

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

*Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису*

ГОРДІЙЧУК МАРТА ІГОРІВНА

УДК 811.161.1

ДИСЕРТАЦІЯ

**СЕНТИМЕНТ-АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУПРОВОДУ ВІЙНИ В
УКРАЇНІ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ**

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії в галузі знань 03
«Гуманітарні науки» за спеціальністю 035 «Філологія»

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів містять посилання на відповідне джерело

_____ М. І. Гордійчук

Науковий керівник: Верба Лідія Георгіївна,

кандидат філологічних наук, професор

АНОТАЦІЯ

Гордійчук М. І. Сентимент-аналіз інформаційного супроводу війни в Україні в англomовному дискурсі. – Кваліфікаційна праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 035 «Філологія». – Київський національний університет імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України, Київ, 2023.

Дисертацію присвячено вивченню сентимент-аналізу інформаційного супроводу війни в Україні в англomовному дискурсі. Матеріалом дослідження послуговували англomовні медіатексти електронних новинних видань на тему війни в Україні. Для аналізу було використано англomовні тексти ЗМІ: BuzzFeed, New York Post, Washington Post, Atlantic, Breitbart, Fox, Reuters, опубліковані англійською мовою протягом 2019 – 2023 років. Загальна вибірка новинних текстів становила понад 1000 новин із різних джерел, акредитованих Thomson Reuters.

Дисертація розкриває проблематику емоційної тональності та лексико-стилістичної специфіки новин в англomовних електронних виданнях. Задля описання емоційних особливостей медіатекстів дослідження фокусується на засобах вираження емоційності, що виконують функцію сентиментів, а також модифікаторів емоцій. Для пояснення виникнення та аналізу тонального простору медіатекстів залучено поняття емоційного резонансу, що розглядається як чинник, який зумовлює загальний їхній тон.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі послідовного, системного вивчення інформаційного супроводу війни в Україні в англomовному дискурсі за допомогою сентимент-аналізу. Запропоновано комбіновану методику дослідження тональності англomовних медіатекстів, яка полягає у поєднанні сентимент-аналізу із інтерпретаційним методом. В роботі вперше описано емоційне наповнення англomовних медіатекстів крізь призму війни в Україні,

проаналізовано зв'язок медіатекстів із провідними емоціями, з'ясовано основні маркери емоційності та вербальні засоби їхнього вираження. Емоційне забарвлення текстів може бути пов'язане з політичними або ідеологічними переконаннями авторів, а також з національною приналежністю або культурними різницями між автором та аудиторією.

Завдяки сентимент-аналізу можна зрозуміти, як електронні ЗМІ англomовного простору відображають війну в Україні, що може вплинути на громадську думку та прийняття політичних рішень. Емоційний тон в статтях може визначити спосіб сприйняття конфлікту читачами та їхню готовність підтримувати певні дії чи політику. Аналіз емоційного відтінку в зарубіжних ЗМІ може виявити упередженість та пропуски у їхньому висвітленні подій. Негативний емоційний фон може збільшити рівень тривожності та страху у тих, хто переживає конфлікт або був змушений стати біженцем чи внутрішньо переміщеною особою. З іншого боку, позитивні емоційні відтінки можуть надати надію та мотивацію, що корисно для тих, хто пережив конфлікт. Зрештою, вивчення емоційної тональності в ЗМІ щодо війни в Україні може сприяти кращому розумінню важливої ролі медіа в формуванні сприйняття та вирішення конфліктів.

З метою класифікації слів на негативні, позитивні й інші тональності була використана бібліотека Loughran and McDonald. Їхній аналіз продемонстрував, що у більшості статей негативна емоційна тональність (43%), змішана (21%) та позитивна (36%). Окреслена тенденція пов'язана із тривалим військовим протистоянням та стражданнями народу через війну України. Також схарактеризовано лексико-семантичні особливості англomовних медіатекстів, присвячених війні в Україні, розкрито ключові тенденції застосування лексики у новинних текстах, виявлено домінуючий тип тональності у статтях електронних англomовних видань на тему війни в Україні.

Практична цілісність роботи полягає у тому, що її результати можуть бути використані для подальшого вивчення особливостей інформаційного супроводу війни в Україні в англomовному дискурсі. Ці результати можна також

використовувати під час навчання спеціалістів у галузі медіадосліджень, розробки навчальних програм та методичних матеріалів з лінгвістичних і комунікаційних предметів. Крім того, ці результати можуть бути корисними під час роботи з текстами.

Робота складається із чотирьох розділів, у яких послідовно подано аналіз дискурсивних, методологічних засад дослідження, емоційності у англомовних медіатекстах про війну в Україні та засобів їхнього вираження, особливостей розкриття психопортретів українського народу, авторських тактики й стратегії, які впливають на тональність медіатекстів та загальні висновки, у яких узагальнено й репрезентовано результати дослідження й окреслено його потенційні перспективи.

У першому розділі проаналізовано зміст поняття медіадискурсу. Зроблено висновок про те, що медіадискурс є системою тематично об'єднаних медіатекстів, які виникають як реакція автора, журналіста на суспільну ситуацію, поведінку суспільства, його стан та розвиток тощо.

Медіатекст розглянуто як структурний елемент медіадискурсу та засіб комунікації. А також приділено увагу зв'язку автор – читач. Автором виокремлено тенденцію до тропеїзації медіатексту (його насичення тропами). Виявлено, що основними ознаками медіатексту є цілісність, зв'язність, хронологічна актуальність, публічність як орієнтованість на соціум, створення дискусійних моментів, протиріччя задля впливу на читача, емоційність. Проаналізовано сугестивний та емоційний потенціал медіатекстів, з'ясовано, що сучасні медіатексти у своїй емоційній та смисловій гетерогенності спрямовані на формування думки в реципієнта (нерідко і на її викривлення), активацію роздумів та низки емоції.

Другий розділ присвячено сутності методу сентимент-аналізу. Суть сентимент-аналізу полягає у його спроможності аналізувати великі обсяги неструктурованих текстових даних й автоматично класифікувати основні настрої як нейтральні, негативні чи позитивні. Тобто можна зробити висновки про загальні тенденції характеристики подій війни в Україні англомовними ЗМІ, про

сприйняття того, що відбувається, іноземною аудиторією. Серед недоліків методу сентимент-аналізу виокремлено такі як: неточний емоційний аналіз стилістичних засобів медіатексту, особисту упередженість того, хто аналізує текст, наявність неоднозначностей. У цій роботі метод сентимент-аналізу буде корисним при встановленні переважаючої тональності в англійських текстах про війну в Україні, з'ясуванні коефіцієнта емоційності стилістичних засобів у медіатекстах, визначенні зв'язку заявлених текстів з емоціями.

У третьому розділі подано аналіз зібраного матеріалу з медіатекстів англійських ЗМІ. З'ясовано, що мовні засоби у медіатекстах, виконуючи інформативну, характеризувальну, комунікативну, експресивну, стилістичну та інші функції, слугують безпосередніми виразами тональності, що пояснюємо бажанням автора увиразнити повідомлюване, нашоухнути на відповідні реакції та роздуми реципієнта, активізувати його емоційний стан, спричинити асоціації. Звертаємо увагу на те, що власні назви в англійських медіатекстах виконують функцію символів, асоціюючись у реципієнта з подіями, привнесеними війною. Характерно, що в контексті ці одиниці набувають додаткових позначень. Фейкові медіатексти слугують інструментом нагнітання негативних емоцій: страху, паніки, відчаю тощо. Вдалося зафіксувати, що провідним емоподем, активізованою таким типом новин, є «страх».

У четвертому розділі увагу зосереджено на тональності текстів з огляду на їхнє тематичне наповнення. На основі вибірки 1000 текстів було вилучено низку актуальних тем, які стосуються позиції європейських країн щодо війни в Україні, дій путіна, санкцій проти країни-агресора, підтримки України з огляду на військову та фінансову допомогу, успіху української армії, життя українців за кордоном у «статусі біженців», волонтерства тощо. Сентимент-аналіз відібраних лексем із текстів із зазначеними темами, дав змогу встановити превалювання негативної тональності.

У розділі також схарактеризовано психопортрет українця крізь призму сприйняття англійськими ЗМІ. У медіатекстах українців зображено через такі метафоричні моделі, як: українець – мігрант, українець – воїн-захисник, волонтер

та інші. З'ясовано, що загалом психопортрет українця у західних ЗМІ є позитивним й викликає такі емоції як: «захоплення», «співчуття», «повагу» тощо.

Отримані результати свідчать про схожу динаміку кількості новин, негативних та позитивних слів в обраних виданнях у процесі аналізу зазначеного періоду. Збільшення загальної кількості новин супроводжується зростанням середньої кількості негативних та позитивних слів, що стосуються тематики війни в Україні. Ця тенденція відображає загальну зміну кількості згадок російської федерації в англійськомовних засобах масової інформації. Частка та співвідношення позитивних та негативних слів подібні в обраних виданнях, що свідчить про загальне посилення емоційності текстів в такі періоди часу, що пов'язані з воєнними, економічними та політичними подіями. Проте в усіх виданнях кількість негативних слів перевищує кількість позитивних, що підтверджує негативну настанову англійськомовних засобів масової інформації щодо країни-агресора.

Результати дисертаційної роботи були апробовані на засіданнях кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації Київського національного університету імені Тараса Шевченка, на 6 всеукраїнських наукових конференціях. За результатами проведених досліджень опубліковано 6 наукових праць, серед яких: 3 статті в наукових фахових виданнях України, 3 праці апробаційного характеру (тези доповідей).

Ключові слова: *тональність, емоційність, війна, Україна, росія, електронні видання, негатив, наратив, стратегічна комунікація, медіадискурс, медіатекст, медіа, комунікативний феномен, когнітивний вимір, приховані смисли.*

ABSTRACT

Hordiichuk M. I. Sentiment analysis of the information support of the hybrid war in Ukraine in the English-language discourse. – Manuscript.

The thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy, Specialty 035 «Philology». – National Taras Shevchenko University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2023.

The dissertation is dedicated to the study of sentiment analysis of the information coverage of the war in Ukraine in English-language discourse. The research material consisted of English-language media texts from electronic news outlets on the topic of the war in Ukraine. The analysis utilized English-language texts from media sources such as BuzzFeed, New York Post, Washington Post, Atlantic, Breitbart, Fox, and Reuters, published in English from 2019 to 2023. The overall sample of news texts comprised over 1000 news articles from various sources accredited by Thomson Reuters.

The dissertation explores the issues of emotional tone and lexical-stylistic specificity in news from English-language electronic publications. To describe the emotional features of media texts, the study focuses on the means of expressing emotion that serve the function of sentiments, as well as modifiers of emotions. The concept of emotional resonance is employed to explain the emergence and analysis of the tonal space of media texts, considering it as a factor that influences their overall tone.

The scientific novelty of the research lies in the attempt to systematically study the information coverage of the war in Ukraine in English-language discourse through sentiment analysis. A combined methodology for studying the tonality of English-language media texts is proposed, which involves combining sentiment analysis with an interpretative method. The research, for the first time, describes the emotional content of English-language media texts through the prism of the war in Ukraine, analyzes the connection between media texts and prominent emotions, and identifies the main markers of emotionality and verbal means of expression. The emotional coloring of texts

may be associated with the political or ideological beliefs of the authors, as well as with national affiliation or cultural differences between the author and the audience.

Sentiment analysis enables an understanding of how English-language electronic media reflect the war in Ukraine, which can influence public opinion and the formulation of political decisions. The emotional tone in articles can shape readers' perceptions of the conflict and their readiness to support specific actions or policies. Analyzing the emotional nuances in international media can reveal biases and gaps in their coverage of events. A negative emotional backdrop may increase anxiety and fear levels in those experiencing the conflict or forced to become refugees or internally displaced persons. On the other hand, positive emotional shades can provide hope and motivation, beneficial for those affected by the conflict. Ultimately, studying the emotional tone in media regarding the war in Ukraine contributes to a better understanding of the crucial role of media in shaping perceptions and resolving conflicts.

To classify words into negative, positive, and other tones, the Loughran and McDonald library was employed. The analysis demonstrated that in the majority of articles, the emotional tone was negative (43%), mixed (21%), and positive (36%). This trend is associated with the prolonged military confrontation and the suffering of the Ukrainian people due to the war. Lexico-semantic features of English-language media texts dedicated to the war in Ukraine were characterized, revealing key trends in lexical usage in news texts and identifying the dominant type of tonality in articles from English electronic publications on the topic of the war in Ukraine.

The practical significance of the study lies in the potential use of its results for further research into the features of information coverage of the war in Ukraine in English-language discourse. These findings can also be utilized in the education of specialists in the field of media studies, the development of educational programs, and teaching materials for linguistic and communication subjects. Moreover, the results can be beneficial in working with texts.

The dissertation consists of four chapters, sequentially presenting the analysis of discursive and methodological foundations of the research, emotions in English-language media texts about the war in Ukraine and their means of expression, features

of revealing psychoprofiles of the Ukrainian people, authorial tactics and strategies influencing the tonality of media texts, and general conclusions summarizing and representing the research results with outlined potential perspectives.

In the first chapter, the concept of media discourse is analyzed, concluding that media discourse is a system of thematically united media texts arising as a response of authors and journalists to societal situations, behaviors, states, and developments. Media texts are considered structural elements of media discourse and communication tools, with attention given to the author-reader relationship. The tendency towards tropization (enrichment with tropes) of media texts is identified, highlighting their characteristics such as integrity, coherence, chronological relevance, public orientation, creation of discussion moments, contradictions for reader influence, and emotional expression.

The second chapter delves into the essence of sentiment analysis. Sentiment analysis, capable of analyzing large volumes of unstructured textual data and automatically classifying sentiments as neutral, negative, or positive, is discussed. Despite its advantages, limitations such as inaccurate emotional analysis of stylistic elements and personal biases in the analysis are recognized. The sentiment analysis method is deemed useful for determining prevailing tonality in English-language texts about the war in Ukraine, understanding the emotional coefficient of stylistic elements in media texts, and establishing the connection between stated texts and emotions.

In the third chapter, an analysis of the collected material from English-language media texts is presented. It is clarified that linguistic elements in media texts, serving informative, descriptive, communicative, expressive, stylistic, and other functions, directly express tonality. This is explained by the author's desire to emphasize the information, evoke corresponding reactions and reflections from the recipient, activate their emotional state, and induce associations.

Special attention is drawn to the fact that proper names in English-language media texts serve as symbols, associating the recipient with events influenced by war. Notably, these units acquire additional connotations within their context. Fake media texts serve as instruments for intensifying negative emotions such as fear, panic, and despair. It was observed that the predominant emotion activated by this type of news is «fear».

The fourth chapter focuses on the tonality of texts concerning their thematic content. Based on a sample of 1000 texts, a range of relevant topics was extracted, including the positions of European countries on the war in Ukraine, Putin's actions, sanctions against the aggressor country, support for Ukraine in terms of military and financial aid, the success of the Ukrainian army, the lives of Ukrainians abroad in "refugee status," volunteerism, and more. Sentiment analysis of selected lexemes in texts with these themes allowed for the identification of a prevalence of negative tonality.

The chapter also characterizes the psychoportrait of Ukrainians through the perception of English-language media. Ukrainians are depicted in media texts through metaphorical models such as Ukrainian migrants, warrior-defenders, volunteers, and others. It is determined that the overall psychoportrait of Ukrainians in Western media is positive and evokes emotions such as «admiration», «sympathy», «respect», and more.

The obtained results indicate a similar dynamic in the quantity of news, negative and positive words in selected publications during the analyzed period. The increase in the overall number of news is accompanied by a rise in the average number of negative and positive words related to the theme of the war in Ukraine. This trend reflects a general shift in the number of mentions of the Russian Federation in English-language mass media. The proportion and ratio of positive to negative words in selected publications are similar, indicating an overall increase in the emotional intensity of texts during periods associated with war, economic, and political events. However, in all publications, the quantity of negative words surpasses that of positive words, confirming the negative orientation of English-language mass media towards the aggressor country.

The results of the dissertation were presented and discussed in the Department of English Philology and Intercultural Communication at Taras Shevchenko National University of Kyiv and at six nationwide scientific conferences. Six scientific works were published as a result of the research, including three articles in Ukrainian scientific journals and three presentation abstracts.

Keywords: *tone, war, Ukraine, russia, electronic media, negative, narrative, strategic communication, media discourse, media text, media, communicative phenomenon, cognitive dimension, hidden meanings.*

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, у яких опубліковано основні наукові результати:

1. Гордійчук М. І. Поняття Fake news та комунікативні засоби його виявлення. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2021. №68(1). С. 29 — 39. <https://doi.org/10.17721/2520-6397.2021.1.03>.
2. Гордійчук М. І. The Impact of Nonveridical Markers on Evaluation in Newspaper Titles on War in Ukraine. *Львівський філологічний часопис*. 2022. №11. С. 68 – 75. <https://doi.org/10.32447/2663-340X-2022-11.10>.
3. Гордійчук М. І. Виявлення переважаючого типу тональності у англомовних виданнях на тему війни в Україні. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. № 28(1). С. 99-105. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.28.1.18>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

1. Гордійчук М. І. Сентимент-аналіз інформації про події на Сході України (на матеріалі Інтернет-статей медіапорталів «The New York Times» та «BBC News»). *Сучасна філологія: теорія та практика* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 15 травня 2020 р. Київ : Нац. Акад. СБУ, 2020. с. 80 — 82.
2. Гордійчук М. І. Переважаючий тип тональності у статтях електронних англомовних видань на тему війни в Україні. *Сучасна філологія: теорія та практика* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 28 квітня 2023 р. Київ : Нац. Акад. СБУ, 2023. Том II. с. 34 — 37.
3. Гордійчук М. І. "Irrealis and Nonveridicality in Sentiment Analysis of the News Messages About Ukraine in the English-Language Media." *Соціолінгвістика та парадигмальні зсуви у сучасному світі. Social Linguistics and Paradigm Shifts in Modern World* : доповіді Міжнародної наукової онлайн-конференції. Theses of the International science online conference, 15 квітня 2021 року / 15 April 2021. Київ, 2021. С. 56 –59.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	16
ВСТУП	17
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНОГО МАС-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ	23
1.1. Поняття «дискурс», «медіадискурс», «медіатекст» з позицій когнітивно- дискурсивного підходу до вивчення мови	23
1.2. Дистинктивні ознаки медіатексту як категорії медіалінгвістики	41
1.3. Інформаційна структура та мовна специфіка медіатексту	46
Висновки до 1 розділу	52
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СЕНТИМЕНТ- АНАЛІЗУ	55
2.1. Методи дослідження мас-медійного дискурсу	55
2.2. Генезис поняття «сентимент-аналіз»	60
2.3. Сентимент-аналіз як метод опрацювання медіатексту	71
2.4. Особливості та специфіка проведення сентимент-аналізу	82
Висновки до розділу 2	101
РОЗДІЛ 3. СЕНТИМЕНТ-АНАЛІЗ МОВНО-СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ВІЙНИ В УКРАЇНІ В АНГЛОМОВНИХ МАС- МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ	102
3.1. Сентимент-аналіз синтаксичних та лексико-стилістичних засобів зображення війни в Україні в мас-медійних текстах англомовних ЗМІ	102
3.2. Інтерпретація символізму власних українських назв в медіатекстах англомовних ЗМІ: сентимент-аналіз	145
3.3. Сентимент-аналіз фейкових новин про Україну в англомовних ЗМІ	159
Висновки до розділу 3	174

РОЗДІЛ 4. СЕНТИМЕНТ-АНАЛІЗ АНГЛОМОВНИХ МАС-МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ ПРО ВІЙНУ В УКРАЇНІ: КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ	177
4.1. Сентимент-аналіз переважаючого типу тональності статей на тему війни в Україні	177
4.2. Психопортрет українського народу в англомовних медіатекстах крізь призму сентимент-аналізу	191
4.3. Сентимент-аналіз прагматичного потенціалу висловлень в повідомленнях щодо війни в Україні	211
Висновки до 4 розділу	220
ВИСНОВКИ	223
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	230
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	253
ДОДАТКИ	255

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

Д – дискурс

МД – медіадискурс

МТ – медіатекст

МКС – мовна картина світу

ВСТУП

В сучасних лінгвістичних студіях виокремлюється тенденція щодо аналізу тексту з позицій дискурсивного підходу. Значну увагу приділено медіадискурсу й медіатексту, як таким, що виникають як «відголос», як виразники соціокультурного життя, а тому, під час опрацювання, науковці С. В. Баранова [4], Л. Р. Безугла [9], Т. О. Биценко [12], Т. О. Білецька [13], А. П. Загнітко [37], Ю. Є. Кійко [47], І. Г. Мірошніченко [66], О. І. Морозова [68], Д. Ю. Сизонов [98], О. С. Снитко [100], Г. М. Яворська [79], М. Г. Яцимірська [126] зосереджують увагу на їхніх мовно-сміслових, асоціативних, прагматичних та емоційних особливостях, сугестивному та маніпулятивному потенціалі.

Актуальність дослідження. Відомо, що тексти є вербальним відображенням бачень і думок автора, його відчуттів та емоцій. Отже, текст загалом і лексема зокрема слугують засобами вербалізації закодованої емоції. З початком війни в Україні з'являється низка текстів, присвячена цій тематиці й з використанням різноманітної за стильовим забарвленням лексики. Ці тексти стають не тільки виразниками подій, але й орієнтовані на активізацію відчуттів реципієнта. Вочевидь виникає потреба не тільки в інтерпретаційному аналізі англійських текстів про війну в Україні, але й необхідність у з'ясуванні їхньої емоційної наповненості, тобто в використанні сентимент-аналізу. Сентимент-аналіз дасть можливість відобразити полярність тексту, його емоційний фон і водночас допоможе зрозуміти сприйняття подій в Україні крізь призму емоцій суспільства та світу.

Дослідження переважаючого типу емоційної тональності в статтях англійських електронних засобів масової інформації (ЗМІ) щодо війни в Україні може бути актуальним із декількох причин. Воно формує уявлення про те, яким чином засоби масової інформації розкривають конфлікт, здійснюючи в такий спосіб вплив на формування громадської думки, прийняття політичних рішень. Емоційний простір статей формує сприйняття конфлікту реципієнтом та його готовність виражати підтримку певних дій чи політики. По-друге, розуміння

емоційного тону тексту в засобах масової інформації може вказати на упередження чи неточне висвітлення інформації, подій. Здійснення аналізу емоційного тону статей в різних засобах масової інформації, дасть змогу більш повно, детально сформулювати бачення конфлікту та розкрити фактори, які зумовили цей конфлікт. По-третє, емоційна тональність зображених подій є чинником, що здійснює вплив на психологічний стан та благополуччя людей, які постраждали від конфлікту. Негативний емоційний тон посилює відчуття тривоги, невпевненості, страху, травматичного стану в тих, хто знаходиться у зонах конфлікту, чи в біженців, переміщених осіб. Натомість позитивна емоційна тональність зумовлює відчуття надії, активізує стан заохочення, бажання до дії, що може викликати позитивні настрої у тих, хто зазнав страждань від конфлікту.

Зрештою, дослідження емоційної тональності у висвітленні війни в нашій країні сприяє об'єктивному розумінню ролі й діяльності засобів масової інформації під час відображення конфліктів. Тексти ЗМІ можуть здійснювати суттєвий вплив на сприйняття й вирішення конфліктів, а розуміння емоційної тональності тексту слугує вагомим чинником підвищення їхньої якості і здійснення та посилення впливу медіарепортажів.

Отже, дослідження превалюючого типу емоційної тональності у статтях англійських електронних засобів масової інформації про війну в Україні є актуальним, оскільки відбувається формування громадської думки через ЗМІ, з'ясування позитивності / негативності прийняття політичних рішень, висвітлення авторського упередження у зображенні конфлікту, його оцінки, до того ж сприяє більш широкому розумінню реципієнтом настроїв суспільства загалом.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана на кафедрі англійської філології та міжкультурної комунікації Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка в межах наукової теми «Мультиmodalність сучасної англійської комунікації» (Протокол No 4 від 26 листопада 2019 р.),

погодженої Координаційною радою Комплексної наукової програми університету.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням сентимент-аналізу присвячені праці українських та зарубіжних вчених: О. Д. Барановська [5], І. Г. Данилюк [29], Н. П. Дарчук [30], Є. М. Іванов [42], Т. Б. Кондратьєва [53], Д. В. Ланде [57], О. М. Немеш [71], О. О. Олашин [73], О. Тарасюк [125], В. Теслюк [71], М. І. Хом'як [112], Н. Б. Шаховська [117], Д. А. Шингалов [122], Д. В. Шипік [73], К. Ялова [125], К. Яшина [125], Н. Н. Ahmad [170], M. A. Alonso [131], E. Boiy [152] E. Cambria [142], Y. Chen [143; 144], K. Dave [145], L. Deng [147], K. Denecke [146], Z. Drus [149], K. Dziwirek [151], R. Feldman [154], M. Fernández [194], S. Feuerriegel [173], C. Gallagher [155], U. T. Gursoy [157], J. Hao [158], M. Hoang [161], A. S. Imran [165], A. Khaled [170], M. Kraus [173], A. Ligthart [176] B. Liu [138;139], M. Mantyla [180], S. Monsour [179], B. Moores [183], A. Mudinas [184], R. Narayanan [185], T. Nasukawa [186], E. T. Neamat [170], F. J. Ortega [194], V. D. Pavaloaia [191], H. Saif [194], S. W. Scollon [197], B. Schuller [142], M. Taboada [200], Y. Volcani [203], Y. Wang, [144], T. Wilson [207], R. Yla [210], Z. Yu [209], A. Yosefpour [211].

Питаннями дослідження емоційного забарвлення медіатексту й емотивної лексики в ньому займалася свого часу низка науковців, які виокремили провідні аспекти зв'язку емотивності й медіатекстів. Ю. О. Томашук кваліфікує емотивну лексику, як основний інструмент залучення цільової аудиторії [106], Н. Романова зосереджує увагу на дослідженні вербалізацій емоцій у мовні знаки [90, с. 4]. Г. І. Бокшань відзначає, що нерідко у текстах ЗМІ спостерігається нехтування нормами і часте звернення до емотивної лексики, як до засобу впливу на читача [14, с. 114]. В. Вірз й Г. Шрам приходять до висновку, що тексти з негативними емоційними зображеннями швидко привертають увагу реципієнта, викликаючи цілий комплекс емоцій [208, с. 114]. Однак, незважаючи на низку праць, проблема з'ясування домінантного типу емоційної тональності в статтях електронних англomовних видань на тему війни в Україні залишається недостатньо висвітленою.

Мета дослідження – на основі вивчення теоретичних засад дослідження виконати сентимент-аналіз інформаційного супроводу війни в Україні в англomовному дискурсі.

Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**:

- з'ясувати відмінності між поняттями «дискурс», «медіадискурс», «медіатекст»; визначити дистинктивні ознаки медіатексту як виразника емоцій і засобу впливу на читача;

- вивчити теоретико-методичні засади сентимент-аналізу, з'ясувати специфіку, алгоритм його проведення задля отримання найбільш достовірних результатів;

- дослідити лексико-стилістичні засоби створення емоційності в англomовних медіатекстах про війну в Україні;

- з'ясувати специфіку власних назв як вербальних виразників війни в Україні;

- провести сентимент-аналіз фейкових новин про Україну в англomовних ЗМІ;

- виявити переважаючий тип тональності у статтях електронних англomовних видань на тему війни в Україні;

- охарактеризувати психопортрет українця в англomовних медіатекстах крізь призму війни; виявити зв'язок психопортрету з відповідною емоцією.

- окреслити комунікативні стратегії і тактики, що використовуються в проукраїнських та антиукраїнських повідомленнях; з'ясувати, які емоції можуть викликати такі тактики в реципієнта;

Об'єкт дослідження – електронні медіатексти англomовних ЗМІ на тему війни в Україні.

Предмет дослідження – тональність англomовних медіатекстів щодо війни в Україні, емоційні та вербальні засоби її вираження.

Фактичний матеріал дослідження становлять дані з 1000 медіатекстів, вилучених з BuzzFeed, New York Post, Washington Post, CNN, Atlantic, Breitbart,

Fox, Reuters, BBC, Euronews, Financial Times, The Guardian, The New York Times, The Times, The Wall Street Journal, USA Today та ін.

Методи дослідження. Під час аналізу матеріалу було залучено комплекс методів, що включає сентимент-аналіз, дискурс-аналіз, індуктивний і дедуктивний методи, лінгвостилістичний і зіставний аналізи, а також окремі прийоми для збирання та аналізу матеріалу: прийом суцільної вибірки, прийоми інтерпретації, узагальнення та моделювання.

Наукова новизна роботи полягає у системному вивченні інформаційного супроводу війни в Україні в англomовному дискурсі за допомогою сентимент-аналізу. Робота є першим комплексним й цілісним дослідженням тональності текстів щодо війни в Україні й вербальних засобів її вираження. Окреслено лінгвістичні особливості медіатекстів з огляду на їхню емотивну тональність, прагматичність, а також розглянуто медіатекст як засіб авторських маніпулятивних тактик та стратегій.

Практична значимість роботи полягає у тому, що одержані результати можуть слугувати основою для подальшого вивчення особливостей інформаційного супроводу війни в Україні в англomовному дискурсі; їх можливо застосовувати в процесі здійснення підготовки спеціалістів з перекладу, до того ж у ході розробки навчальних програм, методичних матеріалів із перекладознавчих дисциплін і безпосередньо при роботі із текстами. Результати дослідження також можуть бути використані в курсах лекцій загального мовознавства, у спецкурсах із семантики тексту, лінгвістики та інтерпретації тексту, медіалінгвістики, лінгвокогнітології та лінгвопрагматики.

Особистий внесок дисертанта. Усі результати дисертаційного дослідження отримані дисертанткою особисто, усі публікації одноосібні.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дисертаційної роботи апробовані на 4 міжнародних та всеукраїнських конференціях, зокрема: 1) Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасна філологія: теорія та практика», 15.05.2020, Національна академія Служби Безпеки України (формат – онлайн); XXX Міжнародній науковій

конференції ім. проф. Сергія Бураго «Мова і культура», 22-25.06.2021, м. Київ (формат – онлайн); Міжнародній науковій конференції «Соціолінгвістика та парадигмальні зсуви у сучасному світі», 15.04.2021, ННІФ ім. Т. Шевченка (формат – онлайн); V Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасна філологія: теорія та практика», 28.04.2023, Національна академія Служби Безпеки України (формат – онлайн) та міжнародній школі Summer School of Linguistics 2023 від Інституту чеської мови та теорії комунікації Карлового університету (м. Чеське Будейовіце, Чехія, 11.08.2023-20.08.2023).

Публікації. За результатами проведених досліджень опубліковано 6 наукових праць, серед яких: 3 статті в наукових фахових виданнях України, 3 праці апробаційного характеру (тези доповідей).

Обсяг і структура роботи. Робота складається із вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури, додатків. Робота викладена на 275 сторінках загального тексту, з них основного тексту 217 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНОГО МАС-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

1.1. Поняття «дискурс», «медіадискурс», «медіатекст» з позицій когнітивно-дискурсивного підходу до вивчення мови

Важливим принципом лінгвістичних пошуків ХХ-ХХІ століть постає антропоцентризм, який об'єктивований на встановлення кореляцій між індивідом, його мисленнєвою діяльністю з мовними процесами й структурами. Вектори дослідження сучасних лінгвістичних студій спрямовані водночас на вивчення мови як системи, так і на дослідження мовних явищ у їхньому взаємозв'язку з мовною особистістю, її комунікативно-прагматичними намірами зокрема та ситуативністю суспільства загалом. Такий підхід означає пропагування тенденції щодо вивчення мови не тільки як системи, але й як мовленнєвої діяльності та дискурсу як її результату.

Відзначимо, що 1980-1990 роки характеризуються лінгвістичними пошуками науковців щодо особливостей дискурсу у різних наукових сферах, зокрема: в лінгвістиці, прагмалінгвістиці, семіотиці, філософії, лінгвокультурології, соціальній психології, теорії комунікації тощо. Тобто утверджуються різноманітні підходи щодо вивчення дискурсу із залученням соціального, культурного, історичного та інших контекстів.

Сутність дискурсу та його визначні параметри висвітлюють Л. Р. Безугла [9], А. Д. Белова [10], Т. А. Вецкур [19], А. П. Загнітко [37, 39], Т. ван Дейк [148], М. В. Йоргенсен [45], Ю. Є. Кійко [47], Н. В. Кондратенко [52], В. І. Кононенко [54], О. Д. Македонова [60], І. Г. Мірошниченко [66], К. Сіріньок-Долгарьова [99], О. Ю. Соболев [101], Г. Є. Черемхівка [115], Ю. Хабермас [111] та інші науковці. Незважаючи на низку досліджень, поняття «дискурсу» з огляду на його прагматичні, експресивні та культурологічні диференційні ознаки залишається дещо дискусійним питанням.

