

ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 32.019.52

СИСТЕМА АВТОМАТИЗИРОВАННОГО МОНИТОРИНГА ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ¹

Габриелян О. А., Гаспарян М. В.

Аннотация: Современное состояние развития IT позволяет говорить о формировании нового типа общества информационного и цифрового одновременно. Центральную роль в его становлении сыграли виртуальные коммуникации, в основе которых заложены технические и программные средства. Новые каналы виртуальной коммуникации значительно превосходят естественную коммуникацию по объему передаваемой информации, что существенным образом влияет на степень социализации и ориентации человека в современном мире. Важным феноменом, воплощающим особенности информационных, виртуальных коммуникационных процессов XXI-го века, являются интернет-мемы. В виртуальном пространстве они приобретают серьезный потенциал воздействия на формирование общественного мнения. Целью работы стало создание системы автоматизированного мониторинга влияния политических интернет-мемов в социальных сетях на русскоязычный сегмент Интернета. Для достижения поставленной цели было операционализировано понятие интернет-мем (выделены признаки и сформированы критерии отбора).

В работе представлено описание и результаты работы прототипа мониторинга – программный комплекс Мемометрикс. Собираемые программным комплексом данные позволяют делать выводы о том:

- какой из фактов социально-политической реальности находит больший резонанс в виртуальном пространстве;
- как коррелирует изменяющаяся социально-политическая повестка дня в реальном пространстве с ее отражением в виртуальном пространстве;
- являются ли интернет-мемы следствием социальной рефлексии – интернет-фольклора или представляют собой «вбросы» политической технологии.

Ключевые слова: интернет-мем, политический интернет-мем, социальная сеть, программный продукт, политический процесс, коммуникация, мониторинг.

Интернет-мем стал важным феноменом информационных и виртуальных процессов XXI века, особым маркером в новой коммуникационной среде. Как известно, поня-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, программа «Приоритет-2030» № 075-15-2021-1323.

тие «мем» было введено в научный оборот биологом-эволюционистом Ричардом Докинзом. Анализируя биологическую эволюцию, он пришел к выводу о том, что основным её двигателем является ген-репликатор. Репликация (от позднелат. *replicatio* – повторение) – процесс самовоспроизведения макромолекул нуклеиновых кислот, обеспечивающий точное копирование генетической информации и передачу её от поколения к поколению [1]. Докинзом впервые была предложена идея рассмотрения концепции репликатора в приложении к социокультурным процессам и определении базового механизма передачи информации: «точно также, как гены распространяются в генофонде, переходя из одного тела в другое с помощью сперматозоидов или яйцеклеток, мемы распространяются в том же смысле, переходя из одного мозга в другой с помощью процесса, который в широком смысле можно назвать имитацией» [2]. В его понимании за передачу единицы культурной информации, передаваемой от человека к человеку посредством имитации, отвечает мем.

Однако, многообещающая аналогия, подхваченная исследователями, быстро исчерпала свою новизну и эвристический потенциал. Нужен был новый методологический прорыв. В тоже время следует отметить тот факт, что понятие «интернет-мем» активно вошло в повседневное использование, тем самым ослабив свою научную сущность. Под интернет-мемом, стали понимать информацию, представленную в различной медиформе в коммуникационной среде, обладающую силой эмоционального воздействия и спонтанно приобретающую популярность в Интернете. Эти мемы стали настолько популярны, что в прикладном плане ими уже занимаются практики коммуникации, маркетинга и SMM-специалисты.

Имея вирусную природу распространения, интернет-мем не только «инфицирует» коммуникантов, но и меняет их сознание, ментальные установки и поведение. Это связано, прежде всего, с формой презентации мема (яркая и запоминающаяся «упаковка»), так и с эмоциональным воздействием, практически обращенным больше к чувственному, а не логическому восприятию. Вот почему интернет-мем обращен к коллективному бессознательному (архетипам, культурным кодам) и представляет собой новую форму смеховой культуры. «Рунет захлестнула эпидемия «клипового мышления»: внимание пользователя стало фрагментарным, неустойчивым. Средний пользователь не удерживает фокус внимания, не может воспринимать длинные тексты. Никто не смотрит длинных роликов. Контент должен быть мелко гранулированным, легкоусвояемым, читаться наискось, состоять из привычных образов, «мемов» и архетипов» [3].

Задавая теоретико-методологический каркас исследованию феномена интернет-мема и обеспечивая его механизмом автоматизированной системы мониторинга влияния интернет-мемов в социальных сетях, в качестве предметной области мы выделяем политическую сферу.

В рамках современной политической науки уже сформировался значительный, как теоретический, так и практический массив знаний в отношении феномена «политический интернет-мем». В своих суждениях о них исследователи задают диапазон представлений – от элемента цифровой культуры [4–6] до понимания его как формы

социально-политического участия [7–9]. Значительный пласт составляют работы, исследующие заявленную проблему с позиции электоральной коммуникации [10–12].

