

СОЦИАЛЬНЫЕ ВЕБ-КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ «ЧИТАТЕЛЬ-БИБЛИОТЕКА»: САЙТЫ БИБЛИОТЕК И ПРОГРАММИРОВАНИЕ КНОПОК СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Социальные сети - это онлайн сервис или веб-сайт, предназначенный для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, визуализацией которых являются социальные графы [1].

Характерными особенностями социальной сети являются:

1) предоставление практически полного спектра возможностей для обмена информацией (фото, видео, сервис блогов, сервис микроблогов, сообщества, ЛС/чат, возможность отметить местоположение и т. п.);

2) создание профилей, в которых требуется указать реальные ФИО и максимальное количество информации о себе;

3) активное общение;

4) создание публичного или полупубличного профиля (англ. profile) пользователя (например, профиль может содержать дату рождения, школу, вуз, хобби и другое);

5) возможность для пользователя создавать и поддерживать список других пользователей, с которыми у него имеются некоторые отношения (например, дружба, родства, интересов, деловых и рабочих связей и т. п.).

Социальные сети - это отличная площадка не только для общения, но и для рекомендаций, отзывов, обзоров, новостей. В том числе и для рекомендаций книг, услуг той или иной библиотеки, новостей и мероприятий библиотек.

Благодаря социальным сетям о сайте узнают друзья и знакомые того человека, который через сеть порекомендовал данный сайт. Это приносит сайту новых посетителей, а если объектом рекомендации является сайт библиотеки, то он получает новых читателей.

По статистике, социальные сети - вторые по посещаемости сайты после поисковых систем [2].

Таким образом, показатели посещаемости сайта напрямую связаны с тем, отражен ли сайт в социальных сетях, что явно указывает на то, что социальные сети косвенно или явно являются важным инструментом поисковой оптимизации сайта (SEO).

В настоящее время в интернете насчитывается порядка 48 крупных социальных сетей. В **таблицах 1 и 2** приведен перечень 15-ти наиболее значимых социальных сетей Рунета и две социальные сети, посвященные библиотекам и любителям чтения, со статистикой их месячной посещаемости [2].

В Рунете представлено очень мало социальных сетей, ориентированных на деятельность библиотек, однако многие библиотеки имеют свою группу или некое виртуальное представительство в одной или нескольких крупнейших социальных сетях. Это дает возможность дублировать новостные мероприятия, афиши, информацию о книжных новинках и услуги на сайтах социальных сетей, информируя конечного пользователя намного быстрее.

Во всех социальных сетях есть важная особенность. Материал, попадающий в новостную ленту пользователя, может быть получен только или от друзей по социальной сети, или из подписанных тематических групп. Если пользователь не подписан на группу, посвященную, например, библиотеке РГБ, то на его новостной ленте не отразятся ни события, ни афиша, ни услуги, ни сайт данной библиотеки.

Однако существует инструмент, позволяющий делиться сторонней информацией вне групп. На новостную ленту всех друзей пользователя попадает приглашение со ссылкой и описанием на интересную, на его взгляд, страницу, ссылающуюся напрямую на сайт. Такой ссылкой может быть страница сайта библиотеки, посвященная интересной книге, или страница, описывающая какое-либо предстоящее в библиотеке мероприятие. Более того, такой инструмент представлен практически в каждой социальной сети, реализован в виде

Таблица 1

Рейтинг соц. сетей Рунета по посещаемости

Социальная сеть	Месячная аудитория (тыс. уник. пользователей)
vkontakte	29143
odnoklassniki	25265
Youtube	24318
moimir	22831
wikipedia	22023
Jj (livejournal)	16139
facebook	15404
rutube	15097
liveinternet	11291
fotostрана	10143
я.ru	4895
twitter	4200
В кругу друзей	3099
Мой круг	1856
LinkedIn	460

ЗАХАРОВ Андрей Валерьевич

аспирант кафедры «Прикладная информатика»

Московского государственного университета культуры и искусств.

