

УДАЛЁННЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ: ИЗУЧАЕМ И АНАЛИЗИРУЕМ



Организуя справочно-библиографическое обслуживание в виртуальной среде, библиотеки столкнулись с тем фактом, что не знают, кто является их новыми клиентами. И если с пользователем, физически приходящим в библиотеку, сотрудник может вести прямой диалог, в личной беседе оценивая его социальный статус, уровень образованности и осведомлённости и уточняя критерии запроса, то информацию об удалённых пользователях обычными методами собрать невозможно. Как следствие, снижается качество СБО, а кроме того, остро встаёт проблема статистического учёта. Согласно ГОСТ Р 7 – 2014 «Библиотечная статистика: показатели и единицы исчисления», удалённым пользователем является «физическое или юридическое лицо, пользующееся услугами библиотеки вне её стен, в том числе посредством информационно-телекоммуникационных сетей». Первоначально единственным методом, который мог быть использован для анализа посетителей сайтов, а значит пользователей электронными документами и базами данных, оказался компьютеризованный мониторинг (количествен-



Елена Олеговна ШАДСКАЯ,
заведующая сектором по веб-коммуникации Межпоселенческой
центральной библиотеки Очёрского муниципального района Пермского края

ный метод) – средства сбора (регистрации) и обработки информации о пользователях. К таким сервисам относятся счётчики посещаемости сайтов, например Яндекс-метрика.

Этот счётчик предоставляет администратору сайта информацию о половозрастном составе посетителей, их географической принадлежности, а также позволяет оценить «глубину просмотра», источники трафика, количество скачиваний файлов и «отказов», периодичность визитов, популярные поисковые фразы и другую информацию за любой период времени. По подобной схеме анализируют активность пользователей сервисы Google-analytics и «Рейтинг mail.ru».

Возникает закономерный вопрос – если посетитель не авторизован на библиотечном сайте, откуда «Яндекс», Google и Mail берут информацию о нём? По данным портала yandex.ru, для изучения пользователей тех или иных поисковых систем применяется современная самообучающаяся технология крипто, умеющая находить группы людей по их поведению в Интернете. Для успешного обучения программа анализирует поведение как минимум 30 тыс. человек. Этого количества уже достаточно для получения объективной картины. Типичных представителей своих социально-демографических групп при этом отбирают через маркетинговые агентства.

Кроме того, данные о пользователях «Яндекса», Google и Mail берут из других своих сервисов. Например, при регистрации почты на порталах yandex.ru, gmail.com и mail.ru посетители указывают свои анкетные данные¹.

Подобным образом организована работа на одном из крупнейших легальных научно-образовательных ресурсов в российском сегменте Интернета «КиберЛенинка» (<http://cyberleninka.ru>). Полные тексты современных научных публикаций имеют открытый доступ без регистрации как для чтения онлайн, так и для скачивания. Учёт количества просмотров отдельных документов здесь ведётся средствами google-analytics. В мае 2016 г.

...если посетитель не авторизован на библиотечном сайте, откуда «Яндекс», Google и Mail берут информацию о нём?

Минобрнауки России официально признало статистику реальной востребованности изданий, размещённых в «КиберЛенинке»².

Социальные сети и хостинги также постепенно оснащаются системами веб-мониторинга. Ярким примером служит сервис YouTube Analytics, запущенный в 2011 г. Помимо этого, появились самостоятельные веб-ресурсы, позволяющие сравнивать показатели нескольких сайтов или получать общее представление о тематике запросов пользователей. Широкий набор инструментов для анализа библиотечной веб-аудитории представлен, например, на сайтах cy-pr.com, pr-cy.ru, seopult.ru, similarweb.com, xtool.ru³.

¹ Технология крипто [электронный ресурс] : [сайт]. – Режим доступа : <https://yandex.ru/company/technologies/crypta/>

² Семячкин, Д. Открытый доступ как нативная реклама научного журнала / Д. Семячкин [и др.] // Университетская книга. – 2016. – [Сентябрь]. – С. 66–70.

