

Використання елементів соціальних мереж на туристичних сайтах

Олег Наум

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м.Львів, вул. С.Бандери, 12,
E-mail: gelor@ukr.net

In theses considered benefits can be obtained by implementing some elements of social networking for tourism website.

Ключові слова – соціальна мережа, тематична спільнота, туристичний сайт, інформаційне наповнення сайту.

I. Вступ

На цей час в українському сегменті WWW є багато інформаційних сайтів на туристичну тематику, створені за допомогою стандартних інструментів популярних систем управління контентом. Такі сайти є подібні за структурою та мають обмежені функціональні можливості.

II. Основний матеріал

Зазвичай, створюючи власний туристичний сайт, його власник планує одержати якомога більше відвідувань. Для цього, враховуючи достатньо високу конкуренцію, слід створити умови для утворення на сайті активної спільноти користувачів (zareestrovanih відвідувачів), яка б генерувала якісне інформаційне наповнення (ІН), таке як: туристичні об'єкти, матеріали, коментарі тощо [1], далі користувачьке інформаційне наповнення (КІН). Це дасть такі переваги:

- зростання ядра аудиторії сайту (відвідувачі, які знають про сайт та заходять на нього регулярно);
- наявність унікального тексту є однією з позитивних характеристик, яка впливає на розміщення сторінок сайту у пошуковій видачі [2], що зі свого боку, дасть змогу отримувати відвідувачів із пошукових систем;
- цікавий та корисний КІН дає покращення деяких показників, таких як: проведений час відвідувачами на сайті, кількість переглянутих сторінок одним відвідувачем, повернення відвідувача на сайт. Ці показники також позитивно впливають на покращення позицій сайту у пошукових системах;
- не витрачаються кошти на купівлю ІН, які можна використати на розвиток сайту чи на рекламу.

Для створення такої спільноти, по-перше, потрібно реалізувати можливості додання КІН та його обговорення.

По-друге, створити засоби, які мотивували б користувачів до створення якісного ІН та давали б змогу проводити на сайті більше часу:

- рейтинги користувачів: дасть можливість користувачам бути першими у рейтингу, якщо вони додають якісне ІН;

- оцінки та рейтинги КІН: дають змогу виділити більш якісний контент (на думку користувачів);
- можливість додавання інформації про себе: контактну інформацію, посилання на свої сторінки на інших сайтах, у тому числі соціальних мережах, додавання своїх фотографій, відео тощо;
- модуль «Вибране»: можливість відзначити той КІН, який подобається користувачеві з подальшим відображенням списку такого КІН у профілі користувача;
- модуль «Друзі»: можливість додавання інших користувачів сайту до друзів за взаємною згодою;
- Модуль обміну повідомлень між користувачами сайту;
- Інформація про активність користувача на сайті:
 - які туристичні об'єкти та матеріали додані користувачем;
 - кількісні показники: скільки туристичних об'єктів та матеріалів додані користувачем, скільки коментарів написано, скільки оцінок виставлено тощо.

По-третє, для дотримання на сайті правил та утримання якості КІН на високому рівні необхідно реалізувати підсистему модерації, яка давала б змогу відвідувачам поскаржитись на контент чи виставити негативну оцінку, а модератори (користувачі, які мають повноваження видаляти ІН та інше) звертали б особливу увагу на такі сигнали зі сторони учасників спільноти сайту.

Також для покращення зручності користування сайтом та зменшення витрат на розробку додаткових можливостей можна скористатись послугами сторонніх сервісів (здебільшого безкоштовних), а саме: OpenID, Disqus, ВКонтакте, Facebook, сервіси фото- і відео-хостингу, картографічні сервіси тощо. Проте використання таких сервісів має деякі недоліки: втрата частини статистичних даних, втрата контенту (коментарі, фотографії та відео будуть зберігатись на сторонніх серверах), певні обмеження, які встановлюють розробники сервісів.

Висновок

Для покращення умов користування сайтом та підвищення його ефективності є організація елементів соціальних мереж у межах сайту.

Література

1. Наум О.М. Побудова інформаційної моделі туристичного сайту / О.М. Наум // Вісник НУ “Львівська політехніка”. – Львів, Видавництво НУ “Львівська політехніка”, 2011. – № 699 “Комп’ютерні системи та мережі”. – С.175-184.
2. Ашманов И.С. Продвижение сайта в поисковых системах / И.С. Ашманов, А. А. Иванов. – М.: ООО “И.Д. Вильямс”, 2011. – 304 с.