

## О РАЗВИТИИ ПОРТАЛА «РУССКИЙ ФОЛЬКЛОР В СОВРЕМЕННЫХ ЗАПИСЯХ» И ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЕБ-ИНТЕРФЕЙСОВ НА БАЗЕ АНАЛИЗА СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ

**В.В. Захаркина**

*Санкт-Петербургский государственный университет*  
Санкт-Петербург

На всех этапах разработки информационного ресурса, начиная с первичного проектирования, встают вопросы удобства использования, разработки «дружественных» интерфейсов. Это находит отражение в дизайнерских решениях, навигации, структурной верстке, формулировках – всех аспектах, которые, в конечном счете, влияют на эффективность. Развитие ресурса – рост объема контента, усложнение структуры и системы навигации, появление новых мультимедийных элементов – постоянно заставляет корректировать ранее принятые решения. И если на начальных этапах эти решения принимаются на основе общих принципов юзабилити, опыта и здравого смысла, то по достижении хорошей стабильной посещаемости можно обратиться уже к статистике. Дождаться стабильной посещаемости, дабы получить статистически значимые результаты, приходится в большинстве некоммерческих проектов, которые не могут себе позволить лабораторные эксперименты. В этих случаях весьма полезные данные для анализа можно получить с помощью бесплатных веб-инструментов: Google Analytics и «Яндекс метрика». Рассмотрим некоторые проблемы и решения на примере портала «Русский фольклор в современных записях» (<http://folk.ru>).

Несколько слов о портале и его развитии. К настоящему времени портал фактически представляет собой виртуальную научно-исследовательскую и образовательную среду с богатым, зачастую уникальным, контентом. Основной контент представлен в двух крупных разделах: альманах научных статей и медиа-архив оцифрованных и реставрированных экспедиционных материалов. В медиа-архив вошли избранные звуковые и видео материалы из Архангельской, Вологодской и Кировской коллекции, сгруппированные по 10 основным жанрово-тематическим подразделам: «Крестьянская магия», «Календарно-обрядовый фольклор», «Семейно-обрядовый фольклор» («детство», «свадьба», «похороны»), «Сказка», «Несказочная проза», «Баллады и романсы», «Частые, плясовые, хороводные песни», «Частушка», «Вещие сны, приметы, гадания» и «Игры». В 2011 году портал был значительно развит в структурном, содержательном и функциональном плане. Появились новые разделы: «Сказки в записях нового века», «География экспедиций», «Вести с полей». Расширен альманах «Символические практики», более чем на треть увеличился медиа-архив, начата публикация экспедиционных фотоматериалов.

И при первоначальном планировании, и при работе над порталом, мы преследовали три цели: исследовательскую, образовательную и культуртрегерскую. Рассчитывая на широкую целевую аудиторию, мы старались учесть это в представлении материала. Неспециалистов может заинтересовать яркий, почти игровой раздел, посвященный семиотике крестьянского дома. Для ученых-исследователей важна строгая атрибуция звука и видео, текстовые расшифровки, комментарии, фильтрация медиа-архива по информантам, собирателям и году записи материала. Интерес может представлять и группировка данных медиа-архива по месту записи. Было решено представить эту информацию на интерактивной географической карте, что дает новое качество восприятия как любителю, так и специалисту. Реализация выполнена на базе геоинформационной системы «Яндекс. Карты» с использованием инструментария «API Яндекс.карт». Этот великолепный инструмент дает привычную базовую функциональность (расстановка пользовательских меток, масштабирование, плавный сдвиг и т.д.), а также позволяет сгенерировать по запросу к базе данных ссылки на элементы архива, соответствующие выбранному населенному пункту. Исключительно удобно использовать API Яндекс.Карт и при разработке интерфейсов для контент-менеджера, который может заносить в базу данных координаты населенных пунктов, выбрав нужную точку на карте.

