

Наталія ВІТУШКО,

заввідділу СІАЗ НБУВ

РОЗШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПРИСУТНОСТІ БІБЛІОТЕК В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ ЗА ДОПОМОГОЮ ВЗАЄМНОГО ОБМІНУ ГІПЕРПОСИЛАННЯМИ

У статті розглядаються шляхи розширення інформаційної присутності бібліотечних установ в інтернет-середовищі, аналізуються можливості такого інструменту інтернет-маркетингу, як гіперпосилання.

Ключові слова: бібліотека, веб-сайт, гіперпосилання, інформаційна присутність, інтернет-середовище, індекс цитування.

Використання інформації як невичерпного ресурсу розвитку разом із сучасними досягненнями в галузі інформаційних та телекомунікаційних технологій поклало початок формуванню глобального інформаційного суспільства, яке надає людству нові необмежені можливості, насамперед у галузі інтелектуалізації суспільного виробництва.

Розвиток інформаційного суспільства неможливий без участі бібліотек – традиційних центрів зберігання, створення та використання інформаційних ресурсів, зосередження методів пошуку та структуризації знань [1].

Просування їх ресурсів в інформаційному середовищі є важливим завданням державної інформаційної політики. Цього вимагають сьогоднішні реалії, пов'язані з необхідністю введення в суспільний обіг потрібного для подальшого розвитку знання, виконання вимог Закону України «Про інформацію» [ст. 9. «Право на інформацію» (Розділ I.)] [2].

Одним із засобів вирішення порушеної проблеми є Інтернет. За даними компанії InMind, з 2006 по 2008 рр. кількість українських користувачів Інтернету зросла на 83 %, а наприкінці квітня 2010 р. в українському сегменті Інтернету нараховувалося близько 12,5 млн активних користувачів на місяць. У світі частка щорічного збільшення кількості користувачів становить у середньому 20 % [4]. Орієнтуючись на ці дані, можна зробити висновок, що налагодження оптимальної присутності бібліотек у мережі дасть змогу розширити коло користувачів їх ресурсами в географічному плані й за рахунок різних соціальних верств населення.

Однією з головних переваг Інтернету як рекламного майданчика для просування інформаційних ресурсів бібліотечних установ на ін-

формаційному ринку є можливість фокусування реклами на конкретну цільову аудиторію.

Кілька років тому сайти українських бібліотек в основному відігравали роль візиток, забезпечуючи доступ користувачам лише до інформації, що презентує бібліотечну установу (керівництво, контакти, режим роботи, обсяги фонду). Сьогодні ситуація змінилася. Поступово веб-сайт став для багатьох бібліотек не просто потужним маркетинговим інструментом, але й дав змогу спростити користувачам доступ до своїх фондів, збільшити їх коло, незважаючи на географічні прив'язки, розширити кількість інформаційних послуг, встановити постійний дистантний контакт з читачами, проводити дослідження актуальності бібліотечної послуги та бібліотечного інформаційно-аналітичного продукту на інформаційному ринку.

Для більш ефективного використання вказаних можливостей бібліотечного веб-ресурсу його треба зробити популярним для користувачів мережі. Разом з тим кількість сайтів в Інтернеті зростає в геометричній прогресії. На тлі цих процесів його відвідувачам дедалі важче стає знайти необхідний електронний ресурс, а ресурсу – свою цільову аудиторію.

Одним із засобів підвищення популярності сайту, на думку мережових фахівців (Я. Нільсен), є його гармонійний веб-дизайн із використанням основних положень юзабіліті ⁴, від якого залежить 50 % успіху інтернет-ресурсу. Інші (Д. Вестергрєн) віддають перевагу створенню якісного контенту ⁵, регулярне оновлення якого є стабільним процесом. Такий контент примушує інші сайти посилатися на нього з метою підвищення власного рейтингу. Однак його створення є тривалим процесом. Зокрема, розміщення нової інформації на бібліотечному веб-ресурсі вимагає: наявності в бібліотеці робочого місця, оснащеного комп'ютерною технікою; співробітника, який володіє новими технологіями; робочого часу, витраченого на переведення друкованої інформації в цифрову; фінансів, відповідно витрачених на оплату проведеної роботи.

