

ТЕХНОЛОГИЯ ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Пекус Ю. М.¹ Черепица Л. С.²

¹-студентка 1 курса, факультета ВШТ, группы ДТТ-1, Белорусского Государственного Экономического Университета.

²-научный руководитель, ассистент кафедры информационных технологий БГЭУ; Минск 220672, Партизанский проспект, 26, тел. (017)249-19-81

Аннотация. Содержится информация о подходах поиска информации в сети Интернет; видах, достоинствах, недостатках и различиях поисковых инструментов, доступных в сети. А также приводятся советы, выполнение которых максимизирует нахождение релевантных результатов поиска, и описываются специальные логические, математические и лексические символы, используемые при поиске информации.

Ключевые слова. Интернет, поиск, поисковые инструменты, булевые операторы.

1. ВВЕДЕНИЕ

Сегодня о World Wide Web (WWW) говорят как об информационном ресурсе Интернет или как о специальной технологии подготовки и размещения документов в Интернет, **web-технологии**. Технология WWW была разработана в 1991 г. для обмена научными документами (CERN, Швейцария). Начиная с 1993 года, информационная служба WWW стала особенно популярна, и с течением времени превратилась в один из основных информационных ресурсов Интернет. В составе World Wide Web существуют самые разные "документы": личные Web-страницы, онлайн-электронные библиотеки, виртуальные музеи, каталоги по продуктам и услугам, научно-исследовательские публикации и многие другие ресурсы. При таком обилии информации возникают вопросы: Как сориентироваться в столь масштабном информационном пространстве? Как найти в этом море информации то, что нам необходимо? Для этого существуют специализированные поисковые инструменты. Их можно разделить на тематические каталоги, роботы индексов (поисковые машины), системы мета поиска. Также, для поиска необходимой информации в Интернет весьма полезны системы поиска в конференциях Usenet и службы поиска людей.

2. Поисковые инструменты (ПИ) - это специальное программное обеспечение, основная задача которого - обеспечить

наиболее оптимальный поиск информации в Интернет. Размещаются ПИ на специальных серверах, и каждый из них выполняет следующих четыре основных задачи:

- 1) анализ web-страниц;
- 2) занесение результатов анализа Web-страниц на тот или другой уровень базы данных поискового сервера в зависимости от методов автоматического индексирования, т.е. методов анализа содержимого страниц;
- 3) поиск документов по запросу пользователя;
- 4) обеспечение удобного интерфейса для поиска информации и просмотра результатов поиска пользователем.

Основные подходы поиска информации в Инетрнете – это использование **поисковых машин и предметных каталогов**.

Поисковые машины позволяют пользователю вводить ключевые слова поиска, по которым поисковая машина ищет документы из базы данных, которые подходят к ключевым словам. По сути, это сервер с огромной базой данных URL-адресов, который автоматически обращается к страницам WWW по всем этим адресам, изучает содержимое этих страниц, формирует и прописывает ключевые слова со страниц в свою базу данных (индексирует страницы).

Важно отметить, что при использовании поисковых машин поиск осуществляется не в «живом» Интернете, который существует на данный момент, а по уже созданной базе данных.

Хотя все поисковые машины предназначены для одной цели - поиска, каждая машина подходит к поиску по-разному. Факторы, влияющие на результаты поиска: размеры базы данных, частота обновления, возможности поиска. Поисковые машины также отличаются по скорости поиска, дизайну интерфейса, способу отображения результатов, количеству предлагаемой помощи.

Если вам надо найти совсем недавние новости, то не следует сразу обращаться к поисковой машине, потому что хотя они и обновляются автоматически, но они не являются лучшими источниками свежих новостей.

Поисковые сервера разделяют интерфейс для ввода запросов на "простой" и "расширенный" (advanced, power). Все необходимые для профессиональной работы с системой возможности скрыты в "расширенном" интерфейсе, и именно с него стоит начинать знакомство с любой новой для себя поисковой машиной.