В работах отечественных исследователей нашли свое отражение как общие подходы к рассмотрению интернет-мема как социокультурного феномена [13–21], так и более узкие, рассматривающие интернет-мем непосредственно в контексте политических процессов [22–25].

В качестве примера доминирующего похода в понимании интернет-мема и его производной – политического интернет-мема – в отечественном научном дискурсе, рассмотрим следующие определения: «интернет-мем – короткий фрагмент информации (слово или фраза, изображение и т.п.), мгновенно и неожиданно ставший модным и активно воспроизводящийся в интернете, в том числе в новых контекстах или ситуациях» [26, с. 200]. Что касается непосредственно политических интернет-мемов, то они определяются как: «отдельные сообщения в новых медиа, представляющие собой реакцию на то или иное политическое событие, обладающие различной семиотической природой (визуальной, аудиальной, вербальной), отличающиеся броскостью содержания и «упаковки», подвергающиеся многочисленному копированию пользователями и спонтанно распространяющиеся в сети» [24].

Политический интернет-мем в виртуальном пространстве приобретает серьезный потенциал воздействия на формирование общественного мнения, направленного, прежде всего, на власть – его легитимацию или делигитимацию.

Протекающие в этом пространстве политические процессы по своим последствиям имеют не меньшее воздействие на политику, чем взаимодействие политических субъектов в реальном пространстве.

Важно понимать, кто выступает субъектом политического процесса в виртуальном пространстве, каковы его цели, технологии создания и распространения политических мемов, воздействия на русскоязычный сегмент Интернета. «Наблюдения за политическим интернет-мемом заставляют предположить в нем не только творческий выброс энергии сетевого пользователя, но и реальный идеологический, пропагандистский инструмент, осознанную технологию политического влияния» [25, с. 158].

Мемы вне зависимости от тематической направленности обладают рядом общих характеристик. Тематический мем, например, политический, добавляет свои дополнительные характеристики.

Однако по тому с какими результатами мы имеем дело, видно, что в представленных подходах много от эмпирического обобщения и недостаточно строгости научного анализа, теоретического осмысления. В частности, нет даже более или менее приемлемого операционального определения интернет-мема. На наш взгляд, нужен переход на уровень конкретно-научных исследований на концептуально иной методологической базе.

В качестве отправной точки для анализа следует взять утверждение о том, что интернет-мем обладает своей специфической формой и каналом распространения. Чтобы уйти от общих рассуждений об интернет-мемах, следует операционализировать как само понятие «специфическая форма», так и «канал распространения».

Мы будем придерживаться следующего (узкого) рабочего определения: интернет-мем – это способ когнитивной коммуникации, представленный в форме визуального объекта (изображение + текст), посредством которого осуществляется процесс распространения определенной социальной информации. Характерным для интернет-мема является способность к репликации (частое копирование в течении определенного времени). Интернет-мем – это визуализированное высказывание. В широком смысле каналом распространения интернет-мемов является Интернет. В случае нашего исследования – социальные сети в Интернете.

Выбор социальных сетей как основного канала распространения интернет-мемов обусловлен рядом объективных факторов. Во-первых, социальные сети лидеры среди ресурсов, потребляемых в Интернете с долей 22% в день. В соцсетях пользователи от 12 до 64 лет проводят в среднем 52 минуты. Во-вторых, структура пользователей крупных социальных сетей в полной мере отражает половозрастную структуру реального общества. В-третьих, они обладают генерирующим потенциалом. Так по данным ежегодного исследования активной аудитории социальных сетей в России, в октябре 2021 года 66,4 млн. активных пользователей социальных сетей написали около 1,1 млрд сообщений. В день публикуется приблизительно 25 млн. изображений.²

Вводимое в рамках нашей работы определение интернет-мема позволяет формализовать, а, следовательно, и автоматизировать процедуру поиска и анализа его распространения в сети.

Логическая схема мониторинга интернет-мемов. Рассмотрим процедуру организации автоматизированной системы мониторинга интернет-мемов, реализуемого посредством разработанного коллективом авторов программного обеспечения (ПО) «Мемометрикс» (Memometrix). На рис. 1 представлена блок-схема этапов реализации ПО «Мемометрикс».

Подготовка исследовательского запроса для поисковой машины. Запрос состоит из двух частей. Первая часть, отражающая и определяющая предмет суждения (предикат запроса). В рамках данной работы предикат будет постоянным понятием – мем. Вторая часть имеет вариативный характер и отражает изучаемую область в структуре виртуальной коммуникации. Для получения результатов поиска, наиболее приближенных к содержанию запроса, фраза запроса помещается в кавычки («мем ...»).

Вторая часть запроса формируется на основании анализа двух источниковых баз. Первая представляет собой результат онто-семантического анализа гипертекста, сформированного из заголовков новостных сообщений общественно-политического характера за определенную единицу времени. Он представлен в форме семантической сети, что есть ни что иное, как совокупность графов. Осуществляя процедуру обхода графов по нисходящей степеней его вершин, получаем предварительный список запросов [27].

