

Методология НИР

УДК 02:001.891:004.738.5

ББК 78.0+78.6

DOI 10.20913/1815-3186-2018-4-3-9

ПРИМЕНЕНИЕ ВЕБ-АНАЛИТИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ GOOGLE TRENDS В СОЦИОГУМАНИТАРНЫХ И БИБЛИОТЕКОВЕДЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

© С. В. Соколов, 2018

Институт научной информации по общественным наукам РАН,
Москва, Россия; e-mail: beholder73@gmail.com

Статья посвящена интеллектуальной поисково-аналитической системе Google Trends, ее использованию как в рамках научных исследований, проводимых Международной федерацией библиотечных ассоциаций (ИФЛА), так и в работах зарубежных авторов, статистика по которым была получена при анализе полнотекстовых баз данных Springer Link, Oxford University Press и SAGE. Рассмотрены различные варианты применения этого инструментария отечественными авторами, дано сравнительное исследование Google Trends и его отечественного аналога «Яндекс. Вордстат».

Ключевые слова: веб-аналитика, Google Trends, поисковый запрос, библиотечный маркетинг, библиотечная терминология

Для цитирования: Соколов С. В. Применение веб-аналитического инструментария Google Trends в социогуманитарных и библиотечных исследованиях // Библиосфера. 2018. № 4. С. 3–9. DOI: 10.20913/1815-3186-2018-4-3-9.

Applying Google Trends web-analytic tools in socio-humanitarian and library studies

S. V. Sokolov

Institute of Scientific Information on Social Sciences, Moscow, Russia; e-mail: beholder73@gmail.com

The article «Application of Google Trends web-analytic tools in socio-humanitarian and library studies» examines the problems of using web-statistical tools by foreign and domestic experts in the field of library and social sciences. The article is divided into five parts. The first one sets the objective and main tasks of the work, gives a general description of both Google services as a whole, and the chosen research method, discusses the history of its creation and implementation. The second part analyzes the appeal to this method by experts of the International Library Association, demonstrates this method at the IBA session in Kuala Lumpur in 2018. The third part demonstrates the method use in modern socio-humanitarian studies presented in the international full-text Springer Databases Link, Oxford University Press and Sage. The paper considers the works of German and Russian authors actively using this method in library studies. The fourth part describes the capabilities and limitations of the Google Trends toolkit compared to Yandex-Wordstat, its Russian counterpart. The fifth part presents the main conclusions and substantiates the significance of this method for sociological research, sets out prospects for the further use of the Google Trends service to solve current library problems.

Keywords: web analytics, Google Trends, search query, library marketing, library terminology

Citation: Sokolov S. V. Applying Google Trends web-analytic tools in socio-humanitarian and library studies. *Bibliosphere*. 2018-4. P. 3–9. DOI: 10.20913/1815-3186-2018-4-3-9.

Российские и зарубежные поисковые системы в настоящее время являются не только агрегаторами информации, снабженными продвинутым справочно-поисковым аппаратом, но и мощными статистическими и аналитическими системами. Так, компания Google как автор многих научных, образовательных и культурных проектов предлагает более 40 служб и инструментов для различных нужд, которые могут быть использованы специалистами самых разных направлений, в том числе и в библиотечно-информационной работе.

Рассмотрим опыт использования набирающего популярность сервиса Google Trends, принадлежащего, соответственно, компании Google, в социогуманитарных исследованиях и исследованиях, связанных с библиотечной практикой. Это публичное веб-

приложение, запущенное в мае 2006 г., показывает степень популярности ключевых слов среди пользователей поисковой системы Google по различным тематикам, на различных языках и в различных регионах мира. Инструментарий выявления быстро развивающихся пользовательских запросов адресован прежде всего маркетологам, журналистам и медийным работникам. Достоинство этого сервиса не только в выявлении наиболее устойчивых популярных запросов в целом, что можно получить и с помощью большинства традиционных интернет-поисковиков, но и в получении статистики за короткий промежуток времени – последние 24 часа или заданный временной отрезок в прошлом. 5 августа 2008 г. Google запустил Google Insights for Search, более сложную и передовую службу отображения тенденций поиска,

