

УДК 316

**СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА ИНТЕРНЕТ-МЕДИА
КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ****С. В. Ямщиков***Кандидат исторических наук, доцент,
ORCID 0000-0001-9059-1753,**e-mail: iiysv@yandex.ru,***Э. С. Иванов***магистрант,**e-mail: ivanov.eddy@gmail.com,**Государственный университет «Дубна»,**г. Дубна, Московская область, Россия***INTERNET MEDIA MONITORING SYSTEMS AS A TOOL
FOR SOCIOLOGICAL RESEARCH OF VIRTUAL SOCIAL NETWORKS****S. V. Yamshchikov***Candidate of Historical Sciences,
associate professor,**ORCID 0000-0001-9059-1753,**e-mail: iiysv@yandex.ru,***E. S. Ivanov***master's student,**e-mail: ivanov.eddy@gmail.com,**Dubna state University, Dubna,**Moscow region, Russia*

Abstract. The article describes a new tool of sociological research of virtual social networks – automated systems for monitoring Internet media, presents their capabilities and some technical characteristics, and provides examples of their application in research practice. The authors emphasize the effectiveness of Internet media monitoring systems as a means of obtaining and primary analysis of sociological information about virtual social networks.

Keywords: monitoring systems; internet media; virtual social networks; sociological research; sociological research tool.

Социальные сети заняли огромную нишу в современном виртуальном пространстве, поэтому они естественно оказались в эпицентре социологических исследований. В сетях социологи проводят опросы, анализируют страницы пользователей с помощью, прежде всего, традиционного социологического инструментария, частично адаптированного для исследования интернет-пространства. Однако, виртуальная реальность, как новая объектно-предметная область социологии, требует иную исследовательскую стратегию и методологию. В современной социологии всё шире применяются автоматизированные методы сбора информации о виртуальных социальных сетях, в том

числе системы мониторинга интернет-медиа, которые представляют собой программные продукты, предназначенные для фиксации и оценки по определённому критерию текстовых сообщений в глобальной сети [5, с. 7].

С помощью систем мониторинга интернет-медиа (YouScan, Brand Analytics, IQ Buzz, Kribrum и др.) изучается репутация компаний и персон, отношение интернет аудитории к событиям, коммуникация бренда с клиентами и т.д. Делается это с высокой скоростью обработки большого массива данных в режиме реального времени и с возможностью быстрой корректировки и перенастройки системы сбора информации [3, с. 24–25].

Системы автоматического мониторинга выявляют и структурируют упоминания об объекте исследования, их авторов и авторскую вовлечённость (среднее число сообщений от одного автора по этой теме), динамику тональностей сообщений. Многие системы мониторинга позволяют присваивать сообщениям теги – ключевое слово или набор ключевых слов, вводимых и используемых произвольно и самостоятельно для поиска и обработки информации [5, с. 4]. Теги проставляются в полуавтоматическом режиме и помогают группировать упоминания по темам. Системы мониторинга интернет-медиа автоматически составляют краткие формализованные аналитические отчеты, которые можно выгрузить и проанализировать.

Параметры автоматизированных систем мониторинга интернет-медиа настраиваются пользователем. В начале задаются условия поиска упоминаний объекта исследования. При этом используется специальный язык запросов. Каждая система имеет свой уникальный язык запросов для создания семантического ядра, которое представляет собой набор ключевых и «минус» слов, сигнализирующих системе фиксировать упоминание или оставлять его без внимания. Система мониторинга собирает информацию через взаимодействие с программным интерфейсом приложения (API) социальных сетей и с помощью краулеров (поисковых роботов) – специализированных программ, использующих графовую структуру Веба для перемещения по страницам веб сайтов [2, с. 3]. Каждый краулер собирает информацию в определённом сегменте виртуального пространства, сохраняет её для автоматического и ретроспективного анализа, составления отчетов [5, с. 9]. Информация анализируется системой по темам и отправляется в локальную базу, где всем сообщениям присваивается тональность – определённое эмоциональное отношение автора к предмету его высказывания. Тональность может быть «по-

зитивной», «негативной» и «нейтральной» [5, с. 5].

