

ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОТОКУ НОВИН ЗМІ З ОЦІНЮВАННЯМ ЙОГО ЕМОЦІЙНИХ ХАРАКТЕРИСТИК

Вивчення особливостей інформаційного середовища – важливий елемент інформаційно-аналітичної діяльності, який дозволяє сформувати аналітику більш повне і чітке уявлення про обстановку. Адже це важливий відправний пункт для реагування на інформацію про події. Підходи до опрацювання інформаційного потоку новин засобів масової інформації розробляються за різноманітними напрямками, у даній статті представлено підхід до опрацювання інформаційного потоку новин ЗМІ із аналізом емоційного компоненту, вимірюванням його інтенсивності та оцінюванням елементів, які формують емоційні характеристики тексту.

Новини ЗМІ є емоційно-насиченою інформацією, тому важливо вміти виявляти, що саме нагнітає в них емоційний стан, помічати властиві вислови та правильно їх оцінювати. У цьому аспекті важливим є правильний переклад кожної фрази, адже поряд із суспільно-політичною лексикою у мас-медіа наявні ідіоматичні вислови, які автори текстів новин вживають задля надання своєму повідомленню більш яскравої забарвленості. Тому вони повинні бути розпізнані і перекладені належним способом. Мовні одиниці, якими передаються у тексті емоції та емоційні стани, називаються концептами. У кожній мові використовується властива саме їй система концептів, яка невідривно пов'язана із культурою народу – носія мови.

Концепти, що передають певні емоції у тексті, формують його емоційну забарвленість. Оцінити її можна за кількісними і якісними показниками шляхом привласнення відповідних вагових коефіцієнтів окремим емоційним висловам, які представлені звичайними словосполученнями та ідіоматичними зворотами. Для оцінювання емоційної забарвленості доцільно з текстового корпусу сформувати базовий словник зі відповідним набором символів, які в подальшому беруть участь у розрахунку коефіцієнту емоційної забарвленості. За найбільш значущими критеріями, які формують характеристики повідомлення, оцінюється інтенсивність його інформаційного впливу із виведенням результатів у графічній формі на інтерфейс користувача.

Використання даного підходу дає можливість розглянути різні аспекти інформаційного потоку новин ЗМІ та оцінити його за різноманітними характеристиками, що збільшує практичні можливості з опрацювання потоку новин ЗМІ в інтересах забезпечення безпеки.

Ключові слова: безпека, інтенсивність, концепт, емоційна забарвленість.

Вступ. Важливим фактором інформаційно-аналітичної діяльності є інформаційне середовище та його властивості. Їх вивчення забезпечує здатність як експерта, так і пересічної людини до розуміння навколишніх інформаційних процесів та реагування на події відповідним чином. Адже особливості їх подання є одним з інструментів інформаційної війни і своєрідною невоєнною тактикою, що відноситься до елементів безпеки, зокрема політики стратегічного стримування [1].

Такі фактори як умови невизначеності, разом із сильним інформаційним тиском, які часто супутні інформаційно-аналітичній роботі, супроводжують процес прийняття рішення. Надходження хибної інформації вимагає увімкнення критичного мислення, яке дозволяє побачити, які саме засоби використовуються у засобах масової інформації (ЗМІ) для привертання уваги і формування потрібної думки про подію. З урахуванням цього, останні дослідження свідчать про зростання потреби розвитку нових методів опрацювання інформаційних потоків і дослідження особливостей інформаційного середовища.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми аналітичного опрацювання новин ЗМІ в інтересах національної безпеки всебічно вивчалися у вітчизняних і зарубіжних дослідженнях [1 - 6]. Використання засобів інформаційної війни для завоювання противника зсередини з перспективою забезпечення власних стратегічних інтересів вивчалось у [1]. Розгляд проблеми активізації наступальних інформаційних ресурсів країн потенційного противника та способи їх стримування запропоновані у [2]. Засоби подання інформаційного матеріалу, зокрема сюжетів новин на тему війни, через аудіовізуальні канали із задіянням спеціальних прийомів донесення інформації до аудиторії, розглянуті у [3]. Дослідження новин ЗМІ щодо активності аудиторій відносно публікацій та відповідність реагування на зміст новин у соцмережах залежно від типу інтернет-аудиторії (стать, регіон проживання тощо) проведено у [4]. Проблема домінування в інформаційному полі за наявності політичного протистояння з визначенням необхідних для цього інформаційних засобів розглядалися у [5]. Використання лексики та спеціальних мовних засобів у новинах ЗМІ з урахуванням їх особливостей для інформування закордонної аудиторії під час ведення війни представлені у [6].