которая в 2012 г. была объединена с Google Trends. Google Hot Trends является дополнением к Google Trends, которое отображает 20 «горячих», то есть с наиболее быстрым ростом, поисковых запросов за последний час и используется пока лишь в некоторых регионах, например, в Соединенных Штатах Америки. С начала 2016 г. с главной страницы Google Trends было убрано годовое отображение наиболее рейтинговых, популярных запросов в интернете и введено отображение объема поисковых запросов за последние 24 часа. Этот переход свидетельствует о большем внимании современных пользователей интернета к текущим краткосрочным явлениям и процессам. Такое «ускорение времени», как в глобальных информационных сетях, так и в отдельных библиотечно-информационных сервисах, фиксируют и ведущие современные исследователи технологий тайм-менеджмента, например, Мэгги Фарелл из Университета Клемсона. Ее статья «Управление временем» [19] в «Журнале библиотечного администрирования» (*Journal of Library Administration*) стала в 2018 г. лидером цитирования среди статей по тематике библиотечно-информационных исследований в приложении Hot Articles, размещенном в том числе на центральной странице электронной библиотеки ГПНТБ России [15].

Исследование Google Trends в рамках Международной федерации библиотечных ассоциаций

Эффективность использования инструментов веб-статистики библиотечными учреждениями и научными библиотечными институтами показал возрастающий интерес к ним со стороны Международной библиотечной ассоциации. Еще в 2006 г., на момент запуска Google Trends, ИФЛА в публикации Кристины Кунтц «Использование данных клиентов для улучшения стратегического планирования маркетинга и принятия решений» [23] показала эффективность использования информационных баз данных пользователей порталов Amazon.com и Google.com. Длительное время внедрение нового веб-статистического инструментария тормозилось в том числе отсутствием необходимых международных библиотечных стандартов на использование статистики обращений пользователей в открытом вебе. Так, в руководстве для библиотек секции по комплектованию и развитию коллекций ИФЛА августа 2012 г. «Ключевые проблемы развития коллекций электронных ресурсов: руководство для библиотек» важнейшим обоснованием необходимости использования того или иного ресурса было названо соответствие инструмента статистики принятым стандартам ICOLC (*International Coalition of Library Consortia's Guidelines for Statistical Measures of Usage of Web-Based Information Resources* и/или SUSHI (*Standard Usage Statistics Harvesting Initiative*) [7].

В Стратегическом плане ИФЛА на 2016–2021 гг. [20] зафиксирована необходимость продвижения стандартов для поддержки библиотек, обслуживающих местное население, а также разработка стандартов для сбора и сохранения цифрового контента в его разнообразных формах. Стратегические направления этого плана по обеспечению большего доступа к открытым

данным («2.2.2») и по способствованию большему доступу населения к интернет-ресурсам («2.3.1») также показывают, что существует определенная перспектива развития стандартов по линии открытых данных в открытых информационных сетях.

Как показывают программы конференций ИФЛА (2010–2017 гг.), проблематика использования сервисов Google библиотеками до последнего времени на уровне отдельных докладов конференций не ставилась вообще. В докладе на секции ИФЛА 2016 г. в Коломбо из исследователей Google Trends упоминается только Кай Кахилл (Kay Cahill) [16]. Тем не менее статистика поисковых запросов в среде Google к ИФЛА-публикациям применялась, например, в годовых отчетах для оценки деятельности организации. Так, одним из пяти статистических показателей деятельности ИФЛА в 2017 г. была статистика по 81,246 обращениям к этим публикациям через браузер Google [21].

На последней сессии ИФЛА в Куала-Лумпуре в 2018 г. виден отчетливый интерес как в целом к веб-сервисам Google, так и отдельно к сервису Google Trends. На последнем саммите ИФЛА были представлены следующие доклады о сервисах Google, а также спонсируемые Google [17]:

- «Планы для совместимой архитектуры данных и протоколов OAIS» («Plans for an OAIS Interoperable Data Architecture and Protocols»).
- «Взаимодействие в учебном классе – формы Google и библиотечные руководства» («Engaging the Classroom – Google Forms and Library Guides»).
- «Отслеживание и прогнозирование роста медицинской информации с использованием наукометрических методов и Google Trends» («Tracking and Predicting Growth of Health Information Using Scientometrics Methods and Google Trends»).

В последнем докладе [28] авторами из румынского Трансильванского университета была показана возможность коррелированного использования сетевого ресурса Google Trends вместе с наукометрической базой Web of Science для отслеживания и прогнозирования информации о медицине для библиотек в разных странах мира.

