

Буканова Н.В., студ. гр. 233 БГУКИ

Науч. рук. – Романова Ж.Л., ст. преподав.

ПОИСК ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ

В современном мире успех человека в любой сфере деятельности напрямую зависит от его информированности, умения ориентироваться в постоянно растущем информационном потоке, быстро находить и обрабатывать нужную информацию, отличать достоверную от недостоверной. Всё больше и больше человек обращается для удовлетворения своих информационных потребностей к ресурсам Интернета, который становится важным и порой единственным источником получения необходимой информации. В Интернете имеется огромное количество разных полезных материалов, в том числе и научного характера, однако, не всегда их можно отыскать, особенно неискушенному пользователю, который не владеет методикой информационного поиска в Интернете, не знает о преимуществах и недостатках различных информационно-поисковых систем, не умеет правильно сформулировать запрос, не знаком с техникой повышения рейтинга сайта в результатах выдачи ответа на запрос, в силу не информированности и большого информационного шума не может отличить достоверную информацию от недостоверной, значимую от незначимой. Таким образом, Интернет может быть важным источником получения информации, но для осуществления качественного и результативного поиска пользователь должен обладать определёнными знаниями, умениями и навыками. Какие же существуют средства Интернет-поиска и каковы их особенности, влияющие на его результат? Основные средства интернет-поиска можно разделить на следующие группы:

- ✘ поисковые машины;
- ✘ веб-каталоги;
- ✘ справочные ресурсы;

- ✘ локальные программы для поиска в интернете; [3, с. 12]
- ✘ библиографические и полнотекстовые коммерческие и некоммерческие базы данных.

Любой современный пользователь интернета, за исключением редких случаев, обращался к крупным универсальным поисковым машинам, так называемым интернет-поисковикам. Такие названия машин, как Яндекс, Google, известны каждому. Поисковиков существует достаточно много, каждый из них обладает своими плюсами и минусами, но несмотря на многие различия, все они работают по схожим принципам, имеют одни и те же структурные части.

Первая структурная часть поисковика – специальные программы, применяемые для автоматического поиска и последующего индексирования веб-страниц [3, с. 13]. Программы просматривают код веб-страниц, находят расположенные на них ссылки и обнаруживают новые сайты. Существует и альтернативный способ включения сайтов в индексную базу, которая является второй структурной частью поисковика. Многие поисковики предлагают владельцам ресурсов самостоятельно добавить сайт в свою базу. Производятся и другие операции, результатом выполнения которых становится формирование индексной базы [3, с. 13]. Следующая часть интернет-поисковика – программы поиска и сортировки результатов. Эти программы решают две основные задачи: сначала находят в базе файлы, соответствующие поступившему запросу, а затем сортируют полученный массив данных в соответствии с различными критериями [3, с. 14].

Пользовательский интерфейс – ещё один элемент интернет-поисковика. Помимо обычных требований к удобству использования, к интерфейсам поисковиков предъявляется еще одно важное требование: они должны предлагать различные инструменты для уточнения и составления запросов, их сортировки и фильтрации результатов.

Важное преимущество хороших поисковиков в том, что они охватывают большое количество источников, а также быстро актуализируют

индексную базу. Главным инструментом для поиска необходимой информации является запрос, для того, чтобы его осуществление было успешным, необходимо изучить основные правила составления запросов, а также языки поисковых запросов конкретных поисковиков.

Веб-каталоги – это ресурсы, которые представляют перечень сайтов, распределённых по различным категориям [3, с. 14]. Веб-каталоги делятся на универсальные и тематические. Универсальные – стараются охватить максимум тем [3, с. 15]. Тематические – специализируются по определённой теме.

Преимущество веб-каталогов – высокое качество ресурсов, так как сайты просматриваются и отбираются людьми. Недостатки – сравнительно небольшой объём и медленное пополнение базы, из-за того, что включение сайта в каталог связано с участием человека, а также отсутствие единой классификации ресурсов и четких критериев отнесения их к той или иной категории. Веб-каталоги по размерам индексных баз уступают поисковикам. Поэтому по ним можно вести предварительный поиск для того, чтобы выяснить, что же есть в сети по вопросу, ознакомиться с темой.

К справочным ресурсам относятся различные онлайн-справочники, сервисы переводов, энциклопедии и другие ресурсы, которые позволяют получить краткие и конкретные ответы на поставленные вопросы. Среди них: Рубрикон («Река информации»), Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия, Энциклопедия Britannica и другие. Справочники дают определённую уверенность в точности полученных фактических сведений в тех случаях, когда их возможности не допускают изменения и редактирования пользователями, например, как в «Википедии».

