

Основни понятия в интернет комуникациите

По надолу са дадени някои основни понятия, които ще помогнат за по-доброто разбиране на огромният свят на интернет комуникациите.

Какво е Домейн (domain name)?

Казано най-просто, но може би и най-точно, домейнът (domain name) е името, под което ще се разположи вашата интернет страница, когато бъде създадена и публикувана в световната мрежа. Например домейнът на указателя Yahoo е yahoo.com, домейнът на българската директория Гювеч е gbg.bg, и т.н. Названието произхожда от английската дума domain - област, територия, сфера, обсег.

Всеки уеб сайт в интернет отговаря на даден IP-адрес, това всъщност е адресния номер на компютъра върху който физически е разположен уеб сайта. IP-адреса представлява поредица от цифри подобно на телефонен номер /например 213.45.78.5/. Но понеже е трудно хората да запомнят всички тези цифри е въведена ситема за домейн имена. Например домейн името bfu.citn.info е аналогично на IP адрес 82.147.150.148.

Ако вече имате предвид някое подходящо домейн име за вашия бъдещ сайт, е препоръчително да го закупите, за да предотвратите възможността някой да го регистрира преди вас.

Какво е поддомейн?

Поддомейнът е част от главния домейн - това е дума, съкращение, цифров номер или комбинация от цифри и букви, които са "закачени" за главния домейн и са отделени от него с точка, например:

poddomein.domein.com

В поддомейните могат да се използват латински букви, арабски цифри и символа тире (-), като те не могат да започват и да завършват с тире.

Какво е TLD?

В интернет съществуват множество т. нар. домейни от високо ниво (Top Level Domains, съкратено TLDs), като основните от тях са .com, .net, .org, .biz и .info. Количеството на топ левъл домейните е ограничено и решенията за създаване на нови домейни от високо ниво се вземат от специалната международна организация ICANN (Internet Corporation For Assigned Names and Numbers). Всяка от държавите в света също притежава свой собствен домейн от високо ниво - за България например това е .bg, за Русия е .ru, за Германия е .de и т.н. Най-новия пуснат за продажба домейн от високо ниво е домейнът на Европейския съюз .eu.

Както разбирате, името, което ще изберете, ще бъде "закачено" за някои от тези домейни от високо ниво и ще се произнася "Вашето Име Точка com" или "Вашето Име Точка biz" и т.н.

Какво означават съкращенията .com, .net, .org, .biz и .info?

Домейните от високо ниво .com, .net и .org са най-старите пуснати в продажба домейни. Първия домейн в света е купен на 15 март 1985 година - това е symbolics.com. След това са били нужни 15 месеца, за да бъдат купени първите 100 домейна. От 1990 година насам домейните в областите .com, .net и .org се изкупуват масово и затова най-много сайтове използват някой от тях.

Почти всички маркетингови специалисти са на мнение, че домейнът от високо ниво dot com (точка com) ще остане завинаги Номер 1 като избор на име за комерсиален сайт /и вероятно са прави/. Това са и най-скъпо продаваните домейни по световните домейн-аукциони. Com е съкращение от английската дума commercial и е най-използвания от всички домейни от високо ниво - до момента са изкупени над 25 милиона com-домейна и количеството им се увеличава с по няколко хиляди всеки

изминал ден. На dot-com-домейни има изградени не само комерсиални, но също и множество лични страници.

Специалистите съветват при изграждане на комерсиален уеб сайт да се ползва именно com-домейн, дори свободния вариант на име на dot com да е по-дълъг и изобщо "по-некачествен" от свободните варианти особено на dot biz и dot info, които са сравнително отскоро пуснати за пробажба домейни. Това разбира се не винаги е вярно. Ако ви попадне свободен домейн от типа eShop.biz, iBusiness.info или друг подобен - не се колебайте да го регистрирате, независимо от съветите на специалистите.

Следващия по значимост домейн е dot net. Това е единствения домейн от високо ниво, който представлява цяла дума - "net" означава "мрежа" на английски, докато всички други домейни от високо ниво са съкращения от някаква дума. Първоначалната идея е била dot net домейните да се използват от интернет провайдерите и други компании, чиито бизнес е свързан с мрежата. В момента този домейн се ползва масово, тъй като е подходящ за всякакви приложения, купуват го всякакви работещи в глобалната мрежа компании и в някои случаи е дори по-предпочитан от dot com.

Dot org се използва обикновено от организации (org е съкращение от Organization), но тъй като е пуснат за масова продажба може да бъде купуван от всякакви физически или юридически лица без оглед на тяхната дейност.

Dot biz и dot info се появиха на пазара за домейни през 2001 година и са все още недолюбвани от много специалисти, докато пък други им "стискат палци". Изобщо появата на тези нови домейни предизвика буря от реакции и стана повод за безкрайни коментари по web design и web development форумите. Въпреки, че повечето спецове бяха негативно настроени към новите домейни, те все пак "оцеляха" в тази битка и започнаха да се налагат в интернет - вече има над 2 милиона изкупени домейни на dot biz, които са предпочитани за бизнес-сайтове от най-различен тип.

Домейните dot info са перфектни за всякакви информационни сайтове /които също могат да бъдат и някои от тях са форма на информационен електронен бизнес/ и също започнаха да се котират доста добре в интернет. Например преди време домейна NewYork.Info беше продаден за 25 000 щатски долара.

При избора на домейн е препоръчително, ако правите бизнес-сайт, с който да представяте своята фирма или сайт за някаква форма на електронен бизнес, първо да проверите най-различните удовлетворяващи изискванията ви варианти на .com Ако обаче варианта който ви удовлетворява е по необходимост прекалено дълъг и "тромав" /съдържа повече от 3 думи, повече от 2 тирета и пр./, тъй като останалите варианти вече са заети, тогава открийте и регистрирайте вашия домейн на .net, .biz или .info и няма да съжалявате.