При цьому у розгляді різних аспектів опрацювання інформації не приділялось достатньо уваги вивченню емоційного фактору, який передається лінгвістичними засобами, та його впливу на зміст тексту новин ЗМІ.

З огляду на це, **метою і основним змістом статті** є визначення підходу до аналізу емоційного компоненту інформаційного потоку новин ЗМІ і до вимірювання його інтенсивності, з оцінюванням складових, які формують емоційні характеристики тексту.

Викладення основного матеріалу. Емоції – невід’ємна частина більшості новин і емоційних висловів, що активно використовуються у ЗМІ. Їх присутність всередині новин забезпечує тривалу фіксацію всередині пам’яті людини та залишення у її психіці назавжди [7]. Тому для відстеження емоційного впливу в емоційно-насиченій інформації, зокрема новинах

ЗМІ, важливо вміти виявляти, що саме нагнітає емоційний стан, помічати властиві вислови та правильно їх оцінювати.

Для цього в ході вивчення текстів новин ЗМІ експертами були відібрані основні властиві їм емоції, які базуються на класифікації К. Ізарда [8]. Це, зокрема:

1. Радість
2. Здивування
3. Сум
4. Гнів
5. Відраза
6. Зневага
7. Горе
8. Сором
9. Інтерес
10. Провина
11. Спантичення.

Інші емоційні стани утворюються поєднанням цих емоцій.

Для передачі емоцій та емоційних станів у тексті використовуються відповідні мовні одиниці – концепти. Широко відомо, що система концептів, що використовується у повсякденному житті, міститься у лексичному компоненті мови. Ця система концептів невідривно пов'язана із культурою аутентичних носіїв мови та має етно-семантичні ознаки.

Одним з розповсюджених лексичних засобів, що передають емоції у тексті, є ідіоматичні звороти. Вони є часткою системи культурних цінностей країни, яка базується на її самобутніх складових. Ідіоматичні звороти – це емоційно-оцінні засоби, які є своєрідними маркерами відношення людей до певних явищ суспільного життя, прийнятого в даній національній культурі. Назва походить від грецької ідіома – “своєрідний вираз” – це стійкий мовний зворот, неподільне словосполучення, значення якого відрізняється від значення слів, що входять до його складу [9].

У текстах новин, як вітчизняних, так і іншомовних, трапляються випадки, коли для створення більш яскравого враження вживаються не лише звичайні емоційні вирази, а й ідіоматичні звороти. Їх емоційна забарвленість, на перший погляд, є нейтральною, проте при більш ретельному розгляді виявляється, що буквальний переклад є помилковим, у даного мовного звороту існує ще друге значення, яке і слід враховувати як правильне. При цьому таке значення є емоційно-забарвленим і впливає на формування враження від того, про що йдеться у тексті повідомлення. Тому при опрацюванні тексту іншомовних новин важливим є орієнтування у лінгвістичній складовій і правильний переклад змісту тексту.

