

## СИСТЕМЫ АНАЛИЗА И МОНИТОРИНГА СМИ

Вопрос, касающийся систем анализа и мониторинга СМИ, является одним из самых актуальных в современных бизнес структурах. Живя в информационном веке, крупным государственным и коммерческим организациям становится все труднее следить за динамично меняющимся вокруг них информационным полем, которое содержит массу новостных и обзорных материалов. Большие массивы информации должны подвергаться качественному анализу, поэтому регулярное ознакомление с публикациями СМИ для любой серьезной деятельности необходимо, но не всегда достаточно. На основе фактов и предположений, почерпнутых из открытых источников, можно не только анализировать состояние дел в своей отрасли, но и строить прогнозы развития ситуации, что жизненно важно для принятия верных решений.

Немаловажную роль в современном бизнесе играет конкурентная разведка, в основе которой, по крайней мере, на Западе, лежит маркетинговая информация, получаемая так же из прессы. Неудивительно, что в наше время каждый год появляются новые инструменты работы с информацией – компьютерные программы, помогающие собирать и сортировать материалы СМИ. Таких программ на рынке около сотни, но все они занимаются, как правило, организацией хранения средних или больших объемов информации, обладают простыми поисковыми возможностями и/или тематическим рубрикатором, не предлагая какого либо механизма качественного анализа. Наиболее известными отечественными базами данных, ориентированными на сбор и хранение СМИ, можно обозначить следующие: «Артефак» компании «Интегрум-Техно»; система «Парк», созданная «Парк.Ру»; электронный киоск Russian Story; Национальная электронная библиотека от НСМ; «Медиалогия»; УИС РОССИЯ; каталог СМИ ОТ СМИ.Ру. Работа со всеми перечисленными источниками, кроме СМИ.Ру, платная, и все владельцы предлагают не только возможность ознакомиться с материалами СМИ, но и некоторые мониторинговые услуги.

В вышеприведенном случае все-таки предпочтительнее человеческий мозг, способный накапливать опыт и обладающий интуицией. Хотя скорость оценки при этом и невелика, мы выигрываем в качестве.

Некоторые из программ умеют производить «интеллектуальный» поиск по массиву данных, отбирая документы по набору ключевых слов, частоте их употребления и относительному расположению, и делают это с учетом морфологии. Эти программы уже способны на простой контент-анализ, то есть на семантическую статистическую обработку. Для успешного применения такого рода методов входящий поток всегда подвергается предварительной обработке, включающей просмотр оператором, автоматический контроль орфографии, использование фильтра стоп-слов, нормализацию регистра и др.

На российском рынке присутствуют следующие программные продукты:

- «Астрата» ([www.cognitive.ru/products/astarta.htm](http://www.cognitive.ru/products/astarta.htm)). Экспертный рубрикатор, предназначенный для сбора, хранения и семантического анализа текстовых материалов;
- «Галактика-Zoom» ([zoom.galaktika.ru](http://zoom.galaktika.ru)). Аналитическая обработка текстовых неструктурированных документов, может собирать информацию на Интернет-сайтах или брать документы из подключаемых баз данных;
- «Медиалогия» ([www.medialogia.ru](http://www.medialogia.ru)). Система позволяет классифицировать публикации по значимости, определять отношение СМИ к объектам, анализировать характеристики PR-кампании, устанавливая отраженные в СМИ связи между объектами и т.д.;
- Технологии Hummingbird ([www.hbsltd.biz/products\\_km.asp](http://www.hbsltd.biz/products_km.asp)). Осуществляется технология обработки электронных текстов с использованием поискового сервера Hummingbird

SearchServer компании Hummingbird. Поступающая информация автоматически рубрицируется, а затем подвергается OLAP-анализу;

- TextAnalyst ([www.analyst.ru](http://www.analyst.ru)). Является инструментом для анализа содержания текстов, смыслового поиска информации, формирование электронных архивов;

- Semantic Explorer ([www.neurok.ru/products](http://www.neurok.ru/products)). Семантическая карта строится не по отдельным документам, а по их базе;

- TopSOM ([research.metric.ru](http://research.metric.ru)). Все множество документов разбивается на небольшое количество классов схожих по содержанию документов;

- Convera RetrievalWare ([www.convera.com/press/webinar/comm.html](http://www.convera.com/press/webinar/comm.html))

Представляет собой промышленное средство полнотекстового и атрибутивного поиска не только в текстовых архивах, но и в массивах графической и видеоинформации;

- IntelliSoft Vision ([www.intellsoft.ru/vision](http://www.intellsoft.ru/vision)). Предлагает руководителям верхнего уровня программу, позволяющую им в выборе объектов, представляющих интерес, и в реализации бизнес-стратегий;

- Проект ВААЛ ([www.vaal.ru](http://www.vaal.ru)). Позволяет воспользоваться предустановленными аналитическими моделями или создать собственные.

Для того чтобы эффективно управлять бизнесом, необходимо обладать информацией. Не менее важно ее своевременно получать. Анализ и мониторинг СМИ приносит компании экономическую выгоду, помогает стать эффективным инструментом диалога, влияет на рынок распространения изданий и делает шаг к исправлению сложных ситуаций.

Желая оставаться в русле основных тенденций развития IT-индустрии, многие разработчики переводят свои клиент-сервисные приложения на Интернет-платформы.

Заглядывая в будущее, уже можно предсказать, что настоящий прорыв в обработке материалов СМИ будет достигнут тогда, когда авторы станут сопровождать текст некой информационной структурой, описывающий смысл статьи другими словами.

Подытоживая все сказанное, можно с уверенностью заявить, что мониторинг и анализ СМИ стал неотъемлемой частью современного бизнеса, позволяющей отслеживать и корректировать имидж компании в СМИ, разбираться в ситуации на рынке, анализировать деятельность конкурентов и пользоваться проверенной мудростью: «предупрежден, значит вооружен», а систем, позволяющих достигнуть эти цели в настоящее время большое количество и они идут только по пути развития.