DOI: 10.17117/na.2015.09.119

Поступила (Received): 23.09.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.09.119.pdf>

Гаврилова Р.А.
**Роль поисковых систем в процессе
воспроизводства информационных благ**

Gavrilova R.A.
**The role of search engines in the process
of reproduction of information goods**

В статье рассмотрена роль браузеров и поисковых систем в процессе воспроизводства информации в сети Интернет. Изложены основные функции поисковых систем и принципы их взаимодействия с информационными потоками сети. Раскрыты основные проблемы деятельности компаний, оказывающих услуги по предоставлению доступа к поисковым системам

Ключевые слова: поисковая система, информационное благо, интернет, информационно-сетевая экономика

The article discusses the role of browsers and search engines in the process of reproduction of information on the Internet. The basic functions of search engines and the process of their interacting with the network information flow are expounded. There is description of the main problems of the companies providing services for the provision of access to search engines

Key words: search engine, information goods, internet, information and network economy

Гаврилова Россиния Анатольевна
Кандидат экономических наук, старший преподаватель
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21

Gavrilova Rossiniya Anatolyevna
Candidate of Economic Science, Senior Lecturer
St. Petersburg state university of economics
St. Petersburg, Sadovaya st., 21

Работа подготовлена при финансовой поддержке РГНФ №13-02-00415/13

Современное состояние информационно-сетевой экономики основано на современных достижениях в развитии глобальных информационных и коммуникационных технологий (Интернет-технологии), которые привели к формированию глобальной электронной среды для экономической деятельности. Это предоставило новые возможности для образования новых организационных и институциональных форм в бизнесе и других сферах социально-экономической деятельности человека. Специфика экономического движения, экономический оборот информационного блага, закономерности экономических отношений, складывающихся в процессе его производства, обмена, распределения и потребления и экономические законы, которым подчиняется развитие этих процессов потребовало создания уникальных инструментов. Таковыми инструментами стали браузеры и поисковые системы.

Браузеры – это программное обеспечение, использующееся для запроса, обработки, манипулирования и отображения содержания веб-сайтов. Браузеры используют графический пользовательский интерфейс, который и позволяет миллионам пользователей успешно работать в сети, не имея навыков программирования. В настоящее время существуют много веб-браузеров, но самые популярные из них это Chrome (Хром), FireFox (Файрфокс, Internet Explorer, Opera, Safari. В процессе воспроизводства информационного блага в сети, браузер исполняет роль обычного средства труда, повышая эффективность работы с информационными ресурсами.

Иная роль у поисковых систем. Согласно ГОСТ 7.73-96 информационно-поисковая система – это «совокупность справочно-информационного фонда и технических средств информационного поиска в нем» [1].

Справочно-информационный фонд – это совокупность информационных баз в виде упорядоченных совокупностей данных или сведений о них и связанного с ними справочно-поискового аппарата, т. е. данных об адресах хранения документов с определенными поисковыми образами документа. Поисковый образ – основное смысловое содержание документа на специальном формализованном искусственном языке, предназначенный для информационного поиска. Поисковые программы индексируют (создают поисковые образы) для компаний, оказывающих услуги по предоставлению поисковых систем пользователям. Таким образом, поисковая система включает в себя поискового робота, собирающего информацию с сайтов сети Интернет или из других документов, индексатора, обеспечивающий быстрый поиск по накопленной информации, и графического интерфейса для работы пользователя. На момент сентября 2015 года самой популярной поисковой системой в мире стал Google с долей на рынке около 67.49%. На втором и третьем месте Yahoo и Baidu с долями около 11% [2].

По мере роста объема информации в доступе у человечества, поиск становится все более трудоемким процессом. Согласно статистическим данным в 2015 году число пользователей сети Интернет превысило 3,2 млрд. человек. Большинство из них работает в режиме онлайн, то есть имеет интерактивный доступ и воздействует на информацию, содержащуюся в сети, изменяет ее еже-секундно. Кроме постоянного изменения информации в сети возникают также проблемы, обусловленные многообразием видов информации, различными способами реализации поиска в информационно-поисковых системах, разным уровнем умений пользователей таких систем в области формирования запросов и обработки данных, полученных в результате выполнения этих запросов.