Одну з перших класифікацій дискурсу подано у працях Ю. Хабермас. Науковець вказує на зв'язок дискурсу й ситуації та пропонує такі його види:

- як різновид комунікативної дії (це може бути дискусія, обговорення, звичайна розмова, бесіда);
- як спосіб ідеологічно повпливати;
- як терапія (бесіда психоаналітичного характеру між пацієнтом та лікарем);
- як дискусія наукового характеру задля обґрунтування проблематичних завдань;
- як спосіб навчання шляхом дискурсу [111, с. 85].

Простежуємо намагання науковця акцентувати на таких ознаках дискурсу як комунікативний потенціал, вплив на реципієнта й гетерогенність у своїй стильовій організації.

Інші лінгвістичні школи пропонують досліджувати дискурс в межах прагматико-когнітивного підходу й кваліфікують як розмову, усне мовлення, застосовуючи його як синонімічний термін до понять «бесіда, розмова» [160; 201].

Натомість у працях французьких лінгвістів увагу зосереджено на вивченні дискурсу у його залежності від суспільних й культурологічних обставин й у зв'язку з мовно-мисленневою діяльністю індивіда й визначено як суспільно-історичні знання [136].

Побутує думка про те, що дискурс – це текст занурений у життя. Аналізуючи таке судження, можемо стверджувати про необхідність дослідження дискурсу з огляду на його комунікативний характер та здатність позначати мовленнєві висловлювання у їхньому зв'язку з іншими екстралінгвальними чинниками.

На комунікативний аспект дискурсу вказує Л. І. Сахарчук, визначаючи його як одиницю комунікації, яка реалізовується через соціальну мовленнєво-мисленнєву діяльність мовців [95, с. 209].

У словнику основних термінів комунікативно-дискурсивної лінгвістики А. П. Мартинюк дискурс інтерпретовано як «ситуативно обумовлена,

інтерсуб'єктна мовленнєво-розумова діяльність, спрямована на взаємну орієнтацію у життєвому просторі на основі надання мовній формі семіотичної значущості» [61, с. 11].

Відомий науковець Т. ван Дейк пропонує досліджувати дискурс з огляду на комунікативно-прагматичний, соціокультурний аспекти та жанрову специфіку. В межах комунікативно-прагматичного підходу дискурс запропоновано розглядати як «мовленнєвий вербальний або письмовий продукт комунікативного акту; як розмову, що відбувається за конкретними умовами, характеризується ситуацією; тип розмови, що не залежить від конкретних комунікативних дій». З огляду на соціокультурну специфіку дискурс виникає як певне узагальнене уявлення про ту чи іншу культуру, середовище, історичний період. За жанровою специфікою визначено політичний дискурс, науковий дискурс, рекламний дискурс тощо [148, с. 22-23].

Існують дослідження, в яких дискурс визначено як поточний мовний процес, діяльність, результатом якої є текст з певною структурою, семіотичним простором та жанровою специфікою [96]. Видається, що така класифікація потребує уточнень, скажімо, з'ясування спільностей/розбіжностей понять «дискурс», «стиль», «підмова спілкування» тощо. З іншого боку, дослідження дискурсу з огляду на зазначені аспекти, розкриє його більш широкі потенційні можливості як лінгвістичного явища, а саме: його орієнтованість на ситуативність, на комунікантів, соціокультурні чинники. У словнику сучасної лінгвістики А. П. Загнітка здійснено спробу вийти за «класичні інтерпретаційні межі» даного поняття й кваліфіковано дискурс як:

1) мовленнєві акти, висловлення, що в сукупності утворюють комунікативну подію [38, т. 1, с. 206];

2) інтерактивну й трансактивну комунікативну діяльність у її різних формах вияву, що відбувається у межах конкретної сфери спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників спілкування; є синтезом когнітивних, мовних і позамовних чинників, які формують мовленнєві жанри і мовленнєві акти;

3) цілісний текст обумовлений соціокультурними, психологічними, прагматичними та ін. чинниками, текст, занурений в життя;

4) замкнуту цілісну комунікативну ситуацію (подію), яка виникає як результат різних чинників, у яку занурено текст і комунікантів, яка визначає спілкування і розуміння;

5) мовлення, усне чи письмове; стиль, підмова мовленнєвого спілкування;

6) вираження мовної поведінки в межах певної соціальної сфери [38, т. 1, с. 206].

Аналізуючи такі судження, можемо резюмувати, що дискурс запропоновано розглядати з позицій прагматично-дискурсивного та ментального аспектів. Так, на думку науковця, прагматично-ситуативний аспект вказує на цілісність і зв'язність дискурсу, його комунікативну особливість як таку. Ментальний розкриває зв'язок дискурсу із етнографічними, соціокультурними та психологічними умовами.

Натомість Ф. С. Бацевич досліджує дискурс у межах двох підходів. Один передбачає розгляд дискурсу як «тексту, зануреного у життя». Тобто дискурс, за науковцем, є системою з особливими лексичними та граматичними одиницями, семантичними й синтаксичними конструкціями, «зрештою, особливий світ» [8, с. 30–34]. З огляду на судження науковця, можна витлумачувати дискурс як комунікативну діяльність у різних її виявах – в усній, писемній формах, що виникає як синтез лінгвальних та екстралінгвальних чинників, психологічних, соціальних, когнітивних та прагматичних й має наслідком формування мовних жанрів.

На думку Н. В. Кондратенко, дискурс – «це мовленнєва репрезентація комунікативного акту, що є відбиттям певної ситуації об'єктивної дійсності й містить вербальний компонент, яким є текст, та невербальні компоненти, які впливають на створення та розуміння тексту» [52, с. 40].

Дискусійною залишається думка щодо встановлення диференційних відмінностей понять «дискурс» й «текст». На ранніх етапах дослідження ці поняття не протиставлялись одне одному. Дещо суперечливими є судження

О. О. Селіванової. Схематично її кваліфікація дискурсу може бути представлена такими моделями: дискурс є текст; дискурс є сукупністю текстів та ситуацій; дискурс є мовленням; дискурс є тип дискурсивного практикування [96, с. 36].

Класичною вважається ідея про те, що дискурс є усною формою тексту, а текст виразником писемної форми, тобто графічною фіксацією мовлення; дискурс виникає як монологічне мовлення, а текст – як діалогічне (полілогічне) [52, с. 38]. Текст кваліфікують як мінімальну одиницю у дискурсі, мовним й позамовним явищем. Фіксація та вичленування тексту в дискурсі відбувається через його формально-сміслову структуру. Текст визначено як мовленнєвий та мисленнєвий продукт. Цікавою є ідея про те, що поява, свого роду «породження» тексту, відбувається вперше під час мовлення автора, тобто застосування його автором, наступних трансформацій, «перероджень», доповнень та змін текст зазнає при сприйнятті, усвідомленні його реципієнтом. Отже, основними факторами впливу на формування тексту є ситуативність та мовленнєві інтенції й тактики автора [66].

Сучасні лінгвістичні студії пропонують аналізувати текст як складник дискурсу. Скажімо, на необхідність розмежування понять «текст», «дискурс» вказано також у працях Л. Р. Безуглої. Дослідниця відзначає, що «дискурс – це мисленнєво-комунікативна мовленнєва діяльність, зафіксована текстом» [9, с. 72].

Аналізуючи процес утворення дискурсу, спробуємо підтвердити судження про те, що текст є його смисловим й структурним компонентом, видовим поняттям. Отже, процес виникнення дискурсу передбачає:

- 1) когнітивний рівень – це процес задуму, обдумування плану, реалізації ідеї;
- 2) соціальні очікування;
- 3) проходження умов, що впливають на реалізацію дискурсу: норми викладу ідей, думок, традиція побудови тощо [160, с. 91].

Тобто, процес дискурсотворення виникає внаслідок певних ментальних моментів, бачень, ідей, традицій, ситуативності й мовної картини світу загалом, а, отже, в утворенні дискурсу можуть брати участь кілька компонентів: текст,

контекст, інформативність, соціально-культурні обставини, автор, реципієнт. Можемо резюмувати, що за наведеними судженнями текст є виразником дискурсу, а, отже, не може йому ототожнюватись й, відповідно, кожному з понять належить певний набір кваліфікаційних, диференційних ознак.

До основних ознак тексту зараховують зв'язність, інформативність й логічну завершеність [54]. Дискурс представляє інший функціональний набір. Так, до ознак дискурсу зараховують:

- недискретність (взаємозв'язок комунікативного та когнітивного);
- принципову відкритість (дискурс – це певна сукупність, що не має кількісних обмежень реальними текстами, жанрово-мовленнєвими формами тощо);
- континуальність (дискурс характеризується відсутністю просторово-часових меж) [137, с. 46].

Дискурс виникає як «багатовимірне соціокультурне та лінгвокультурне явище, у межах якого здійснюється вербальна комунікація у певній предметно-тематичній сфері» [201, с. 124].

У працях К. Ламбрехт запропоновано розглядати дискурс в межах понять «форма» та «функція». З огляду на форму дискурс є об'ємним мовним утворенням, більшим, ніж речення чи синтаксична конструкція. З позицій функціонального аспекту дискурс трактують як цілеспрямоване його застосування під час комунікації [175]. Отже, можемо підсумувати, що основні ознаки дискурсу за науковцем полягають у:

- ситуативності (дискурс виникає внаслідок соціальних, культурних, психологічних обставин);
- формальності (дискурс – утворення, більше за речення);
- функціональності (дискурс слугує вживанням, використанням мови; є набором функційно об'єднаних мовних одиниць).

У працях М. Стаббса, крім формальних й змістових параметрів, визначено ознаку діалогічності [199, с. 189]. На діалогічність дискурсу як на одну із його диференційних ознак вказано в працях Н. В. Кондратенко, тобто йдеться про

міжтекстову взаємодію та взаємодію автор – читач в межах дискурсу [52, с. 40]. Як зауважує А. П. Загнітко, виникають «діалогічні відношення» у парадигмі автор – читач [39, с. 194].

На таку ознаку дискурсу як ситуативність вказує М. В. Попович. Дослідник визначає дане поняття не тільки як акт мовлення, а кваліфікує його як ситуацію, яка відбувається зараз, й водночас як позамовний контекст з імпліцитним смислом, тобто нерозкритими конкретно намірами, цілями, позиціями [81, с. 27].

Комунікативну спрямованість дискурсу окреслює А. Д. Белова, інтерпретуючи його як «конкретну, цілеспрямовану комунікативну діяльність у соціально-детермінованій ситуації з метою створення когнітивного та аксіологічного унісону» [10, с. 95]. Детальну класифікацію дискурсу з позиції семіотики пропонує Р. Дж. Уотс. Дискурс пояснено як «продукт семіотичних систем, який має наслідком породження тексту; у зв'язку з тематичними показниками дискурс заявлено як спосіб розвитку, відтворення теми крізь текст, його структуру; з огляду на комунікативний потенціал дискурс розглянуто як комунікативну діяльність, комунікативний акт, набір мовленнєвих актів, набір екстралінгвістичних припущень» [210, с. 47 – 48]. Зважаючи на диференційні ознаки дискурсу, науковці виокремлюють певний набір критеріїв задля розроблення і вивчення класифікацій дискурсу. Класичним прийнято вважати поділ дискурсу на усний та письмовий. Письмовий виникає як більш чітко структурований та послідовний, основною ознакою якого вважається когезія. Усний – як більш динамічний, менш зв'язний, проте, емоційніший. За таких обставин необхідно розглядати дискурс в межах його статистичних / динамічних властивостей. З огляду на статичні особливості, розглядаємо дискурс як: 1) результат комунікації, 2) зафіксовану інформацію; у динаміці – це є власне процес комунікації, створення, розуміння, сприйняття та передача інформації.

Важливим є дослідження дискурсу в межах понять «істинність»/«хибність». Запропоновано розрізняти дискурс як: 1) істинно-адекватний; 2) контрадикторний (мовець говорить неправду, адресат сприймає її

як істину); 3) замовчувальний (коли інформація неточно, неповно передана адресатові); 4) декодування (усвідомлення брехні адресатом); 5) усвідомлена неправда (адресат розуміє істину, але для нього буде вигодною чути неправду); 6) домовлено-неістинний (обидва учасники комунікації за погодженням оперують правдивою чи неправдивою інформацією); 7) закодовано-істинний (і адресату, і мовцеві очевидний спосіб, код перетворення брехні на правдиву інформацію) [37, с. 23-24].

Науковці використовують різноманітні принципи та підходи щодо дослідження дискурсу, зокрема: комунікативний, семіотичний, когнітивно-дискурсивний, дискурсивно-діалогічний, інтегративний, каузальногенетичний. Наша позиція полягає в тому, що вивчення дискурсу як лінгвістичного явища вимагає інтегративного аналізу, а це означає, що необхідно врахувати діалогічні, когнітивні, прагматичні показники дискурсу задля більш об'єктивного його вивчення.

Отже, у нашому дослідженні пропонуємо кваліфікувати дискурс як:

а) комунікативно-прагматичне, культурно орієнтоване явище, результат комунікації, яка виникає як наслідок певних ситуативних обставин та екстралінгвальних чинників;

б) змістилище текстів, множинність текстів (художнього, політичного, історичного, філософського спрямування, пов'язаних один з одним соціокультурними, історичними, психологічними та іншими чинниками, з різними смисловими повідомленнями й інформаційними повідомленнями. Складниками дискурсу вважаємо ідеї, тексти, імпліцитна інформація, культурний фон, автора, реципієнта.

Медіадискурс. Згідно з класифікацією типів дискурсу, одним із його різновидів є медіадискурс [66].

Зауважимо, що у другій половині XX–XXI століть спостерігається тенденція до дослідження засобів масової комунікації та інформаційного простору. Активне вивчення та дослідження медіамовлення та медіакommунікації мало наслідком виникнення нової дисципліни – медіалінгвістики, а разом з нею

нових понять, таких як: «медіадискурс», «медіатекст» тощо. Якщо розглядати дискурс як категорійне явище, лінгвістичну категорію, то медіадискурс кваліфікуємо як субкатегорію, «дочірне» явище.

На сучасному етапі мовознавчих студій утвердились різні концепції щодо дослідження дискурсу. Так, скажімо, з позиції соціології, медіадискурс аналізують в межах його ідеологічної сутності, його соціальної функції і її значення для суспільства загалом. Психологічний аспект вивчення медіадискурсу пов'язаний із комунікацією [8], комунікативним тоном, сприйняттям та інтерпретацією інформації, механізмами впливу на цільову аудиторію. Лінгвопрагматика окреслює функціональний потенціал медіадискурсу. Пріоритетним постає когнітивний підхід, який має на меті дослідження медіадискурсу, з одного боку, як засобу відображення реальних подій, з іншого боку, як способу інтерпретації навколишньої дійсності через комунікацію, як потенційного впливу на свідомість.

У сучасних лінгвістичних студіях медіадискурс розглядають з двох позицій:

- 1) як вид мовленнєво-мисленнєвої діяльності, який є характерним для інформаційного поля мас-медійного простору [36, с. 30];
- 2) як складник комунікативного процесу, як дискурс, що реалізовується шляхом комунікації через засоби масової інформації [66, с. 228].

С. І. Потапенко пропонує розглядати «медіадискурс як результат діяльності комунікантів, що репрезентований на лексико-граматичному, номінативно-синтаксичному, текстовому та гіпертекстовому вимірах, які охоплюють вербальні та візуальні засоби, призначені для впливу на аудиторію» [82, с. 25].

Виходячи з даних суджень, можемо відзначити, що медіадискурс необхідно розуміти як автономний, самостійний різновид дискурсу й враховувати його індивідуальні параметри, ситуації, обставини вживання та реалізації.

Д. Ю. Сизонов пропонує розглядати медіадискурс з огляду на його зв'язок з мовою із різними сферами мовленнєвої діяльності індивіда. У такому ракурсі «медіадискурс визначається як специфічний тип мовленнєво-мисленнєвої діяльності, що характерний лише для сфери мас-медіа, і, відповідно, виділяють медійний дискурс, політичний, релігійний, науковий та інші типи дискурсу»; з позицій дискурсотворення «медіадискурсом називають будь-який вид дискурсу, реалізований у сфері масової комунікації, а тому, дослідники виділяють політичний, релігійний та інші типи медіадискурсу» [98, с. 390-391].

Інші науковці пропонують кваліфікувати медіадискурс як когнітивно-прагматичну систему з аксіологічними й оцінними смислами, ідеологемами, соціальними фактами, які транслюються аудиторії й за допомогою яких, ця система реалізує свою комунікативну сутність [113]. Тобто, за цими судженнями, медіадискурс включає поряд з вербальним повідомленням, медіаканалом інші позамовні фактори, які є необхідними для створення медіаповідомлення.

Відзначимо, що медіадискурс є важливим компонентом комунікативного процесу, який вказує на розвиток суспільства, особливості подій в ньому, стан груп як індивідів. Тому, «його ретельне вивчення дає змогу людям знайти та зрозуміти особливості мислетворення один одного, певних груп, які являють собою споживачів інформації» [104, с. 220].

Виходячи з наведених положень, можемо говорити про такі основні умови функціонування медіадискурсу: гетерогенність, мультимедійність, відповідність часовим межам, інтерактивність.

До кваліфікаційних параметрів медіадискурсу зараховують:

1) суспільне, групове інформаційне співвіднесення (погляди адресанта та погляди групи співпадають). Такий параметр може бути пояснений тим, що адресат, формуючи свої дискурсивні повідомлення зважає на погляди, вподобання групи реципієнтів й керується ними);

2) орієнтованість на масового реципієнта, на публіку;

3) тяжіння до полеміки. Це передбачає створення протиріччя з метою активації подальшої дискусії;

- 4) масовий вплив – намагання вплинути на кілька груп одночасно;
- 5) інформаційна різноманітність, глобальність, тобто відкритість до всеохопності тем;
- 6) можливість відтворення мовної картини світу [36, с. 28–39].

На суспільно-культурну орієнтованість медіадискурсу звертає увагу І. Г. Мірошніченко й визначає його як «соціально детерміноване лінгвальне явище, спрямоване на обмін суспільно значущою інформацією; певне когнітивне середовище, яке продукує та транслює на широку аудиторію інформаційні, ідеологічні й оцінні смисли» [66, с. 43].

С. І. Потапенко кваліфікує медіадискурс як «ієрархічно організований, багаторівневий комплекс текстів, в якому тексти меншого структурного та змістового обсягу включаються у більші обсяги тексту (преса, радіо, телебачення, Інтернет)» [83, с. 138].

У нашому дослідженні послуговуватимемось думкою Д. Ю. Сизонова, що медіадискурс – «це глобальна універсальна категорія сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу, яка виступає певним тлом та, в якому відбиваються актуальні настрої суспільства в різних сферах діяльності – політиці, економіці, культурі тощо, а також динамічні інноваційні процеси, як-от, лексичні новотвори, семантичні неологізми, «реанімовані» архаїзми, перифрази, крилаті вислови, запозичення з інших мов» [98, с. 392]. У такій інтерпретації медіадискурс розглянуто у взаємозв'язку з суспільно-культурними чинниками, тобто медіадискурс виникає як відгук, відголос на певні суспільно-культурні, суспільно-політичні чи історичні події.

Аналізуючи наведені концепції щодо дослідження медіадискурсу та його диференційних ознак, виходячи з власних суджень і спостережень, вважаємо, що до вище зазначених ознак доцільно додати такі: 1) істинність / хибність; правдивість / неправдивість; 2) динамічність; тематична відкритість; 3) культурна маркованість; 4) звернення до прецедентності; 5) діалогічність; 6) стилістична гетерогенність.

Правдивість / неправдивість медіадискурсу полягає в достовірній / недостовірній подачі інформації, яка передається фейковими повідомленнями, жартами, неточними мемами, або ж навпаки – правдивим шляхом [31]. Динамічність може бути пояснена, як здатність медіадискурсу реагувати на тематично різнопланові події; медіадискурс, вважаємо, є відкритою структурою до нових подій, явищ, розвитку суспільства. Культурна специфіка стосується зв'язку медіадискурсу із соціально-культурними проблемами, глобалізацією тощо, медіадискурс виникає як відголос на суспільно-культурні обставини. У своїй орієнтованості на культурний фон медіадискурс утворює зв'язок із прецедентністю, оскільки формуванню будь-якого виду медіадискурсу передують прецедентний феномен, що слугує каталізатором породження мас-медійного повідомлення. Діалогічність як ознака може бути пояснена тим, що головною метою медіадискурсу є формування у свідомості реципієнта моделі суспільних подій зокрема й мовної картини світу загалом. Комунікація, діалог відбудеться тоді, коли індивід зрозуміє зміст й зануриться в повідомлюване. Автор медіатексту створює спосіб комунікації таким чином, щоб це сприяло зближенню з адресатом, тут референція, відповідно, залежатиме від інтенцій мовця й очікувань слухача. Отже, можемо зафіксувати комунікативну функцію медіадискурсу як одну з основних.

З позицій функціонального підходу вирізняють такі функції медіадискурсу: інформативну; регулятивну; освітню; розважальну; фатичну [74].

Більш детальну функціональну класифікацію подано в працях С. В. Баранової. Дослідниця кваліфікує:

1) інформативну функцію, яка, на думку дослідниці, слугує засобом формування суспільної думки, розкриває стимул і мотиви, пояснює, інтерпретує зміст повідомлюваного;

2) соціалізуючу, яка полягає в об'єднанні суспільства, формування думок, поглядів, критеріїв; функцію установлення соціального порядку, яка має регулювальний потенціал щодо суспільного життя;

3) політичну, що інформує про події в політичному житті й сигналізує про внутрішні та зовнішні зміни в ньому;

4) функцію впливу на свідомість, яка формує громадську думку суспільства загалом й індивіда зокрема;

5) розважальну, що полягає у відволіканні, зниженні напруги та конфлікту;

6) маніпулятивну, метою якої є провокація у адресанта певної поведінки, реакції на запропоновану інформацію [4, с. 269].

Отже, можемо дійти висновку, що основними цілями медіадискурсу є:

1) подача й з'ясування ситуації та інформації;

2) активація мисленнєвої діяльності соціуму, тобто спонукання, мотивування до визначення щодо індивідуальних поглядів, позицій, думок;

3) вплив на свідомість реципієнтів і спонукання до «реакції», зворотного зв'язку, маніпуляція;

4) прогнозування стану та розвитку обставин, чинників подій.

Власне, такі ознаки як полемічна орієнтованість, глобальність, всеохопність та діалогічність відрізняють медіадискурс від дискурсу. Натомість основними ж функціями дискурсу є накопичення знань та їхня передача.

Розглядаючи структурну організацію медіадискурсу, дослідники визначають такі його виразники як: преса, радіо, інтернет, телебачення. На нашу думку, такі судження потребують уточнень, оскільки зазначені елементи слугують перш за все засобами передачі дискурсивної інформації, повідомлення, тобто є виразниками дискурсу. Існує думка й про те, що структуру дискурсу утворюють друковане слово, радіо, телефон, рекламні оголошення [74]. Наша позиція полягає в тому, що структуру медіадискурсу необхідно розглядати в межах екстралінгвальних умов за таким алгоритмом: *соціокультурна обставина – індивід / соціум – повідомлення / ідея – текст – медіадискурс – дискурс*. Тобто, метафорично наші судження можемо обґрунтувати так: виникає певна соціокультурна обставина, на яку реагує індивід зокрема та соціум загалом, далі відбувається етап експлікації ідеї чи повідомлення, яке вербально трансформується в текст (медіатекст) (усний / письмовий), і текст уже стає

виразником медіадискурсу, а дискурс своєю чергою слугує компонентом загального дискурсу як такого. Отже, можна дійти висновку про зв'язок й взаємообумовленість медіадискурсу та медіатексту й розглядати медіатекст як категорію медіадискурсу.

Медіатекст. Медіалінгвістика як самостійна наука займається проблемою поняття «медіатексту» як її базової категорії [120], а її завдання полягає у з'ясуванні та дослідженні його ознак. Вітчизняні науковці перейняли термін «медіатекст» у 1990-х рр. з англійської наукової літератури.

У словнику сучасної лінгвістики медіатекст кваліфіковано як «усний чи писемний твір масової інформаційної діяльності та масової комунікації. Суть медіатексту – конкретна інформація, що виражена мовленням з метою впливу на громадську думку, переконання. За медіатекстом стоїть мовленнєва особистість журналіста, його світосприйняття, інтелектуальний рівень, когнітивна здатність» [39, т. 2, с. 170].

З позицій медіалінгвістики медіатекст пояснено як смислову структуру, гетерогенну й поліфункціональну у своїй специфіці; як вербалізований результат когнітивної діяльності людини, структурно-формальний засіб створення смислів ЗМІ, складне соціальне когнітивно-мовленнєве та комунікативне утворення [120, с. 43].

Англійський мовознавець Алан Белл зазначає, що аналіз медіатексту повинен виходити за межі традиційних вчень про текст. Тобто, недоцільно розглядати медіатекст у контексті послідовності слів. Медіатекст є більш об'ємним з системою голосових, звукових параметрів, візуальних образів, суспільних обставин. Інакше кажучи, медіатексти вміщують технології, що залучають задля їхнього формування, транслявання та поширення [135, с. 35].

Запропоновано також розглядати медіатекст з позицій таких аспектів:

- 1) особливість створення медіатексту (одноосібний, спільний);
- 2) за формою і способом створення та відтворення (моновимірні, полівимірні);
- 3) засіб передачі (преса, радіомовлення, телебачення, мережа інтернет);

4) функціонально-жанрова специфіка (текст-нарис, замітка, аналітика, новини, коментар, текст-нарис, реклама);

5) тематична приналежність до тематичних рубрик [47].

Згідно з теорією К. -Е. Зомерфельд, створення медійного тексту проходить три етапи:

1) етап орієнтування;

2) етап побудови концепту;

3) етап формулювання [200, с. 12].

Такі судження можна пояснити тим, що спочатку виникає комунікативна потреба повідомити про щось актуальне, тобто простежуємо реалізацію комунікативного наміру. Надалі фаза передбачає створення концепту, його художнє оформлення, після чого виникає формування комунікативної тактики й стратегії подачі матеріалу.

Поділяємо думку, що медіатекст виникає як вербальний мовленнєвий твір, метою якого є подання опосередкованої комунікації в сфері засобів масової інформації та характеризується прагматичною спрямованістю, в основі якої соціальна регуляція, тобто є «синтезом одиниць вербального і медійного ряду» [за Л. І. Шевченко, 120].

Медіатекст можемо кваліфікувати як моделювання обставин, подій, ситуацій, відтворених крізь призму індивідуального бачення та сприйняття автора; це вербалізована суспільна реальність разом із системою ціннісних орієнтирів і координат, репрезентована медіапростором, це результат мисленнєво-мовленнєвої, інформаційної діяльності людини й «відголос» на суспільні події. Медіатекст відтворює події сьогодення, які актуальні «тут і зараз» для реципієнта, тобто характеризується особливими символічними часовими межами, медіачасом, «він не тільки відбиває явища навколишньої дійсності, але й інтерпретує їх. Для актуальних публікацій відбираються такі повідомлення, які здатні вплинути на читача, скерувати громадську думку, створити суспільний резонанс і навіть змінити ціннісні орієнтири» [115, с. 26], тобто можна виокремити маніпулятивну функцію медіатексту як таку.

Варто відзначити, що з огляду на дослідження медіатексту окреслюються різноманітні підходи щодо вивчення цієї категорії медіалінгвістики: власне текстуальний, антропоцентричний, когнітивний, дискурсивний (комунікативний). В межах текстуального підходу медіатекст розглядають як структурно- й семантично-цілісне повідомлення [54]. Антропоцентричний підхід вимагає аналізу медіатексту з позицій адресанта й адресата, з огляду на сприйняття тексту обидвома учасниками комунікації [52; 54]. Когнітивний підхід кваліфікує медіадискурс як знак, який передає знання про певні події, ситуації тощо, зокрема й навколишню дійсність загалом [86]. Дискурсивний підхід зорієнтований на з'ясування комунікативних й прагматичних намірів автора й реципієнта [7].

З позицій стилістики та когнітивної лінгвістики дискурс сприймається як система умовиводів, суджень, думок, представлення інформації крізь семантику лексем, що увиразнюються стилістичними засобами [45]. О. І. Морозова пропонує розглядати дискурс з позиції комплексного підходу, крізь взаємозв'язок когніції й комунікації водночас [68].

В межах психолінгвістичного напрямку слово розглядається як засіб впливу не тільки на думки реципієнта, але й на його відчуття та емоції.

З'являється низка праць, у яких простежується спроба дослідити смисл тексту шляхом аналізу його емоційності, тобто з огляду на зв'язок дискурс-емоція-текст. У дисертації С. В. Гладьо задля підтвердження тональності тексту здійснено спробу поділу текстового фрагмента, речення на емотивні топіки й підсумовано, що емоційність тексту виникає як результат міжрівневої взаємодії лексем. Встановлено зв'язок із емоціогенними знаннями й категорією емотивності [24, с. 6]. Вочевидь в основу закладено ідею емоційного резонансу О. П. Воробйової, на думку якої, саме це явище є одним із засобів апеляції до емоції тексту зокрема й до з'ясування його полярності загалом. Отже, простежуємо спробу довести взаємозв'язок іконічності слова й емотивності тексту, остання виникає як резонанс в свідомості реципієнта. О. П. Воробйова наводить ідею про те, що структуру кожної лексеми утворює емоційно-оцінний складник, який повинен викликати в реципієнта відповідні знання, відчуття чи

емоції [21, с. 127]. Такі судження підтверджують ті обставини, що лексема за своїми емоційними показниками й оцінними конотаціями орієнтована на певну емоцію. З'ясування коефіцієнта зв'язку емоції та лексеми є пріоритетним завданням сентимент-аналізу, оскільки емоційність, як і смисл, є основними складниками тексту. Схожу думку наводить О. О. Бердіна, вказуючи на зв'язок лексичного значення слова із емоційним, оцінним, модальним інтенсивним та каузативним компонентом [11, с.6]

У дисертації А. Е. Вербицької запропоновано розглядати емоційність крізь призму зовнішніх подразників, думок та вчинків, які є каталізаторами виникнення емоційного ореолу навколо певної лексеми [18]. Тобто, фактично, дослідниця розглядає контекст, як умову для зрушення, применшення чи прибільшення емоційного наповнення слова такі судження є дещо співзвучними із вченнями А. Вежбицької, хоча дослідниця наголошує також і на важливості урахування зв'язку *культура-емоція-текст* [206]. Відзначимо, що саме контекст, як відображення ситуації, вчинків, відчуттів, стає чинником перебільшення чи применшення емоційного наповнення слова, адже у контексті лексичні одиниці корелюють між собою, здобувають / втрачають оцінні конотації, інтегруючись у текст, у його стильову специфіку.

Н. Я. Іванишин, відзначає, що емоційно-забарвленні елементи в інтернет-мовленні увиразнюють інтенції автора [41, с. 194]. Т. В. Бабич приходить до висновку, що авторські інтенції й добір лексем для їхнього вираження моделюють емоційний фон тексту, оскільки будь-яка лексема володіє синергетичним потенціалом, який репрезентовано різноманітним емоційним звучанням. Такі судження є очевидним доказом поліфонічності тексту [2]. Отже, відчуття, думки, бачення автора як творця тексту й читача, як адресата є основною передумовою добору лексичних і стилістичних засобів під час побудови тексту. Так, у дисертаційній роботі І. В. Онищенко доводиться специфіка стилістичних засобів, як оцінно-виражальних та експресивних одиниць. Образне переосмислення стилістичних засобів підвищує емоційність тексту, виражає прагматику тексту й надає йому загальну тональну оцінку [75, с. 4].

У дисертації О. Б. Барановської увагу акцентовано на емоційності дієслів, як на виразниках дії позитивних / негативних дій, що супроводжуються певними емоціями. Науковець приходиться до висновку, що дієслово як виразник оцінки дій виконує роль емоціогена в тексті, тобто здійснює функцію каталізатора емоційного стану [6, с. 61]. Метафору досліджено як спосіб емоційного зв'язку тексту з реципієнтом та засобом концептуалізації емоцій.

