть ещё момент, что там присутствуют разные написания названия сайта. За это тоже не надо спамить. Во-первых, там нет ни одного опечаточного названия (которые суть зло и спам). Во-вторых, те, что есть, разбросаны по тексту и употребляются как синонимы. В случае, когда все эти названия указаны в скобках через запятую, и таким образом ещё и вставлены в текст много-много раз, получается спам. В данном случае никакого злоупотребления нет.

Понятно, что этот текст написан для переманивания аудитории одноклассников на другой сайт, однако сделан он качественно и спамить его не следует.

<http://3gp-film.ru/> – Не спам, не переопт

Предлагалось заспамить за блок «популярные фильмы», однако он не спам. Он одинаковый на всём сайте, это просто список популярных страниц с сайта. Слова про скачать присутствуют в заголовках и самих статей тоже, поэтому нельзя считать, что тут есть накачивание релевантности по слову «скачать».

<http://www.yeisknalog.ru/> – Не спам, не переопт

Перечисление ключевых слов под логотипом – некрасиво, но спамить их не стоит.

<http://moscowjob.net/vacsearch.php> – Не спам, не переопт

Подозрительный блок снизу, но недостаточно ужасный, чтобы посчитать его переоптом.

<http://svadba-gid.ru/catalogue/weddingsalon.htm> – Не спам, не переопт

Текст, конечно, оптимизированный, но не чересчур.

Технический спам

Технический спам - это страницы, не предназначенные для индексации поисковой системой. К таким страницам относятся служебные данные: внутренняя статистика сайта, редакторский интерфейс и т.п. Как правило, данные страницы попадают в индекс без злого умысла со стороны владельца сайта, из-за ошибок со стороны веб-мастера.

Один из примеров технического спама - это сессии на сайте "Одноклассники". Их можно отличить по наличию в URLe "jsessionid".

<http://www.odnoklassniki.ua/?jsessionid=AB3A130EA15711CE393A33872D8B1E68>

<http://www.odnoklassniki.ua/?jsessionid%3DaS7qSplfx3Kb>

Также к техническому спаму мы относим сайты во фреймах. Что такое фрейм.

Пример: <http://r.bookler.ru/bookbuy/88/7587053.shtml> Как отличить такой сайт в оценке? Взгляните, магазин называется E5.RU, настоящий его адрес

<http://www.e5.ru/> А <http://r.bookler.ru> не имеет к магазину никакого отношения.

Щелкните правой кнопкой на любом свободном поле, откройте исходный код страницы. Вы увидите, что код фрейма занимает всего один экран, и никакого магазина там нет - только рамка и ссылка.

Домен на продажу

Домен на продажу в нашей терминологии – собирательное название для шаблонных "припаркованных" доменов.

То есть доменное имя куплено или выставлено на продажу, сайта по этому адресу ещё нет, но поисковая система уже нашла URL. Содержит этот URL обычно спам-каталог, список ссылок и/или блок рекламы. На большинстве доменов в том или ином виде написано «домен на продажу».

Верная оценка - **НЕРЕЛ+** Спам.

Спам-контент и второконтент

Существует множество сайтов и страниц, основной контент которых заимствован с других сайтов. Это могут быть и ценные сайты, скажем, хорошие агрегаторы (как <http://www.nnm.ru/>, <http://ru.redtram.com/>), информационные порталы (<http://www.peoples.ru/>). Добавление к чужой информации новой качественной классификации и/или аналитики полезно.

Но значительная часть таких страниц просто содержит копированную информацию. Создаются они для получения дохода от размещения рекламы (контекстной, баннерной), для размещения ссылок на другие свои ресурсы или просто для продажи ссылок. Контент страницы может быть релевантен запросу и интересен для пользователя, однако, есть достаточное количество сайтов, содержащих подобную информацию и сделанных более

качественно и аккуратно.

Если страница с таким вторичным контентом мусорная, неаккуратно сделанная, зарекламленная, то на предварительной шкале оценки мы пометим её как спам.

Вот некоторые признаки спам-контента:

- Большое количество контента на сайте, появившемся недавно. Если это блог, то часто почти все записи датированы одной или несколькими датами
- Часто отсутствуют собственные изображения, почти все изображения берутся с сайта-источника.
- Некачественно скопированный контент (отсутствуют изображения, нарушено форматирование, наличие html-тегов в тексте)
- Большое количество рекламы и ссылок.
- Часто отсутствует информации об авторе и источнике контента.
- Минимум информации на сайте и обилие рекламы.

Примеры:

<http://download-icq.ucoz.ru/icq-smartfon-mobile.html>

<http://ebanas.ru/>

<http://podarok-present.blogspot.com/>

Если запрос подразумевает потребность "скачать" или "получить онлайн" (видео, аудио, книгу и так далее), то оценка **Спам** ставится только тогда, когда очевидно, что вебмастер сознательно вводит пользователя в заблуждение: на странице есть словосочетание "**скачать бесплатно**", однако при этом все ссылки ведут на **платные** файлообменники; или есть плеер, однако посмотреть контент можно только за деньги, и так далее.

Во всех остальных ситуациях отсохшие ссылки или неработающее видео/аудио – само по себе не повод ставить странице оценку Спам (однако при этом страница может получить такую оценку за другие признаки спама).

То есть, в данном контексте Спам мы ставим **только за то "вранье", которое касается оплаты**: если на странице есть слова "смотреть онлайн" (ни слова про бесплатно!)), при этом посмотреть нельзя, потому что плеер не работает, но никаких иных признаков спама нет – верная оценка **Не спам**.

Тонкости оценки

Q. Часто встречаются так называемые развлекательные порталы. Как правило, они дают ссылки на разнородную информацию (музыку, фильмы, книги, картинки, приколы). Подавляющее большинство из них не содержит оригинальной информации. Как нужно относиться к таким сайтам?

A. Если основной контент портала вторичен, а рекламы столько, что прочитать-посмотреть материалы нормально невозможно, то нужно пометить сайт как спам.

Q. На сайте есть только описание контента (фильмов, музыки и т.п.), а всё скачивание идёт с файлообменников. Помечаем как спам?

A. Нет Ссылки на файлообменники (letitbit, sendspace, rapidshare и другие) признаком спама не являются.

Q. На странице присутствуют странные ссылки на якобы файлообменники, которые не дают скачать нужный файл (и ещё маскируются под известные обменники по виду). Что с ними делать?

А. Такие ссылки - это обман. Чаще всего ссылки на псевдообменники расположены в рекламном блоке с названием наподобие "скачать на высокой скорости". За наличие подобных ссылок странице надо поставить оценку "спам", вне зависимости от того, присутствуют ли на ней настоящие ссылки. На страницах бывают дополнительные блоки и другого типа, предлагающие не ссылку на псевдофайлообменник, а прямое скачивание файла с хоста, отличного от оцениваемого сайта. Примеры "плохих" и "хороших" ссылок можно посмотреть в учебнике.

Если при этом на странице есть и "хорошие" ссылки, их стоит оценить по релевантности. Например, страница может получить за хорошую рабочую ссылку - **РЕЛ+**, а за наличие обманной - дополнительную оценку Спам.

Q. Когда нужно пометить спамом товарные агрегаторы (сайты-подборки цен на товары в разных магазинах)?

А. Признак спама для агрегаторов, помимо неудобной рубрикации и избытка рекламы - малое число источников. У спамных агрегаторов обычно 1-2 источника.

Q. Многие сайты с рефератами выглядят мусорными. Когда нужно пометить рефераты спамом?

А. Спамом помечаем те рефераты, которыми невозможно нормально пользоваться (в реферате отсутствуют картинки и таблицы, упомянутые в тексте, реферат нельзя скачать в нормальном виде (скачивается абракадабра какая-нибудь)). Создаются подобные сайты в первую очередь с целью заработка на рекламе.

Ещё признаки спам-рефератов:

- Информация не отформатирована (формулы отсутствуют или не читаются, картинки и таблицы отсутствуют), невозможно скачать реферат в правильном формате; зачастую в одну статью собрано несколько текстов из разных источников (опять же без форматирования);
- Запредельное количество рекламы.

Помните, что на сайте могут быть и спамные, и неспамные страницы. Если вы видите хороший, удобный для пользования реферат, то пометайте его как неспам. Но если есть сомнения и колебания, то рекомендуется заглянуть в раздел "Математика" данного сайта и посмотреть на рефераты, содержащие формулы. Характерно, что на сайтах со спамными рефератами формулы не отображаются нормально. Подобные сайты

<http://bestreferat.com.ua/referat/detail-8269.html> или же вот такой

<http://shara.org.ua/referats/ru/show/1930/%CA%EE%EC%E5%F2%FB%20%E8%20%E8%F5%20%EF%F0%E8%F0%EE%E4%E0%20> (здесь скачивается всё в странной кодировке плюс есть классика жанра

<http://shara.org.ua/referats/ru/show/16721/90%20%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%85%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D1%83%D0%BB%20/>) на основании данного подхода признаются спам-рефератами.

Q. Сайт открыл кучу новых окон с порно! Его пометить как спам?

А. Бывают развлекательные порталы, которые при любой активности пользователя на странице (и даже вовсе без его участия) открывают дополнительную страницу с порно или рекламой. Само по себе это не признак спама, - но только если дополнительные страницы можно без затруднений закрыть. Иногда они не позволяют закрыть себя естественным путём, требуют послать смс-ку и вынуждают пользователя закрывать браузер через диспетчер задач. Это вредные, раздражающие пользователя страницы, и их, конечно, надо пометить как спам.

Скрытый текст

Это примитивный способ обмана поисковой машины. Он всегда помечается как спам (плюс оценка по релевантности). Такой текст «виден» для поискового робота, но имеет разметку, скрывающую его от отображения пользователю в браузере.

Наличие скрытого текста можно заподозрить, когда на странице много свободного места без видимых на то причин (вверху/внизу страницы). Для детектирования попробуйте «выделить всё» (Ctrl-A) или "отобразить страницу без стиля" (в Файрфоксе Вид => Стиль страницы). Скрытый текст может стать при этом виден.

Приемы скрытия текста:

- Цвет шрифта, близкий к цвету фона
- Маленький, нечитаемый размер шрифта
- Расположение за границами видимой зоны экрана

Партнерки

Существуют сайты, продающие товары и/или услуги другой компании. За привлечение покупателей они получают комиссию от компании - реального продавца. Подобные сайты имеют право на существование, но для нужд поиска необходимо уметь их определять.