Какво е .EU домейн?

Домейна точка-EU е най-новия TLD, утвърден за разпространение в интернет и очакванията са той да се превърне в хит, тъй като това е официалния домейн на Европейския съюз. Всеки бизнес и организация, които изрично искат да декларират своята принадлежност към обединена Европа сега могат да го направят като разположат сайта си под eu-домейн. Може да се каже, че до голяма степен това всъщност се явява и домейн на континента Европа, доколкото скоро 90% от европейските държави ще бъдат членки на Европейския съюз и защото съкращението EU от European Union съдържа началните букви на английското название на континента - Europe. По този начин Европа е първия континент, който има собствено домейн име (има предложение за TLD .asia, което засега не е одобрено от ICANN).

Домейнът .EU има две предимства, които определят големия интерес към него:

1. Все още могат да се намерят отлични свободни домейн имена, които отдавна са регистрирани на другите TLD, особено на .com;
2. Това не е домейн на отделна държава, а на най-мощния икономически съюз на планетата, който обединява най-силно развитите икономики в света с няколко изключения като САЩ и Япония.

Идеята за домейн на Европейския съюз се появи още през 1999 година и беше обмисляна и обсъждана няколко години. През май 2003 Европейската комисия избра организацията EURid (www.eurid.org) да извърши подготовката по пускането на домейна за регистрация. Домейна .EU беше пуснат за свободна продажба от 7 април 2006

година, след като изтече 4-месечния т.нар. sunrise-период, през който можеха да регистрират своите eu-домейни големите корпорации и търговските марки. Сега вече всяко физическо или юридическо лице може да закупи домейн dot-eu, като условието за това е да се посочи валиден адрес в страна-членка на Европейския съюз, като според условията на EURid домейни на .EU може да купуват само граждани на Европейския съюз, лица, пребиваващи продължително в Евросъюза и имащи адресна регистрация там и юридически лица - организации, фирми и пр., чието седалище се намира в страна от Европейския съюз.

Техническите характеристики на еуродомейна са като на останалите домейни. Регистрираните домейни на .EU могат да съдържат минимум 2 и максимум 63 знака. Разрешените за ползване символи са латински букви, арабски цифри и горно тире (-), като домейна не може да започва и да завършва с тире.

Защо е важен домейнът?

Всички знаят какво е кока-кола - напитката е позната в целия свят. Когато се спомене за кока-кола в съзнанието на хората изниква известната бутилка на кока-кола и характерното лого на компанията, които са техни запазени марки. Компанията Кока-Кола е инвестирала през годините милиарди долари, за да рекламира и утвърди своя продукт - напитката кока-кола. Какво всъщност представлява тази напитка на външен вид? Опитайте да си представите кока-кола без бутилката и етикета с логото на компанията. Това е просто кафеникава течност. Махнете бутилката и етикета с логото "сосо-кола" и ще видите, че е много трудно, почти невъзможно да мислите за продукта на тази компания извън неговата "опаковка".

За вашия бизнес вашия домейн и лого са от същата важност, както бутилката и етикета за корпорацията Кока-Кола - те са "опаковката" на вашия електронен бизнес. Вашата компания, макар и малка, може да изглежда авторитетно в световната мрежа. Добрата опаковка ще изгради на вашия продукт желан имидж и ще продава вашия продукт успешно. Лошата и неподходяща опаковка могат да провалят вашите начинания.

След като вече сте решили да промозирате в глобалната мрежа своя съществуващ бизнес или да започнете нов бизнес, изцяло базиран в интернет, вие знаете, че за целта трябва да притежавате собствена интернет страница (уеб-сайт). Изграждането на вашия сайт, рекламирането му, развиването му все още е в бъдещето. В самото начало

вие трябва да изберете името, под което ще бъде представен в мрежата вашия бизнес - т.нар. домейн. След като откриете възможно най-подходящия за вас домейн е препоръчително веднага да го регистрирате. Изграждането на сайта ви може и да почака, но през това време някой друг може да регистрира избраното от вас домейн-име.

Добрият и печеливш уеб сайт се получава при комбиниране на добър външен вид, функционалност и лесно за помнене и изписване домейн-име. Изборът на домейн може да изглежда лесна задача и не особено важна част от създаването на една интернет страница. В действителност избора на "правилния" домейн за съответния сайт е резултат от комбинацията на уеб-маркетингови знания, сериозно маркетингово проучване, добър усет и не малка доза късмет. В следващите страници е представена цялата информация, която може да ви бъде полезна при избора на името на вашия сайт.

Името на фирмата ли е най-подходящо за домейн?

Да предположим, че фирмата на един производител или търговец на обувки е "Тодоров" ООД. За сайта си вероятно той ще реши да купи домейн от типа www.Todorov.com, www.TodorovOOD.com, www.TodorovLtd.com, www.Todoroff.com или нещо подобно. Това действително не е лош избор и наистина ще е добре уеб страницата да се разположи под домейн от такъв тип - той идентифицира фирмата сред останалите фирми чрез нейното собствено название. Ако фирмата е доста известна на местно ниво и ако не се стреми към нови пазари домейн подобен на изброените е напълно задоволителен. Ето обаче няколко домейна, които са подходящи за всеки производител и търговец на обувки в света:

www.Shoe.com

www.Shoes.com

www.ShoeShop.com

www.Shoe-Shop.com

www.ShoeStore.com

www.Shoe-Store.com

www.BuyShoes.com

www.Buy-Shoes.com

www.BestShoes.com

www.Best-Shoes.com

www.CheapShoes.com

www.Cheap-Shoes.com

Всеки потребител в мрежата, който се интересува от обувки, ще опита да отвори някоя от страниците в интернет, които се помещават на изброените адреси. Тези домейни са стегнати, къси и много лесни за помнене - те веднага изникват в съзнанието, когато човек помисли за информация и пазаруване на обувки в интернет. А както вече се знае дори и от хора, които не ползват уеб, мрежата е глобалния пазар с милиарди потребители от всички краища на света.

