

Мировые информационные ресурсы



Вопросы

1 Общие понятия
информационных
ресурсов

2 Мировой рынок
информационных услуг

3 Типология
информационных
ресурсов Интернет

Информационные ресурсы – в широком смысле – совокупность данных, организованных для эффективного получения достоверной информации.

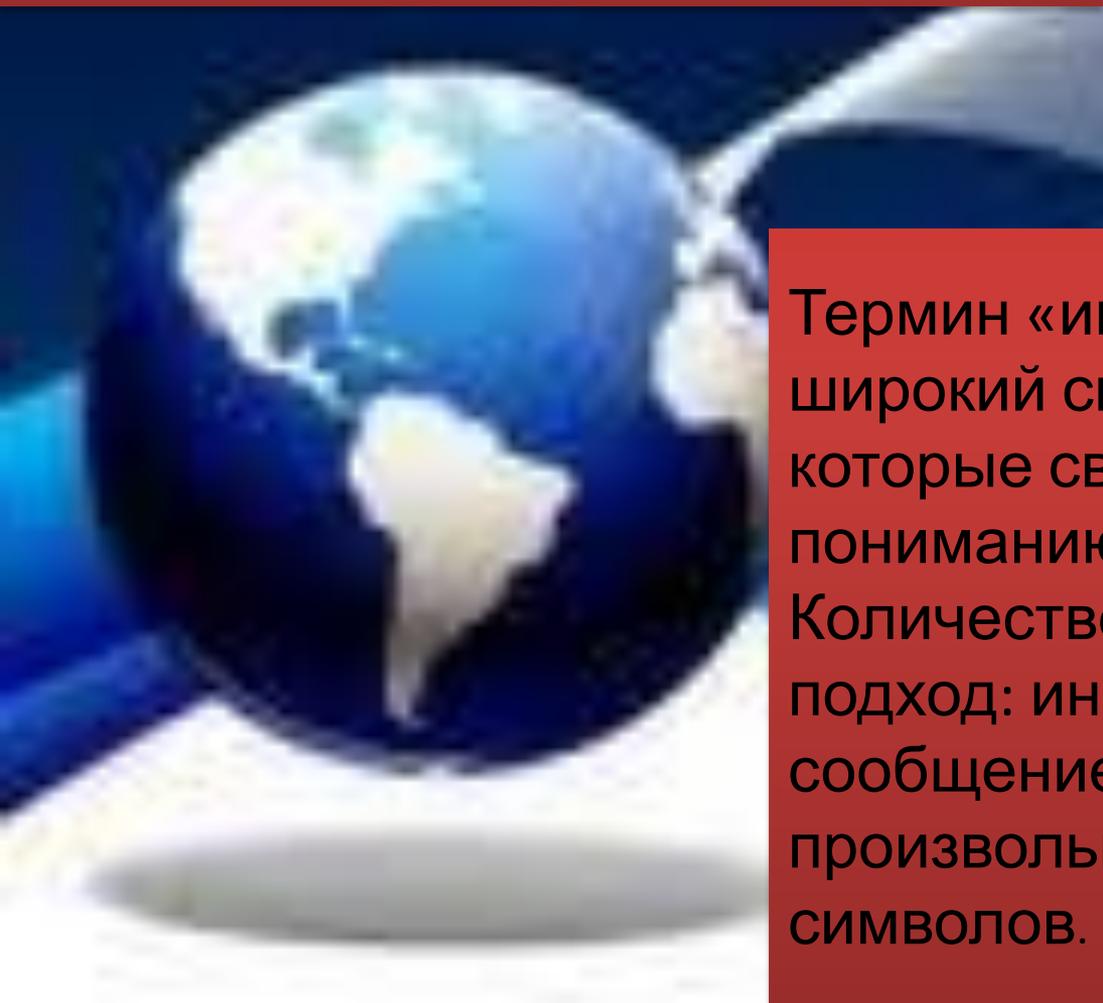


Информационные ресурсы – по законодательству РФ – отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах: библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других видах информационных систем.

Развитие мировых информационных ресурсов позволило:

- превратить деятельность по оказанию информационных услуг в глобальную человеческую деятельность;
- сформировать мировой и государственный рынок информационных услуг;
- образовать всевозможные базы данных ресурсов регионов и государств, к которым возможен сравнительно недорогой доступ;
- повысить обоснованность и оперативность принимаемых решений в фирмах, банках, биржах, промышленности, торговле и др. за счёт своевременного использования необходимой информации.

Информация (от лат. Informatio) – «сведения», «сообщение», «объяснение».



Термин «информация» имеет широкий спектр определений, которые сводятся к 4 подходам к пониманию информации
Количественный (синтаксический) подход: информация – это любое сообщение, любая (в том числе произвольная) последовательность СИМВОЛОВ.



Семантический (смысловой) подход: информация – смысл сообщения, полученный в результате его интерпретации.

Прагматический подход: информация – сообщение, которое имеет ценность, значимость для субъекта. Информация, не обладающая ценностью, называется тривиальной.

Статистический подход: информация – сообщение о состоянии системы, уменьшающее неопределенность знаний о ней.