Признаки партнёрок:

- Описания товаров, их цены, на сайте-партнере повторяют описания на сайте-организаторе партнерской программы.
- Если заказать что-либо (оформить заказ), происходит перенаправление на другой сайт, т.е. корзина или оформление заказа происходит на целевом сайте. Возможно отображение корзины и/или оформления заказа в новом окне, адрес которого можно увидеть в «Свойствах» страницы.
- Картинки товаров грузятся с другого сайта (обнаруживается просмотром свойств картинки)
- На сайте присутствует ссылка «Партнерская программа», которая ведет на целевой сайт организатора.
- Отсутствуют оффлайн-координаты, особенно адрес.

В общих случаях мы оцениваем партнёрки по релевантности, а потом помечаем как спам.

Тонкости оценки

Q. По запросу требуется конкретный сайт, и этот сайт - партнерка. Нужно ли помечать его как спам?

A. В тех случаях, когда Витальной по запросу будет партнерка (например love.rambler.ru по запросу "Рамблер-знакомства), спамом она не будет.

Q. Какие бывают партнерки?

A. Особое внимание следует уделять партнеркам Мамбы и Лавпланет, выглядящим как самостоятельные сайты. Их можно опознать по дизайну.

<http://lovemoskva.ru/> - партнерка

<http://loveplanet.ru/> - исходный сайт

<http://mheart.ru/> - партнерка

<http://mamba.ru/> - исходный сайт

Вот ещё партнерки:

<http://sota.allprikol.ru/> - партнёрка

<http://playfon.ru/> - основной сайт

много партнёрок у <http://www.diamondelectric.ru/> (обратите внимание на шапку "Вы можете сделать заказ", она на всех партнерках выглядит одинаково), <http://www.sotmarket.ru>

Также всё ещё встречаются партнёрки Мерамеда, например, <http://www.medplaneta.ru/consultation/> хотя основной сайт уже закрыт

А вот сайт <http://neprikasaemye.ru/shop/> - не партнерка, а подборка ссылок, потому что здесь нет имитации магазина, нет цен и фальшивой корзины.

Q. А если сайты не продают услуги, а предоставляют возможность свободно скачать контент? Но этот контент на нескольких сайтах одинаковый.

A. Тут мы оценку "спам" не применяем.

Q. А если контент продаётся? Например, за деньги предлагают скачать фильм, музыку, порно.

A. Сам по себе платный контент - не спам. Но часто встречаются сайты, которые предлагают платить смс-ками на четырёхзначный номер. Если в выдаче несколько сайтов с платным контентом, нужно сличить эти номера. Одинаковые номера - признак партнёрки. Тогда мы такие сайты пометим как спам.

Сателлиты

Сателлиты – это сайты, создаваемые одним владельцем для продвижения главного сайта.

Они нужны либо для наращивания числа ссылок на главный сайт с сайтов той же тематики, либо для того, чтобы занимать несколько позиций в топе выдачи по разным запросам, под которые они и оптимизируются. Например, если сайт предлагает набор услуг/товаров, то под каждую группу услуг/товаров делается отдельный сайт, который наполняется тем же контентом, что и соответствующая рубрика основного сайта. Наиболее распространенными примерами таких сайтов являются сетки сайтов по бронированию гостиниц (под каждую гостиницу создается свой сайт), туристические сайты (создаются сайты по странам, направлениям, базам отдыха), фирмы, предоставляющие услуги обучения (под каждый курс либо направление создается отдельный сайт), интернет-магазины с большим ассортиментом товаров.

Основные признаки:

- шаблонный дизайн, обычно довольно бедный, без флеша и наворотов.
- дублирование контента на главном сайте и на его сателлитах.
- одинаковые контактные данные (часто на сателлитах приведен только телефон).
- наличие информации о главном сайте (например в виде ссылки).

Примером подобного спама может служить сетка сайтов курортного магазина.

<http://www.kurortmag.ru/> – основной сайт, сателлиты - <http://www.abxaziya.ru/> <http://www.krimea.ru/> <http://www.company-tour.ru/>

<http://www.magadansochi.ru/>

Как мы поступаем с сателлитами? Если основной сайт хорошо известен (как в случае курортного магазина, например) и есть в выдаче наряду с другими сателлитами, то его спамом пометать не надо. Всё остальное оцениваем как спам.

Если вы не можете разобраться, который сайт главный, то пометайте спамом всё. Спам-ассессоры разберутся.

Псевдосайты

Это сайты-подделки. Они пытаются выдать себя за то, чем они не являются - фальшивые сайты фирм или клубов, фальшивые интернет-магазины, фан-клубы и т.д.

Как правило, создаются для продвижения других сайтов с помощью ссылок.

Основные признаки псевдосайтов:

- Простой, стандартный дизайн;
- Минимум информативных страниц;
- Как правило, отсутствие контактной информации; в качестве контактов представлена только форма обратной связи или имейл на бесплатном ящике.
- отсутствие названия (в шапке дублируется адрес).
- нелепое расположение информации и стремящаяся к нулю юзабилити.

Примеры псевдосайтов:

<http://www.ukrprombank.od.ua/>

<http://www.50-cent-rap.ru/>

<http://www.rs-bank.info>

<http://fc-chelci-news.hiblogger.net>

<http://dyf.in/prokuratura-peterburga-vozbudila-42-dela-po-faktu-narusheniya-v-sfere-ekologicheskoy-oxrany-rnevy-3-2059.html>

<http://www.frmp.ru/>

<http://www.kazanskiy.info/>

<http://leningradskiy.info/>

Обратный пример – <http://people.megansk.ru/?p=1004>. Это

не

псевдосайт, хотя дизайн может вызвать подозрения. Выяснить действительно положение вещей можно, пройдя на страницу

http://people.megansk.ru/?page_id=12, где описывается цель создания сайта и дают контакты создатели.

Псевдосайт мы оцениваем по релевантности, а потом пометаем как спам. Чаще всего псевдосайт будет **НЕРЕЛ**евантен, но теоретически он может содержать неплохой, релевантный второконтент.

Версии для печати

Все версии для печати мы оцениваем по релевантности, а потом помечаем как спам.

По сути полная и печатная версии страницы - дубликаты, которые не нужны в выдаче, кроме того, в сравнении с обычной версией страницы на печатной мы теряем ссылки. Большая часть авторитетных сайтов закрывают версии для печати от индексации.

Пожалуйста, не путайте версии для печати с архивными и облегчёнными версиями. Это разные вещи. Архивные и облегчённые версии - не спам.

Q. Как отличить печатную версию от архивной?

A. Если на самой странице нет слов "версия для печати", то посмотрите внимательно на URL. Для печатных версий характерно, что в URLе содержится слово print. А вот archive в адресной строке - признак архивной версии.

Проблемы с автоопределением кодировки (ака крокозябры)

Если в документе вместо букв крокозябры, это, скорее всего, вызвано проблемами с автоопределением кодировки. За это документы никогда не получают оценку спам, это даже не является признаком спама. Что нужно сделать, чтобы увидеть читаемый текст? Пойти в меню Firefox (рыжая кнопка в левом верхнем углу) -> Веб-разработка -> Кодировка (либо Вид -> Кодировка, если вы используете старый дизайн). В этой вкладке нужно попробовать выбирать одну за другой все доступные варианты в нижней части (после серой черты, начиная с "Кириллица"), пока текст не обретёт адекватный вид. Когда правильная кодировка будет найдена, нужно оценивать сайт, как если бы он изначально был показан в таком виде. Если этого добиться так и не удалось, расследование считается законченным, других действий предпринимать не надо, верная оценка - 404

Примеры

Кроме того, у нас есть отдельная страница, на которой мы собираем примеры, связанные с оценкой спама.

Запросный спам встречается как на релевантных страницах, так и на **НЕРЕЛ**евантных. На оценку релевантности он не влияет. Однако, если он присутствует на странице, ей необходимо поставить оценку "спам".

Например, для запроса **[скачать dirt 2 yf rjvgm.nth торрент]** (Москва) в оценке оказался такой URL:

<http://www.best-plays.ru/simulator/arcade-simulator/419-colin-mcrae-dirt-2.html>

Non existent file: 191-zs-primer.png

С этого сайта можно скачать искомый торрент, поэтому оценка релевантности - **РЕЛ+**, однако на странице присутствует и запросный спам, поэтому по шкале спамности страница получает оценку спам.

Типичный пример запросного спама, как выше - блок с названием "у нас нашли", "у нас ищут", "последние запросы" и подобными, сами запросы снабжены фавиконками поисковиков, из которых эти запросы задавали. Спам ставится не за название блока, а за то, что это часть внутренней статистики, которую вебмастера нарочно выставляют наружу, чтобы повысить свои позиции в поиске. Часто таким образом накручивается релевантность и по запросам, для которых страница **НЕРЕЛ**евантна. За подобные махинации мы ставим оценку "спам".

Приведённый пример - один из характерных, на деле запросный спам бывает и хитрее. Но подобные яркие примеры должны быть оценены как спам обязательно. Пропустить оценку "спам" в случае, аналогичном приведённому - это совершенно точно ошибка, свести к спорным её не получится.

Запросный спам также ставится в случаях, когда на странице очень много поисковых запросов (необязательно в виде протянутой наружу внутренней статистики), например по запросу **[drjynfrnt]** (*Киев*) попался такой URL:

Здесь название сайта во всевозможных написаниях повторяется сильно больше, чем того требует нормальный текст (даже в URLe три раза вписано). Важно ещё, что название повторяется кириллицей и латиницей, а ещё есть строчка "Часто/ошибочно эту компанию называют: В Контакте, drjynfrnt, d gjynfrnt, d контакте, В Контакте ру, dконтакте, В контакт, В конт, v kontakte, v kontakte ru, В контакте ru", которая сама уже достаточное основание поставить оценку "запросный спам", даже не учитывая текст выше. За перечисление названия вконтакта всеми способами, включая опечатки, обязательно надо поставить оценку "спам".