Є і третій шлях, який не відкидає попередні, а є лише тактичним заходом у тривалій стратегії розширення інформаційної присутності бібліотечних установ у електронному інформаційному середовищі. Без значних фінансових витрат і в максимальному режимі використати можливості світової інформаційної мережі можна за допомогою взаємного

⁴ Банер (англ. banner – прапор) – графічне зображення рекламного характеру, яке є також гіперпосиланням на веб-сторінку з додатковою інформацією (<http://ru.wikipedia.org/wiki/Банер>).

⁵ Гіперпосилання (англ. hyperreference) – графічне зображення або текст на сайті, у листі електронної пошти або в будь-якому електронному документі, що встановлює зв'язок між об'єктами Інтернету і надає можливість переходити на ці об'єкти (<http://ru.wikipedia.org>).

обміну банерами ⁶ з логотипами установ або гіперпосиланнями ⁷ на власні веб-ресурси зі спорідненими структурами в інформаційному середовищі [3], тобто з іншими бібліотеками.

Стосовно обміну банерами й користування ними, то цей шлях дещо ускладнений сучасними технічними можливостями користувачів: значна їх кількість використовує малопотужні лінії Інтернету, які не дають змогу закачувати обтяжені графічними об'єктами сайти до оперативної пам'яті комп'ютерів і в тимчасові файли браузера.

Розміщення гіперпосилань не створюють таких ускладнень. Інформаційне середовище WWW базується на технології, в основі якої лежить концепція зв'язування документів за допомогою гіперпосилань. Саме вони об'єднали Інтернет у єдиний простір, давши користувачам можливість вільно пересуватись у ньому. Крім того, перевагою гіпертекстових посилань перед банерами є можливість їхнього гармонійного вбудовування в контент сайту. Невеликий розмір текстових посилань надає можливість їм швидко завантажуватися в браузер, знижуючи втрати показів, зумовлені тим, що відвідувач може не дочекатися остаточного завантаження й перейти на іншу сторінку. Побачити гіперпосилання можна навіть у браузерах з відключеною графікою.

Розглянемо механізм використання гіперпосилань для популяризації веб-ресурсів бібліотечних установ у мережі і, відповідно, для розширення їхньої наявності в інтернет-середовищі.

Правильне використання гіперпосилань є важливим чинником підвищення популярності сайту, оскільки як складова його навігації, вважає один з засновників юзабіліті Я. Нільсен, гіперпосилання дає відвідувачу відповідь на запитання: «Куди я можу піти?» [7].

Однак як інструмент інтернет-маркетингу гіперпосилання є ефективним лише в поєднанні з можливостями і якостями пошукових систем, які допомагають орієнтуватися в Інтернеті. За даними фахівців, статистичний інтернет-користувач шукає необхідні інформаційні ресурси двома шляхами: 80 % – за допомогою пошукових систем, 20 % – використовує інші можливості пошуку (тематичні веб-портали, електронні бібліотеки тощо).

⁶ Пошукова система (англ. search engine, синоніми: пошуковий сервер, пошукова машина) – спеціальний веб-сайт, на якому користувач за певним запитом може отримати посилання на сайти, що відповідають цьому запиту (http://www.artismedia.ru/services/advance/seo/seo_engines.html).

⁷ Рейтинг (англ. rating) – порядковий показник, що відображає значущість певного об'єкта або явища. У даному випадку це позиція веб-ресурсу в результатах пошуку, здійсненого пошуковою системою на певний запит (<http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0BD%D0%B3>).

Отже, орієнтуючись на цю більшість, можна зробити висновок, що популяризація будь-якого електронного ресурсу, зокрема бібліотечного, сприяє підвищенню його рейтингу в пошуковій системі.

Одним із засобів підвищення рейтингу сайту в пошукових системах є обмін гіперпосиланнями з іншими (краще спорідненими за напрямом діяльності) інформаційними структурами [5]. У більшості сучасних пошукових систем кількість існуючих у мережі гіперпосилань на сайт ефективно впливає на його позицію в результаті пошуку: чим більше посилань на інтернет-ресурс, тим вище його позиція. Зокрема, на запит «Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського», або «НБУВ» Яндекс у першому рядку першої сторінки результатів пошуку дає посилання саме на сайт НБУВ. Подібний результат дає і Google.