Для Интернет-поиска используются и специальные приложения, устанавливаемые на локальном компьютере. Это могут быть и простые программы, и довольно серьезные комплексы поиска и анализа данных. Наиболее распространены поисковые плагины для браузеров, панели для браузеров, предназначенные для работы с каким-либо конкретным

поисковым сервисом и метапоисковые пакеты с возможностями анализа результатов, наиболее известным из которых является Copernic. Данные программы позволяют осуществлять поиск необходимой информации в нескольких поисковых системах, выставлять рейтинг найденного документа по степени соответствия заданным критериям поиска, ссылки на одинаковые сайты, полученные от разных поисковых систем, фильтруются, так что вместо десятка одинаковых универсальных указателей ресурса можно увидеть только один, но с высоким рейтингом и многое другое, что позволяет упростить поиск в интернете.

Библиографические базы данных в отличие от электронного каталога библиотеки являются более широким ресурсом по поиску необходимой информации, среди них такие, как [Refdoc](#), BritishLibraryDirect, Public.Ru, ИНИОН и другие. Они содержат огромное количество библиографических записей по различным отраслям знаний, что позволяет найти необходимую литературу по интересующей пользователя теме. В них содержатся книги, статьи из журналов, газет, сборников, доклады, диссертации и многое другое. Однако, пользование большинством из них является платным. Полнотекстовые базы данных содержат книги, полнотекстовые электронные версии журнальных статей, статей или разделов из книг, реферативные обзоры по конкретной научной проблематике и т.п. Их наполнение производится двумя способами. Первый заключается в сканировании печатных оригиналов и получении электронных копий документов, а второй – в покупке электронных копий книг, газет или журналов непосредственно в издательствах. Достоинством является то, что осуществляется доступ без необходимости посещать библиотеку.

Таким образом, в настоящее время существует достаточно большое количество разнообразных средств Интернет-поиска. Однако ни одно из них в отдельности не может гарантировать в полной мере получение точной, полной, достоверной информации в ответ на запрос пользователя. Как правило, в основном все прибегают к одной проверенной поисковой системе,

причём просматривают только несколько страниц с результатами, а то и вовсе ограничиваются одной-двумя первыми ссылками, не зная или забывая о том, что на первое место вполне могут попасть просто «раскрученные сайты», чаще всего с рекламой, а не те, которые действительно полезны. Кроме этого, критерии, по которым пользователь определяет действительно важную и значимую для него информацию, могут не совпадать с критериями поисковой системы. Такая ситуация объясняется несколькими причинами.

Первая из них – система ранжирования сайтов, которая применяется в том или ином поисковике. Под ранжированием понимается расположение сайтов по порядку в соответствии с его рангом, авторитетом, релевантностью. Ранжирование можно сравнить с матрёшкой, которую ставят по росту от меньшей к большей и наоборот. Проблема для пользователя состоит в том, что принципы, по которым производится ранжирование, разные в каждой поисковой системе и по большому счёту, известны только самим разработчикам. Поэтому в зависимости от системы ранжирования сайтов наиболее важная информация может, находится на первой странице, а может на последней, что так же не позволяет получить нужную и качественную информацию.

Вторая причина взаимосвязана с первой. Для того, чтобы повысить рейтинг сайта, вывести его на первые позиции в странице результатов, многие владельцы сайтов используют различные методы их продвижения, как положительные, направленные на улучшение содержания ресурса, так и отрицательные, направленные на введение в заблуждение поисковой машины, а в конечном итоге, и пользователя. Существует, такое понятие, как seo-оптимизация, которое применяется для раскрутки сайтов. Seo-оптимизация – это процесс поднятия позиции сайта в поисковых машинах. Поисковая оптимизация бывает нескольких видов: белая, серая и черная.

«Белая» оптимизация – это такие методы продвижения сайта, которые не нарушают правил поисковых систем. Правила же поисковых систем

запрещают какие-либо попытки искусственного влияния на позиции сайта при ранжировании [1]. «Белая» оптимизация является дорогостоящей, также на неё затрачивается собой очень много времени, поскольку сайт наполняется новым контентом (содержанием) и улучшается его старый контент.

«Серую» оптимизацию используют почти все seo-компании, поскольку с помощью ее можно достичь нужных результатов за разумные деньги и за небольшой срок (полгода). Главным отличием от белой оптимизации является закупка ссылок на сайт и оптимизация только тех страниц, которые продвигаются [4].