Ако една обувна компания иска да разраства бизнеса си, да намира нови търговски

партньори и нови клиенти, в такъв случай някои от горните адреси биха били идеални за целта. Изброените домейни обаче отдавна са купени. Изкупените домейни само на .com в света са вече над 25 милиона. Почти няма "качествен" домейн от която и да е област - изкуство, икономика, бизнес, спорт, хоби и т.н., който да не е купен от някоя компания или от индивидуален потребител.

Притежанието на такъв домейн си струва дори само поради причината, че късите, еднозначни домейни се котират много високо в интернет и големия бизнес изкупува такива домейни на цени от няколко хиляди до няколко милиона долара.

Мнозина специалисти са на мнение, че вече изобщо не е възможно да се намери "качествен" домейн, който да съответства на даден бизнес, но това не е точно така. Много първокласни домейн-имена все още са свободни или точно в момента се "освобождават", тъй като в интернет освен че се изкупуват голямо количество домейни всеки ден, също така и се освобождават десетки хиляди на ден. Това са домейни, чиито собственици са забравили да ги подновят /да ги платят за следващия период/ или не са ги платили поради някаква друга причина. А между тях наистина могат да се намерят отлични имена.

Препоръчително е да се регистрират имена на английски език, защото той е вече неофициално наложилия се език на мрежата. Разбира се ако една фирма смята да ограничи своя бизнес в рамките само на България, тогава без проблем може да регистрирате някакво название на български с латински букви. Тъй като примера беше с търговец или производител на обувки е подходящо да се регистрира www.obuvki.com/net/biz/info, www.skladzaobuvki.com/net/biz/info, www.obuven-magazin.com/net/biz/info и т.н.

Някои маркетолози твърдят, че много от най-успешните интернет-компании са изградили успеха си без имената им да са свързани по някакъв начин с техния бизнес и следователни домейна не е от голямо значение за успеха на една компания в мрежата. Действително има такива компании и типични примери в това отношение са yahoo.com и amazon.com - Yahoo е най-големата директория в интернет, а Amazon е онлайн книжарница. Названията им не подсказват каква е тяхната дейност. Не трябва да се забравя обаче, че Yahoo и Amazon са вложили огромни суми за развитието на сайтовете си. Ако дадена фирма има финансова възможност, тогава си струва да се регистрира някакъв домейн, който да се превърне в наложена търговска марка чрез реклама и развиване на сайта. Ако обаче финансите на компанията са по-ограничени, тогава е по-добре тя да не регистрира за електронна книжарница домейн от типа Amazon.com, а

да се опита да регистрира домейн, в който да присъстват ключовите думи Book Shop или Book Store - например MyBookShop.com/net/biz, Book-e-Store.com/net/biz, OnlineBookShop.com/net/biz, TheBookShop.com/net/biz, VirtualBookStore.com/net/biz и др. По този начин още при съобщаването на домейна и рекламирането му в интернет потребителите и потенциалните клиенти веднага ще разбират само от името какво да очакват, когато отидат на страницата - домейнът ясно и еднозначно показва какво точно представлява съответния бизнес-сайт.

Това, че ключовите думи Book, Shop или Store ще присъстват в домейн-името има и друго също важно значение - търсачките в интернет (като Google например) ще класират сайта толкова по-високо за съответната категория/вид бизнес, колкото по-резонно е заглавието на сайта, а това означава - колкото по-точни и еднозначни за дадена дейност са ключовите думи, включени в домейна. Трябва да се има предвид, че дори много "качествен" домейн няма да "изстреля" сайта задължително на първа страница в резултатите на Гугъл, защото търсачката има комплекс от показатели по които класира сайтовете и домейна е само един от тях.

За тези които смятат да рекламират дейността си в мрежата или да започнат нов електронен бизнес е препоръчително ако желаят да регистрират като домейн името на компанията си, но задължително да потърсят и да регистрират поне още един домейн, който най-точно да съответства на тяхната дейност/бизнес. Необходима е изобретателност и креативност за да се намери точната комбинация от ключови думи. За повече информация относно избора на домейн отворете папката "Избор на домейн когато желаното име е заето".

Някои от най-популярните методи за формиране на ново име са посредством използване на:

- Добавки към основната ключова дума
- Използване на множествено число
- Използване на членувани думи

- Използване на тирета
- Използване на идиоми
- Използване на цифри
- Използване на TLD като продължение на израз
- Използване на латински изрази
- Използване на изрази, получили световна популярност
- Домейни с рима
- Домейни със "застъпващи" се думи
- Домейни с взаимноотричащи се думи
- "Нови" и преработени думи и изрази
- Най-използвани съкращения и акроними

- Най-употребявани 2- и 3-буквени думи

По-къс или по-дълъг домейн?

На въпроса по-къс или по-дълъг трябва да бъде един домейн не може да се даде еднозначен отговор. Разрешената максимална дължина на домейните е 63 символа, което разбира се е много и едва ли някой ще има търпението да изпише 63 букви, цифри и тирета, за да отвори даден сайт.

Мнозина специалисти по интернет маркетинг са на мнение, че домейна трябва да бъде колкото се може по-къс и че колкото е по-къс, толкова по-добре, тъй като късите домейн-имена по-лесно се помнят, пишат и произнасят. Разбира се това не важи в 100% от случаите.

