

Поиск информации в Internet и оформление буклетов о профессиональной подготовке с использованием ИКТ

{ Творческое задание(проект) студенток ФИСГН,
{ 3 курса, Зотовой Юлии и Степановой Марии



{ Аннотация:

▣ Варианты поиска информации в Интернете– одна из самых востребованных на практике задач, которую приходится решать любому пользователю Интернета. В данной работе представлены варианты поиска информации в интернете и советы по подготовке буклетов о профессиональной деятельности.

{ Ключевые слова:

▣ Интернет, поисковая система, гиперссылка, поисковые каталоги, поисковые индексы, буклет



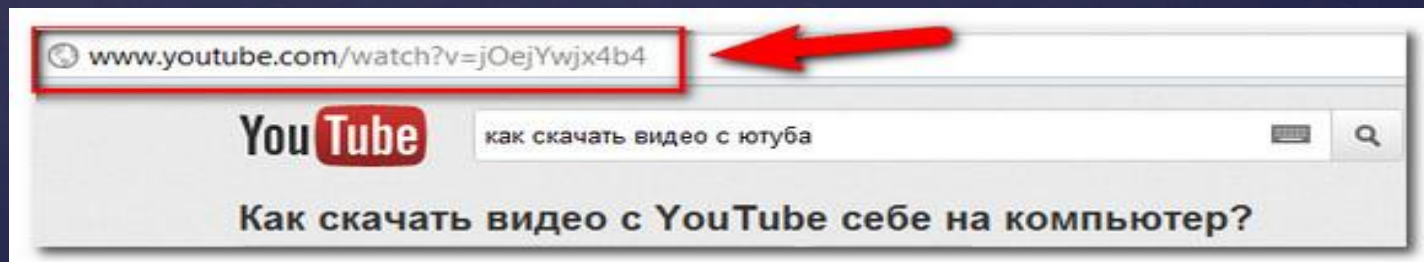
Существуют три основных способа поиска информации в Интернет:

- 1. Указание адреса страницы.
- 2. Передвижение по гиперссылкам.
- 3. Обращение к поисковой системе (поисковому серверу).



Указание адреса страницы

- Это самый быстрый способ поиска, но его можно использовать только в том случае, если точно известен адрес документа или сайта, где расположен документ. Не стоит забывать возможность поиска по открытой в окне браузера web-странице (Правка-Найти на этой странице...).



Передвижение по гиперссылкам

- Это наименее удобный способ, так как с его помощью можно искать документы, только близкие по смыслу текущему документу.



Обращение к поисковой системе

- ▣ Пользуясь гипертекстовыми ссылками, можно бесконечно долго путешествовать в информационном пространстве Сети, переходя от одной web-страницы к другой, но если учесть, что в мире созданы многие миллионы web-страниц, то найти на них нужную информацию таким способом вряд ли удастся. На помощь приходят специальные поисковые системы (их еще называют поисковыми машинами). Адреса поисковых серверов хорошо известны всем, кто работает в Интернете. В настоящее время в русскоязычной части Интернет популярны следующие поисковые серверы: **Яндекс (yandex.ru)**, **Google (google.ru)** и **Rambler (rambler.ru)**.



Поисковая система



□ Поисковая система - веб-сайт, предоставляющий возможность поиска информации в Интернете. Большинство поисковых систем ищут информацию на сайтах Всемирной паутины, но существуют также системы, способные искать файлы на ftp- серверах, товары в интернет-магазинах, а также информацию в группах новостей Usenet. По принципу действия поисковые системы делятся на два типа: *поисковые каталоги и поисковые индексы.*

Поисковые каталоги

□ Поисковые каталоги служат для тематического поиска. Информация на этих серверах структурирована по темам и подтемам. Имея намерение осветить какую-то узкую тему, нетрудно найти список web-страниц, ей посвященных. Каталог ресурсов в Интернете или каталог интернет-ресурсов или просто интернет-каталог структурированный набор ссылок на сайты с кратким их описанием. Каталог в котором ссылки на сайты внутри категорий сортируются по популярности сайтов называется рейтинг (или топ).



Поисковые индексы

- Поисковые индексы работают как алфавитные указатели. Клиент задает слово или группу слов, характеризующих его область поиска, и получает список ссылок на web-страницы, содержащие указанные термины. Первой поисковой системой для Всемирной паутины был «Wandex», уже не существующий индекс, разработанный Мэтью Грэйем из Массачусетского технологического института в 1993.



Как работает поисковой индекс?

- Поисковые индексы автоматически, при помощи специальных программ (веб-пауков), сканируют страницы Интернета и индексируют их, то есть заносят в свою огромную базу данных. *Поисковый робот («веб-паук»)* программа, являющаяся составной частью поисковой системы и предназначенная для обхода страниц Интернета с целью занесения информации о них (ключевые слова) в базу поисковика. По своей сути паук больше всего напоминает обычный браузер. Он сканирует содержимое страницы, забрасывает его на сервер поисковой машины, которой принадлежит и отправляется по ссылкам на следующие страницы. В ответ на запрос, где найти нужную информацию, поисковый сервер возвращает список гиперссылок, ведущих web-страницам, на которых нужная информация имеется или упоминается. Обширность списка может быть любой, в зависимости от содержания запроса.