Партнерка

(Релевантность)

Партнёрки - это один из видов спама. Если вы определили какую-то страницу как партнёрку, ей надо поставить оценку по релевантности и оценку спам. Например, партнёрка какого-либо магазина - это тоже магазин (в смысле, сам сайт будет сайтом магазина), но по сути покупка осуществляется только в основном магазине. Когда какой-то сайт плодит партнёрки, он преследует цель занять как можно больше позиций в выдаче по подходящему запросу (например, по названию товара, которым он торгует). Тогда пользователь может кликнуть на оригинальный магазин или на партнёрку, но в результате всё равно попадёт в основной магазин. Таким образом оригинальный магазин получает посетителей больше, чем получил бы в условиях честной конкуренции. Сайты-пустышки, которые ведут на первоначальный сайт, получают деньги за рекламу и переход пользователей (создатель партнёрской сети платит за привлечение клиентов). Таким образом сайтотладельцы получают клиентов (а с ними и дохода) больше, а пользователи лишаются возможности выбрать наиболее подходящий для себя магазин. Сам оригинал спамом не является, а вот все прочие сайты из партнёрской сетки - спам, они не несут никакой пользы для пользователей и снижают конкуренцию в выдаче. Если не бороться с партнёрками, может получиться, что вся выдача будет заполнена одним магазином (но выглядеть на первый взгляд будет так, словно их несколько). Поэтому партнёрки - зло. Чтобы поверить, является ли магазин партнёркой или нет, надо начать совершение покупки, дойти до стадии оформления заказа. На самом деле оформлять ничего не надо, естественно. Но если в процессе вас перекидывает на какой-то другой магазин - это партнёрка. Если перекидывает на какую-то систему оплаты (Paypal, Webmoney и тп) - это, естественно, не имеет никакого отношения к партнёркам.

Например, запрос **[Л Нильсон Ребенок родился! Чудо зарождения новой жизни скачать]** (*Петрозаводск*) и вот такой URL:

http://www.03portal.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=21226

Non existent file: 192-partnjorka-obshhijj-vid.png

Это магазин, скачать с него нельзя, поэтому оценка релевантности - **НЕРЕЛ**. Но надо ещё проверить на предмет, а не партнёрка ли это (да и вообще вид сайта намекает на то, что что-то тут нечисто). Надо попробовать оформить покупку, нажав на ссылку "купить". В норме, это должно привести к тому, что появится товар в корзине. Но в этом случае пользователя перебрасывает на другой сайт

<http://www.flip.kz/catalog?prod=6316>

Non existent file: 193-partnjorka-itog.png

Таким образом, сайт из оценки - партнёрка, а значит, спам.

Сателлит

(Релевантность)

Сателлиты, как и партнёрки, являются в некотором роде вспомогательными сайтами, которые искусственно увеличивают выгоду основного сайта. Но есть и отличия. Партнёрскими сайтами (которые перенаправляют людей на оригинальный сайт), как правило, владеют какие-то люди, не связанные с владельцем исходного сайта, связанные с ним только договором о работе партнёрской сети. Сателлиты же создают сами хозяева основных сайтов, они выглядят как сайт другой компании (иногда даже с другими контактами), но организация за основным сайтом и его сателлитами стоит одна. Цель всё та же - заполнить выдачу "своими" результатами, плюс умелый вебмастер может манипулировать ссылками между своими сайтами ради искусственного повышения релевантности какого-то из них. В общем, сателлит в выдаче выгоден его создателям, а пользователям - нет. Если вы определили какой-то сайт как сателлит, ему надо поставить оценку релевантности, которую он заслуживает и оценку "спам".

Рассмотрим, например, запрос [**молоковоз на шасси Камаз 65115**] (*Алматы*). В оценку попал следующий URL:

<http://www.spectechnikagaz.ru/molokovozy/>

Non existent file: 201-satellit-molokovoz.png

Вроде бы сайт называется АвтоСпецТехника, но URL - СпецТехникаГаз, как будто этот домен для части большего общего целого. Дизайн шаблонный без изысков. Это ещё не повод поставить спам, конечно, но должно насторожить, то есть при беглом взгляде вам должно стать понятно, что сайт подозрительный и надо его проверить. Можно просто кликнуть по логотипу "АвтоСпецТехника" и увидеть, что он перенаправляет на основной сайт, а можно и повнимательнее посмотреть на страницу из оценки:

Non existent file: 202-satellit-mylo.png

Адрес электронной почты указан для другого домена, того самого, на который ведёт ссылка из логотипа.

Non existent file: 203-satellit-glavnyjj.png

В данном случае владельцы сетки сателлитов не потрудились сделать им существенно разный дизайн и даже указали контакты основного сайта на второстепенном. Это довольно простой случай, но иногда удаётся опознать и более качественно сделанные сателлиты, их хорошо видно, когда сателлит и основной сайт попадают в одном задании. Однако особенно искусно сделанные сателлиты и вовсе почти невозможно обнаружить без основного сайта в том же задании (без сравнения).

Псевдосайт

(Релевантность)

Псевдосайты очень похожи на нормальные сайты, но на самом деле являются просто подделкой под сайт организации или бессмысленным набором данных, они создаются для того, чтобы зарабатывать на рекламе и продажных ссылках. За счёт похожести на нормальные сайты и наличие второстепенного контента, который сам по себе вполне нормальный, такие сайты могут оказываться на высоких позициях в поиске. Им необходимо ставить оценку спам.

Например, для запроса [**консультация логопеда онлайн**] (*Москва*) в оценке оказался URL

<http://jenkoncult.ucoz.ru/news/2009-01-06-100>

Non existent file: 212-psevdosajjt.png

Он немного похож по конструкции на нормальную консультацию. Однако нет никаких контактов, совершенно неясно, что будет, если отправить письмо через форму и вообще на сайт сколь-нибудь адекватной компании это не похоже.

Эта страница - псевдосайт, она выдаёт себя за онлайн-консультацию, на деле таковой не являясь.

Ссылки на псевдообменники

(Релевантность)

Примечание: антивирус Доктор Веб с некоторой точностью умеет определять наличие этих вредоносных ссылок и сообщает о том, что страница может представлять опасность для компьютера. В целом, это, конечно, верно. Однако ставить таким страницам оценку "вирус" некорректно, надо ставить оценку релевантности и спам.

Ссылки на ненастоящие файлообменники по текущей инструкции являются один из видов спамконтента. Многие вебмастера грешат их использованием и этот вид мошенничества довольно регулярно попадает в запросах про скачивание или просмотр чего-то онлайн, поэтому заслуживает отдельного рассмотрения в силу своей популярности.

Проверять, что же за файл скачивается с вредоносной ссылки, ассессорам не надо. Однако, чтобы подтвердить подозрения, мы пробовали качать файлы с таких обманных ссылок, когда они вообще есть (иногда ссылка ведёт в какое-нибудь невразумительное место, даже без скачивания). В большинстве случаев качается архив, который просит смску за открытие. Это уже подозрительно. Но даже если архив удаётся распаковать (например, потеряв некоторую сумму на экспериментах с смсками), в нём, в лучшем случае, находится инструкция по работе с нормальными файлообменниками и торрентами (не подробная, конечно). В худшем ещё и какой-нибудь вирус сидит. В общем, качать это всё, естественно, не надо. Однако пользователи по ошибке могут и скачать что-то с этих ссылок. При этом желанного контента они не получают в любом случае. Поэтому URLам с такими нехорошими ссылками, помимо оценки релевантности необходимо поставить "спам", потому что на странице присутствует обман. При этом на релевантность обманные ссылки влияния не оказывают.

Вот например, в оценке запроса [**скачать торрент бесплатно на русском языке без регистрации**] (*Москва*) попался URL

<http://luxyri.biz/download/%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C+%D0%B1%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%BD%D0%BE+torrent+1.8.5+%D0%BD%D0%B0+%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BC+%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%B5+%D0%BD%D0%B5+zip.html>

Non existent file: 213-ssylki1.png

Как правило, эти обещания в этих ссылках повторяют контент страницы, но тут сама страница вообще о другом, а с запросом связана только эта спамная реклама. При оценке нет необходимости углубляться в изучение вредоносных ссылок, важно поставить оценку "спам" за их наличие (если вам нужно углубиться в изучение, чтобы понять, что ссылка спамная, то придётся таки углубиться). Посмотрим на примере этого сайта, почему же такой блок ссылок - обман, а значит и спам.

Non existent file: 214-ssylki2.png

Первая ссылка ведёт на скачивание файла с сомнительным названием в домене .tk (в этом домене примерно 99% сайтов спам, утверждать, что любой сайт в этом домене - спам, нельзя, но подозрение вызывает существенное). Чтобы убедиться, что это какой-то обман, можно, например, зайти на этот сайт, однако настоятельно рекомендуется этого не делать, на таких сайтах почти всегда находятся вирусы (на этом сайте, например, троян есть):

Non existent file: 215-ssylki-gs.png

При скачивании файла по ссылке из нехорошего блока пользователь получит только текст этой самой "оферты", возможно, снабжённый вирусом (в рассматриваемом случае вирус будет). Это проверено экспериментально, ассессорам перепроверять не стоит, ибо шанс подцепить вирус велик (в примере шанс и вовсе стопроцентный).

Non existent file: 216-ssylki3.png

Вторая, третья и четвёртая ссылки ведут себя аналогично.

В некоторых случаях эти ссылки вместо скачивания мусорного файла (замаскированного под искомый) уводят пользователя на псевдофайлообменники. Например, для запроса **[Лучшие книги серии метро 2033] (Москва)** в оценке оказался такой URL:

<http://dbbook.ru/xbook/fantastika/apocalipsis/metro/3249-metro-2033-bezymyanka-audiokn.html>

Non existent file: 219-ssylki6.png

Спамная ссылка ведёт на такую страницу:

<http://deposit.stimulnmall.com/results.php?notds=1&query=%CC%E5%F2%F0%EE%202033.%20%C1%E5%E7%FB%EC%FF%ED%EA%E0%20%28%C0%F3%E4%E8%EE%EA%ED%E8%E3%E0%29%20%F0%E0%E7%EC%E5%F0:590%EC%E1>

Non existent file: 220-psevdoobmennik.png

Это псевдообменник, который маскируется под Deposit Files.

