



Еще один эксперимент, который был проведен сотрудниками компании «Google», направленный на действия с интерфейсом выдачи главного поиска, был окончен.

Это было подтверждено сообщением, которое появилось в блоге «Google Operating System».

Эксперимент заключался в незначительном изменении, которое было отмечено в англоязычной выдаче, теперь в сниппетах взамен релевантной URL страницы ресурса появилось название сайта.

В главном поиске вы можете найти все, в том числе и интернет-магазины, которые продают всевозможные товары. [Продажа метизов опом по доступным ценам](#), например, осуществляется на соответствующем ресурсе.

Нельзя не отметить, что аналогичный эксперимент уже проводился ранее, в 2011 году, но он не нашел поддержки со стороны специалистов сферы, а также со стороны обычных пользователей. В мае текущего года компания-гигант тестировала вариант оформления интерфейса, в нем сниппеты не содержали привычные зеленые ссылки, которые направляли пользователя сразу на нужную страницу сайта.

Что же заставило инженеров компании вновь вернуться к идее замены URL на названия сайтов? На данный вопрос сегодня есть один, но весьма вразумительный ответ, который говорит о том, что для большинства пользователей адреса видятся чрезвычайно сложными для чтения. Но отсутствие адреса невозможно считать оправданным даже по причине не в достаточной степени четкой идентификации сайтов. Например, если ограничиться в сниппетах именем «Нью-Йорк Таймс», станет невозможно понять, ведет ли ссылка на основную страницу сайта или на страницу блога NYTimes.