Існує ручний спосіб обміну гіперпосиланнями й автоматичний. Перший з них може відбуватися за трьома різними схемами. Це:

- прямий обмін, коли два веб-сайти, зокрема бібліотечних установ, за взаємною домовленістю обмінюються між собою гіперпосиланнями;
- вебрінг (круговий обмін), який містить необмежену кількість учасників. Такий процес складається з кількох операцій: веб-сайт А посилається на веб-сайт В, В – на С, С – на D, D – на А;
- тематичний, коли за взаємною домовленістю певної кількості установ чи організацій (споріднених за видом діяльності) кожна з них встановлює на власних веб-ресурсах гіперпосилання на веб-ресурси інших.

Система автоматичного обміну посиланнями (лінкатор) дає змогу значно спростити й прискорити роботу з обміну посиланнями з іншими сайтами. В Інтернеті можна знайти велику кількість лінкаторів, які мають різний ступінь ефективності, але, на думку фахівців, все ж поступаються ручному обміну посиланнями через особливості змін алгоритмів ранжирування за посиланнями пошукових систем.

Вище відзначалося, що необхідною умовою усіх цих обмінів є ретельний пошук партнера, спорідненого за родом діяльності. І ця думка вимагає роз'яснення: пошукові системи негативно сприймають нетематичний обмін, що може негативно позначитися на ранжируванні ресурсу. Вони постійно змінюють і вдосконалюють алгоритми ранжирування посилань, приділяючи дедалі більше уваги релевантності ⁸ пошукових запитів. Тому обмін тематично невідповідними посиланнями з метою невинного підвищення індексу цитування часто визначається пошуковими системами як спам ⁹.

⁸ Релевантність (від англ. relevant – відповідний) – стосовно результатів роботи пошукових систем – це ступінь відповідності запита знайденим ресурсам (<http://www.seonews.ru/glossary/detail/8724.php>).

⁹ Спам (англ. spam) – масове розсилання комерційної, політичної або іншої реклами (інформації) особам, які її не замовляли (<http://ru.wikipedia.org/wiki/Spam>).

Обмін з партнерами гіперпосиланнями в першу чергу спрямований на збільшення індексу цитування (ІЦ) ¹⁰ (синонім – тІЦ). Індекс цитування є одним з найважливіших показників оцінки сайту пошуковими системами. Введений Google як PageRank – метод для виміру «важливості» сторінки, сьогодні ІЦ використовується практично всіма пошуковими системами для визначення авторитетності ресурсу, його популярності. ІЦ допомагає пошуковим системам розміщувати сайти за рейтингом при видачі результатів за запитом.

Необхідно відзначити, що під час визначення ІЦ не враховуються посилання з форумів, мережових конференцій, каталогів та інших ресурсів, до яких будь-хто без відома власника сайту може додати посилання.

Важливим під час обміну гіперпосиланнями є також розташування їх на сайтах, написаних однією мовою. За спостереженнями фахівців, цей фактор дуже важливий для пошукових систем [6], зокрема Google, під час визначення мови сайту, а отже, для коректного показу в пошуковій видачі Google, що спеціалізується по країнах.

Розглянемо механізми впливу пошукових систем на підвищення рейтингу бібліотечних веб-сайтів після обміну гіперпосиланнями:

1) збільшення кількості посилань на кожен з них зумовлює підвищення їх рейтингу і, відповідно, популярності серед користувачів, а отже, підвищення рівня ефективності посилань, розташованих на ньому (у нашому випадку – це посилання на ресурси інших бібліотек);

2) відповідність одній тематиці є істотною перевагою перед іншими сайтами під час індексації веб-сторінок пошуковими системами, а отже, і посилання з такого ресурсу будуть працювати більш ефективно;

3) унікальність контенту бібліотечних веб-ресурсів та чітка відповідність змісту гіперпосилань тематиці сайтів підвищує рівень довіри пошукових систем до ресурсу, а отже, знову таки збільшує ефективність гіперпосилань, розміщених на ньому.