Ещё несколько примеров спамных блоков:

<http://multikonline.ru/935-zvjozdnye-sobaki-belka-i-strelka.html>

Non existent file: 217-ssylki4.png

http://www.sefon.ru/mp3/%D0%90%D0%BD%D0%BD%D0%B0_%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%89%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D1%85_%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2_%D0%BD%D0%B5_%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B8

Non existent file: 218-ssylki5.png

<http://xxmuz.ru/shanson/3400-armejskie-pesni-pod-gitaru-2-2010-bonus.html>

Non existent file: 221-ssylki7.png

<http://uploader.ws/music/106027-armejskie-pesni-pod-gitaru-mp3.html>

Non existent file: 222-ssylki8.png

<http://musiclist.org.ua/song/335346.html>

Non existent file: 223-ssylki9.png

<http://nvlq.com/index.php?newsid=947>

Non existent file: 224-ssylki10.png

<http://tabulorasa.info/67546-bokovaya-panel-dlya-xr-gadzhety-sidebar-for.html>

Non existent file: 225-ssylki11.png

http://filmbom.ru/film_load/serial_load/16953-ne-rodix-krasivoy-vse-200-seriy-2005dvdrip788-gb.html

Non existent file: 251-ssylki12.png

<http://www.kino-line.biz/musik/10593-top-100-zajcevnet-2011.html>

Non existent file: 253-ssylki13.png

<http://www.videoanons.ru/film/comedi/1775-bitldzhus-beetle-juice-1988-dvdrip.html>

Non existent file: 280-ssylki14.png

http://sonic002.ucoz.ru/news/skachat_bitldzhus_1988_bdrip_besplatno/2011-01-05-24364

Non existent file: 281-ssylki15.png

<http://buenos.ru/176260-policejjskaja-akademija-police-academy-1-7-1984.html>

Non existent file: 282-ssylki16.png

<http://www.fatall.org/6083-prikolnye-ringtony-dlja-mobily..html>

Non existent file: 285-ssylki17.png

<http://kinosovetnik.ru/index.php?do=tags&tag=%D4%EE%F0%F1%E0%E6%205>

Non existent file: 293-ssylki18.png

Все приведённые страницы - спам (по любому запросу!), из-за наличия блоков с обманными ссылками. Дизайн блоков варьируется, но суть остаётся общей. Все такие страницы отправляются в спам.

В некоторых ситуациях, как в примере с книгой про метро 2033, нормальная ссылка и обманная могут выглядеть похожим образом. Если вы не уверены, спам перед вами или нормальная ссылка, проверьте её.

РЕЛ+

(Релевантность)

++Варианты названия: **РЕЛ+**, **РЕЛ+** , Relevant+, Rel+, R+++

РЕЛ+ документ отвечает запросу, предоставляет искомую информацию и не выделяется в лучшую сторону на фоне других подобных документов. Это такой ответ, который с большой долей вероятности удовлетворит потребность пользователя.

Чтобы отвечать запросу, страница должна соответствовать запросу по самой сути, и при этом:

1. Соответствовать языку запроса (подробнее в Основных правилах оценки, в разделе Языки);
2. 2. Соответствовать региону запроса или региону в запросе (подробнее в разделе Локализуемость в Основных правилах оценки) {пример 1};
3. 3. Там, где это нужно - предоставлять подборку элементов вместо одного элемента (подробнее в разделе Правило "Один-много" в Основных правилах оценки) {пример 2};
4. 4. Быть свежей, предоставлять актуальную информацию, если того требует запрос (подробнее в Основных правилах оценки, в разделе Актуальность);

Все эти условия должны выполняться одновременно {пример 3}.

Примеры:

{особенно важна локализация}

[часы работы райсобеса] (Москва), <http://mosopen.ru/government/group/21> - **РЕЛ+** . Непосредственно на этой странице часов работы нет, однако страница представляет собой "хаб", с нее можно уйти на страницу любого отделения в любом районе, и уже там увидеть часы работы. При этом ответ соответствует региону пользователя (Москва)

[Турция] (Москва), <http://www.1001tur.ru/tours/turkey.htm> - **РЕЛ+** . В данном случае предложения турфирм более чем уместны, потому что для такого запроса этот интент хорошо выражен. И как и в предыдущем примере - ответ соответствует региону пользователя.

{вернуться к теории}

{особенно важно правило один-много}

[львы фото], http://otvali.ru/photos/_:19944.html - **РЕЛ+** , для положительной оценки нужна именно подборка картинок. При этом для оценки **ПОЛЕЗНЫЙ** картинок еще недостаточно, плюс есть мешающая реклама.

{вернуться к теории}

{общие примеры}

[понятие социальной коммуникации] (Москва),

http://www.coolreferat.com/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%B2%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D1%8B%D1%85_%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%BF%D0%BF%D0%B0%D1%85 - **РЕЛ+** . На странице есть ответ на запрос, и несмотря на то, что на странице не вся информация относится к запросу - оценка не понижается. Оценку выше поставить нельзя, потому что сайт неаккуратный и сильно зарекламленный.

[история росии 10 клас] (Чита),

<http://teachpro.ru/%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%81/%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F+%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8.+10+%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81> - **РЕЛ+**, онлайн-версия учебника содержит полноценные тексты, и на запрос в результате отвечает. Не **ПОЛЕЗНЫЙ**, потому что все-таки основная суть страницы - продажа контента, а видео в онлайн-учебнике требует регистрации для просмотра до конца.

[гроза] (Кировск), <http://mysoch.ru/sochineniya/ostrovsii/groza/> - **РЕЛ+**, ответ на одну из потребностей, подборка сочинений по нужному произведению (а так как произведение программное, подборка сочинений - хороший ответ). Оценка выше ставить не за что: очень много мешающей рекламы, сочинения никак не отсортированы, форматирование внутри текстов не слишком хорошее.

[охота на зайца] (Волгоград), <http://www.hunter.ru/hunting/tamman/part26.htm> - **РЕЛ+**, приличная статья, отвечающая на запрос, однако недостаточно содержательная, чтобы получить более высокую оценку (по охоте на зайцев есть еще очень много вещей, которые на данной странице никак не отражены).

[скачать Корни Это ты объявила войну] (Москва), <http://www.zaycev.net/pages/309/30956.shtml> - **РЕЛ+**, позволяет скачать нужную песню, за капчу и переход оценку не снижаем (это обычная практика для подобных сайтов). Для более высокой оценки сайт слишком уж зарекламленный.

404

(Релевантность)

Оценка "404" предусмотрена для случаев, когда по какой-то причине не удастся открыть документ, который нужно оценить; это некий синоним фразы "я не могу оценить эту страницу".

Например:

- с сайтом нет соединения или он уже не существует;
- выдается ошибка (не только 404, но и 500 и так далее);
- выдается ошибка MySQL, PostgreSQL, PHP, Perl и прочие. При этом навигационная часть документа может отображаться, но вместо содержимого, которое должно отвечать на запрос — ошибка;
- написано "Сайт на реконструкции", "Сайт скоро откроется" и тому подобное;
- страница закрыта для незарегистрированных пользователей.
-

Прежде, чем ставить 404, нужно посмотреть копию документа в Яндексе (ссылка "копия Яндекс" справа вверху АНГа). Если копия есть, и по ней можно оценить документ - его нужно оценивать как обычную страницу.

Вирус

(Релевантность)

Эта оценка введена только для того, чтобы ассесоры могли не рисковать домашними компьютерами и не заходить на заражённые страницы - больше оценку Вирус мы никак не используем. По своей сути Вирус (как и 404) приравнивается к фразе "я не могу оценить этот документ".

Оценку Вирус можно ставить, если:

- При открытии страницы ваш антивирус сигнализирует об опасности и блокирует документ;
- Сама страница открывается нормально, но при попытке что-то скачать по ссылкам (видео, аудио, софт) антивирус выдает предупреждение;
- Если браузер выдает предупреждение о потенциально опасном сайте.

Однако если антивирус выдал предупреждение, но при этом сама страница выглядит нормально и позволяет себя оценить - ее нужно оценивать.

ВИТАЛЬНЫЙ

(Релевантность)

Варианты названия: **ВИТАЛЬНЫЙ**, Вит, Vital, V

Общая идея

ВИТАЛЬНЫЙ сайт – это официальный источник информации о предмете запроса, своего рода первоисточник, сайт-«правообладатель». Для оценки **ВИТАЛЬНЫЙ** фактическая полезность материала на странице не играет решающей роли: главной является именно официальность страницы [{пример 1}](#).

Витальные сайты или страницы могут быть у предприятий, товаров, законов, программ, известных людей, инструкций, официальных документов, художественных произведений и так далее. В то же время, по многим запросам витальных сайтов не существует: например, по запросам [погода], [гостиница в Москве], [фотографии кошек], [туры в Египет], [вода в офис], [программа для записи болванок] и т.д., потому что эти товары/услуги предлагаются множеством организаций, и среди них нет первоисточника.

Кроме этого, Витальные страницы и сайты бывают по навигационным запросам - таким, из которых ясно, что пользователь ищет данный конкретный ресурс. Возможны две ситуации: нужна конкретная страница с этого ресурса, или нужен ресурс в целом. В таком случае Витальные сайты появляются у запросов, по которым нет правообладателей. Это не означает, что любой сайт, название которого соответствует запросу, сразу станет Витальным, Витальность определяется по указаниям в аннотации, на основании здравого смысла и по статистике [{пример 2}](#). Если остаются вопросы или сомнения, лучше написать разметчику или своему администратору.

Количество витальных страниц не ограничено: как правило, такая страница одна, но их может быть и больше [{пример 3}](#). При этом они могут располагаться и на одном сайте, и на разных, быть глубокими внутренними страницами или мордами сайтов – все зависит от самого запроса. Главное, из множества страниц на официальном сайте, так или иначе связанных с запросом, оценку **ВИТАЛЬНЫЙ** должны получать те, которые сильнее всего соответствуют запросу [{пример 4}](#).

Всякие особенности

- Стартовые страницы с выбором языка, с просьбой ввести дату рождения и прочие splash-страницы оцениваем как Витальные, равно как и сами главные страницы, на которые можно уйти с заставки (при условии соответствия их запросу и прочим правилам оценки). Страницы-заставки - это как бы "витрина" сайта, главный вход, поэтому мы считаем, что они тоже важны для пользователя. А страницы, на которые можно уйти с таких "витрин" - уже официальный ответ по существу [{пример 5}](#);
- Если ищут известного человека, то из всех социальных сетей и блогов считаем Витальным только ЖЖ (livejournal.com) - по причине его наибольшей распространенности и открытости. Фейсбук и Вконтакте требуют регистрации для полноценного использования; Твиттер - сильно урезанный в функциональности и наполняемости сервис;
- Если ищут закон, то оценка **ВИТАЛЬНЫЙ** ставится в соответствии с [Инструкцией о законах](#) [{пример 6}](#);

- Витальные сайты могут быть устаревающими (сегодня он действительно **ВИТАЛЬНЫЙ**, а через год уже нет) - об этом можно не беспокоиться и все равно ставить оценку Вит {пример 7};
- При оценке витальных страниц обязательно нужно учитывать язык запроса и локализуемость {пример 8};.