Вторая источниковая база представляет данные еженедельного социологического опроса «ФОМнибус» (Фонд Общественное Мнение). В частности, речь идет о массиве

2 Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2021 // Brand Analytics 2021 <https://brand-analytics.ru/blog/social-media-russia-2021>.



Рис. 1. Блок-схема этапов реализации интеллектуализированной системы мониторинга интернет-мемов

данных ответов респондентов на открытый вопрос «Какие события прошедшей недели, о которых сообщалось в средствах массовой информации, больше всего заинтересовали Вас, привлекли Ваше внимание?». Использование этого массива позволило уравновесить язык СМИ, дополнив «язык» запроса неформальным сленгом (повседневный язык). Это имеет существенное значение, так как предмет нашего исследования отчасти является продуктом народного (массового) творчества – интернет-фольклора.

Сформированные из двух источников баз запросы объединяются в единый массив исследовательских запросов.

Исследовательские запросы поступают на поисковую машину, по результатам работы которой, формируется набор изображений. Далее каждое изображение из сформированного набора поступает снова в поисковую машину, результатом работы которой является – набор ссылок URL адресов сайтов, на которых изображение размещено. Анализ этих ссылок ложится в основу формируемой базы данных изображений с формальным описанием (БДИ ФО).

Информация об изображении, которая хранится в базе данных:

- Идентификатор;
- Адрес URL;
- Доменное имя;
- Домен верхнего уровня;
- Размер;
- Дата размещения;
- Теги;
- Распознанный текст.

БДИ ФО дополняется следующими показателями:

- абсолютное значение числа ссылок на каждую из рассматриваемых социальных сетей;
- взвешенный показатель представленности в социальной сети; получается путем перемножения абсолютного значения числа ссылок на конкретную социальную сеть и весового коэффициента социальной сети (определяется как отношение числа авторов конкретной социальной сети к суммарному значению авторов, рассматриваемых социальных сетей);
- суммарное значение взвешенных показателей представленности в четырех отобранных социальных сетях;
- коэффициент распространения (отношение абсолютного числа доменных имен к абсолютному числу адресов URL).

В своей работе программа «Мемометрикс» обращается к поисковой машине Google, так как по ряду объективных характеристик этот поисковик обращается к наиболее полной базе изображений, а логика формирования запросов простая с позиции их формализации.

Из сформированной БДИ ФО по заданному критерию осуществляется выборка изображений. В качестве критерия рассматривается наличие ссылок на определенный набор социальных сетей, для изображений из базы. Выбор конкретного набора социальных сетей зависит от исследуемого сегмента пользователей Интернет (в частности,

странавого). Как было отмечено выше, в рамках заявленного исследования рассматриваются четыре социальные сети, это обусловлено его предметным полем – «русскоязычный сегмент Интернет». Таким образом, изображением, имеющим ссылки на три или четыре социальные сети, приписывается статус – интернет-мем.

Дальнейший мониторинг (жизненного цикла, закона распространения) программа «Мемометрикс» осуществляет применительно к изображениям с присвоенным статусом интернет-мем.

В процессе исследования анализируются две группы статистики.

Первая отражает непосредственно поведение конкретного изображения, в частности:

- ранжирование интернет-мемов, с целью выявления наиболее актуальных;
- исследование динамики интернет-мемов (с возможным выявлением определенных законов их распространения);
- осуществление сравнительного анализа динамики появления и распространения интернет-мемов и актуализации проблематики запросов;
- формирование семантического ядра текстов и тегов, наиболее распространяемых интернет-мемов;
- определение ключевых образов в наиболее актуальных интернет-мемах;

Вторая группа отражает «информационный запрос» (сколько изображений получаем по запросу, его временной ряд, показатель прироста). На основе анализа статистики первой группы возможно построение интегральных показателей для описания информационного запроса.

С 23 ноября 2020 года программа начала работать в тестовом режиме. На этапе тестирования программа работала с запросами, сформированными за период с 01.03.2020 по 30.03.2020 и 01.10.2020 по 31.10.2020.

Согласно описанной выше процедуре и с учетом отмеченных периодов были сформированы следующие запросы: «Мем режим ЧС ввести Москва», «Мем коронавирусом новый случай заражение России», «Мем вирус из Китая», «Мем карантины в школах», «Мем Навальный отравление санкции», «Мем Киргизия протесты», «Мем Азербайджан Армения заявлять обстрел», «Мем Мишустин», «Мем рост цен, тарифов», «Мем рост зарплат и пенсий», «Мем Трамп».

На момент написания данной статьи программный комплекс работал в автоматическом режиме 13 недель. За этот период, по данному набору запросов было собрано 2578 изображений. На рисунке 2 представлен график отражающий динамику сбора изображений с шагом в одну неделю.