На основе статистического подхода была введена единица измерения информации – бит (от англ, binary digit) – количество информации, необходимое для полного описания состояния системы с двумя равновероятными

2. МИРОВОЙ РЫНОК ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ.

Область информационной деятельности охватывает секторы деловой, социально-политической, научно-профессиональной, массовой и потребительской информации.

Сектор научно-профессиональной информации охватывает все виды информации в сфере науки, производства и общественных (социальных) отношений.

Сектор массовой и потребительской информации включает сведения массового характера (развлекательная информация, информация о погоде, расписаниях движения транспорта, справочники-путеводители, и пр.), а также справочники, энциклопедии, условия размещения вкладов в различных банках, данные о ценах на товары и услуги, телетекст, видеотекст и др.

Область **электронных сделок** включает системы электронных банковских операций (базирующихся на уже проверенных практикой стандартах и отработанных технических решениях), электронные биржи и системы заказа и резервирования продукции и услуг – например, системы заказа и бронирования авиа- и железнодорожных билетов.

Область **вычислительной техники и электронных коммуникаций** охватывает всевозможные технические средства (начиная от информационно-вычислительных комплексов, рабочих станций и профессионально ориентированных автоматизированных рабочих мест и до различного рода сетевого оборудования – модемов, адаптеров, карт и т.п.), программные и информационные (информационно-поисковые) системы, системы управления базами и банками данных, средства поддержки сетевых режимов работы, а также собственно сети передачи данных и технологии решения в этих сетях различных задач



Основными участниками рынка информационных услуг являются:

- производители информации
- продавцы информации
- пользователи информации.

Рынок информационных
онлайн-услуг
включает в себя

следующие сегменты:

- компьютеризированные системы резервирования и финансовые
- информационные службы
- БД, ориентированные на массового пользователя
- профессиональные БД.



К примеру информацию о всех советских и российских патентах и аннотации большинства опубликованных в печати научных работ содержит французская компания QUESTEL-ORBIT.

The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the Questel.Orbit website. The browser's address bar shows the URL <http://scientific.thomson.com/support/patents/dwpioref/hosts/c>. The website header features the Thomson logo and navigation links for "About Scientific", "Scientific Press Room", and "Contact Scientific". A search bar with a "GO" button and "Advanced Search" link is also present. The main content area is divided into three columns:

- Left Column:** A vertical menu with categories such as "Academic", "Corporate", "Engineering & Technology", "Government", "Intellectual Property", "Non-profit", "Pharma & Biotechnology", "Product and Customer Support", "Training", "Products & Solutions A-Z", "Product Login", "Free Resources", and "Conferences & Events".
- Middle Column:** Contains the heading "QUESTEL-ORBIT" and a paragraph: "Questel.Orbit provides information dedicated to intellectual property, including over 25 patent databases, major scientific and technical (sci-tech) databases, 19 trademark databases, and design research services." Below this is a table titled "Thomson Scientific Databases Available" with two columns: "Database Name" and "File Names".
- Right Column:** Includes "Web Links" (Questel.Orbit web site, QWEB: web browser interface for all Questel.Orbit databases) and "Other Resources" (Patent Number Formats, Sample Records).

At the bottom of the page, there is a footer with a "Disclaimer | Terms of Use | Privacy Policy | Copyright" link on the left and a navigation menu: "Home | Contact Us | About Us | Press Room | Products | Customer Service Support | Free Resources | Site Map | Careers". The browser's status bar at the very bottom shows the word "Готово".

Thomson Scientific Databases Available	File Names
Biotechnology Resource	BIOT
LitAlert	LITA
Patent Status File	PAST
<i>Derwent World Patents Index</i>	WPIL, DWPIX
<i>Derwent World Patents Index Member View</i>	DWPIMV
<i>Derwent World Patents Index FirstView</i>	DWPIFV
<i>Derwent World Patents Index with API Indexing</i>	WPAM, WPAMS

А полные тексты выпусков ИТАР-ТАСС, «Московские новости», «The Moscow Times» представлены в американской LEXIS-NEXIS (Рис. 4). Эти компании и еще несколько других и определяют на сегодняшний день правила игры на международном информационном рынке. Информационное пространство как бы имеет два полюса: один находится в США, другой в Западной Европе.

LexisNexis – Innovative Solutions for Knowledge-Driven Professionals - Mozilla Firefox

Файл Правка Вид Журнал Закладки Инструменты Справка

http://www.lexisnexis.com/

Главная страница Fl... Заголовки последни... Index of /ESET/gb

LEXIS-NEXIS - Google Search LexisNexis – Innovative Solution...

LexisNexis® Products & Services Customer Service Center Company Information Alliance Partners LexisNexis Bookstore Search

Current Subscribers:
Sign on to your service

Not a subscriber?
Get FREE headline news from LexisNexis.

LexisNexis introduces a new Web site for legal professionals

LexisNexis® is a leading provider of information and services solutions, including its flagship Web-based Lexis® and Nexis® research services, to a wide range of professionals in the legal, risk management, corporate, government, law enforcement, accounting and academic markets.