Google Trends в работах зарубежных авторов по статистике международных полнотекстовых баз данных

Отдельных монографических исследований, подробно анализирующих возможности сервиса Google Trends для решения библиотечных задач, пока не существует. Можно выделить главу исследования Бена Шоуверса «Библиотечная аналитика и количественные показатели: использование данных для принятия решений и предоставления услуг» [15]. В этой работе в части «Внешний инструментарий исследования поведения посетителей публичного информационно-культурного учреждения» подробно описывается именно Google Trends с примерами соотношения популярности понятий «Британский музей» и «Терракотовая армия», чтобы сделать вывод о популярности определенной экспозиции среди всех других выставок музея.

Полная картина использования инструментария Google Trends в современных социогуманитарных и конкретно в библиотековедческих исследованиях становится видна при анализе всей современной научной периодики, доступной через международные полнотекстовые базы данных Oxford University Press, SAGE и Springer Link. Во всех трех базах доступно четкое отнесение статьи, где хотя бы раз упоминается искомый термин «Google Trends», к определенной научной дисциплине или к ряду научных направлений. Чистота подсчета использования этого термина в научной периодике определяется устойчивостью самого выражения. При взятии выражения в кавычки гарантируется наибольшая релевантность поиска. В приведенных ниже трех таблицах представлены данные по общему количеству упоминаний термина, присутствию этого термина в наиболее крупных научных рубриках и более подробно – в социально-гуманитарных исследованиях.

Как видно из приведенной статистики (табл. 1–3), использование методики Google Trends максимально задействовано в исследованиях, связанных с медициной, а также в сфере информационных технологий. Доля социально-гуманитарных наук в общем количестве исследований составляет $\frac{1}{3}$ в журналах издательства Oxford University Press, $\frac{1}{4}$ – в базе SAGE и всего $\frac{1}{17}$ в коллекции электронных журналов издательства Springer Link. Колебания этой величины связаны с общей структурой той или иной коллекции, но тем не менее показывают и слабое использование этой методики науками социального профиля. Из всех исследуемых баз научных статей отдельно

Таблица 1

Научные исследования по сервису Google Trends в коллекции электронных журналов издательства Oxford University Press [27]

Table 1

Research on the Google Trends service in the collection of electronic journals published by Oxford University Press [27]

| Тематика журналов | Количество статей |
|----------------------------|-------------------|
| Медицина и здоровье | 93 |
| Право | 1 |
| Биология | 9 |
| Математика (биоматематика) | 5 |
| Публичная политика | 1 |
| Проблемы зависимостей | 5 |
| Гендерные проблемы | 1 |
| Геронтология | 1 |
| Здравоохранение | 5 |
| Экономика здоровья | 5 |
| История | 1 |
| Итого | 130 |

Таблица 2

Научные исследования по сервису Google Trends в коллекции электронных журналов издательства SAGE [29]

Table 2

Research on the Google Trends service in the collection of electronic journals published by SAGE [29]

| Дисциплина | Количество статей (всего 175) |
|---|-------------------------------|
| Исследования средств массовой информации и коммуникации | 18 |
| Социология | 9 |
| Политика и международные отношения | 8 |
| Исследования культуры | 7 |
| Менеджмент и управление | 5 |
| Инженерное дело и программирование | 3 |
| Материаловедение | 3 |
| Криминология | 2 |
| География | 2 |
| Итого | 44 |

Таблица 3

Научные исследования по сервису Google Trends в коллекции электронных журналов издательства Springer Link [31]

Table 3

Research on the Google Trends service in the collection of electronic journals published by Springer [31]

| Тематика журналов | Количество статей |
|---|-------------------|
| Информатика Computer Science | 297 |
| Бизнес и управление Business and Management | 199 |
| Медицина и здравоохранение Medicine & Public Health | 92 |
| Машиностроение Engineering | 66 |
| Социальные науки Social Sciences | 56 |
| Library Science | 2 |
| Printing and Publishing | 2 |

проблемы библиотековедения выделены в двух статьях издательства Springer Link: об исследовании технологии контент-маркетинга в интернет-продвижении интереса к художественной литературе [22] и по использованию сервиса Google Trends в выявлении популярности открытых научных данных в странах Африки южнее Сахары [26].

Необходимо отметить, что именно немецкоязычная научная периодика образует наибольший региональный сегмент использования технологии Google Trends.