Так, в англійській мові, за наявності зазначених фраз слід відрізнити буквальний переклад наступних ідіом від того змісту, який закладений у них насправді. Наприклад, емоційні реакції, такі як гнів, роздратування, ігнорування, або стан від здобуття перемоги передаються наступними ідіоматичними зворотами [10, 11]:

To be on the warpath / ram rage – шукати бійки, бути дуже розлюченим або засмученим кимось/чимось;

A bad blood – погані відчуття;

To play hardball – робити/працювати агресивно чи грубо;

To see red – розсердитись;

To get someone's goat – роздратувати когось або набриднути;

To have the last laugh – отримати реванш над кимось, хто вважав себе сильнішим/розумнішим;

To turn a deaf ear – ігнорувати когось.

To give someone the cold shoulder – навмисно ігнорувати когось;

Get off one's high horse – припинити вести себе зверхньо.

Їх правильний переклад показує справжній зміст і відповідну емоційну забарвленість, закладені у текст.

Як слідує з вищевикладеного, емоційна забарвленість – важлива характеристика тексту новин ЗМІ. Вона відображає його характер і є складовою інформаційного потоку. На її формування впливають засоби, які розглядаються у даній статті.

Характер емоційної забарвленості тексту новин можна визначати як за вмістом певних емоцій (якісно), так і за їх числовим показником (кількісно). Це досягається привласненням відповідних вагових коефіцієнтів окремим емоційним висловам, які представлені як звичайними словосполученнями, так і вищезгаданими мовними зворотами.

Оцінювання повідомлень за кількісними і якісними показниками характеризує стан певного предмету або проблеми.

Метод оцінювання їх емоційної забарвленості передбачає формування базового словника на основі текстового корпусу:

$$V := \langle w_i(k_i V p_i) \rangle, i = 1, \dots, n \dots \dots \quad (1)$$

де: V – множина слівформ у вигляді текстового корпусу;

w_i – словникова одиниця у нормалізованому вигляді;

k_i – ваговий коефіцієнт емоційної забарвленості слівформи w_i ;

p_i – ваговий коефіцієнт посилення емоційної забарвленості слівформи w_i ;

Знак V – логічна операція «або», яка означає, що слівформі w_i може бути приписаний лише один з визначених коефіцієнтів.

Наступні кроки з оцінювання емоційної забарвленості включають:

привласнення кожній емоції з визначеного набору вагового коефіцієнту для ідентифікації фрагменту тексту, якому вона відповідає;

формування синтаксичної структури для кожного речення тексту та міжфразових синтаксичних структур;

послідовний підрахунок значень коефіцієнтів у тексті за правилом сумачі коефіцієнтів:

$$k(R) = \frac{\sum_{i=1}^N k(S_i)}{N}, \quad (2)$$

де: R – довільне речення в тексті;

$k(R)$ – ваговий коефіцієнт емоційної забарвленості довільного речення в тексті;

$\sum_{i=1}^N k(S_i)$ – сума вагових коефіцієнтів слівформ у даному реченні;

N – кількість слівформ у даному реченні.

Найбільш пріоритетні критерії формують інтенсивність інформаційного впливу новини, яка визначається за формулою [12]:

$$I = \frac{\sum_{i=1}^m G}{n}, \quad (3)$$

Де I – загальна інтенсивність інформаційного впливу новини, що включає усі наявні параметри;

G – показники інформаційного впливу, що включають кількісні і якісні показники;

n – кількість елементів з оціненим на попередніх етапах ступенем важливості.

Результати оцінювання властивостей новини і її емоційної забарвленості доцільно виводити на інтерфейс користувача у графічному вигляді.

Висновки. Таким чином, емоційна забарвленість тексту – його важлива характеристика, яка має вирішальне значення у розповсюдженні тексту новин ЗМІ для поширення необхідних поглядів на суспільно-політичні процеси та формування у цільової аудиторії заданого