К преимуществам таких методов анализа стоит отнести их малую затратность – установка счётчика на страницах сайта бесплатна, большую часть работы по подсчёту и анализу информации сервисы берут на себя. Ещё один плюс для пользователя – он не тратит дополнительное время на регистрацию и ответы на вопросы. Регулярный мониторинг доступа к серверу позволяет выявить ряд устойчивых закономерностей в поведении читателей, наиболее

По данным портала Yandex.ru, для изучения пользователей тех или иных поисковых систем применяется современная самообучающаяся технология крипто, умеющая находить группы людей по их поведению в Интернете.

популярные страницы и файлы и с учётом этого скорректировать работу сайта. Кроме того, автоматизированный метод учёта исключает «человеческий» фактор, когда пользователи намеренно искажают сведения о себе или библиотекарь совершает ошибки при их фиксации.

Также стоит отметить, что информация, собираемая с сайта счётчиком, предельно обезличена и носит обобщающий характер, что безусловно делает её бесценным инструментом анализа. Однако это же качество имеет обратную сторону: уходя от частного к общему, от запросов конкретного человека к потоку данных, невозможно определить, насколько релевантны конкретному запросу предоставленные сведения и, как следствие, насколько удовлетворён пользователь оказанной услугой. Анализируя в долговременной динамике количество вернувшихся на сайт посетителей, можно получить лишь приблизительную картину. Для детального изучения применяют другие методы.

Социальные сети и хостинги также постепенно оснащаются системами веб-мониторинга. Ярким примером служит сервис YouTube Analytics, запущенный в 2011 г.

Анкетирование позволяет получить более полную информацию о посетителях сайта. Эти дан-

ные можно представить аналогами статистических данных, собираемых традиционными способами на пунктах выдачи литературы: количестве посещений, выданных документов и справок.

Анкетирование используется во многих библиотеках. Например, в Национальной электронной библиотеке (НЭБ) для доступа к электронным полнотекстовым версиям журналов пользовательской организации (библиотеке) необходимо заполнить регистрационную форму, сообщив о себе следующие сведения: название и полный адрес, фамилию и должность ответственного лица (координатора), номера телефона и факса, адрес электронной почты, а также IP-адреса компьютеров, с которых будет осуществляться доступ³.

Зарегистрированный пользователь получает онлайн-доступ не только к произведениям, не подпадающим под действие закона об авторском праве (перешедшим в общественное достояние), но и ко всем остальным. Правда, скачивать защищённые авторским правом документы всё равно нельзя. Также зарегистрированный читатель имеет возможность использовать расширенный функционал портала – оставлять свои закладки и заметки к произведениям, сохранять цитаты, поисковые запросы и другие сервисы, делающие процесс работы с порталом НЭБ более комфортным. При этом, если пользователь заходит на портал из помещения библиотеки, подключённой к НЭБ, регистрация для него не требуется. В данном случае удалённым пользователем ресурсов НЭБ уже выступает подключённая библиотека или, как их называют на портале нэб.рф, «электронный читальный зал»⁴.

В НЭБ эти данные используются для статистики работы библиотеки. Они помогут ответить на следующие актуальные вопросы:

³ Канны, С.К. Изучение веб-аудитории библиотечного сайта / С.К. Канны // Тр. ПНПБ СО РАН. – 2016. – Вып. 10. – С. 370–378.

⁴ Шевченко, Л.Б. Анализ существующих методов изучения удалённых пользователей библиотек / Л.Б. Шевченко // Шестые Макушинские чтения : тезисы докладов научной конференции 22–23 мая 2003 г. – Новосибирск : ПНПБ СО РАН, 2003. – С. 404–406.

⁵ Нэб.рф [электронный ресурс] : [сайт] – Режим доступа: <http://xn--90ax2c.xn--p1ai/faq/#q4>

- ✓ Какие организации наиболее активно обращаются к portalu?
- ✓ Какие документы имеют спрос в отдельном населённом пункте и регионе?
- ✓ Какие документы наиболее популярны среди всех читателей?

