

Бібліотека є важливою складовою ВНЗ, яка допомагає йому входити до світового інформаційно-освітнього простору, сприяє впроваджувати кредитно-модульну систему навчання, підвищувати якість освіти, оволодівати інформацією щодо світового ринку праці. Таким чином, рівень і якість навчання у ВНЗ певною мірою визначається станом інформаційного забезпечення освіти на основі якісно укомплектованих бібліотечних фондів.

**УДК 025.4.036**

**Малишевский Илья Владимирович,**

библиотекарь II кат. НБ ХГУПТ

*конт. тел.:* 349-45-35

*e-mail:* biblio-hduht@mail.ru

## **БЛОГИ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ БИБЛИОТЕЧНОГО САЙТА**

Чтобы понять, как блог может помочь в популяризации сайта, обратимся к истории Интернета. В первой половине 1990-х годов поисковые сайты придавали большое значение тексту на странице, ключевым словам в мета-тегах, заголовкам и прочим внутренним факторам, которыми владельцы сайтов могли легко манипулировать. Это привело к тому, что в выдаче многих поисковых сайтов первые несколько страниц заняли мусорные ссылки, что резко снизило качество работы поисковиков и привело некоторых из них к упадку.

После внедрения технологии ссылочного ранжирования ссылки стороннего сайта стали важнее, чем ключевые слова на сайте. Вот здесь появляется возможность использовать блог библиотеки для популяризации сайта, при этом получив массу дополнительных возможностей, таких как публикация большого объёма данных, фото или видео, живое общение с посетителями блога и сайта, использование готовых форм для опросов.

Для поисковой оптимизации главное, чтобы сервис блогов был популярен среди пользователей Интернет, дабы привлечь как можно большее число посетителей в блог и впоследствии на сайт библиотеки, в том числе из других городов. Это необходимо потому, что поисковые машины также отслеживают количество переходов по ссылке и разнообразие IP-адресов пользователей – персонального сетевого адреса уникального у каждой машины. При этом учитывается также географическое расположение IP-адресов. Поисковые сайты также используют это если, например, на базе какого-либо вуза и его библиотеки организовать студентов, чтобы они заходили на сайт с домашних компьютеров, то поисковые программы будут рассматривать сайт как популярный в каком-либо отдельном регионе, а при общих тематических запросах он по-прежнему может оставаться на «задворках».

Анализ популярных сервисов показал, что наиболее популярным из них на данный момент является сервис mail.ru. Анализ проведён по 100 наиболее

посещаемым блогам при помощи «Рейтинга блогов рунета», находящемся на [blogs.yandex.ru/top/](http://blogs.yandex.ru/top/) по состоянию на 31 мая 2011 года.

Первые семь участников были зарегистрированы на [blogs.mail.ru](http://blogs.mail.ru). Восьмое место – [diary.ru](http://diary.ru), девятое место – [twitter.com](http://twitter.com) и десятое – снова [blogs.mail.ru](http://blogs.mail.ru). Общая статистика популярности блогосервисов в первой сотне выглядит следующим образом:

Сервис	Кол-во блогов
<a href="http://blogs.mail.ru">blogs.mail.ru</a>	49
<a href="http://twitter.com">twitter.com</a>	33
<a href="http://livejournal.com">livejournal.com</a>	5
<a href="http://diary.ru">diary.ru</a>	1
<a href="http://clubs.ya.ru">clubs.ya.ru</a>	2
свои домены	5

Необходимо отметить: дневники [blogs.yandex.ru](http://blogs.yandex.ru) в первой сотне представлены не были, что свидетельствует о непредвзятости данной статистики.

Рассмотрим, как сложилась библиотечная традиция создания блогов. На сайте Библионет ([www.library.ru](http://www.library.ru)) опубликованы списки библиотечных сайтов, а также библиотечных блогов. На основе анализа ссылок списка блогов (150 ссылок) выведена статистика популярности блогосервисов среди библиотек СНГ:

Сервис	Общее кол-во	Украинские
<a href="http://blogspot.com">blogspot.com</a>	78	8
<a href="http://livejournal.com">livejournal.com</a>	35	0
свои домены	25	2
<a href="http://blogs.mail.ru">blogs.mail.ru</a>	7	0
<a href="http://wordpress.com">wordpress.com</a>	5	4

Статистика показывает, что третье место в создании библиотечных блогов занимает создание блога на базе своего сайта. В этом случае поисковые системы будут рассматривать блог как часть сайта библиотеки. Также отсутствует функциональность и взаимосвязь с другими сервисами – никаких комментариев, никаких опросов, никакого общения. Как максимум – это прикрепленное видео или фото с внешнего сервиса, на котором уже можно оставить комментарий.