Адрес: 141406, Московская обл., г. Химки, ул. Библиотечная, 7

e-mail: zakharovandrey@hotmail.com

Таблица 2
Рейтинг соц. сетей библиотекарей
Рунета по посещаемости

Социальная сеть	Месячная аудитория (тыс. уник. пользователей)
my-lib.ru	33
bibliomaniya. blogspot.com	24

кода или плагина, который можно использовать на сайте любой библиотеки. Данный инструмент на сленге программистов и пользователей социальных сетей называется «кнопкой поделиться с друзьями», «+1», «Твитнуть» и др. В действительности его название SNB (social networking buttons, с англ. - кнопки социальных сетей), но оно мало знакомо русскоязычной части интернета. Следует четко разделять: группа или представительство в соц. сети - это не кнопка соц. сети. У кнопок соц. сетей четко определенный функционал - рассказать друзьям и подписчикам по соц. сети о данной странице на сайте библиотеки.

Взаимодействие с социальными сетями (наличие групп и сообществ в сетях, называемое «число задействованных соц. сетей», и наличие кнопок сетей) было нами проанализировано на примере 15-ти отобранных по принципу стохастической выборки федеральных и центральных академических библиотек РФ.

К сожалению, как показывает проведенное исследование (**таблица 3**), большинство сайтов библиотек из представленной выборки не имеет никаких автоматизированных инструментов интеграции материалов со своих сайтов в социальные сети. Семь из пятнадцати библиотек вообще никак не представлены в социальных сетях. Только три из пятнадцати библиотек имеют социальные кнопки, причем две из которых на сайтах-спутниках. То есть в 12-ти из 15-ти центров системы «читатель-библиотека» отсутствует связь на уровне социальной сети и страницы сайта. Пользователи

не имеют возможности поделиться материалом со своими друзьями, коллегами, оставить отзыв в социальной сети на своей новостной ленте. Это большая проблема не только для показателя посещаемости сайтов и повышения индекса его цитируемости, но и для качества функционирования системы «читатель-библиотека» в целом.

Большинство сайтов библиотек не открывает статистику своей посещаемости, однако, если применить специальные web-анализаторы, то видна очевидная закономерность: чем больше возраст сайта, чем грамотнее сделано его SEO и чем больше его база книг (каталог), тем выше индекс его цитируемости. На основе анализа ряда сайтов однотипных библиотек, схожих по ряду параметров (время работы сайта, объем фонда, интенсивность индексации новостей), было установлено влияние наличия представительства библиотек в социальных сетях и наличия кнопок соц. сетей на динамику посещаемости и количество потенциальных постоянных читателей и пользователей услуг.

Для иллюстрации этого рассмотрим две библиотеки с различной активностью в соц. сетях: Российскую государственную библиотеку по искусству и Российскую государственную библиотеку для молодежи.

Как видно из **таблиц 4 и 5**, наличие кнопок социальных сетей и наличие групп в соц. сетях дают ощутимый прирост показателей популярности и новых пользователей библиотеки.

При сравнительно равных показателях времени работы сайтов с социальными сетями сайт РГБ по искусству, не имеющий кнопок соц. сетей, значительно отстает по показателям популярности, посещаемости и приросту пользователей (439 пользователей в соц. сетях) от сайта РГБ для молодежи (6396 пользователей в соц. сетях).

Очевидно, что 439 постоянных пользователей, привлеченных

к сайту РГБ по искусству через соц. сети, - далеко не раскрытый потенциал для этой библиотеки. Исследование также показало, что РГБ по искусству не числится ни в одном поисковом каталоге, хотя за счет времени работы сайта автоматически проиндексирована часть его страниц. Стоит отметить, что, несмотря на наличие групп в соц. сетях, привлечения к ним с помощью рекламы нет. Однако группы в соц. сетях имеют свою постоянную аудиторию, информация в группах обновляется регулярно, и, безусловно, если приложить немного усилий со стороны SEO к сайту в целом, к рекламе и популяризации групп, прирост показателей ТИЦ (тематический индекс цитируемости) и PR (уровень популярности сайта, уровень выдачи ссылки на сайт в результатах поиска по тематическому запросу) будет обеспечен.