Как следует из графика со 2-й по 7-ю неделю, фиксировался нулевой прирост. С 7-й недели начинается резкий рост, который замедляется с 10 по 11 неделю и снижается до нуля с 12 недели.

Ограниченный период наблюдений и незначительный собранный массив данных не позволяет нам на данном этапе делать заключение о каких-либо закономерностях в наблюдаемом распределении. Ступенчатый характер графиков также требует своего объяснения на более длительном массиве наблюдений.

Усредненно доля интернет-мемов в общем количестве найденных изображений составляет 6,8%.

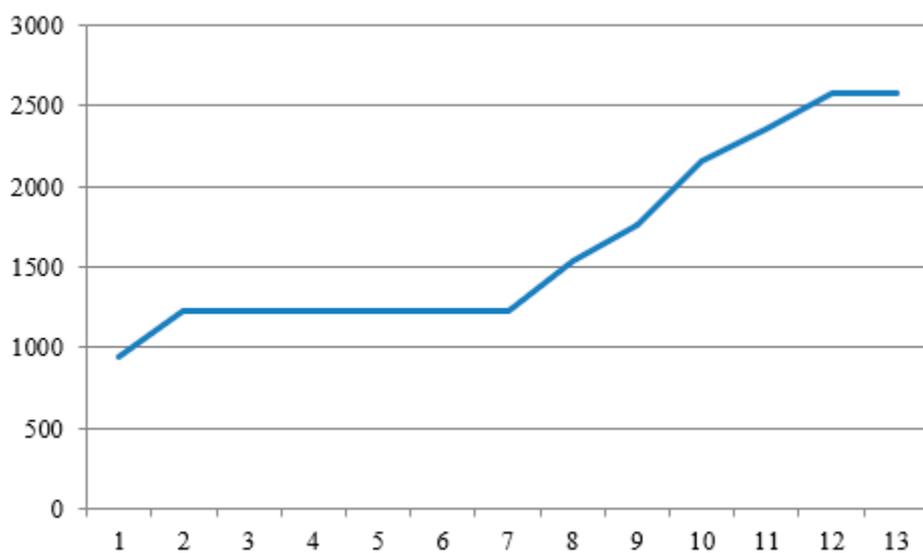


Рис. 2. Динамика сбора изображений программным комплексом «Мемометрикс»

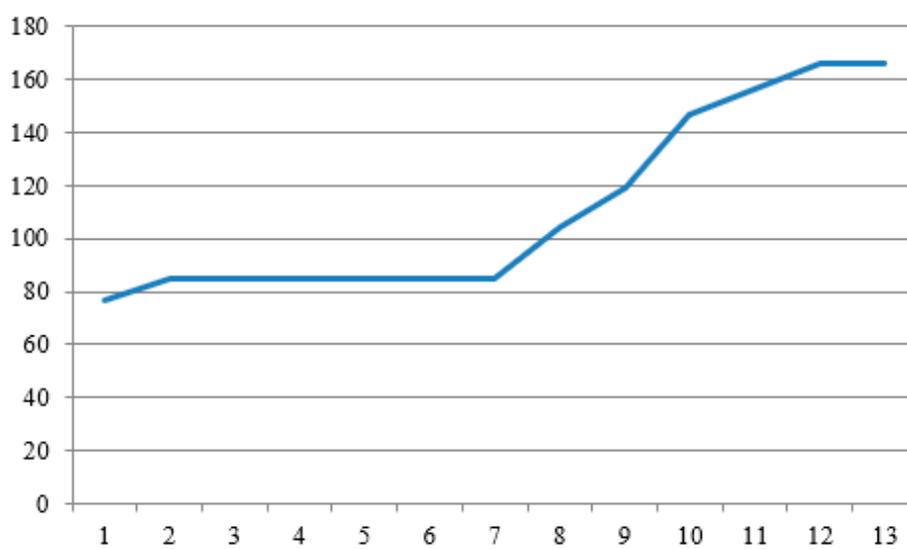


Рис. 3. Динамика представленности интернет-мемов в собираемом массиве изображений программным комплексом «Мемометрикс»