Примеры:

{примеры на "правообладание"}

[безопасность Субару] (Санкт-Петербург), <http://www.subaru.ru/technology/safety> - НЕ **ВИТАЛЬНЫЙ**. Объективная оценка безопасности автомобиля – это оценка сторонних экспертов, а не создателей, они не являются правообладателями или первоисточником этой информации.

[samsung r540-js09 описание] (Норильск), [http://www.samsung.com/ru/consumer/computers-peripherals/notebooks/essential/NP-R540-](http://www.samsung.com/ru/consumer/computers-peripherals/notebooks/essential/NP-R540-JS09RU/index.idx?pagetype=prd_detail&tab=specification)

[JS09RU/index.idx?pagetype=prd_detail&tab=specification](http://www.samsung.com/ru/consumer/computers-peripherals/notebooks/essential/NP-R540-JS09RU/index.idx?pagetype=prd_detail&tab=specification) – **ВИТАЛЬНЫЙ**, потому что представляет собой страницу с описанием нужного девайса на сайте производителя. Описание, список характеристик – это объективная информация, которую как раз наиболее верно может предоставить именно производитель.

[Howlin' Wolf] (Ижевск), <http://www.howlinwolf.com/> - НЕ **ВИТАЛЬНЫЙ**. Это сайт-посвящение, созданный двумя людьми, которые не являются правообладателями информации о музыканте.

[Beatles] (Рязань), <http://thebeatles.com/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Сайт создан Apple Corps, которые являются правообладателями информации о Битлз.

[материнский капитал] (Тюмень), http://www.pfrf.ru/family_capital/ - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Материнский капитал – одна из государственных форм поддержки населения, реализацией этой программы официально занимается Пенсионный фонд России, на сайте которого и расположена данная страница.

[ингосстрах отзывы клиентов] (Москва), <http://www.ingos.ru/ru/feedback/opinions/> - НЕ **ВИТАЛЬНЫЙ**. Компания не является правообладателем или первоисточником отзывов про себя же, это информация, которая "официально" не закреплена ни за кем.

[г.подольск] (Москва), <http://www.admpodolsk.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Это сайт администрации города, которую можно считать официальным источником информации о городе.

[{вернуться к теории}](#)

{навигационные запросы}

[мейл], <http://www.mail.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Типичный пример навигационного запроса: несмотря на то, что сайт не является правообладателем предмета запроса, пользователи по такому запросу чаще всего хотят именно этот сайт.

[малина], <http://www.malina.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Аналогичный случай - по такому запросу подавляющее большинство пользователей, согласно статистике, хочет именно этот сайт.

[fun pic], <http://funpic.pl/> - НЕ **ВИТАЛЬНЫЙ**. Несмотря на совпадающее с запросом название, сайт не является Витальным. Это вообще не навигационный запрос, потому как нет ни одного ресурса, который люди массово бы хотели найти по такому запросу (выводы и тут основаны на статистике).

[грибы Википедия], <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B1> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. У понятия как такового не может быть витальной страницы, однако поскольку пользователь указал конкретный ресурс, на котором он хочет видеть ответ, эта статья и будет витальной.

[{вернуться к теории}](#)

{несколько витальных}

[рено меган] (Владивосток)

<http://www.renault.ru/renault-range/range-page-vp/megane/megane-coupe/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. На официальном сайте одной страницы для всех Рено Меганов нет, при этом

официальные страницы, посвященные разным вариантам Рено Мегана, одинаково соответствуют запросу.
<http://www.renault.ru/renault-range/range-page-vp/megane/megane-hatchback/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Объяснение то же самое.

[шишкин лес] (Москва)

<http://www.cone-forest.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. У данного запроса несколько основных поисковых потребностей, одна из них – питьевая вода.

Соответственно, морда официального сайта витальна.

<http://shishkinles.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Другая поисковая потребность по тому же запросу, и точно так же, морда официального сайта получает оценку **ВИТАЛЬНЫЙ**.

[{вернуться к теории}](#)

{наилучшее соответствие запросу}

[adobe photoshop] (Москва)

<http://www.adobe.com/ru/products/photoshopfamily.html> - **ВИТАЛЬНЫЙ**, так как представляет собой страницу искомого продукта на официальном сайте разработчика.

<http://www.adobe.com/ru/products/photoshoplightroom/> - НЕ **ВИТАЛЬНЫЙ**, потому что эта страница сужает запрос, показывает одну конкретную версию программы, при этом на сайте разработчика есть общая страница для всех версий семейства.

[скачать файрфокс] (Урюпинск)

<http://www.mozilla-russia.org> – НЕ **ВИТАЛЬНЫЙ**. Firefox – не единственный продукт Мозиллы, на сайте для него есть своя страница. Несмотря на то, что с главной его тоже можно скачать, морда сайта не будет Витальна.

<http://www.mozilla-russia.org/products/firefox> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Страница посвящена непосредственно запрашиваемому продукту.

[nokia 6230i] (Санкт-Петербург), <http://europe.nokia.com/find-products/devices/nokia-6230i> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Это не обычная страница с характеристиками телефона, а страница техподдержки. Однако она целиком посвящена искомой модели, и это самое подходящее, что есть на сайте по данному запросу, потому что телефон больше не выпускается.

[{вернуться к теории}](#)

{сплэш-страницы и выбор языков}

[Скотт Эдкинс] (Москва)

<http://www.scottadkins.com/> - Вит, это типичная страница-заставка, но мы считаем ее тоже витальной;

<http://www.scottadkins.com/home.htm> - Вит, основная страница сайта.

[crocs] (Москва)

http://www.crocs.com/on/demandware.store/Sites-crocs_us-Site/default/Home-SiteSelector - Вит, страница с выбором региона;

<http://www.crocs.ru/> - Вит, морда нужного русскоязычного сайта.

[{вернуться к теории}](#)

{витальные для законов}

[изменения в федеральный закон "О правовом положении иностранных граждан в РФ" 2010 год] (Самара), <http://www.rg.ru/2010/05/21/grajdane-dok.html> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Текст нужного закона на одном из нескольких сайтов, считающихся официальными для законов.
{вернуться к теории}

{устаревая витальник}

[кибориф], <http://2012.russianinternetforum.ru/> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Даже несмотря на то, что через год эта ссылка перестанет быть витальной, сейчас ей нужно поставить именно эту оценку.
{вернуться к теории}

{языки и локализуемость}

[телефоны Нокиа] (Нижний Новгород), <http://www.nokia.com/global/about-nokia> - НЕ **ВИТАЛЬНЫЙ**. Запрос русскоязычный, а это глобальный англоязычный сайт.
[michael jackson] (Москва), <http://www.michaeljackson.com/ru/home> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Запрос латиницей, поэтому витальна и русская, и английская версии сайта.
[google translate] (Москва), <http://translate.google.fr/> - НЕ **ВИТАЛЬНЫЙ**. Та самая ситуация, когда домен соответствует стране, под которую был создан сайт. То есть, даже несмотря на то, что у некоторых людей язык страницы определяется как русский или английский, этот сайт считается сайтом для Франции, и получить оценку **ВИТАЛЬНЫЙ** не может.

[youtube] (Нижний Новгород), <http://www.youtube.com/index?gl=IE> - НЕ **ВИТАЛЬНЫЙ**. На первый взгляд страница может показаться идентичной русской или глобальной морде, однако это морда Ютуба для Ирландии (обратите внимание на регион в самом низу страницы), поэтому по запросу из России витальной быть не может.

[бритни спирз] (Москва), <http://www.britneyspears.com/index.aspx> - **ВИТАЛЬНЫЙ**. Запрос на русском, однако у сайта нет русской версии, поэтому даже по русскоязычному запросу витальной будет глобальная (она же единственная).

РЕЛ-

(Релевантность)

Оценку **РЕЛ-** получают документы, не полностью или не напрямую отвечающие на запрос, но имеющие отношение к теме запроса. Мы предполагаем, что, попав на **РЕЛ-** страницу, пользователь может получить какую-то часть информации по запросу, но, скорее всего, не будет удовлетворен результатом. Например, **РЕЛ-** документ может сужать запрос, содержать частичный или косвенный ответ на потребность пользователя; или наоборот, слишком расширять суть запроса. Иногда, просмотрев несколько **РЕЛ-** документов, пользователь может полностью удовлетворить свою потребность, но сам по себе один такой документ не является достаточным и полноценным ответом на запрос.

Также оценку **РЕЛ-** получают хорошие страницы, раскрывающие минорные значения запроса - такие, которые нужны только малому количеству пользователей.

Примеры:

{сужение запроса}

[коды городов по московской области], <http://www.pkod.ru/cites.php?id=17778> - **РЕЛ-**, представлен только код Орехово-Зуево. Такой ответ имеет отношение к запросу, но раскрывает его очень плохо.

[сонник], <http://felomena.com/sonnik/p/> - **РЕЛ-**, страница сужает запрос: слов много, но все они на одну букву.

[AMD Phenom II X4 965 Black Edition], <http://www.hardforum.ru/t93089/> - **РЕЛ**-. Страница имеет отношение к запросу, нужный процессор упоминается, даются даже какие-то характеристики и есть обсуждение, но всего этого довольно мало, и кроме того, тематика явно сужена до проблемы тепловыделения и разгона.
[расписание автобусов Электрогорск-москва], <http://www.avtovokzaly.ru/avtobus/jelektrogorsk-moskva/2212/10-35/> - **РЕЛ**-, на странице представлено только расписание автобуса, который отправляется в 10.35 (хотя на самом деле автобусы по этому маршруту ездят несколько раз в день).

{мало информации}

[spaces mac os x], <http://ru.wikipedia.org/wiki/Spaces> - **РЕЛ**-, статья по теме, но информации слишком мало для более высокой оценки.
[эмма уотсон], <http://stars365.livejournal.com/2322416.html> (скриншот) - **РЕЛ**-. Несмотря на то, что на странице несколько фотографий по теме, это все еще недостаточно хороший ответ для положительной оценки: во-первых, фотографий все-таки мало для такого запроса, во-вторых, запрос требует разнообразия, страница это разнообразие не предоставляет, все фотографии похожи друг на друга.

{нарушение правила один-много (частный случай недостаточной информации)}

[аудио сказки на ночь детям слушать онлайн], <http://ocka3ke.ru/audio/beglyi-soldat-i-chert> - **РЕЛ**-. Страница безусловно про запрос, и сказку можно послушать онлайн, однако она всего одна, скорее всего, пользователь не удовлетворится и пойдет искать дальше.
[улица садовая 55] (Санкт-Петербург), http://www.spomir.ru/ozp/map_objects_ozp&id=135 - **РЕЛ**-, потому что это визитка только одной организации в этом доме (визитки организаций оцениваются по один-много).