Самая популярная поисковая машина AltaVista (<http://www.altavista.com>) содержит 11 миллиардов слов, извлеченных из 30 миллионов WWW-страниц. Чтобы пользоваться этим сервисом необходимо продумать строку запроса информации (не более чем 5 слов), как в случае с Yahoo! и также набрать ее в поле ввода. Над кнопкой Search (Поиск) находится ниспадающее меню с выбором языка. Перед нажатием Enter или кнопки Search необходимо выбрать язык представления информации. Кроме того, в запрос информации можно включать специальный символ *, расширяющий диапазон поиска. Скажем, что бы AltaVista могла найти не только все вхождения слова "легкая", но слова "легкую", "легкой" и т.д., в запросе надо писать "легк*". Т.е.

изменяющиеся буквы окончания заменяем на символ *. Однако для поиска в русскоязычном Интернет AltaVista не очень подходит. Если на запрос "Light industry" AltaVista формирует список из 2917 URL-адресов, то по запросу "Легкая промышленность" появляется список ссылок на всего 9 сайтов. Наиболее развитый сервис поиска русскоязычной информации предоставляет сервер Яндекс (<http://www.yandex.ru>). В Яндекс можно просто написать по-русски фразу, описывающую то, что вы хотите найти.

Система самостоятельно проанализирует и обработает ваш запрос, а затем постарается найти все, что относится к заданной теме. Ну а в том случае, если нужных документов не обнаружится, можно продолжить поиск через AltaVista, куда автоматически передается уже обработанный системой запрос. Но до передачи запроса AltaVista вряд ли дойдет, так как база Яндекс содержит порядка 2 000 000 документов и постоянно обновляется.

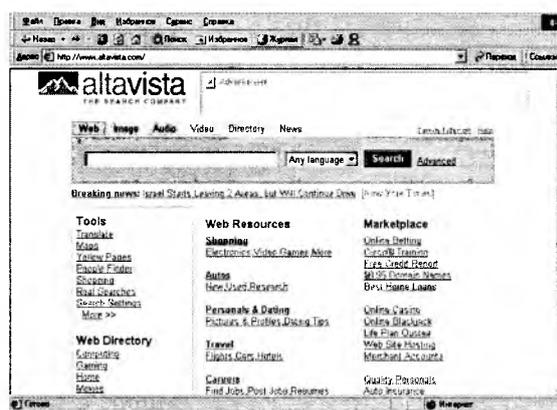
AltaVista отличается, пожалуй, самым изысканным и гибким языком запросов, требующим однако специального изучения. Но он того стоит. Посмотрите, например, как выглядит запрос на получение электронных текстов Джека Лондона с какого-либо нерусского сервера:

(url:etext) and text:(Jack near London) and not (text:(city or capital) or domain:ru)

Запрос тут же отсекает нерелевантную информацию о столице Великобритании.

Другая черта AltaVista - это многоязыковая поддержка индекса и возможность перевода в режиме on-line текста Web-страницы с распространенных европейских языков на английский.

На рисунке представлена главная страница популярной поисковой машины AltaVista:



Достоинна внимания и поисковая машина Google. Он ранжирует страницы в зависимости от числа указывающих на них ссылок: если на узел, посвященный определенной теме, ссылается множество страниц, есть все основания полагать, что он содержит существенную информацию по данному предмету. Соответственно, Google помещает его ближе к началу списка. Разработчики поисковой системы Google настолько верят в эту теорию, что снабдили интерфейс сервера кнопкой I'm feeling lucky

(«Я чувствую, что мне повезет»), нажав на которую вы попадаете на страницу, имеющую, по мнению Google, наибольшее отношение к вашему запросу. Впрочем, правильнее было бы назвать ее We're feeling lucky («Мы чувствуем, что нам повезет»), поскольку это Google рискует, предполагая, что выбранная им страница — та, что вам нужна. И еще одно достоинство Google: под каждой найденной ссылкой он приводит отрывок текста со словом или словами из запроса, которые выделены жирным шрифтом. Это помогает бегло проглядывать результаты, «на глаз» оценивая релевантность ссылок. (Большинство поисковых машин показывают просто одну-две начальных строки документа независимо от того, находятся ли в них слова из запроса.)

На сервере Direct Hit применяется другой подход к достижению максимальной релевантности результатов: они упорядочиваются в зависимости от популярности у предыдущих искателей информации. Например, если в ответе на запрос о компьютерных микросхемах (computer chips) первая ссылка часто остается невостребованной (скажем, из-за того, что указывает на страницу, посвященную картофельным чипсам), она переместится в более дальнюю часть списка. Этот метод взяли на вооружение еще несколько серверов, включая HotBot, Lycos и MSN Search.