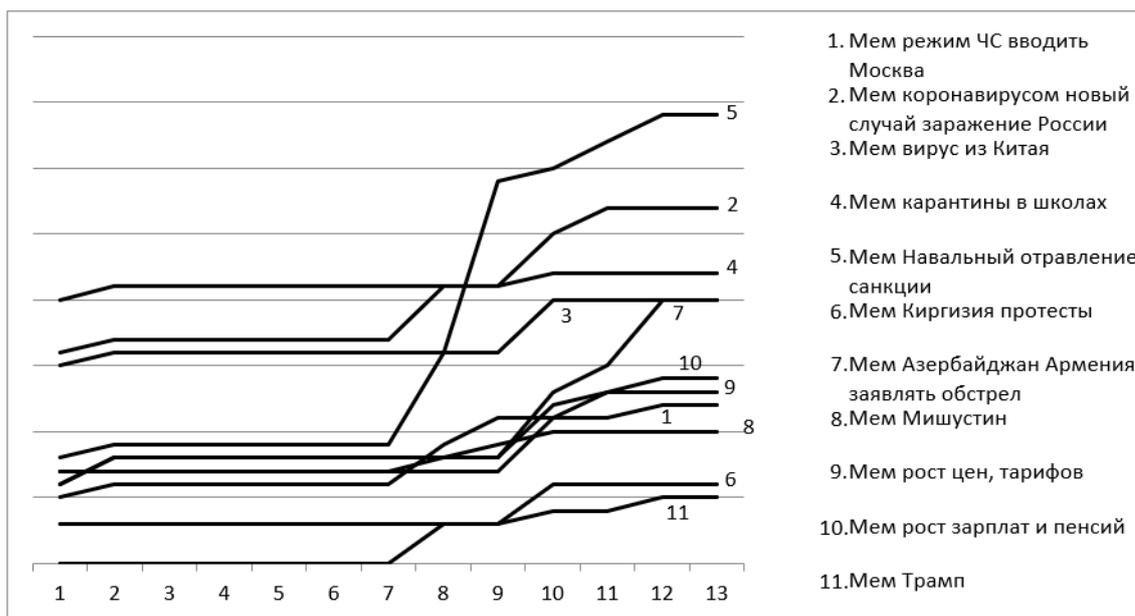


Рис. 4. Динамика изменения количества собираемых интернет-мемов, в разрезе конкретных поисковых запросов

По диаграмме, представленной на рис. 4, мы имеем возможность оценить: динамику конкретного поискового запроса (отражающего конкретную проблематику в рамках складывающейся социально-политической реальности), а также его вклад в общую картину проекции политической повестки дня в виртуальное пространство.

Собираемые данные позволяют говорить о влиянии интернет-мемов на виртуальное пространство (сообщество пользователей) российского сегмента Интернет.

Во-первых, анализ статистики интернет-мемов в контексте тематик запросов позволяет делать выводы о том, что из фактов социально-политической реальности находит больший резонанс в виртуальном пространстве. Собранные автоматизированным программным комплексом «Мемометрикс» данные представлены в таблице 1.

Данные представлены в обобщенном виде, функционал программного комплекса позволяет представлять запрашиваемую статистику на временной шкале с шагом в один день. Однако уже сейчас на основании данных, собранных программным комплексом в тестовом режиме, отчетливо просматриваются темы (запросы) получившие наибольшее распространение в сети Интернет и глубину проникновения в коммуникационную структуру социальных сетей.

Во-вторых, позволяет исследовать корреляцию изменяющейся социально-политической повестки дня в реальном пространстве и ее отражение в виртуальном пространстве. Это осуществляется посредством сопоставления изменяющейся структуры

Таблица 1

Данные статистик интернет-мема по поисковым запросам

Запрос	Количество интернет-мемов	Среднее значение представленности в социальных сетях	Среднее значение коэффициента распространения
Мем Навальный отравление санкции	34	76	0,3
Мем коронавирусом новый случай заражение России	27	36	0,4
Мем карантины в школах	22	125	0,2
Мем вирус из Китая	20	62	0,3
Мем Азербайджан Армения заявлять обстрел	20	30	0,4
Мем рост зарплат и пенсий	14	41	0,4
Мем рост цен, тарифов	13	46	0,2
Мем режим ЧС вводить Москва	12	63	0,4
Мем Мишустин	10	48	0,3
Мем Киргизия протесты	6	39	0,4
Мем Трамп	5	175	0,3

запросов, отражающих актуальную социально-политическую повестку со статистикой собираемых по запросам интернет-мемов.

В-третьих, исследование URL-адресов с которых появляются интернет-мемы позволяют делать выводы о том, являются ли они следствием социальной рефлексии – интернет-фольклора или представляют собой «вбросы» политической технологии, преследующие конкретные политические цели. В таблице 3 представлены домены и описание сайтов, на которых интернет-мемы появлялись первыми (в рамках исследуемого временного периода). В работе представлена выборка в объеме 10% от всей совокупности собранных интернет-мемов. В нее вошли интернет-мемы находящиеся слева от первого дециля. Массив интернет-мемов упорядочен по убыванию суммарного значения взвешенных показателей представленности в отобранных социальных сетях.

В заключение следует отметить, что собранный массив статистических данных и выявленные закономерности станут основой для автоматизированного и интеллектуализированного выявления «паттернов влияния» интернет-мемов на основе применения технологии искусственного интеллекта (Machine Learning, Deep Learning, Data Mining, глубоких сверточных нейронных сетей).