Идеалния вариант за домейн би бил една единствена и то къса дума (3-6 символа), която е ключова за съответната област. Разбира се този тип домейни са изкупени отдавна и шансът някой да се сдобие с такъв домейн клони към нула. Покупката на подобно домейн-име от неговия собственик обикновено струва от няколко десетки хиляди до няколко милиона долара.

Условно се счита, че дължината на "качествения" домейн не трябва да надхвърля 15 символа. Особено предпочитани са домейните под 10 символа. Също така се счита, че най-качествени са домейни съставени от една до максимум две думи.

Подобни "правила" не бива да заблуждават. Два от най-скъпо продадените домейни в историята на интернет са съставено от по 4 думи всеки, като дължината на единия е 14 символа, а на другия - 10. Става дума за домейните

AsSeenOnTV.com - продаден за 5 милиона US долара и

ForSaleByOwner.com - продаден за 835 000 US долара

В някои случаи дължината на домейна просто не може да бъде малка, защото домейна представлява наложил се в езика израз - какъвто е случая с горните два домейна, или защото е съставен от две и повече думи, които са свързани помежду си и трябва да се употребят заедно, но са и с доста голяма дължина.

От друга страна има доста къси домейни, които практически не могат да бъдат запомнени, за разлика от други, много по-дълги домейни. Например домейни като kqfiw.com, rxutmj.com и пр. е трудно да бъдат запаметени за разлика от много по-дълги, но мнемонични домейни. Мнемоничния домейн е съставен не от хаотични букви, а от смислово свързани думи или популярни съкращения, които лесно изникват в съзнанието, когато мисълта се насочи в нужната посока.

Препоръчително е при избор на домейн да се избягват късите низове от по 4-5 букви и цифри, които практически правят домейна невъзможен за запомняне и възпроизвеждане. Дори да намерите 3-символен домейн /има все още такива/, който обаче не "пасва" по никакъв начин на вашата дейност (напр. gw7.com/net/biz, k8q.com/net/biz и т.н.) - не е препоръчително да се спирате на него. Добре е да се намери име, дори и съставено от 2 или 3 думи, което точно, ясно и недвусмислено да посочва съдържанието на вашия сайт и вида на вашата дейност. Това е важно и заради ключовите думи, които ще класират сайта ви на по-горни позиции в търсачките.

Специалистите разбира се са прави като твърдят, че домейн-името трябва да бъде късо и "стегнато". Никой не иска да изписва в браузера домейн от типа onlineaccommodationdirectory.com Тук има и друг проблем - подобен домейн не може да бъде "обхванат с поглед" - не се разбира веднага от колко думи е съставен и какъв е смисълът му. Така стигаме до въпроса с използването на тиретата в домейните - друг много обсъждан проблем. И в този случай няма правило, което да важи в 100% от случаите. Ако домейнът ви е съставен от две или три думи визуалното му възприемане ще бъде много по-лесно ако тези думи са отделени с тирета. От друга страна, когато клиентите решат да посетят сайта е възможно те да забравят, че между думите има тире и да изпишат домейна слято - така ще попаднат на друга страница и вие ще трябва да "разделите" трафика си със собственика на същия домейн, но регистриран без тире между думите. В същото време ако думите в домейна ви са разделени от тире, това ще улесни намирането на сайта ви само по домейна от търсачките, тъй като търсещите машини търсят по отделни ключови думи, а не по слети такива. Две слети думи се възприемат от търсещите машини като една, докато разделените с тире думи се

възприемат като отделни думи с пауза между тях.

Особено ако домейна е съставен от 2 или 3 дълги думи тирето е за предпочитане, тъй като ще направи името по-прегледно на външен вид и по-четивно. Затова е препоръчително, ако е възможно, да се регистрират и двата варианта на предпочитания домейн когато е съставен от две или повече думи - с тире и без тире.

Какво е DNS?

Можете да си представяте DNS (съкращение от Domain Name System, а също Domain Name Service и Domain Name Server) като телефонен указател. В телефонния указател са записани имена, които се помнят по-лесно и телефонни номера, които се помнят по-трудно. Например да предположим, че телефонния номер на Иван Иванов е 806-54-27. Разбира се по-лесно ще ви бъде да запомните името и чрез него да намерите телефонния номер, отколкото да запомните номера и чрез него да намерите името.

Всяка машина в интернет също има уникален номер, който се нарича IP-адрес (IP е съкращение от Internet Protocol) и е с формат xxx.xxx.xxx.xxx (4 сегмента x 1, 2 или 3 цифри)- например 217.58.31.176, 147.115.0.67 и т.н. Цифрите между точките могат да приемат различни стойности от 0 до 255. Фактически интернет е базиран върху IP-адресите, а не върху домейн-имената. Всеки уеб сайт в мрежата може да бъде идентифициран освен чрез домейна си, също и чрез IP-адреса си (адреса на хоста, където е публикуван сайта). Например един от IP-адресите на Yahoo е 204.71.200.33 и ако вие напишете в прозореца на браузера <http://204.71.200.33> ще отворите страницата www.yahoo.com. Разбира се много по-лесно е да се помни [yahoo.com](http://www.yahoo.com) отколкото 204.71.200.33

DNS изпълнява ролята на свързка между домейна (името на сайта) и IP-адреса, тъй като машините в интернет кореспондират помежду си чрез цифровите стойности на IP-адресите. Когато напишете някакво име (домейн) в браузера на компютъра си и натиснете "Enter", DNS преобразува името в IP-адрес, така че да бъде извикана и заредена съответната страница, отговаряща на този домейн.

Какво е DNS администрация?

DNS администрация означава да зададете необходимите стойности, така че даден домейн да сочи към даден уеб сайт (към IP-адреса на сървъра, където е хоствана страницата). Ако стойностите са зададени правилно уеб сайта ще се зарежда при изписване на домейна в браузера.