По мнению известного немецкого исследователя из Фрейбургского университета современных СМИ, изложенному в монографии «Цифровой мир и научная библиотека», в начале своего появления Google Trends являлся скорее не сервисом, а внутренним кодом в поисковой машине Google для ранжирования наиболее популярных ключевых слов [32]. Авторы исследования «Эволюция информационной инфраструктуры: библиотеки и наука» [25] также определяют поле применимости сервиса Google Trends как возможность отслеживания популярности научных неологизмов (например, популярность словосочетаний «облачные вычисления», «распределенные вычисления» или «большие данные»).

Кроме определения популярности ключевых слов развивается и направление использования сервиса Google Trends для анализа потребительского (читательского) спроса. Авторы фундаментального немецкого «Справочника библиотечного и информационного знания», изданного в 2013 г., показали в главе «Исследование востребованности электронных ресурсов», как с помощью Google Trends можно определить стремительный взлет среди немецких интернет-пользователей, а значит, пользователей электронных ресурсов библиотек, интереса к гибридным и электронным автомобилям [23].

Использование Google Trends в трудах российских исследователей

Российские исследователи используют Google Trends преимущественно для анализа маркетинговой информации [1, 2], но в последние годы этот аналитический инструмент применяется для изучения общественных и политических процессов [4, 6, 13]. Наибольшее количество исследований сервисов Google использует их как инструмент веб-статистики, направленный на продвижение библиотечных сайтов (SEO). Так, Л. Б. Шевченко из ГПНТБ СО РАН рассматривает библиотеку с точки зрения цифрового маркетинга и предлагает шесть важных требований к организации библиотечного сайта и пути улучшения позиционирования библиотеки в интернете [14]. Проблемы использования Google Trends в библиотечном деле активно исследует доктор педагогических наук Н. С. Редькина [10–12]. Инструментарий Google Trends применяет в своем исследовании популярности традиционных источников информации в виде печатных книг доктор филологических наук Челябинского государственного университета М. В. Загидуллина [3]. Необходимо отметить, что ряд отечественных исследователей предпочитает использовать вместо Google Trends российские аналоги, особенно в области библиотечной статистики [5], при анализе читательской аудитории и эффективности работы сайта библиотеки [8].

Ряд авторов проводит сравнительные исследования отечественных и зарубежных инструментов,

взаимодополняющих друг друга при решении различных задач, связанных с исследованиями библиотек и открытых баз данных [9].

Google Trends и «Яндекс. Вордстат»

На основе сопоставления Google Trends и наиболее близкого его российского аналога – «Яндекс. Вордстат» – мы составили сравнительную таблицу двух веб-статистических инструментов (табл. 4).

Сервис Google Trends предполагает проведение «вертикального поиска» по 24 тематическим рубрикам и 10–30 подрубрикам. К сожалению, они переключают наиболее общие потребительские запросы, такие как «автотранспортные средства» или «бизнес и промышленность», и не могут задать область поиска по узкой научной, социальной и тем более библиотечной проблематике. Из рубрики «Наука» сервис выделяет всего 11 подрубрик, связанных только с естественно-научными дисциплинами, научным оборудованием и научными организациями. Многозначные слова, употребляемые как в библиотековедении, так и в других дисциплинах, можно искать, обратившись к меткам, всплывающим при наборе слова в поисковой строке. Так, слово «библиотека» можно искать с меткой:

- «поисковый запрос»;
- «тема»;
- «программирование»;
- «система публичных библиотек».

Список для выбора различных меток задается автоматически, в зависимости от количества тем и рубрик, аффилируемых с ключевым словом в поисковой системе. Для исключения искусственного ограничения области поиска рекомендуется искать узкие специализированные ключевые слова сразу по всем тематическим рубрикам.

Заключение

Такой многогранный аналитический ресурс, как Google Trends, только входит в инструментарий специалистов по общественным наукам. Активное использование этого инструмента в статьях зарубежных авторов, в том числе представленных на последней сессии ИФЛА (Куала-Лумпур), а также в целом ряде исследований, выполненных в ГПНТБ СО РАН, показывает растущий интерес к сервисам Google и со стороны библиотечной науки. Российский аналог этого веб-инструмента – «Яндекс. Вордстат» – пока не может конкурировать с Google Trends как по сервисным опциям, так и по географическому охвату. Возможность статистических онлайн-сервисов позволяют представить краткосрочный и долгосрочный анализ изменения общественного интереса к исследуемой проблематике и, соответственно, сделать прогноз относительно всех рассматриваемых вопросов.