Learn about our **Total Solutions** for:

- Legal
- Academic
- Corporate and Professional
- Risk Management
- Government

Visit LexisNexis Worldwide

Customer & Product Support

- LexisNexis Toolbar
Search LexisNexis from any Web site. Install it today!
- FREE Headline News
The latest U.S. and world news from LexisNexis news sources.
- Contact Customer Support
- Get Training Information
- Download Software & Updates

Look Up a Source
From the *New York Times* to California Case Law, get details on [sources available](#) within LexisNexis research products.

Find a Lawyer
Visit the lawyers.com [attorney](#) directory to find an attorney based on practice area, location, and more.

About LexisNexis

- Community Relations
- Careers
- Privacy Facts

Press Center

- Law Department Costs Jump In Largest U.S. Corporations
- Housing Downturn Clouds Upcoming Holiday Season
- Qualcomm Joins Other Leading Businesses in Selecting Counsel Link™

Tips and Resources for Professionals and Students

http://www.lexisnexis.com/about/

3. ТИПОЛОГИЯ

ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

ИНТЕРНЕТ

«Визитка» – краткий, компактный, лаконичный сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг.

Промоушн-сайт – сайт, являющийся прямой рекламой отдельно взятого товара или события.

Электронный магазин – сайт, предназначенный для продажи товаров, услуг через Интернет. Как правило, содержит каталог продукции, прайс-листы, систему заказов.

Информационный сайт – сайт, который содержит исчерпывающую информацию по некоторой предметной области. Сайты этого типа, как правило, содержат множество статей различных авторов, а также такие услуги, как опросы, голосование, рассылки.

Портал – крупный веб-ресурс, предназначенный для формирования некоего Интернет-сообщества. Портал может объединять множество различных сервисов, предоставлять клиентам возможность покупки товаров, партнерам – обмен информацией.

Корпоративное представительство – автоматизация деятельности компании. Может включать электронный магазин, систему заказов, коммуникационные сервисы, электронный обмен документами, переговоры в режиме онлайн и т.д.

- С точки зрения цели можно выделить следующие типы:

- **Информационные.** К этой группе относятся онлайн-информационные агентства, сетевые издания: газеты, журналы, радио и сетевое телевидение. Ресурсы, которые позиционируют себя как средства массовой информации.
- **Прикладные.** Ресурсы, содержащие полезную информацию, предоставляющие возможности скачивания «софта», онлайн-библиотеки, и т. п. К этой категории относятся поисковики и сайты для работы с электронной почтой, чья функциональность связана исключительно с Интернетом.
- **Непосредственно-коммуникационные.** Ресурсы, в наибольшей степени реализующие функцию общения: сообщества, форумы, доски объявлений, сайты знакомств. В названии мы намеренно добавили слово «непосредственно», так как коммуникация в той или иной степени свойственная всем Интернет-ресурсам.
- **Развлекательные.** Сайты, предлагающие онлайн-игры, содержащие анекдоты, эксплуатирующие интерес к сексу. К этой категории можно отнести огромное количество сетевых радиостанций, транслирующих музыку различных направлений.
- **Коммерческие.** Веб-ресурсы, предлагающие платные услуги. В первую очередь это Интернет-магазины, а также сайты, оказывающие платные услуги.
- **Презентационные.** Ресурсы, осуществляющие функцию представительства в Интернете.

В коммерческом секторе Интернета обычно выделяют такие типы информационных ресурсов:

Корпоративный сайт – основной инструмент корпоративного брендинга.

Информационный отраслевой портал – отраслевой портал может использоваться в качестве отдельного информационного проекта, выпускаемого под эгидой компании.

Спонсорский проект – помимо основной функции, несет функцию поддержки положительных характеристик компании-спонсора.

Brandland – это место отдыха и развлечений, не связанное напрямую с деятельностью компании.

- **Сайт коммерческого взаимодействия** – это торговые площадки, Интернет-магазины, сайты взаимодействия с партнерами и даже Интранет-ресурсы – являются немаловажными инструментами продвижения компании.
- **Публичные** (public) (внешний сайт) – это сайт посетители которого не ограничены явно определенным классом пользователей.
- **Внутрисетевые** (intranet) – это сайт, который принадлежит определенной организации, и в большинстве случаев функционирует в пределах частной сети, а не в Интернет.
- **Экстра-сетевые** (extranet) – это сайт, доступный ограниченной группе пользователей, но этот доступ осуществляется через Интернет.

Таблица 1 – Сравнение сайтов разных типов

	Intranet-сайты	Extranet-сайты	Публичные сайты
Информация о пользователях	полная	неполная	Весьма незначительная
Возможность планирования	Возможно	Обычно возможно	От трудного до невозможного
Пропускная способность	Высокая	Варьируется	Значительно варьируется
Возможность задать технологию	Да	Иногда	Редко

- 1. Что такое «информационные ресурсы»?
- 2. Основные участники рынка информационных услуг являются?
- 3. Сколько существует подходов к пониманию информации?(4)
- 4.Какие секторы охватывает информационная деятельность?
- 5.Какие типы информационных ресурсов вы знаете?