Исследовательская группа разработала логическую схему такого исследования и не видит принципиальной сложности в создании интегрального программного комплекса, который мог бы в автоматическом режиме не только формировать запросы, выявлять политические интернет-мемы, но их анализировать и выдавать результаты такого автоматизированного интеллектуализированного мониторинга без участия эксперта-аналитика в режиме реального времени. Все этапы от формирования запроса на базе гипертекста новостных заголовков, основных новостных платформ, до формирования аналитического заключения нейросетью будут интегрированы в единый программный продукт.

Список литературы

1. Биологический энциклопедический словарь / Гл. ред. М. С. Гиляров. М., «Сов. энциклопедия», 1989. 864 стр., илл. // [Электронная версия] Доступ: URL: https://enc.biblioclub.ru/Termin/1050492_Replikaciya (проверено 07.03.2021).
2. Докинз Р. Эгоистичный ген. 2013. М.: АСТ:CORPUS. 512 с.
3. Ашманов И. 2013 Короткая память. - Российская газета. 17.01. Доступ: <https://rg.ru/2013/01/17/ashmanov.html> (проверено 07.03.2021)
4. Davison P. 2009. The Language of Internet Memes. –The Social Media Reader. Ed. by M. Mandiberg. New York, London: New York University Press. P. 120–134.
5. Shifman L. 2014. Memes in Digital Culture. Massachusetts: MIT Press. 200 p.
6. Piata A. 2016. When Metaphor Becomes a Joke: Metaphor Journeys from Political Ads to Internet Memes. – Journal of Pragmatics. No. 106. P. 39-56. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2016.10.003>
7. Denisova A. 2019. Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts. New York: Taylor & Francis Group. 220 p.
8. Milner R. M. 2013. Pop Polyvocality: Internet Memes, Public participation, and the Occupy Wall Street Movement. – International Journal of Communication. Vol. 7. P. 2357-2390.
9. Plevrity V. 2014. Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement. The University of Warwick. URL:<https://www.pdfFiller.com/jsfiller-desk14/?requestHash=2e09cb29f6ce999f26b1a686e2a5736b4e62a1644c722e6686670dbc266130e0&projectId=665481422#84b570b6b22cf2b00c9ff1a81ba33447> (accessed 07.03.2021).
10. Gambarato R., Komesu F. 2018. What Are You Laughing At? Former Brazilian President Dilma Rousseff’s Internet Memes across Spreadable Media Contexts.

- Journal of Creative Communications. Vol. 13. No. 2. P. 85-103. <https://doi.org/10.1177/0973258618761405>
11. Graeff E. 2015. Binders Full of Election Memes: Participatory Culture Invades the 2012 U.S. Election. – Civic Media Project. URL: https://www.researchgate.net/publication/305432438_Binders_Full_of_Election_Memes_Participatory_Culture_Invades_the_2012_US_Election (accessed 07.03.2021).
 12. Ross A., Rivers D. 2017. Digital Cultures of Political Participation: Internet Memes and the Discursive Delegitimization of the 2016 U.S Presidential Candidates. – Discourse, Context & Media. Vol. 16. P. 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.001>
 13. Столетов А. Мемы: мифы и реальность. Электрон. текстовые дан.: <https://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/meme.htm>
 14. Кронгауз М. А. Мемы в Интернете: опыт деконструкции. // Наука и жизнь. – Электрон. журн. № 11. 2012. Доступ: https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/431893/Memy_v_internete_opyt_dekonstruktsii (проверено 07.03.2021).
 15. Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры. Доступ: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvms3.pdf. (проверено 07.03.2021).
 16. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как средство межкультурной коммуникации. // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2013. № 6 (81). С. 34-39.
 17. Вешнякова А. В. Лингвокреативный аспект интернет-мемов / А. В. Вешнякова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – Электрон. журн. № 4. 2016.
 18. Зиновьева Н. А. Трансляция социокультурных кодов в создании информационного продукта: анализ интернет-мемов: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. соц. наук (22.00.06) / С.-Петербург. гос. ун-т. – Санкт-Петербург. 2016. 26 с.
 19. Канашина С. В. Что такое интернет-мем? / С. В. Канашина // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. - 2017. - № 28 (277) том 36. - С. 1-7.
 20. Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи. // Вестник СПбГУ. Социология. 2017. Т. 10. Вып. 4. С. 410–424.
 21. Шомова С. А. Мемы как они есть: учебное пособие / С. А. Шомова - М.: Аспект Пресс, 2019. – 136 с.
 22. Квят А. Г. Медиаем как инструмент политического PR: когнитивный подход // Медиаскоп. – Электрон. журн. №1. 2013. Доступ: <http://www.mediascope.ru/node/1254#12> (проверено 07.03.2021).
 23. Столяров А. А. 2014. Политические мемы эпохи “Фейсбук-революции” как способ конструирования медиареальности. – Медиаскоп. № 3. Доступ: <http://www.mediascope.ru/node/1590#13> (проверено 07.03.2019).
 24. Шомова С. А. 2015. Политический интернет-мем: сущность специфика, разновидности. – Бизнес. Общество. Власть. № 22. С. 28-41. Доступ: <https://www.hse>

