

## **ВНУТРЕННЯЯ SEO-ОПТИМИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА БИБЛИОТЕКИ**

*Сильченко Олеся Валентиновна,  
Национальная библиотека Беларуси,  
Минск, Беларусь*  
[olesyaredaktor@gmail.ru](mailto:olesyaredaktor@gmail.ru)

*Представлен опыт Национальной библиотеки Беларуси по внутренней SEO-оптимизации контента сайта nlb.by, направленной на повышение его посещаемости; описаны возможности адаптации методов продвижения сайтов к целям, стоящим перед виртуальным ресурсом библиотеки. Данный опыт рассматривается с позиции возможности его использования при продвижении сайтов других библиотек страны.*

*Ключевые слова: SEO-оптимизация, уникальность текста, «водность» текста, «тошнота» текста, навигация сайта, ключевые слова, поисковые системы.*

## **INTERNAL SEO OPTIMIZATION FOR THE PROMOTION OF THE LIBRARY'S WEBSITE**

*Olesya Silchenko,  
the National Library of Belarus,  
Minsk, Belarus*  
[olesyaredaktor@gmail.ru](mailto:olesyaredaktor@gmail.ru)

*The experience of the National Library of Belarus in the sphere of internal SEO optimization of the content of the library's website nlb.by in order to increase site traffic; the adapted methods of promotion of sites for the purposes of the library's virtual resource are exposed. This experience is considered from the standpoint of the possibility of its use in promoting the sites of other Belarusian libraries.*

*Keywords: SEO optimization, the uniqueness of the text, the milk-and-water, the «qualmishness» of the text, website navigation, keywords, search engines*

В настоящее время сайт Национальной библиотеки Беларуси находится в процессе модернизации. Портал nlb.by устарел во многих отношениях, ведь создавался он в далеком 2007 г. В стадии завершения – разработка принципиально нового ресурса, в связи с чем весь контент также претерпевает значительные изменения. Одна из целей обновления сайта библиотеки – повышение его посещаемости, поэтому SEO-оптимизация стала основной задачей специалистов, создающих контент для данного виртуального ресурса.

Современные методы продвижения веб-сайтов описаны в специальной литературе весьма подробно, но у Интернет-ресурсов библиотек есть своя специфика. Кроме того, существуют особенности, отличающие сайт Национальной библиотеки Беларуси от других библиотечных ресурсов страны. Мы попробовали адаптировать методы продвижения сайтов к целям, которые стоят перед порталом «алмаза знаний». Одной из задач является повышение спроса на услуги, которым посвящен соответствующий раздел портала.

SEO (в пер. с англ. – «поисковая оптимизация» (search engine optimization)) – это процесс увеличения количества пользователей на веб-сайте путем увеличения его ранга в результатах поиска в поисковых системах [1].

Если на внешнюю оптимизацию сайта – регистрацию в каталогах поисковых систем, баннерную рекламу в сети Интернет, обмен ссылками, «накручивание просмотров» и др. – в большинстве случаев нужно тратить денежные средства, то способы внутренней оптимизации бесплатны и посильны для работников, участвующих в процессе создания текстов для сайта. За счет одной внутренней оптимизации можно добиться хороших результатов в продвижении ресурса и занять высокие позиции в выдаче поисковых систем.

Перечислим **способы внутренней оптимизации сайта**, которые нашли применение в процессе модернизации портала nlb.by:

- упрощение структуры сайта (навигации);
- уплотнение «перелинковки» страниц;
- поисковая оптимизация страниц посредством подбора и грамотного использования ключевых слов;
- повышение уникальности контента, а также корректировка таких показателей текстов, как «водность» и «тошнота»;
- стилистическая редакция текстов, облегчающая восприятие информации посетителями ресурса [1].

Поиск информации на сайте не должен превращаться в квест с большим количеством нажатий на клавиши по принципу «может, сейчас угадаю». Ссылки на популярные, посещаемые страницы в идеале находятся в самых удобных местах и размещаются в максимально логичной и простой последовательности. Только в этом случае пользователь станет вновь и вновь посещать ресурс, т.к. будет уверен, что быстро найдет нужную информацию. Кроме того, он точно узнает обо всех возможностях библиотеки.

