

**Л. Б. Шевченко**

*ГПНТБ СО РАН*

## **Методы поисковой оптимизации: опыт применения в ГПНТБ СО РАН**

Представлены методы поисковой оптимизации, применимые для библиотечного сайта, и опыт использования технологии внутренней SEO-оптимизации для сайта ГПНТБ СО РАН с целью повышения востребованности ресурсов. Отмечено, что основное внимание уделялось написанию текстов для сайта (разработан «Регламент предоставления информации для размещения на сайте ГПНТБ СО РАН»). В ходе анализа текущей поисковой оптимизации сайта ГПНТБ СО РАН были выявлены и исправлены ошибки на сайте. Подчёркнуто, что после начала оптимизации сайта отмечен постепенный рост числа посетителей через поисковые системы. Это свидетельствует о том, что поисковое продвижение направлено на долгосрочную перспективу и не даёт мгновенный эффект.

При создании новой версии сайта ГПНТБ СО РАН процесс его оптимизации будет проходить на этапе проектирования с учётом накопленного опыта, что значительно облегчит эту задачу и поможет избежать проблем неудачного ранжирования поисковыми системами. В статье показана возможность использования технологий SEO применительно к сайтам российских библиотек для продвижения библиотечных ресурсов и привлечения пользователей. Сделан вывод: применение технологий SEO-оптимизации повышает рейтинг сайта и увеличивает число его пользователей.

**Ключевые слова:** поисковая оптимизация, библиотечный сайт, доступность сайта, поисковая система, библиотечные ресурсы.

---

UDC 025.4.03

**Lyudmila Shevchenko**

*State Public Scientific and Technological Library of the Russian Academy  
of Sciences Siberian Branch, Novosibirsk, Russia*

## **Search engine optimization: Experience of State Public Library for Science and Technology of the Russian Academy of Sciences Siberian Branch**

The author examines the methods of search engine optimization applicable to library www-sites. The experience of the RAS SB State Public Library for Science and Technology in internal SEO technology implementation to increase the relevance of the resources is discussed. The main focus was made on writing texts for the Library's www-site (in particular, "The Procedure for presenting information to be loaded to RAS SB SPLS&T's www-site"). As a result of

current search engine optimization, the errors were revealed and eliminated. The author points to the fact that after the optimization process was launched, the steady increase in search engine use has been observed. This evidences that promotion through search engine means cannot bring immediate effect and is rather long-term oriented.

In building a new version of the RAS SB SPLS&T www-site, the optimization is scheduled for the design and development stage. It will be based on the accumulated knowledge and experience and is aimed at avoiding inefficient ranking by search engines. The author proves that SEO technologies can be applied to Russian library www-sites to promote library resources and to attract users. The author also concludes that SEO technologies increase www-sites rating and number of their users.

**Keywords:** search engine optimization, library www-site, www-site accessibility, search engine, library resources.

---

Nowadays libraries provide their resources and services online. If libraries do not promote their resources in the search engines, then users will not be able to find the information they need. High visibility in search engines helps to cause higher traffic to the site. To promote information resources and attract users, libraries need to use search engine optimization methods. We analyzed availability and visibility of our library in 2016 with the help of Google Analytics. Users visited the site via various traffic channels: Organic Search, Direct, Referral and Social. The main attention in the optimization of the site we paid for the writing of texts for the site. The staff of the library departments helped to write articles for the site. There was developed a document "Regulations for the provision of information for posting on the library website", which included the main requirements and rules. To create the "Regulations..." we used the recommendations by the experts on site optimization. A well-written article should be informative, be distinguished by a clear style and structure. The article should be easy and interesting and contain keywords. When writing the text for the site, the specialists of our library use the method of the inverted pyramid: at the very beginning, the most important and significant proposals are indicated, and towards the end – additional information. This approach is explained by the fact that most often the user reads the beginning of the text, and then can stop reading and leaving the page, it is due to the peculiarities of reading on the Internet, which has been called "look-through reading". One more method of SEO – the optimization of snippets. A snippet, or meta description, includes the headers, and the text of the description itself, as well as additional visual elements, such as the address of the company office or quick links. The snippet allows the user to get an idea of the document or even the required information without going through the link. Analysis showed: since beginning of site optimization, the number of visitor

visits is gradually increasing. Over the year, the number of sessions increased by 11.5%, the number of new users – by 12.5%. The number of pages indexed by search engines has doubled.