Отже, науковці пропонують розглядати смисл тексту крізь призму його емоційного наповнення й позитивного / негативного звучання. Поділяючи думку дослідників, у нашій роботі наводимо ідею про те, що медіатекст виявляє нерозривний зв'язок із категоріями емотивності та оцінності. Емотивність розглядаємо як категорію мови, що полягає у здатності мовних одиниць відбивати водночас із смисловими показниками також й емоційні. Емотивність, на наш погляд, є також й категорією медіатексту, за допомогою якої здійснюється його інтерпретація та аналіз у емоційному аспекті, визначається потенційна емоція, через яку автор прагне повпливати на реципієнта. Звертаємо увагу на те, що категорія емотивності та оцінності корелюють між собою й творять семантико-емоційний простір медіатексту, оскільки емоція в тексті виникає як реакція на надання оцінки певним подіям, явищам тощо.

Аналіз медіатексту з позицій емотивності й оцінності відкриває перспективи для дослідження текстів на іншому рівні, не тільки на рівні закодованого смислу, але й закодованої емоції. Тобто текст спонукає реципієнта не просто до аналізу ситуації, події, але також і до співпереживання.

Відзначимо, що такі підходи дають змогу вийти за межі традиційного сприйняття тексту й досліджувати його емоційну сутність. Проаналізовані ідеї будуть застосовані та доповнені у нашій роботі.

Отже, медіадискурс – це сукупність медійних текстів, що виникли на підґрунті екстралінгвістичних, прагматичних, соціокультурних, психологічних та інших факторів, натомість медіатекст – це субвид тексту, орієнтованого на масову аудиторію, вербально-медійне, прагматично спрямоване авторське мовне утворення.

Основними ознаками медіадискурсу є тематична відкритість, динамічність, процесуальність, актуальність.

1.2. Дистинктивні ознаки медіатексту як категорії медіалінгвістики

Досліджуючи медіатекст як категорію медіалінгвістики й компонент дискурсу, науковці визначають провідні критерії в дослідженнях щодо цього поняття.

Медіатекст необхідно аналізувати як комплекс, поєднання двох знакових систем – вербальної та невербальної. Метою створення медіатекстів дослідники називають «соціальне регулювання» [98, с. 391].

А. П. Загнітко відзначає, що для медіатекстів характерними є такі ознаки як комунікативний намір та прагматична настанова [39, т. 2, с. 170].

До загальних ознак медіатексту зараховано:

- 1) медійність (використання тексту у різних засобах медіа);
- 2) орієнтованість на велику кількість аудиторії;
- 3) інтегративність (об'єднання в одне комунікативне ціле різних семіотичних кодів);
- 4) відкритість тексту (його «незавершена завершеність»).

За семіотичним кодом медіатексти інтерпретовано як :

- а) вербальні;
- б) вербально-невербальні (полікодові, креалізовані);
- в) невербальні.

За наступним критерієм медіатекст необхідно розрізняти як масове і приватне повідомлення [36, с. 27].

Вартими уваги є судження науковців щодо інтерактивності й мультимедійного характеру медіатексту. Так, мультимедійний характер тексту доповнює, збагачує його смислову структуру, показує та увиразнює різноманіття форми; насичує його динамізмом та відкриває потенційні можливості до

багатоплановості. Інтерактивність тексту поєднується з виконаною ним комунікативною функцією. Т. ван Дейк до характеристик медіатексту зараховує багат шаровість, модульність, маніпулятивність [148]. Вочевидь дослідник акцентує увагу на стилістичній різноманітності медіатексту, як на одному із засобів впливу на читача.

Деякі дослідники виокремлюють спосіб розповсюдження інформації та створення комунікації як один із параметрів класифікації медіатекстів. Зокрема, технічними виразниками медіатексту вважають пресу, радіо, телебачення, інтернет, а відтворювані ними тексти поділяють на: газетні / друковані тексти, радіо і телетексти, інтернет-тексти, гіпертексти тощо [32, с. 48].

Аналізуючи вищезазначені параметри медіатексту й виходячи з власних спостережень визначаємо такі додаткові його ознаки:

1) медійний супровід. Ознака медійного супроводу медіатексту може бути пояснена тим, що медійний текст, є більше, ніж вербалізоване смислове повідомлення, воно обов'язково реалізується через залучення ЗМІ, аудіо та відеосупроводом, візуалізаційними різними моментами тощо. Тобто медіатекст є результатом медіатизації, що повинен забезпечити доступ до якісної інформації [64];

2) присутність автора як індикатора цінностей. Певні події, явища суспільства моделюються крізь смисловий простір медіатексту. Автор постає творцем ситуації, вкладаючи в нього свідомо чи несвідомо свої об'єктивні / суб'єктивні бачення. Водночас відбувається ретрансляція певних цінностей, які виходять від авторського «Я»; тобто «медіатекст виконує не тільки функцію передачі інформації, але й відбиває особистість автора, його інтелектуально-когнітивні здібності, ціннісні орієнтири та світосприйняття. Ретрансляція соціальних обставин у медіатексті супроводжується затекстом, тобто фрагментом суспільних подій. Комунікативна функція медіатексту виражається в описі подій за авторським баченням. Отже, медіатекст характеризується особливим типом автора, а також специфічною текстовою модальністю, що спрямовані на масову аудиторію» [46, с. 147].

Варто відзначити, що будь-який медіатекст виникає на лінгво-культурному та соціальному підґрунті, це означає, що йому передувала певна подія, як наслідок, активізується його зв'язок з прецедентними феноменами, так виникає діалогічність між текстом та суспільством. Відтак необхідно аналізувати пресупозицію як складник медіатексту. «Пресупозиція – це припущення чи розрахунок на те, що частина пропонованої інформації очевидна і / чи добре відома адресатові. Пресупозиція протистоїть комунікативно релевантному змісту висловлювання і входить у семантику речення як “фонд спільних знань” співрозмовників, як попередня умова» [80, с. 90]. Відтак важливою умовою прочитання та розуміння медіатексту є соціальна обізнаність та фонові знання адресата:

1) орієнтація на сьогодення, використання медійного часу. Актуальність медіатексту визначається часовими межами, текст викликає зацікавлення до тих пір, поки цікава подія, яка в ньому описується, суспільству, поки працює суспільна пам'ять;

2) кодованість, що виявляється на його лексичному рівні, через залучення завуальованих фраз, висловів, натяків, того ж самого інтертексту чи прецедентних одиниць як засобів натякання й кодування, тут необхідно говорити про стилістичну неоднорідність медіатексту;

3) правдивість / фейковість пояснюємо тим, що будь-який медіатекст може бути потенційним виразником достовірної та недостовірної інформації, обираючи правильну інформацію, реципієнт повинен застосовувати свої селективні вміння щодо поданої інформації.

На сьогодні не виокремлено єдиної спільної думки щодо встановлення диференційних особливостей між медіатекстом та текстом. Підтримуємо думку науковців про те, що «найважливішою характеристикою сучасного мас-медійного тексту, яка відрізняє його від тексту взагалі, є його багатовимірність, під якою слід розуміти поєднання різнорідних вербальних, візуальних, аудитивних, аудіовізуальних або інших компонентів у єдиному смисловому просторі тексту» [46, с. 147].

Варто відзначити, що медіатекст включає широкий набір дистинктивних ознак, які визначають його відмінність від тексту. Медіатекст виражається через логічну завершеність повідомлення, комунікативні інтенції та прагматичну установку, як і текст водночас. Медіатексти також відзначаються присутністю журналіста як творця та характеризуються такими параметрами як звук, візуальні ефекти, аудіосупровід тощо.

Існують й інші судження, згідно з якими, медіатекст та медіадискурс ототожнюються. У нашій роботі ми пропонуємо розглядати медіатекст як видове поняття медіадискурсу, оскільки передумовою будь-якого тексту є дискурс, і аналіз існування тексту поза межами дискурсу був би неповним, оскільки текст виникає як результат дискурсу.

Погоджуємось з думкою, що «на відміну від тексту, медіатекст – твір інформаційної діяльності та масової комунікації. Його суть – це конкретна інформація, виражена мовленням для впливу на громадську думку та здійснення переконання» [за Л. В. Кардаш, 46, с. 147]. Отже, основною характеристикою сучасного медіатексту, що вирізняє його від тексту взагалі, є його багатоплановість, тобто здатність поєднувати різноманітні компоненти в межах спільного смислового простору тексту. Ще однією ознакою медіатекстів є їхня мовна особливість, обумовлена, перш за все, тим, що адресована масовій аудиторії [115]. Іншими словами можна пояснити, що однією з ознак медіатексту є його здатність впливати на читача, спонукати до когнітивних та рефлексійних дій – аналізу й оцінки інформації, роздумів над нею. О. А. Стишов відзначає, що медіатекст виникає на основі таких категорій як: «медійність, масовість, інтегративність й відкритість» [103, с. 163]. На нашу думку, до ряду відзначених категорій необхідно додати категорію емоційності, оскільки медіатекст орієнтований не тільки на донесення інформації до читача, але й на його зворотну емоційну реакцію.

Зважаючи на те, що донесення інформації до суспільства – це важливий аспект медіа, можемо окреслити такі його основні завдання медіатексту:

- 1) окреслення ситуації та аналіз отриманої інформації;

2) здійснення регулювання комунікативної дійсності адресантів. Це означає, що ЗМІ мотивують до роздумів, впливають на формування суспільної думки власних мотивів та поглядів, критичного мислення. Критичне мислення є невід'ємною складовою вмінь протидіяти токсичній інформації [107].

3) маніпуляція та спонукання до роздумів. Вплив на свідомість реципієнта через потік інформації й активізація зворотного комунікативного зв'язку, наштотування на думку реципієнтів; з позицій психолінгвістики завдання медіадискурсу полягають у маніпуляції, створенні згуртованості / незгуртованості, орієнтованості / дезорієнтованості, заспокоюванні / створенні паніки, створенні розважливості;

4) прогнозування стану обставин, висновки щодо їхніх результатів.

Жанрові особливості медіатексту подано у концепціях британської школи й виокремлено: «інформаційні жанри (newsstory, background article, report) та інтерпретаційні (leader / editorial, commentary, sketch), які відповідно здійснюють функцію інформування та інтерпретування (ideology). Поряд з цими групами існує інша група жанрів, що виконує функцію розваги (entertainment), соціального зв'язку, афіліації (sociallinkage) і освіти (education / instruction)» [151].

У нашому дослідженні послуговуватимемо концепцією, в якій запропоновано вирізняти:

- 1) нарис, як різновид художньо-публіцистичного жанру;
- 2) інформаційне повідомлення (новина) про важливі події в країні світі;
- 3) аналітичний огляд, завдання якого полягає у висвітленні ідей суспільного характеру та у їхньому глибинному аналізі;
- 4) оголошення, як форма рекламного тексту;
- 5) опис, за допомогою якого здійснюється опис певних обставин, суспільної картини тощо;
- 6) оповідь з хронологічною послідовністю викладу матеріалу;
- 7) інтерв'ю – розмова між інтерв'ювером та учасниками, метою якої є з'ясування відповідей учасників на питання журналіста [120, с. 130].

Така концепція слугує підтвердженням ознаки поліаспектності медіатексту як такої й дає змогу більш детально розглянути медіатекст у його різноманітних виявах.

1.3. Інформаційна структура та мовна специфіка медіатексту

Зважаючи на те, що медіатекст виконує інформативну функцію, є засобом актуалізації й подачі інформації, доцільним видається аналіз його інформаційної структури. Ю. Є. Кійко, вслід за Г. Нойман, розуміє інформаційну структуру як розподіл інформаційних компонентів (квантів, елементів) [47; 178].

Класичною вважається класифікація інформації на такі типи:

1) фактуальна; 2) інтелективна; 3) емотивна; 4) імпресивна. Фактуальна інформація є предметним відображенням фактів і явищ дійсності. Інтелективна інформація – це синтез аналізу тексту й мовленнєвої свідомості. Емотивна інформація орієнтована на відображенням емоційних станів та сприйняттяв адресанта. Імпресивна інформація – інформація, яка працює як вплив, спонукання до дії [за Ю. Є. Кійко, 47, 72-73].

За К. Ламбрехт, «інформаційна структура відповідає за те, щоб подібні концептуальні репрезентації інформації залежно від контексту передавалися різними граматичними структурами» [175, с. 320].

Поділяємо думку Ю. Є. Кійко, про необхідність аналізу інформаційної структури медіатексту в аспектах формального, комунікативного й прагматичного підходів [47].

З позицій формального підходу інформаційну структуру медіатексту складають вербалізовані одиниці, звороти, синтаксичні конструкції, вони слугують формальними виразниками смислу повідомлення, експлікаторами ідеї. До формальних показників зараховано заголовки, тематичну частину тексту й частину нового повідомлення, які вербалізовані в темі / ремі. Е. Агрікола дорівнює тему до поняттєвого ядра, що ущільнено передає зміст тексту [129, с. 109].

З огляду на комунікативний підхід інформаційна структура медіатексту включає: тему, повідомлення, можливу аргументацію, адресата й адресанта. Тобто шляхом створення медійного тексту відбувається комунікація між автором та читачем. При комунікативному підході щодо інформаційної структури виходять з того, що адресант у своїх діях орієнтується на адресата [47, с. 74].

Інформаційна комунікація здійснюється в кілька етапів:

1 етап – відбувається контакт із фактом, що виникає як наслідок людської діяльності і є необхідною умовою для початку інформаційної комунікації;

2 етап – введення інформації, алгоритмів, націлених на упорядкування інформації для її подальшої передачі;

3 етап – власне передавання інформації за допомогою технічних і мовних процесів;

4 – етап сприйняття інформації, в основі якого розуміння й аналіз;

5 етап – застосування інформації [121, с. 305-306].

Отже, доцільно говорити, що в такий спосіб виокремлюється комунікативна функція, яка полягає в апеляції до емоційного сприйняття повідомлення.

Залучаючи судження, інформаційні блоки, як репрезентацію власної смислової монопарадигми, автор створює мовленнєву ситуацію в межах медіатексту. Інакше кажучи, мовленнєва ситуація визначається лінгвістичними й прагматичними параметрами висловлення. Поділяємо думку про те, що «адекватність сприйняття реципієнтом інформації визначається його здатністю до інтерпретації повідомлюваного й залежить від таких обставин:

- 1) відповідні фонові знання, інтелектуальність;
- 2) вміння критично мислити;
- 3) рівень володіння мовою;
- 4) психологізм особистості, й пов'язана з такими явищами як “медіаобізнаність”, “медіаграмотність” та “медіаімунітет”, оскільки Інтернет-

технології, інформаційність відкривають для користувача не тільки нові можливості, але й ризики» [70, с. 12].

Медіаобізнаність визначають як «рівень медіакультури, який передбачає засвоєння особистістю системи знань про засоби масової комунікації, їх історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, уміння убезпечити себе від негативних інформаційних впливів і вільно орієнтуватись у світі інформації» [43]. Медіаграмотність полягає у вірному використанні інформаційно-комунікативних технологій, у свідомому сприйнятті і критичному інтерпретуванні інформації. Медіаімунітет – «здатність особистості протистояти агресивному медіасередовищу, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне “сміття”, захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів» [43]. Будучи медіаграмотною й медіаобізнаною особистістю читач зуміє адекватно сприйняти текст та логічно проінтерпретувати його.

З позицій прагматичного підходу до структури медіатексту необхідно врахувати смислові моделі авторських інтенцій й роль автора в самому медіатексті. Під інтенцією розуміють «різновид ментальної репрезентації людини, що становить намір мовця донести до адресата певну спрямованість своєї свідомості на об'єкти й стани речей зовнішнього світу й у такий спосіб вплинути на нього» [1, с. 95]. Іntenцію необхідно аналізувати з огляду на категорію модальності, оскільки вона проходить крізь призму авторського задуму та його суб'єктивної позиції щодо об'єкта, явища, подій, а тому отримує модальну значущість.

Дослідники пропонують розглядати особистість автора в тексті з позиції Автор-Наратор / Метаавтор. Так, «автор-наратор постає уособленням внутрішньотекстової реальності, суб'єктивно-текстової діалогічності; натомість ідейні погляди метаавтора не збігаються з поглядами оповідача, автор виступає креатором власної реальності, коментує й оцінює створене» [52, с. 145-151]. Інакше кажучи, автор-наратор імпліцитно виражає свої інтенції через

характеризування героя, опис ситуації; метаавтор очевидно, явно, виражає своє бачення, аксіологічні інтенції, дає модальну оцінку подіям.

Отже, інформаційна структуру медіатексту необхідно розглядати з позицій структурних, комунікативних та прагматичних особливостей. З позицій структурного аспекту простір медіатексту утворено вербальними одиницями, синтаксичними конструкціями, які формують логічні частини тексту та заголовки. З огляду на комунікативні особливості до компонентів медіатексту зараховуємо тему, зміст повідомлення, адресата, адресанта. Прагматичний аспект передбачає аналіз авторських інтенцій, настанов, аргументів, звернення до пресупозиції.

Зібраний фактичний матеріал засвідчує переважаючу присутність метаавтора у мас-медійному тексті.

Відзначимо, що інформативна структура медіатексту та його мовно-стильова організація нерозривно пов'язані один з одним, оскільки саме інформативне наповнення тексту відбувається через його мовлення, стилістичні засоби, синтаксичні конструкції, граматичні потенції тощо. Насичення тексту стилістично маркованою лексикою увиразнює його мовлення, додає експресії.

Традиційно однією з ознак мови медіатексту називають публіцистичність. Українська енциклопедія подає публіцистичний стиль у двох аспектах: «як один із функціональних стилів літературної мови, що використовується у сфері масової інформації, як емоційно забарвлена, піднесена мова з ознаками вольової оцінності» [109].

Науковці відзначають, що «типовими показниками прагматичної спрямованості публіцистичних текстів є лексичні маркери, серед яких вирізняються узуальні й оказіональні лексичні та фразеологічні одиниці, прислів'я, приказки. Лексичні та фразеологічні одиниці виконують експресивну й інформаційну функції у мовленні. Вони покликані пожвавити виклад, зацікавити читача, надати матеріалу емоційного заряду» [113, с. 203].

З власних спостережень відзначимо, що медіатексту притаманна стильова відкритість, гетерогенність й тропеїзація. Тобто це означає, що медіатекст відкритий до мовних новацій, неологізмів й власне авторських новотворів. У

медіатексті все частіше використовуються тропи, лексичні одиниці, які, здавалося б, «повинні бути поза публіцистичним стилем» задля створення більшої експресивності, невимушеності чи драматичності, щоб занурити реципієнта в обставини повідомлюваного. Д. Ю. Сизонов зауважує, що «важливою характеристикою медіатексту є його мовне оформлення, адже мова засобів масової інформації мінлива, відповідає вимогам часу та актуальна потребам сучасності. Саме тому в медійному мовленні (зокрема, в медіатекстах) зафіксовано багато лексичних інновацій, авторських неологізмів та онімів, мовних кліше» [98, с. 392]. Засоби масової інформації, вважає О. Руда, «рясніють не тільки газетними штампами, а й стертими метафорами, крилатими виразами, переосмисленими відповідно до ідеологічних потреб» [91, с. 180]. Варто погодитись з думкою С. І. Потапенка, який наголошує на розмитості жанрових, стилістичних меж у англomовній медіасфері, що називає «дискурсивним симбіозом» [83, с. 11]. Відтак схильність медіатексту до тропеїзації та залучення нетипових синтаксичних конструкцій, неологізмів, може свідчити певною мірою про відхід від норми з одного боку, а з іншого боку – така здатність може бути пояснена тим, що саме в такий спосіб виявляється авторська манера подачі тексту, адже, як відзначає А. П. Загнітко, «характерною особливістю будь-якого тексту є індивідуальний авторський стиль» [39, т. 2, с. 170].

Така відкритість медіатексту до мовних новацій, тропеїзації може бути пояснена тим, що неологізми, позанормові конструкції, тропи слугують потужними засобами творення експресії, допомагають краще образно сформувати та передати обставину, характеристику, образ, подію, людину тощо, іноді полегшують сприйняття інформації чи, навпаки, слугують своєрідними кодами, ключовими словами до імпліцитного, закодованого повідомлення.

Запропоновано також розглядати проблему «стьобу», «інтелектуального висміювання», що виявляється в навмисному змішуванні різних стилів, підсиленні пародійного контексту ЗМІ, створенні мовної гри, зверненні сучасного мас-медійного дискурсу до прецедентних одиниць, які засвідчують

рівень культури, ерудованість, дотепність автора, – з одного боку, й з іншого – спонукають соціум до асоціативного мислення, когнітивних процесів [115].

Відкритість медіатексту до тропеїзації вказує на намагання автора зацікавити, активувати інтерес цільової аудиторії. На нашу думку, авторська позиція під час створення медіатексту полягає в таких завданнях: 1) зацікавлення читача; 2) увиразнення образу, зображуваних подій, явищ тощо; 3) уникнення тавтології; 4) компресія тексту; 5) прагнення до диференціації синонімів.

Іншими додатковими чинниками, що здійснюють вплив на мову медіатексту, також можуть бути: розвиток науково-технічного процесу; зв'язок суспільства з інтернет-простором; вплив маркетингу; зростання впливу інтернету на сфери суспільного життя; розширення контактів між країнами; урбанізація тощо.

У медіамовленні «образні та емоційні засоби повинні яскраво розкривати найсуттєвіші риси явища; продукуючи образ, який закарбується в пам'яті, ці засоби поглиблюють основне значення предмета чи явища, «оживлюють» його». Варто відзначити, що тропи слугують сталим джерелом збагачення та поновлення мови мас-медійного тексту, поєднують непоєднуване, наштовхують на логіку та аналогію [115, с. 112]. Тобто аналізуючи стилістичні засоби у медіатексті, реципієнт проводить аналогію, створює асоціативні ланцюги, шукає семантично-наближені лексичні одиниці тощо.

Варто наголосити, що мова сучасного медіатексту відходить від норм й стандартизації, стає більш «наближеною» до реципієнта, може включати фразеологізми й інші стилістичні засоби, тропи; термінологію; посилення на історичні події; неологізми; назви документів тощо, задля увиразнення подачі інформації, залучення більшої кількості читачів й мотивації їх до роздумів та зворотної емоційної реакції.

Наша думка ґрунтується на концепції про те, що «медіатекстові тропи розраховані на масове сприйняття, їхній зміст є достатньо прозорим та легко декодованим для масової аудиторії» [115, с. 67] й виступають вербальним сенсорним стимулом, зовнішнім подразником пам'яті адресата, «активізують

процеси запам'ятовування: прийом експресивної інформації, її відбір та фіксацію» [95, с. 195], тобто виконують певний комплекс функцій.

Поряд з класичними функціями тропів номінативною, інформативною, увиразнювальною, експресивною, функцією мовного заощадження, асоціативною у сучасних мовознавчих розвідках науковці пропонують додатково розглядати мнемічно-образну, мнемонічну, мнемічно-емоційну, відтворювально-мнемічну, емоційноінфікувальну, власне атенційну, візуально-атенційну [115, с. 68]. Отже, тропи, з огляду на їхні емоційно-оцінні конотації слугують додатковими засобами формування емоційного простору тексту.

Висновки до 1 розділу

У сучасних лінгвістичних студіях спостерігається зростання інтересу до дослідження лінгвістичних явищ крізь призму мовної особистості, її мисленнєво-мовленнєвої та комунікативної діяльності. Спостерігаємо виокремлення медіалінгвістики як самостійної науки, основною проблемою якої стає дослідження медіадискурсу, медіатексту як засобу узагальнення та увиразнення навколишньої дійсності, способу впливу на читача. Отже, можемо говорити про тенденції дослідження мови в межах дискурсивного та комунікативного підходів.

Відзначаємо, що дискурс виникає як результат комунікативної та мисленнєвої діяльності комунікантів, який вербально репрезентується текстом. До основних ознак дискурсу необхідно зарахувати стилістичну відкритість й гетерогенність, відсутність хронологічних меж, хронологічна неприв'язаність, комунікативна й культурна орієнтованість.

Натомість медіадискурс є субкатегорією дискурсу, що в своїй інформативній значущості орієнтована на суспільно-культурні, політичні, історичні події в суспільстві, країні чи світі.

У нашому дослідженні обґрунтовуємо ідею про те, що медіадискурс є системою тематично об'єднаних мас-медійних текстів, які виникають як реакція

автора, журналіста на суспільну ситуацію, поведінку суспільства, його стан та розвиток тощо. З'ясовано, що основними ознаками медіадискурсу є його тематична багатоплановість, часова динамічність, стильова гетерогенність, поліфонічність.

Поняття медіатекст кваліфіковано як видове категорії медіадискурсу. Приходимо до висновку, що медіатекст, – у формальному аспекті, є структурним компонентом медіадискурсу, результатом мовленнєвої діяльності автора і водночас засобом комунікації в парадигмі *адресант-адресат*. До основних ознак медіатексту зараховуємо структурну та смислову цілісність, логічність та хронологічність викладу подій, хронологічну актуальність, завершеність, аудіо та відеоелементи, наявність претексту – події в суспільстві, країні, тобто орієнтованість на прецедентність, стилістичну різноманітність, тропеїстичну насиченість, орієнтованість на масову аудиторію та її емоції, маніпулятивність.

У нашому дослідженні запропоновано аналізувати медіатекст з огляду на комплекс аспектів, зокрема, з позицій антропоцентричного, когнітивного, дискурсивного (комунікативного), емотивного та оцінного.

Антропоцентричний підхід дає змогу відстежити кореляцію мовних процесів із процесами свідомості реципієнта. Когнітивний підхід передбачає аналіз тексту як культурного явища. Дискурсивний підхід дав змогу простежити діалогічні відношення в системі автор-читач, проаналізувати вплив тексту на свідомість реципієнта, з'ясувати його ознаки та функції як засобу маніпуляції. У сучасних лінгвістичних студіях одним із провідних підходів до розгляду медіатексту зокрема й медіадискурсу загалом стає психолінгвістичний підхід, в межах якого текст кваліфіковано як систему емоцій, прагматичних суджень та оцінних значень.

У нашому дослідженні наводимо ідею про те, що медіатекст нерозривно пов'язаний з категоріями емотивності та оцінності, оскільки медіатекст виникає не тільки як інформативний відголос на подію в суспільстві, але також і як емоційна реакція на неї. Звернення до цих категорій під час аналізу медіатекстів дасть змогу з'ясувати переважаючий тип тональності та їхню апеляцію до емоції.

З'ясовано, що мовна організація медіатексту відходить від деяких норм публіцистичного стилю. Отже, у нашому дослідженні наводимо ідею про тяжіння до тенденції тропеїзації мас-медійного тексту. З одного боку, насичення медіатексту тропами, робить його більш виразним у смисловому плані й збагаченим у мовному, засвідчує ерудованість, логіку, знання автора, а з іншого боку – слугує кодом інформаційного повідомлення й вимагає від реципієнта фонових знань й спонукає до когнітивної діяльності.

Тенденцію до тропеїзації медіатексту можемо пояснити й тим, що медіатекст слугує засобом змалювання навколишньої дійсності й водночас інструментом авторських маніпуляцій, а залучення тропів лише увиразнює й підсилює маніпулятивні тактики й стратегії тексту. Перш ніж стати текстом, інформація проходить крізь призму авторської свідомості, й подається фактуально й водночас шляхом авторської інтерпретації, а, тому, нерідко медіатексти слугують засобами маніпуляції свідомістю реципієнта. Відтак сприйняття медіатексту пов'язане із такими поняттями як медіаграмотність, медіаобізнаність, медіаімунітет тощо.

Отже, засобами творення емоційності тексту можуть також бути: фразеологізми; власні назви; емоційно забарвлені прислівники та прикметники; метонімія; перифраз; неологізми; метафори; цитування. Ці елементи виконують низку функцій, основними з яких вважаємо експресивну, інформативну та маніпулятивну, увиразнюють повідомлення, чіткіше окреслюють зображувану дійсність.

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СЕНТИМЕНТ-АНАЛІЗУ

2.1 Методи дослідження мас-медійного дискурсу

Дискурс, будучи виразником реальності, глобальних, культурних, суспільних, політичних змін, подій, здійснює істотний соціальний вплив. З огляду на цей факт виокремлюється низка різноманітних підходів та методів до інтерпретації терміну дискурс. Відтак виникає поняття «дискурсивної парадигми», сутність якого полягає у взаємодії різних методів та їхньому спільному використанні [60, с. 5]. Разом із структурними, тематичними, контекстуальними, лінгвокогнітивними та комунікативними аспектами, науковці звертаються до функціонального прийому, що дає можливість проаналізувати прагмалінгвістичні функції медіадискурсу.

Дослідження та інтерпретація медіаматеріалу вимагає також урахування його гіпертекстуальності, інтерактивності, анімаційності й комунікативності.

К. Адамцік пропонує досліджувати медіадискурс в ментальному текстово-лінгвістичному та мовноструктурному напрямках [128, с. 17]. В основі ментального напрямку закладено ідею про зв'язок мови та культури, що відображається через стилі подачі інформації, відбивається в мові через характерні стилі викладу інформації. Під час використання текстолінгвістичного підходу, основне місце займає описовий аналіз макроструктури дискурсу загалом і тексту зокрема й водночас аналіз його ілокутивної структури. Останнім часом серед науковців зростає тенденція застосування лінгвістичних підходів разом із соціологічною теорією Н. Луман [178], ключовим моментом якої є ідея діалектичних відношень між суспільством, мовою та мовленням.

Традиційно пропонують виокремлювати такі напрямки аналізу медіатексту: лінгвопрагматичний, когнітивний, лінгвостилістичний і психолінгвістичний, дискурс-аналіз, лінгвокультурологічний та контент-аналіз. Лінгвопрагматичний аналіз орієнтований на учасників комунікації, які є

каталізаторами, факторами породження тексту. Комунікація виникає як синтез мови та дії, коли та чи та функція мови слугує репрезентантом поведінки учасників комунікації [76]. Метою когнітивного методу є структурне відображення процесів мовлення та аналіз мовленнєвої поведінки та мислення мовця. В межах лінгвостилістичного аналізу здійснюється збір та інтерпретація стилістичних одиниць, тропів, які слугують засобом увиразнення тексту й передачі інформації та його експресивності. Метод дискурсивного аналізу ґрунтується на дослідженні екстралінгвістичних факторів, які слугують чинниками породження комунікації. В межах дискурсивного підходу текст інтерпретується крізь призму суспільно-політичних, ідеологічних, культурологічних, політичних інтересів комунікантів. Лінгвокультурологічний аналіз зорієнтований на зв'язок тексту з національними та культурними обставинами. Очевидно, що «весь корпус медіамовлення є важливим елементом культури, а корпус медіатекстів насичений національно- і культуро-специфічними елементами» [120, с. 57].

В основу методології нашої дисертаційної роботи покладено функціонально-семантичний підхід до вивчення мовлення англомовних медіатекстів про війну в Україні та сентимент-аналіз для з'ясування тональності цих текстів, їхнього емоційного наповнення.

Дослідження особливостей медійних текстів здійснювалось у кілька етапів. Початковий етап полягає в аналізі наукових праць, що стали основою теоретичного дослідження. Вивчення й узагальнення наукових положень дослідження медіадискурсу й медіатексту, як його підвиду, здійснено шляхом застосування індуктивного, дедуктивного, описового методів.

Через використання індуктивного методу було здійснено збір та систематизацію матеріалу дослідження. Дедуктивний метод забезпечив можливість узагальнення аналізу, з'ясування кваліфікаційних рис та параметрів мовлення мас-медійного тексту.

На другому етапі було зібрано фактичний матеріал дослідження – мас-медійні тексти інформаційного супроводу війни в Україні. Звернення до

медіатекстів мотивоване їхніми мовно-стилістичними особливостями, тим, що ці тексти є «близькими до життя», орієнтованими на суспільство й культуру, а, отже, є виразниками аксіологічних цінностей суспільства й його емоцій.

Третій етап включає інтерпретацію та опис мовних засобів вираження інформації в медіатексті, з'ясування впливу цих конструкцій на загальну емоційну тональність, полярність тексту. В основу нашого дослідження закладена ідея про звернення медіатексту до тропеїзації і, як наслідок, відхід від стилістичної норми з позицій установ публіцистики щодо побудови тексту. На цьому етапі застосовано метод гібридного аналізу тексту, що поєднує лінгвістичний аналіз, асоціативний та сентимент-аналіз. Сентимент-аналіз здійснено шляхом залучення програм та сентимент-лексиконів. Зокрема, це – емоційний словник NRC Emotion Lexicon, сентимент-лексикон Corpus of Contemporary American English (COCA); програмне забезпечення для визначення полярності, тональності тексту SentimentStrengthAnalysis (API), IBM Watson™ Tone Analyzer, Tone Checker.

