

ГЕОПОРТАЛЫ РОССИИ. КЛАССИФИКАЦИЯ. ЧАСТЬ 1.



Андрей Пирогов,
руководитель группы маркетинга, АО «Ракурс».

Согласно данным проекта eLIBRARY.RU – крупнейшей в России электронной библиотеки научных трудов, – слово «геопортал» присутствует в 1055 статьях, более 300 публикаций непосредственно раскрывают тему геопорталов. Такое количество работ вполне чётко характеризует геопорталы как востребованные геоинформационные решения в различных сферах деятельности.

Стоит особо отметить, что большое количество публикаций освещает прикладные аспекты использования геопорталов, а не строится на теоретических размышлениях.

Наиболее полный каталог российских геопорталов собран общественным проектом GISGeo.org. На данный момент перечень состоит из почти 200 ресурсов, которые условно делятся на интерактивные карты, гео- или ГИС-порталы и географические схемы. Разработчики и заказчики таких цифровых ресурсов не всегда имеют чёткое представление о том, что такое гео- или

ГИС-портал, чем отличается интерактивная карта от географической схемы. Поэтому зачастую название «Геопортал такой-то области» может не отражать суть ресурса, а предлагает всего лишь встроенную карту с несколькими десятками точечных объектов.

Многими авторами делаются попытки классификации геопорталов по различным принципам. Категоризация является необходимой для создания «идеального» геопортала, который можно будет считать эталонным. В первой заметке о российских геопорталах мы представим классификацию проектов по усло-

Зачастую название «Геопортал такой-то области» может не отражать суть ресурса, а предлагает всего лишь встроенную карту с несколькими десятками точечных объектов.

виям доступа, возможности найти ресурс в сети Интернет, функциональности и территориальному охвату. В последующих публикациях будет представлен обзор используемых платформ, инструментов, тематического содержания.

Исследование геопорталов начинается с вопроса доступности таких ресурсов в Сети. По условиям доступа все ресурсы можно разделить на две категории: публичные и корпоративные. Публичные ресурсы предоставляют доступ к информации широкому кругу лиц, но могут иметь закрытую часть, доступную

только специалистам заказчика или авторизованным пользователям. Корпоративные ресурсы не предполагают доступ к информации для пользователей Сети, хотя это и не означает, что информация носит секретный характер. К публичным ресурсам предъявляются определённые требования, которые позволяют их считать источниками информации, заслуживающими доверия. К сожалению, многие российские геопорталы не соответствуют таким базовым требованиям, как наличие условий использования информации, и правовому статусу данных.

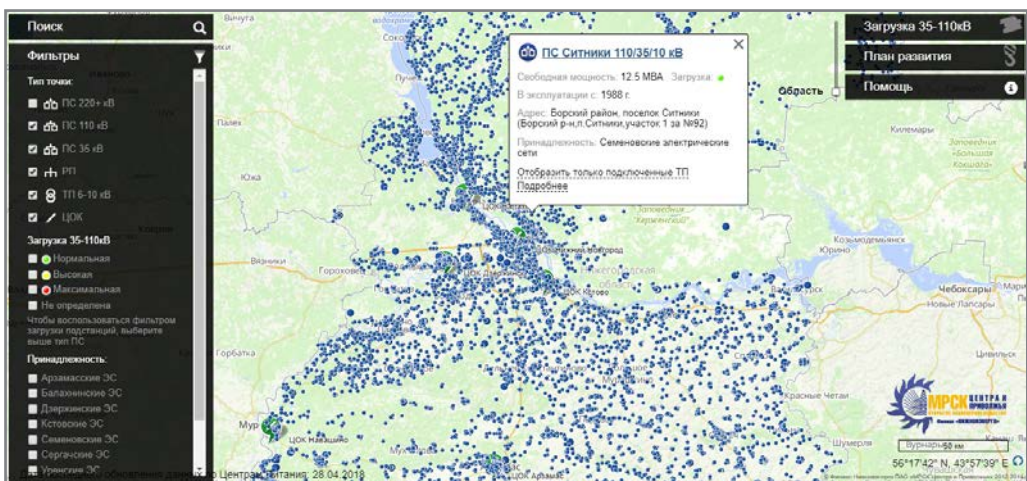


Рис. 1. Интерфейс геопортала «Интерактивная карта загрузки энергокомплекса филиала «Нижновэнерго» ОАО «МРСК Центра и Приволжья»».