Разумеется, данной библиотеке не просто нарастить свой потенциал в соц. сетях в связи с довольно узкой спецификой. Однако привлечь больше целевой аудитории благодаря увеличению интенсивности обновления новостных материалов и добавлению кнопок соц. сетей вполне реально.

Российская государственная библиотека для молодежи представляет на своей площадке сразу несколько сайтов. Разумеется, это не лучшее решение для единого узнаваемого брендового домена сайта, однако вполне приемлемо иметь основной сайт как визитную карточку, другие - как функциональные порталы. РГБ для молодежи не представлена ни в одном поисковом каталоге, однако проиндексирована практически во всех поисковых системах, представлена во всех крупнейших соц. сетях, имеет кнопки соц. сетей сыграли свою роль, так как по возрасту и другим показателям (например, самостоятельной индексации без накрутки, от-

Таблица 3

Сайты библиотек во взаимодействии с соц. сетями

№	Библиотека	Сайт	Число задействованных соц. сетей	Наличие кнопок социальных сетей
1	Российская государственная библиотека	Rsl.ru	Tripadvisor Facebook Вконтакте Tweeter Youtube Foursquare BlogSpot	нет
2	Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина	www.prlib.ru	нет	нет
3	Государственная публичная историческая библиотека	http://www.shpl.ru	Tripadvisor Facebook Вконтакте	нет
4	Государственная общественно-политическая библиотека России	http://www.gopb.ru/library	нет	share42.com (конфликтует со скриптами сайта)
5	Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы имени М.И. Рудомино	http://www.libfl.ru/	Tripadvisor	нет
6	Российская государственная библиотека для молодежи	http://www.rgub.ru	Tripadvisor Facebook Вконтакте Tweeter Youtube Foursquare	нет
		http://blog.rgub.ru/	Facebook Вконтакте Tweeter Youtube	Addthis (встроена на странице каждого материала)
7	Российская государственная библиотека по искусству	http://liart.ru	Facebook Вконтакте Tripadvisor Livejournal	нет
8	Российская государственная детская библиотека	http://www.rgdb.ru	Facebook	нет
9	Государственная научная педагогическая библиотека имени К.Д. Ушинского	http://www.gnpbu.ru	Facebook Tripadvisor	нет
10	Государственная публичная научно-техническая библиотека России	http://www.gpntb.ru	нет	нет
		http://gpntb.blogspot.ru/	нет	Addthis (встроена на странице каждого материала)
11	Библиотека по естественным наукам Российской академии наук	http://www.benran.ru	нет	нет
12	Российская национальная библиотека	http://www.nlr.ru/	Facebook Tweeter	нет
13	Библиотека академии наук	http://www.rasl.ru/	нет	нет
14	Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук	http://www.spsl.nsc.ru/	Tweeter Youtube Livejournal Facebook	нет
15	Центральная научная библиотека Уральского отделения Российской академии наук	http://cnb.uran.ru/	нет	нет

существованию в каталогах поисковиков) она схожа с РГБ по количеству, однако общее число постоянных пользователей, привлеченных в соц. сетях, - 6396 человек и постоянно растет. Это хороший результат, но он может быть улучшен, если РГБ для молодежи поработает над занесением себя в каталоги, упрочив свои позиции. Интенсивность обновления новостей на сайте очень высокая, каж-

дая новость имеет кнопки соц. сетей. При дальнейшей работе на SEO сайт данной библиотеки однозначно упрочит свои позиции.

Разумеется, кнопки соц. сетей и представительства в соц. сетях в целом в большей степени необходимы публичным и вузовским библиотекам, т.к. это - площадки свободного общения, популярных дискуссий, знакомств. В научных библиотеках популяр-

ность использования данных инструментов будет заметно ниже, и это связано не только с посещаемостью научных библиотек сравнительно с публичными, но и с тем, зачем люди приходят на сайты научных библиотек. Читатель научной библиотеки не приходит для общения, знакомства, он приходит за материалами.