Словник NRC Emotion Lexicon як реєстр позитивних / негативних слів використовувався для фіксації тональності за окремими лексемами, яким приписано тональність +1 (позитивна) та -1 (негативна). Сентимент-лексикон Corpus of Contemporary American English (COCA) використовувався виключно для з'ясування синонімічних рядів обраної лексеми. За його допомогою нам вдалося також з'ясувати приналежність лексем до тем, топіків та їхню смислову динамічність. Застосування корпусних даних видається доцільним задля апробацій встановленої тональності лексем.

Програмний застосунок SentimentStrengthAnalysis (API) було застосовано задля з'ясування полярності тексту: 0- нейтральна; +1 / +5 позитивна; -1 / -5 негативна. Важливо, що програма, приймаючи цілісний текст, не тільки обчислює його тональність загалом, але і вказує, який тон несе окреме висловлювання, окрема лексема в реченні, фрагменті, тобто сегментує текст, що дає змогу простежити динаміку тональності тексту. До прикладу, речення *Europe is concerned about russia's aggression. Its bombing of civilians in Ukraine is terrible*

(CNN, 2.03.2023) програмне забезпечення розбиває на позитивні й негативні парадигматичні ряди (Рис. 2.1)

The text 'Europe is concerned about russia's aggression. Its bombing of civilians in Ukraine is terrible' has positive strength **1** and negative strength **-4**

Approximate classification rationale: Europe is concerned[-2] about russia's [proper noun] aggression[-3].[sentence: 1,-3] Its bombing[-2] of civilians in Ukraine [proper noun] is terrible[-4] [sentence: 1,-4] [result: max + and - of any sentence][overall result = -1 as pos<-neg] (English)

Рисунок 2.1. Демонстрація специфіки алгоритму роботи програми.

IBM Watson™ Tone Analyzer у нашій роботі залучено задля встановлення зв'язку тексту з асоціаціями і задля визначення тональності. Тональність тексту виражається коефіцієнтами -0,01 до -1 – негативна тональність; +0,01 +1 позитивна тональність; 0 – нейтральна тональність. Програма відображає результат, виокремивши негативні й позитивні лексеми, укладаючи їх у дерево тональності, та демонструє сфери використання слова, подає коефіцієнт тональності тексту.

Задля з'ясування зв'язку лексеми, висловлення чи тексту з емоцією, його емоційної насиченості послуговуємось програмою Tone Checker.

Оскільки програмне обчислення не завжди чітко визначає емоційні відтінки й прагматичні настанови автора, ми спробували поєднати програмне обчислення Tone Checker із інтерпретаційним аналізом та методом вилучення словникових дефініцій, що дало змогу чітко з'ясувати емоційне навантаження лексем, їхні денотативні ознаки, оцінні конотації й емосеми.

Задля класифікації лексем та зарахування їх до позитивних / негативних, ми послуговувались алгоритмом Баєса, що базується на припущенні. Надалі реєстр слів перевірено програмним застосунком IBM Watson™ Tone Analyzer. Задля дослідження маніпулятивного потенціалу та з'ясування правдивості / неправдивості новин у текстах про війну в Україні застосовано методика «Дерево прийняття рішень», яка дала змогу розподілити інформацію на основну та другорядну, правдиву й фейкову.

Четвертий етап передбачає встановлення функціонально-семантичних параметрів компонентів медіатексту: синтаксичних структур, лексичних одиниць, тропів та з'ясування їхнього емотивного й прагматичного впливу на реципієнта. На цьому етапі застосовано описовий метод у поєднанні із сентимент-аналізом. Описовий метод включає систематизацію вибраних висловлень, їхню внутрішню інтерпретацію.

Варто відзначити, що сентимент-аналіз охоплює майже кожен етап нашого дослідження. Це викликано низкою причин, насамперед використанням емоційно-оцінної лексики у ЗМІ, яка, як зазначають науковці, є для привернення уваги читачів, сугестії, формування думки, розвитку соціальних мереж, Інтернет-спілкування, особистісної характеристика автора за його текстами тощо [92]. Сентимент-аналіз є обчислювальним методом, котрий застосовується з метою виявлення, вилучення кількісної оцінки емоцій, думок і ставлень, виражених у текстових даних. Суть сентимент-аналізу полягає у його спроможності аналізувати великі обсяги неструктурованих текстових даних й автоматично класифікувати основні настрої, як нейтральні, негативні чи позитивні. Як правило, сентимент-аналіз передбачає застосування алгоритмів машинного навчання, методів обробки природної мови (NLP) і лінгвістичних особливостей для аналізу і класифікації настроїв у текстових даних. Такі алгоритми застосовуються для великих за обсягами анотованих даних задля виявлення закономірностей у мові і вираженні почуттів.

Шляхом сентимент-аналізу були встановлені основні настрої, які виражені в текстових даних і, які засвідчують емоційно-експресивну поведінку суспільства споживачів, громадську думку, наміри тощо.

Отже, поліфонічність, тематична відкритість, культурна орієнтованість мас-медійних текстів зумовлюють необхідність використання цілого комплексу методів задля їхнього дослідження.

2.2. Генезис поняття «сентимент-аналіз»

Актуальність технології сентимент-аналізу, також відомого у вигляді автоматичного аналізу тональності тексту, в сьогоденному світі зростає. Така технологія дозволяє обробляти великі обсяги текстів, які використовуються у багатьох сферах. Сентимент-аналіз може застосовуватися задля відстеження громадської думки, виявлення емоційного насильства, здійснення маркетингових кампаній, прогнозування думок на базі аналізованих текстів, оцінки новинних подій.

Ідея щодо аналізу суспільної думки виникає у часи Другої світової війни, а вперше схарактеризували алгоритм та його застосування А. Л. Кнутсон та Р. Стангер [182]. Аналіз останніх публікацій показує суттєве зростання інтересу до розв'язку задачі сентимент-аналізу як прикладної галузі ОПМ. З 2004 року публікується понад 7000 наукових робіт, головною метою котрих є розроблення ефективних підходів до дослідження суб'єктивного бачення й сприйняття людьми певної проблемної події, теми, інформації. [171]. Спеціалісти у галузі комп'ютерних наук та лінгвісти займаються аналізом тональності, й із кожним роком кількість статей на тему вилучення думок не зменшується. Існуючі підходи не змінюються, проте, зазнають змін та розвиваються.

У цілому, наукові дослідження, які мають відношення до даного дослідження, можливо розділити на наступні напрямки:

1) джерела, у котрих розглядаються теоретико-методичні засади сентимент-аналізу, в тому числі такі як проблеми і недоліки в методах сентимент-аналізу; сутність сентимент-аналізу; методика сентимент-аналізу тощо;

2) джерела, які характеризують комунікативні тактики та стратегії; типи тональності в статтях електронних англomовних видань; сентимент-аналіз фейкових новин; лексико-стилістичні особливості англomовних текстів тощо;

3) джерела ілюстративного матеріалу задля sentiment-аналізу інформаційних повідомлень, що стосуються війни в Україні в англomовних засобах масової інформації.

Всі нові ідеї в аналізі тональності можливо поділити на дві групи: зміни, які пов'язані з використанням нових алгоритмів машинного навчання, та зміни, які стосуються запровадження нових лінгвістичних теорій та створення нових лінгвістичних ресурсів [191]. Безперечно, друга група нас більше цікавить, проте, не можна оминати й зміну в арсеналі методів машинного навчання, які використовуються в сфері аналізу тональності.

Наукові праці із sentiment-аналізу можливо поділити за методами здійснення аналізу даних і способами попередньої обробки останніх. У працях Y. Huang [164], T. Hasan [164], M. Kraus [173] B. Lui [139], F. Poesche [193], R. P. Schumaker [195], B. Liu [138] висвітлюються підходи до sentiment-аналізу із застосуванням НМ різної архітектури та різних наборів даних. А в працях Y. L. Miao і T. Chen обґрунтовано доцільність та висвітлено використання додаткового CRF шару для двонаправленої нейронної мережі із довгою короткотривалою пам'яттю [144; 181].

Стаття «Аналіз настроїв та пошук думок» Бінга Лю виступає фундаментальною роботою у галузі sentiment-аналізу. Ця праця надає всесторонній огляд теоретичних основ, методологій і застосувань sentiment-аналізу й опублікована у рамках серії Synthesis Lectures on Human Language Technologies. Автором обговорюються різні типи аналізу думок, включно із аналізом думок на рівні документів, аспектів та речень, до того ж узагальнення і візуалізацію думок. В праці досліджуються різні методи, які застосовуються у sentiment-аналізі, такі як методи на основі лексики, машинне навчання. Всесторонньо проаналізовано проблеми й обмеження sentiment-аналізу, скажімо, складності роботи з іронією і сарказмом, суб'єктивності мови та відсутності контексту. Це є особливо цінним для дослідників та практиків, котрі мають знати про потенційні «пастки» sentiment-аналізу й про те, як долати їх [139].

Українські вчені описують здійснення сентимент-аналізу через застосування різноманітних методів: О. Д. Барановська [6], Х. Ю. Гірак [117], Т. Б. Кондратьєва [53], О. Немеш [71], Н. І. Дарчук [30], А. Романюк [71], М. І. Хом'як [112], Н. Б. Шаховська [117], К. Ялова [125] й інші. У їхніх працях описується актуальність здійснення сентимент-аналізу, представляються результати автоматичного розпізнавання тональності текстової інформації, описуються розроблені програмні застосунки, котрі застосовуються задля проведення моделювання. Так, у роботі О. Д. Барановської «Дієслівна інвентаризація і параметризація емотивної лексики в сучасній англійській мові» поєднано методи сентимент-аналізу та асоціативні експерименти. Авторка приділяє значну увагу категорії оцінки та оцінним семам дієслів й приходить до висновку, що одним із основних засобів емоційності є синонімія, як прояв симетричного дуалізму мовного знака. Емоційний фон тексту проаналізовано як результат взаємодії дієслів, з'ясовано їхні смислові перетини. Дослідниця зазначає, що дієслова в англійській мові виявляють схильність до експресії через зв'язок свого денотативного значення із ситуативністю тексту.

В дослідженнях наголошено, що застосування корпусних методологій, корпусних баз даних, сентимент-лексиконів дозволяє більш широко проаналізувати експресивний потенціал лексичних одиниць, оскільки обробка даних здійснюється з огляду на їхню полісемію, синонімію тощо. Дослідниця на основі машинного опрацювання тексту виокремлює зв'язок дієслів з емоцією та їхню семантичну наближеність, віддаленість у синонімічному ряді [6, с. 56-57]. Схожу позицію представлено у працях Т. В. Парасюк, у якій кваліфіковано дієслово як вербальний виразник емоційного стану [78]

У розвідці Т. Б. Кондратьєва й І. М. Шуляк «Інтенційний потенціал і тональність англійськомовних новинних заголовків про Україну в контексті медіалінгвістики». У проаналізованій праці автори приходять до висновку, що аналіз емоційності тексту необхідно здійснювати у сукупності з лінгвістичним аналізом, оскільки машинне опрацювання не завжди є в змозі виявити відтінки емоцій, скажімо, іронію чи сарказм. Тональність заголовку новин формує

авторська інтенція, його особистісні емоції, що виникають на основі певного мотиву та скеровані на експресивний вплив думок, відчуттів читача. [53, с. 166].

Зараз арсенал методів машинного навчання суттєво розширився та й надалі продовжує розширюватися. Якщо років п'ять тому найбільш часто можливо було зустріти роботи, у котрих основним був метод опорних векторів (Support Vector Machine), один із найбільш точних лінійних класифікаторів, то на сьогодні все частіше використовуються різноманітні нейронні мережі: мережі прямого розповсюдження, згорткові і рекурентні мережі. Цьому сприяв розвиток даної галузі, який став причиною появи великих бібліотек із нейромережами, таких як Keras чи TensorFlow, обидві вийшли в 2015 році. До того ж використовуються інші методи комп'ютерного аналізу тексту, в тому числі тематичне моделювання. Необхідно відзначити, що нові лінгвістичні підходи мають більш різноманітний характер [170].

До типових ресурсів можливо віднести корпуси і тональні лексикони, звичайно, створені для різного матеріалу. Розмітка корпусу для аналізу тональності є нетиповою, оскільки для різних одиниць повинна бути вказана тональність, таким чином, як правило, необхідною є ручна розмітка, однак, у деяких випадках вдається автоматизувати даний процес.

До іншого вагомого лінгвістичного ресурсу для аналізу тональності зараховують тональний лексикон. Тональний лексикон містить тональні одиниці мови, які мають мітку полярності оцінки. Разом з тим до створення тональних лексиконів використовують різні підходи, нерідко вони збираються автоматично. Виокремлюють декілька підходів до створення тонального лексикону: ручний, заснований на корпусі текстів та такий, що заснований на словнику.

Тональні словники можливо поділити на три види:

- 1) ті, які містять лише слова;
- 2) ті, які містять слова та полярність оцінки;
- 3) ті, які містять слова, полярність та рівень оцінки [133]. Для англійської мови представлено декілька тональних лексиконів: the Harvard inquirer, NTU та LIWC.

Аналіз тональності як напрям комп'ютерної лінгвістики бере свій початок в останній декаді ХХ ст., й на сьогодні є одним із видів автоматичного аналізу природної мови, який розвивається найбільш активно. Аналіз тональності відноситься до групи прикладних чи комп'ютерних завдань. Метою даного аналізу є автоматичне виокремлення у тексті тонального компонента висловлювання, що містить автора думки, котрого, як правило, називають суб'єктом чи джерелом, об'єкт, стосовно котрого висловлена думка, й тональність, яка представляє з себе полярність оцінки [75, с. 8].

Починаючи з 2003 року почали використовувати термін аналіз тональності (англ. *sentiment analysis*). Однією із перших робіт, в котрій можна було побачити даний термін, була праця Т. Насукави та Дж. Йі [186], в якій досліджували витяг думок стосовно заданого предмета. Того ж року вийшла праця К. Дейва, С. Лоуренса та Д. М. Пеннока [145], у котрій авторами йшлося щодо «добування думок» (англ. *opinion mining*) із відгуків про товари. Однак роботи із аналізу тональності і видобування думок розпочалися за кілька років до того, як було встановлено вказані терміни, раніше відповідний аналіз був пов'язаний із поняттям семантичної орієнтації й аналізом суб'єктивності.

Однією із перших праць із аналізу тональності можливо вважати роботу Дж. Вібі щодо виявлення точки зору персонажів художньої літератури. Метою зазначеної роботи була автоматична класифікація фрагментів текстів на об'єктивні і на фрагменти, у котрих виражені емоції чи думка одного із персонажів художнього твору [207]. Згодом об'єктом дослідницького інтересу стала семантична орієнтація прикметників [161; 206]

Аналіз тональності активно почав розвиватися після появи великих сайтів із кінорецензіями і відгуками, це пов'язано із особливістю необхідного мовного матеріалу для аналізу тональності. В роботі Дж. Вібі [207] дослідження здійснювали на художніх творах, проте, автоматичний аналіз текстів такого роду не складав інтересу для широкої аудиторії. Із розвитком мережі Інтернет, появою нових користувачів та сайтів почали генеруватися великі обсяги текстових даних, які містять оцінку, та, через це, з'явилась потреба в їхньому опрацюванні.

Необхідно відзначити, що аналіз тональності використовується у тих випадках, коли ручне опрацювання текстів людиною є неможливим, що виникає у зв'язку із великим обсягом даних. Людина спроможна прочитати кілька текстів та визначити у них оцінку й тональність, водночас як програма за той же час обробить тисячі текстів, хоч і з меншою точністю.

Сам термін «тональність» не повною мірою відповідає поняттям «думка» та «оцінка». Раніше було прийнято виділяти об'єктивні й суб'єктивні фрагменти тексту, проте, завжди існувало застереження щодо нерівнозначності тональності і суб'єктивності. Термін «тональність» трансформувався, підлаштовуючись під новий матеріал, котрий ставав об'єктом дослідження, все далі відходячи від терміну «суб'єктивність». До класичного завдання аналізу тональності можливо віднести аналіз кінорецензій та відгуків на товари, перші великі дослідження та експерименти здійснювались на цьому матеріалі. До того ж рецензія та відгук як жанр розуміють наявність думки автора стосовно продукту, таким чином й тональність у кожному із них буде представлена. Кінорецензії у вигляді матеріалу для аналізу тональності не мають великої практичної цінності, проте, вони послужили відправною точкою для розвитку систем аналізу тональності і продемонстрували їхні потенційні можливості.

Розвиток мережі мікроблогів Twitter спричинив появу великої кількості праць із аналізу тональності даного матеріалу. В комп'ютерних науках та комп'ютерній лінгвістиці проводиться багато змагань у різних галузях, які дозволяють дослідницьким групам вищих навчальних закладів, наукових лабораторій та комерційних компаній презентувати власне розв'язання окремих прикладних задач. Twitter виявився надзвичайно вдалим джерелом для здійснення аналізу тональності, оскільки розширив потенційні теми текстів. У Twitter існують як, власне, відгуки, так й матеріали, в яких висловлюється думка стосовно різних персон, об'єктів або подій, що розширило можливості використання аналізу тональності, для виявлення думки користувачів щодо політиків із можливістю моніторингу зміни тональності на регулярній основі.

Схожий проєкт реалізує Sentdex.com, де збирають велику кількість даних щодо виділених тем (система охорони здоров'я, війна тощо) й щодо окремих людей, на постійній основі довантажуються нові дані й можливо подивитись, як із часом змінювалася тональність. Зазначений сайт застосовує не тільки дані Twitter, але і публікації на різних новинних порталах.

Новинні статті як матеріал для аналізу тональності вирізняються серед інших, оскільки тональність в них є дуже далекою від повсякденного розуміння терміну «думка». Новинні статі у широкому розумінні кваліфікуємо як жанр сучасної медіакомунікації, у більш вузькому значенні – це повідомлення на актуальну тему, які спрямовані на привернення уваги та інтересу реципієнта. Новинні тексти покликані активізувати певну емоцію у реципієнтів, а відтак їхньою особливістю є поєднання інформативної та експресивної функцій. В новинних статтях тональність скоріше визначається як дія, яка здійснює негативний або позитивний вплив на деякий об'єкт, суб'єктом вважається агент дії, об'єктом – експериментатор. Як було раніше зазначено, метою аналізу тональності є виділення у тексті тональних компонентів, проте, це може здійснюватись на різних рівнях. Під рівнем аналізу тональності мається на увазі одиниця, із котрої виділяється одна думка. Можливо виокремити рівень документа, речення, аспектів, сутностей та подій. Вибір рівня аналізу прямо пов'язаний із матеріалом дослідження та із поставленим завданням [191, с. 6].

Під рівнем документа мають на увазі аналіз всього тексту, виділення у ньому одного суб'єкта (як правило збігається із автором), одного об'єкта та, найважливіше, однієї тональності. Якісний аналіз на цьому рівні є можливим за відносно невеликого обсягу тексту, як, у твітів, чи в процесі аналізу текстів з сильно вираженою тональністю, як у рецензій чи відгуків. Систем, які працюють на такому рівні багато, й в основі вони мають різні підходи.

Аналізом на рівні речень передбачається поділ вихідного тексту на речення та аналіз кожного із них окремо. Після чого можливо уявити загальну тональність для усього тексту, використавши правила. Необхідно відзначити, що на цьому рівні аналіз не такий популярний, із доступних систем він є у пакеті Vader

Sentiment в бібліотеці Natural Language Tool Kit для мови програмування Python [42].

Аналіз на рівні аспектів дає більше інформації щодо ставлення користувачів не до об'єкта в цілому, а до «аспектів» останнього – окремих компонентів об'єкта, котрі можуть мати власну тональність. Виділення тональності щодо аспектів, а не об'єкта в цілому, виступає затребуваним завданням в інтелектуальному аналізі даних, так як у тексті може бути виражена позитивна тональність щодо одного аспекту, проте, негативна щодо іншого, й для деяких завдань це виступає вагомим чинником. Аналіз тональності на такому рівні ускладнюється потребою в складанні списку аспектів та подальшого співвіднесення знайденої тональності і виділених аспектів. Складання списку часто виконується фахівцями вручну, а задля подальшого аналізу кожному аспекту можуть приписати список термінів, котрі у тексті можуть бути репрезентацією аспекту [140, с.5].

Аналіз на рівні сутностей є більш складним підходом. Для початку необхідно окреслити, що мається на увазі під сутністю. Зазвичай, сутністю виступають так звані іменовані сутності (Named Entities) – слова та словосполучення, які мають строго визначеного референта. Прикладами іменованих сутностей виступають локації, люди, засоби масової інформації, геополітичні організації тощо. Виникнення аналізу тональності на рівні сутностей можливо пов'язати як із розвитком та доступністю систем виділення іменованих сутностей, так і з поверненням інтересу науковців до текстів новинних статей, в котрих якраз подібний аналіз може дати значну кількість інформації. На цьому рівні аналіз виявився одним із найбільш складних, доступних систем досі немає. Складність окреслюється потребою у виділенні сутностей, подальшого встановлення тональних стосунків між ними із окресленням полярності оцінки. Аналіз тональності на рівні сутностей володіє суттєвою відмінністю від інших рівнів: автор тексту не завжди буде суб'єктом всіх тональностей, до того ж сутності у тексті теж можуть бути суб'єктами думки [140, с. 5].

У вигляді окремого рівня виділяється рівень подій, хоч у дійсності від аналізу тональності на рівні сутностей він мало чим відрізняється. Крім того,

«подія» може бути видом іменованої сутності, таким чином, і процес виділення тональності на цьому рівні майже не відрізняється від вище поданого.

Зазначається, що розвиток сучасних технологій дозволяє аналізувати та класифікувати тексти за представленим в них емоційним станом — гніву, смутку, радості, з огляду на статистичну особливість лексем, синтаксичних конструкцій й інших граматичних ознак.

Традиція вивчення вербального прояву емоцій являє собою лінгвістичну емотіологію, котра виступає досить сформованою традицією у лінгвістиці й впродовж останніх років набула істотного поширення та розвитку у зв'язку із суттєвим зростанням текстового матеріалу завдяки популяризації Інтернету й соціальних мереж. Отже, сентимент-аналіз зорієнтований на вичленування емоційно-забарвлених ідей, думок автора, мовця, з'ясування емоційного наповнення тексту.

У наш час збільшився інтерес до можливостей сентимент-аналізу зі сторони комерційних організацій, що застосовують дану технологію з метою вивчення громадської думки, що стосується власних послуг і товарів. До основних типів класифікаторів текстових даних відносяться двочастинні і тричастинні класифікатори. Двочастинні класифікатори дають можливість поділити тексти на негативно-оцінні і позитивно-оцінні (інколи на тексти, які мають суб'єктивну чи об'єктивну модальність), а тричастинні дозволяють виділити три типи текстів: нейтральні, негативно-оцінні й позитивно-оцінні. Фокусування розробників на виявленні наявності оцінки, а не власне емоції, відзначено авторами у вигляді недоліку сучасних систем сентимент-аналізу [141].

Нейрофізіологом Г. Левхеймом було виділено вісім емоцій, котрі знаходяться в залежності від поєднання рівня трьох мономінів – серотоніну, дофаміну та норадреналіну у крові суб'єкта емоції. Перша номінація у класі віддзеркалює найменш виражений ступінь емоції, а друга – найвищий. Класифікатор було розроблено на базі технології машинного навчання із педагогом. Як колекцію текстів було взято художній текст, розбитий вручну на 1500 фрагментів, що надалі були класифіковані волонтерами за дев'ятьма

вказаними вище категоріями. Далі на базі методу «мішка слів» та методу лінгвістичної експертної оцінки було встановлено дискримінантні риси кожного із класів та побудовано статистичну модель ймовірності належності тексту до того або іншого класу [177, с. 342-343.]

Однак виникає ряд дискусійних питань щодо проблеми виокремлення емоцій. З-поміж питань лінгвістичного характеру – труднощі визначення суб'єкта емоції-критерію (внаслідок того, що в основі вибірки знаходиться художній текст, суб'єктом емоції можливо вважати і автора, і персонажа, і реципієнта тексту) та асиметрія між емоціями, котрі висловлюють, й емоціями, котрі переживають. З-поміж технічних моментів авторами виділяється вибір надфразової єдності як рівня аналізу, оскільки одного речення може виявитися недостатньо задля визначення емоції, до того ж існують проблеми поліфонічності емоцій внаслідок великої кількості розрядів лексичних одиниць, які виражають емоцію. Передбачається, що адекватність прийнятих теоретичних рішень буде надалі перевірена на практиці [164, с. 306].

Автоматизоване опрацювання текстового матеріалу надає дослідникам значні можливості задля здійснення кількісного та якісного аналізу емоційності читацьких коментарів.

У наш час існують два провідні методи автоматичного визначення тональності тексту: статистичний (на базі заздалегідь розмічених за тональністю текстів) та ґрунтований на застосуванні заздалегідь створених тональних словників – семантичних тезаурусів негативних чи позитивних виразів та слів [3, с. 230].

Популярна на сьогодні категоріальна шкала, найбільш часто є бінарною та оперує негативною і позитивною тональностями, котрі у деяких роботах доповнюються нейтральною і змішаною. Застосування бінарної шкали вимагає попередньої фільтрації нейтральних думок та об'єктивних суджень, що складає додаткові незручності для користувача. Кількісна шкала, яка застосовується разом із категоріальною, не лише встановлює наявність сентименту, але й окреслює його інтенсивність за певною шкалою. Водночас сфера використання багатовимірних

шкал, які враховують різні емоційні відтінки, є досить обмеженою та специфічною [192].

До іншого істотного недоліку наявних шкал тональності відноситься те, що вони враховують тільки загальні оцінки, в той час як частотні і порівняльні оцінки, які віддзеркалюють причини появи емоційного ставлення автора, залишаються неврахованими.

Шкала тональності думок оперує як абсолютними, так і порівняльними оцінками, що дозволить зробити системи сентимент-аналізу затребуваними в масового користувача. В такій шкалі розділяються загальна оцінка (Negative – негативна, Positive – позитивна), що віддзеркалює лише оцінне значення, й частотна оцінка (Deficiency – негативна, Appreciation – позитивна), що дозволяє провести аналіз, що саме подобається чи не подобається користувачу. Виділено додаткові категорії тональності, котрі свідчать про бажання і потреби користувачів (Desire, Wish). До того ж відзначено, що в одному і тому ж реченні можуть міститися різні типи оцінок думок [192].

В наш час кількість опублікованої наукової літератури є настільки великою, що навіть у вузькоспеціалізованих галузях спеціалістам необхідні місяці роботи, аби зібрати потрібні для роботи дані. Обробка природної мови (Natural Language Processing – NLP) дає можливість автоматизувати процес обробки великого обсягу текстової інформації при мінімальній участі людини. Аналіз тональності, використаний в цьому дослідженні, має на увазі виокремлення у тексті окремих проявів тональності завдяки заздалегідь підготовленому набору текстів, у котрих тональність вже визначено і оцінено.

Таким чином, метою аналізу тональності на рівні сутності чи аспекту є виявлення оцінки висловленої щодо певного об'єкта. Такий рівень найточніший з поміж усіх інших, але і найбільш складний.

2.3. Сентимент-аналіз як метод опрацювання медіатексту

Зростаюча популярність в запиті на новини у соціальних мережах зумовила важливість дослідження емоційного забарвлення цих повідомлень. Найбільшої ефективності для вирішення цього завдання можна досягнути саме завдяки машинному аналізу. Одним із таких є аналіз тональності тексту або сентимент-аналіз, що дозволяє визначити емоційне забарвлення повідомлення, в широкому спектрі: позитивне, негативне, нейтральне. Саме цей метод у рамках комп'ютерної лінгвістики активно розвивається протягом останнього десятиріччя, оскільки дозволяє ефективно дослідити емоційну оцінку тексту.

На вербальному вияві емоцій зосереджується наука під назвою лінгвістична емотіологія. Питанням класифікації, специфіки емоцій, їхнього вербального вираження присвячені праці Г. М. Кузенко [56], Ж. Краснобаєвої-Чорної [55], Л. І. Мацько [63], Є. Ю. Чайковської [114], Ю. Ю. Шамаєвої [116], С. Montag [182], W. James [168], К. Oatley [188] та інших науковців. Протягом останніх років вона стає популярною серед інших лінгвістичних наук внаслідок значного росту текстового матеріалу, що використовується у мережі Інтернет та у соціальних мережах.

Серед основних завдань аналізу тональності тексту виділяють: класифікацію текстів на основі емоційної оцінки, ідентифікацію суб'єктивності / об'єктивності повідомлення, визначення полярності тексту, створення словника тональності тощо.

З огляду на тональний аналіз вважається, що текстова інформація в мережі Інтернет поділяється на два типи: факти та особисті думки. Факти не становлять інтересу для сентимент-аналізу, а от особисте ставлення та оцінка, яку автор надає тексту, становлять поле дослідження для проведення аналізу тональності тексту. Особисті думки поділяються на два основні види: просто думки, думки-порівняння [135, с. 294]. Ставлення автора до об'єкта обговорення може бути виражене прямо чи опосередковано. Однак в обох випадках думки, за допомогою яких автор висловлює своє ставлення до об'єкта мовлення, зазвичай

мають певне забарвлення – негативне чи позитивне. Може бути, що думки автора не матимуть емоційного забарвлення, тоді вважається, що в тексті нейтральна тональність.

Думки-порівняння можна поділити на декілька категорій: порівняння аспектів об'єкта на користь одного з них, прирівнювання аспектів різних об'єктів, перевага одного об'єкта над іншими.

Аналіз емоційного забарвлення тексту передбачає вичленування емоційно забарвленої лексики, настроїв, виражених в тексті. За допомогою сентимент-аналізу можна визначити емоційно забарвлені слова в тексті та та емоційну оцінку, якою наділені об'єкти в тексті [202, с. 326].

Емоційна оцінка, виражена в тексті, називається тональністю чи сентиментом (від англ. *sentiment* – «ставлення», «особиста думка»). Оцінка, виражена на рівні лексеми чи комунікативного фрагменту, називається лексичною тональністю.

Визначення того, чи має повідомлення позитивне чи негативне забарвлення називається полярністю настрою. Проте позитивне чи негативне забарвлення має далеко не кожне повідомлення у соцмережах. Так, А. Д. Нікольська приходить до висновку, що емоційне забарвлення є властивістю суб'єктивних та емоційних повідомлень. Однак одне повідомлення може мати як елементи позитивної оцінки, так і негативної оцінки. Дослідниця доводить це судження, зафіксувавши водночас за одним повідомленням «дратівливе», «веселе», «емоційне», «надокучливе», «привабливе», «бридке» емоційне забарвлення. [72, с. 186.], що може бути предметом спантеличення для науковців. Саме за перевагою тих чи інших елементів можна визначити загальну тональність повідомлення або ставлення автора до конкретних подій, осіб чи явищ.

Емоційне забарвлення повідомлення визначається за лексичною тональністю його складових одиниць і правил їхнього сполучення. Так, наприклад, слова «*nice*», «*great*», «*fine*» позначають позитивне ставлення. У свою чергу «*bad*», «*terrible*», «*sad*» передають негативний сентимент [17, с. 78-81].

Проте машинний аналіз лексики має ряд проблем. О. С. Таран приходить до висновку, що такий аналіз з труднощами зможе розпізнати іронію чи сарказм; не може врахувати соціокультурний чи історичний контекст [3, с. 233].

Тональність тексту визначається трьома складовими: суб'єктом тональності, тональною оцінкою та об'єктом тональності. Суб'єкт тональності – автор тексту, об'єкт – особа чи предмет, про який йдеться в тексті. Тональна оцінка може бути представлена у різних видах: бінарна (позитивна / негативна), тернарна (позитивна / нейтральна / негативна) чи ранжована (вкрай негативна, негативна, нейтральна, позитивна, вкрай позитивна) [174, с. 76].

Існують різні підходи проведення аналізу тональності тексту, але, перш за все, потрібно визначити, чи є він суб'єктивним, чи ні, тобто, чи подає він лише факти, чи виражає якусь оцінку. Есулі та Себастьяні (2006) наступним кроком у сентимент-аналізі називають визначення полярності тексту, тобто аналіз того, яку валентність, а саме позитивну чи негативну несе текст. І, врешті, останнім кроком є визначення сили полярності, тобто визначення, чи є вона вкрай негативна, негативна, нейтральна, позитивна чи вкрай позитивна [133].