Оценивая перспективы использования статистических веб-сервисов, заметим, что сервис Google Trends позволит исследовать:

- читательский спрос для составления планов комплектования и уточнения охвата фонда;

Сравнение веб-аналитических инструментов Google Trends и «Яндекс. Вордстат»

Table 5

Comparing web analytic tools of Google Trends and Yandex Wordstat

| Google Trends | «Яндекс. Вордстат» |
|---|--|
| При запросах на английском языке обладает технологией контекстно-зависимого поиска | Требует дополнительного введения в всех возможных ключевых слов для полного охвата семантического поля запроса. Есть инструмент «Запросы, похожие на...» |
| Возможность оформления подписки на отслеживаемый запрос | Обладает возможностью сохранения истории запросов |
| Не требует регистрации | Требует регистрации |
| Ищет специальные слова на европейских языках | Ищет преимущественно в русскоязычном сегменте интернета |
| Адекватно ищет по всем регионам мира | Наиболее эффективен в поиске по России и странам ближнего зарубежья |
| Относительный показатель популярности слова (числовое значение высчитывается относительно пика популярности самого слова) | Абсолютный показатель популярности слова (числовое значение равно количеству запросов) |
| Способен производить поиск по фото- и видеообразам (видеохостингу YouTube и картинкам), а также по персоналиям | Ранжирует поиск по типу устройства, с которого велся поиск (телефоны, планшеты, стационарные устройства) |
| Обладает возможностью «вертикального поиска» | Не имеет поискового рубрикатора или классификатора |
| Обладает расширенными возможностями визуализации полученных данных: <ul style="list-style-type: none"> • позволяет поделиться результатами в пяти социальных сетях; • позволяет встроить результаты в HTML-код своей страницы на мобильном устройстве или стационарном компьютере; • позволяет скачать результаты в виде Excel-таблицы (файл .csv) | Отсутствует дополнительный вывод информации |

- мониторинг региональных научных исследований с отслеживанием трендов по популярности научных запросов в открытом вебе;

- популярность библиотек и информационных сервисов для составления их рейтинга;

- библиотечные проблемы региона по частоте запросов по проблемным библиотечным тематикам. Это даст нам инструментарий по определению уровня социально-библиотечной культуры региона.

Сервис располагает большим количеством дополнительных инструментов, список которых пополняется. Так, недавно введенный поиск по фото- и видеообразам «Google Trends – образы» может быть

использован в исследовании, например, такой темы, как «Библиотека в архитектурно-индустриальном ландшафте региона».

Приведенный список вариантов использования этого метода далеко не полный. Зарубежные исследования различных сервисов веб-статистики показывают, что существует значительное количество направлений их использования, которые могут быть с успехом применены в постановке, рассмотрении и решении актуальных социокультурных и библиотечных задач, стоящих перед российским исследовательским сообществом.

Список источников

1. Богданова С. Ю., Кутушева Н. С., Шайхумова В. Р., Фазлетдинова З. И. Анализ маркетинговой информации на основе инструментария публичного веб-приложения Google Trends // Управление экономическими системами : электрон. науч. журн. 2017. № 4. С. 1–9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/analiz-marketingovoy-informatsii-na-osnove-instrumentariya-publichnogo-web-prilozheniya-google-trends> (дата обращения 04.10.2018).

2. Борочкин А. А. Использование статистики поисковых запросов в сети интернет для краткосрочного прогно-