Одна из особенностей сайта Национальной библиотеки Беларуси – его многоуровневая структура. Это обширная информация о библиотеке, многочисленных услугах и мероприятиях, объемные базы данных, разнообразные информационные виртуальные ресурсы, электронные каталоги, международная виртуальная справочная служба, электронная доставка документов, информация для библиотекарей и многое другое. К тому же сайт существует в трех версиях – русской, белорусской и английской. Поэтому мы постарались выделить для главной страницы самую важную информацию и назвать разделы и подразделы таким образом, чтобы пользователь сети Интернет сразу понял, какая из ссылок приведет к той или иной информации.

Посетители старой версии сайта, например, могли не сразу догадаться, что сведения о выставках живописи, физкультурно-оздоровительном комплексе и обзорной площадке находятся в разделе «Социокультурные услуги», об экспертизе книг – в «Информационных услугах», а о распечатке информации при этом – в «Дополнительных услугах», по соседству с арендой залов. Слово «социокультурные» в принципе не употребляет в речи большинство людей, для них выставка живописи – это скорее бесплатное мероприятие, событие, но только не «социокультурная» услуга.

Под **«перелинковкой»** (англ. *link* – «ссылка») понимается грамотное размещение на страницах сайта ссылок на другие его страницы [1]. Обычно это ссылки на смежные рубрики, тематические теги, списки «Читайте также», ссылки на разделы, которые постоянно отображаются на сайте (например, время работы и структура библиотеки) и др. В данном направлении весьма успешно велась работа и до модернизации сайта. Если в тексте новости упоминались обзорная площадка или речь шла о времени работы библиотеки, стоимости тех или иных услуг, специалисты делали данные фрагменты текста активной ссылкой на соответствующие раз-

делу сайта. Такой внутренний обмен ссылками значительно повышает посещаемость ресурса и является гарантией того, что пользователь не закроет портал, просмотрев одну страничку, а пойдет уточнять информацию на другие страницы.

Продвижение сайта сильно упрощается, если имеется **список ключевых слов**, по которым пользователи будут искать те или иные сведения. Если такого списка нет, его нужно составить, руководствуясь логикой человека, который ищет в интернете информацию по вашей теме, либо воспользоваться программой Key Collector, сервисом Megaindex и другими разработками, помогающими грамотно подобрать ключевые слова. Успехом мы будем считать явление, когда по запросам «выставки бесплатно Минск» и «тренажерка дешево район Восток» будет выдаваться ресурс Национальной библиотеки Беларуси.

Приведем в качестве примера оптимизацию текста о физкультурно-оздоровительном комплексе. Ключевыми словами для данного содержания будут *фок национальной библиотеки, тренажерный зал, тренажеры, тренажерка, качалка, качать мышцы, недорого, дешево, доступная цена, низкие цены, Минск, Восток, беговые дорожки, велотренажеры, штанги, тренер, душ Шарко, циркуляционный душ, фитнес-бар, протеины, сауна, парковка*. Все они должны быть прописаны в специальном окне системы администрирования сайта, созданном разработчиками сайта; некоторые из слов добавляются непосредственно в текст.

Приведем исходный вариант текста:

*«Для любителей здорового образа жизни, укрепления иммунитета и поддержания хорошей физической формы физкультурно-оздоровительный комплекс Национальной библиотеки Беларуси предлагает:*

- *современный тренажерный зал площадью 200 кв. м, оснащенный профессиональным силовым оборудованием с широким гантельным рядом от 1 до 60 кг и кардиотренажерами различного типа – беговыми дорожками, эллипсоидом, велотренажерами, грифами разных весов и конфигураций;*
- *профессиональный тренерский состав, индивидуальный подход к каждому посетителю, составление программ тренировок и плана питания;*
- *комфортные раздевалки с душевыми комнатами;*

- комфортабельная сауна с уютной комнатой отдыха и комплексом водных процедур: души Шарко, циркуляционный душ, обливное устройство;

- фитнес-бар с широким ассортиментом протеиновых, белково-углеводных, энергетических коктейлей и аминокислот;

- удобная парковка;

- доступные цены».

Оптимизируем структуру текста, добавляем недостающие ключевые слова:

«Физкультурно-оздоровительный комплекс (ФОК) Национальной библиотеки Беларуси – один из самых **недорогих в Минске**. При этом оснащённость комплекса и ассортимент услуг – на **высоте**.