Методи аналізу тональності не зазнали значних змін під час розвитку цього напрямку. Як правило в аналізі тональності виокремлюють підходи:

1) заснований на правилах, в основі має набір правил, написаних експертом-лінгвістом; підхід доволі трудомісткий, та успішність використання знаходиться в залежності від багатьох факторів, у тому числі матеріалу аналізу;

2) заснований на словниках, для виявлення тональності застосовує різні тональні лексикони; підхід можливо назвати одним із найбільш простих, адже він зводиться до виявлення тональних одиниць в тексті за наявності лексикону, і подальшого підрахунку останніх;

3) заснований на машинному навчанні, є найбільш широко поширеним в аналізі тональності; навчання є підрозділом штучного інтелекту, який досліджує методи побудови алгоритмів, спроможних до узагальнення та навчання. За традицією, у машинному навчанні виділяють задачі навчання із педагогом, навчання без педагога та регресії, проте, в аналізі тональності широко

застосовують лише перший тип алгоритмів. Це пов'язано із особливостями регресії і незастосовністю результатів регресійного аналізу з метою виявлення думок (використовується тільки логістична регресія, котра в дійсності виступає лінійним класифікатором). Навчання без педагога використовується рідко, оскільки кластеризація, іншими словами, об'єднання документів у кластери на основі метрик відстані між ними, для аналізу тональності нечасто дає гарні результати;

4) гібридний, дає можливість одночасно застосовувати декілька підходів, до прикладу, машинне навчання може одержувати як ознаки не слова, а кількість одиниць, які входять до тональних лексиконів [139].

Перераховані методи вважаються стандартними для інтелектуального аналізу тексту, за машинного навчання аналіз тональності зводиться до звичайної класифікації.

Під час використання методу, що ґрунтується на машинному навчанні, застосовують навчальні та тестові набори даних для визначення семантичної оцінки тексту. У свою чергу, при проведенні сентимент-аналізу на основі лексичних даних використовують словник полярності, який містить значення сентименту окремих слів, за допомогою чого можна визначити полярність всього тексту [143, с. 16].

Обидва методи мають свої переваги та недоліки. З одного боку, метод машинного навчання має «здатність адаптувати та створювати моделі аналізу для конкретних цілей і контекстів», але цей метод не завжди ефективний через невелику доступність проаналізованих даних, особливо, даних з різних сфер, наприклад, політики чи бізнесу. З іншого боку, метод на основі аналізу лексики має більшу ефективність, оскільки містить більшу базу слів. Таким чином, словники полярності покладені в основу більшості алгоритмів сентимент-аналізу, серед таких словники Jockers (2017), Liu et al. (2005) та Tausczik and Pennebaker's (2010).

Аналіз тональності тексту – процес, що складається з декількох етапів. К. М. Ялова, К. М. Яшина й Т. О. Говоруценко визначають такі етапи під час

проведення сентимент-аналізу засобами нейронної мережі: 1) фіксація вихідних даних; 2) попередня обробка даних; 3) розробка архітектури НМ; 4) навчання і тестування НМ; 5) оцінка результатів [125, с. 32].

Можемо резюмувати, що на етапі попередньої обробки програма виконує ряд завдань, серед яких видалення чисел, посилань на інтернет-сторінки, власних імен, звертань тощо. На першому етапі аналізу тональності текст розкладають на речення, а речення на окремі слова. На другому етапі виконується морфологічний аналіз слів, лематизація та визначення частин мови. Далі знайдені слова співставляють з їхніми відповідниками у словнику тональності і визначають їхнє емоційне забарвлення. У словнику тональності кожне слово має свою тональну оцінку. Якщо слова немає у словнику, його тональність визначають, як нейтральну. На останньому етапі визначається загальна тональність речення, на основі слів, які є його компонентами. Для розрахунку загальної тональності речення використовується метод, заснований на теоретико-графових моделях

Згідно з цим методом, необхідно припускати, що не всі слова у повідомленні рівнозначні. Деякі з них мають більше значення, а відтак більшою мірою визначають тональність тексту. Для визначення остаточного результату необхідно вирахувати значення позитивної і негативної оцінок. Щоб обчислити оцінку позитивного сентименту в тексті, потрібно знайти сумарну тональність всіх позитивних компонентів речення. Негативна складова тексту визначається аналогічно. Для отримання сумарної оцінки тональності цілісного тексту потрібно вирахувати співвідношення цих складових за формулою:

де S^* – тональна оцінка речення;

$S = [S_1, S_2, S_3, S_4, S_5]$ – тональна оцінка слова;

S_1, S_2 – негативна складова тональної оцінки слова;

S_4, S_5 – позитивна складова тональної оцінки слова;

N – кількість слів у реченні [142, с. 273].

Значення S^* порівнюється з деяким значенням T , яке обчислюється експериментально. Текст, в якому значення S^* близьке до значення T , буде

вважатися нейтральним, якщо значення S більше за T – позитивним, менше значення T – негативним.

Існують різні лінгвістичні підходи до визначення аналізу тональності тексту, серед них [142, с. 274-276]:

1. Лексичний підхід ґрунтується на пошуку емотивної лексики у вже наявному словнику тональності з використанням граматики розуміння природної мови. Варто зазначити, що тональні словники використовують і в інших підходах, однак, саме у лексичному підході, вони використовуються для визначення валентності тональних слів, на основі яких розраховується загальна тональність тексту.

2. Підхід ймовірності, має в основі теорію, що набір слів, якому притаманна певна тональність в одному тексті, матиме таку ж тональність і в інших текстах. Цей метод керується основами машинного навчання, визначаючи тональність через попередньо визначені експертами набори виразів.

3. Аспектний (інтелектуальний) підхід, що базується на аналізі думок та вилученні аспектів сутності об'єкта тональності, які характеризують його і відповідно можуть свідчити про тональність. Цей підхід не потребує завчасно визначеної вибірки, при цьому тональність може визначатись, як за допомогою тональних словників, так і статистичних методів. Цей підхід використовується для визначення сумарної тональності тексту.

4. Гібридний підхід, що використовує різні типи вищезазначених підходів для визначення емоційного забарвлення тексту [175].

Були розроблені й різноманітні методи щодо типологізації тональності, основні з них такі: методи, що проводяться за допомогою правил та словників; машинне навчання з вчителем та без; метод, в основі якого теоретико-графові моделі.

Метод, заснований на правилах та словниках, ґрунтується на пошуку емотивної лексики в тексті та визначенні її тональності згідно з даними у словників тональності, а також за правилами лінгвістичного аналізу, зокрема, з'єднання емотивної лексики. Знайдена емотивна лексика у тексті сукупно

оцінюється за шкалою, що містить кількість негативної та позитивної лексики. За даним методом аналіз тексту проводиться у такому порядку: виділення емотивної лексики в тексті, визначення тональності слів за словником, обчислення загальної тональності всього тексту через підсумовування значення тональностей кожного окремого фрагменту. Цей процес доволі трудомісткий, оскільки вимагає багато зусиль для складання словника тональності. Деякі підходи дають змогу автоматизувати процес формування словників для певної сфери (наприклад, політична тематика або тематика мобільних пристроїв).

У наш час часто користується метод навчання з вчителем. За цим методом спочатку навчається машинний класифікатор на текстах, що були заздалегідь підготовлені, а потім застосовують цю модель під час аналізу інших документів. Цей метод працює за таким алгоритмом: спочатку готується колекція документів, на основі яких навчається машинний класифікатор, далі документ розкладається у аспекти з певними ознаками, за якими його буде досліджувати класифікатор; зазначається відповідний тип тону для кожного документа; після проведення вибору алгоритму класифікації і методу навчання класифікатора, отриману модель використовують для визначення тональності інших текстів.

Метод машинного навчання без вчителя ґрунтується на думці, що є терміни, які мають найбільшу вагу у тексті і визначають його тональність. Потрібно знайти ці терміни та провести сентимент-аналіз з ними, щоб дійти до висновку про тональність цілого тексту.

Згідно з методом теоретико-графових моделей, не всі лексеми в тексті є рівнозначними. Якісь з них можуть мати більшу вагу, ніж інші і формують загальну тональність тексту. За цим методом аналіз тональності тексту включає такі пункти: побудова графа на основі досліджуваного тексту; ранжування його вершин; класифікація знайдених слів; обчислення результату. При цьому визначається тональність слів, що мають більше значення у тексті за словником. З'ясування позитивної складової тексту вимагає обчислення тональності всіх позитивних термінів тексту. Значення негативної складової тексту знаходиться аналогічним способом. Для підрахунку оцінки тональності всього тексту,

обчислюється співвідношення позитивних і негативних складових, де T – підсумкова оцінка тональності; P – оцінка позитивної складової тексту; N – негативна складова тексту.

Тональність тексту, в якому значення T близьке до одиниці, буде вважатися нейтральною, якщо значення трохи перевищує 1 — позитивною. У разі сильного перевищення 1, сильно позитивним. У зворотному значенні тональність вважається негативною або сильно негативною при приближенні до 0 [174, с. 67].

В основному, тональність тексту визначають як позитивну чи негативну. Проте існують різні шкали оцінки сентимент-аналізу повідомлення, серед них: аналіз тональності тексту за багатогранною шкалою, аналіз тональності тексту за суб'єктивністю чи об'єктивністю інформації, аналіз тональності за властивістю функції чи аспекту.

Шкала, за якою тональність тексту визначають виключно як позитивну чи негативну, називається бінарною. Про неї йдеться у роботах Лі та Панга, які досліджували тональність відгуків про товари чи фільми відповідно. Однак, як стверджують науковці, одним з недоліків цієї шкали є те, що тональність тексту не завжди є однозначною, оскільки текст може мати ознаки як позитивної, так і негативної тональності Панг запропонував класифікацію тональності тексту за багатогранною шкалою. Вони досліджували тональність відгуків на фільми за 3 чи 4-бальною шкалою [189].

Існує також метод визначення тональності повідомлення за суб'єктивністю чи об'єктивністю інформації. За цим методом текст аналізу відносять до суб'єктивного чи об'єктивного відповідно. Однак це завдання може бути навіть важчим, ніж класифікація полярності, оскільки суб'єктивність слів може залежати від контексту та навіть об'єктивний текст може містити суб'єктивні вислови, наприклад, стаття новин, в якій цитується ставлення відомої людини до чогось. Крім того, рамки визначення об'єктивності теж можуть бути суб'єктивними [140, с. 40].

Більш детальне дослідження проводиться при аналізі тексту на основі функції чи аспекту [142]. У рамках цього методу визначається тональність

виражених думок, стосовно не всього об'єкта в цілому, а лише певної його властивості. Цей метод часто використовується приватними компаніями для оцінки їхнього продукту. Наприклад, за цим методом може бути проведений аналіз коментарів покупців про функцію нічної зйомки чи камери мобільного пристрою. При цьому, у рамках цього методу, виділяють такі типи досліджень: ідентифікація аспектів, аналіз тональності відносно аспектів, резюмування думок за тематичними категоріями.

Всі люди більшою чи меншою мірою керуються емоціями. На основі отриманих емоцій ми формуємо свою думку. У час швидкого та доступного обміну інформацією, кожен з нас може публічно висловити свою думку з, практично, будь-якого питання і стати онлайн-експертом. Ця думка не завжди може бути професійною чи об'єктивною, але вона впливає на читачів. Тим більше, якщо вони самі не знайомі з якоюсь темою і не сформували критичного ставлення.

Тональність складається з таких елементів:

e – об'єкт про аспект a , якого автор h виразив думку у момент часу t . Об'єктом може бути подія, людина, явище, продукт, організація або тема обговорення;

a – властивість об'єкта, по відношенню до якого була виражена думка автора h ;

s – тональність думки автора h по відношенню до об'єкта;

h – автор думки (суб'єкт);

t – час, коли думку було виражено [139, с. 30].

Вважається, що офіційні ЗМІ об'єктивні та не повинні містити сентиментів. Проте для привернення уваги читачів, щоб вплинути на їхню думку, автори медіа матеріалів нерідко вдаються до апеляції до їхніх емоцій. Крім того, у світі сучасних інформаційних технологій, люди отримують новини не лише з офіційних медіа джерел, а й з різноманітних пабліків. Сентимент у інформаційних повідомленнях виражається через емоційну-оцінну лексику.

Аналіз тональності тексту включає в себе декілька завдань, а саме, емоційне забарвлення, полярність тексту та вилучення аспектів з тексту.

Не кожен текст має емоційне забарвлення чи містить суб'єктивну оцінку. Тексти можуть мати лише об'єктивні дані чи обмежуватись фактами. В інформаційному просторі прийнято вважати, що тексти повинні бути об'єктивні та фактологічні для того, щоб читач на основі прочитаної інформації сам сформулював своє ставлення до описаних подій. Проте в умовах війни, часто за подачею інформації про певні події, автор приховано висловлює свою суб'єктивну оцінку до них і таким чином маніпулює свідомістю читачів, формуючи їхнє ставлення до висвітленої теми. Якби всі інформаційні тексти були суто об'єктивними, при проведенні сентимент-аналізу, вони мали б нейтральну тональність. Проте як було виявлено у нашому дослідженні, тональність текстів у газетному дискурсі не завжди нейтральна.

Для проведення сентимент-аналізу спершу потрібно виявити, чи містить текст емоційне забарвлення. Якщо текст має емоційне забарвлення, то аналіз тональності допоможе визначити його тональність: негативну, позитивну чи нейтральну. Тональність повідомлення можна визначити на декількох рівнях.

1. *На рівні всього тексту.* На цьому рівні завдяки сентимент-аналізу можна визначити загальну полярність повідомлення. Також такий тип визначення полярності тексту називається «класифікація полярності настроїв на рівні документа. В одному документі можуть міститись різні оціночні судження, з позитивною, негативною чи нейтральною тональністю. Проте кожен документ має одну сутність з єдиною ціллю. За допомогою методу сентимент-аналізу можна визначити домінантні оцінки та, завдяки їхньому співвідношенню, вивести загальну полярність.

2. *На рівні речення.* Аналіз тональності можна також проводити на рівні окремих речень. Спершу проводиться дослідження, чи має речення взагалі якесь забарвлення, оцінку, чи просто передає фактологічну інформацію. Якщо речення містить оціночні судження, виокремлюються слова на їхнє позначення та проводиться їхній аналіз за шкалою полярності. Зважаючи на значення сентимент оціночних слів, визначається полярність речення загалом.

3. *На рівні сутності чи аспекту.* На цьому рівні аналіз не обмежується лінгвістичними конструкціями, а залучає саму думку, висловлену у повідомленні. Проте на цьому рівні важливо виокремити об'єкт аналізу. У реченні *The people desperately fought while the authorities remained actionless*, висловлення щодо об'єкта *people* має позитивну тональність, а щодо об'єкта *the authorities* — негативну.

Існує декілька типів дослідницьких джерел, котрі можуть бути застосовані як ілюстративний матеріал для сентимент-аналізу інформаційних повідомлень, що стосуються війни в Україні в англійськомовних засобах масової інформації. Продемонструємо кілька виокремлених прикладів: 1) опитування громадської думки можуть стати кількісним джерелом даних для аналізу настроїв. Дослідники можуть збирати дані із опитувань, які пов'язані з війною в Україні, та застосовувати їх для аналізу суспільних настроїв у часі; 2) пости у соціальних мережах – платформи соціальних мереж, такі як Facebook та Twitter, можуть надати багато даних для аналізу настроїв. Науковці можуть збирати твіти, пости і коментарі, які пов'язані з війною в Україні, та застосовувати їх з метою аналізу суспільних настроїв; 3) урядові звіти і політичні документи можуть надати унікальний погляд на війну в нашій країні і настрої, пов'язані із нею. Такі джерела можуть дати уявлення щодо офіційної позиції урядів та міжнародних організацій, до того ж щодо наративів і дискурсів, які застосовуються для фреймування конфлікту; 4) наукові журнали можуть слугувати джерелом наукових досліджень із аналізу настроїв і суміжних тем. Такі джерела можуть надати теоретичні і методологічні засади для здійснення аналізу настроїв, до того ж емпіричні дослідження, котрі можуть бути корисними для дослідницького процесу; 5) інтерв'ю з експертами можуть надати цінну інформацію щодо настроїв, пов'язаних із війною в нашій державі. Експерти цієї галузі можуть надати детальний аналіз різних чинників, які здійснюють вплив на суспільні настрої, до того ж щодо викликів і можливостей здійснення аналізу настроїв; 6) новинні статті можуть виступати багатим джерелом даних для аналізу настроїв. Вони можуть бути

зібрані із новинних інтернет-видань й архівів та можуть охоплювати широкий спектр тем, які пов'язані з війною в нашій країні.

Отже, комбінація цих джерел дослідження може бути застосована задля усестороннього сентимент-аналізу інформаційного супроводу війни в Україні в англomовному дискурсі. Спираючись на вказаний ряд джерел, дослідники можуть провести нюансований та детальний аналіз різних факторів, які здійснюють вплив на суспільні настрої, до того ж викликів та можливостей проведення сентимент-аналізу в певному контексті.

2.4 Особливості та специфіка проведення сентимент-аналізу

Аналіз тональності, як і будь-який вид аналізу природної мови, наділений рядом складних проблем. Однією із найбільш суперечливих проблем є виділення імпліцитної оцінки. Поділ думки на імпліцитну й експліцитну є типовим для інтерпретації й дослідження текстів, проте, раніше імпліцитну оцінку не розглядали у вигляді об'єкта дослідження у зв'язку із складною реалізацією сентимент-аналізу.

Експліцитна оцінка у тексті виражена окремим тональним висловлюванням, словосполученням або словом, яке явно виражає тональність, це робить її доступною для автоматичного аналізу. Імпліцитна тональність є очевидною для людини, проте, її складно формалізувати під час автоматичного опрацювання. Виділення сарказму й іронії виступає проблемою не лише аналізу тональності, але і багатьох інших систем обробки природної мови. Системи опрацювання тексту оперують словоформами та графемами, й лише частково їх можливо навчити уловлювати сенс іронічних висловлювань [133, с. 347].

Проблемою аналізу тональності можливо назвати й монотематичність окремих систем. У процесі розроблення підсумкового продукту або навчають програму на вибірці текстів певної тематики, або враховують характеристики текстів у ході написання алгоритму.

З-поміж імовірних причин, які стають на заваді високому рівню достовірності результатів автоматизованого аналізу, визначаємо такі:

- 1) синтаксичні особливості тексту;
- 2) проблеми референції і кореференції, які сприяють появі потенційних неточностей в оцінці;
- 3) монотематичність системи (програмування на аналіз тільки у певній тематичній сфері й, таким чином, врахування лексики, притаманної тільки її текстам), тональність може визначатися предметною галуззю тексту;
- 4) наявність імпліцитної оцінки, котра повноцінно сприймається людиною, однак, представляє труднощі для системи;
- 5) застосування сарказму та іронії, так як система оперує тільки словоформами і графемами;
- 6) багатозначність, пов'язана із різною тональністю одного слова – одна і та сама характеристика може мати різну емоційну оцінку для різних об'єктів.

З-поміж ймовірних причин відзначають розмовний стиль мови, притаманний багатьом текстам інтернет-простору, котрий містить друкарські помилки, специфічну стилістику та пунктуацію, сленг тощо, що викликає складнощі в процесі роботи автоматичної системи аналізу тональності [144].

До того ж виникають такі проблеми у ході проведення сентимент-аналізу як кількість та якість даних. Точність моделей сентимент-аналізу знаходиться в залежності від якості даних, котрі застосовуються задля їхнього навчання. Якщо дані є упередженими, нерепрезентативними чи неповними, то результати сентимент-аналізу можуть бути неточними чи викривленими.

Проблеми із якістю даних можуть з'являтися із декількох причин, до прикладу:

- 1) упередженість даних може з'явитись, якщо процес їхнього збору не є репрезентативним чи якщо дані віддзеркалюють певну перспективу або точку зору; упередження може здійснити вплив на точність результатів аналізу, оскільки вони можуть неточно відображати настрої загалом;

2) неузгодженість даних теж може здійснити вплив на результати сентимент-аналізу; до прикладу, якщо дані містять різні варіанти написання чи синоніми слова, модель сентимент-аналізу може не розпізнати їх як однакові та видавати суперечливі результати;

3) дані можуть містити нерелевантну інформацію чи шум, котрий може здійснити вплив на точність аналізу настроїв; такий шум може бути у вигляді неправильно написаних слів, сленгу чи абревіатур соціальних мереж, котрі складно інтерпретувати [133, с. 350].

Кількість даних є ще одним вагомим фактором у сентимент-аналізі. Що більше даних, то ліпшими будуть результати сентимент-аналізу. Можемо дійти висновку, що кількість даних, потрібних для точного сентимент-аналізу, залежить від кількох факторів, скажімо, складність мови та різноманітність думок, виражених в даних [148, с. 182].

Таким чином, кількість та якість даних виступають двома вагомими проблемами під час сентимент-аналізу. Дослідниками мають враховуватись ці питання під час збору і підготовки даних для сентимент-аналізу. Вони мають впевнитись, що дані будуть репрезентативними, якісними і неупередженими, до того ж застосовувати відповідні методи вибірки, якщо дані є обмеженими.

Відсутність контексту виступає ще однією поширеною проблемою під час сентимент-аналізу. Моделі сентимент-аналізу застосовують статистичні алгоритми для аналізу тексту та класифікації його як нейтрального, негативного чи позитивного. Проте такий підхід може спричинити неточні результати сентимент-аналізу, якщо вирвати з контексту текст.

Моделі сентимент-аналізу можуть мати труднощі з визначенням настрою тексту без достатнього контексту. Скажімо, пости у соціальних мережах нерідко містять скорочений текст, до прикладу, смайлики й абревіатури, котрі може бути складно інтерпретувати без розуміння контексту. До того ж як відзначає О. С. Таран, мовні нюанси, історичний, політичний фон, культурні відмінності можуть здійснювати вплив на результати сентимент-аналізу [3, с. 232].

До одного із рішень проблеми відсутності контексту відноситься включення контексту до моделі sentiment-аналізу. Це можливо зробити, застосовуючи методи обробки природної мови, до прикладу, як семантичний аналіз та розпізнавання об'єктів, аби зрозуміти значення тексту та його зв'язок із іншими текстами у тому ж документі чи розмові. Включення контексту до моделі sentiment-аналізу дає змогу збільшити точність результатів sentiment-аналізу.

Іншим рішенням є застосування людських анотаторів для надання контексту моделі sentiment-аналізу. Вони можуть надати додаткову інформацію щодо тексту, до прикладу, щодо намірів автора й культурного та соціального контексту тексту [131, с. 16]. Це може допомогти моделі sentiment-аналізу ліпше зрозуміти зміст тексту та підвищити точність результатів sentiment-аналізу.

Таким чином, відсутність контексту постає серйозною проблемою під час sentiment-аналізу. Включаючи контекст до моделі sentiment-аналізу чи застосовуючи анотаторів задля надання контексту, дослідники можуть збільшити точність результатів sentiment-аналізу та приймати на їхній основі більш обґрунтовані рішення.

Хоча sentiment-аналіз вважається одним з найефективніших методів визначення емоційної оцінки наданої автором у тексті, цей метод має ряд недоліків. Перш за все, основною проблемою визначення тональності тексту є те, що саме завдання є суб'єктивним, якщо виконується дослідником вручну, адже люди з різними поглядами по іншому оцінюють один і той же поданий матеріал. До того ж думки можуть відрізнятись: хтось віднесе текст до позитивної тональності, а хтось до негативної.

Ще однією складністю є те, що методи sentiment-аналізу в одній мові можуть не підходити для визначення тональності тексту в іншій. Наприклад, методи sentiment-аналізу, які розробили для аналізу англійських текстів, можуть бути неефективними для аналізу українських джерел.

Іншою глобальною проблемою при визначенні тональності є те, що тексти у природній мові не є структурованими об'єктами, що ускладнює їхній аналіз. Більше того, в текстах з суб'єктивною оцінкою використовується багато слів з

непрямим значенням, що виражені через такі засоби, як іронія, сарказм, гіперболізація, а також скорочення, сленг, діалектизми тощо, які машинний аналіз може не розпізнати.

Більше того, залежно від предмета, про який йдеться, одне й те саме слово може мати різну тональність. Так, наприклад, у реченнях *I'm learning Dutch* та *My host family treated me with Dutch generosity* одне і те саме слово «*Dutch*» може мати різну тональність: якщо у першому випадку вона нейтральна, то у другому негативна.

Чимало проблем виникає при визначенні тональності тексту. Перш за все, визначення тональності залежить від предмету чи явища, якому дають оцінку. Так, наприклад, *huge* у поєднанні з *progress* матиме позитивну тональність, а у поєднанні з *crisis* – негативну.

Існує ряд лінгвістичних засобів, як заперечення, наприклад, які можуть сильно вплинути на тональність висловлення.

Крім того, значення тональності залежить від того, хто проводить сентимент-аналіз. Наприклад, фраза *the ex-president is expected to fail to win the elections* має негативну тональність для президента, проте, позитивну для його опонентів.

Незважаючи на загальний успіх використання сентимент-аналізу, дослідники акцентують на невідповідності між результатами автоматизованого й експертного аналізу. Передбачається, що така невідповідність спричинена нездатністю програмного інтерфейсу виявити підтекст читацьких коментарів, виражений великою кількістю сарказму й іронії [3]. Автоматичний аналіз тональності тексту є досить об'єктивний та дієвий метод, котрий можливо із успіхом використовувати не лише у галузі соціологічних, але і лінгвістичних досліджень.

Об'єкт сентимент-аналізу має певну кількість характеристик. Кожна з цих характеристик представлена набором певних слів чи виразів. У свою чергу текст, який складається з набору цих характеристик, має певну тональність, що вираховується через валентність всіх характеристик об'єкта. Вивчаючи

сентимент-аналіз, необхідно брати до уваги два важливі аспекти: 1) етапи й особливості його здійснення; 2) опрацювання лексики під час сентимент-аналізу.

I. Під час проведення сентимент-аналізу виокремлюють такі етапи:

1. Виділення об'єктів у тексті та їхній розподіл. Необхідно також розбити об'єкти на класи;
2. Виокремлення характеристик об'єктів та їхня класифікація. На цьому етапі у тексті виділяють емоційно забарвлені слова та розбивають їх на класи, залежно від їхньої сутності;
3. Необхідно вилучити авторів думок та провести їхню класифікацію;
4. Забрати часові рамки. Якщо у тексті згадані якісь часові періоди, потрібно їх вилучити та стандартизувати формати, у яких може бути згаданий час;
5. Визначення емоційного забарвлення окремих характеристик. На цьому етапі, можна визначити чи є певна характеристика об'єкта нейтральною, позитивною чи негативною;
6. На основі валентності окремих характеристик визначається загальна валентність тексту.

Люди керуються емоціями, які у них викликає навколишній світ та об'єкти в ньому. На основі емоцій вони формують свої оцінні судження щодо кожного об'єкта. Так кожне слово має певну оцінку на аксіологічній шкалі. Вперше проблема оцінних суджень була піднята ще Аристотелем. У сучасній лінгвістиці оцінність вважається складовою та обов'язковою частиною семантичної структури слова. Також вважається, що оцінні та стилістичні характеристики слова взаємопов'язані, хоча не є ідентичними [87, с. 46]. Проте оцінні характеристики не можуть позначати один стиль, оскільки у кожному стилі є як нейтральні, так і оцінно марковані одиниці. Більше того, існує велика кількість стилістично позначених, проте, оцінно нейтральних слів. Ми вважаємо, що стилістична позначеність слова повинна розглядатись окремо від оцінної характеристики. Стилiстична маркованість мовних одиниць не слугує позначенням ознак комунікантів, на відміну від оцінної чи емоційної маркованості, а лише виконує комунікативну функцію слова. Таким чином, стиль

не є мовленнєвою ознакою слова та не визначає його парадигматичні характеристики. Однак стилістична маркованість слова є невід'ємною частиною його семантики та позначається у словнику.

Натомість стилістично забарвлена лексика має різні ступені естетичної цінності. Нейтральні слова знаходяться у центрі трирівневої структури, а стилістично марковані слова розміщуються зверху та знизу. Стилiстично марковані слова виявляють різницю між фамiльярним та високим стилем. [102, с. 2].

До складу категорії оцінки входять суб'єкт оцінки, об'єкт оцінки, оцінний предикат, шкала оцінювання, аспект оцінки та її підстава [75, с. 8].

Виділяють такі види оцінок: 1) позитивна / негативна / нейтральна; 2) загальна / приватна; 3) об'єктивна / суб'єктивна; 4) емоційна / раціональна / емоційно-раціональна 5) абсолютна / порівняльна [56]

Поняття емотивності, експресивності та оцінності часто ототожнюють. Всі ці три категорії дійсно мають спільні ознаки, серед них: антрополінгвістичний характер, що проявляється у висловленні ставлення мовця до дійсності; семантичність, оскільки передають більшу кількість інформації, ніж нейтральні одиниці; одна локалізація у семантичній структурі слова, як правило, у конотативному макрокомпоненті; фонетична, морфологічна, семантична та структурна вмотивованість. Крім того, спільною ознакою категорій емотивності, експресивності та оцінності є те, що вони є рушійною силою мови завдяки сприянню створення нових засобів, які необхідні для висловлення думок та почуттів [88]. Отже, зазначені ознаки, які поділяють всі три категорії, означають те, що ці поняття співвідносні, як у плані змісту, так і у плані вираження. При тому, цих ознак не достатньо, щоб вважати їх синонімічними.

Для того, щоб розмежувати поняття емотивності, експресивності та оцінності, варто зазначити також їхні диференційні ознаки. Поняття оцінності виникає з логічних категорій цінності та оцінки. Цінність включає в себе як зовнішні чинники (події, вчинки, предмети), так і результат розумової роботи (ідеї, висловлювання). Натомість під оцінкою розуміють оцінне судження суб'єкта

про предмет [за А. Прокойченко, 88, с. 249-250]. Оцінка визначається двома факторами: об'єктивними нормами, що існують у суспільстві та суб'єктивними, що полягають в уявленні суб'єкта про ознаки предмету. На основі порівняння суб'єктивного сприйняття та об'єктивних норм суб'єкт здійснює оцінку предмета. Суб'єктивність оцінних слів визначається залежністю номінацій від суб'єктивної норми оцінки [44]. Оцінність вважається раціональним актом, що проявляється через логіку та інтелект і фіксується у семантичній структурі слова у вигляді спеціалізованих семантичних компонентів. Крім того, оцінність також часто супроводжується емоційною складовою, що передає почуття та переживання по відношенню до предмета оцінювання. Загалом виділяють три види оцінного значення: раціональне, емоційне та емоційно-раціональне [85].

Раціональне оцінне значення ґрунтується на логічних судженнях про об'єктивні характеристики предмету. На думку Г. І. Приходько, раціональна оцінка, з когнітивної точки зору – це думка мовця про позитивну чи негативну цінність об'єкта оцінки в цілому або якої-небудь його властивості, заснованої на загальних знаннях, встановлених нормах ціннісної картини світу та життєвої філософії, що склалися у певному мовному колективі [87, с. 45]. У свою чергу емоційне оцінне значення визначається певним ставленням мовця до об'єкта і позначається спектром «схвалення / несхвалення», що має іллокутивну силу. Таким чином, емоційне оцінне значення має в основі емоції, що викликані певними почуттями, і надаються об'єкту оцінки через уяву суб'єкта [86].

За Г. І. Приходько, в основі емоційно-раціонального оцінного значення лежить позначуване (денотат). Це значення розглядає психічний акт раціональної оцінки, описує почуття, що виникають внаслідок раціонально-оцінних суджень та переживань в органічній єдності [87, с. 45].

Щодо основних відмінностей між категоріями оцінності, емотивності та експресивності, варто зазначити наступні положення. Перш за все, всі ці категорії виконують різні функції. Категорія оцінності має аксіологічну функцію, оскільки відображає думку суб'єкта щодо цінності об'єкта мовлення. Емоційність виражає почуття людини, тому виконує афективну функцію. За допомогою експресивності

можна досягнути посилення ознаки об'єкта та сили твердження, що позначає прагматичну функцію. Іншою відмінністю між цими категоріями є присутність / відсутність адресата. Водночас емотивність та оцінність не завжди включають адресата, експресивність орієнтується на адресата, оскільки має в основі перлокутивну функцію, тобто здійснює вплив на отримувача повідомлення. Крім того, однією з основних відмінностей між категоріями оцінності, емотивності та експресивності, є різні принципи вимірів цих понять. Експресивність визначається інтенсивністю, а емотивність — оцінністю. Хоча емотивність ґрунтується на оцінності, вона не визначається лише нею, а оцінність не завжди включає емотивність.

Слова, близькі за мірою експресивності, можна віднести до однієї з двох груп: слова, що виражають позитивну оцінку до об'єкта мовлення, чи слова, що виражають негативну оцінку до об'єкта мовлення. До першої групи входять високі, зменшено пестливі, жартівливі слова, а до другої — іронічні, несхвальні, лайливі. Емоційна експресивність слів яскраво проявляється при пошуку синонімів.