Из трех крупнейших конкурирующих индексов AltaVista, Northern Light и HotBot у последнего есть серьезные проблемы со сканированием узлов, содержащих фреймы. Отсюда следует, что при масштабном сборе информации из Сети HotBot во избежание потерь можно использовать только как систему, дополнительную к двум первым.

Нередко разработчики коммерческих узлов закрывают под пароль доступ к материалам сайта. Заинтересованные тем не менее в рекламе, они часто прибегают к возможности открыть доступ к их ресурсам роботам поисковых систем. Таким образом, при поиске информации, которая потенциально является продаваемой, их применение обязательно.

Наиболее популярная в мире система такого класса Search.com (<http://www.search.com>), но если мы работаем преимущественно с русскоязычными документами, то можно использовать Savvy

Search

(<http://guaraldi.cs.colostate.edu:2000/form?lang=russian>). Это достаточно мощная система отсылающая ваш запрос на 13 крупнейших поисковых машин (в том числе и российских) и возвращающая вам их отчеты. Другая российская система мета поиска "Следопыт"

(<http://www.medialingua.ru/www/Wwwsearch.htm>) работает только с пятью англоязычными поисковыми машинами и одной русскоязычной, но интересна тем, что переводит ваш русскоязычный запрос на английский язык для англоязычных поисковых машин.

Также существуют так называемые мультипоисковые страницы:

"Все в одном"

(<http://www.tpi.ac.ru/~mike/search/index.htm>);

Search

(<http://www.informika.ru/windows/intern/poisk/main.html>);

БКФ

Поиск

(<http://bforum.virtualave.net/index09.htm>)

Эти сервера не умеют посылать запросы и получать отчеты от поисковых служб как системы мета поиска. Мультипоисковые страницы загружают во множестве окон поисковые службы и передают им ваш запрос. К тому же такие системы работают не стабильно.

Тематические поисковые системы не ставят своей целью обращение ко всему Интернету, но они фокусируются на поиске информации в специальной сфере знаний, в определенной географической области, или по типу источника. Эти машины ориентируются на основательный поиск в конкретной сфере, и поэтому иногда они выводят документы, которые опускаются крупными поисковыми машинами. И по этой причине они иногда могут быть более полезными. Тематические поисковые системы, от TaxTopic.com (www.taxtopic.com, налоги) до James T. Kirk Search Engine (www.webwombat.com.au/trek, «Звездный путь») охватывают практически все мыслимые предметы. Лучшие из них демонстрируют такую компетентность в рамках своей темы, какую редко можно встретить у поисковых машин общего назначения. Вдобавок благодаря узкой специализации подобных систем результаты отличаются высокой релевантностью.

Тематические (предметные) каталоги представляют собой организованные оглавления предметных категорий, которые позволяют пользователю просмотреть предложенные web-страницы по данным темам. Тематические каталоги в основном меньше по размерам, но существуют различия между поисковыми машинами и предметными каталогами, которые могут привести к тому, что поиск в каталоге даст лучший результат.

Наиболее популярным во всем мире признан тематический каталог Yahoo! (<http://www.yahoo.com>). Он представляет собой огромную базу данных URL-адресов сайтов самой различной тематики. Yahoo! предлагает вам воспользоваться иерархическим деревом при поиске информации. Т.е. вы выбираете сначала общую тематику, удовлетворяющую вашему запросу информации, и далее конкретизируете, следуя подсказкам каталога. В конечном результате вы получаете список сайтов, содержащих информацию, соответствующую вашему запросу.

Резкое увеличение числа поисковых машин привело к необходимости создания **мета поисковых инструментов**. Эти поисковые машины позволяют пользователю осуществлять поиск сразу нескольких баз данных через один интерфейс. Многие из таких мета поисковиков обладают достаточно большой скоростью поиска. В последнее время были предприняты улучшения, чтобы мета поисковики могли сортировать результаты поиска по сайту, типу источника, домену, способности определять необходимую базу данных. Не обладая собственной индексной базой данных, мета поисковая система выступает в качестве шлюза, который передает через свой интерфейс запросы на автономные поисковые машины и возвращает результаты поиска.