---

В настоящее время практически все библиотеки предоставляют свои ресурсы и услуги в режиме онлайн, в том числе и через собственные сайты. Однако информационные ресурсы библиотеки часто остаются невостребованными. Это объясняется тем, что многие пользователи не знают, есть ли необходимая им информация на сайте данной библиотеки. Если библиотеки не будут продвигать свои ресурсы в поисковых системах, то пользователи не смогут своевременно найти и получить нужную им информацию [1]. По статистическим данным, 80% интернет-пользователей в России с помощью интернета ищут информацию [2, 13, 17]. Поэтому высокая видимость в поисковых системах помогает повысить трафик сайта [6, 8].

Проблему привлечения на сайт тех, кто о нём не знает, но ищет размещённую на нём информацию, можно решить, применяя методы поисковой оптимизации, или SEO (англ. *Search Engine Optimization*) [3–5, 7, 9, 11, 12, 20, 21].

В этой статье рассмотрены методы SEO, используемые при оптимизации сайта ГПНТБ СО РАН в целях повышения его посещаемости и продвижения ресурсов библиотеки.

Для того чтобы выявить основные точки доступа, мы проанализировали способы доступа к сайту ГПНТБ СО РАН в 2016 г. с помощью *Google Analytics*. Анализ переходов на сайт ГПНТБ СО РАН показал, что пользователи посещали сайт с помощью различных каналов трафика: *Organic Search*, *Direct*, *Referral* и *Social*.

*Organic Search* и *Direct* – это основные способы доступа к сайту. Канал перехода *Organic Search* – это трафик в результате обычного поиска в любой поисковой системе; *Direct* относится к трафику, возникшему из непосредственного ввода URL-адресов или входа на сайт из закладок; *Referral* показывает трафик от внешних ссылок, *Social* – от социальных сетей.

Чтобы повысить трафик сайта ГПНТБ СО РАН, а также спрашиваемость ресурсов и услуг, мы решили сосредоточиться на его продвижении в поисковых системах, проведя оптимизацию сайта.

SEO-оптимизация может быть внешней и внутренней. Внешняя оптимизация часто требует финансовых вложений и нередко приводит к искусственному повышению рейтинга сайтов. Технологии внутренней оптимизации бесплатны и не требуют особых навыков. Рассмотрим подробнее, какие из них применялись для внутренней оптимизации сайта ГПНТБ СО РАН.

## **Оптимизация контента**

Основное внимание при оптимизации сайта мы уделили написанию текстов для сайта, так как старый контент не соответствовал новым требованиям. Статьи для сайта пишут сотрудники подразделений библиотеки. Был разработан «Регламент предоставления информации для размещения на сайте ГПНТБ СО РАН», в который вошли основные требования к текстам. И в настоящее время подготовка статей – одна из главных составляющих продвижения сайта.

Для создания «Регламента...» мы воспользовались рекомендациями, разработанными специалистами по оптимизации сайтов. Хорошо написанная статья отличается информативностью, ясным стилем и чёткой структурой. Статья должна легко читаться и содержать ключевые слова [21].

При написании статей для сайта ГПНТБ СО РАН сотрудники ориентировались на все типы поисковых запросов: транзакционные (заказать книгу или статью, скачать документ, загрузить файл и т.д.); информационные (страницы, где пользователь может получить актуальную информацию, т.е. хочет почитать, посмотреть); на навигационный запрос «библиотека со ран», «гпнтб со ран» должен «выдаваться» сайт ГПНТБ СО РАН.

Заголовки и подзаголовки наиболее читаемы и заметны, поэтому они должны быть особенно информативными и, кроме того, – содержать ключевую фразу или слово. Поисковые системы, как и люди, в первую очередь «видят» заголовки и выделенный текст. Так, при написании статьи о нормировании труда в библиотеке были учтены все рекомендации, проанализированы и использованы релевантные ключевые слова. В итоге после опубликования этой статьи на сайте она сразу оказалась на третьем месте в поисковой выдаче на запрос «нормирование в библиотеке».

При написании текста для сайта специалисты ГПНТБ СО РАН пользуются методом перевёрнутой пирамиды: в самом начале даётся наиболее важная и значимая информация, а ближе к концу – дополнительная. Использование именно такого метода объясняется тем, что чаще всего пользователь читает только начало текста, а потом может уйти со страницы. Это обусловлено особенностями чтения в интернете: оно получило название «просмотровое чтение» [16].