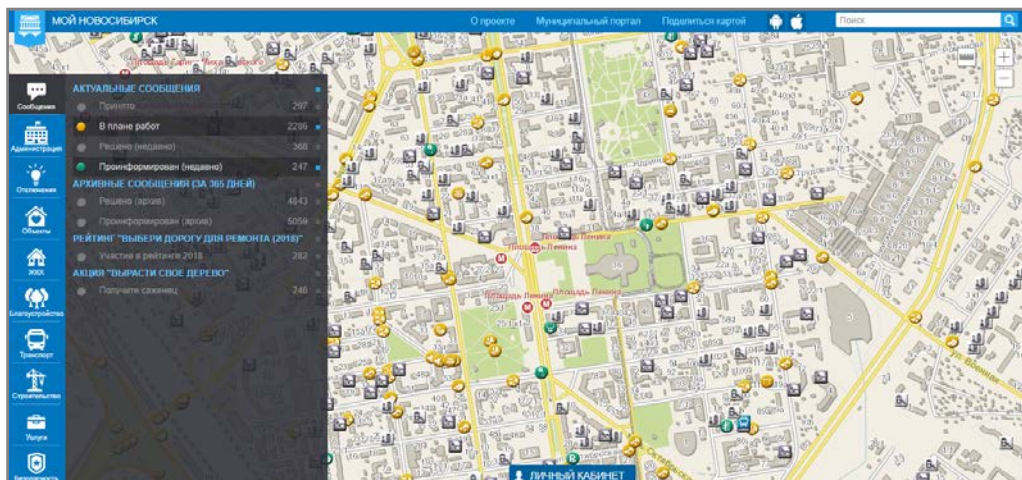


Рис. 2. Интерфейс геопортала Новосибирска.

Немаловажным для публичных геопорталов является вопрос возможности найти ресурс в Сети, либо поисковым запросом, либо перейдя на него по прямой ссылке. Большое количество российских геопорталов не представляет собой полно-

ценные сайты, которые бы индексировались поисковыми системами и выводились в результатах поиска. Эти ресурсы невидимы Сети, что негативно влияет на их посещаемость. Кроме того, автор неоднократно сталкивался с ситуацией, когда гео-



Информационная или сервисная категория геопорталов определяется целью и задачами проекта, заинтересованностью заказчика, опытом исполнителя, бюджетом. Если заказчик заинтересован в развитии ресурса, то наблюдается естественный переход от информационной составляющей к сервисной.

портал менял свой адрес или был закрыт без объяснения причин.

По нашему мнению, все ресурсы, предоставляющие доступ к пространственной информации, можно глобально разделить по функциональности на два класса: информационные и сервисные. Первые – предоставляют визуальный доступ к информации, реализуя функцию «посмотреть», вторые – дают инструменты доступа к данным и/или сервисам, реализуя возможность «использовать». Наглядным приме-

ром первой категории выступают многочисленные инвестиционные геопорталы регионов России, визуально привлекательные, но слабо функциональные. Ко второй категории можно отнести такие сервисы как Бизнес-навигатор МСП, ГИС СОБР Недр, некоторые геопорталы регионов, обладающих приличным функционалом, сопоставимым с настольными ГИС-приложениями, например геопортал Омской области.

Информационная или сервисная категория геопорталов определя-

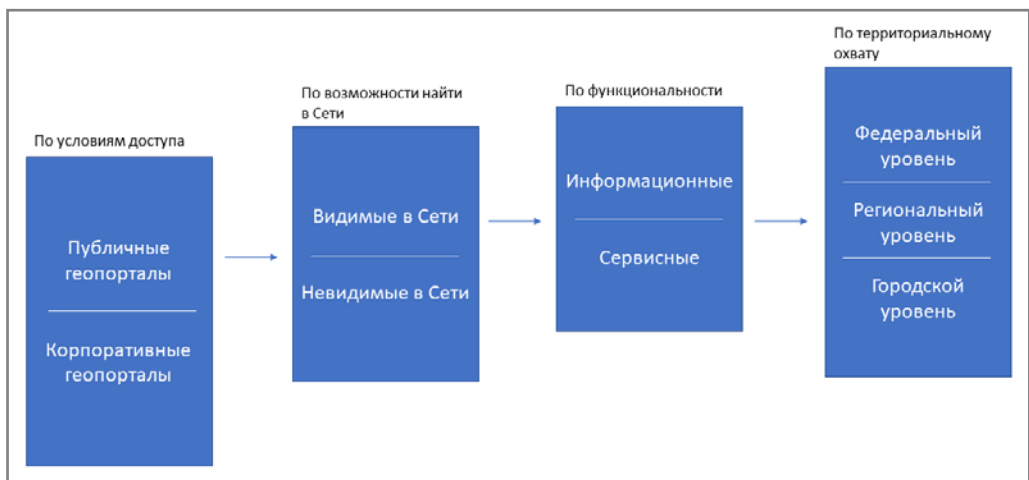


Схема классификации порталов по признакам доступности, функциональности и территориального охвата.