К настоящему моменту информационный ресурс приобрел запланированный три года назад формат и содержание, и мы планируем дальнейшее развитие. Стабильно растет посещаемость портала, завязываются новые контакты с российскими и зарубежными специалистами, отмечающими высокую информационную ценность контента. Портал весьма удовлетворительно индексируется основными информационно-поисковыми системами, что, собственно, и является основной причиной его посещения заинтересованной аудиторией. Надо отметить, что не предпринималось никаких специальных мер для «продвижения» сайта, увеличения трафика, повышения индекса цитирования посредством обмена

ссылками и т.д. Но и без этого непосредственное индексирование поисковыми системами дало весьма приемлемый результат, поскольку текстовый контент обширен и содержит типичные поисковые словосочетания. К тому же, при верстке, насколько это возможно, учитывался всем известный, но зачастую не принимаемый в расчет принцип структурирования текста: особое внимание следует уделять формулировкам заголовков всех уровней и гиперссылок, текст именно этих структурных элементов имеет в поисковиках наибольший вес. Таким образом, можно с осторожным оптимизмом ожидать, что по целому ряду характерных поисковых запросов ссылка на наш сайт появится по крайней мере в первых десятках и будет активирована. И действительно, посещаемость вполне удовлетворительна: в среднем около 600 визитов в день, с тенденцией к медленному росту и редкими малопонятными выбросами (так, 22 августа зарегистрировано Google 3203 визита). Основной источник трафика – поисковые системы.

Стабильно высокая посещаемость позволяет предположить, что текущие статистические данные будут репрезентативными и могут служить основой для анализа юзабилити. Около года назад зарегистрировав сайт в Яндекс и Google, для получения статистических данных мы использовали инструменты Яндекс для веб-мастеров и Google analytics. Оба эти сервиса дают прекрасную статистику посещаемости, источники трафика, популярные страницы, популярные поисковые запросы и другие полезные параметры. Сервис же «Яндекс метрика» на тот момент не показался интересным по сравнению с Google analytics. Статистика вполне удовлетворяла, тематический индекс цитирования (ТИЦ) 170 представлялся более чем приемлемым. Однако весной, в связи с анализом одного из текущих проектов, вновь обратились к «Яндекс метрика». Новые возможности оказались воистину впечатляющими.

Даже те параметры, которые отражены и в иных системах статистики, «Яндекс метрика» представляет в очень удобных для анализа интерфейсах. Скажем, в категории «трафик» представлены разные, но коррелирующие аспекты: собственно посещаемость, периодичность визитов, глубина просмотра и время, проведенное на сайте. В категории «содержание» – также необходимые для анализа параметры: популярное, страницы входа и выхода, внешние ссылки. Интересные данные по географии запросов и половозрастной структуре аудитории. Бесценная для разработчика статистика по браузерам: 32% Mozilla, 32% Opera, 18% Google Chrome и целых 14% – справедливо раздражающий программистов MSIE. Не менее существенны для разработчика (особенно дизайнера) данные по разрешению мониторов. Попутно отметим, что статистика по браузерам, мониторам, операционным системам оказалась весьма различной для ряда проектов различной тематической направленности, при анализе которых применялась «Яндекс метрика». Вряд ли на этом основании без дополнительных исследований и накопления статистики можно делать определенные выводы, но факт весьма примечательный.

Наиболее же информативными для нас и непосредственно указывающими на возможности повышения эффективности интерфейсов оказались «три карты»: карта переходов, карта ссылок и карта кликов. Карта переходов, как и следует из ее названия, дает возможность проследить перемещение по страницам тех пользователей, которые задержались на сайте. Карта ссылок демонстрирует относительную популярность навигационных элементов. Карта кликов, к тому же, показывает, какие элементы, не являющиеся ссылками, пытались активизировать. Анализ полученной информации позволил сформулировать суть интерфейсных недочетов и предложить пути их устранения.

Можно предположить, что подобного рода недочеты характерны для многих ресурсов, и принципиальные пути решения проблемы могут быть сходными.

1. Проблема: отсутствие в первой из карт некоторых переходов, которые нам представляются логичными и желаемыми для раскрытия материала, хотя соответствующие ссылки есть в меню. Решение: дублировать ссылки меню хотя бы на ряде страниц, снабдив их привлекающими внимание картинками или пиктограммами.

2. Проблема: карта ссылок показала непопулярность некоторых ссылок меню: их не активизируют, хотя материал явно востребован и на него часто выходят по прямой ссылке из поисковика. Причина: неудачная формулировка. В нашем случае, например, ссылка «Из медиа-архива» оказалась в 15 раз менее популярнее ссылки «Сказки в записях нового века», хотя в архиве те же сказки, к тому же сопровождаемые звуком или видео. Решение: если возможно, переформулировать. В любом случае, наиболее интересные ссылки выделить в общем меню: цветом, фоном, пиктограммами. Возможно, также следует продублировать эти ссылки на стартовой странице, снабдив привлекающим внимание визуалом.