Мета система допускает передачу запросов не только на автоматические индексы, но и в те каталоги, которые сопровождаются локальной поисковой машиной.

Поскольку индексы сканируют единое информационное поле - WWW, то в них может находиться информация об одних и тех же ресурсах. Однако время, затраченное на получение результата при поиске, может существенно зависеть от выбранной

поисковой машины. Кроме того, использование всего одной поисковой системы не дает никаких гарантий по полноте охваченных ресурсов.

Несколько **ссылок**, которые указывают на страницы, **содержащие крупнейшие в сети перечни поисковых систем:**
<http://dir.yahoo.com/Computers and Internet/Internet/World Wide Web/Searching the Web/Search Engines/>
<http://dmoz.org/Computers/Internet/WWW/Search Engines/> <http://www.webtaxi.com/>

Адреса некоторых поисковых машин:

[AltaVista \(http://www.altavista.com\)](http://www.altavista.com)
[Excite \(http://www.excite.com/search\)](http://www.excite.com/search)
[alltheweb \(http://www.alltheweb.com\)](http://www.alltheweb.com)
[Google \(http://www.google.com\)](http://www.google.com)
[HotBot \(http://hotbot.lycos.com\)](http://hotbot.lycos.com)

Примеры тематических поисковых систем:

[Beaucoup! \(http://www.beaucoup.com\)](http://www.beaucoup.com)
[Search Engine Colossus \(http://www.searchenginecolossus.com\)](http://www.searchenginecolossus.com)
[Searchengines.com \(http://www.searchengines.com/\)](http://www.searchengines.com)
[Advice for investors \(http://www.adviceforinvestors.com\)](http://www.adviceforinvestors.com)
http://www.medlinks.ru/search1/k_r.htm
[Hoover's Online \(http://www.hoovers.com/\)](http://www.hoovers.com/)
[InfoSpace Canada \(http://www.infospace.com/canada/index_vlw_ca.htm\)](http://www.infospace.com/canada/index_vlw_ca.htm)
[Wall Street Research Net \(http://www.wsrn.com/\)](http://www.wsrn.com/)

Примеры предметных каталогов:

[Open Directory \(http://dmoz.org\)](http://dmoz.org)
[Yahoo \(http://www.yahoo.com\)](http://www.yahoo.com)
[LookSmart \(http://www.looksmart.com\)](http://www.looksmart.com)

Адреса некоторых мета поисковых машин:

[Metacrawler \(http://www.metacrawler.com\)](http://www.metacrawler.com)
[Ixquick \(http://www.ixquick.com\)](http://www.ixquick.com)
[SurfWax \(http://www.surfwax.com\)](http://www.surfwax.com)
[Dogpile \(http://www.dogpile.com\)](http://www.dogpile.com)
[ProFusion \(http://www.profusion.com\)](http://www.profusion.com)

Каталоги ресурсов в Интернет на русском языке:

<http://www.ukr.net/book/catalog.htm>
<http://www.rubricon.ru/default.asp>
<http://www.archimed.ru/ssearch.htm>
http://internet.link-ul.ru/internet/search_rus.html
<http://ishubin.h1.ru/index.htm?search.htm>
http://www.medlinks.ru/search1/k_r.htm
<http://www.laboratory.ru/int/ri8.htm>

Некоторые страницы, содержащие список словарей и энциклопедий:

<http://el.tnn.ru/Dictionary/Language/DictList.stm>

<http://list.mail.ru/catalog/13226.html>

<http://dir.bigmir.net/index.php?ParentID=123>

3

<http://www.infocenter.nlr.ru/resource/kniga.htm>

<http://davajnescafe.com/sdir/index.php?ParentID=123>

Системы поиска в конференциях

Usenet

Во всем мире считается самым лучшим сервисом для поиска информации в конференциях Usenet сервер DejaNews (<http://www.dejanews.com>). Среди русскоязычных выделяется сервер RusNews (<http://news.corvis.ru>), являющийся также новостным сервером, содержащим более 2000 новостных групп. Точно также как и в других поисковых службах, набирается строка запроса, а сервер формирует список конференций, содержащих введенные ключевые слова. Далее необходимо подписаться на отобранные конференции в программе работы с новостями. Также имеет место аналогичный российский сервер ТЕЛА-поиск (<http://tela.dux.ru/news.html>).