Анализ ответов позволяет корректировать направления деятельности НЭБ и более эффективно отбирать издания для последующей оцифровки.

Одним из простейших частных случаев анкетирования является регистрационная форма. Регистрация пользователей – эффективное средство их идентификации, дающее необходимую информацию о посетителях и их информационных потребностях. Помимо этого, регистрация позволяет определить, доступ к каким документам может быть предоставлен конкретному человеку. Это особенно актуально для библиотекарей, работающих с лицензированным доступом к электронным ресурсам, а также с документами, имеющими возрастные ограничения.

Для экономии времени некоторые библиотеки (тот же портал нэб.рф) вводят возможность быстрой регистрации через социальные сети и другие сторонние сервисы.

К минусам такого способа относится, прежде всего, нежелание среднестатистического посетителя тратить время на регистрацию. Если получить доступ к информации с сайта или онлайн-справку от библиографа можно только после заполнения анкеты на ресурсе, какое-то количество людей неизбежно «потеряется» и продолжит поиск в Интернете самостоятельно. Кроме того, посетитель, приученный к анонимности большинства сайтов, где вместо реальных паспортных данных повсеместно используются вымышленные никнеймы, при заполнении формы регистрации также легко введёт библиотекера в заблуждение, что сведёт на нет все попытки корректного анализа.

Чтобы избежать намеренного искажения информации и получить более правдивую информацию об абоненте виртуальной справки, используется метод выборочного анкетирования. При регистрации на сайте у

посетителя запрашивается только необходимый минимум данных – адрес электронной почты, куда направляется выполненная справка и/или заказанный документ; в дальнейшем анкета отправляется по e-mail статистически достоверной выборке граждан, воспользовавшихся услугами сайта. Количество добросовестно ответивших на вопросы анкеты будет значительно ниже, чем число разосланных писем, зато данные, полученные в результате тако-

*...появились самостоятельные веб-ресурсы, позволяющие сравнивать показатели нескольких сайтов или получать общее представление о тематике запросов пользователей.
<...> cy-pr.com, pr-cy.ru, seopult.ru, similarweb.com, xtool.ru.*

го исследования, будут намного достовернее, чем при принудительном заполнении анкеты.

К составлению подобных анкет нужно подходить тщательно, изучив основы библиотечного маркетинга. Вопросы должны соотноситься с целями исследования, спрашивать пользователя обо всём подряд не рекомендуется, экономя его и своё время. Например, изучая читательские интересы, логично спросить, записан ли человек в библиотеку и книги каких жанров предпочитает, а выявляя цели, с которыми обращаются к сайту, можно добавить в анкету пункт об уровне образования и сфере профессиональной деятельности респондента. В дальнейшем эти данные можно использовать для библиографического информирования (например, если в фонде появились новые документы по теме, связанной со сферой профессиональных интересов респондента). Также в любой анкете нелишним будет пункт о степени удовлетворённости качеством оказанной услуги⁶. Использование выборочного анкетирования в конкретной библиотеке будет целесообразным,

⁶ Добрева, М. Методы изучения пользователей электронных библиотек: современное состояние и перспективы / М. Добрева // Вестник Пермского университета. – 2011. – Вып. 2 (16). – С. 58–68.

Регулярный мониторинг доступов к серверу позволяет выявить ряд устойчивых закономерностей в поведении читателей, наиболее популярные страницы и файлы и с учётом этого скорректировать работу сайта.

только если количество абонентов виртуальной справки уже достаточно велико и случайная выборка станет статистически достоверной.

Любой из описанных методов имеет свои достоинства и недостатки; их применение может быть скорректировано исходя из конкретной ситуации. Постоянное изучение удалённых пользователей библиотек, их интересов и запросов позволяет эффективно применять на практике дифференцированный подход.