Большое количество российских геопорталов не представляет собой полноценные сайты, которые бы индексировались поисковыми системами и выводились в результатах поиска. Эти ресурсы невидимы Сети, что негативно влияет на их посещаемость.

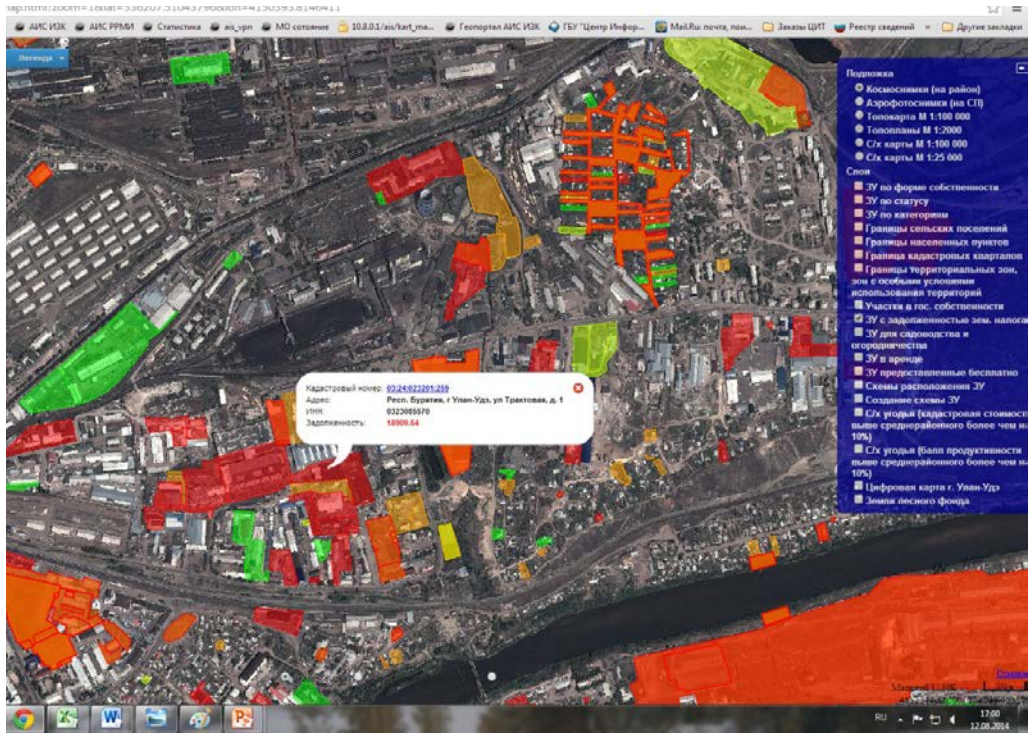
ется целью и задачами проекта, заинтересованностью заказчика, опытом исполнителя, бюджетом. Если заказчик заинтересован в развитии ресурса, то наблюдается естественный переход от информационной составляющей к сервисной. Простая карта с нанесёнными объектами обводится инструментами выгрузки



данных в разных форматах, возможностью поиска информации, возникают инструменты обратной связи, коммуникации, становится понятна правовая информация использования данных.

Вне зависимости от функциональной категории, по территориальному охвату можно выделить проекты федерального уровня, такие как Федеральная ГИС Территориального Планирования, Атлас земель сельскохозяйственного назначения, Карта кластеров России и другие. По нашим подсчётам, таких проектов более 20. Как правило, реализуются они министерствами и ведомствами, государственными корпорациями. Существует десяток федеральных проектов, реализованных инфраструктурными компаниями, вузами, общественными организациями, например: Геопортал МИИГАиК, Проект «Космоснимки-пожары».

Геопорталы регионального уровня реализованы местными органами власти в рамках исполнения трёх концепций: Инфраструктуры пространственных данных (ГИС и геопорталы в 38 регионах), повышения инвестиционной привлекательности регионов (80 инвестиционных карт и геопорталов), доступа к открытым данным (18 гео-



порталов). Только в единичных случаях все три концепции реализованы в пределах одного геопортала региона, например у Новосибирской области или Ненецкого АО.

Существует два десятка региональных геопорталов, реализованных инфраструктурными компаниями, вузами, региональными министерствами. Среди них можно отметить проект «Интерактивная карта загрузки энергокомплекса филиала «Нижновэнерго» ОАО «МРСК Центра и Приволжья», ГИС Министерства здравоохранения Смоленской области, Интерактивную

карту объектов культурного наследия Подмосковья.

Городской уровень геопорталов представлен несколькими десятками проектов. Городские геопорталы могут быть направлены на раскрытие информации о территориальном планировании (например, Градостроительный Атлас города Томска, Интерактивная карта Красноярска) или предоставлять максимально полную информацию о городе и инструменты коммуникации с властью, как, например, проект «Мой Новосибирск». **БВГ**