НБУВ широко використовує можливості Інтернету, як інструменту просування бібліотечних інформаційних ресурсів та послуг в інформаційному просторі. Одна з рубрик головної сторінки її веб-порталу ¹¹ «Бібліотеки та науково-інформаційні центри України» дає швидкий доступ до веб-сторінки зі списком гіперпосилань на сайти бібліотек загальнодержавного значення, республіканських та обласних універсальних наукових бібліотек, бібліотек вищих навчальних закладів, інших науково-інформаційних центрів України.

¹⁰ ІЦ (Синонім: Page Rank, тІЦ – тематичний індекс цитування) – індекс цитування, показує загальну кількість посилань на вказаний сайт (<http://www.sitem.ru/obmen.html>).

¹¹ <http://www.nbu.gov.ua>.

Зручний інтерфейс веб-сторінки, розробники якої ретельно дотримувалися правил юзабіліті, не обтяжений зайвою інформацією, тому увага користувачів чітко зосереджується на гіперпосиланнях. Оскільки кількість щоденних заходів на веб-портал НБУВ збільшується¹², вищезгадана веб-сторінка виступає в ролі популяризатора інтернет-ресурсів бібліотек в інформаційному просторі.

Широко використовують можливість гіперпосилань на партнерські сайти й інші бібліотеки. Зокрема, Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника, Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека ім. К. А. Тімірязєва, Дніпропетровська обласна універсальна наукова бібліотека, Івано-Франківська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Я. Франка, Миколаївська державна обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Гирьова, Луганська обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. М. Горького, Харківська обласна державна наукова бібліотека, Чернігівська державна обласна універсальна наукова бібліотека ім. В. Г. Короленка та ін.

Аналіз веб-сайтів українських бібліотек (переглянуто 13 сайтів бібліотек загальнодержавного значення, 26 сайтів республіканських та обласних універсальних наукових бібліотек) дає змогу зробити висновок:

- на кожному з них спостерігається своя система розташування гіперпосилань, зручна для користувачів саме цього інтернет-ресурсу, і кожна з них працює на результат – популяризацію цього веб-ресурсу;
- система обміну гіперпосиланнями з іншими бібліотечними установами використовується недостатньо ефективно. Можливо, через недостатню розробку цієї теми в науковій літературі.

Розглянемо практичні результати, які бібліотеки отримують від такого обміну. По-перше, за допомогою системи гіперпосилань відбудеться об'єднання електронних ресурсів бібліотечних установ в єдину систему. По-друге, збільшується швидкість пошуку контенту сайтів бібліотек, що в очах користувачів є значною перевагою перед іншими сайтами. По-третє, обмін сприяє підвищенню релевантності сайтів, що у свою чергу підвищує їх рейтинг у пошукових системах і, відповідно, розширює коло їхніх користувачів. По-четверте, важливим суб'єктом цього процесу є відвідувачі кожного окремого сайту, які за допомогою розташованого там списку гіперпосилань на інші бібліотеки стають їхніми потенційними користувачами. По-п'яте, об'єднані ресурси бібліотек дають змогу використати для своєї популяризації і такий спосіб, як Link Baiting (створення контенту, на який посилатимуться через його якість).

Отже, за допомогою взаємного обміну й розміщення на своїх веб-сайтах гіперпосилань на сайти партнерів бібліотеки отримують можливість популяризації своїх електронних ресурсів, розширення інформаційної присутності у світовій інформаційній мережі.

¹² Докладніше про статистику відвідувань: www.nbuv.gov.ua/library/webstat.html#stat.

Список використаних джерел

1. Про бібліотеки і бібліотечну справу: Закон України від 27.01.1995 № 32/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/law/95_lib.html. – Назва з екрана.
2. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2657-12>. – Назва з екрана.
3. *Агапон Ю.* Путеводитель по обмену ссылками [Электронный ресурс] / Ю. Агапон. – Режим доступа: <http://www.searchengines.ru/articles/005260.html>. – Загл. с экрана.
4. *Бердичевская М.* Полные сети свободы / М. Бердичевская // Аргументы и факты в Украине. – 2010. – № 23. – С. 8.
5. Обмен ссылками и обмен баннерами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.be1.ru/articles/manual/link_exchange.html. – Загл. с экрана.
6. Поисковая оптимизация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://seoadonline.com/seo.html>. – Загл. с экрана.
7. Что такое гиперссылка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://murketolog.ru/usability_check_list/. – Загл. с экрана.