- зирования макроэкономических переменных // Деньги и кредит. 2013. № 8. С. 27–32.
3. Загидуллина М. В. Книга в медиасреде: исчезнет ли слово? // Книга: Сибирь – Евразия : тр. I Междунар. науч. конгр. Новосибирск. 2016. Т. 3. С. 4–10.
 4. Зиновьева Е. С. Воздействие компаний интернет-индустрии на мировую политику // Вестник МГИМО-Университета. 2013. № 1. С. 43–47.
 5. Канн С. К. «Яндекс-метрика» как инструмент библиотечной веб статистики // Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты : сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф., 2015. С. 60–62.
 6. Кириченко Е. В., Сытников Д. А., Петухов А. В., Кацко И. А. Статистика поисковых запросов // Научный журнал КубГАУ : электрон. журн. 2013. № 9. С. 1–13. URL: <http://ej.kubagro.ru/2013/09/pdf/75.pdf> (дата обращения 04.10.2018).
 7. Ключевые проблемы развития коллекций электронных ресурсов : рук. для библиотек. Санкт-Петербург, 2012. 38 с. URL: <https://www.ifla.org/files/assets/acquisition-collection-development/publications/Electronic-resource-guide-ru.pdf> (дата обращения 04.10.2018).
 8. Кулева О. В. Инструменты веб-аналитики в библиотечной практике // Труды ГПНТБ СО РАН. Новосибирск. 2017. Вып. 12. С. 369–381.
 9. Морозов А. М., Кадыков В. А., Пельтихина О. В., Аскером А. М., Морозова А. Д. О возможностях определения актуальности темы научного исследования // Синергия наук. 2018. № 19. С. 1018–1024.
 10. Редькина Н. С. Google Trends – динамика интереса к электронным библиотекам в России и в мире // Научные основы и практика реализации цифровых проектов в сфере культуры и образования. Санкт-Петербург, 2016. С. 117–124.
 11. Редькина Н. С. Деятельность библиотеки в условиях формирования информационно технологической парадигмы // Книга: Сибирь – Евразия : тр. I Междунар. науч. конгр. Новосибирск, 2016. Т. 3. С. 216–224.
 12. Редькина Н. С. Направления развития веб-аналитики // Научно-техническая информация. Серия 2, Информационные процессы и системы. 2017. № 5. С. 5–10.
 13. Столяренко А. В., Мельничук А. С. Исследование приоритетных направлений в туризме республики Крым с помощью Google Trends // Таврический научный обозреватель. 2017. № 7. С. 34–39.
 14. Шевченко Л. Б. Шесть трендов цифрового маркетинга для библиотек // Научные и технические библиотеки. 2015. № 11. С. 12–19.
 15. Электронная библиотека ГПНТБ России. URL: <http://elib.gpntb.ru/> (дата обращения: 04.10.2018).
 16. Cahill K. Google tools on the public reference desk // The Reference Librarian. 2007. Vol. 48. P. 67–79.
 17. Congress programm // IFLA WLIC 2018. URL: https://www.react-profile.org/upload/KIT/system/uploads/17_IFLA%202018_Congress%20Programm.pdf (accessed 04.10.2018).
 18. Evelyn L. Curry the reference interview in the Google Age // IFLA WLIC 2016. URL: <http://library.ifla.org/1354/1/125-curry-en.pdf> (accessed 04.10.2018).
 19. Farrell M. Time management // Journal of Library Administration. 2017. Vol. 57, iss. 2. P. 215–222.
 20. IFLA strategic plan 2016-2021. Hague, 2017. 8 p. URL: <https://www.ifla.org/files/assets/hq/gb/strategic-plan/2016-2021.pdf> (accessed 04.10.2018).
 21. IFLA annual report 2017. Hague, 2017. 31 p. URL: <https://www.ifla.org/files/assets/hq/annual-reports/2017.pdf> (accessed 04.10.2018).
 22. Pulizzi J. The rise of storytelling as the new marketing // Publishing Research Quarterly. 2012. Vol. 28. P. 116–123.
 23. Konrad U., Fühles-Ubach S., Seadle M. (eds.) Handbuch Methoden der Bibliotheks- und Informationswissenschaft: Bibliotheks-, Benutzerforschung, Informationsanalyse. Berlin ; Boston : Walter de Gruyter, 2013. URL: <https://books.Google.ru/books?id=FXV7rK9xTtEC&pg=PA193&dq=bibliothek+Google+trends&hl=de&sa=X&ved=0ahUKewjMx877g8DdAhUPt4sKHf2D28Q6AEIRzAH#v=onepage&q=bibliothek%20Google%20trends&f=false> (accessed 04.10.2018).
 24. Koontz C. Using customer data for improved strategic marketing planning and decision making // Management, marketing and promotion of library services based on statistics, analyses and evaluation. München, 2006. P. 107–115.
 25. Neuroth H., Lossau N., Rapp A. (Hrsg.) Evolution der Informationsinfrastruktur. Kooperation zwischen Bibliothek und Wissenschaft. Glückstadt : Verlag Werner Hülsbusch, 2013. 368 S.
 26. Onyancha O. B. Open research data in Sub-Saharan Africa: a bibliometric study using the Data Citation Index // Publishing Research Quarterly. 2016. Vol. 32. P. 227–246.
 27. Oxford University Press. URL: <https://academic.oup.com/journals/search-results?page=1&q=%22google%20trends%22&SearchSourceType=1> (accessed 04.10.2018).
 28. Repanovici A., Landoy A. Tracking and predicting growth of health information using scientometrics methods and Google Trends // IFLA Library. URL: <http://library.ifla.org/2178/1/219-repanovici-en.pdf> (accessed 04.10.2018).
 29. SAGE journals. URL: <http://journals.sagepub.com> (accessed 04.10.2018).
 30. Showers B. (ed.). Library analytics and metrics: using data to drive decisions and services facet publishing. London, 2015. 224 p. URL: <http://www.facetpublishing.co.uk/title.php?id=049658#XAndWOLmct> (accessed 04.10.2018).
 31. Springer Link. URL: <https://link.springer.com> (accessed 04.10.2018).
 32. Sühl-Strohmeier W. Digitale Welt und Wissenschaftliche Bibliothek-Informationspraxis im Wandel. Wiesbaden : Harrassowitz Verl., 2008. 294 p. (Bibliotheksarbeit ; Bd 11).