Съществуват няколко вида DNS-записи.

Какво е A-запис, MX-запис и CNAME-запис?

Основните DNS-записи се наричат A, MX и CNAME-записи.

1. A-запис

е съкращение от "Address" и се задава във вид на IP-адрес, към който да сочи даден домейн.

Стандартния A-запис има вида:

Някакъв домейн (например domain.com) ---- Вид запис (A) ---- Някакъв IP-адрес (например 194.38.0.155)

A-записът е основния (най-важен) DNS-запис, тъй като свързва IP-адреса с домейн-името на сайта.

2. MX-запис

е съкращение от "Mail Exchange" и се задава във вид на хост (а не IP-адрес), като указва email-сървъра за домейна, т.е. определя пощенския сървър, който да обработва електронната поща за вашия домейн.

Когато се прави MX-запис и когато се използва повече от един пощенски сървър към MX-записа е нужно да запишете и т.нар. приоритет на сървъра, който представлява някакво число от 0 до 65535. Сървърния приоритет показва реда в който да се използват пощенските сървъри. Колкото е по-малко числото, толкова е по-висок приоритета на сървъра, т.е. най-високия приоритет е 0, а най-ниския 65535. Пощенския сървър с най-висок приоритет в даден MX-запис се явява основен, а сървъра (или сървърите) с по-нисък приоритет е второстепенен и се включва само ако основния email-сървър поради някакви причини е недостъпен или неработещ.

Бъдете внимателни при работа с MX-записите, защото ако промените вашия email-сървър писмата ви повече няма да пристигат в старите ви пощенски кутии, нито ще работят пренасочванията на email-и, които сте направили. В Контролния панел на Host.bg е предвидена възможността при погрешно въведени DNS-записи с натискане на бутон "Възстановяване" да връщате DNS-записите в начално положение, т.е. да се възстановяват записите по подразбиране.

Стандартния MX-запис има вида:

Някакъв домейн (например domain.com) ---- Вид запис (MX) ---- Някакво число, показващо приоритета (например 10) ---- Някакъв пощенски сървър (например email.server.com)

3. CNAME-запис

е съкращение от "Canonical Name" и се използва когато трябва да насочите един или няколко под-домейна към даден домейн или към друг под-домейн. Адреса към който правите насочването се нарича още каноничен (реален) адрес. CNAME-записите се наричат още "мнемонични имена" или "псевдоними" (alias), защото се правят за удобство на ползвателите, като подсказват дадена функция на адреса (например mail, ftp и др.) или като чрез тях се съкращава някакъв дълъг уеб-адрес.

Към един домейн може да се направят неограничено количество CNAME-записи, така че много под-домейни да сочат към един и същ уеб-адрес (към едно и също канонично име), но е препоръчително да не се използват ако не е наистина необходимо. Преди да

се прави CNAME-запис е задължително да съществува A-запис. Когато едно име е използвано в качеството на псевдоним (в CNAME-запис), то не може да бъде ползвано в никакъв друг тип DNS-запис.

За да направите CNAME-запис обикновено е нужно да запишете в дадено указано поле желанния под-домейн, а в друго поле - домейна или под-домейна към който ще сочи.

Стандартния CNAME запис има вида:

Някакъв под-домейн (например subdomain) ---- Вид запис (CNAME) ---- Някакъв домейн (например domain.com)

Ако например имате собствен работещ web server на даден IP-адрес и искате той да хоства домейна ви, влезте в модул "DNS администрация", изтрийте всички служебни записи с тип на записа "A", след което създайте нов "A" запис, който насочва "самия домейн" към вашия IP-адрес и още един "A" запис, който насочва "всички субдомейни" пак към същия IP-адрес (по-долу е обяснено визуално как точно да направите това). Имайте предвид, че след тази промяна няма да можете да ползвате услугата "уеб пренасочване". Ако решите, че вече не искате да ползвате вашия web server, а "уеб пренасочване", използвайте бутона "Възстановяване", който връща настройките по подразбиране.

Ако например сте закупили домейн от Host.bg, а сайтът ви е качен на някакъв сървър, трябва да направите нови A и евентуално MX записи.

Добавянето и редактирането на A-записите предоставя възможност домейнът ви да е насочен към избран от вас IP-адрес и страницата ви ще се отваря независимо дали изписвате уеб-адреса във формат domain.com или www.domain.com

Имайте предвид, че за да сработи новото насочване обикновено са нужни 1-2 денонощия, тъй като толкова време е необходимо, за да се обнови информацията в домейн нейм сървърите (DNS). Ако объркате нещо винаги можете да възстановите

записите по подразбиране чрез натискане на бутон "Възстановяване".

Ако желаете да направите нови MX-записи (необходимо е разбира се да разполагате с email-сървър) трябва да запишете хост-адреса на email сървъра. Управлението на MX-записите, както и на всички останали записи зависи от предоставените ви права.

Как да направя CNAME-записи?

CNAME-записите позволяват да препращате определени поддомейни на вашия към други, вече съществуващи домейни. Напр. ако използвате реални имена (на домейни) google.com, mail.yahoo.com и т.н. можете да създадете следните примерни CNAME записи – ако дефинирате search.domain.com (субдомейн search на вашия, където domain.com е вашия домейн) , в полето за CNAME въведете google.com и запазете CNAME записа, когато записа сработи при изписване на адреса search.domain.com ще се отваря страницата на Google.

Какво е DNS (Domain Name System)и от какви компоненти се състои?

Системата за домейн имената (DNS, Domain Name System) представлява базовата технология, върху която е изграден интернет.

Компонентите които изграждат DNS са IP адресите, домейн имената и DNS сървърите.

Какво е IP адрес?