Службы поиска людей

Иногда возникает необходимость узнать адреса электронной почты партнеров какой-либо организации. Благодаря, так называемым, службам поиска людей в Интернет, указав ФИО оппонента теоретически возможно получить его адрес электронной почты и URL-адрес. Теоретически потому, что системы поиска людей в основном берут информацию о электронных адресах из открытых источников, таких как конференции Usenet. И нет гарантии, что человек, адрес которого необходимо найти участвует в этих конференциях. И тем не менее, некоторые службы поиска людей могут оказаться полезными. Самая популярная англоязычная система Four 11 (<http://www.four11.com>) - большой сервер, его база данных содержит порядка 6 000 000 адресов. Среди русскоязычных служб можно выделить Э-Рос (<http://www.dubna.ru/eros>) и Интермап (<http://www.botik.ru/intermap/welcome.win0-abs.html>).

Стратегия поиска

Трудоемкие поисковые работы, связанные с масштабным сбором информации из Сети, нуждаются в планировании.

Начинать приходится со всестороннего лексического анализа информации, подлежащей поиску. Необходимо получить из любого источника подробное и грамотное описание исследуемого вопроса. Таким источником может стать как узко-специализированный справочник, так и электронная энциклопедия общего профиля. На основе изученного материала необходимо сформировать максимально широкий набор ключевых слов в виде отдельных терминов, словосочетаний, профессиональной лексики и клише, при необходимости - и на нескольких языках. Заранее стоит побеспокоиться о потенциальной возможности уточнения поискового запроса - редких словах, возможно, названий и фамилий, тесно связанных с проблемой. Желательно также предвидеть, какие из выбранных терминов, могут привести в отклик поисковых систем нерелевантные документы. После лексического анализа информации наступает технологический этап. Выбор информационного поля Сети и поисковых инструментов производится на основе требуемой информации и особенностей поисковых инструментов. Используются текстовые запросы из 1-2 ключевых слов или фразы, затем анализируется количественный отклик. Содержательный анализ данных позволяет корректировать запросы по релевантности отклика. Поисковые машины работают лучше, если задавать в запросе ключевые слова, которые не могут встретиться на страницах, не имеющих отношения к вашему вопросу. Необходимо читать инструкции. На каждом сервере — свой синтаксис запросов. В зависимости от того, построен запрос в соответствии с правилами или нет, можно получить как полезную, так и нерелевантную информацию.

В основном поисковые машины располагают результаты поиска по релевантности, то есть самые релевантные ссылки будут расположены в начале списка ссылок.

Наиболее распространенные дополнительные функции поиска

Логический поиск. Для логического поиска нужно составить критерий с использованием операторов AND, OR и NOT.

Категории. На многих узлах индексированные страницы упорядоченно хранятся в многоуровневом каталоге категорий.

Исключение слов. Если перед ключевым словом поставлен знак минус или оно помещено в список исключений (exclude), то поисковый механизм пропускает страницы, содержащие эти слова.

Включение слов. Если перед ключевым словом поставлен знак "плюс" или оно внесено в список include, то поисковый механизм будет отыскивать лишь страницы, содержащие данное слово

Число результатов. На многих узлах можно указывать число элементов, отображаемых на каждой странице результатов. При быстродействующем соединении лучше указать максимальное число.

Индивидуализация. На некоторых поисковых узлах имеется индивидуализированная стартовая страница, с которой можно получить мгновенный доступ к указанной информации.

Запросы на разговорном языке. Вместо того чтобы угадывать, какие слова и фразы уникальны для Web-страниц, посвященных интересующей теме, можно просто задать вопрос, например: каковы средние цены на стоматологические услуги?

Фразы в кавычках. Если в поисковом механизме есть функции для работы с кавычками, то ими выделяются фразы в наборе ключевых слов. При поиске по любому из слов будут обнаружены страницы, содержащие любую закавыченную фразу; при поиске по всем словам будут найдены страницы, содержащие все фразы, заключенные в кавычки.

Поисковая форма. На некоторых узлах имеются поисковые формы, позволяющие произвести тонкую настройку многих параметров поиска. Например, указать язык, ограничиться узлами в определенном домене, провести поиск только по заголовкам или просмотреть лишь узлы,

информация на которых была обновлена в течение определенного периода времени.

