Методы хакерских атак все еще развиваются и совершенствуются, а их разнообразие делает невозможным использование одного универсального решения для всех угроз безопасности при создании веб-сайта. В настоящее время чаще всего встречаются:

- SQL-инъекция - метод, использующий вредоносный код SQL для управления серверной базой данных с целью получения доступа к конфиденциальной информации (например, к данным компании, спискам пользователей, данным частных клиентов);
- фишинг - в данном случае речь идет о захвате конфиденциальных данных (данных банковских счетов, кредитных карт, паролей для входа), но на этот раз путем выдачи себя за определенное лицо, компанию или учреждение. Существует три основных метода фишинга: целевой фишинг, уэйлинг и клонированный фишинг;
- вредоносное ПО - это атака, при которой компьютер заражается вредоносным ПО, например, во время установки, загрузки файлов, просмотра зараженных веб-сайтов или по электронной почте. К наиболее популярным типам вредоносного ПО относятся: черви, трояны, эксплойты или программы-вымогатели;
- DDoS-атака - атака, которая может быть проведена на веб-сайте или в сети и может привести к одновременной вредоносной активности из нескольких источников (компьютеров) с целью блокирования операции путем захвата всех свободных ресурсов.

Это лишь некоторые из множества разнообразных форм атаки на сайт. Пренебрежение проблемами безопасности может иметь серьезные последствия - уничтожение достижений в области позиционирования, проблемы с изображениями, блокировка или даже удаление сайта, но можно остановить такие осложнения, если прибегнуть к хорошим, проверенным мерам безопасности.

1. Как защитить и обезопасить свой сайт <https://akiwa.ru/blog/kak-zashchitit-i-obezopasit-svoy-sayt/> (дата обращения: 08.11.2020).
2. Защита сайта от хакерских атак https://pcnews.ru/blogs/zasita_sajta_ot_hakerskih_atak-699652.html (дата обращения: 08.11.2020).
3. Бабаш, А.В. Информационная безопасность: Лабораторный практикум / А.В. Бабаш, Е.К. Баранова, Ю.Н. Мельников. - М.: КноРус, 2019. - 432 с.
4. Бабаш, А.В. Информационная безопасность. Лабораторный практикум: Учебное пособие / А.В. Бабаш, Е.К. Баранова, Ю.Н. Мельников. - М.: КноРус, 2013. - 136 с.

Шабает М.Б., Магомедов И.А.
Базовая SEO оптимизация

Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)

doi: 10.18411/lj-12-2020-43
idsp: ljjournal-12-2020-43

Аннотация

В этой статье рассматривается актуальная тема оптимизации веб-сайта и повышение его позиции в поисковой выдаче. Обсудим, какие действия можно предпринять для достижения более высоких позиций. Также в данной статье даны общие рекомендации по SEO-оптимизации.

Ключевые слова: seo, оптимизация, позиционирование сайта, продвижение, веб-сайт

Abstract

The article covers the current topic of website optimization and improving its position in the search results. We will discuss what actions can be taken to achieve higher positions. This article also provides general guidelines for SEO optimization.

Keywords: seo, optimization, site positioning, promotion, website

Аббревиатура SEO или «search engine optimization», называемая позиционированием веб-сайта. Это процесс оптимизации веб-сайта таким образом, чтобы он имел наибольшие шансы на достижение высоких позиций в поисковых системах. Позиционирование/SEO помогает существенно выделить веб-сайт, магазин или портал в Интернете.

Правила правильного SEO время от времени меняются, поэтому поддержание высоких позиций по выбранным ключевым словам требует обновления ваших знаний в этой области. Конечно, знаний мало, чтобы поддерживать высокие позиции, например, в поисковой системе Google.ru, вам необходимо обновить свой сайт или интернет-магазин, тенденции, навязанные нам интернет-гигантами.

В данной работе вы узнаете шесть основных советов, которые помогут вам правильно оптимизировать свой веб-сайт, и подскажете, какую работу вы можете сделать самостоятельно, чтобы положительно повлиять на позицию вашего веб-сайта в поисковых системах, таких как Google, Yandex, Bing или Yahoo.