Но облегчение поискового процесса – это не единственная роль поисковых систем в воспроизводственном процессе. Необходимо отметить, что обычные пользователи поисковых систем, то есть потребители услуг, оказываемых данными компаниями, за данные услуги не платят. Между тем, например, Google занимает 39 место в списке крупнейших компаний мира, с прибылью 13,7 млрд. долл. Основную прибыль компании получают за рекламные услуги. Наибольшую эффективность имеет контекстная реклама (рекламные объявления или баннеры, выводимые на экран при соответствии содержанию поис-

кового запроса) благодаря тому, что данный вид рекламы позволяет доносить информацию до целевой аудитории.

К сожалению, нельзя сказать, что механизм распределения и обмена информацией в поисковых системах идеально отлажен. Основными проблемами является недостаточная структурированность информации в сети Интернет, в связи с чем на поисковый запрос могут выдаваться миллионы результатов, при чем с многократным дублированием и выдачей нерелевантной по сути информацией из-за многозначности ключевых слов. Рост объемов вовлекаемой в поиск информации постоянно усугубляет эту проблему.

Но кроме осуществления распределения и обмена информацией поисковые системы участвуют и в ее производстве, например, формировании деловой репутации компании.

Все большее количество интернет-пользователей, прежде чем стать клиентом или партнером компании исследуют информацию о ней в поисковых системах. Здесь имеется два ключевых критерия: характер информации (негативный или положительный) и показатель видимости в поисковых результатах. Причем последний имеет большее значение на формирование репутации компании. Положительный отзыв при выведении информации о компании в числе первых ответов на поисковый запрос может существенно повысить популярность бренда. В то время как даже самые положительные отзывы о компании, но выдаваемые в конце ответа на поисковый запрос могут так не дойти до потребителя. В случае если негативная информация выводится первой при поисковых запросах, деловая репутация компании практически уничтожается, но при этом может пройти незамеченной в конце списка ответов на поисковый запрос.

Закономерно возникает вопрос об объективности ранжирования информации, особенно с учетом того, что в самых популярный поисковых системах используются гибридные системы, совмещающие использование поисковых роботов и проверку ресурсов вручную веб-мастерами. Качество контента в этом случае лучше, чем при использовании только поисковых роботов, но появляются дополнительные возможности для манипулирования информацией. Сдерживающим фактором для компаний, оказывающих услуги по предоставлению поисковых систем, является то, что явная необъективность при выдаче информации снижает эффективность поиска и со временем может оттолкнуть пользователей.

Порядок ответов на поисковые запросы может влиять на экономику, политику, науку, искусство и образование и т.д. – то есть все сферы социально-экономической жизни общества. Собственно, порядок подачи информации, является сам по себе новой информацией. То есть поисковые системы производят весьма актуальный информационный продукт.

Подводя итог, можно отметить, что значение поисковых систем, по мере развития информационно-сетевой экономики будет только расти. Но увеличивающиеся объемы информации потребуют новых технических решений для сохранения эффективности поиска.

Список используемых источников:

1. ГОСТ 7.73-96. Поиск и распространение информации. Принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол № 10 от 4 октября 1996 г.).

URL: <http://www.docload.ru/Basesdoc/6/6316/index.htm>

2. Realtime Web Analytics With no Sampling. Са́йм Market Share Statistics for Internet Technologies.

URL: <http://marketshare.hitslink.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4&qpcustomd=0&qpcustom=свободный>

© 2015, Гаврилова Р.А.

*Роль поисковых систем в процессе
воспроизводства информационных благ*

© 2015, Gavrilova R.A.

*The role of search engines in the process of
reproduction of information goods*