Однак не всі слова мають виключно позитивну чи негативну валентність. У різних контекстах вони можуть відповідно набувати відмінних валентностей. Наприклад, у реченні *The new law is a radiant example of progress* слово *radiant* має позитивну тональність, у той час, як у реченні *This is a radiant break of the law* це саме слово матиме кардинально протилежну на спектрі валентностей значимість.

Так само деякі характеристики об'єкта можуть проявлятися не лише на лексичному, але і на синтаксичному та текстовому рівні. Ставлення автора до об'єкта мовлення може бути виражене експліцитно та імпліцитно. Зазвичай дескриптивні тексти мають експліцитний характер, а наративні — імпліцитний.

Сентимент-аналіз дозволяє визначити емоційну валентність тексту загалом і кожної мовної одиниці зокрема.

Найбільш поширеними технологіями сентимент-аналізу є двофазові та трифазові класифікатори текстових даних. Перші поділяють тексти на позитивно-оцінні та негативно-оцінні, або на тексти з об'єктивною чи суб'єктивною

модальністю. Трифазові класифікатори виділяють позитивно-оцінні, негативно-оцінні та нейтрально-оцінні і нейтральні за тональністю тексту. Рідше використовуються, так звані, ранжировані класифікатори, які поділяють текст за його оцінністю на вкрай позитивний, нейтральний, негативний та вкрай негативний [139, с. 53].

Аналіз літератури показує, що розробники класифікаторів переважно зосереджуються на проблемі з'ясування оцінки, аніж на власне емоції в тексті.

Впродовж останніх років була розроблена програма, що класифікує тексти за дев'ятьма категоріями по домінуючій у них емоції за Г. Левхеймом. Він виділив такі види емоцій: 1) інтерес / збудження, 2) задоволення / радість, 3) здивування, 4) страждання / сум, 5) страх / жах, 6) сором / приниження, 7) гидливість / відраза, 8) злість / гнів та 9) нейтральні тексти, тобто, повідомлення, у яких важко виділити якусь емоцію. Двочленні назви семи емоцій на думку Г. Левхейма відображають градаційну природу емоційних станів: перше слово відображає слабку ступінь вираження емоції, а друга – найвищий прояв цієї емоції [177]. Така програма працює на основі методу машинного навчання з учителем, який ґрунтувався на персональних даних, які представляють набір пар «об'єкт – відповідь». Завданням програми було виявити закономірності, що притаманні не лише використаній вибірці, але й загальній сукупності даних.

Отже, методика здійснення сентимент-аналізу об'єднує такі етапи: виділення об'єктів у тексті й розподіл останніх на класи; виділення характеристик об'єктів і їхня класифікація; вилучення думок авторів і здійснення класифікації останніх; визначення емоційного забарвлення окремих характеристик; визначення загальної валентності тексту.

Опрацювання лексики.

Більшість досліджень, що використовують сентимент-аналіз, сконцентровані саме на валентності прикметників. Це не дивно, оскільки саме ця частина мови часто виражає суб'єктивну оцінку. Зарубіжні дослідники Хатзівассілоглу та МакКеон (1997) були першими, хто визначав семантичну валентність слів за допомогою координаційних напрямів. Вони вивели гіпотезу,

що у фразі «excellent and X» другий прикметник буде мати позитивну валентність. Американські лінгвісти Турні та Літтман (2002, 2003) мали схожу гіпотезу, проте, вони використовували Вебмережу, як матеріал для аналізу. Вони довели, що прикметник X матиме позитивне значення, якщо він буде вжитий поряд з іншими прикметниками з такою конотацією.

Певний sentiment часто несуть у собі й інші частини мови, такі як іменники (masterpiece, disaster), дієслова (love, hate), прислівники (skilfully, poorly) та фрази з цими словами. Деякі словники, згідно з лексичним підходом до sentiment-аналізу, надають інформацію щодо валентності слова, а деякі також визначають силу цієї валентності. Віб та колеги класифікують валентність так:

Positive – strong	absolve, accolade, altruistic
Positive – weak	accept, abundance, affluent
Neutral	accentuate, alliance, alert
Negative – weak	abolish, addiction, alienated
Negative – strong	abuse, abomination, afraid [206].

Зараз також розроблені словники з точною шкалою валентності, серед таких Semantic Orientation Calculator (SO-CAL), розроблений Табоадою та іншими у 2011 році, що налічує 5000 слів валентної лексики; SentiWordNet, у якому 38,000 слів з мережі WordNet та визначене їхнє позитивне, негативне чи об'єктивне значення; Macquarie dictionary, в основі якого 76,000 слів з Тезаурусу Роже.

Незважаючи на кількість слів у словниках, все ще відкритим залишається питання, наскільки точно визначена їхня валентність у тому чи іншому словнику. Проте було доведено, що, чим більша кількість слів зібрана у словнику, тим більше їхня валентність віддалена від точності [62]. Крім того, аналіз слів у словниках тональності показує більшу частоту слів з позитивною тональністю, ніж з негативною. Це утворює ефект Поліанни, що засвідчує, що ми частіше запам'ятовуємо позитивні події, ніж негативні.

Однак, протилежною теорією слугує те, що негативний досвід має сильніший вплив на нашу психіку та поведінку. З боку машинного аналізу, слова з негативною конотацією – це слова з позитивною конотацією, яка заперечується.

Так, якщо відкинути заперечення слова *good* та *not good* будуть визначені, як позитивні. Таким чином, при розгляді включення слів до словника валентності, потрібно брати до увагу їхню силу відносно інших слів

Під час проведення сентимент-аналізу необхідно також враховувати слова, що характеризують валентні одиниці. Ці слова можуть підвищити або інтенсифікувати значення або навпаки його приглушити, їх називають модифікаторами, а саме інтенсифікаторами та понижувачами. Якщо, до прикладу, прикметник має валентність 2, то разом з інтенсифікатором його валентність складатиме вже 3, а з понижувачем відповідно 1. Водночас необхідно враховувати, що не всі модифікатори мають однакову валентну силу. Так, наприклад, такі модифікатори, як *greatly* та *rather* мають значну відмінність у валентній силі. Валентність самого слова, яке характеризують модифікатори, теж має значення. Таким чином, сила модифікаторів у словосполученнях *rather good* та *rather ok* буде різною. Табоада пропонує такі визначення валентності модифікаторам:

- Most +100%
- Really +25%
- Very +15%
- Somewhat -30%
- Arguably -20% [200, с. 328]

У подальших дослідженнях валентності виокремлено інші мовні елементи, що можуть впливати на валентність, скажімо, прислівники *even* та *barely*, що понижують початкове значення валентності слова. Наприклад, у словосполученні *barely sufficient* презентативно видно цей ефект, оскільки слово «sufficient» саме по собі має легку позитивну валентність, однак, з прислівником «barely» валентність повідомлення знижується, оскільки ми розуміємо, що очікувалось щось краще [202].

Водночас здійснення сентимент-аналізу передбачає врахування модальності дієслів. В англійській мові є три типи модальності: бюлетична, епістемічна, деонтична і динамічна. Епістемічна модальність застосовується для

вираження віри мовця у твердження. Наприклад: *This reform may improve the country's economy*. В такому типі модальності застосовуються такі модальні дієслова: *will, may, could, might, can i must*. Епістемічна модальність надає висловленню значення припущення, потенційне, спекулятивне чи підрядне значення [26, с. 70].

Деонтична модальність описує зобов'язання чи можливість: *They should continue working on the agreement*. Задля вираження даного типу модальності застосовуються такі модальні дієслова: *should, may, must i can*.

Динамічна чи бюлетна модальність застосовується для вказівки на бажання чи здатність мовця зробити певну дію. Скажімо: *The politician will try to regain trust*. Таким чином, для опису даного типу модальності застосовуються такі модальні дієслова як *will i can*.

Модальні дієслова нерідко застосовуються для опису відношення автора до висловлювання. Тип модальності не завжди легко визначити, так як одне допоміжне модальне дієслово може застосовуватися для вираження різних типів модальності. До прикладу, *can* застосовується для вираження епістемічної, деонтичної й динамічної модальностей. Таким чином, аби визначити тип модальності, необхідно зрозуміти значення речення [26, с.70].

Дієслова мають велике значення у визначенні полярності тексту. Дієслова наміру здійснюють вплив на зміну оцінки настрою повідомлення. Іntenсiональнi дієслова поділяються на такі категорії: відсутність екзистенційного значення, відсутність екстенсiональної заміни і неспецифічність. Дієслова наміру без конкретності виражають дії, котрі не є фактичними із обговорюваною властивістю. До прикладу: *The citizens peacefully embraced the city change*. У дієсловах наміру без екстенсивної заміни відбувається самостійне читання двох частин речення. В реченні: *He was searching for the best chairman of the party* називні присудки мають однакове розширення у висловлюванні [26, с.71]. Відсутність екзистенційного імпорту близька до попередньої категорії дієслів наміру. Проте вислів можливо вважати істинним, якщо деякі умови були змінені.

На кшталт, речення «The economy is riding a wave of inflation» базується на уявленні щодо того, що, можливо, щось трапиться, навіть, якщо цього не існує.

Дієслова наміру, як правило, виражаються:

- дієслова шанування і поклоніння (*honor, respect, adore, admire*);
- дієслова, які відносяться до бажань (*desire, want, hope, wish, long for*);
- дієслова очікування (*await, foresee, expect*);
- дієслова порівняння (*imitate, compare, resemble, differ*);
- дієслова зображення і створення (*make, imagine, assemble, envisage, plan*);
- «психологічні дієслова відсутності», зазначені у статті А. Торза (*require, need, omit, lack, demand*) [202];
- когнітивні дієслова (*feel, recognize, see*);
- дієслова пошуку, які супроводжуються прийменником *for* (*look for, hunt for, quest for*).

Таким чином, дієслова наміру експлікують почуття висловлювання, застосовуючи нефактичну інформацію.

Прислівники і прикметники, залежно від валентності, змінюють оцінку настрою, понижуючи чи посилюючи останню. Їх варто брати до уваги в ході здійснення аналізу настроїв для точного визначення оцінки настроїв. До того ж вагомим є відзначити, що вони мають різні рівні інтенсифікації чи зниження тону. *Extremely* і *rather*, наприклад, мають різне сентиментальне значення. Окрім того, значення приглушеного чи посиленого слова теж має велике значення для визначення оцінки настрою. Прислівники і прикметники можливо класифікувати на дві групи: ті, які посилюють та зменшують настрої іменника й усього висловлювання. Відповідно до досліджень, прислівники змінюють оцінку щонайбільше на +30 балів (що кваліфіковано високою позитивною тональністю), зважаючи на такі прислівники як *predominantly, strangely, clearly, quickly, highly* тощо [57]. Отже, корелюючи з іменниками, прислівники й прикметники змінюють тональність самого іменника, а відтак, що має наслідком зміну загальної тональності тексту загалом.

Іменник чи дієслово, котрі мають високу оцінку настрою із інтенсифікатором, отримують ще вищу тональність, та навпаки. Аналогічне правило працює для зменшення тону. Під час сентимент-аналізу іменників необхідно враховувати таку їхню ознаку як абстрактність. З'ясовано, що абстрактні іменники посилюють позитивну / негативну тональність, натомість загальні є більше виразниками нейтральної тональності.

Опрацювання висловлень, синтаксичних конструкцій.

Речення, котрі описують наслідки чи гіпотетичні ситуації і їхні наслідки, називають умовними [187]. Умовні речення складаються із двох залежних один від одного речень: умовного і наслідкового. Як правило умовне речення починається із прийменника *if*. Проте існує багато інших лексичних одиниць, котрі можливо застосовувати для вираження умов, скажімо, *unless, even if, until, as (so) long as, assuming, supposing, in case, only if*. Умовні речення показують різну значимість впливу полярності, залежно від типу умовного способу. Нульові умови не мають великого впливу на зміну полярності [26, с. 72].

Заперечення. Розрізняють морфологічні і синтаксичні засоби вираження заперечення. Заперечення виражається не лише такими словами, як *nothing, no, nobody, not, never, but none*. Інші слова із негативним настроєм – це *lack, almost, without* [141]. З точки зору зміни оцінки настрою, заперечення може перетворити його на прямо протилежну полярність. Цей процес називається запереченням перемикування, і він може статися, у випадку протиставлення *good* і *not good*. Проте важливо брати до уваги тонкощі заперечення, аби правильно визначити його вплив на зміну оцінки настрою. Як правило негативні маркери спричиняють зниження рівня настрою. Скажімо, прикметник *great* має оцінку настрою +5, а *not great* навряд чи знизить настрій до -5. Необхідно відзначити, що дуже позитивне слово не зможе отримати протилежний настрій із додаванням маркера заперечення. Почуття, протилежне *great*, скоріш за все, буде показано такими словами, як *horrible, awful*. Отже, такі невірогідні маркери, як засіб заперечення, як правило, знижують оцінку настрою позитивного слова на кілька пунктів, що називається запереченням зсуву. Відсутність маркерів заперечення може зробити

експресію позитивною, хоча і не такою мірою, як у негативній полярності [26, с. 70].

Відзначимо, що також на оцінку теми, яка обговорюється у газетах, здійснюють вплив такі лінгвістичні поняття як ірреалістичність та неправдивість. Найбільш ефективними неверифікаційними маркерами виявились умовні речення, заперечення і питальні речення. Ці лінгвістичні прийоми зміщують полярність повідомлення на протилежну. Інші мовні одиниці, такі як заперечення, модальні дієслова, прикметники і прислівники, підрядний спосіб та дієслова наміру, як правило, змінюють оцінку настрою на кілька балів, в деяких випадках, нейтралізуючи її.

Водночас у сентимент-аналізі є такі поняття як ірреалії та неправдивості. Це мовні елементи, що не впливають на валентність. Серед таких виділяють заперечення, модальні слова, дієслова інтенції (*believe, think, want, suggest*), [154]. Однак ще поки було проведено недостатньо дослідження щодо цих понять. Також, якщо розглянути інтенційне дієслово у поєднанні з модальним в одному реченні, то певний ефект на валентність неможливо заперечити: «*I thought this movie would be as good as the Grinch*». Спостерігаємо кореляцію інтенційного дієслова у формі минулого часу із модальним дієсловом *would* та конструкцією *be as good as*, що має наслідком вираження передбачення, очікування позитивних емоцій.

Вчені, що займались дослідженням мовних одиниць, котрі змінюють оцінку настрою висловлювання, встановили, що концепції нереальності і неправдивості здійснюють значний вплив на оцінювання [202].

Нереальність відноситься до виразів, котрі свідчать про те, що події, згадані у висловлюванні, не є фактичними. Неправдивість є більш ширшим поняттям, яке включає усі контексти, котрі не є правдивими, інакше кажучи, не засновані на істині або існуванні. Лінгвісти вказують на такі елементи, котрі можуть виражати неправдивість, як імперативи, заперечення, модальні дієслова, запитання, інтенціональні дієслова, протазис умовного способу, звичайний та підрядний спосіб (у мовах, котрі мають вираження підрядного способу) [154, с. 49].

Неправдивість застосовується для вираження дозволу, необхідності, можливості, обов'язку чи бажання, й вона граматично виражається за допомогою таких мовних одиниць, як прислівникові фрази (*definitely, probably, slightly*), дієслова в умовному способі, модальні дієслова (*should, might, may*), та інтенціональні дієслова (*suggest, think, want, believe*). До того ж прикметники й іменники теж можуть застосовуватися у модальній формі (*a probable cause; It remains a possibility*) [137].

До неверифікаційних маркерів вираження неправдивості зараховано такі мовні одиниці:

- Прислівники – змінюють істотно оцінку настрою (*Why russia and Ukraine are Likely Headed for an Escalation in Their War*. The National Interest, 20.07.2021);

- Дієслова наміру (інтенціональні) – незначна зміна полярності (*US aims to mediate russia-Ukraine conflict*. DW, 05.05.2021);

- Модальні дієслова – незначна зміна полярності (*Ahead of Biden-putin summit, Ukraine leader tells Americans war with russia could be tomorrow in their houses* CBS News, 15.06.2021);

- Заперечення – протилежна полярність (*Rising Tensions in Ukraine Are Not Necessarily a Prelude to Renewed «Hot War» Rusi*, 29.03.2019);

Умовність:

- умовність – невелика зміна (*The U.S. and NATO promised to protect Ukraine. If Ukraine is the aggressor, all bets are off*. The Washington Post, 14.05.2021);

1-й та 2-й рівень умовності – протилежна полярність (*Ukraine finally had a strong leader who would bite back if attacked*. Atlantic Council, 04.03.2022);

- Підрядність у реченнях – не дуже впливає на оцінку, проте, може змінити полярність (*Kremlin warns that Ukraine joining NATO would exacerbate Donbas conflict* Meduza, 07.04.2021);

- Запитання – від позитивних до нейтральних (*Rumors of War: Another russian Surprise in Ukraine?* RKK ICDS, 30.03.2021).

Акцентуємо увагу на тому, що поняття неправдивості не варто плутати із доказовістю. Відповідно до Ф. Бенамара (Benamara et al.), доказовість може бути

виражена за допомогою неправдивих значень та мати різні відтінки у рамках правдивих речень [136]. Отже, щось можна представити як правдиве, однак, водночас мовець може дистанціюватися від цього за допомогою доказових маркерів. Неправдивість може ставати на заваді точності аналізу настроїв через вираження протилежної полярності оцінного вираження (в запереченні), підстраховку (в модальних дієсловах чи дієсловах інтенціоналу), застосування складних засобів.

Різні типи невірогідних маркерів по різному чинять вплив на оцінку настроїв газетних назв стосовно війни в Україні. З точки зору психолінгвістичного відображення маркери можуть змінити полярність висловлювання. Це відображається на сприйнятті медіаповідомлення читачами. Неправдивість формує широкий простір для роздумів, адже повідомлення подається як гіпотетичне, на відміну від реальних умов. Тому сприйняттям повідомлення читачами можливо маніпулювати необхідним чином. До того ж дана маніпуляція не помітна, а доволі м'яка, що робить її потужним інструментом у війні.

Висновки до розділу 2

Сентимент-аналіз є обчислювальним методом, котрий застосовується з метою виявлення, вилучення кількісної оцінки емоцій, думок і ставлень, виражених у текстових даних. Суть сентимент-аналізу полягає у його спроможності аналізувати великі обсяги неструктурованих текстових даних й автоматично класифікувати основні настрої як нейтральні, негативні чи позитивні. Виявляючи і кількісно оцінюючи настрої, сентимент-аналіз може допомогти організаціям й компаніям приймати обґрунтовані рішення і розробляти ефективніші комунікаційні і маркетингові стратегії.

Сентимент-аналіз передбачає застосування алгоритмів машинного навчання, методів обробки природної мови (NLP) і лінгвістичних особливостей для аналізу і класифікації настроїв у текстових даних. Ці алгоритми навчаються на великих обсягах анотованих даних задля встановлення закономірностей в мові

і вираженні почуттів. Таким чином, суть сентимент-аналізу полягає в автоматичному визначенні, вилученні і кількісній оцінці основних настроїв, виражених у великих обсягах неструктурованих текстових даних.

До основних методів аналізу тональності запропоновано зараховувати: 1) гібридний; 2) заснований на машинному навчанні; 3) заснований на словниках; 4) заснований на правилах. Сентимент-аналіз слугує могутнім інструментом, котрий дає змогу автоматично визначати емоційний тон тексту. Він знаходить широке застосування у різних сферах, таких як маркетинг, аналіз соціальних мереж й аналіз відгуків клієнтів задля того, аби зрозуміти емоції, думки і ставлення людей стосовно певної послуги, продукту або бренду.

Проте здійснення сентимент-аналізу не завжди є простим завданням, й існує кілька проблем та недоліків, котрі можуть з'явитись у процесі. Основними із них є такі: 1) відсутність контексту; 2) іронія і сарказм; 3) обсяг та якість даних; 4) особиста упередженість та суб'єктивність; 5) культурні і мовні відмінності; 6) неоднозначність та контекст. З метою здійснення ефективного сентимент-аналізу, вагомим є урахування проблем і недоліків та вживання заходів для усунення останніх. Сюди відноситься застосування високоякісних даних, врахування культурних та мовних відмінностей і усвідомлення обмежень сентимент-аналізу.

Методика здійснення сентимент-аналізу передбачає такі етапи, як: 1) виділення об'єктів у тексті; 2) розподіл текстів на класи; 3) встановлення характеристик об'єктів та їхня класифікація; 4) аналіз та класифікація думок автора; 5) з'ясування емоційного забарвлення окремих характеристик; 6) встановлення загальної валентності тексту на основі сумарної тональності окремих характеристик.

Словник, який застосовується під час сентимент-аналізу, містить набір фраз та слів, котрі аналізуються та класифікуються як нейтральні, негативні чи позитивні настрої. Лексика, яка застосовується в аналізі настроїв, ділиться на такі типи слів: слова настрою, слова-інтенсифікатори й слова-модифікатори. Слова настрою несуть негативні чи позитивні смислові показники: «angry», «happy», «sad» чи «joyful». Лексика, яка застосовується в сентимент-аналізі, нерідко

супроводжується оцінками, котрі віддзеркалюють силу настрою, вираженого фразою чи словом. Їх можливо застосовувати задля обчислення загальної оцінки настрою тексту, скажімо, як рецензії чи допису у соціальних мережах. Слова-інтенсифікатори виконують функцію посилення тональності тексту, натомість слова-модифікатори зміщують тональність медіатексту з позитивної – в негативну / нейтральну та навпаки. Лексика разом із оцінками нерідко застосовується для того, аби алгоритми аналізу настроїв могли точно аналізувати та класифікувати настрої у текстових даних.

У лінгвістиці сентимент-аналіз використовується з метою обробки тексту, з'ясування його полярних настроїв, виявлення зв'язку з емоціями. Оскільки текст розглядається як система емоцій, вербалізована лексичними одиницями, застосунки сентимент-аналізу, обробляючи мовні засоби тексту, з'ясовують його емоційне навантаження.

Сентимент-аналіз у поєднанні з традиційними методами дослідження тексту може дати змогу з'ясувати такі основні аспекти та завдання: 1) встановити переважаючу тональність текстів; 2) визначити зв'язок текстів з емоціями; 3) виявити прагматичні можливості емоційних лексем; 3) з'ясувати коефіцієнта емоційності.

Отже, шляхом сентимент-аналізу можливо з'ясувати тональність тексту, що відкриває перспективи для дослідження зв'язку тексту з категоріями емоційності й оцінності.

РОЗДІЛ 3. СЕНТИМЕНТ-АНАЛІЗ МОВНО-СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ВІЙНИ В УКРАЇНІ В АНГЛОМОВНИХ МАС-МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ

3.1. Сентимент-аналіз синтаксичних та лексико-стилістичних засобів зображення війни в Україні в мас-медійних текстах англomовних ЗМІ

Будь-який текст за своїми формальними показниками є об'єднанням синтаксичних конструкцій й стилістичних засобів. Експресія, смислова та інформативна насиченість формують його внутрішню структуру. Тональність тексту взаємопов'язана з його лексичною наповненістю, оскільки емотивність лексики детермінована ситуативністю, а емотивна ситуація виявляє зв'язок із об'єктом, який має на меті викликати емоцію та суб'єктом, який повинен відчувати цю емоцію.

З огляду на синтаксис можна спостерігати таку тенденцію у побудові медіатекстів:

1) членування висловлення, це означає, що синтаксично- і семантично-зв'язний текст розділяють на певні відрізки з метою його інтонаційного та експресивного виділення;

2) нагромадження називних речень, у яких іменник виявляє взаємодію з означеннями та залежними словами [20, с. 118]. Аналізуючи особливості побудови художнього постмодерністського тексту, Н. В. Кондратенко бере до уваги текстову деструкцію, яка виявляється на його структурному й смисловому рівні й передбачає трансформацію як і формально, так і смислової структури тексту [52, с. 103].

Натомість, з огляду на особливості мови англomовних медіатекстів, можемо резюмувати, що лексичні нагромадження, тропи, граматичні, синтаксичні нетрадиційні побудови («мовні варіації») постають потужними засобами їхньої експресії й тональності, задаючи основну тему та ідею повідомлюваного. Завдяки

цим конструкціям увиразнюється тематичне тло медіатексту, тональність стає більш увиразненою, переходить з нейтральної в різко негативну чи позитивну, або ж навпаки «приглушується» завдяки нейтральним значенням ключових слів.

Під час здійснення аналізу англomовних текстів ЗМІ таких як BuzzFeed, New York Post, Washington Post, CNN, Atlantic, Breitbart, Fox, Reuters, BBC, Euronews, можливо окреслити й охарактеризувати набір синтаксичних та мовних лексико-стилістичних засобів, притаманним статтям про війну в Україні. На основі зібраного фактичного матеріалу (1000 медіатекстів) виокремлюємо такі синтаксичні особливості:

- 1) речення, яким притаманні емпатичні конструкції (21%);
- 2) речення з інверсією (9%);
- 3) речення у формі риторичних запитань (11%);
- 4) нагромадження підрядних речень або другорядних членів речення (17%);
- 5) застосування у реченнях порівняльних конструкцій (13%).

Емпатичні конструкції. У нашому дослідженні наводимо ідею про те, що емпатиза у реченні виконує прогностичну функцію, тобто за тієї умови, що контекст ще не до кінця усвідомлений реципієнтом, але саме емпатична конструкція апелює до певної емоції, є свого роду емоціогенним вказівником, маркером. Емпатичні конструкції увиразнюють смисл медіатексту, здійснюють експресивну функцію, оскільки за допомогою емпатиза автор наголошує на важливому аспекті свого повідомлення.

На першому етапі дослідження загалом було виокремлено 127 статей із емпатичними конструкціями із загальної вибірки (1000) за період з березня 2022 по серпень 2023 року. З'ясовано, що емпатиза формується: 1) шляхом переміщення другорядних членів речення на початок речення; 2) винесенням обставини часу, цифрними показниками, тобто як власне темпоральна конструкція.

Серед емпатичних конструкцій у медіатекстах про війну в Україні було виокремлено такі емоціогенні лексичні одиниці й словосполучення: *expected, with pain, scared, it was expected, with hope, having time, thinking, being asked, being*

exciting, judging, criticizing, not answering, being scared, hoping, fearless, in both cases, importantly, hardly, fatefully, with sounds of explosions, with fear but without a doubt, occupied by russia, released by the Ukrainian army, occupied by the invaders, after seeing, after another attack, in both cases, it added that, most important, without fear, according to (сумарна кількість зібраних одиниць 211).

Надалі було проведено сентимент-аналіз виокремлених емоційних конструкцій, встановлення їхньої тональності та з'ясування потенційної ролі у тексті: інтенсифікатор, сентимент, модифікатор. Для аналізу за полярністю настрою позитивний / негативний / нейтральний використано застосунок IBM Watson™: ToneAnalyzer. Колірна гама визначає емоційне забарвлення: сірий – нейтральне, зелений – позитивне забарвлення, червоний – негативне забарвлення. Машинне обчислення тональності виокремлених одиниць дало змогу зафіксувати позитивну тональність: *being exciting (+0,75), fearless (+0,74), without fear (+0,67), with hope (+0,56)*; негативну тональність *with pain (-0,74), scared (-0,56), judging (-0,53), criticizing (-0,53), fatefully (0,75)*; *with fear but without a doubt (-0,25), after another attack (-0,17)*; нейтральна тональність: *expected (0,20), it was expected (0,20), having time (0,25), thinking (0,25), being asked (0,25), not answering (0,18), hoping (0,17), in both cases (0,22), importantly (0,25), hardly (0,24), with sounds of explosions (0,18), occupied by russia (0,18), released by the Ukrainian army (0,16), occupied by the invaders (0,23), after seeing (0,25), in both cases (0,53), it added that (0,53), most important (0,58), according to (0,24)*. Отже, емоційні конструкції позитивної і негативної тональності слугують інтенсифікаторами емоційності тексту, до прикладу, текст з конструкцією *fearless (+0,74)* виявлятиме вищу позитивну тональність, оскільки ця лексична одиниця виявляє більшу експресивність у порівнянні до конструкції *without fear (+0,67)*. Порівняємо: *Fearless Ukrainians fight russian troops to take back control of Chernobyl workers' town* (BBC, 26.03.2022) – позитивна тональність становить +1; *Without fear he embarked on a journey of battle, courage and tenacity* (Skynews, 23.08.2023) – виражає нейтральну тональність тексту. Отже, можемо прийти до висновку, що

чим більшу емоційність виявляє лексема, тим більшу тональність вона спричиняє в тексті.

З'ясовано, що такі емпатичні конструкції поряд з інформативною функцією виконують й прогностичну, тобто, виносячи ці конструкції на початкову позицію, автор орієнтує реципієнта на певну емоцію, акцентує на ній, націлює на ситуативний контекст. Виходячи з власних спостережень, можемо відзначити, що емфаза у медіатексті є «відправною точкою» для розуміння подальшої його тональності, оскільки її конститuentи самі по собі асоціативно співвідносяться із конкретною емоцією. Можемо дійти висновку, що емпатичні конструкції використовуються з метою посилення емоційного тону тексту та задля надання прогностичної оцінки щодо того, до яких відчуттів може спонукати текст, слугують передвісником закодованої емоції у медіатексті й функціонують як компоненти емотивного поля медіатексту.

З'ясовано, що у медіатекстах про війну в Україні емпатичні конструкції передають такі емоційні стани:

1) відчай, страх, шок:

The sounds of explosions we could hear everywhere! (Reuters, 23.03.2023);

With fear but without a doubt we understood that the russians wouldn't stop (CNN, 14.04.2022);

Shocked we were sitting in the basement. And it was painful to imagine — we could die too (BBC, 15.03, 2022);

After seeing the destroyed house after another attack, we did not understand how to live (Skynews, 25.05.2023);

Емфази репрезентують сприйняття зовнішнього емоційного подразника через зорові, сенсорні й когнітивні, емоційні сприйняття, що вербалізуються лексемами *hear, see, fear, doubt, shocked*. Ці одиниці слугують засобами маркування емоцій суб'єкта, що пов'язані із зовнішніми подразниками, які вербалізовані лексемами: *sounds of explosions, russians wouldn't stop, die not understand* й моделюють спектр емоцій *fear, despair, disappointment*;

2) обурення, осуд, роздратування:

«In reality it did not seem like the kind of thing that a rational country would undertake», one participant in the meeting later said of the planned occupation of most of a country of 232,000 square miles and nearly 45 million people (The Washington Post 16.08.2022);

Completely unacceptable it is for the civilized world when a neighboring country starts a war (BBC, 11.03.2023);

3) сподівання, надія, впевненість:

Without a doubt and deception, we will stand by Ukraine in this war as long as it is necessary (BBC, 9. 04.2023);

With the expectation of victory, we struggle every day (CNN, 11.06.2023);

4) змішана емоційність + подання фактів:

The first in a series of articles examining the road to war and the military campaign in Ukraine, it is drawn from in-depth interviews with more than three dozen senior U.S., Ukrainian, European and NATO officials about a global crisis whose end is yet to be determined (The Washington Post 16.08.2022);

According to the intelligence, the russians would come from the north, on either side of Kyiv (The Washington Post 16.08.2022);

In both Iraq-related cases, coalition forces benefited from air supremacy, while Ukrainian aircraft cannot operate over russian lines and cannot prevent russian aircraft and helicopters from hitting their own advancing troops. And Ukraine has been given too few armored breaching systems (The Washington Post 23.08.2023).

З'ясовано, що емпатичні конструкції виконують такі завдання як авторська настанова та як зацікавлення реципієнта політичними подіями. До прикладу: *Asked by journalists whether he intended to make it «easier» for Kiev to join the Atlantic Alliance, Biden bluntly said «no», assuring them that Ukraine would have to «meet all the criteria. So we're not going to make it easy» (Euronews, 23.06.2023).* У цьому тексті емфаза слугує засобом передачі зацікавлення журналістів щодо прискореного вступу України в НАТО *asked by journalists*. Конструкцію ускладнено вставним реченням *whether he intended to make it «easier» for Kiev to join the Atlantic Alliance*. Програмне забезпечення інтерпретує текст як

нейтральний; натомість текст, що передає авторські прогнози, визначено як негативний (-2): *The longer this war continues, the more dangerous its consequences, including the possibility of a wider conflict* (UN News 17.07.2023). Застосувавши Tone Tree SentimentStrengthAnalysis, можемо простежити перевагу негативної тональності за лексемами у конотації. На рисунку візуалізації, вони утворюють емотивне дерево тексту рожевим кольором, тобто мають достатньо негативну тональність (Рис. 3.1.), зокрема це: *war, dangerous, conflict, continues*.