Однако, полная технологизированность такой системы сбора информации без участия человека приводит к искажению изучаемой объективно-предметной области в виду невозможности анализа аудио- и видеоконтента, файлов, изображений и низкой точности определения тональности сообщений. Поэтому для получения полного, точного знания об изучаемом объекте необходима антропологическая коррекция полученных машинным способом данных.

К настоящему времени накоплен некоторый опыт применения систем мониторинга интернет-медиа для исследования виртуальных социальных сетей. Так, например, система мониторинга интернет-медиа IQ Buzz применялась в исследовании обсуждаемости в блогосфере законопроекта реформы Российской академии наук 2013 г. Для получения необходимой информации был разработан лингвистический инструмент, включающий ключевые слова «реформа/реформирование/закон/законопроект» в сочетании со словами «госакадемии/ран/академии», встречающимися с шагом не более семи слов, с добавлением некоторых «минус-слов», выявленных на этапе выборочной проверки собранного массива сообщений. В результате удалось получить высокую релевантность отобранных сообщений по соответствующей теме [1, с. 35]. При помощи системы мониторинга IQ Buzz было обнаружено 61 112 упоминаний законопроекта реформы РАН в социальных сетях, форумах, блогах и на новостных порталах. Наиболее активно обсуждение проходило в Twitter (60,8 % от общего числа упоминаний), ВКонтакте (12,9 % от общего числа упоминаний) и Livejournal (9,4 % от общего числа упоминаний). Примечательно, что на четвертом месте по количеству упоминаний законопроекта реформы РАН оказался форум ученых новосибирского ака-

демгородка (1735 сообщений, 2,8%) [1, с. 35].

Система мониторинга IQ Buzz позволила графически представить темпораль-

ное распределение упоминаний в интернет-медиа законопроекта реформы РАН 2013 г.

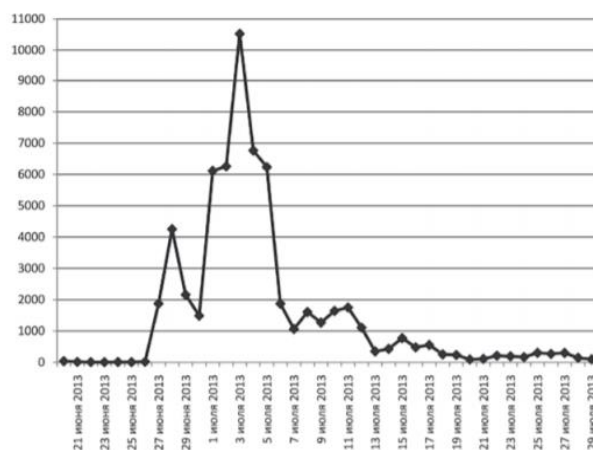


Рис. 1. Распределение частоты создания документов по датам сообщений

Кроме того, благодаря IQ Buzz была получена информация о территориальном позиционировании упоминаний в интернет-медиа законопроекта реформы РАН. Естественно и закономерно, что большинство авторов сообщений оказались из России. Около 1 тысячи упоминаний приходится на украинских авторов. Системой также обнаружены авторы упоминаний (около 200) из США и Канады [1, с. 36].

Таким образом, система мониторинга интернет-медиа IQ Buzz даёт возможность получать количественную информацию об объектно-предметной области исследования, представлять её динамически и графически.

Система мониторинга Brand Analytics использовалась для выявления индекса ковид-тревожности. Через Brand Analytics анализировалось более 20 млрд. сообщений от пользователей социальных медиа из России, Казахстана, Белоруссии, Армении, Украины и Молдовы. Из них ковиду посвящено более 200 млн. сообщений [6].

Данная система мониторинга позволила не только высчитать индекс «ковид-тревожности», измеряемый количеством упоминаний в социальных медиа темы вируса за день на каждые 10 тысяч населения страны, но и представить его динамику.



Рис. 2 Динамика индекса ковид-тревожности в социальных медиа [6].