Если сравнивать библиотечные блоги на своих доменах с личными блогами, расположенными на своих доменах (т. н. stand alone блоги), то их происхождение в корне отличается. Stand alone блоги обычных блоггеров возникают не сами по себе, в большинстве случаев – это блоггеры, завоевавшие определённую аудиторию в том же [livejournal.com](http://livejournal.com) или другом блогосервисе (как правило, несколько тысяч регулярных подписчиков), а потом решившие переехать на собственный домен из-за ограничений присутствующих в любом

блогохостинге, и то некоторые из них продолжают параллельно вести блог и на своём хостинге и на блогосервисе.

Создание доменных блогов библиотек в большинстве случаев происходит следующим образом: задачу создания блога поручают специалистам, отвечающим за разработку сайта, и они создают блог как часть сайта. Специалисты не видят необходимости регистрировать блог на каком-то стороннем ресурсе, поскольку в их обязанности входит создание дизайна и добавление информации, а применение алгоритмов поисковой оптимизации, как правило, не входит в их круг обязанностей. Кроме того, не рационально нагружать веб-мастера созданием уже существующего дизайна, в то время как весь необходимый интерфейс для блога уже создан, обкатан и отредактирован, необходимо только зайти и зарегистрироваться.

Самой популярной платформой для создания библиотечных блогов на базе сторонних блогхостингов стал [blogspot.com](http://blogspot.com), который в русском и украинском сегментах Интернета неизвестен, что видно из статистики Яндекса. На первый взгляд, у этого сервиса есть ряд преимуществ, но если рассмотреть их по порядку, то окажется, что их нет вовсе.

Например, отсутствие рекламы является преимуществом перед [blogs.mail.ru](http://blogs.mail.ru) или [blogs.yandex.ru](http://blogs.yandex.ru), где рекламы много, а на тех же [livejournal.com](http://livejournal.com) и [liveinternet.ru](http://liveinternet.ru) её минимум. Но является ли отсутствие рекламы преимуществом? Необходимо принимать во внимание простую закономерность: реклама – это финансирование сервиса, и впоследствии хорошо оплачиваемая грамотная команда техподдержки сайта.

В отличие от других сервисов в [blogspot.com](http://blogspot.com) есть широкие возможности редактирования дизайна блога с использованием HTML, CSS и XML. Но настройки остальных блогхостингов тоже имеют возможности редактирования дизайна, это, конечно, более узкие возможности, но если задуматься – зачем библиотечному блогу такие возможности, как публикация в блоге сообщений с внешнего ftp-сервера или возможность программного написания своих гаджетов? Некоторые библиотеки создают свой блог исключительно для общения с другими библиотеками на уровне обмена опытом. При этом сервис [blogspot.com](http://blogspot.com) выбирают именно из-за того, что там практически нет людей. Искусственно ограничивая аудиторию блога, его создатели фактически убивают возможность поднятия рейтинга сайта библиотеки, поскольку поисковые системы отслеживают не только количество переходов по ссылке, но и разнообразие IP-адресов.

С другой стороны, хорошо, что отсутствуют библиотечные блоги на сервисе [twitter.com](http://twitter.com). Несмотря на то что он занимает второе место по популярности среди обычных блоггеров, по определению – это не блоги, а система отправки коротких сообщений как через веб-интерфейс, так и через SMS, которые потом становятся общедоступными. Данный сайт не подходит для публикации официальных блогов.

Таким образом, при необходимости создания собственного блога следует учитывать следующие параметры при выборе блогосервиса:

1. Популярность сервиса;

2. Веб-интерфейс сервиса;
3. Уровень интеграции с другими сервисами и сайтами;
4. Контингент людей, использующих сервис.

Причём, на наш взгляд, приоритеты этих требований должны определяться именно в такой последовательности.

**Фактор 1:** популярность сервиса. Имеется ввиду не только потенциальное отсутствие аудитории и последующий ущерб для поисковой оптимизации (о чём говорилось выше), но и то, что интерфейс сайта непривычен пользователям, проводящим много времени на популярных сервисах, а это уже информационный барьер.

Если библиотека создаёт блог на неизвестном обывателям сервисе с целью общения только по профессиональным вопросам, это не обязательно означает, что на сервисе будет много коллег или что представленная библиотекой информация не заинтересует тех же обывателей.

**Фактор 2:** веб-интерфейс сервиса. Такие услуги, как публикация фото, видео и возможность проведения опросов, уже стали стандартом практически для всех блогосервисов. Основным критерием при выборе интерфейса, следует считать качественную реализацию возможности общения, основой которой является наличие иерархической системы комментирования, так называемый режим чата – это когда комментарий можно оставлять не только под самой записью блога, но и отвечать на комментарии других пользователей. При этом комментарии выстраиваются друг за другом с небольшим сдвигом вправо, а пользователю, под комментарием которого поместили ответ, высылается сообщение о том, что на его комментарий ответили. Таким образом, посетители могут обсуждать любую запись неограниченное количество времени, после того как она была создана. Кроме того, данная система отлично структурирует информацию, т. к. сразу видно, кто кому на что ответил .