{косвенное решение пользовательской задачи}

[ранетки клипы скачать], <http://www.youtube.com/watch?v=rj9MXsQcXUw> - **РЕЛ**-. Пользователь хочет скачать клипы, а не просто посмотреть. Однако это не совсем **НЕРЕЛ**евантный ответ, потому как может частично удовлетворить пользователя.
[Особенности осуществления инвестирования в РФ], <http://www.cfin.ru/investor/funds1.shtml> - **РЕЛ**-, страница относится к запросу, рассказывает о фирмах, которые занимаются инвестированием в России, однако саму суть запроса не раскрывает, про особенности инвестирования на странице ничего нет.

{минорная потребность}

[Таджикистан] (Москва), <http://www.jartour.ru/tajikistan/> - **РЕЛ**-. Сама по себе подборка туров вполне нормальная и соответствует региону пользователя, однако в данном случае (туристический интент по общему запросу не выражен ярко) они представляют собой минорную потребность. Большой текст ниже подборки туров не повышает оценку, потому что не является основным контентом: суть страницы именно в турах, а текст добавили "в нагрузку".
[холодильники] (Санкт-Петербург), <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BA> - **РЕЛ**-, пользователь, ищущий холодильник, крайне редко хочет почитать об истории и теории холодильников
[тигр] (Санкт-Петербург), <http://www.piterauto.com/lib/21659824/> - **РЕЛ**-. Страница сама по себе хорошая, но раскрывает мало важное значение запроса.

ПОЛЕЗНЫЙ

(Релевантность)

Варианты названия: **ПОЛЕЗНЫЙ**, Пол, Useful, U

Общие требования

Оценки **ПОЛЕЗНЫЙ** заслуживает документ, который не только полно отвечает на запрос, но и выгодно отличается от прочих удобством использования, наглядностью, уровнем исполнения.

Иногда баллов также добавляет авторитетность ресурса. Если вы хорошо разбираетесь в теме запроса, вы можете определять авторитетность, исходя из своих знаний в этой области, но при этом необходимо дописать комментарий (чтобы администратору было понятно, откуда взялась такая оценка).

Противоположный случай - подозрительность сайта. Если несмотря на достаточную аккуратность и удобство сайт все равно вызывает подозрения (например, а не псевдосайт ли это), оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** ему ставить не стоит. [{пример 1}](#)

Отдельно нужно учесть тематичность ресурса. В отношении к запросу все информационные сайты условно можно поделить на:

- специализированные или тематические (по данной конкретной теме);
- нейтральные (например, общие энциклопедии);
- не тематические (в целом посвященные посторонней теме).

Оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** могут получить только страницы на специализированных или нейтральных ресурсах (при соблюдении всех прочих требований). Например, подборка информации о Пушкине на сайте тракторного завода не получит оценку Пол, даже если будет абсолютно удобной и прекрасной. [{пример 2}](#)

Не стоит оценивать как Полезные:

- сильно зарекламленные сайты – как правило, пользоваться такими сайтами неудобно. [{пример 3}](#)
- все подряд страницы, на которых представлено много текста. То, что текста много, не говорит ни о том, что он релевантен запросу, ни о том, что он достаточно хорош для оценки **ПОЛЕЗНЫЙ**. Содержание текста нужно внимательно просматривать.

Требования по типу запроса

Запросы условно можно поделить на два типа:

Конкретные (однозначные) - когда задача пользователя явно сформулирована в самом запросе, например:

[высота эвереста] - пользователь ищет только цифру;

[текст песни besame mucho] - нужен текст, и он существует только один;

[nikon d300 отзывы] - пользователю нужны отзывы;

[ижея химки как проехать] - определенная организация и определенная потребность в схеме проезда;

[фото зеленых штор] - запрос предельно конкретен;

[погода в новороссийске сегодня] - нужна только погода и только актуальная.

Широкие - когда невозможно понять, какую именно задачу пользователь решал, а значит, релевантны будут разные типы ответов (соответствующие разным возможным задачам), например:

[эверест] - пользователь мог хотеть географическую информацию, фотографии горы, рассказы о походах и так далее;

[скачать песню бесаме мучо] - потребность в скачивании однозначна, однако у этой песни множество вариантов исполнения;

[nikon d300] - могут хотеть отзывы, обзоры, возможность купить;

[Икея] - пользователь может хотеть схему проезда, отзывы, контакты, ассортимент, кроме того, магазинов Икея существует несколько;
[шторы] - могут быть нужны и фотографии, и возможность купить; шторы подойдут самые разнообразные;
[новороссийск] - подойдет и погода, и информация о городе, и фотографии, и городские новости.

Чтобы быть Полезной по **конкретному запросу**, помимо общих требований страница должна не просто решать задачу пользователя, но делать это быстрее и приятнее, чем ответ с оценкой **РЕЛ+**; нужная информация должна быть видна сразу. Например, если высота Эвереста на странице есть, но находится где-то в середине текста на три экрана - это все еще релевантный ответ, но уже не **ПОЛЕЗНЫЙ**. {[пример 4](#)}

Чтобы быть Полезной по **широкому запросу**, помимо красоты и удобства страница должна:

- Либо решать сразу несколько наиболее вероятных задач пользователя (отвечать на несколько прагматик). Страница, которая решает одну задачу, и при этом предоставляет подборку ссылок на страницы, решающие другие задачи - тоже может получить оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**;

- Либо хорошо отвечать на одну, но действительно очень важную прагматику.

В контексте этого типа можно сказать, что **ПОЛЕЗНЫЙ** – это такой сайт (или страница), на котором пользователь не только найдет ответ на свой вопрос, но и может «залипнуть надолго» (много информации, много полезного, много куда можно уйти по теме). {[пример 5](#)}

А чтобы понять, насколько сайт удобен, и так ли уж хороша его структура - можно придумать себе несколько конкретных задач по тематике сайта и попробовать решить их с его помощью (например, на сайте с музыкой: найти конкретную песню конкретного исполнителя; найти все песни одного жанра; найти все песни одного исполнителя; создать плейлист; слушать все подряд). {[пример 6](#)}

Дополнительные особенности

Основные разделы Витальных сайтов нужно рассматривать по ситуации: они могут получить любую оценку. Чтобы решить, ставить ли хорошему разделу **ПОЛЕЗНЫЙ** или **РЕЛ+**, нужно представить, какому числу пользователей, задавших этот запрос, раздел будет нужен. {[пример 7](#)}

Страницы с онлайн-сервисами других компаний (переводчики, карты, погода и тому подобное), дубликаты новостей, многочисленные клоны Википедии и прочий второконтент оцениваются с точки зрения дополнительной полезности. Если единственное релевантное, что есть на странице - это заимствованная информация - она не получит оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** (даже если будет чистой, аккуратной и удобной). Если кроме этой информации на странице есть что-то еще релевантное и хорошее, помогающее пользователю еще круче решить его задачу; или сайт является хорошим и удобным агрегатором контента из разных источников - оценка **ПОЛЕЗНЫЙ** может быть поставлена (разумеется, по соответствующему запросу). {[пример 8](#)}

Если запрос общий, но подразумевает коммерческий интент ([шторы], [htc desire s]), или изначально выражено коммерческий ([купить шторы], [шторы цена]), то ответы на коммерческих сайтах отдельных магазинов оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** получить не могут (это связано с конкуренцией в отрасли: мы не хотим каким-либо образом выделять определенные магазины). {[пример 9](#)} К запросам про лекарства это правило тоже относится.

Запросы со словами "определение", "что такое", "это" оцениваются по такой схеме: краткое определение - не выше **РЕЛ+**; краткое определение, которое сразу видно на странице, плюс хорошая дополнительная информация по теме - **ПОЛЕЗНЫЙ**; определения как такового нет, но по контексту все понятно - не выше **РЕЛ+**. {[пример 10](#)}

Сводная таблица

Итак, что нужно, чтобы сайт получил оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**:

По широкому запросу

По конкретному запросу

Отвечает на несколько наиболее вероятных прагматик

Хорошо отвечает на одну важную прагматику

Быстро и хорошо решает задачу пользователя

Можно "залипнуть надолго"

(colspan=2, align=center) Аккуратный

Авторитетный или нейтральный

Мало или вообще нет рекламы

Специализированный или нейтральный

Особенности оценки **ПОЛЕЗНЫЙ** для запросов на скачивание

Запросы на скачивание – это все запросы про музыку, видео, софт и книги. Сюда мы относим и непосредственно запросы на скачивание, и запросы, подразумевающие получение контента онлайн. При этом не важно, есть ли в запросе слова "скачать" или "онлайн". Общие правила оценки **ПОЛЕЗНЫЙ** полностью распространяются на эти запросы, однако у них есть дополнительные тонкости.

Важные прагматики

Как уже было описано в основном разделе про оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**, для широких запросов справедливо такое правило: если страница хорошо покрывает только одну прагматику, она может получить оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**, только если эта прагматика - действительно важная.

Для запросов на скачивание мы считаем важными следующие прагматики.

Музыка:

- скачать;
- слушать;
- текст;
- официальное видео, если есть.

Видео:

- скачать;
- смотреть онлайн;
- если речь про фильм/сериал - *исчерпывающая* общая информация о них.

Книги:

- скачать;
- читать онлайн.

Игры:

- играть онлайн (если игра позволяет);
- скачать (если игра позволяет);
- прохождения;
- читы и коды.

Особенности скачивания

Если в запросе явно не указано, как пользователь хочет скачать контент, считаем одинаково хорошими и скачивание прямо с сайта, и скачивание через торрент. Проклики и капчи могут понизить оценку до **РЕЛ+**, но это не обязательно, все зависит от конкретной ситуации и общей картины.

Если скачивание предлагается с файлообменника, оценка зависит от того, насколько сильно файлообменник затрудняет доступ к файлу. Когда выполняются два любых условия из трех - необходимо сделать больше трех кликов до скачивания, необходимо ждать дольше 30 секунд, необходимо ввести капчу - файлообменник считается "плохим". Обычно подобные файлообменники еще и сильно зарекламлены. Также к "плохим" файлообменникам относим такие, с которых можно скачать либо только за деньги, либо через навязываемый даунлоад-клиент.

Соответственно, для потребности "скачать" наличие только плохих файлообменников - повод понизить оценку странице до **РЕЛ+**.