Данные Brand Analytics вывели аналитиков на корреляцию между динамикой заболеваемости коронавирусом и динамикой

обсуждения этой темы в социальных медиа.

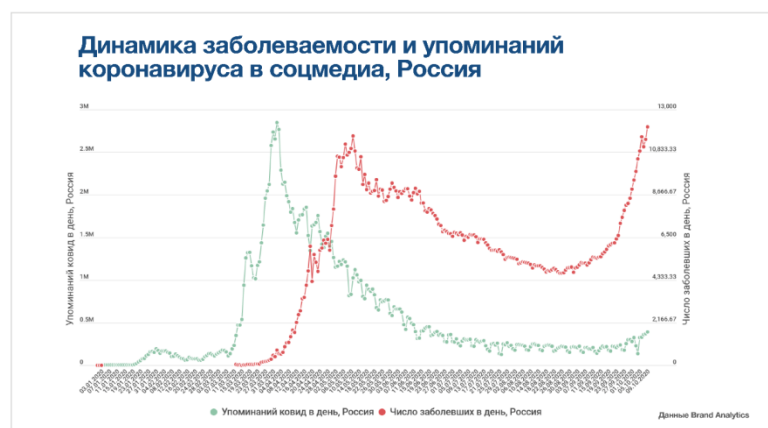


Рис. 3 Динамика заболеваемости и упоминания коронавируса в социальных медиа, Россия [6].

С помощью автоматизированной мониторинговой системы YouScan выявлялось отношение пользователей социальных сетей к криптовалюте: с января по июль 2017 года было проанализировано 3 миллиона упоминаний о криптовалютах в социаль-

ных сетях. YouScan дала динамику упоминаний, их территориальное и источниковое распределение. Кроме этого система YouScan индицировала тональность каждого упоминания о криптовалюте.

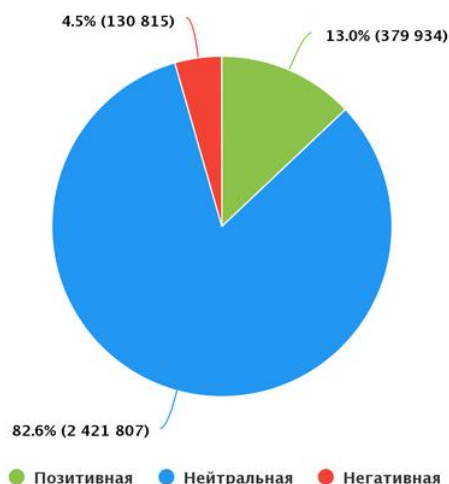


Рис. 4. Тональность упоминаний о криптовалюте [4].

Таким образом, системы мониторинга интернет-медиа становятся эффективным инструментом сбора первичной социологической информации о виртуальных социальных сетях.

Библиографический список

1. Биккулов А. С. Реформа РАН в зеркале обсуждений блогосферы: опыт применения инструментария мониторинга социальных медиа // Информационные ресурсы России. – 2013. – № 4.
2. Печников А. А. Разработка программы сбора данных о структуре веб-сайтов // Труды КарНЦ РАН. – Электрон. дан. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-programmy-sbora-dannyh-o-strukture-veb-saytov>.
3. Прохоров Н. А., Сидорин Д. А. Управление репутацией в интернете – М.: Издательский дом Университета «Синергия», 2017.
4. Рудый С. Золотая лихорадка XXI века: что говорят о криптовалютах в социальных сетях? // YouScan. – Электрон. дан. Режим доступа: <https://youscan.io/ru/blog/crypto>.
5. Система мониторинга и анализа в социальных медиа «Крибрум» // Крибрум. – Электрон. дан. Режим доступа: <https://www.kribrum.ru/pdf/>.
6. Черных В. Индекс ковид-тревожности социальных медиа в 2020 году: Россия, Украина, Казахстан, Белоруссия, Армения, Молдова. «Есть ли вторая волна обсуждений?» // Brand Analytics. – Электрон. дан. Режим доступа: <https://br-analytics.ru/blog/index-covid-social-media>.

© Ямицков С. В.,
Иванов Э. С., 2021.