1. Начните с исследования популярности ключевых слов

Прежде чем начать оптимизацию своего веб-сайта или создать новую статью для своего блога, сначала проверьте, что ищут интернет-пользователи. Тема, которую вы планируете продвигать в поисковой системе, наверняка будет востребована вашей аудиторией. Однако какую фразу они вводят чаще всего, вы узнаете, например, из Google Trends или Google Keyword Planner. Благодаря этим инструментам вы можете быть уверены, что выбранная фраза введена и обеспечит посещаемость вашего сайта.

Если вы уже знаете цифры для ваших основных ключевых фраз, стоит проверить, насколько они конкурентоспособны в поисковой системе. Самый быстрый метод, который позволит вам оценить количество конкурентов, - ввести фразу в Google.ru. Не забудьте делать запросы со своего компьютера. Мобильные устройства не всегда показывают данные о количестве результатов.

Результат появится в верхнем левом углу.

от 1 до 50 тысяч результатов не так много конкурентов, поэтому хорошая оптимизация сайта должна помочь в достижении желаемого эффекта в поисковике.

От 51k до 100k по-прежнему легко позиционировать, хотя у них есть больше конкурентов, с которыми вам придется столкнуться.

от 101 000 до 250 000 имеют среднее количество конкурентов, оптимизация сайта в этом случае - полдела, чтобы попасть хотя бы в ТОП 10 в Google, нужно дополнительно усилить свой сайт ссылками с внешних сайтов.

от 251 000 до 500 000 имеют большое количество конкурентов, и их сложно позиционировать, без сильного фона или ценных обратных ссылок может быть сложно попасть в ТОП-10.

от 501 000 до 1 миллиона очень сложно позиционировать, и оптимизации самого веб-сайта, безусловно, недостаточно для достижения удовлетворительного результата в поисковой системе. Однако без правильной SEO-оптимизации ваш сайт наверняка будет далеко позади конкурентов.

2. Оптимизируйте заголовок и метаописание

Мета-заголовок - заголовок вашего веб-сайта или сообщения, присвоенный, например, с помощью плагина SEO или так называемого заголовка <meta title = "> Мета-заголовок является основным определяющим фактором темы данного веб-сайта. Он должен содержать ключевое слово или фразу по вашему выбору. Мета-заголовки

часто появляются в результатах поиска. В Google это как синие или скругленные буквы.

Метаописание - это две строки текста, которые появляются под адресом веб-сайта на страницах результатов поиска, когда кто-то вводит запрос. Мета-описание должно содержать информацию, которая воодушевляет пользователя, например, информирует о содержании страницы или, в случае магазинов, информирует об ассортименте и побуждает к покупке. Вы должны дать людям повод перейти на ваш сайт.

3. Поделитесь своим сайтом в социальных сетях

Контент, которым делятся через социальные сети, часто показывает большой рост в рейтинге поисковых систем. Если вы поощряете пользователей оставлять комментарии, лайки или делиться ссылками на ваш веб-сайт, интернет-магазин, продукт, запись или закладку - в дополнение к трафику, генерируемому для вас социальными сетями, вы получите шанс на более высокие результаты в поисковой системе. Социальные сигналы оказывают все большее влияние на позиционирование веб-сайта.

4. Изготавливайте более длинные материалы

Стоит сосредоточиться на создании полезного контента для пользователей. Следует помнить, что помимо предложения и описания бизнеса клиенту часто требуются расширенные знания о нашем бизнесе. Хороший контент дает нам действительно сильный удар! Помните, информативный контент должен быть длинным, речь идет о текстах длиной более 5000 символов.

5. Оптимизируйте свои изображения

Всегда старайтесь использовать свою графику, фотографии или картинки. Важно, чтобы добавляемые вами фотографии или графика соответствовали тематике контента на вашем веб-сайте.

Если вы уже выбрали фотографию или рисунок для своего объявления, следующим шагом должна быть его оптимизация. Название изображения очень важно, оно должно содержать ключевое слово или фразу по вашему выбору.