Однако в последнее время интерес к научно-популярным из-

Таблица 4

SEO показатели сайтов библиотек

Библиотека	Возраст сайта (дата запуска)	Тцц (показатель цитируемости в Яндекс)	Тцц (показатель цитируемости в Google)	Проиндексировано страниц сайта в поиске
Российская государственная библиотека по искусству	12.09.2002	1300	7/10	2 110
Российская государственная библиотека для молодежи	17.03.2004	2200	6/10	67 200

Таблица 5

Статистика активности библиотек в соц. сетях

Библиотека	Присутствие в web-каталогах	Сообщество в соц. сети	Возраст сообщества	Наличие кнопок соц. сетей на сайте	Число постоянных подписчиков в сообществе
Российская государственная библиотека по искусству	нет	Вконтакте Facebook Livejournal	01.03.2012 22.02.2012 01.03.2012	нет	206 223 10
Российская государственная библиотека для молодежи	нет	Tweeter Вконтакте Facebook Foursquare Youtube	20.10.2011 19.10.2011 02.09.2011 15.05.2011 08.07.2011	есть addthis	642 2600 1022 2548 20 постоянных и 1213 просмотров

даниям в сети Интернет заметно вырос: 15 мая 2011 - 1,1 млн пользователей, 15 мая 2012 - 1,3 млн, 15 мая 2013 - 1,5 млн. В частности, возможно, и благодаря появлению новых научных центров, новых научных телеканалов и других факторов, влияющих на популяризацию науки.

Если оставить функционал сайтов научных библиотек прежним, но немного изменить интерфейс в сторону популярного пользователя, добавить кнопки соц. сетей, открыть группы соц. сетей, публиковать новости науки для соц. сетей доступным языком, это не только вызовет дополнительный интерес к сайтам научных библиотек, но и повысит интерес к науке в целом.

Для реализации кнопок социальных сетей существует множество решений, применимых как для сайтов научных, так и для сайтов публичных библиотек. И ключевое удобство заключается в том, что интеграция кнопок одинаково универсальна для всех сайтов библиотек вне зависимости от их типов и языка программирования сайтов.

Проблема создания кнопок социальных сетей имеет 2 типа практической реализации и очень гибкий инструментальный разработчика.

Первый тип реализации - плагины кнопок социальных сетей.

Данный вид реализации прост - это предлагаемые в сети Интернет уже подготовленные для вставки в код страницы (материала, новостной ленты, описания книги и т.д.), типовые решения. Кнопки, реализуемые в виде плагина, - очень объемные с точки зрения кода решения и имеют больше недостатков, чем достоинств.

Существует множество готовых и типовых решений, однако самым безопасным являются 3 разработки.

api.yandex

Самым простым, безвирусным, легким и надежным плагином является плагин от Яндекса (<http://api.yandex.ru/share/>), который использует простейшие скрипты, хранящиеся на своем сервере.

share42

Еще одним интересным решением является плагин <http://share42.com/ru>. Данный плагин легко настраивается через веб-интерфейс, однако не всегда гарантирует совместимость со скриптами, присутствующими на сайте.

Достоинства плагинов	Недостатки плагинов
Предусмотрена интеграция практически со всеми социальными сетями	Большой объем лишнего и неизвестного кода
Простота внедрения	Рекламные ссылки на сайты разработчиков
Подготовленный дизайнерский интерфейс кнопок с возможными вариантами	Возможность вирусов в коде плагина
Представлены, как правило, варианты на любых языках программирования	Возможность конфликта со скриптами на сайте, что может привести к полному отказу работоспособности сайта
	Нет гарантий отказоустойчивой работы плагина

ющими на вашем сайте. Его особенность и преимущество, в отличие от других, в том, что он использует 42 кнопки с интересным и гибким дизайном, гибко настраивается, и в случае конфликта со скриптами вашего сайта отключает себя, не забывая ваши скрипты. Имеет настраиваемые типовые решения для систем управления сайтов WordPress, Joomla!, Drupal. Код для вставки генерируется на сайте <http://share42.com/ru> индивидуально для каждого сайта. Скрипты, которые предлагается разместить на стороне сайта, проверены, без вирусов и рекламы, однако, как было отмечено выше, не всегда совместимы.