«Черная» оптимизация включает всяческие приемы, используемые для обмана поисковой машины: [дорвеи](#), [клоакинг](#), спам и др. [4] Например, дорвеи – страницы, которые добавляются на сайт исключительно для целевой конкретной фразы, ключевого слова, не имеющего для посетителя ценности или, например, спам ключевых слов – это помещение большого количества ключевых фраз в надежде на то, что поисковая система будет воспринимать данный текст, как оптимизированный созданный для людей. Опасность таких сайтов заключается в том, что информация, необходимая пользователю, будет не достоверной. Все сайты, замеченные в «черном» seo, ликвидируются поисковиками.

Третья причина связана с языковым барьером, которые испытывают пользователи, говорящие только на одном языке. Например, белорусские пользователи в подавляющем большинстве обращаются за информацией только к русскоязычным сайтам, зачастую даже не подозревая о том, что информация по их запросу на англоязычных, испаноязычных, франкоязычных сайтах значительно отличается. Это не позволяет получать полную и актуальную информацию, сравнивать её, анализировать, делать выводы, использовать зарубежный опыт в своей деятельности. Например, пользователь интересуется в научных целях Корридой. Он задаёт запрос на русском языке на tut.by, Яндексe, в Гугле. Скорее всего, он найдёт информацию общего популярного характера, а также о клубах, кафе,

носящих такое название. Для того чтобы получить информацию более глубокую и полную, научного характера, необходимо было бы обратиться к поисковикам Испании, к зарубежным полнотекстовым и библиографическим базам данных, но из-за незнания языка и возможностей баз данных это становится проблемой и снижает качество подготовленного материала.

Еще одна проблема, сказывающаяся на качестве информационного поиска, – это неумение пользователя грамотно составить поисковый запрос в связи с низкой информационной и лингвистической культурой. Главное для пользователя, чтобы информация, найденная им, была релевантна его запросам. Релевантность – это соответствие ответа поисковика поступившему от пользователя поисковому запросу [3, с. 16]. Интернет-поисковики направляют свою работу на то, чтобы максимально точно удовлетворить пользовательский запрос, сделать ответ релевантным ему. Однако точность ответа также зависит и от самого пользователя, а именно от правильной формулировки его запроса. При неудачной формулировке среди информации, найденной поисковиком, не будет той, которая действительно необходима потребителю. Для того, чтобы интернет-поиск был успешным, запросы должны быть хорошо сформулированы [3, с. 11].

Таким образом, Интернет – это гигантский информационный массив, в котором представлена разная по качеству информация. Однако для того, чтобы поиск в нём был успешен, а найденная информация релевантной, необходимо, чтобы пользователь обладал достаточно высокой информационной культурой, в первую очередь, знаниями, умениями и навыками составления поискового запроса и выделения ключевых слов, знал и умел варьировать и правильно применять разнообразные средства Интернет-поиска, обладал способностью анализировать и критически оценивать полученную информацию. Подобные знания, умения и навыки пользователь может получить в библиотеке. Одной из важных социальных функций библиотеки является просветительская, в том числе и в информационной сфере, в сфере поиска в интернете. Поэтому библиотеке

необходимо проводить работу по обучению пользователя нахождению качественной и достоверной информации в интернете. Работу, по моему мнению, можно направить на изучение наиболее качественных поисковых машин (Google, Yahoo!, Altavista, Яндекс, Рамблер, Mail.ru, Tut.by, Open.by и т.д.), веб-каталогов (Br.by, Zubr.com и т.д.), справочных ресурсов (Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия, Энциклопедия Britannica и другие), библиографических и полнотекстовых баз данных. Предоставлять информацию о их преимуществах и недостатках, ознакомить со спецификой работы, научить правильно составлять поисковые запросы. В случае обращения пользователя к интернет-поисковикам зарубежных стран, которые не поддерживают белорусский или русский язык, библиотекой может быть представлен список наиболее качественных интернет-переводчиков.

Таким образом, мы рассмотрели только часть возникающих проблем при поиске информации в интернете. Поскольку интернет является популярным источником приобретения информации, библиотекам желательно направить также свою работу на предоставления услуг по обучению поиску информации в нем.

1. Виды SEO: белое, серое и черное SEO [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://seo-in.ru/vid-seo.html>. – Дата доступа : 10.05.2014.
2. Крупник, А.Б. Поиск в Интернете / А.Б. Крупник. – Санкт-Петербург : Питер: Питер принт, 2006. – 267 с. – (Самоучитель).
3. Кутовенко, А. А. Профессиональный поиск в Интернете / А.А. Кутовенко. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – С. 10-17.
4. Понятие SEO (поисковая оптимизация) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zarobotat-na-sajte.ru/wiki/ponyatie-seo.html>. – Дата доступа 10.05.2014.