На многих форумах и блогосервисах подобную систему до сих пор не ввели, что превращает общение в сплошной поток информации, причём при увеличении количества людей, сложность восприятия информации возрастает в геометрической прогрессии.

Режим чата реализован в [blogs.mail.ru](http://blogs.mail.ru), [livejournal.com](http://livejournal.com) и [LiveInternet.ru](http://LiveInternet.ru), при этом в [Diary.ru](http://Diary.ru) и [blogspot.com](http://blogspot.com) эта система не реализована, что является одним из факторов оттока посетителей с этих сайтов.

**Фактор 3:** интеграция с другими сервисами. Она для библиотечного блога важна по двум причинам: удобство наполнения и пиар блога.

Лидером в этом параметре, на наш взгляд, является [blogs.mail.ru](http://blogs.mail.ru). Во-первых, из-за регистрации: пользователь создаёт почтовый ящик и аккаунт в «Моём мире», а уже под этим аккаунтом получает авторизованный доступ к остальным сервисам. Во-вторых, сайт является лидером по количеству прикрепленных сервисов. К стандартным «Видео», «Фото», «Музыке» и «Тематическим сообществам» прибавляется «Открытки», «Софт», «Рассылки», «Ответы», а также новостные сервисы: «Общие новости», «Авто», «Леди», «Здоровье», «Дети», «Hi-Tech», а также недавно открывшийся файлообменник для временной публикации файлов большого размера.

Все сервисы, которые предоставляет mail.ru, создавались самой компанией mail.ru с учётом остальных сервисов. Кроме того, mail.ru решили сделать главную ставку именно на блог: над каждым комментарием в любом сервисе, каждой записью в сообществе, над каждым опубликованным видео, фото или музыкой в соответствующих сервисах отображается имя пользователя в виде ссылки. Если у пользователя нет блога, то переход по этой ссылке приведёт на страницу с персональными данными, если блог есть – переход произойдёт на главную страницу блога.

Рассмотрим наиболее популярный среди библиотек сервис blogspot.com. Ранее он был совершенно отдельным сайтом, а затем был куплен Google и начал дорабатываться под другие сервисы Google, которые, в свою очередь, также были отдельными сайтами и тоже были куплены. Это накладывает определённые субъективные ограничения на интеграцию сервисов, поскольку для достижения высокого уровня интеграции придётся переделывать основную структуру сервисов, а это не обрадует уже существующих пользователей и приведёт к их уходу с сайта.

Живой журнал (livejournal.com) был одним из первых блог-платформ в сети. Прочие блогосервисы появились много позже, и до определённого времени вся блогосфера СНГ находилась именно там. Интеграции в плане дополнительных сервисов нет практически никакой. Кроме того, при довольно широких возможностях редактирования внешнего вида блога простых инструментов для этого нет. Положительными качествами данного сервиса является налаженная система информационного взаимодействия между блогами. Широкие возможности для поиска уже существующих блогов, а также сообщества позволяют блоггерам искать информацию по интересам, делать перепубликацию чужих сообщений одним нажатием кнопки и прочее. Комментарии добавляются в режиме чата.

Говорить о том, что данный сервис устарел, нельзя, наоборот, он считается классическим среди блоггеров. Некоторые блоггеры сначала создают свой блог в каком-нибудь простеньком сервисе вроде mail.ru или ya.ru, а потом, когда начинают разбираться в принципах функционирования блога более углублённо, «переезжают» на платформу живого журнала.

**Фактор 4:** контингент людей, использующих сервис, был вынесен на последнее место не зря. Во-первых, большинство блоггеров-одиночек при выборе площадки в первую очередь смотрят на интерфейс, а именно на то, как ему (автору блога) будет удобно этим интерфейсом пользоваться. Довольно тяжело вести блог, если формы приходится заполнять при помощи заумных инструментов. Во-вторых, несмотря на то, что внешне любой блогосервис кажется информационной свалкой, на всех сервисах существуют ключевые слова, по которым можно найти запись блога, где-то к ним прибавляются рубрики, где-то тематику блога нужно указывать при регистрации, те же сообщества помогают объединяться блоггерам со схожими интересами. Поэтому обилие неинтересных людей с бытовыми блогами и наполнением типа «как я сегодня сходил в магазин за колбасой» совершенно не мешают интеллектуальному общению в соответствующих сообществах и блогах.