ставлення. Представлена на лексичному рівні, вона тісно пов'язана із фразовими словосполученнями та іншими мовними засобами, що створюють характер тексту і забезпечують краще сприйняття змісту новини аудиторією. Ця характеристика формується в ході взаємодії у тексті різноманітних лексичних засобів, які її передають, з іншими словоформами речення, і може бути визначена за допомогою належних правил. Завдяки цьому інформаційний потік новин ЗМІ може бути розглянутий у різних аспектах, а його оцінювання – проводитись за набором різнопланових характеристик. Використання даного підходу сприяє зростанню практичних можливостей інформаційно-аналітичної діяльності щодо вивчення матеріалів ЗМІ в інтересах вирішення широкого спектру проблем національної безпеки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. D. Lewis. Russia's "Strategic Deterrence" in Ukraine. // [Електр. Ресурс] – Режим доступу: https://www.marshallcenter.org/mcpublicweb/mcdocs/security_insights_29_-_updated_-_lewis_-_david_lewis_-_strat_deterrence_in_ukr_-_april_2019_-_aug_26.pdf
2. J. Clarke. Defeating the Russian Cyber Challenge, Loisach Group Note 3, 2018). // [Електр. Ресурс] – Режим доступу: https://www.marshallcenter.org/mcpublicweb/mcdocs/files/College/F_Publications/loisach_group/loisach_group-note-3.pdf
3. L. Doucet. Syria & the CNN Effect: What Role Does the Media Play in Policy-Making? // [Електр. Ресурс] – Режим доступу: https://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/DAED_a_00480
4. G. King¹, B. Schneer, A. White. How the news media activate public expression and influence national agendas. // [Електр. Ресурс] – Режим доступу: https://gking.harvard.edu/files/gking/files/776.full_.pdf
5. Инфовойны в современном контексте. Золотухін Д.Ю. Міжнародний форум з кризових комунікацій "Комунікаційно-контентна безпека в умовах гібридно-месіанських агресій путінської Росії". 9-10 червня 2016 р. К., 2016. ВІКНУ.— С.124.
6. Особливості формування суспільної думки у провідних зарубіжних ЗМІ стосовно військового конфлікту на Сході України. Марченко-Бабіч О.М. Міжнародний форум з кризових комунікацій "Комунікаційно-контентна безпека в умовах гібридно-месіанських агресій путінської Росії". 9-10 червня 2016 р. К., 2016. ВІКНУ. – С.47.
7. Шутов Р. Як меседжі російської пропаганди перетікають в український інфопростір. // [Електр. Ресурс] – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/yak_mesedzhi_rosiyskoi_propagandi_per_etikayut_v_ukrainskiy_infoprostir
8. Изард К. Психология эмоций. – Спб.: Питер, 2012. – 464 с.
9. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. –2006. // [Електр. Ресурс] – Режим доступу: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/16750/%D0%
10. Як викликати емоції через текст // [Електр. Ресурс] – Режим доступу: (<https://euprostrir.org.ua/practices/134839>)
11. Г. Кузенко. Мовні засоби вираження емотивності. *Movni zasoby vyraziennya emotivnosti.* // [Електр. Ресурс] – Режим доступу: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/9836/Kuzenko_Movni_zasoby_vyrazhennya.pdf?sequence=1&isAllowed=y
12. O. Babich, N. Popov, S. Glukhov. "The basics for development of mass media information stream classifier". 8 – 10 August 2019. Proceedings of AC2019 in Prague. Czech Technical University in Prague. P.157–164.

REFERENCES:

1. D. Lewis, Russia's "Strategic Deterrence" in Ukraine. [Online]. Available: https://www.marshallcenter.org/mcpublicweb/mcdocs/security_insights_29_-_updated_-_lewis_-_david_lewis_-_strat_deterrence_in_ukr_-_april_2019_-_aug_26.pdf
2. J. Clarke, Defeating the Russian Cyber Challenge, Loisach Group Note 3. [Online]. Available: https://www.marshallcenter.org/mcpublicweb/mcdocs/files/College/F_Publications/loisach_group/loisach_group-note-3.pdf

3. L. Doucet. Syria & the CNN Effect: What Role Does the Media Play in Policy-Making? [Online]. Available: https://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/DAED_a_00480

4. G. King, B. Schneer, A. White. How the news media activate public expression and influence national agendas. [Online]. Available: https://gking.harvard.edu/files/gking/files/776.full_.pdf

5. Infovojny v sovremennom kontekste. Zolotuhin D.Yu. Mizhnarodnij forum z krizovyh komunikacij "Komunikacijno-kontentna bezpeka v umovah gibridno-mesians'kih agresij putins'koï Rosii". 9-10 chervnya 2016 r. K., 2016. VIKNU.— S.124.