References

1. Bogdanova S. Yu., Kutusheva N. S., Shaikhumova V. R., Fazletdinova Z. I. Analysis of marketing information based on the Google Trends web app toolkit. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami*, 2017, 4, 1–9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/analiz-marketingovoy-informatsii-na-osnove-instrumentariya-publichnogo-web-prilozheniya-google-trends> (accessed 04.10.2018). (In Russ.).
2. Borochkin A. A. Using statistics of search queries on the Internet for short-term forecasting of macroeconomic variables. *Den'gi i kredit*, 2013, 8, 27–32. (In Russ.).
3. Zavgidullina M. V. A book in the media environment: will a word disappear? *Kniga: Sibir' – Evraziya : tr. I Mezhdunar. nauch. kongr. Novosibirsk*, 2016, 3, 4–10. (In Russ.).
4. Zinov'eva E. S. The impact of Internet industry companies on world politics. *Vestnik MGIMO-Universiteta*, 2013, 1, 43–47. (In Russ.).
5. Kann S. K. «Yandex-metric» as a tool of library web statistics. *Voprosy obrazovaniya i nauki: teoreticheskii i metodicheskii aspekty : sb. tr. po materialam Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Tambov*, 2015, 7, 60–62. (In Russ.).
6. Kirichenko E. V., Syтников D. A., Petukhov A. V., Kacko I. A. Statistics of search queries. *Nauchnyi zhurnal KubGAU*, 2013, 9, 1–13. URL: <http://ej.kubagro.ru/2013/09/pdf/75.pdf> (accessed 04.10.2018). (In Russ.).
7. Key problems of the development of collections of electronic resources: a guide for libraries. *IFLA. Saint Petersburg*, 2012. 38 p. URL: <https://www.ifla.org/files/assets/acquisition-collection-development/publications/Electronic-resource-guide-ru.pdf> (accessed 04.10.2018). (In Russ.).