**По доступной цене** любителям здорового образа жизни **ФОК** предлагает:

- современный тренажерный зал площадью 200 кв. м с профессиональным силовым оборудованием;

- **тренажеры** для различных групп **мышц**;

- кардиотренажеры различного типа – беговые дорожки, эллипсоид, велотренажеры;

- широкий гантельный ряд: от 1 до 60 кг, грифы **штанги** разного веса и конфигураций;

- профессиональный тренерский состав, индивидуальный подход к каждому, составление программ тренировок и плана питания;

- комфортные раздевалки с душевыми комнатами;

- комфортабельную сауну с уютной комнатой отдыха;

- души Шарко, циркуляционный душ, обливное устройство;

- фитнес-бар с широким ассортиментом **протеинов**, аминокислот, белково-углеводных, энергетических коктейлей;

- удобную **бесплатную** парковку;

- **низкие цены**».

Самый эффективный способ продвинуть сайт в рейтинге поисковых систем – это **размещение большого количества уникального контента**. В настоящее время это даже важнее, нежели работа с ключевыми словами, т.к. поисковики с каждым годом становятся все умнее и избирательнее при оценке информации. Поэтому очень важно ежедневно размещать на сайте уникальные матери-

алы, подготовленные специалистами библиотеки в виде анонсов или постфактумов мероприятий либо в виде рерайтов, сделанных на основе текстов культурной тематики из других сайтов (если есть такая возможность). Под рерайтом понимается результат рерайтинга (rewriting), что в переводе с английского языка означает переписывание, переработку исходных материалов с целью их дальнейшего использования.

Перед публикацией любого текста очень важно проверить его на **уникальность**. Только наличие уникальных материалов позволяет поисковым системам «увидеть» сайт как источник информации, достойный внимания пользователей, а также продвинуть его в рейтинге ресурсов по выдаче. Подобную проверку можно провести с помощью программы ЕТХТ-антиплагиат либо определить уникальность онлайн на специализированных ресурсах. Программа найдет «дубли» через систему Яндекс, определит процент уникальности статьи и обозначит фразы, которые нужно исправить. Нормой считается уникальность порядка 97–99% [1]. Чтобы повысить уникальность текста, можно менять структуру предложений, перефразировать устойчивые обороты, избавляться от «штампов», перегруппировывать абзацы и т.д. Важно следить за тем, чтобы в итоге неуникальный фрагмент (программа его выделит) не превышал трех слов подряд.

Чтобы «подпитать» сайт уникальными материалами, многие способы хороши. К примеру, если у работников библиотеки есть возможность разместить на портале тексты докладов, озвученных на конференциях и вошедших в сборники, необходимо ею воспользоваться.

В то же время нецелесообразно публиковать на сайте материал о ежегодной тематической выставке, мало чем отличающийся от опубликованных в предшествующие годы аналогичных текстов. Помимо актуализации информации, специалист библиотеки должен позаботиться о ее уникальности: изменить структуру статьи, заменить «избитые» слова синонимами, дополнить свежими сведениями, актуальной статистикой, чтобы она стала уникальной на 100%.

Что касается **«водности» текста**, то само название понятия говорит о том, что в текстах должно быть больше конкретики, чем общих фраз вроде *«на сегодняшний день»*. «Водность» обозначает долю словесных связок и слов, которые не несут смысловой нагрузки [1]. Как правило, «водность» повышают наличие избитых фраз и

выражений, обилие союзов и предлогов, вводные слова, которые можно опустить и др. Чем меньше «водность», тем выше статья в рейтинге поисковых систем. Увидеть слова, которые делают тот или иной текст водным, можно с помощью многочисленных онлайн-сервисов, один из которых – Advego. Следует отметить, что понятия «водность» и «информационная плотность» текста близки, но не тождественны. Насыщенный значимой информацией текст может содержать слова и выражения, которые часто встречаются в интернете и воспринимаются поисковиками как показатели «водности», поэтому один и тот же фрагмент порой воспринимается читателем как содержательный, информационно плотный, а поисковыми системами – как слишком «водный».

Еще один показатель, который стоит учитывать при создании контента для сайта библиотеки, это «тошнота»<sup>18</sup>, представляющая собой процентное соотношение количества повторов слов в тексте к самому тексту. Чем больше повторений одной и той же лексемы, тем выше «тошнота» и тем менее привлекателен контент для поисковых систем. Для исправления подобного недочета нужно сократить количество повторяющихся слов или увеличить объем текста. Выявить слово, которое является наиболее «тошнотным», помогут те же сервисы, что и в случае с водностью. Допустимый показатель академической «тошноты» – 8–11%. Причем намеренный повтор ключевых слов может негативно повлиять на «тошноту» текста, поэтому важно сохранить баланс между оптимальной насыщенностью материала ключевыми словами и допустимой плотностью повторений («тошнотой»). Как правило, на абзац средней величины (5–7 строк) достаточно использования одного ключевого слова.