Вторконтент

Порталы, которые тянут информацию с других сайтов, оценивать нужно как вторконтент в общих правилах: если портал создает дополнительную ценность к стянутой информации (удобно ее структурирует, добавляет фишек и так далее), он может получить оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**. В других случаях - нет.

Резюме

Таким образом, по запросам этого класса страницы могут получить оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**, если они удовлетворяют всем общим правилам (качество, удобство, структурированность, авторитетность, тематичность, количество рекламы, особенности широких и конкретных запросов), и при этом учтены описанные выше тонкости. {[пример 11](#)}

Примеры

{авторитетность vs подозрительность}

[coldplay clocks], http://www.moskva.fm/artist/coldplay/song_927663 - Пол, аккуратная страница, позволяет и послушать, и почитать текст, рекламы немного, ресурс известный и авторитетный.

[Sultans Of Swing Chords], http://tabs.ultimate-guitar.com/d/dire_straits/sultans_of_swing_ver3_crd.htm - **ПОЛЕЗНЫЙ**. Сайт авторитетный и тематический, рекламы немного, она не раздражает. На странице есть сами аккорды, есть их схемы (при наведении на аккорд появляется картиночка), можно поиграться с TabPro, есть дополнительный раздел More versions – другие версии аккордов той же песни, причем с рейтингом.

[пиф что такое], <http://investnau.at.ua/index/0-9> - **РЕЛ+**, на запрос страница отвечает, но при этом сайт выглядит странным и подозрительным (подбор информации, внешний вид), чтобы оценку выше ему не ставить.

{вернуться к теории}

{тематичность ресурса}

[группа крови текст песни], <http://mirpesen.com/ru/kino-viktor-coj/gruppa-krovi-ac.html> – Пол, аккуратный чистый ответ на тематическом сайте. Рекламы мало, текст доступен сразу.

[Флаг Аргентины, Германии, Польши, Бразилия, Испании, Великобритании]

<http://election-by.narod.ru/flags.html> - **РЕЛ+**, ресурс не тематический и слегка подозрительный, сами картинки не по алфавиту (неудобно ориентироваться), маленькие.

http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%B8_%D0%BD%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%81%D0%B8%D0%BC%D1%8B%D1%85_%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2 - Пол, качественный удобный документ на авторитетном нейтральном ресурсе, есть большие картинки.

{вернуться к теории}

{количество рекламы}

[Imfao sexy and i know it], <http://zaycev.net/pages/10324/1032465.shtml> – **РЕЛ+**. Эта страница отвечает на запрос и заслуживает положительной оценки, но ставить оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** не за что: сайт сильно зарекламленный и скачивать песню довольно неудобно.

[смотреть бесплатно онлайн в хорошем качестве Джо Блек], http://www.indafun.com/2008/01/18/znakomtes_dzho_bljek.html - **РЕЛ+**, слишком много рекламы (по бокам, звуковая, кликандер), поэтому оценку Пол не поставит.

[шерлок холмс 2009], <http://my-hit.ru/film/6443> - **ПОЛЕЗНЫЙ**. Хороший раздел о фильме с возможностью скачать, смотреть онлайн, узнать дополнительную информацию, получить обои, посмотреть кадры и так далее. Наличие кликандера этому сайту можно простить (все остальные плюшки перевешивают этот минус).

{вернуться к теории}

{конкретные запросы}

[этот город - аккорды], <http://www.falshivim-vmeste.ru/songs/708048000.html> - Пол, чистый, аккуратный, нужное видно сразу; кроме этого, есть видео песни (позволяет сразу послушать-подыграть), есть возможность транспонировать песню в другую тональность и посмотреть аккорды в разных позициях.

[photoshop online], <http://pixlr.com/editor/> - **ПОЛЕЗНЫЙ**, это лучший подобный сервис из существующих.

[скачать схватка 2011 торрент], http://kinobaza.tv/film/1670976/%D0%A1%D1%85%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%B0_2012#torrents - Пол, аккуратный, красивый агрегатор торрентов.

{вернуться к теории}

{широкие запросы}

[пушкин]

<http://feb-web.ru/feb/pushkin/default.asp> – **ПОЛЕЗНЫЙ**, есть вся информация о Пушкине, есть собрание сочинений, и кроме того, этот ресурс можно считать

тематическим. Покрыты две самых важных прагматики (справочная информация о писателе и тексты произведений).

<http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%83%D1%88%D0%BA%D0%B8%D0%BD,%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87> - **ПОЛЕЗНЫЙ**. Ресурс является нейтральным, статья хорошая: очень подробная, есть много перекрестных ссылок на отдельные произведения автора и так далее, внизу хорошая подборка ссылок на материалы по теме. Попав на эту страницу, пользователь может сразу получить почти всю информацию или ссылки на ресурсы, на которых он сможет получить дополнительные сведения.

[Пелевин], <http://ru.wikipedia.org/wiki/%CF%E5%EB%E5%E2%E8%ED,%C2%E8%EA%F2%EE%F0%CE%EB%E5%E3%EE%E2%E8%F7> - **РЕЛ+**. Биографической информации совсем немного. Произведения перечислены, но самих произведений нет (все ссылки ведут на страницы о произведениях, а не на тексты). Хороший релевантный ответ, но до Полезного не дотягивает.

[лист], <http://www.classic-music.ru/liszt.html> - **ПОЛЕЗНЫЙ**. На данной странице есть развернутая биография, а довольно большая и внятно структурированная подборка ссылок покрывает другие потребности (информация о произведениях, возможность послушать). Сайт не слишком красивый, но достаточно аккуратный; на нем есть реклама, но ее количество приемлемо. !одна прагматика покрыта на странице, другие благодаря ссылкам.

[besame mucho]

<http://patefon.knet.ru/besame.htm> - **ПОЛЕЗНЫЙ**. Страница целиком посвящена песне, есть разные версии исполнения, история, радиопередачи, видео по теме, аудио можно скачать.

<http://cawa.ru/2009/02/26/besame-mucho-song-translation-text-mp3> - **ПОЛЕЗНЫЙ**. Есть описание, текст, перевод, несколько версий исполнения, возможность скачать аудио.

http://www.moskva.fm/artist/cesaria_evora/song_1816649 - **РЕЛ+**. Есть текст, есть аудио, но исполнение только одно. У этой песни очень много разных довольно популярных вариантов исполнения, то есть, ответ, безусловно, релевантный, но не **ПОЛЕЗНЫЙ**.

{вернуться к теории}

{качество и структура}

[скачать рэп], <http://www.hhop.info/> - **РЕЛ+**, на первый взгляд сайт хороший и аккуратный, но попытка решить пару "прикладных" задач сразу показывает, насколько он неудобный. Кроме того, на внутренних страницах встречается довольно мерзопакостная реклама - попандер, перерисовывающий родительское окно; реклама со звуком.

[музыка слушать бесплатно]

<http://music.privet.ru/> - **РЕЛ+**, за совершенно неудобную навигацию;

<http://www.weborama.fm/#/index/> - Пол, аккуратный, удобный, структура действительно хорошая, ресурс авторитетный.

[битлз yesterday], http://music.privet.ru/user/sav_737/file/340675054 - Пол, в данном случае структура сайта в целом не играет большой роли, главное, что нужный трек можно послушать сразу, рекламы не слишком много и ресурс достаточно авторитетный. Потребность "слушать" достаточно весомая, чтобы хорошего покрытия ее одной хватало на оценку **ПОЛЕЗНЫЙ**.

{вернуться к теории}

{разделы витальника}

[LG], <http://www.lg-b2b.ru/> – РЕЛ+ . Это раздел официального сайта (<http://www.lg.com/ru/>, «Коммерческие продукты»), однако из-за своей специфики он будет нужен далеко не всем пользователям, и оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** ему ставить не стоит.

[гугл], <http://www.google.ru/options/index.html> - Пол, важный и хороший раздел витальника.

[{вернуться к теории}](#)

{вторконтент}

[molybdenum], <http://www.answers.com/topic/molybdenum> - Пол, своего ничего нет, но собирает кучу информации с разных ресурсов в одном месте и обладает хорошей структурой.

[посадка самолет сильный ветер апрель 2012 На севере Испании],

<http://www.liveinternet.ru/tags/%FD%EA%F1%F2%F0%E5%EC%E0%EB%FC%ED%E0%FF+%EF%EE%F1%E0%E4%EA%E0+%F1%E0%EC%EE%EB%B8%F2%EE%E2/> - РЕЛ+ , это полный перепост оригинала, никакой "своей" ценности не добавляющий.

[{вернуться к теории}](#)

{коммерческие предложения}

[грузовые авиаперевозки], <http://www.aerodar.ru/> - РЕЛ+ . Запрос с явным коммерческим интентом, а в таком случае оценку **ПОЛЕЗНЫЙ** мы не ставим.

[фосфалюгель инструкция по применению], <http://www.piluli.ru/product/Fosfalyugel> – Пол, хороший аккуратный ответ. "Коммерческость" сайта роли не играет, сам запрос строго некоммерческий.

[{вернуться к теории}](#)

{"что такое"}

[что такое математика], http://ru.wikipedia.org/wiki/%C8%F1%F2%EE%F0%E8%FF_%EC%E0%F2%E5%EC%E0%F2%E8%EA%E8 - РЕЛ+ , определение на странице есть, но его еще найти надо; дополнительная информация вроде как и есть, но сама по себе она не очень нужная по такому запросу (история математики - специфическая потребность).

[поэзия что такое], <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%BF%D0%BE%D1%8D%D0%B7%D0%B8%D1%8F> - Пол, определение видно сразу, и еще есть много хорошей дополнительной информации.

[{вернуться к теории}](#)

{запросы на скачивание}

[исполнители русского рока], <http://www.audiopoisk.com/genre/russian-rock/> - Пол, рекламы немного, при этом нормально структурированный, достаточно авторитетный, много информации и музыки, все качается напрямую;

[ост высокоцкий баллада об уходе в рай], <http://www.zaicev.net/pages/11459/1145985.shtml> - РЕЛ+ , для более высокой оценки слишком замусоренный, плюс до скачивания нужно еще докликать и ввести капчу.

[аудиокниги скачать бесплатно mp3 без регистрации], <http://audio-booki.ru/> - РЕЛ+ , недостаточно хорошая структуризация, в целом сервис просто тянет контент отовсюду, но никакой своей ценности ему не добавляет, да еще и предлагаются файлообменники из "плохих".

[скачать фильмы бесплатно без регистрации и смс], <http://filmhunter.ru/> - РЕЛ+ , сервис вроде и неплохой и аккуратный, но скачивание только с летитбита, поэтому не **ПОЛЕЗНЫЙ**.