Поиск среди обнаруженных страниц. Если найдено слишком много страниц, то всегда можно добавить к списку еще одно ключевое слово и повторить поиск. На некоторых узлах есть более быстрая функция поиска среди найденного.

Грамматические формы слов. При использовании данной функции поиск ведется по всем грамматическим формам ключевых слов.

Булевы операторы

Поддерживает ли данная поисковая система булевы операторы является важным критерием при выборе поисковой машины. Булевы операторы являются наиболее полезными при сложном поиске, в то время как операторы + и – подходят для наиболее простых запросов. Следует помнить, что одноименные операторы в разных поисковых системах могут иметь неодинаковые свойства. Оператор близости NEAR иллюстрирует этот факт. На запрос типа "термин_1 NEAR термин_2" откликнутся документы, заиндексированные роботами AltaVista, Lycos или WebCrawler, если заданные термины присутствуют в документах в пределах определенной близости друг к другу, неодинаковой для разных систем.

Простой запрос дает значительное количество ссылок на документы, т.к. в список попадают документы содержащие одно из слов, введенных при запросе, или простое словосочетание. Наличие символа "*" в строке запроса означает, что будет осуществляться поиск слова по его маске. Например, получим список документов, содержащих слова, начинающиеся на "edu", если в строке запроса запишем "edu*". Это могут быть слова *education*, *educator*, *educable* и т.д.

Еще один способ сузить поиск - использовать специальные ключевые слова. Основные ключевые слова представлены в таблице. Использовать их нужно внимательно, так как не все поисковые инструменты поддерживают поиск по перечисленным ключевым словам. Чтобы удостовериться, какие ключевые слова поддерживаются данным поисковым инструментом, необходимо просматривать

его справочную информацию или "Помощь".

Основные ключевые слова:

domain: имя_домена	Находит страницы в указанном адресном пространстве. Например: запрос domain:by для поиска страниц, содержащихся на узлах в домене Республики Беларусь, domain:edu - для поиска страниц содержащихся на узлах в домене edu
host: адрес_узла	Выдает список документов с узлов, в имени которых присутствует значение, введенное в параметре адрес_узла . Например, по запросу host:www.iatp.unibel.by будет получен список документов, расположенных на сервере, чей адрес www.iatp.unibel.by
url: текст	Находит страницы, в адрес которых входит определенное слово или фраза. Указав url:unibel , вы найдете все страницы, адреса (URL) которых содержат слово unibel
link: URL текст	Находит документы, на которых есть ссылка на указанный URL. Запрос link:www.altavista.com поможет найти все страницы, которые содержат ссылку на AltaVista
image: текст	Находит документы с изображениями, в названии или описании которых входит слово, введенное в качестве параметра текст . Например, по запросу image:Belarus мы получим список адресов документов, в которых содержится изображение, в состав имени или описания которого входит слово Belarus

Поиск по заголовку страницы (элемент title) достаточно эффективно применяется, когда разыскиваются организации, особенно с двусложным длинным названием. Односложное название обычно входит в имя домена или в URL как есть, а многосложное формирует аббревиатуру.

Если с первого раза ничего найти не удалось... Попробуйте отправиться на другой сервер. Поставьте закладки на несколько таких адресов и время от времени проверяйте новые. Сохраняйте то, что нашли. Отыскав нужную информацию, не дайте ей потеряться. Как минимум, ставьте на страницы закладки, а лучше копируйте их на жесткий диск, например с помощью бесплатной утилиты **SurfSaver** (www.surfsaver.com).

В большинстве поисковых узлов есть **три основных вида поиска**: по любому (одному) из слов, всем словам и точно по фразе. В зависимости от выбранного режима результаты поиска могут сильно различаться.

Любое из слов. В результате поиска составляется список всех индексированных страниц, содержащих любые ключевые слова.

Точно по фразе. В этом режиме поиска составляется список всех индексированных страниц, содержащих фразу, точно совпадающую с ключевой; знаки препинания игнорируются.