- ru/mag/27364712/2015--22/148970323.html (проверено 07.03.2021).
25. Шомова С. А. Выборы президента РФ – 2018 в зеркале мемов: новые реалии политической коммуникативистики. – Полис. Политические исследования. 2019. № 3. С. 157-173. Доступ: <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.03.10> (проверено 07.03.2021).
26. Словарь языка интернета.ru. 2016. Под ред. М. А. Кронгауза. М.: АСТ Пресс Книга. 288 с.
27. Габриелян О. А., Гаспарян М. В., Кравченко И. В. 2020. Объективированное формирование поискового запроса для интеллектуализированной системы мониторинга интернет-мемов // Дистанционные образовательные технологии: сборник трудов V Международной научно-практической конференции / отв. ред. В. Н. Таран. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ». – С. 204-207.

Сведения об авторах

Габриелян Олег Аршавирович - д-р филос. наук, профессор, г. Симферополь, Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, профессор кафедры философии.
E-mail: gabroleg@mail.ru

Гаспарян Михаил Владимирович - кандидат политических наук, г. Симферополь, Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций.
E-mail: mgasp@mail.ru

Gabrielian O. A., Gasparyan M. V.

SYSTEM FOR AUTOMATED MONITORING OF POLITICAL INTERNET MEMES ON SOCIAL MEDIA

***Annotation:** The current state of IT development allows us to talk about the formation of a new type of society information and digital at the same time. The central role in its formation have played virtual communications, which are based on technical and software tools. New channels of virtual communication significantly surpass natural communication in terms of the amount of transmitted information, which significantly affects the degree of socialization and orientation of a person in the modern world. Internet memes are an important phenomenon that embodies the features of information, virtual communication processes of the 21st century. In the virtual space, memes acquire a serious potential for influencing on public opinion. The aim of the work is to create a system for automated monitoring of the influence of political Internet memes in social networks on the Russian-speaking segment of Internet. To achieve this goal, the concept of an Internet meme was operationalized (features were highlighted and selection criteria were formed).*

The paper presents the description and results of the work of prototype of monitoring - the

Memometrix software package. The data collected by the software package allows one to draw conclusions about:

- *which of the facts of socio-political reality finds the greatest resonance in the virtual space;*
- *how the changing socio-political agenda in real space correlates with its reflection in the virtual space;*
- *whether Internet memes are a consequence of social reflection - Internet folklore or are «stuffing» of political technology.*

Keywords: *Internet meme, political Internet meme, social network, software product, political process, communication, monitoring.*

References

1. Biologicheskiy entsiklopedicheskiy slovar [Biological encyclopedic dictionary] / Gl. red. M. S. Gilyarov. M.: «Sov. entsiklopediya». 1989. 864 str. ill. // [Elektronnaya versiya] Rezhim dostupa: URL: https://enc.biblioclub.ru/Termin/1050492_Replikaciya
2. Dokinz R. 2013. Egoistichnyy gen [The Selfish Gene] M.: AST:CORPUS. 512 s.
3. Ashmanov I. 2013 Korotkaya pamyat'. [Short memory] - Rossiyskaya gazeta. 17.01. URL: <https://rg.ru/2013/01/17/ashmanov.html>
4. Davison P. 2009. The Language of Internet Memes. –The Social Media Reader. Ed. by M. Mandiberg. New York, London: New York University Press. P. 120–134.
5. Shifman L. 2014. Memes in Digital Culture. Massachusetts: MIT Press. 200 p.
6. Piata A. 2016. When Metaphor Becomes a Joke: Metaphor Journeys from Political Ads to Internet Memes. – Journal of Pragmatics. No. 106. P. 39-56. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2016.10.003>
7. Denisova A. 2019. Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts. New York: Taylor & Francis Group. 220 p.
8. Milner R. M. 2013. Pop Polyvocality: Internet Memes, Public participation, and the Occupy Wall Street Movement. – International Journal of Communication. Vol. 7. P. 2357-2390.
9. Plevrity V. 2014. Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement. The University of Warwick. URL:<https://www.pdfFiller.com/jsfiller-desk14/?requestHash=2e09cb29f6ce999f26b1a686e2a5736b4e62a1644c722e6686670dbc266130e0&projectId=665481422#84b570b6b22cf2b00c9ff1a81ba33447>
10. Gambarato R., Komesu F. 2018. What Are You Laughing At? Former Brazilian President Dilma Rousseff's Internet Memes across Spreadable Media Contexts. – Journal of Creative Communications. Vol. 13. No. 2. P. 85-103. <https://doi.org/10.1177/0973258618761405>
11. Graeff E. 2015. Binders Full of Election Memes: Participatory Culture Invades the