Машините (компютрите) в интернет имат свои уникални номера, по които се различават. Тези номера се наричат IP адреси (Internet Protocol addresses). IP адресите са съставени от 4 разделени с точки сегменти, всеки от по една, две или три цифри от 0 до 255, например 193.68.0.25 и т.н.

IP адресите биват динамични (променящи се) и статични (постоянни). Обикновено повечето домашните персонални компютри имат динамични (променящи се) IP адреси, докато сървърите (мощни компютри, които съхраняват голямо количество данни) имат постоянни IP адреси. IP адресите се регистрират и раздават от специализирани организации.

Името на един хост и неговия IP адрес не са задължително тъждествени. Даден хост с един IP адрес може да съдържа множество домейн имена, т.е. на една машина с даден IP адрес може да има много сайтове с различни домейни и обратно - на едно име може да отговарят множество хостове.

Как са свързани IP адресите и домейн имената?

Домейн имената, които са названия на сайтовете в интернет, се обозначават като домейни от 2-ро ниво. Те представляват една или няколко думи, отделени с точка от съответния домейн от високо ниво, например domain.com, domain.org и т.н. Домейните са обвързани с IP адресите, тъй като всеки сайт е разположен върху някаква машина, която има съответен IP адрес.

Каква е йерархията при DNS сървърите?

В интернет работят голямо количество DNS сървъри (Domain Name Servers), които съхраняват данните за всеки един регистриран домейн и всеки IP адрес. DNS сървърите са подредени в строга йерархия, която съвпада с йерархията при домейните. Част от сървърите отговарят за домейните от най-високо ниво (Top Level Domains, TLD) - като .com, .net, .org и т.н. Те са малко на брой и се наричат Root Servers. Други DNS сървъри отговарят за домейните от 2-ро ниво от типа domain.com, трети - за домейните от 3-то ниво от типа subdomain.domain.com и т.н.

DNS представлява система, която с помощта на DNS сървърите свързва IP адресите на машините в интернет със съответстващите им домейни, така че при заявка за зареждане на дадена страница, тя да бъде извикана от машината, на която е качена

(хоствана). За целта DNS определя на кой IP адрес отговаря заявеното домейн име, открива машината с този IP адрес и зарежда съответната уеб страница в браузъра на потребителя. Често DNS е описвана образно като телефонен указател, където телефонните номера са IP адресите, а имената на хората са домейните. Както по името на даден човек в указателя може да бъде открит телефонния му номер, така чрез DNS системата домейн името се свързва със съответстващия му IP адрес.

4. Как работи DNS системата?

Ако подадете в браузъра заявка за отваряне на някакъв уеб документ, например `subdomain.domain.biz`, DNS системата започва търсенето и ще изпрати заявката към някой от root сървърите със запитване за IP адреса на този домейн. Root сървърът може да отговори, че няма информация за този домейн, но знае кой е DNS сървърът, който отговаря за `.biz` домейните. Следва препращане на заявката към DNS сървърът, съдържащ информация за домейна от високо ниво `.biz`, който връща отговор, че не разполага с информация за адреса `subdomain.domain.biz`, но има информация за DNS сървърът, който отговаря за `domain.biz` и т.н. докато накрая не се стигне до DNS сървърът, който съдържа информацията за извикания адрес.

Информацията в DNS сървърите непрекъснато се променя, тъй като непрекъснато се регистрират нови домейни от 2-ро ниво (от типа `domain.com`), макар и рядко, но се появяват и нови домейни от най-високото 1-во ниво (например през април 2006 беше стартиран `.eu`), някои стари домейн имена изтичат без да бъдат подновени, появяват се нови сайтове и хостове и т.н.

Какво е DNS (Domain Name Servers)?

Nameserver-ите (Domain Name Servers) представляват компютри, които съдържат данните за всяко домейн-име в интернет и софтуер, чрез който да трансформират домейна в неговия IP-адрес. Цялата система в която са обхванати сървърите (Domain Name System) може да бъде сравнена с телефонен указател, където домейните са имената, а IP-адресите са телефонните номера. На всяко домейн-име отговаря някакъв IP-адрес (Internet Protocol), съставен от 4 сегмента x 1, 2 или 3 цифри (например `129.68.0.208` и т.н.). Задачата на неймсървърите е при заявка за отваряне на дадена страница (изписване на домейна в браузера и натискане Enter) да трансформират всяко домейн-име в неговия еквивалентен IP-адрес. Всичко това е нужно, защото човешката

памет по-лесно запомня имена, а машините работят с цифри.

!ВНИМАНИЕ: За да бъде уеб сайта ви достъпен за ползвателите в мрежата към домейна ви трябва да са зададени хост-адресите на поне два неймсървъра, които да указват IP-адреса на вашата уеб страница.

Неймсървърите се задават като хост, а не като IP-адрес и обичайният им вид е ns.somedomain.com

DNS (Domain Name Server) може да е купен от една компания-продавач на домейни, а да се хоства от друга. При тази ситуация хостинга и домейна ви са на две различни места, при две различни компании и тогава е необходимо да насочите името на сайта (домейна) към сървърите, където е разположен вашия сайт (където е хостинга на сайта). Т.е купили сте само домейн от един провайдер, а хостинга ви е при друг хостинг провайдер. В този случаи е необходимо да насочите домейна си към хостина, т.е. да насочите името на сайта към мястото, където се намира вашия сайт.

Ако имате работещ webserver на даден IP-адрес и искате той да хоства домейна ви, е необходимо да направите А-запис от модул "DNS администрация", чрез който да насочите домейна си към този IP-адрес.

Какво означава трансфер на домейн и какво е забрана за трансфер на домейн?