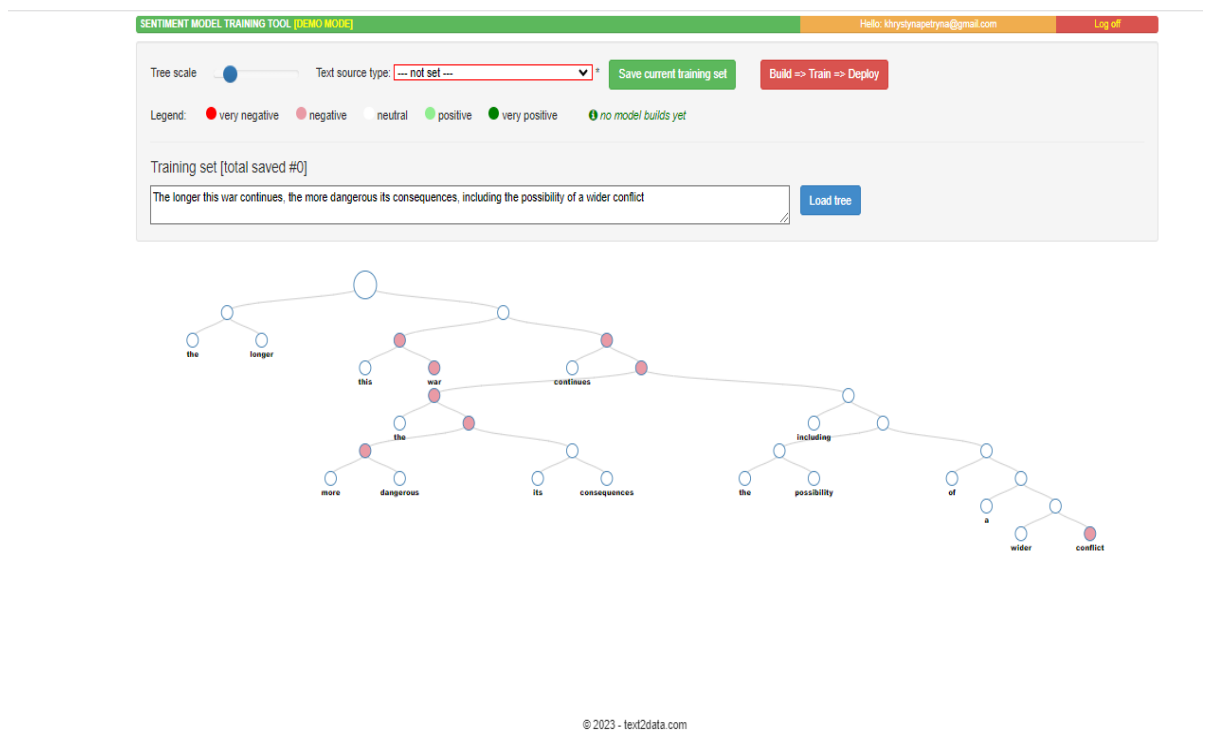


Рис. 3.1. Текст з показником негативної тональності.

Неочікуваною виявилась тональність лексеми *to continue*, оскільки словник тональності кваліфікує її як низько позитивну 1, програма Tone Checker нейтральною 0,99, навіть близькою до низько позитивної. Відтак під час аналізу цього тексту ми вирішили з'ясувати його зв'язок з емоціями, що б мало пояснити негативне забарвлення лексичної одиниці *to continue*. Надалі простежуємо зв'язок тексту з емоцією «*fear*» (0,92), як виразник людської реакції на війну. Тобто текст несе емоцію страху у поєднанні зі злістю й обуренням, ймовірно, лексема *to continue* в такому емотивному середовищі, під впливом контексту *The longer this war continues* стає виразником негативу. Усвідомлення того, що довготривала

війна може ставати ще більш небезпечною, знаходить своє вираження на рівні синтаксису у реченні умови. Власне умовність відображає застережливу настанову, що війна повинна закінчитись якомога швидше, в іншому випадку приведе до важких наслідків і конфлікту надалі. Лексеми *dangerous consequences*, *wider conflict* сприймаються реципієнтом як наслідки війни, а, отже, потенційно можуть призвести до інших трагічних подій, смертей, хвороб, руйнувань тощо. Відтак сприйняття тексту крізь семантику лексеми *dangerous*, що за English-Corpora: COCA виявляє релевантність до лексем *risky*, *perilous*, *serious*, *unsafe*, *precarious*, *treacherous*, *menacing*, *threatening*, *unhealthy*, *random*, *fatal*, *destructive*, *grave*, *grievous*, *venturesome*, *detrimental*, *harmful*, *unpleasant*, *uncertain*, *bad*, *lethal* розширюється до відчуття страху, ризику, небезпеки, нестабільності.

В іншому контексті емплазу застосовано задля вказівки на моральні цінності, ліберальну та етичну поведінку: *For the sake of the Ukrainian people and for the sake of our global community, this senseless, unjustified war must stop* (UN News 17.07.2023).

Емфатичні конструкції, як виразники темпоральності вербалізовано: *not long ago*, *a year ago*, *last month*, *February 24*, *in the summer*, *in 2022*, *this week*, *these days*, *August 24*, *past years*, *five hours*, *a few minutes*, *120 days*, *during this time*. Програмний застосунок кваліфікує лексеми як нейтральні. Отже, емплаза такого типу, оскільки її складники самі по собі виявляють нейтральний тон, не зумовлює вплив на емоційність цілого тексту. Відтак основними функціями цих конструкцій є констатування хронологічних меж та подій, надання інформації про те, коли відбулась подія, тобто спостерігаємо функцію подачі фактів.

Як підтвердження нашого судження проаналізуємо полярність тону тексту у сукупності з емплазою та без і продемонструємо її тональність за програмами SentiStrenght та Ton Checker:

On February 24, 2022, Europe wakes up to a war on its eastern flank as russia invades neighbouring Ukraine, sparking the worst conflict on the continent since World War II (Twitter, 24.02.2023). Загальну тональність тексту визначаємо як негативну (-1), програма Ton Checker вказує на негативний тон тексту у відношенні 0,86 і

пов'язує його з емоцією «*sadness*», що є наслідком відсутності позитивних моментів в житті, приємних переживань, результатом розлуки, реакції на погані новини, події, обставини тощо. Така емоційність виникає як одна із реакцій суспільства на війну. Розглянемо графічно членування речення програмою SentiStrenght на тональні висловлення: *Approximate classification rationale: On February [proper noun] 24,2022, Europe [proper noun] wakes up to a war[-3] on its eastern flank as russia [proper noun] invades[-2] neighbouring Ukraine, sparking the worst[-3] conflict on the continent since World [proper noun] War [proper noun] II [sentence: 1,-3] [result: max + and - of any sentence][overall result = -1 as pos<-neg] (English)*. Конструкцію *on February* кваліфіковано як *[proper noun]*, тобто програма не фіксує її тональність. Для достовірності результатів порівняємо отримані результати із результатами, що подані у тональному словнику NRC-Emotional-Lexikon.

На основі словникових класифікацій полярності настроїв формуємо такі аспекти тональності тексту: 1) позитивний аспект; 2) негативний; 3) нейтральний. До позитивних зараховано лексеми: *wakes up, neighbouring, continent*; до негативних: *invades, war, sparking, the worst, conflict, World War II*; до нейтральних: *Europe, eastern, flank, February*. Тональну оцінку речення позначаємо *S*, де [*S1, S2, S3, S4, S5*] – тональна оцінка слова. Так, середня тональність речення становить -2. Збільшення показника тональності речення можемо пояснити тим, що за словником тональність визначено за кожною окремою лексемою, тоді як програмний застосунок визначає тональність цілого висловлення, з огляду на контекст й зв'язок лексем з позитивними чи негативними темами.

Спробуємо розглянути тональність темпоральних конструкцій за допомогою програми IBM Watson™: *ToneAnalyzer – Tone Tree: At the 2022 Madrid Summit, Allies strengthened the CAP to provide even more support to Ukraine. At the 2023 Vilnius Summit, Allies agreed to further develop the CAP into a multi-year programme of assistance, to help rebuild the Ukrainian security and defence sector and transition Ukraine towards full interoperability with NATO (NATO, 28.07.2023)*. Через створення емпізи автор нагадує про події пов'язані із діяльністю НАТО, ЄС,

ООН, союзників України. Далі ситуативно сформовано довірливу атмосферу, автор спонукає реципієнта сподіватись, що допомога союзників забезпечить блискучий успіх України у війні; з іншого боку, окреслення їхньої діяльності створює заспокійливий ефект і надію на те, що союзники не стоятимуть осторонь у питанні допомоги Україні. З аналізу результатів випливає, що емпатична конструкція зберігає статус нейтральної, а, отже, не привносить зміни у тональність тексту, адже сам текст кваліфіковано як позитивний (Рис. 3.2) Спостерігаємо забарвлення ключових лексем у зелений колір, а, отже, тональність тексту є позитивною.

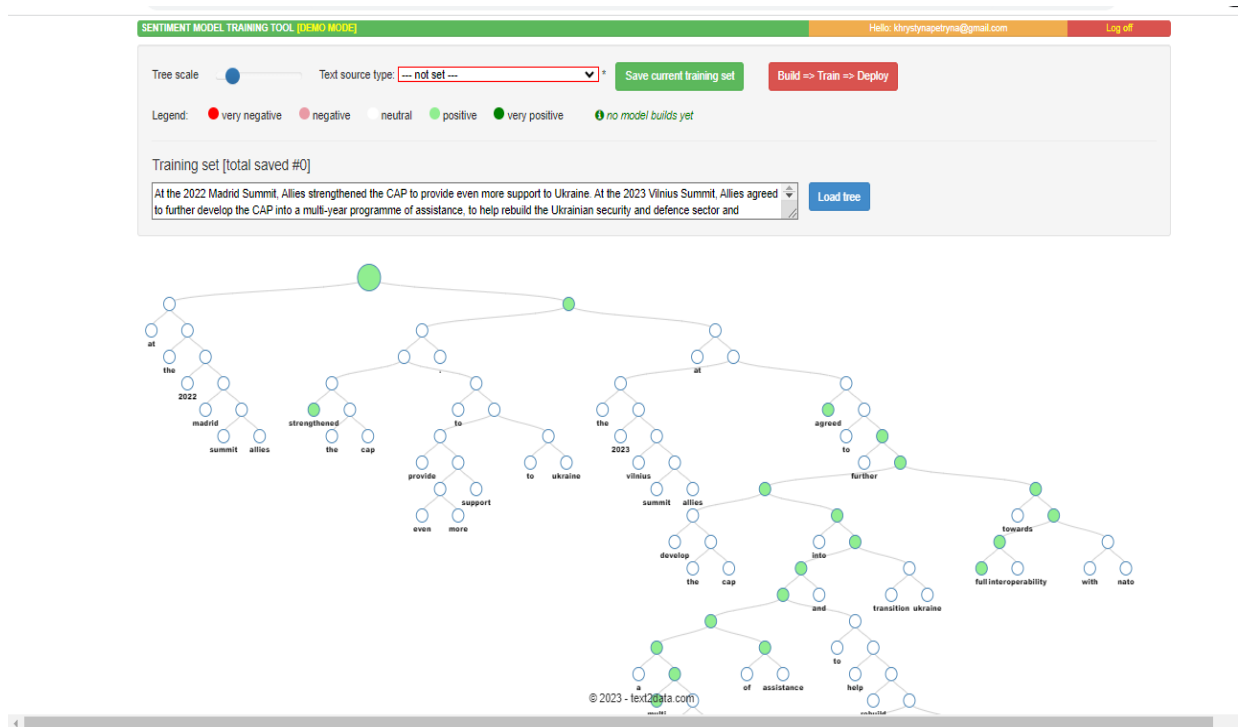


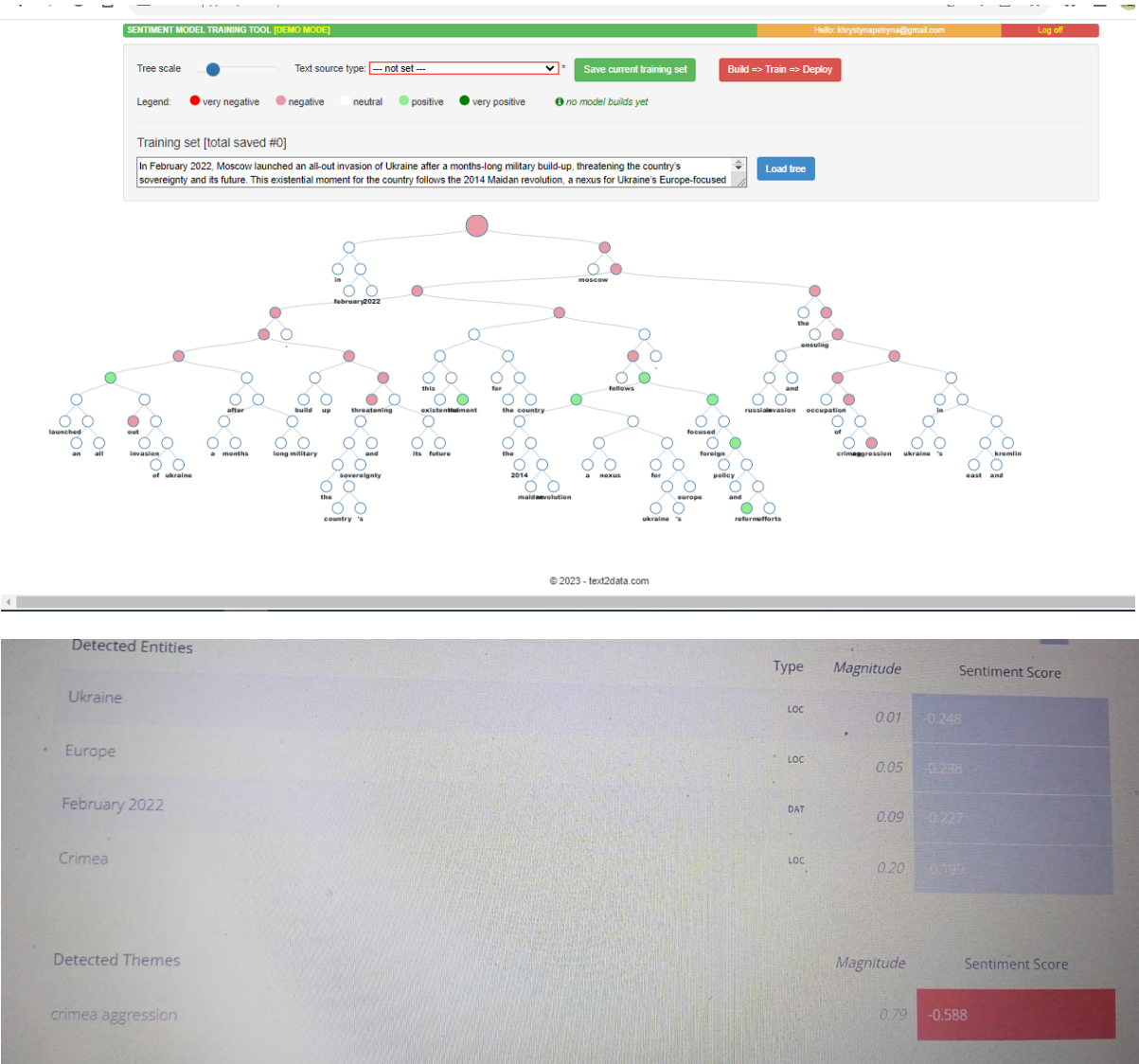
Рис. 3.2. Сентимент-аналіз тональності текстового фрагмента з темпоральним компонентом.

Проаналізуємо ще один фрагмент:

On February 2022, moscow launched an all-out invasion of Ukraine after a months-long military build-up, threatening the country's sovereignty and its future. This existential moment for the country follows the 2014 Maidan revolution, a nexus for Ukraine's Europe-focused foreign policy and reform efforts. The ensuing russian invasion and occupation of Crimea, aggression in Ukraine's east, and Kremlin

disinformation efforts, cast a shadow over Ukraine's independence (Atlantic, 22.03.2022).

Програма визначає текст як високо негативний (This document is: **negative (-0.64)**) й пов'язаний з емоцією «fear» та «resentment». Емоція «страх» виникає як реакція суспільства на вторгнення росії, «обурення» як засудження жорстоких дій росії й окупація Криму. Основними вербальними соціопсихологічними подразниками що детермінують емоції страху й осуду є лексеми *Crimea, aggression, moscow, russian occupation, ensuing, revolution* (Рис.3.3).



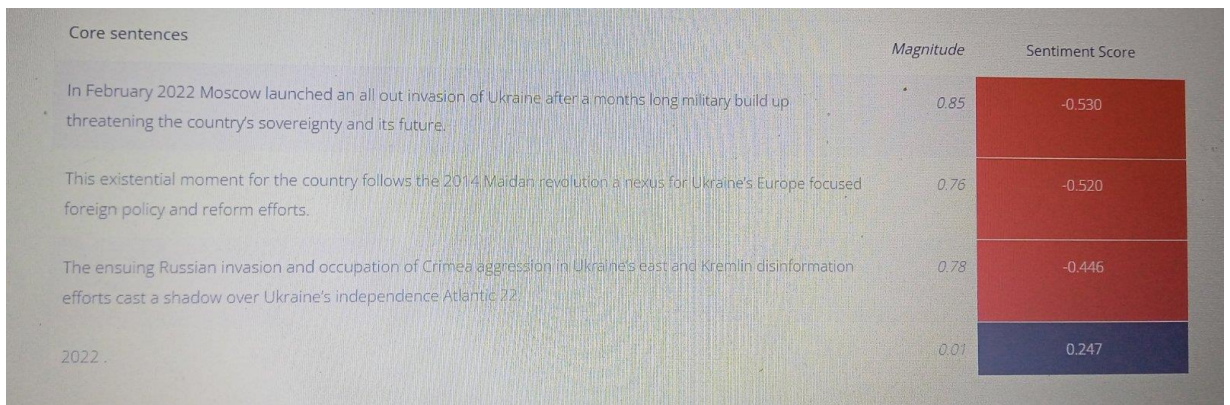


Рис. 3.3. Сентимент-аналіз тональності текстового фрагмента з показниками темпоральності.

Сентимент-аналіз засвідчує, що полярність настрою тексту коливається в емотивному діапазоні *страх – обурення*. Провідними причинами таких емоцій стають: напад на Україну, порушення суверенітету, вторгнення та окупація Криму, загроза суверенітету та майбутньому. Можемо дійти висновку, що темпоральна конструкція, виконуючи роль емпізи, слугує засобом акцентування моменту, на якому хоче наголосити автор. Емпізу створено шляхом винесення обставини часу на початок речення *on February 24, 2022*. Вочевидь, у такий спосіб, автор намагається наголосити на часових межах початку війни в Україні, вторгнення росії. Основною функцією темпоральних емпітичних конструкцій є фактуаж, подача інформації, констатування факту й не впливає на загальну тональність тексту.

Since russia's full-scale invasion in 2022, NATO and Allies have provided unprecedented levels of support (NATO, 31.07.2023);

On 1 March 2022, the UN and humanitarian partners launched coordinated Flash Appeals for a combined \$1.7 billion to urgently deliver humanitarian support to people in Ukraine and refugees in neighbouring countries (UN News 9.03.2022).

Інверсія. Під час проведення сентимент-аналізу вдалося з'ясувати, що інверсія здійснює незначний вплив на тональність медіатексту, зрушуючи його тональність в бік позитивної тільки на + 1 / -1 або ж нейтралізує її. Інверсія слугує більше засобом акцентування, інформації, подій, вчинків, ситуацій, на яких хоче

наголосити автор. До прикладу: «*Only on the third explosion did I manage to fall out of bed and try to find at least someplace to hide, because the explosions weren't ending*» (The Washington Post 24.08.2022) Програмний застосунок визначає текст як негативний -1, проте, сама інвертивна конструкція показує показник нейтральності, а, отже, не виявляє вплив на тональність тексту. Ймовірно, негативну тональність тексту зумовлено конструкціями *explosion, explosions weren't ending*, які слугують виразниками війни й показують негативну тональність -2. Однак кореляція цих лексичних одиниць із нейтральними компонентами контексту, в тому числі й з нейтральною, за своїми показниками, інверсією, має наслідком зниження негативної семантики медіатексту до -1.

Нейтральну тональність фіксуємо за медіатекстом. Нейтральність підтримується інвертивною конструкцією та її взаємодією із іншими нейтральними лексемами. Спостерігаємо, що інверсія не виявляє зв'язку з емоціями, тим самим й підтримує нейтральність висловлення (Рис. 3.4): *There will be an argument for doing exactly that, but we should be clear on the nature of the case: Namely, that even absent open war, russia will remain a generational enemy to peace in Europe and a generational threat to American interests — making policies that diminish russian wealth and power a justified form of self-defense, both for Europe's eastern borders and for the wider Pax Americana* (The New York Times, 02.05.2022).;

Overall

There will be an argument for doing exactly that

neutral 😐 [1.00]

aware 😬 [0.00]

optimistic 😊 [0.00]

By sentence

There will be an argument for doing exactly that

neutral 😐 [0.99]

aware 😬 [0.00]

optimistic 😊 [0.00]

Рис. 3.4. Демонстрація зв'язку інверсії з емоціями.

Have no illusions, President Volodymyr Zelenskyy of Ukraine has been trying to do the same thing from the start — to make Ukraine an immediate member of NATO or

get Washington to forge a bilateral security pact with Kyiv (The Washington Post 06.05.2022). Програмний застосунок обчислює інвертивну конструкцію *have no illusions* як негативну $-0,57$. На посилення негативної тональності конструкції впливає заперечення *no*. Однак, шляхом sentiment-аналізу було з'ясовано, що значного впливу на медіатекст не відбулося (Рис. 3.5.)

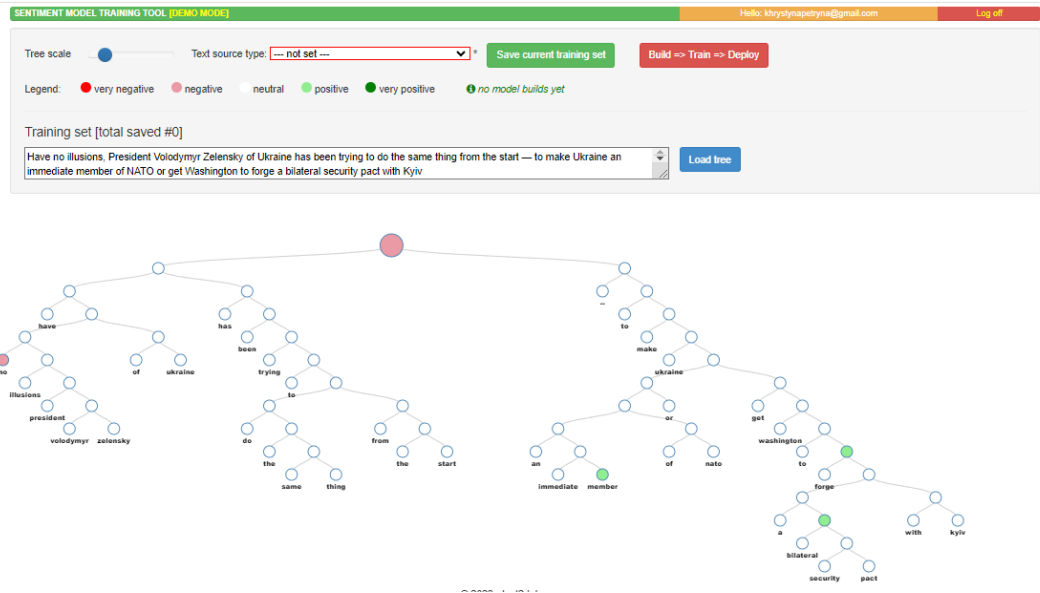


Рис. 3.5. Sentiment-аналіз медіатексту з інверсією.

Отже, sentiment-аналіз виокремлених інвертивних конструкцій засвідчує їхню нейтральну тональність, що підтверджує їхній незначний вплив на загальний тон медіатексту.

Риторичні запитання. П. С. Дудик наголошує, що особливість питально-риторичних речень виявляється через специфічну питальну інтонацію, а думка виражається через особливу емоційність, вони виконують функцію не тільки стилістичних засобів мовлення, але і задають настрій, тон тексту. Саме тому речення такого типу особливо представлені як в публіцистиці, так і в художніх текстах [35, с. 231]. На думку дослідників, риторичні питання забезпечують емоційний тон мовлення, прагматичний ефект висловлення [59, с. 159], слугують засобами привернення уваги реципієнта, сконцентровують його на певних стилістичних та семантичних моментах [17]. Риторичні питання використовують задля більшого експресивного увиразнення тексту; вони містять уже в своїй

структурі імпліцитну відповідь. Введення риторичних запитань активує участь адресата в комунікативному процесі *суспільство-автор-реципієнт*.

Задля з'ясування тональності текстів з риторичними питаннями, послуговуємось програмою Senti Strenght для загального встановлення полярності тексту, методиками «мішок слів», що вибудований на теорії смислової нерівноправності членів речення, та асоціативним аналізом, що допоможуть з'ясувати зв'язок текстів з емоціями. Такий спосіб аналізу текстів можемо пояснити тим, що потрібно аналізувати імпліцитне, закодоване авторське повідомлення. Тобто програма може встановити загальну полярність тексту, однак, емоційне навантаження, прагматику з'ясовуємо методом інтерпретаційного контекстного аналізу. Проаналізуємо:

"How do you think I feel? I'm walking around like a donkey, forced to carry water," said Iuliia, a pensioner standing in a queue of more than 20 people beside a set of taps and a large plastic tank in the town centre (BBC, 23.06, 2023). Тональність тексту програма інтерпретує як 1 – низькопозитивну, суперечливими є показники щодо зв'язку контексту з емоцією, застосунок вказує зв'язок з емоцією «interest» з коефіцієнтом 0, 91. На нашу думку, застосунок сентимент-аналізу не чітко справився з завданням, оскільки не інтерпретує прагматику висловлювання, його іронічність. Розбір тексту на окремі лексичні емотикони вказує на негативну семантику крізь призму сарказму. Емоційний тон тексту визначається семантикою емоціогенних маркерів *to feel, to walk, forced to carry water* та інтенсифікатора емоції *like donkey*. Зіткнення високостильових і низькостильових дієслів надає тексту іронічного відтінку. Дієслово *to feel* функціонує як перцептивний виразник внутрішніх та фізичних відчуттів. Для створення настрою сарказму й іронії автор вводить порівняння, в якому прирівнює людину до осла – свійської робочої тварини. Шляхом метафоризації відбувається перенесення ознак притаманних тварині на людину, що має наслідком семантичний контраст. Емоції суб'єкта автор не називає прямо, його саркастичне обурення передано шляхом моделювання розмови, коли сам суб'єкт уподібнює себе до осла, який змушений носити воду. Автор не подає лексичних одиниць, які б позначали

зовнішній подразник, що викликає обурення, злість та осуд, але моделювання ситуації з водою, точніше, з її відсутністю, асоціюється із підривом росією Каховського водосховища. Саме конструкція *I'm walking around like a donkey, forced to carry water*, має резонувати з пам'яттю читача й викликати відповідні емоції. Тобто умови, в яких перебуває суб'єкт, є джерелом стресу і незадоволення, певною мірою є обмеженням фізичних дій, внутрішньої свободи, маркером чого виступає лексема *forced*, що у своїй структурі містить сему «примус», яка орієнтована на емоцію «*grievance*». Дієслова здійснюють прогностичну функцію, оскільки орієнтують читача на те, про що йтиметься в тексті, до прикладу, дієслова *to feel, to think* у питанні *How do you think I feel* нашоухує реципієнта на пошуки відповіді про відчуття суб'єкта й водночас на пошуки чинника, що спричинив настрій суб'єкта: подію, обставину, ситуацію, вчинок, діяльність.

Риторичні питання змодельовано у текстах: *A huge dam in the russian-occupied area of southern Ukraine has been breached, unleashing a flood of water downstream. So who benefits from this act of vandalism?... But both times moscow has responded with: «It wasn't us. Why would we do this? This hurts us»* (BBC, 6.06.2023). Так, модальне слово у риторичному питанні надає тексту спекулятивного відтінку. Поєднання неозначеного займенника *who* + *benefits* створює тон невпевненості, сумнівності у істинності поданих фактів і правдивості дій ворога.

Зображення гіпотетичної ситуації через риторичне питання фіксуємо: *A pathway to Ukraine membership? But, as noted by Mark Webber, professor of international politics at the U.K.'s University of Birmingham, what many in Kyiv really want is full membership: «The bigger prize for Ukraine, however, is NATO membership. That would bring the country within the collective defense provisions of Article 5 of the North Atlantic Treaty and, in effect, extend U. S. – and U. K. – nuclear guarantees to Ukrainian territory»* (The Conversation, 10.07.2023).

Відзначимо, що важливе місце у риторичних питаннях відведено дієсловам, оскільки вони позначають дію, яка за своїм прагматичним статусом орієнтується на певну оцінну емоцію. Аналіз фактичного матеріалу дозволив зафіксувати 86 риторичних конструкцій, серед яких виділено 110 дієслівних одиниць в структурі

риторичних питань. Типологізація дієслів за емоційним тоном у риторичних питаннях здійснена на основі класифікації К. Ізарда [167].

Виокремлено дієслова-сентименти, що концентруються навколо емоцій:

- страх, обурення, гнів: *to bring stress, to anger, to feel discontent, to feel sad, to condemn, to anger, use a weapon, provoke aggression, panic, cry, bring pain and anxiety, to worry;*

- радість, пошана, радісне хвилювання; захоплення: *to laugh, to rejoice, to enjoy, to admire, to respect, to respect, to forget with joy, to feel happiness, to look with admiration;*

- розчарування, відчай: *to panic, feel hopeless, feel lonely, sad, disappointed, lose hope;*

- надія, сподівання: *to hope, forget doubts, believe, wait.*

Відзначимо, що, виконуючи роль сентиментів, й, утворюючи словосполучення з іншими лексичними одиницями, дієслова стають виразниками високої негативної / позитивної тональності. Можемо підсумувати, що звернення авторів до цих дієслів у медіатекстах про війну в Україні можуть бути детерміновані такими чинниками, як жорстокі дії росії, її вторгнення на територію України, що викликає обурення, гнів, розпач, відчай. Дієслова на позначення надії, сподівання, радості й пошани залучено у медіатексти, що стосуються теми відваги української армії, протистояння українського народу, допомога європейських лідерів.

Використання підрядних речень або другорядних членів речення.