К сожалению, сотрудники сталкиваются с трудностями при написании текстов: им сложно перестроиться, поскольку они привыкли составлять тексты традиционно – с основным выводом в конце. При такой структуре, даже если текст содержит полезную для пользователя информацию, он её не получит, так как не дочитывает текст до конца. В ГПНТБ СО РАН, чтобы решить эту проблему, проводят для сотрудников семинары по написанию текста для сайта.

При оптимизации контента сайта в ГПНТБ СО РАН используется методика LSI (*Latent Semantic Indexing*), согласно которой релевантность текстового контента напрямую зависит от семантической вариативности ключевых слов и слов из их окружения, соответствия контексту, уместности применения. Релевантность контента в большей степени зависит от содержания и смысла текста, чем от ключевых слов и фраз, вписанных в текстовый материал [10]. Чем больше слов, релевантных основному ключевому слову, тем лучше страница ранжируется в поиске.

Мы используем ключи синонимичные и релевантные. Синонимичные ключи – это слова-синонимы основного запроса, на которые следует делать упор в оптимизации в первую очередь. Так, например, для ключа «online-запись в библиотеку» использовались: «удалённая запись» и «удалённая регистрация онлайн»; для ключа «оцифровка изданий» – «сканирование». Релевантные ключи – это слова, характеризующие, дополняющие главное ключевое слово. По ним поисковый робот определяет, насколько хорошо раскрыта тема.

### **Оптимизация сниппетов**

При оптимизации сайта ГПНТБ СО РАН мы воспользовались ещё одним методом SEO – оптимизацией сниппетов.

Сниппетом, или мета-описанием, называют описание сайта в результатах поиска. К нему относятся и заголовки, и сам текст описания, а также дополнительные визуальные элементы, такие как адрес офиса компании или быстрые ссылки. Сниппет формируется автоматически на основе части текста страницы, содержащей слова запроса, и во многих случаях позволяет пользователю получить представление о документе или даже исковую информацию, не переходя по ссылке. Веб-мастер может составить сниппет и самостоятельно. Это позволяет повысить его информативность и дать пользователю дополнительные знания о сайте и организации.

При составлении мета-описаний страниц сайта ГПНТБ СО РАН мы использовали рекомендации, разработанные Яндексом [18]. Эти рекомендации сводятся к следующему:

мета-описания не должны быть короткими, в несколько слов;  
должны – описывать конкретную страницу сайта, а не сайт в целом, быть развёрнутыми, состоять из правильно выстроенных предложений, в которых нет злоупотреблений ключевыми словами, заглавными буквами, рекламными лозунгами и пр., выражать основную суть документа в нескольких предложениях, соответствовать языку документа;

содержимое сниппета должно быть актуальным, отражать текущее состояние страницы.

Оптимизация сниппетов позволяет повысить релевантность содержания сайта ГПНТБ СО РАН и ключевых слов в поисковых системах.

На сайте ГПНТБ СО РАН также используется микроразметка данных. Микроформаты дают возможность структурировать контент и явно указать смысловые значения отдельных блоков текста, что может отразиться на сниппетах в поиске. Например, при создании новостного текста для сайта добавляется микроразметка, указывающая на событие, его описание, место и время проведения.

## Структура сайта

При оптимизации сайта упрощена структура – до трёх «кликов». В результате самые важные страницы и разделы стали более доступны и посещаемы (меньшее количество кликов от главной). Такая структура удобна для пользователей (высокий уровень юзабилити) и позволяет поисковым роботам быстро и полно индексировать сайт.

На сайте необходима грамотная перелинковка (процесс связывания гиперссылками разных сайтов или страниц одного сайта между собой). Перелинковка имеет крайне важное значение для процесса оптимизации и продвижения сайта [23].

На сайте ГПНТБ СО РАН используется несколько типов внутренней перелинковки, т.е. связывания между собой страниц сайта:

1. Контекстные ссылки – те, которые находятся в тексте страницы. При добавлении новых страниц на сайт вставляются ссылки на приоритетные страницы по нужным ключевым словам.

2. Навигационные ссылки – те, которые позволяют сориентироваться в большом тексте. Актуальны для пользователей, которые не хотят просматривать длинный текст, а хотят поскорее найти ответ на свой вопрос. Для этого и нужны навигационные ссылки на сайте – они размещаются перед текстом.

Так называемые «хлебные крошки» – это дублирующее меню, позволяющее понять, в каком месте сайта находится пользователь. Посетитель может ориентироваться на сайте посредством ссылок, наглядно показывающих путь от страницы, где он находится, до главной. Навигационные ссылки требуются также для возврата на уровень выше.