3. Проблема: карта кликов показала попытки активизировать маленькие картинки чисто декоративного назначения. Решение: если уж оставлять эти миниатюры, а по ссылке с них переходить некуда, то пусть при клике красиво откроется полномасштабная фотография. Резюмируя, отметим, что все проблемы связаны с системой навигации. Классические «основные вопросы навигации» без тени иронии формулируют следующим патетическим образом: «где я?», «куда могу пойти?», «как добраться до нужного пункта?». По существу, найденные решения должны дать эффективный ответ на второй из

этих вопросов. Дальнейший анализ имеет смысл провести с привлечением инструментов «Яндекс метрика» и Google analytics, позволяющих формулировать «цели» и отслеживать их достижение.

Следует подчеркнуть, что «Яндекс метрика» предоставляет обширную многоаспектную информацию, которая может быть использована для повышения эффективности ресурса, причем некоторые инструменты качественно превосходят возможности системы Google analytics. В нашем проекте анализ статистики позволил выявить ряд проблем интерфейсного характера и предложить пути их решения, предполагающие совершенствование системы навигации. Улучшение юзабилити и дальнейший анализ мы считаем приоритетным направлением дальнейшей работы, наравне с пополнением существующего контента и развитием функциональности.

Портал «Русский фольклор в современных записях» разработан в рамках проекта, поддержанного грантом РГНФ № 08-04-12152в. Работы над проектом проводятся на базе Кафедры информационных систем в искусстве и гуманитарных науках Факультета искусств и Кабинета фольклора и теории литературы при Кафедре русской литературы Филологического факультета Санкт-Петербургского государственного университета.

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА «АРХИВ РУССКОГО ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА»**

*Т.М. Кармов, С.Б. Киселев, И.А. Мбого*

*Санкт-Петербургский государственный университет  
Санкт-Петербург*

Русское географическое общество (РГО) является одним из старейших научных учреждений такого типа в мире (создано в 1845 г.). В результате многолетней исследовательской, научно-экспедиционной деятельности действительные члены РГО, и многочисленные добровольные корреспонденты общества создали уникальный информационный массив разнообразных сведений (как правило, имеющих статус первоисточника) о природе, географии, статистике России и сопредельных стран, хозяйстве, культуре и социальном строе народов Евразии и других регионов мира.

Большая часть такой информации в настоящее время содержится в фондах Архива РГО [1], где хранятся личные коллекции, документы, материалы экспедиций виднейших ученых России 2-ой половины XIX – начала XX века. Однако возможность работы с материалами архива в силу объективных причин в настоящее время ограничена. В итоге научное сообщество оказалось практически лишенным доступа к такому уникальному источнику сведений.

Часть таких материалов нашла отражение в сложной, разветвленной системе периодических и серийных изданий различных дисциплинарных и региональных подразделений РГО. Только за первые 50 лет деятельности издания РГО, включая всего отделы, составили в совокупности 460 томов, в которых заключалось около 12000 печатных листов. В совокупности коллекция всех периодических изданий РГО представляет собой своего рода гипер-энциклопедию по природе и населению России, сопредельных стран и различных регионов мира [2; 3; 4].

Созданный в рамках РГО информационный массив активно востребован современным научным и образовательным сообществом. Многочисленные сведения, собранные Обществом, результаты работ его сотрудников используются в научных исследованиях и преподавательской деятельности. При этом, однако, существуют очень серьезные проблемы в доступности периодических и серийных изданий РГО и в навигации в этом обширном информационном массиве.

Фактически можно говорить о том, что реализация данного проекта позволит вновь ввести в научный оборот огромный блок информации, который в настоящее время по разным причинам во многом недоступен для использования учеными. Также создание информационной системы позволит самому Географическому обществу систематизировать и упорядочить материалы, которые в настоящее время находятся зачастую в разрозненном состоянии.

В рамках проекта по созданию единой информационной системы материалов РГО планируется создание и апробация такой базы данных, которая обеспечила бы доступ ученых к опубликованным и архивным материалам общества, а также облегчила бы их ориентацию в огромном массиве данных, содержащихся в этих материалах. В ходе работы над проектом создается программная оболочка и проводится апробация ее на отдельных блоках материалов РГО, после чего информационная система будет передана РГО для дальнейшего насыщения ее конкретным материалом.

Авторский коллектив проекта, представленный учеными Исторического факультета Санкт-Петербургского государственного университета и программистами Лаборатории электронных