Трансфер на домейн означава прехвърляне на домейн от една компания-регистратор на домейни към друга. Ако по някаква причина сте недоволен от компанията при която сте регистрирал домейна си вие можете да го прехвърлите към друга.

Прехвърлянето на домейн не е възможно в следните случаи:

- ако до изтичането на домейна остават по-малко от 30 дни

- ако са минали по-малко от 60 дни от покупката или предишно прехвърляне на домейна

- ако съществуват някакви правни проблеми свързани с домейна, например проблеми засягащи търговски марки и др.

Това са условия поставени от световната организация ICANN (Internet Corporation For Assigned Names and Numbers).

Понякога обаче е възможно и недобросъвестно прехвърляне (трансфер) на домейн от един регистратор към друг (Domain Hijacking), при което вие загубвате собственическите права над своя домейн. За да се избегне това обикновено се използва опция "Забрана за трансфер на домейн". Включването на тази опция няма да се отрази по никакъв начин на функционирането на вашия уеб сайт.

Някои домейни (например на .info, .biz и .org) са допълнително защитени и със специален код за трансфер на домейн. Ако собственика на такъв домейн пожелае да го прехвърли при друг регистратор на домейни, той трябва да съобщи на новата компания-регистратор кода за трансфер на домейна, наричан още EPP-ключ.

Повече информация по въпросите свързани с трансфера и защитата на домейн имената може да прочетете на страници [Какво е трансфер на домейн?](#), [Какво е заключване \(забрана\) на домейн за трансфер и защо е нужно?](#) и [Какво е код за трансфер на домейн \(EPP ключ\)?](#).

Какво е DNS кеширане?

Тъй като съществуват милиони сайтове, които непрекъснато биват зареждани от милиони интернет потребители, това натоварва DNS системата, която чрез заявки към DNS сървърите непрекъснато трябва да открива кореспондиращите IP адреси на съответните домейни, като така намалява скоростта на зареждане на уеб документите.

С цел да бъде ускорена работата по връщане на заявките и зареждане на съответните интернет страници, е създаден механизъм за временно "складиране" на копия на данните от направените заявки с цел по-бързото им зареждане. Този механизъм се нарича DNS кеширане (DNS caching) на върнатите от DNS сървърите заявки за определен период време.

DNS кеширането представлява временно запаметяване и съхранение на информация за дадено домейн име и неговия кореспондиращ IP адрес, след като веднъж е имало заявка към този домейн. По този начин когато бъде отправена повторна заявка за отваряне на същия сайт, кеширащия сървър моментално ще извади нужната информация от кеша, без да се налага да бъдат отправяни запитвания към root сървърите и DNS сървърите от по-ниско ниво. Така се спестява време за зареждане на страниците и не се натоварва DNS системата.

Времето за което се кешира (складира) информацията се нарича Time To Live (TTL), т.е. "време на живот", което може да бъде различно за различните сървъри. След като изтече това време заявките отново се отправят по йерархията на сървърите в DNS и данните отново се кешират за следващия TTL период.

Освен бързината на изпълнение на заявките, кеширането на данните има и други ефекти, а именно, че по едно и също време различни потребители могат да видят различна информация при една и съща заявка.

Кешовете на сървърите през TTL периода са причината за това DNS промените да не се отразяват веднага в глобален мащаб, а след всяка промяна да е нужно да се изчаква опресняването на DNS системата - изтичането на TTL периодите, през които информацията е кеширана. Затова промяната на неймсървърите (Nameservers) чрез запис на нови нейсървъри за даден домейн или промяната на IP адрес, към който сочи домейна чрез A-запис, не се отразяват мигновено при всички потребители в мрежата. При промяна на Nameservers или на A-записи за домейните, за период от няколко часа до около 2 денонощия различните потребители ще получават различен резултат при зареждане на домейна, чиито неймсървъри или A-записи са били променени - част от потребителите ще зареждат страницата от старите кеширани данни, а друга част ще виждат уеб документите от новото DNS насочване. След изчистването на всички кешове, което става в най-лошия случай за около две денонощия, всички потребители ще започнат да зареждат актуалния уеб документ от актуалното му местоположение

Как да изчистя локалния DNS кеш?

Често пъти за да решим проблем свързан с DNS кеширане се налага да изчистим кешираните данни на нашия компютър.

Това става в Microsoft Windows от START/ RUN /cmd / с командата ipconfig /flushdns

Ако използваме Microsoft Windows можете да изчистите dns кеша си като следвате следните стъпки:

СТЪПКА 1

Натиснете бутона START

СТЪПКА 2

От менюто посочете RUN

СТЪПКА 3

В отворения се прозорец напишете cmd и изберете ОК

СТЪПКА 4

Пред вас се отваря Command prompt, в който трябва да запишете следната команда и да натиснете Enter:

```
ipconfig /flushdns
```

След като запишете командата и натиснете клавиша Enter, получавате следното съобщение:

```
Windows IP Configuration
```

```
Successfully flushed the DNS Resolver Cache.
```

с което и процедурата е завършена.

!ВАЖНО

Ако това не даде резултат, то трябва да изчакате от 6 до 48 часа за изчистване на DNS кешовете в DNS сървърите.

Какво е "Паркиране на домейн"?

Паркирането на домейн представлява насочване на един или няколко домейна към друг домейн. Става дума не за обикновено фреймово пренасочване на домейн към друг домейн, където винаги само насочения домейн остава да се вижда в адрес-бара на браузера, без да се показват пълните адреси на отваряните файлове и папки.