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



▣ **Яндекс** - российская система поиска в Сети. Сайт компании, Yandex.ru, был открыт 23 сентября 1997 года. Головной офис компании находится в Москве. У компании есть офисы в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Одессе и Киеве. Количество сотрудников превышает 700 человек. Слово «Яндекс» (состоящее из буквы «Я» и части слова index; обыгран тот факт, что русское местоимение «Я» соответствует английскому «I») придумал Илья Сегалович, один из основателей Яндекса, в настоящий момент занимающий должность технического директора компании. *Поиск Яндекса позволяет искать по Рунету документы на русском, украинском, белорусском, румынском, английском, немецком и французском языках с учётом морфологии русского и английского языков и близости слов в предложении.* Отличительная особенность Яндекса возможность точной настройки поискового запроса. Это реализовано за счёт гибкого языка запросов. *По умолчанию Яндекс выводит по 10 ссылок на каждой странице выдачи результатов, в настройках результатов поиска можно увеличить размер страницы до 20, 30 или 50 найденных документов.* Время от времени алгоритмы Яндекса, отвечающие за релевантность выдачи, меняются, что приводит к изменениям в результатах поисковых запросов. В частности, эти изменения направлены против поискового спама, приводящего к нерелевантным результатам по некоторым запросам.

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

- Лидер поисковых машин Интернета, *Google* занимает более 70 % мирового рынка. Сейчас регистрирует ежедневно около 50 млн поисковых запросов и индексирует более 8 млрд веб-страниц. Google может находить информацию на 115 языках. По одной из версий, Google искажённое написание английского слова googol. "Googol (гугол)" – это математический термин, обозначающий единицу со 100 нулями. Этот термин был придуман Милтоном Сироттой, племянником американского математика Эдварда Каснера, и впервые описан в книге Каснера и Джеймса Ньюмена "Математика и воображение" (Mathematics and the Imagination). *Использование этого термина компанией Google отражает задачу организовать огромные объемы информации в Интернете. Интерфейс Google содержит довольно сложный язык запросов, позволяющий ограничить область поиска отдельными доменами, языками, типами файлов и т. д.*



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

- ▣ *Rambler Media Group* интернет-холдинг, включающий в качестве сервисов поисковую систему, рейтинг-классификатор ресурсов российского Интернета, информационный портал. Rambler создан в 1996 году. Поисковая система Рамблер понимает и различает слова русского, английского и украинского языков. По умолчанию поиск ведётся по всем формам слова.



СОВЕТЫ ПО ПРАВИЛЬНОМУ ОФОРМЛЕНИЮ БУКЛЕТОВ

1. ЦВЕТ ФОНА

Именно он влияет на восприятие. Для этой цели подойдут следующие оттенки:

- Белый;
- Нежный бежевый;
- Розовый;
- Серый;
- Бледно желтый;
- Синий.

Старайтесь избегать темных цветов. Они создают дополнительную нагрузку на глаза и усложняют чтение. Исключения составляют случаи, когда фоновые цвета несут добавочную нагрузку. Согласитесь, для рекламы ночного клуба не подойдет белый фоновый цвет.

2. ОФОРМЛЕНИЕ БУКЛЕТОВ. ВЫБОР ШРИФТА

Лучше всего пользоваться стандартными шрифтами: Times New Roman, School или Arial, выделяя ключевые моменты другим цветом, уделяя особое внимание удобству чтения потребителем.

3. ПОДБОР ИЛЛЮСТРАЦИЙ И ФОТОГРАФИЙ

Идеальный вариант – подбор картинки, характеризующей целевую группу. Акцент лучше делать на эмоциональной составляющей, дополняя её смысловой. Как оформить рекламный буклет так, чтобы он вызывал положительные эмоции и закреплялся в памяти? Размещайте на буклетах красивые ландшафты, играющих животных или детей. Если буклет рассчитан на студентов, акцент следует делать на новых технологиях и драйве.

4. ОФОРМЛЕНИЕ БУКЛЕТОВ. КОЛИЧЕСТВО ФАЛЬЦЕВ

Рекламные брошюры могут иметь один или несколько сгибов и складываться различными способами: гармошкой, вовнутрь краями и т.д. Количество фальцев и способ складывания значительно влияют на внешний вид рекламного продукта и на восприятие, поэтому при разработке рекламного макета этому вопросу следует уделить особое внимание.

Рекламный буклет направления подготовки «Организация работы с молодежью»



Подготовлен студентками направления подготовки «Организация работы с молодежью»,
Зотовой Юлией и Марией Степановой через
программу **Microsoft Publisher**

Список источников:

- <http://school497.ru/download/u/01/urok6/les6.html>
- <http://www.seonews.ru/masterclasses/tehnologiya-poiska-informatsii-v-internet-vidyi-poiskovyih-instrumentov-informatsionnyie-poiskovyie-sistemyi-interneta/>
- http://ppsprint.ru/production/buklety/sovety_po_oformleniyu_bukleta/
- <http://www.5byte.ru/9/0036.php>

Спасибо за внимание!!!