8. Kuleva O.V. Web analytics tools in library practice. *Trudy GPNTB SO RAN*. Novosibirsk, 2017, 369–381. (In Russ.).
9. Morozov A. M., Kadykov V. A., Peltikhina O. V., Askerom A. M., Morozova A. D. On possibilities of determining the relevance of the research topic. *Synergiya nauki*, 2018, 19, 1018–1024. (In Russ.).
10. Redkina N. S. Google Trends – the dynamics of interest in electronic libraries in Russia and in the world. *Nauchnye osnovy i praktika realizatsii tsifrovyykh proektov v sfere kul'tury i obrazovaniya*. Saint Petersburg, 2016, 117–124. (In Russ.).
11. Redkina N. S. Library activity in the conditions of formatting the information technological paradigm. *Kniga: Sibir' – Evraziya : tr. I Mezhdunar. nauch. kongr.* Novosibirsk, 2016, 3, 216–224. (In Russ.).
12. Redkina N. S. Directions for the web analytics development. *Nauchno-tekhnicheskaya informatsiya. Seriya 2. Informatsionnye protsessy i systemy*, 2017, 5, 5–10. (In Russ.).
13. Stolyarenko A. V., Melnichuk A. S. Studying priority areas in the tourism of the Republic of Crimea using Google Trends. *Tavrisheskii nauchnyi obozrevatel'*, 2017, 7, 34–39. (In Russ.).
14. Shevchenko L. B. Six Trends of Digital Marketing for Libraries. *Nauchnye i tekhnicheskije biblioteki*, 2015, 11, 12–19. (In Russ.).
15. *Elektronnaya biblioteka GPNTB Rossii* [Electronic Library of the Russian National Public Library for Science and Technology]. URL: <http://ellib.gpntb.ru/> (accessed 04.10.2018). (In Russ.).
16. Cahill K. Google tools on the public reference desk. *The Reference Librarian*, 2007, 48, 67–79.
17. Congress program. *IFLA WLIC 2018*. URL: https://www.react-profile.org/upload/KIT/system/uploads/17_IFLA%202018_Congress%20Programm.pdf (accessed 04.10.2018).
18. Evelyn L. Curry the reference interview in the Google age. *IFLA WLIC 2016*. URL: <http://library.ifla.org/1354/1/125-curry-en.pdf> (accessed 04.10.2018).
19. Farrell M. Time management. *Journal of Library Administration*, 2017, 57(2), 215–222.
20. *IFLA strategic plan 2016-2021*. Hague, 2017. 8 p. URL: <https://www.ifla.org/files/assets/hq/gb/strategic-plan/2016-2021.pdf> (accessed 04.10.2018).
21. *IFLA annual report 2017*. Hague, 2017. 31 p. URL: <https://www.ifla.org/files/assets/hq/annual-reports/2017.pdf> (accessed 04.10.2018).
22. Pulizzi J. The rise of storytelling as the new marketing. *Publishing Research Quarterly*, 2012, 28, 116–123.
23. Konrad U., Fühles-Ubach S., Seadle M. (eds.) *Handbuch Methoden der Bibliotheks- und Informationswissenschaft: Bibliotheks-, Benutzerforschung, Informationsanalyse*. Berlin; Boston, Walter de Gruyter, 2013. URL: <https://books.google.ru/books?id=FXV7rK9xTtEC&pg=PA193&dq=bibliothek+Google+trends&hl=de&sa=X&ved=0ahUKEwjMx877g8DdAhUPt4sKHTf2D28Q6AEIRzAH#v=onepage&q=bibliothek%20Google%20trends&f=false> (accessed 04.10.2018).
24. Koontz C. Using customer data for improved strategic marketing planning and decision making. *Management, marketing and promotion of library services based on statistics, analyses and evaluation*. München, 2006, 107–115.
25. Neuroth H., Lossau N., Rapp A. (eds.) *Evolution der Informationsinfrastruktur. Kooperation zwischen Bibliothek und Wissenschaft*. Glückstadt, Verlag Werner Hülsbusch, 2013. 368 S.
26. Onyancha O. B. Open research data in Sub-Saharan Africa: a bibliometric study using the Data Citation Index. *Publishing Research Quarterly*, 2016, 32, 227–246.
27. Oxford University Press. URL: <https://academic.oup.com/journals/search-results?page=1&q=%22google%20trends%22&SearchSourceType=1> (accessed 04.10.2018).
28. Repanovici A., Landoy A. Tracking and predicting growth of health information using scientometrics methods and Google Trends. *IFLA Library*. URL: <http://library.ifla.org/2178/1/219-repanovici-en.pdf> (accessed 04.10.2018).
29. SAGE journals. URL: <http://journals.sagepub.com> (accessed 04.10.2018).
30. Showers B. (ed.). *Library analytics and metrics: using data to drive decisions and services facet publishing*. London, 2015. 224 p. URL: <http://www.facetpublishing.co.uk/title.php?id=049658#.XAndW0lrnct> (accessed 04.10.2018).
31. Springer Link. URL: <https://link.springer.com> (accessed 04.10.2018).
32. Sühl-Strohmeier W. *Digitale Welt und Wissenschaftliche Bibliothek-Informationspraxis im Wandel*. Wiesbaden, Harrassowitz Verl., 2008. 294 S. (Bibliotheksarbeit ; Bd 11).

Материал поступил в редакцию 19.10.2018 г.