3. Сквозные ссылки – блоки ссылок, которые повторяются на всех страницах сайта. Самый простой пример таких ссылок – меню. Для поисковика это одни из самых значимых ссылок на сайте.

В ходе анализа текущей поисковой оптимизации сайта ГПНТБ СО РАН были выявлены отдельные ошибки: некорректная структура ссылок внутри сайта, не всегда правильно составленное мета-описание страницы,

нехватка заголовков, слишком длинные URL-адреса страниц. При анализе был использован SEO чек-лист для самоаудита [14].

На страницы с ошибками были внесены изменения: прописаны ключевые слова в заголовках, тексты проверены на уникальность, исправлены сниппеты. Проверены внешние и внутренние ссылки и удалены так называемые битые ссылки. Начато обновление текстов на сайте в соответствии с разработанным «Регламентом...».

Анализ результатов проводимой оптимизации показал:

1. С начала оптимизации сайта число его посещений через поисковые системы постепенно увеличивается. За год количество сеансов через поисковые системы возросло на 11,5%, число новых пользователей – на 12,5%.

2. В два раза увеличилось количество страниц, индексируемых поисковыми системами.

Представленные методы SEO, на наш взгляд, могут быть успешно применены для внутренней оптимизации библиотечных сайтов. Использование технологий SEO повышает рейтинг сайта и привлекает пользователей.

В будущем планируется разработка нового сайта ГПНТБ СО РАН, при проектировании которого будет учтён накопленный опыт, что поможет избежать проблем неудачного ранжирования поисковыми системами.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Blandford A.** Google, public libraries, and the deep web // *Dalhousie Journal of Interdisciplinary Management*. – 2015. – Vol. 11, No. 1. – P. 1–18.

2. **ComScore** releases January 2015 US desktop search engine rankings. – Режим доступа: [www.comscore.com/Insights/Market-Rankings/comScore-Releases-January-2015-US-Desktop-Search-Engine-Rankings](http://www.comscore.com/Insights/Market-Rankings/comScore-Releases-January-2015-US-Desktop-Search-Engine-Rankings).

3. **Davis H.** *Search engine optimization* : O'Reilly Media, Inc. – 2006.

4. **Dickinson Z. and Smit M.** Canadian Public Libraries and Search Engines: Barriers to Visibility // *Aslib Journal of Information Management*. – 2016. – Vol. 68, Is. 5. – P. 589–606.

5. **Dickinson Z.** *Public Libraries and Search Engines: Submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Library and Information Studies, Dalhousie University Halifax*. – 2016. – 187 p.

6. **Espadas J., Calero C. and Piattini M.** Web site visibility evaluation // J. Amer. Soc. Inf. Sci. Technol. – 2008. – Vol. 59, No. 11. – P. 1727–1742.

7. **Gasparotto M.** Search Engine Optimization for the Research Librarian: A Case Study Using the Bibliography of U.S. Latina Lesbian History and Culture // Practical Academic Librarianship : The International Journal of the SLA Academic Division. – 2014. – Vol. 4 (1), No. 15–34. – P. 15–34.

8. **Killoran J. B.** How to Use Search Engine Optimization Techniques to Increase Website Visibility // IEEE Transactions on Professional Communication. – 2013. – Vol. 56, No. 1. – P. 50–66.

9. **Lee S. et al.** Search engine optimization: a case study using the bibliographies of LG Science Land in Korea // Library Hi Tech. – 2016. – Vol. 34, Is. 2. – P. 197–206.

10. **LSI** оптимизация текстов: понятия и способы поиска LSI ключей [online]. – Режим доступа: <https://www.profithunter.ru/optimizatsiya/lsi-optimizatsiya-tekstov-ponyatiya-i-sposoby-poiska-lsi-klyuchey/>.

*LSI optimizatsiya tekstov: ponyatiya i sposoby poiska LSI klyuchey [online].*

11. **Onaifo D., Rasmussen D.** Increasing libraries' content findability of the web with search engine optimization // Library Hi Tech. – 2012. – Vol. 31, No. 1. – P. 87–108. – doi: 10.1108/07378831311303958

12. **Wertime K., Fenwik I.** Digital Marketing. – Businesscom, 2015.

13. **Yandex.** Statistics. – Режим доступа: <https://stat.yandex.ru/>.