Советы более оптимального поиска

Иногда можно просто угадать адреса требующихся страничек. Для этого необходимо знать следующее:

URL

У каждого файла есть свое **идентификационное имя или номер**, который называется URL (Uniform Resource Locator). URL выполняет что-то вроде функции номера телефона, частоты вещания, номера книги в библиотеке.

Следующая часть URL представляет собой код имени домена Сетевого Сервера, на котором находится данный файл в интернете.

Последняя часть имени домена представляет собой так называемое расширение. Расширения могут предоставить важную информацию, полезную при поиске.

.com (commercial) - коммерческий

.edu(education) - образовательный

.gov(government) – государственный
.net(network) – сеть, почти все могут сформировать сеть
.org(organization) – некоммерческая организация
.mil(military) – военный

Веб-страницы из разных стран обычно заканчиваются на двухбуквенный пароль страны.

Так, ключевые слова, входящие в доменное имя узла, сегодня широко используются при поиске всевозможных компаний. Если есть начальные сведения о терминах, которые могут быть включены в названия каталогов или файлов - носителей релевантной информации, то следует использовать поисковые машины, поддерживающие **поиск по URL**.

Большинство компаний, агентств, ассоциаций, образовательных учреждений стараются включать имена учреждений в URL и сделать его максимально простым. Например: адрес компании Microsoft будет www.microsoft.com. Поэтому в таких случаях нередко можно просто угадать адрес.

При поиске можно сэкономить время, ограничив область поиска конкретной категорией. Не следует щелкать по ссылкам на полученных страницах. Вместо этого целесообразно щелкнуть на ссылке правой клавишей мыши и выбрать пункт меню Open in New Window (Открыть в новом окне) или перенести ссылки мышью во второе окно браузера.

Лучше избегать специальных компьютерных терминов как folder, disk и memo, если ими не обозначаются компьютерные понятия.

Важным является следить за правописанием.

Возможность переводить запрос на определенный язык

Эта характеристика обеспечивает низший уровень "переводческого" сервиса, позволяющий получить самое первичное и весьма смутное представление о наличии документов искомой тематики не определенном языке (в конкретной стране). Среди глобальных поисковых машин только Alta Vista обеспечивает перевод запроса с английского на еще 5 наиболее распространенных европейских языков (опция AV Translation Services).

Возможность переводить найденный документ в целом

Возможность полного перевода оригинального документа безусловно является максимальной степенью переводческого сервиса, предоставляемого в процессе поиска.

Alta Vista - единственная из глобальных поисковых средств, демонстрирующая эту способность и делающая это на высоком уровне.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог, можно сказать, что единой оптимальной схемы поиска нет. В принципе, конечно, можно всегда пользоваться какой-нибудь одной поисковой системой, например Rambler, но чем грамотнее подобраны поисковые службы и составлен запрос на поиск информации, тем качественнее будут результаты поиска. А в бизнесе качество информации играет далеко не последнюю роль.

ЛИТЕРАТУРА

- 1) http://fio.ifmo.ru/archive/03102000/c2u3/public_html/Glava3/Glava3.htm
- 2) <http://www.citforum.ru/>
- 3) <http://www.alsearch.uzhgorod.ua/>
- 4) <http://www.medlinks.ru/poisk.htm>
- 5) <http://media.tochka.ru/search>
- 6) <http://ishubin.h1.ru/index.htm?/search.htm>
- 7) <http://www.startoopage.f2s.com/search/>
- 8) <http://www.surnet.ru:8100/supp/small/search>
- 9) http://home.mark-itt.ru/isearch_at.htm
- 10) <http://www.packpytka.ru/html/promo/poisk/spider.shtml>
- 11) <http://www.packpytka.ru/html/promo/poisk/meta.shtml>
- 12) <http://www.packpytka.ru/html/promo/poisk/poiskoviki.shtml>
- 13) <http://www.surnet.ru:8100/supp/small/search>
- 14) <http://media.tochka.ru/search>
- 15) <http://websearch.report.ru/>
- 16) <http://iskalka.ru/>
- 17) <http://www.laboratory.ru/int/ri8.htm>
- 18) <http://it.ehu.unibel.by:8100/support/lessons/prz9/prz9.files/frame.htm>
- 19) <http://www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/FindInfo.html>
- 20) <http://searchenginewatch.com/>
- 21) <http://www.chem.msu.su>