Addthis

Также популярным плагином считается <http://www.addthis.com>, он удобно применим для типовых шаблонных сайтов, написанных под системами управления WordPress, Blogger, Email Newsletter, Tumblr, TypePad, Joomla!, MovableType, Drupal, Magento, Flash, iOS SDK, Android SDK, также его возможно использовать в качестве вставляемого кода в PHP. Плагин имеет внушительную статистику его использования (14 миллионов страниц с установленным кодом от <http://www.addthis.com>).

Второй тип реализации - прямой вставляемый код.

Если код для кнопок социальных сетей вставляется самостоятельно, недостаток может быть только один - необходимо время на написание кода, знание языка и работа с подбором картинок (иллюстраций для кнопок социальных сетей). Но это на самом деле совершенно несложный и некритичный момент, а, наоборот, возможность использовать инструмент гибко и надежно, использование же технологии API облегчает работу в напи-

сании кода. Желаящие сотрудники библиотеки или отдела автоматизации могут нарисовать собственные кнопки. Для реализации данного метода необходимо уверенно владеть языком web-разметки для вставки кода и знать, на каком языке веб-программирования написан сайт.

Код для вставки генерируется непосредственно со специальных сервисных страниц социальных сетей. На каждой из этих страниц имеется ряд дополнительных настроек и интуитивно понятных действий, которые необходимо совершить. В каждой из соц. сетей имеется помощь, подробная инструкция, как работать с кодом и настраивать его для своего сайта.

Получить код для вставки кнопок социальных сетей можно по следующим ссылкам:

Like (Мне нравится) от Facebook

<http://developers.facebook.com/docs/reference/plugins/like/>
+1 от Google

<http://www.google.com/webmasters/+1/button/index.html#customize-snippet>

«Твитнуть» от Twitter

<http://twitter.com/about/resources/buttons#tweet>

«Мне нравится» от ВКонтакте

<http://vk.com/developers.php?oid=-1&p=Like>

Кнопки поделиться с Одноклассниками и класс! от Mail.ru

<http://api.mail.ru/sites/plugins/share/>

Многие российские библиотеки содержат сайт, не развивая его в социальных сетях. Это можно выяснить, не проводя никаких серьезных исследований, достаточно просто зайти на сайт любой библиотеки с ТИЦ (показателем цитируемости) меньше 20 и возраст-

том более двух лет и посмотреть, когда на главной странице обновлялись новости или статьи и какая у сайта посещаемость. И, если сайт регулярно обновляется, но посещаемость и позиция сайта остаются низкими, интеграция с социальными сетями и кнопки социальных сетей, в частности, решают эти ключевые проблемы.

Особенно это касается сайтов библиотек, отдаленных от областных центров. Если нет времени или навыков заниматься сайтом библиотеки, если нет денег на серьезную маркетинговую кампанию для привлечения пользователей на сайт, достаточно реализовать на нем кнопки социальных сетей и открыть группу в любой социальной сети.

В заключение перечислим преимущества, которые получает библиотека, устанавливая на своем сайте связь с социальными сетями:

1. У библиотек появится возможность заявить о себе крупнейшей аудитории.
2. Группа в социальной сети - это прямое общение с читателями.
3. Библиотека станет привлекательна для партнерства.
4. Станет возможно оперативно узнать мнение пользователей по поводу проходящей акции или изменения режима работы, выяснить их пожелания и предпочтения.
5. Группа и кнопки социальных сетей дают прекрасную возможность мгновенно сообщить большой аудитории о новых изданиях, конкурсах или мероприятиях и распространить эту информацию дальше.
6. Пользователи сами создают рекламу библиотеки, книг и библиотечных услуг.
7. Социальные сети привлекут в библиотеку новых посетителей, потенциальных пользователей услуг.

Литература:

1. Boyd, D. and Ellison, N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* (англ.) // *Journal of Computer-*

Mediated Communication. - 2007. - Т. 13. - № 1. - С. 210-230. - ISSN 10836101.

2. *Россия № 1 в Европе по количеству Интернет -*

пользователей [Электронный ресурс]. - URL: <http://prospo.ru/internet/3829-internet-i-soczialnye-seti-infografika-v-czifrax-statistika>.