14. **Аудит сайта собственными силами.** – Режим доступа: [https://www.seochecklist.ru/Audit\\_sayta\\_sobstvennymi\\_silami](https://www.seochecklist.ru/Audit_sayta_sobstvennymi_silami).

15. **Багдасарян Л. Ш.** Приёмы внутренней поисковой оптимизации веб-ресурса на уровне страницы // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2016. – № 4–2. – С. 102–105.

*Bagdasaryan L. Sh. Priemy vnutrenney poiskovoy optimizatsii veb-resursa na urovne stranitsy // Novaya nauka: problemy i perspektivy. – 2016. – № 4–2. – С. 102–105.*

16. **Гульшина А. Е.** Лингвостилистические особенности текста веб-сайта: проблема смыслового восприятия : на материале презентационных текстов веб-сайта : автореф. дис. ... канд. фил. наук. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/lingvostilisticheskie-osobennosti-teksta-veb-saita-problema-smyslovogo-vospriyatiya-na-mater#ixzz4Zx5rDsvb>.

*Gulshina A. E. Leengvostilisticheskie osobennosti teksta veb-sayta: problema smyslovogo vospriyatiya : na materiale prezentatsionnyh tekstov veb-sayta : avtoref. dis. ... kand. fil. nauk.*

17. **Интернет** в России: его значение, цели и время использования [online]. – Режим доступа: [http://www.bizhit.ru/index/internet\\_v\\_rossii\\_i\\_ego\\_znachenie/0-593](http://www.bizhit.ru/index/internet_v_rossii_i_ego_znachenie/0-593).

*Internet v Rossii: ego znachenie, tseli i vremya ispolzovaniya [online].*

18. **Использование** мета-описаний. – Режим доступа: <https://yandex.ru/support/webmaster/recommendations/using-meta-desc.xml?lang=ru>.

*Ispolzovanie meta-opisaniy.*

19. **Пилипчук Р. Н., Якуба Т. Ю.** Популяризация библиотечных интернет-ресурсов методами поисковой оптимизации // Современные тенденции развития библиотечно-информационных технологий : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., 23–26 сент. 2013 г. – С. 87–92.

*Pilipchuk R. N., Yakuba T. Yu. Populyarizatsiya biblioteknykh internet-resursov metodami poiskovoy optimizatsii // Sovremennye tendentsii razvitiya bibliotечно-informatsionnykh tehnologiy : materialy V Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., 23–26 sent. 2013 g. – С. 87–92.*

20. **Пронина Л. А., Романова Н. Д.** К проблеме продвижения веб-сайтов общедоступных библиотек // Психолого-пед. журн. «Гаудеамус». – 2013. – № 2 (22). – С. 77–81.

*Pronina L. A., Romanova N. D. K probleme prodvizheniya veb-sajtov obshchedostupnykh bibliotek // Psihologo-ped. zhurn. «Gaudeamus». – 2013. – № 2 (22). – S. 77–81.*

21. **Севостьянов И.** Поисковая оптимизация : практ. рук. по продвижению сайта в интернете. – Санкт-Петербург : Питер Пресс, 2016.

*Sevostyanov I. Poiskovaya optimizatsiya : prakt. ruk. po prodvizheniyu sayta v internete. – Sankt-Peterburg : Peter Press, 2016.*

22. **Сильченко О. В.** Внутренняя SEO-оптимизация как средство продвижения сайта библиотеки // Библиотеки в информационном обществе: сохранение традиций и развитие новых технологий : докл. II Междунар. науч. конф., Минск, 1–2 декабря 2016 г. – С. 300–308.

*Silchenko O. V. Vnutrennyaya SEO-optimizatsiya kak sredstvo prodvizheniya sayta biblioteki // Biblioteki v informatsionnom obshchestve: sohranenie traditsiy i razvitie novykh tehnologiy : dokl. II Mezhdunar. nauch. konf., Minsk, 1–2 dekabrya 2016 g. – S. 300–308.*

23. **Фролкина Е.** Внутренняя перелинковка страниц сайта. – Режим доступа: <http://prozhector.ru/publications/vypusk-3-ot-03-aprelya/master-klass-vnutrennyaya-perelinkovka-sayta/>.

*Frolkina E. Vnutrennyaya perelinkovka stranits sayta.*

---

***Lyudmila Shevchenko, Cand. Sc. (Pedagogy), Senior Researcher, State Public Scientific and Technological Library of the Russian Academy of Sciences Siberian Branch;***

*obzor@spsl.nsc.ru*

*15, Voskhod st., 630200 Novosibirsk, Russia*