Не менее важен и такой фактор, как оперативность обновления информации. Он также влияет на степень уникальности текста. Информация должна сначала появляться на сайте библиотеки, затем – на других ресурсах. В таком случае поисковые системы проиндексируют («увидят») её раньше аналогичных материалов прочих СМИ. Если, например, какой-либо популярный портал согласен разместить анонс мероприятия при условии, что он не появится раньше на других сайтах, в том числе – ресурсе вашей библиотеки,

---

<sup>18</sup> В настоящее время нет нормированного термина для обозначения данного понятия. Считается, что слово «тошнота» в данном значении впервые употребил в 2006 году на форуме [forum.searchengines.ru](http://forum.searchengines.ru) пользователь под ником Минич.

то текст данного анонса перерабатывается. Достаточно заменить в исходном анонсе каждое третье слово – и поисковики воспримут переписанный текст как новый, то есть уникальный.

Регулярность пополнения сайта любопытными сведениями в удобной для чтения форме в значительной степени влияет на отношение посетителей к ресурсу и желание возвращаться на него снова и снова.

**Стилистическая редакция** текстов сайта nlb.by включает работу по упрощению громоздких конструкций, устранению канцелярских слов и выражений, страдательных залогов (типа *библиотекарями была подготовлена*) и малозначительных сведений, а также представлению информации по возможности простыми предложениями. Ведь веб-ресурс библиотеки создается в первую очередь для многочисленных читателей, а уже во вторую – для библиотекарей. Поэтому любая информация, опубликованная на портале, должна легко восприниматься самыми разными людьми, в том числе далекими от библиотечного дела.

В качестве примера не самого удачного текста приведем фрагмент описания музея книги, который был размещен на старом сайте Национальной библиотеки:

*«Основной целью его деятельности является ознакомление посетителей с развитием белорусского книгопечатания в контексте всемирной истории книги, с современными тенденциями мировой и отечественной издательской деятельности, историей библиотеки. Музей представляет собой экспозиционно-выставочный зал (площадь 288 кв. м) для демонстрации постоянных и временных экспозиций. Он имеет современное музейное оснащение, что позволяет поддерживать необходимый экспонатам микроклимат».*

Адаптированный под интернет-пользователя вариант данного описания выглядит следующим образом:

*«Музей знакомит посетителей с традициями белорусского книгопечатания разных веков в контексте мировой истории книги. Кроме того, вы узнаете о последних трендах печатного дела Беларуси и тенденциях издательской деятельности во всем мире. В выставочном зале площадью более 280 квадратных метров демонстрируются как постоянные, так и временные экспозиции. Современное музейное освещение и необходимый экспонатам микроклимат создают завораживающую атмосферу путешествия в мир*



*книг. Здесь вы также найдете много интересного об истории Национальной библиотеки».*

Стоит отметить работу специалистов Национальной библиотеки Беларуси, направленную на интеграцию сайта с другими популярными информационными площадками – сайтами СМИ, ресурсами других библиотек и учреждений культуры, что также является бесплатным способом внешней оптимизации сайта. Подготовка пресс-релизов, анонсов, предназначенных для размещения на других ресурсах и привлечения внимания журналистов к мероприятиям, повышают присутствие библиотеки в социально значимых медиа, в числе которых – TUT.BY. Все это положительно сказывается на интересе к ресурсу у пользователей и повышению его рейтинга в выдаче поисковых систем. Кроме того, в результате модернизации ресурса появилась возможность размещать в основном тексте новости видео с Youtube, что положительно повлияло на посещаемость сайта.

О том, как в процентном выражении скажутся на посещаемости ресурса nlb.by вышеперечисленные методы SEO-оптимизации и как изменится спрос на услуги учреждения, можно будет судить уже в ближайшем будущем, когда появится соответствующая статистика у программистов Национальной библиотеки Беларуси.

#### **Список использованных источников:**

1. Иванов, И. SEO: Поисковая оптимизация от А до Я [Электронный ресурс] / И. Иванов. – Режим доступа: [http://www.sbup.com/seo-forum/poiskovaya\\_optimizaciya\\_v\\_obshih\\_chertah/seo\\_poiskovaya\\_optimizaciya\\_ot\\_a\\_do\\_ya/](http://www.sbup.com/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/). – Дата доступа: 20.10.2016.