

Возможности цифровых аналитических платформ в социологии: классификация

Вяткина Евгения Игоревна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социальных технологий, Москва, Россия

E-mail: viatkina.evgenia@yandex.ru

В настоящее время отмечается рост объема информации, который требует развития технологий автоматизированной и интеллектуальной обработки данных, а также способов нахождения необходимой информации. Кроме того, своевременная реакция на неочевидные изменения стала крайне актуальной. Так, например, технология Data Mining способна увеличить объем получаемых полезных знаний и выявить большое количество неявных закономерностей [1]. Для установления скрытых закономерностей и использования больших данных используются цифровые аналитические платформы.

Изучение отечественных и зарубежных работ показало, что в научной литературе широко не представлено понятие «цифровая аналитическая платформа». Зачастую в публикациях по данной тематике отдельно рассматриваются такие понятия, как «цифровые платформы» и «аналитические платформы» [2]. Поэтому для трактовки термина «цифровая аналитическая платформа» использовались определения «цифровой платформы» [3] и «аналитической платформы» [6], отражающие характерные особенности указанных платформ. Таким образом, понятие «цифровая аналитическая платформа» может быть определено как сложная информационная система, которая включает в себя набор специализированных программных решений, позволяющих собирать и извлекать данные из различных источников информации, преобразовывать их, анализировать и визуализировать полученные результаты для дальнейшей их обработки.

Существуют различные цифровые аналитические платформы, которые создаются преимущественно для работы в сфере бизнеса. Тем не менее отсутствует большое количество классификаций данных платформ, упрощающих работу с информацией. В связи с чем была разработана классификация цифровых аналитических платформ по признаку «источник данных», из которого берутся данные для анализа, обработки, визуализации и другой работы с данными.

Предложенная классификация основана на изучении отечественных и зарубежных цифровых аналитических платформ, которые также называются сервисами аналитики и анализа: Popsters [11], Money Place [10], Brand Analytics [7], Mediascope [9], Яндекс.Метрика [5], Цифровая аналитическая платформа (ЦАП) России [4] и Calltouch [8]. Указанные сервисы позволяют представить классификацию в полном ее объеме, так как подвергают анализу большое количество данных из различных источников информации.

Также в классификации были выделены типы источников данных, которые анализируются цифровыми аналитическими платформами: социальные сети: публикации, likes, reposts, комментарии, изображения, видео; мессенджеры; средства массовой информации: телевидение, пресса, радио, Интернет СМИ; маркетплейсы; веб-сайты, первоисточники: сайты госучреждений, коммерческих компаний, организаций; рекламные площадки; геосервисы; административные данные; звонки; отзывы; видеохостинги. Предложенная классификация позволяет не только социологам, но и представителям других наук, работающим с анализом данных, упростить поиск подходящих цифровых аналитических платформ в соответствии с целями проводимых ими исследований.

Изучение цифровых аналитических платформ, которые были использованы и рассмотрены в рамках классификации, показало возможности их использования в социологии. В частности, применение различных цифровых аналитических платформ позволяет выявить те или иные интересы общества, найти наиболее популярный контент среди пользователей социальных сетей, видеохостингов, мессенджеров и других источников данных, отслеживая реакции аудитории на публикуемые посты. С помощью этих платформ у ученых также появляется возможность наблюдать и фиксировать возникающие в обществе тренды и тенденции. Таким образом, цифровые аналитические платформы, выполняя базовые функции социологии, становятся одним из ключевых инструментов современных социологов.

Источники и литература

- 1) Бохан П.А. Интеллектуальный анализ данных // StudNet. 2022. №6. С. 6742-6752.
- 2) Жуковская И.Е. Место и роль цифровых аналитических платформ в высшем образовании в условиях формирования цифровой экономики // Материалы I Международной научно-практической конференции «Тенденции развития электронного образования в России и за рубежом». Екатеринбург, 2020. С. 56-60.
- 3) Центр развития компетенций в бизнес-информатике, логистике и управлении проектами Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ / [Электронный ресурс]. URL: <https://hsbi.hse.ru/articles/tsifrovye-platformy/> (дата обращения: 12.02.2023).
- 4) Пилотные проекты ЦАП наберут высоту до конца года / Федеральная служба государственной статистики / [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/131588> (дата обращения: 12.02.2023).
- 5) Яндекс.Метрика / [Электронный ресурс]. URL: <https://metrika.yandex.ru/promo> (дата обращения: 12.02.2023).
- 6) ABC Consulting. Аналитическая платформа – что это такое? / [Электронный ресурс]. URL: <http://www.abc.org.ru/ap.html> (дата обращения: 12.02.2023).
- 7) Brand Analytics / [Электронный ресурс]. URL: <https://br-analytics.ru/> (дата обращения: 12.02.2023).
- 8) Calltouch / [Электронный ресурс]. URL: <https://www.calltouch.ru/> (дата обращения: 12.02.2023).
- 9) Mediascope / [Электронный ресурс]. URL: <https://mediascope.net/> (дата обращения: 12.02.2023).
- 10) Money Place / [Электронный ресурс]. URL: <https://moneyplace.io/> (дата обращения: 12.02.2023).
- 11) Popsters / [Электронный ресурс]. URL: <https://popsters.ru/> (дата обращения: 12.02.2023).