- 2012 U.S. Election. – Civic Media Project. URL: https://www.researchgate.net/publication/305432438_Binders_Full_of_Election_Memes_Participatory_Culture_Invades_the_2012_US_Election
12. Ross A., Rivers D. 2017. Digital Cultures of Political Participation: Internet Memes and the Discursive Delegitimization of the 2016 U.S Presidential Candidates. – *Discourse, Context & Media*. Vol. 16. P. 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.001>
 13. Stoletov A. Memy: mify i realnost [Memes: myths and reality] URL: <https://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/meme.htm>
 14. Krongauz M. A. Memy v Internetе: opyt dekostruktsii. [Memes on the Internet: an experience of deconstruction] // *Nauka i zhizn. – Elektron. zhurn. № 11. 2012.* (In Russ.) URL: https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/431893/Memy_v_internete_opyt_dekonstruktsii
 15. Savitskaya T. E. Internet-memy kak fenomen massovoy kultury [Internet memes as a phenomenon of popular culture]. (In Russ.) *Elektron. tekstovyye dan.:* URL: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvms3.pdf.
 16. Shchurina Yu.V. Internet-memy kak sredstvo mezhkulturnoy kommunikatsii [Internet memes as a means of intercultural communication] // *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2013. № 6 (81). S. 34-39.* (In Russ.)
 17. Veshnyakova A.V. 2016. Lingvokreativnyy aspekt internet-memov [The lingucreative aspect of Internet memes] / A.V. Veshnyakova // *Aktualnyye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk. – Elektron. zhurn. № 4.* (In Russ.) <https://docplayer.ru/32925724-Lingvokreativnyy-aspekt-internet-memov.html>
 18. Zinovyeva N. A. 2016. Translyatsiya sotsiokulturnykh kodov v sozdanii informatsionnogo produkta: analiz internet-memov [Translation of Sociocultural Codes in Creating an Information Product: Analysis of Internet Memes]: avtoref. dis. na soisk. uchen. step. kand. sots. nauk (22.00.06) / S.-Peterb. gos. un-t. – Sankt-Peterburg. 26 s. (In Russ.)
 19. Kanashina S. V. 2017. Chto takoye internet-mem? [WHAT IS AN INTERNET MEME?]/S. V. Kanashina//*Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki. - № 28 (277) tom 36. - S. 1-7.* (In Russ.)
 20. Lysenko E. N. Internet-memy v kommunikatsii molodezhi. [INTERNET MEMES IN YOUTH COMMUNICATION]// *Vestnik SPbGU. Sotsiologiya. 2017. T. 10. Vyp. 4. S. 410–424.* (In Russ.)
 21. Shomova S. A. 2018. Memy kak oni est' [Memes as They Are]. Moscow: Aspect Press Publ. 136 p. (In Russ.)
 22. Kvyat A. G. 2013. Media Meme as an Instrument of Political PR: Cognitive Approach. – *Mediaskop. No.1.* (In Russ.) URL: <http://www.mediascope.ru/node/1254#12>
 23. Stolyarov A. A. 2014. Politicheskie memy epokhi “Feisbuk-revolyutsii” kak sposob konstruirovaniya mediareal’nosti [Political Memes of the Facebook Revolution Era

- as a Way of Constructing of Media Reality]. – Mediascope. No. 3. (In Russ.) URL: <http://www.mediascope.ru/node/1590#13>
24. Shomova S. A. 2015. The Political Internet Meme: Essence, Characteristics, Types. – Business. Society. Authority. No. 22. P. 28-41. (In Russ.) URL: <https://www.hse.ru/mag/27364712/2015--22/148970323.html>
25. Shomova S. A. 2019. 2018 Russian Presidential Elections in the Mirror of Memes: New Realities of Political Communications. – Polis. Political Studies. No. 3. P. 157-173. (In Russ.) <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.03.10>
26. Slovar yazyka interneta.ru [Dictionary of the language of the Internet.ru]. 2016. Pod red. M. A. Krongauza. M.: AST Press Kniga. 288 s. (In Russ.)
27. Gabrielyan O. A., Gasparyan M.V. Kravchenko I.V. 2020. Obyektivirovannoye formirovaniye poiskovogo zaprosa dlya intellektualizirovannoy sistemy monitoringa internet-memov [Objectified formulation of a search query for an intellectualized system of monitoring Internet memes] // Distantionnyye obrazovatelnyye tekhnologii: sbornik trudov V Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii / otv. red. V. N. Taran. – Simferopol: IT «ARIAL». – S. 204-207. (In Russ.)

Gabrielian Oleg Arshavirovich, Dr. Sci. (Philosophy Sci.), Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky, Simferopol, Republic of Crimea, Russia

E-mail: gabroleg@mail.ru

Gasparyan Mikhail Vladimirovich, Ph.D. of Political Sciences, Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky, Simferopol, Republic of Crimea, Russia

E-mail: mgaspp@mail.ru