Пример: Предположим, вы ведете местный бизнес и продаете мебель, ваша запись или закладка на веб-сайте относятся к предложению вашей компании. Фотография, которую вы планируете добавить в пост, должна содержать ключевое слово в названии, например *Mebel-szczecin.jpg*. Выглядит намного лучше, чем, например, *dsc_2322039.jpg*. Благодаря этой процедуре поисковые системы получают информацию о теме вкладки и всего веб-сайта, кроме того, веб-сайт может отображаться в результатах поиска Google. Графика для слова, содержащегося в заголовке изображения.

Важным элементом рейтинга является скорость загрузки сайта. Для поддержки этого процесса ваша графика должна быть правильно обрезана. Если нет необходимости отображать большую картинку, просто уменьшите ее, прежде чем размещать в сети. Меньшее изображение = меньший вес = более быстрая загрузка сайта = более высокие позиции в Google.

Многие люди пропускают оптимизацию изображений, поэтому у вас будет больше шансов легко разместить свой сайт в Google Graphics.

Альтернативные описания (alt)

Альтернативные описания отображаются всякий раз, когда изображение не было загружено. Введите важные для вас ключевые слова в теге alt. Помните, что длина альтернативного описания должна состоять из 5-15 слов.

6. Позаботьтесь о внутренних ссылках

Связывание контента / закладок на вашем веб-сайте - важный элемент оптимизации. Во-первых, это помогает пользователям перемещаться по сайту и заставляет их проводить на нем больше времени.

Во-вторых, это помогает поисковой системе проиндексировать оставшиеся вкладки вашего сайта и определить его тематику. Если на вашем сайте есть статьи, содержащие ключевые слова, соответствующие темам других вкладок, свяжите их вместе!

Создавайте ссылки с помощью «якорей» или слов, относящихся к другому контенту. Ссылки должны вести на другие вкладки вашего сайта.

Если вы уже сделали базовую оптимизацию SEO, остается только дожидаться результатов в поисковой системе. Улучшение результатов обычно наступает через несколько дней, иногда это немного более длительный период, который может растянуться до нескольких недель.

1. SEO для начинающих: как подступиться к оптимизации сайта <https://aspro.ru/news/2663/> (дата обращения: 05.11.2020).
2. SEO-оптимизация при разработке сайта <https://vc.ru/seo/129280-seo-optimizaciya-pri-razrabotke-sayta> (дата обращения: 05.11.2020).

Шабает М.Б., Джангаров А.И.

Перспективы развития технологии блокчейн

*Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-12-2020-44

idsp: ljjournal-12-2020-44

Аннотация

В этой статье рассматривается актуальная тема применения технологии блокчейн в разных сферах мировой экономики. Мы обсудим, что в ближайшие годы может повлиять на дальнейшее развитие этой технологии. Учитывая плюсы и минусы самого блокчейна.

Ключевые слова: блокчейн, криптовалюта, биржа, цифровые ресурсы

Abstract

The article discusses the current topic of blockchain technology application in different areas of the world economy. We will discuss what may affect the future development of this technology in the coming years. Considering the pros and cons of the blockchain itself.

Keywords: blockchain, cryptocurrency, exchange, digital resources

Блокчейн внедряется во все большее число решений. Давайте посмотрим, что может стимулировать развитие этой технологии в ближайшие годы.

Проблема, с которой сталкиваются пропагандисты блокчейна, заключается в необходимости выявления более убедительных вариантов использования. Именно естественные случаи использования, когда блокчейн явно является лучшей платформой, чем другие технологии баз данных. 2020 год может дать отрасли более объективное представление о том, где блокчейн лучше всего используется и масштабируется.

Если говорить о играх, то индустрия видеоигр на 300 миллиардов долларов и мир онлайн азартных игр на 94 миллиарда долларов - интересные области применения блокчейна. Игры и монетизация игрового опыта - это то, что нас ожидает в 2020-2021 году. Мы можем ожидать возможности сочетать теоретическую взаимозаменяемость, прозрачность и безопасность базы данных блокчейна, а также простоту и переносимость токенов для создания новых рынков для цифровых ресурсов и событий, таких как игры-онлайн.