Основни понятия в интернет комуникациите

Написано от sevda

Понеделник, 22 Април 2013 07:25 -

При паркирането на домейн втория (паркирания) домейн показва същите адреси на файлове и директории като домейна, към който е направено насочването, т.е. ако към www.domain-1.com паркираме www.domain-2.com, то при отваряне на файла file.htm от директорията dir през www.domain-1.com ще се вижда адреса

www.domain-1.com/dir/file.htm

и при отваряне на същия файл от същата директория през www.domain-2.com ще се вижда същия адрес, но "закачен" към domain-2.com:

www.domain-2.com/dir/file.htm

Т.е. при паркирането на домейн не може да се говори за "основен" и "второстепенен" домейн - всички паркирани домейни са равностойни.

Обикновено, към всички паркирани домейни могат да бъдат създавани пощенски кутии.

Паркирането на домейн се извършва през модул Паркиране на домейн от контролния панел.

Какво е заключване (забрана) на домейн за трансфер и защо е нужно?

От 13 ноември 2004 г. влязоха в сила нови правила на ICANN, според които ако заявката за трансфер на домейн не бъде отказана до 5 дни, в такъв случай трансфера на домейна се счита за потвърден. Заключването на домейна за трансфер предотвратява недобросъвестното прехвърляне на домейна от трето лице, което действие е доста разпространено и е известно като domain hijacking (отвлечане, отнемане на домейн).

По подразбиране, всеки новозакупен домейн е с активирана забрана за трансфер. Препоръчително е домейна винаги да е заключен за трансфер. Отключването е необходимо само когато смятате да прехвърляте домейна си при друг регистрар.

Какво е код за трансфер на домейн (EPP ключ)?

Всички домейни (с изключение на .eu домейните) са допълнително защитени срещу кражба(domain hijacking) със специален код за трансфер.

Epp ключ(наричан още Секретен код или само код за трансфер) представлява подобие на парола и се изисква като едно от условията при тансфер на домейн. Състои се от комбинация на цифри , малки и големи букви с минимална дължина от 6 символа.

Ако прехвърляте домейна си, то се нуждаете от код за трансфер. Ако нямате достъп до този код, трябва дасвържете се с настоящия си регистратор.

При условие, че домейнът ви е на някой от посочените TLD и желаете да го прехвърлите при друг регистрар, е необходимо не само да отключите домейна за трансфер, но и да предадете на новия регистрар кода за трансфер на домейна.

За да бъде възможно прехвърлянето на домейна е нужно да са изпълнени следните условия:

- домейна да бъде отключен за трансфер

- за всички домейни, с изключение на .eu, е необходимо да ни предоставите ключ за трансфер

Основни понятия в интернет комуникациите

Написано от sevda

Понеделник, 22 Април 2013 07:25 -

- до изтичането на домейна да остават повече от 30 дни

- домейна да е купен или да е прехвърлен за последно преди повече от 60 дни

- по отношение на домейна да няма правни неуредици като спорове за търговски марки и др.

Това са условия, поставени от световната организация ICANN (Internet Corporation For Assigned Names and Numbers).

Какво е уеб базирана поща?

Уеб-базираната поща е пощенски клиент (програма) качен на сървър в интернет, като по този начин имате достъп до пощенската кутия от всяка точка на света, стига да разполагате с компютър и интернет-връзка.

Какво е POP3 server и SMTP server и как да работя с тях?

След успешната регистрация на вашия хостинг и домейн вие получавате на указания от вас email освен потребителското си име и парола също и информацията за POP3 и SMTP сървърите с които да настроите своя email клиент (пощенска програма) за работа с вашата уеб базираната поща без да се налага да използвате уеб интерфейс. Така ще можете да проверявате пощата си, да четете писма и да им отговаряте без да се налага да влизате в уеб базираната си пощенска кутия.

POP3 и SMTP са протоколи за размяна на email-и. POP3 (Post Office Protocol version 3) поддържа както приемане, така и изпращане на електронна поща (POP2 поддържа само приемане). SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) поддържа само изпращане на email-и.

Какво е POP3 е-мейл акаунт?

POP3 е вид интернет протокол за комуникация между клиента и пощенския сървър.

POP3 поддържат всички съвременни мейл клиенти като Outlook Express, Outlook, Eudora, Mozilla Thunderbird, The Bat и т.н.

За да може да ползвате някои от тези клиенти първо трябва да имате създадена пощенска кутия, което може да направите от модул Email потребители в Контролния панел. Първата ви (основна) пощенска кутия се създава автоматично при регистрацията ви.

Какво е Уеб Хостинг?

Световната мрежа се състои от огромен брой уеб сайтове, които са разположени на специализирани компютри(наречени уеб сървъри) по целия свят.

Уеб сървърът е компютър, на който се намират файловете(html, php, изображения и др.) на вашия уеб сайт. Клиентите използващи уеб хостинг, прехвърлят своите уеб сайтове на споделен (или самостоятелен - виртуален) уеб сървър.

Казано накратко уеб хостингът е предоставяне под наем на място върху уеб сървър, където различни фирми или физически лица могат да разположат своите уеб сайтове.

Какво представляват ключовите думи?

Правилния подбор на ключовите думи в домейна, в заглавията на страниците (текста между таговете и), в метатаговете и в "тялото" на страниците, е един от най-важните елементи от оптимизирането на даден уеб сайт, така че той да се появява на възможно най-предни позиции в резултатите на търсещите машини.

За правилната SEO (Search Engine Optimization) стратегия е необходимо да се определят приоритетните 2-4 ключови думи. Това са най-важните думи, които най-точно описват замисъла и съдържанието на съответния уеб сайт. При определянето им трябва да се изхожда от това какви ключови думи биха употребили ползвателите на интернет при търсене чрез търсещите машини. Ако например става въпрос за български туристически сайт такива приоритетни думи могат да бъдат Bulgaria, tourism и travel или BG, vacation, resorts и tourism и т.н. Тези ключови думи, например 2 от тях, е препоръчително да влизат в домейн-името на сайта.