[dancing in the dark скачать бесплатно], <http://poiskm.ru/artist/331636-Dancing-In-The-Dark> - хороший, достаточно авторитетный, рекламы немного; несмотря на то, что

агрегирует контент, качать дает напрямую с себя. Представляет собой пример оценки Пол/Спам (спам за результаты поиска по вебу).
[скачать игру бесплатно на компьютер через торрент], <http://www.gingames.ru/> - Пол, содержательный, качественный, удобный.
[железный человек], <http://www.kinopoisk.ru/film/61237/> - Пол, исчерпывающая информация о фильме на хорошем авторитетном портале.
[сердца четырех], <http://www.kinopoisk.ru/film/43682/> - **РЕЛ+**, портал все тот же, однако количество информации по фильму не дотягивает до оценки Пол.
[смотреть фильмы онлайн], <http://www.ivivi.ru/> - Пол, весь из себя крутой, качественный, авторитетный и очень содержательный портал по теме.
[музыка СССР], <http://sovmusic.ru/> - Пол, большой аккуратный тематический портал, на котором качать, слушать, читать тексты и так далее.
[книги бесплатно], <http://tululu.ru/> - Пол, содержательный тематический портал, много информации, книги действительно можно скачивать бесплатно напрямую с сайта, рекламы не очень много.

НЕРЕЛЕВАНТНЫЙ

(Релевантность)

Варианты названия: **НЕРЕЛ**евантный, **НЕРЕЛ**, Irrelevant, IR

Оценку **НЕРЕЛ**евантный получают документы, которые соответствуют теме запроса, но на сам запрос не отвечают вообще, или просто бесполезны пользователю.

Примеры:

[любовные истории школа текст песни], <http://www.zaycev.net/pages/1206/120610.shtml> - **НЕРЕЛ**. Песня верная, но пользователь хочет текст, и аудио его совсем не устроит.

[ночной дозор читать], <http://lib.rus.ec/b/102591> - **НЕРЕЛ**, это попросту другая книга. Но поскольку они из одной серии и тесно связаны друг с другом - это еще не Не про то.

[katy perry], <http://www.openspace.ru/news/details/29985/> - **НЕРЕЛ**. Новость была уместна, пока была свежа. Никакой ценности, будучи уже устаревшей, она не несёт.

[fifa 2009 лучшие игроки], <http://kommersant.ru/doc/1102297> - **НЕРЕЛ**, ответа на запрос вообще нет, список оканчивается 2008 годом.

[fifa 2009 лучшие игроки], <http://crackovia.ru/88/> - **НЕРЕЛ**. Это не реальная церемония, а прикол-пародия на нее.

[контроль - это], <http://www.givk.permkrai.ru/> - **НЕРЕЛ**. Страница с понятием некоторым образом связана (поэтому не Не про то), но на запрос совершенно не отвечает.

[какой фильм посмотреть триллер], <http://www.galya.ru/clubs/show.php?id=21503> - **НЕРЕЛ**. Дискуссия про все подряд фильмы, какие из них триллеры - не понятно (внятно назван триллером только один, но этого для повышения оценки недостаточно).

[городская администрация] (Нижний Новгород), <http://www.gov.spb.ru/> - **НЕРЕЛ**. Это, конечно, сайт городской администрации, да вот только не того города (Питер вместо Нижнего Новгорода).

[marilyn manson] (Санкт-Петербург), <http://www.manson-world.net/> - **НЕРЕЛ**. Хороший фансайт, который получил бы положительную оценку, если бы был на русском или английском.

Не про то

(Релевантность)

Варианты названия: Не про то, Stupid, Стюпид, Глупый

Основная идея

Оценка Не про то ставится страницам, которые не только не отвечают на запрос, но при этом посвящены чему-то совершенно постороннему или создают ощущение бредовости ответа.

Определить, что перед вами не просто **НЕРЕЛ**евантный документ, а именно глупый, можно следующим образом:

1. Надо понять, про что запрос - то есть, какой главный объект поиска, какова тематика запроса.
2. Если ответ бесполезен, но в целом про тот же объект – это просто **НЕРЕЛ**. А если он о чем-то совсем постороннем - это Не про то [{пример 1}](#);

Всякие особенности

- Один из самых простых случаев глупости, которому обязательно нужно ставить оценку Не про то - разрыв имени и фамилии из запроса [{пример 2}](#);
- Не надо ставить оценку Не про то минорным (маловажным) значениям запросов; страницы, хорошо раскрывающие минорные потребности, достойны оценки **РЕЛ**- (даже не **НЕРЕЛ**), а ставить им Не про то - грубая ошибка [{пример 3}](#);
- Как обычно, не надо подменять запрос аннотацией: если в аннотации не указаны какие-то значения запроса, это не делает их автоматически "глупыми";
- Если страница соответствует запросу, но дает ответ в неверном регионе - это **НЕРЕЛ**, но не Не про то [{пример 4}](#);
- Если в запросе есть фразы "только не" или "без" - пренебрежение требованиями пользователя понижает оценку страницы до Не про то. Например, страница с онлайн-играми по запросу "играть в гонки только не онлайн" считается глупой; страница с подборкой салатов с майонезом по запросу вроде "салат без майонеза" - тоже.

Примеры:

{общие примеры}

[саундтрек фильм знаки]

http://sqd.ru/music/mix/amelie_from_montmartre_music_by_yann_tiersen – Не про то, Фраза со страницы: "Говоря это, он, несомненно, уже был знаком с талантом Йанна Тирсена (собственно, данный саундтрек – сборник лучших композиций Тирсена, начиная с 1995 года) и знал, что с такой музыкой фильм заставит переживать даже закоренелых циников..." В тексте ответа не различили, что перед нами не "знак", а "знакомый". В итоге страница не имеет совершенно никакого отношения к теме запроса.

<http://musicforum.ru/index.php?showtopic=45929> – **НЕРЕЛ**. Фильм другой, однако такая трактовка также возможна, смысл не искажен.

[сказка о золушке]

<http://www.rambler.ru/> - Не про то. Страница никоим образом не отвечает на запрос, и не имеет к нему ни малейшего отношения.

<http://www.tv.ua/program/23361> - **НЕРЕЛ**. В целом суть "правильная", про Золушку и сказку, но страница совершенно бесполезна для пользователя.

[месяца по английски] – понятно, что тут хотят узнать перевод названий месяцев на английский язык. То есть, главная тема запроса – перевод.

http://content.mail.ru/pages/p_25131.html – **НЕРЕЛ**, потому что в широком смысле тема запроса сохраняется, хотя ответа на запрос на странице нет.

http://www.reddays.ru/club/note/390/%D0%A4otosessii-beremennyh-%D0%A4otos_emka-beremennyh – Не про то, потому что страница не имеет к тематике

запроса вообще никакого отношения, и в первые секунды разглядывания вызывает искреннее недоумение, причем тут вообще фотографии беременных.
http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BA_%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%8F%D1%86%D0%B0_%D0%90%D0%9F%D0%9B – Не про то, потому что тематике запроса также не соответствует.

<http://dirty.ru/comments/234736> – Не про то, потому что тоже не соответствует общей теме запроса.

[драка в раде видео] - хотят посмотреть видео драки в Верховной Раде.

http://censor.net.ua/ru/video_news/view/161734/shest_regionalov_poltora_goda_ne_poyavlyayutsya_v_parlamente_glavnyyi_progulschik_ahmetov_video - **НЕРЕЛ**. Тут, хотя и нет видео драки, тематика страницы – бездействие депутатов, то есть в целом, страница по теме, но бесполезна, на сам запрос не отвечает.

<http://video.bigmir.net/show/204041> – Не про то, потому что страница вообще не имеет никакого отношения к тематике запроса.

[где находилась троя] - речь про древний город.

<http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20081104151723.shtml> – Не про то, тема документа никак не связана с темой запроса. Название города превратилось в слова "трое людей".

<http://www.netzor.org/video/139888-kripto-v-poiskax-troi-2011-satrip.html> – **НЕРЕЛ**, видео-файлы не качаются, ответ получить уже нельзя, но в целом страница по теме запроса. Кроме этого, даже если бы файлы по-прежнему качались, все равно стоило бы поставить **НЕРЕЛ**: путь для получения ответа на короткий и простой вопрос слишком сложен - нужно сначала скачать фильм, потом посмотреть его полностью, потому что иначе выцепить ответ из видео нельзя.

[фото чеберашки], <http://foto.mail.ru/mail/marka42/> - Не про то. На странице, конечно, еееесть ссылка на "чеберашку", но эта ссылка сама по себе никак не улучшает страницу, в остальном не имеющую ни малейшего отношения к запросу.

{вернуться к теории}

{разрыв имени и фамилии}

[ким жуй]

<http://lighthouse.nsys.by/lib/kipling/kim.shtml> – Не про то. В документе есть фраза "Ким жевал стебель сахарного тростника", имя Жуй перепутали с глаголом "жевать".
http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%BB%D1%8B_%D0%B3%D0%BE_%28%D0%A0%D0%B5%D1%81%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%8F%29 - Не про то: Ким - имя одного человека, Жуй - совершенно другого. В целом тематика запроса (конкретный человек) искажена.

[Лугинина Анастасия г.Каменск-Уральский] (Каменск-Уральский), <http://e-luginina.moikrug.ru/> - Не про то, ищут Анастасию, а показали Екатерину.
{вернуться к теории}

{минорная потребность}

[гроза] (Екатеринбург), <http://groza.ru/forum/> - **РЕЛ**. Это игровой портал одного из Екатеринбургских провайдеров, потребность маловажная, однако отнюдь не глупость.

{вернуться к теории}

{неверный или искаженный регион}

[кафе и рестораны] (Санкт-Петербург), <http://ufa.menu.ru/> - **НЕРЕЛ**. Запрос из Питера, и список ресторанов нужен тоже в Питере, а не в Уфе. Однако ответ просто **НЕРЕЛ**евантный, но не бредовый.

[общежития казанская] (Санкт-Петербург), http://www.temakazan.ru/company_category/364/ - Не про то. Пользователь хотел общежития на улице Казанской в Санкт-Петербурге, а страница - про общежития Казани. Здесь дело не в неверном регионе, а в том, что название улицы превратилось в название города, исказился смысл слова.

[виагра] (Москва), <http://www.city4life.ru/place/viagra-striptiz-club/> - **НЕРЕЛ**. Стриптиз-клуб из Липецка, конечно, не нужен по запросу из Москвы, однако глупостью при этом не является.