6. Osoblivosti formuvannya suspil'noï dumki u providnih zarubizhnih ZMI stosovno vijs'kovogo konfliktu na Skhodi Ukraïni. Marchenko-Babich O.M. Mizhnarodnij forum z krizovyh komunikacij "Komunikacijno-kontentna bezpeka v umovah gibridno-mesians'kih agresij putins'koï Rosii". 9-10 chervnya 2016 r. K., 2016. VIKNU.- S.47.

7. Shutov R. Yak mesedzhi rosijs'koï propagandi peretikayut' v ukraïns'kij infoprostir. // [Elektr. Resurs] – Rezhim dostupu: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/yak_mesedzhi_rosiyskoi_propagandi_peretikayut_v_ukraïnskiy_infoprostir

8. IZARD K. Psihologiya emocij. - Spb.: Piter, 2012. - 464 s.

9. Komlev N.G. Slovar' inostrannyh slov. –2006. // [Elektr. Resurs] – Rezhim dostupu: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/16750/%D0%

10. Yak viklikaty emociï cherez tekst // [Elektr. Resurs] – Rezhim dostupu: (<https://euprostir.org.ua/practices/134839>)

11. G. Kuzenko. Movni zasobi virazhennya emotivnosti. Movni zasoby vyragiennya emotivnosti. // [Elektr. Resurs] – Rezhim dostupu: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/9836/Kuzenko_Movni_zasoby_vyrazhennya.pdf?sequence=1&isAllowed=y

12. O. Babich, N. Popov, S. Glukhov. "The basics for development of mass media information stream classifier". 8 – 10 August 2019. Proceedings of AC2019 in Prague. Czech Technical University in Prague. P.157–164.

Ph.D. Babich O.M., Matviienko O.O., Gluhova A.S.

APPROACH TO MASS MEDIA NEWS INFORMATION WORKFLOW ANALYSIS IN VIEW OF ITS EMOTIONAL CHARACTERISTICS

Research of information environment features is a vital element of information and analytical activity that makes possible to form the situation view more complete and precise. It is an important benchmark to react events information. Development of approaches to the information workflow processing concerns different aspects. The approach to mass media news information workflow processing with regard to its emotional component analysis and its intensity measurement is presented in this article. The elements which form emotional characteristics of news texts are also included.

The nature of mass media news is emotionally saturated, so it is important to identify the factors which pressurize emotional state, notice relative phrases and evaluate them in a proper way. Therefore, proper translation of each phrase is critical due to the presence of idioms next to social and political lexis in mass media, which are used by news texts authors to impart a message a brighter character. With this in view these phrases demand a proper translation. The name for lingual units that transmit emotions and emotional states is concepts. Each language disposes its own concepts system related inseparably to the national culture of the native speaker's language.

Concepts which transmit certain emotions in the text form its emotional coloring. It can be evaluated by quantitative and qualitative indexes by appropriation of respective weighting ratios to particular emotional expressions. These expressions are transmitted with conventional phrases or idioms. It is advisable to form basic vocabulary of the text corpora with corresponding characters set which is a part of emotional coloring rate assessment procedure. The intensity of information impact is assessed by the most significant criteria, which form news nature. Outcome is graphically performed at the user's display.

This approach application enables examination of different aspects of mass media information stream and makes possible to estimate it by various characteristics. In this way the presented application extends practical opportunities of news information workflow processing with the view of national security interests.

Keywords: security, intensity, concept, emotional coloring.