Нагромадження різних елементів дає можливість більш детально, більш художньо зобразити певні події, з іншого боку, введення в речення великого обсягу другорядних членів із різним стильовим забарвленням має наслідком виникнення тональної гетерогенності тексту, тобто текст є неоднорідним у своєму емоційному вияві, має змішану тональність. Така обставина може бути пояснена тим, що нагромаджуючи велику кількість другорядних членів речення, автор поєднує різностильові лексеми, з позитивними / негативними оцінними конотаціями, з показником піднесення / буденності і т. д. Семантика таких одиниць, постійно

корелюючи, нашаровуючи нові значення, або протиставляючись семантичним показникам інших лексем, спричинює контраст, різні зв'язки з емоційними тонами. Однак відзначимо, що тексти з великим обсягом й з різноманітними конструкціями інколи можуть бути складними для сприйняття. Проаналізуємо:

As air raid sirens blare, a deeply shaken Ksenya Michenka whisks her teenage son and their cat to the safety of an underground metro station off Kyiv's historic Maidan Square. "We need to save our lives," she says tensely (CNN, 26. 02.2023). Можемо виокремити ряд тональних парадигм у тексті. Конструкція *As air raid sirens blare* функціонує у тексті як подразник, що викликає різноманітні емоційні стани як страх, відчай тощо. Сполучник *as* вказує не тільки на темпоральність, але водночас на причину. Відбувається процес активації цікавості реципієнта, тобто автор натякає конструкцією, що йтиметься про дії суб'єкта, коли виють сирени. Лексемам *air raid sirens blare* додаються емосеми «небезпека», «страх», «тривога», їхніми функціями як зовнішніх подразників є виклик емоції людей. Психоемоційний стан жінки передано через висловлення *a deeply shaken Ksenya Michenka*. Втрату душевного спокою жінки, охоплення страхом конструйовано лексичною одиницею *shaken*, яка виконує роль семантичного тригера реакції матері на сигнал повітряної тривоги. Прислівник *deeply*, який сам по собі є емоційно значущим, вказує на посилення, зростання страху, експресивності стану персони (з'ясовано зв'язок тексту з емоцією «*fear*» (-0,72). Увагу зосереджено на важливості безпеки психологічного та фізичного стану дитини, важливості перебування в безпечному місці. Надалі настроїв, емоційний стан матері формується через вербальну одиницю *to whisk*. Семантичні показники цієї одиниці доповнюються, нейтральна тональність переходить у емоцію «рішучість», «відчайдушність», що зумовлює подальшу текстову інтерпретацію. Контекстне поєднання емоцій «страх» та «рішучість» резонують з емоційним фоном та базою когнітивних знань читача, спонукають до усвідомлення небезпеки й жорстокості війни. Рішучість та відчайдушність як поведінковий фон матері доповнюється імпліцитним метафоричним порівнянням, завдяки розпредмечувальному усвідомленню, коли станція метро бачиться як безпека

whisks her teenage son and their cat to the safety of an underground metro station off Kyiv's historic Maidan Square. Надалі емоційне моделювання почуттів розкривається крізь лексичне поєднання *whisks <...> their cat to the safety*, за допомогою якого автор апелює до відчуття любові, відповідальності й співчуття, моделюючи ситуацію, коли жінка намагається врятувати також і домашнього улюбленця. Відтак тональний фон тексту включає такі емоції: «*fear*», «*despair*», «*desperation*», «*hope*», «*love*», за допомогою яких автор моделює образ матері в умовах війни, й викликає позитивне й співчутливе ставлення до неї. Отже, можемо резюмувати, що такі авторські нагромадження різноманітних конструкцій зумовлюють тональну динаміку тексту, роблять його неоднорідним, активація однієї емоції відбувається з приглушенням наступної і так до закінчення тексту. Задля підтвердження нашої ідеї проаналізуємо тональність ключових слів тексту. До потенційних ключових слів-сентиментів зараховуємо: *air raid sirens blare, deeply shaken, whisk, son cat, safety, save lives, tensely*. Негативну тональність фіксуємо за *air raid sirens blare* (-0,58); *deeply shaken* (-0,72), нейтральну: *whisk* (0,12), *son* (0,14) *cat* (0,12), *safety* (0,25), позитивну: *save lives* (+0,24). Кореляція різнорівневої тональності в межах спільного смислу й зумовлює емоційну неоднорідність текстового простору.

Водночас позитивні та негативні емоції викликає текст: *A deluge of drones and missiles struck the Ukrainian capital early Wednesday, damaging buildings but causing relatively few casualties, according to city officials. Serhiy Popko, the head of Kyiv's military administration, said the city had «not experienced such a powerful attack since spring»* (The Washington Post, 30. 08.2023). У моделюванні ситуації бере участь низка емотивних показників, різних за своїми оцінними конотаціями, основною метою яких є, стимулювати емоції читача. Зовнішні подразники, які викликають негативні емоції, вербалізовано лексемами: *damaging buildings, such a powerful attack*. Негативне сприйняття тексту, злість, злоба до ворога і страх водночас відбувається методом нанизування лексем військової тематики, яка вказує на перевагу ворога, надалі спостерігаємо створення заспокійливого ефекту із залученням сполучника *but*, який, виражаючи прагматизм протиставлення,

вказує на те, що ситуація повинна змінитись. Сміслова неоднозначність сполучника провокує інтерес до закодованого авторського задуму. Отже, за допомогою сполучника створюється протиставна емоційність, інша смислова паралель *but causing relatively few casualties*, що видається авторською спробою, хоча б якось реабілітувати себе за погані новини, розрадити реципієнта, що постраждалих людей відносно небагато. Однак заспокійливий ефект нейтралізується із залученням пояснень голови Київської адміністрації *the city had «not experienced such a powerful attack since spring»*. Тобто сприйняття реципієнтом тексту не є сталим у своїй емоційній тональності, спостерігаємо мігрування, динаміку емоцій. Таке явище можемо пояснити тим, що кожна смислова парадигма тексту, вибудована на певному емоційному фоні й відповідно, кожна з таких парадигм викликає різноманітні емоційні стани у читача.

Нагромадження означень *which russia blamed on a massive truck bomb; organised by Ukrainian intelligence* спостерігаємо в текстах: *Last October's devastating explosion on the bridge — which russia blamed on a massive truck bomb, organised by Ukrainian intelligence — came as Ukraine was pressuring russian forces to abandon the city of Kherson. Now Kyiv wants to make life as difficult as possible for russian forces occupying areas south of the Dnipro River* (The Washington Post, 17. 07.2023). Розглянемо тональність означень: Last October's [proper noun] devastating [-5] explosion [-2] on the bridge -which russia [proper noun] blamed [-2] on a massive truck bomb [-2], or [sentence: 1, -5], [за SentiSrenght] тобто означення формує настрій тексту як різко негативний -5. Негативна тональність створює ефект наближення небезпеки до читача, спонукає до розгляду ворога не тільки як агресора, але й провокатора, з одного боку, а з іншого — введення лексичних сполучень *Ukraine was pressuring russian forces* викликає захоплення і радість від переваги своїх над ворогом.

Переважаючим типом для медіатекстів стають підрядні речення умови. Речення, котрі описують наслідки чи гіпотетичні ситуації та їхні наслідки, називають умовними. З'ясовано, що умовні речення виявляють різну значимість

впливу з огляду на їхній тип умовного способу. Встановлено, що нульові умови не мають великого впливу на зміну полярності [26, с. 72]: *If the bridge is out of action, even for a short time, this will complicate russia's logistical challenges, a key aspect of the early phase of Ukraine's counter-offensive* (BBC, 17.07.2023). Формування емоційного ставлення реципієнта до змодельованих автором подій визначається кореляцією дієслів з іншими компонентами тексту. Скажімо, конструкція *If the bridge is out of action* спонукає читача до роздумів, що ж буде наслідком такого випадку, а з іншого боку, асоціюється з негативними ситуаціями, *to be out of action* – зазнати поразки, не функціонувати, не бути в роботі, не давати користі. Надалі розвиток контексту розкривається крізь семантику лексичних сполучень *complicate russia's logistical challenges*, що сприймається як позитивна новина для України. Отже, дієслова такі, як *to be out of action*, *complicate* зі своїми негативними показниками, інтегруючись в контекст з нейтральними лексемами, зосереджуються навколо емоції «joy», «good mood», «hope». Отже, позитивні емоції у читача викликані шляхом впровадження тактики окреслення потенційної переваги українських військових, ускладнення дій ворога.

Отже, можемо дійти висновку, що речення, в які залучено другорядні члени, формують змішаний емоційний тон тексту, й апелюють до різноманітних емоцій реципієнта одночасно. Змішану тональність в англійських медіатекстах про війну в Україні пояснюємо тим, що один текст може поєднувати кілька тематичних топіків, які описані лексикою відповідної тематики і з відповідною полярністю.

Порівняльні конструкції. Порівняння базується на залученні вербальних одиниць задля експлікації параметрів предметів, явищ, шляхом їхнього зіставлення із схожими предметами, явищами. Традиційно запропоновано розглядати порівняння як трикомпонентну структуру, яка включає суб'єкт порівняння, об'єкт порівняння та основу порівняння. [28, с. 16-19.]. Шляхом порівняння створюється емоційне протиставлення / уподібнення і смисловий контраст:

Розглянемо текст: *She describes feeling «like a guest» in the city because she could not visit her hometown of Slavyansk as its only 40 miles from the frontline* (BBC, 14.08.2023). Основним емоційним тригером виступає конструкція *she could not visit her hometown*. Заперечення дієслова *can* акцентує на відсутності змоги відвідати рідне місто, що сприймається суб'єктом як негативне явище в її житті (негативну полярність конструкції -1 засвідчує застосунок SentiStrenght). Вербалізаторами негативної обставини, зовнішнього негативного подразника зафіксовано *its only 40 miles from the frontline*, що й визначає емоційний стан суб'єкта. Емоції жінки не названо прямо, а запропоновано декодувати крізь конструкцію *feeling «like a guest»*. Відчуття зв'язку з рідним містом протиставлено поняттю відчуженості, що відбиває кореляція іменників *guest* та *hometown*.

На контрасті вибудовано текст: *The impact of the war in Ukraine and sanctions on russia (and Belarus) may well turn out to be «not as bad as expected». But to the millions of vulnerable people across the region who are living close to the poverty line, other people's expectations may not matter much. If nothing else, the developments of 2022 seem likely to remind us of the importance both of peace and security as prerequisites for sustainable development, and of the need to focus on those most at risk of being left behind by economic growth that does not lift all boats* (United Nations Development Programme, 12.05.2022). Шляхом залучення заперечення у порівняльну конструкцію сформовано очікування потенційної позитивної ситуації.

Характерно, що прикметники з позитивними смисловими показниками можуть набувати негативної тональності, до прикладу, як *successful* у реченні: *Believed to be the fifth-largest military force in the world, the russian army has not been as successful in Ukraine as president vladimir putin initially hoped when he invaded the country a year and a half ago* (VOA, 31.08.2023). Програмний застосунок визначає за прикметником позитивну тональність + 0,99 й зв'язок з емоцією «admiring». Однак, підпорядковуючись граматичним установам побудови речення, слугуючи конститuentом порівняльної конструкції, прикметник здобуває вторинну тональність, що зміщується в бік негативної й водночас впливає на тональність

цілого речення. Розглянемо рисунки 3.1. й 3.2. На рисунку 3.6. спостерігаємо позитивну тональність *successful* поза контекстом й поза складом порівняльної конструкції. Рисунок 3.7. відображає зміну позитивної тональності прикметника у складі порівняння у бік негативної тональності. Сумарна тональність речення становить — 0,50.

Detected Keywords	Magnitude	Sentiment Score
successful	0.985	+0.995

Рис. 3.6. Відображення позитивної тональності лексеми *successful*.

Core sentences	Magnitude	Sentiment Score
the Russian army has not been as successful in Ukraine	0.86	-0.545

Рис. 3.7. Негативна тональність речення з порівняльною конструкцією.

Варто відзначити, що, якщо прикметник виражає негативні тональні показники у складі порівняльної конструкції, то це має наслідком високу негативну тональність тексту: *As bad as Ukraine's losses are, russia's are worse, the U.S. official said* (The Washington Post, 13.03.2023). Програмний застосунок визначає негативну тональність -0.63, що зумовлено прикметником *bad*, надалі його використанням у вищому ступені *worse* й кореляцією з лексемою *losses*, за якими фіксуємо негативну емоційність (Рис. 3.8).

SENTIMENT MODEL TRAINING TOOL [DEMO MODE] Hello: skryzynapetryna@gmail.com [Log off](#)

Tree scale: Text source type: [Save current training set](#) [Build => Train => Deploy](#)

Legend: ● very negative ● negative ● neutral ● positive ● very positive ● no model builds yet

Training set [total saved #0]

[Load tree](#)

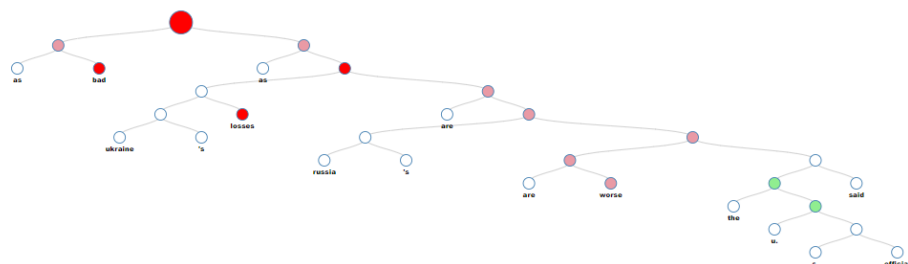


Рис. 3.8. Тональність лексем *bad*, *worse*, *losses*.

Проаналізуємо: *It was like hell. There were no good positions to defend. We had been in trenches, sometimes shelters from Soviet times, and a fire station* (BBC, 30.05.2022). Одним із компонентів порівняння постає іменник *hell*, який асоціативно співвідноситься в реципієнта з негативними обставинами. Застосунок Tone Checker вказує на зв'язок з такими лексемами, як *angry*, *annoyed* й водночас з нейтральною тональністю. Нейтральною тональністю може бути пояснена тим, що програма обчислила тональні показники лексеми окремо від контексту. Однак сумарну тональність тексту визначено як негативну -0,62. Сентимент-аналіз цього тексту на рівні речення засвідчив, що найвищі показники негативної тональності зберігаються за реченнями *It was like hell* (-0,53), *There were no good positions to defend* (-0,53), *We had been in trenches, sometimes shelters from Soviet times, and a fire station* (-0,47).

Відзначимо, що тональність речення визначається компонентами, які формують саме порівняння. Позитивна / негативна тональність порівняльної конструкції здійснює вплив на ціле речення. Негативно конотовані компоненти порівняльних конструкцій тільки підсилюють свої негативні показники у контексті.

Позитивна тональність може виникати як результат створення контрасту, шляхом метафоричного уподібнення *like angels* у тексті, якщо компоненти метафори є позитивно конотовані (Рис. 3.4.): *Female officers work better with civilians. We're more balanced than men because we don't hide our emotions. We make decisions quickly. We move like angels. We fly," she said* (CNN, 28.03.2022) (Див. рис. 3.9).

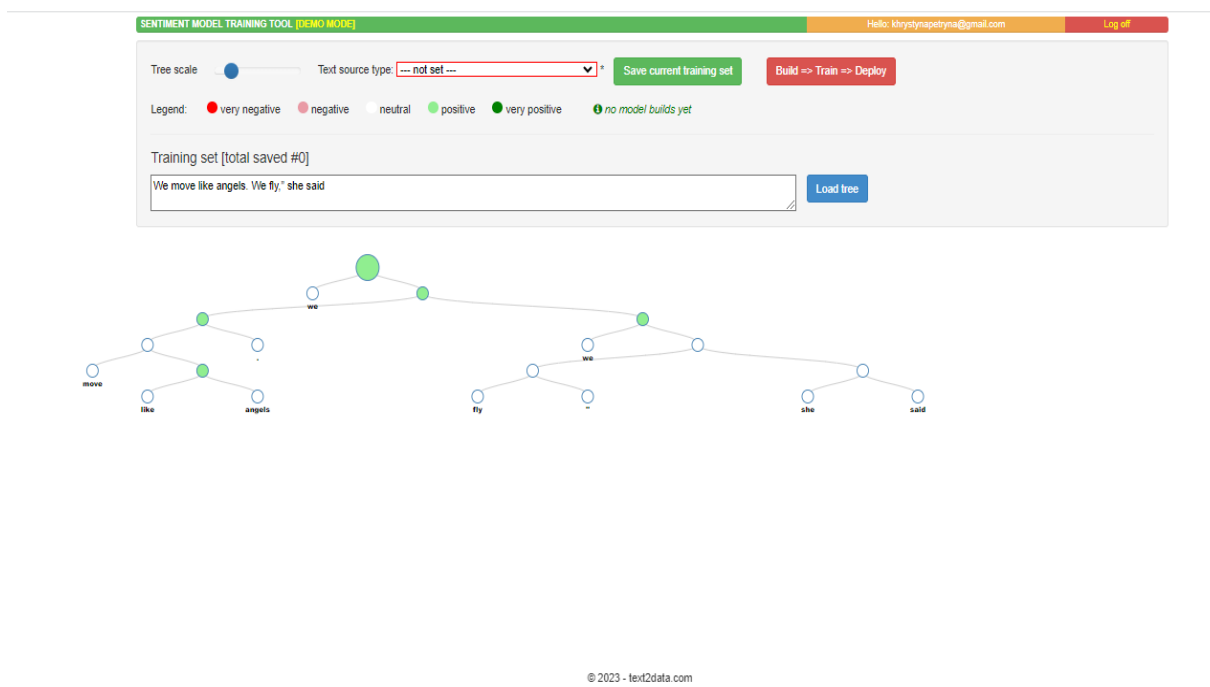


Рис. 3.9. Тональність тексту з елементом порівняння.

В межах морфологічного рівня спостерігаємо тяжіння англомовних медіатекстів до: 1) помітно частого використання заперечень; 2) актуалізації інформації через числівники; 3) нагромадження іменників.

Побутує думка, що заперечення в текстах зокрема та в публіцистиці загалом викликає негативне сприйняття тексту реципієнтом. Існує думка, що заперечення несуть неточну інформацію й штучно розширюють речення, водночас формуючи полярну опозицію до повідомлюваного [34, с. 69.]. Протилежні судження наводить М. О. Вінтонів, зазначаючи, що заперечення лише посилює експресію тексту, повідомлення. Відзначено, що автори політичних текстів використовують семантику заперечення в поєднанні з образними засобами з метою вираження, представлення неприємної ситуації [20, с. 255-256]. Вважаємо, що заперечення змінює негативну / позитивну експресію, функціонує у ролі модифікатора значення й репрезентанта модальності. Виокремлено такі моделі експлікації заперечення:

Заперечення – K+ (компонент з позитивною семантикою) = Негативна семантика: «*The city's literally under siege for almost two months now. And the russians, they don't allow us to bring food into the city or water into the city*», Ryzhenkov

says: «Unfortunately, at the moment, we're still not even half-way there.» (CNN 29.04.2022) – (-1);

Заперечення – К- (компонент з негативною семантикою) = Нейтральна / низькопозитивна семантика: *How the U.S. sees Ukraine's push: No stalemate, but no breakthrough* (Washingtonpost 27.08.2023) – (1);

Заперечення методом виключення Without + К+ / К-: *without happiness (+3), fear (-4), without pity (-2), without weapons (-2), without understanding (1), without thinking (1), without without expectations (1), without an army (1), without territory (1)* = позитивна / негативна / нейтральна семантика.

Сполучення заперечення з іменниками вказує на обставину відсутності чогось важливого, що може супроводжуватись емоціями – «відчай», «надія», «сум»: *He pointed out that there was no possibility of escape* (BBC, 21.04.2022);

We still stayed in Mariupol. And then we realized that there is no hope anymore (Caritas, 26.04.2022). Поєднання заперечення з абстрактним іменником *hope* формує атмосферу безнадійності, занепаду духу;

«It's not even drinking water. I'm scared for the future. I don't see any way through this», said her neighbour, Nina, 70 (BBC, 23.06.2023)

У медіатексті спостерігаємо заперечні сполучення *not + drinking*. Ця конструкція виступає атрибутом до іменника *water* й експлікує негативну семантику, тобто вода непридатна до пиття. Конструкція *not + see (I don't see)* виражає семантику безнадійності безвиході. За своїм емотивним спрямуванням текст пов'язаний з емоцією «*fear*», такий зв'язок, ймовірно, спричинила лексема *scared* та висловлення *I don't see any way* й спостерігаємо активацію емоції «*displeasure*», «*indignation*»; *Residents of a Ukrainian town devastated by floods when a dam collapsed describe life without water. (BBC, 23.07.2023); It's a catastrophe. Everything was washed away. Deer, wild pigs, fish and so many endangered species. And about half a million people are now left without water," said Anatolii Derkach, 37, secretary of the town council in Marhanets, on the western shore of the former reservoir* (BBC, 23.07.2023);

поєднання заперечення з когнітивними дієсловами спричиняє відчуття невпевненості:

That think the leadership of russia would unleash such brazen, large-scale aggression, honestly speaking, I couldn't even imagine it (The Washington Post 24.08.2022);

I don't know what [the russians] were thinking — doing that. The environment will suffer, and it will be hard for all of us," said Ivan Zaruski, 56, taking a brief break from loading bales of straw onto a trailer with a group of relatives and neighbours in field outside town (BBC, 23.06.2023);

I don't see any way (Reuters, 11.04.2023);

репрезентує обмеженість дій, явищ в поєднанні із модальними дієсловами. Оскільки кожне дієслово дії супроводжується певною емоцією, то обмеження цієї дії через модальне дієслово має наслідком виключення позитивної емоції та її заміну негативною, порівняємо: «*I couldn't get my bearings*», said Derevyanko, the deputy head of the unit. (The Washington Post 24.08.2022). Речення виявляє зв'язок з емоціями «disappointed», «confused». Сентимент-аналіз, за умови виключення заперечення в модальному дієслові (*I could get my bearings*), демонструє емоційність «awore», «optimistic». Тобто спостерігаємо субституцію disappointed – aware, confused – optimistic.

Відповідну тенденцію простежуємо у медіатексті: «*The main thing is that the nuclear power plant mustn't explode. But we'll survive all this. We have nowhere else to go so we don't have a choice*», he added with a grin. moscow says it had nothing to do with the destruction of the Kakhovka dam in russian-occupied territory, and has accused Ukraine of firing missiles at it (BBC, 23.06.2023). Фіксуємо зв'язок тексту *The main thing is that the nuclear power plant mustn't explode* з емоцією «sympathetic». Натомість, якщо ж виключити заперечення із тексту, спостерігаємо тактику нагнітання страху, що підтверджує зв'язок тексту (за умов виключення заперечення) із емоціями «angry», «fearful». Можемо дійти висновку, що заперечення в своїй кореляції із дієсловами загалом й модальними зокрема, а

також з іменниками різко змінює полярність тексту від позитивної до різко негативної та навпаки.

Щодо числівників, з'ясовано, що в процесі функціонування в тексті числівник нейтралізує свою первинну кількісну семантику, актуалізує нові смисли, виражає різні модальні відтінки, підсилює прагматику мовлення [77, с. 165]. Символізм числівників, на нашу думку, полягає в тому, що вони залучені в контексти задля позначення тривалості війни в Україні, тривалості перебування міст в окупації, на позначення кількості жертв, ракет, випущених росією на території України, тобто основна мета введення цих одиниць є демонстрація масштабності трагічних наслідків війни: *5 days in the basement, a month of occupation, a year of war, 365 days of confrontation, the third day, 32 rockets, 15 Shahed, the second day, third day, three days, in 72 hours, fourth day, the fifth day, one year*. Їхня символічність полягає у набутті здатності надавати оцінку концептуальним значенням, явищам, фактам, у здатності виражати кількісні й оцінні конотації в сукупності. До прикладу:

And we fought. And we fiercely fought for every day. And we endured the second day. And then — the third. Three days that we were predicted to last. They threatened that in 72 hours we would not exist. But we survived the fourth day. And then the fifth. And today we have been standing for exactly one year. And we still know: every tomorrow is worth fighting for! (CNN, 28.07.2023). Числівники у тексті позначають не тільки тривалість протистояння українського народу, але й, корелюючи з дієсловами *fight, stand, survive*, символізують незламність і нескореність народу. Кореляція дієслів з числівником стає каталізатором явища емоційного резонансу у реципієнта. Числівники, виконуючи функцію емоційних подразників, апелюють до усвідомлення читачем життя українського народу в період війни. Глибокий символізм передає числівник *72 hours* у поєднанні з синтаксичною конструкцією *we would not exist* (припущення). У цьому випадку спостерігаємо неістинну пропозицію.

Числівники передають семантику зламних життів та смертей у тексті: *More than 9,000 civilians, including 500 children, have been killed since russia invaded*

Ukraine on February 24, 2022, the United Nations has said (United Nations, 7.07.2023).

У тексті йде фіксація смертей в Україні, спричинених росією, подана статистика, яка фокусує увагу реципієнта на кількості загиблих людей. Числівник – як мірило кількості створює трагічне сприйняття тексту, усвідомлення звірств війни, що має наслідком породження емоцій «*sadness*» й водночас «*irritation*». Відзначимо, що сумарна тональність речення є високо негативною -4. Якщо ж аналізувати тональність речення за його сегментами, то можемо спостерігати, що програмний застосунок не визначає числівник як позитивно чи негативно тональний (Рис. 3.9.). Однак, корелюючи з компонентами речення, числівник стає їхнім кількісним виразником, приймаючи на себе їхню негативну чи позитивну конотацію, оскільки розглядається крізь призму семантики цих одиниць.

The text «More than 9,000 civilians, including 500 children, have been killed since russia invaded Ukraine... »
has positive strength **1** and negative strength **-4**

Approximate classification rationale: More than 9,000 civilians, including 500 children, have been killed[-4] since russia [proper noun] invaded[-2] Ukraine [proper noun] on [sentence: 1,-4] [result: max + and - of any sentence][overall result = -1 as pos<-neg] (English)

Рисунок 3.9. Сентимент-аналіз речення із числівниками.

Нагромадження іменників створює, з одного боку, ефект штучного збільшення інформаційного повідомлення й водночас відбиває більш повний опис повідомлюваного, насичує текст новими смислами й відтінками. Якщо текст уявляється як система смислів, то нагромадження субстантивів доповнюють цю систему, увиразнюють й збагачують її. На основі зібраного матеріалу наводимо положення про те, що накопичення іменників у тексті формує концепт, тобто здійснює концептну функцію. Емотивність художнього тексту також є результатом асоціативного мислення читача. Семантика іменників резонує із пам'яттю реципієнта, викликаючи асоціацію, яка в свою чергу подразнює певну емоцію. Під час аналізу іменників, необхідно наголосити на їхній синонімічності й антонімічності як на детермінантах тональності тексту. Наша позиція полягає в тому, що, залучені в медіатекст ряди іменників, зумовлюють його емоційну

гетерогенність. Проаналізуємо: *Get to know the people who fight for Ukraine's freedom: soldiers, volunteers, medical workers etc. They are real defenders* (Skynews, 25.07.2022). Сентимент-аналіз текстів такого типу включатиме 2 етапи. На першому етапі, послуговуючись методикою «мішок слів», наводимо ідею про те, що всі лексеми у тексті рівноправні. У фрагменті подано перелік професій, діяльності людей, які стали на захист України під час війни, спільною метою яких, є боротьба за свою країну. Іменники об'єднуються навколо дієслова *fight* й експлікують таку вольову якість як нескореність й емоцію – безстрашність. Тактика накопичення іменників розрахована на наближення ситуації війни до реципієнта та налаштувати на розуміння, що війна стосується усіх людей: *soldiers, volunteers, medical workers etc.* Подача інформації в цих аспектах спрямована на активацію ряду емоцій, які стануть реакцією реципієнта на інформацію й події, що відбуваються. Задля підтвердження ідеї звертаємось до застосування Tone Checker задля фіксації зв'язку тексту з емоціями. Визначено такі емоції: *amiring, approving*. Відзначимо, що емоційний суб'єктів не схарактеризовано прямо, однак, конструкція *fight for Ukraine's freedom, лексеми real, defenders* слугує вербальними маркерами, ключовими словами, за допомогою яких реципієнт повинен декодувати емоційний смисл тексту. Автор спонукає до розуміння обов'язку перед Батьківщиною і акцентує увагу на важливості її захисту в складних умовах.

Проаналізуємо інший фрагмент медіатексту (цитату В. Зеленського): *I am grateful to all those who make our resistance possible. These are all our defenders. The Armed Forces of Ukraine. Ground Forces, our infantry and tank-men. Air and Naval Forces. Artillery, air defense, paratroopers, intelligence, border guards. The Special Operations Forces, the Security Service, the National Guard, the police, the territorial defense units — all our security and defense forces. Thanks to you, Ukraine stands. And we endured the furious month and the furious beginning of the war* (Reuters, 24.02.2023). Висловлення *to be grateful* функціонує вербальним маркером вираження емоції «*appreciation*». Подразниками, що викликають таку емоцію, слугують лексеми *endure* та низка іменників, що створює ефект нагромадження.

Дієслово *endure* асоціативно співвідноситься з такими моральними ознаками як витримка, доблесність, незламність, а іменники *soldiers, volunteers, medical workers, the Armed Forces of Ukraine, Ground Forces, our infantry and tank-men, Air and Naval Forces, artillery, air defense, paratroopers, intelligence, border guards, the Special Operations Forces, the Security Service, the National Guard, the police, the territorial defense units* слугують виразниками цих рис і водночас формують концепт українського народу загалом й української армії зокрема. Тобто емоційний стан вдячності президента викликаний вчинками, діями суб'єктів, перелічених у текстах.

Натомість нагромадження різних за значенням лексем спричиняє емоційний дисонанс тексту, його неоднорідність: *And then came spring. New attacks, new wounds, new pain* (Reuters, 24.02.2023). Так лексема *spring* відбиває позитивну тональність, *attacks, wounds, pain* відбивають негативні показники

Асоціація з весною викликає у реципієнта відчуття приємності, тепла, хорошого настрою, що резонує з емоціями щастя, радість. Приглушення позитивної тональності відбувається із залученням іменників *attacks, wounds, pain*, що резонують із негативними емоціями, викликаними негативними обставинами (Рис. 3.10).

The text «And then came spring. New attacks, new wounds, new pain» has positive strength **1** and negative strength **-4**

Approximate classification rationale: And then came spring. [sentence: 1,-1] New attacks[-3], new wounds[-2], new pain[-4] [sentence: 1,-4] [result: max + and - of any sentence][overall result = -1 as pos<-neg] (English)

Рис. 3.10. Визначення тональності речення під впливом лексем *attacks, wounds, pain*.

Динаміку емоційності підтверджує дієслово руху *came*, яке виявляє водночас зв'язок і з позитивними, і з негативними лексемами. Дієслово стає сигналізатором про нові атаки, які мають, відповідно негативні і болючі наслідки; що вочевидь спонукає до розуміння серйозності й близькості війни для людей.

Аналіз зібраного матеріалу дав можливість зафіксувати такі лексико-стилістичні засоби, які переважають у текстах про війну в Україні:

1) застосування фразеологізмів 10%; 2) залучення емоційно забарвлених прислівників, прикметників у ролі епітетів 15%; 3) включення метонімії 8%; 4) насичення тексту метафорами 20%; 5) вживання неологізмів 9 %; 6) прецедентність: цитування, прецедентні назви, посилання на історичні події, звернення до назв зі світу політики 26%. В результаті аналізу тональності текстів із виокремленими засобами ми дійшли висновку, що фразеологізми, епітети, метафори, неологізми, метонімія, цитація виконують функції інтенсифікаторів емотивності тексту й слугують каналом подачі емоції до реципієнта, тобто є свого роду умовою, чинником для виникнення емоційного резонансу й засобами концептуалізації емоції водночас [94]. Ці одиниці називаємо непрямими засобами передачі емоцій, оскільки спочатку вони повинні бути декодовані, реципієнт повинен усвідомити, на яку ситуацію чи на які дії вони спрямовані. Натомість прецедентні факти, події кваліфікуємо як нейтралізуючий / частково-інтенсифікуючий тип стилістичних одиниць.

Фразеологічні одиниці у медіатекстах, виконуючи прагматичну функцію, слугують засобами невимушеного, «завуальованого» впливу на читача. З іншого боку, фразеологічні одиниці слугують інтенсифікаторами негативної / позитивної тональності, адже сама оцінна конотація спрямована на підвищення експресії [23] з різними емоційними тонами та різними прагматичними настановами:

радість через невдачу ворога: *«Bakhmut. The enemy is caught in a trap», General Oleksander Syrskyi, in charge of Ukraine's ground forces, said bluntly on the Telegram messaging app. «The city is under the fire control of (our) defence forces...the enemy is being pushed out of their positions.»* (Reuters 10.07.2023);

почуття змін: *But President Biden reversed course on Friday, telling allies that he would allow Ukrainian pilots to be trained on the F-16 and that the United States would work with other countries to supply Kyiv with the jets* (The New York Times, 23.05.2023);

гордість за успіхи власної армії, застереження й вказівка на нерівні сили ворога: *Ukrainian President Volodymyr Zelenskyy has spoken of the military's efforts*

to take the battle to russian forces and says the occupiers "can do only two things: run away or surrender. (CNN,31.08.2022);

нагнітання паніки на ворога, переконання союзників у силах власної армії: *Zelenskyu promised that «Throughout the temporarily occupied territory of Ukraine, from Crimea to the Kharkiv region, the russian army does not have and will not have a single safe base, a single quiet place» (CNN, 31.08.2022);*

апеляція до емоції «*pain*» й усвідомлення жорстокості дій агресора:

In Kherson, people came under fire from the aggressor while receiving humanitarian aid (BBC, 11.04.2023).



Застосування **емоційно забарвлених прислівників, прикметників** з метою більш яскравого сприйняття читачами, аби максимально підсилити вплив викладеного тексту в процесі ознайомлення із матеріалами. З'ясовано, що прикметник виконує функцію увиразнення й інтенсифікації емоції, репрезентованої в тексті, й виявляє оцінні конотації до тієї лексеми, з якою вживається:

«But we also know that russia is engaged in horrific, horrific brutalization of Ukraine, and so the threats that they make, we take very seriously», he continued (CNN, 30.09.2022). – У тексті епітет *horrific* функціонує як атрибут до лексеми *brutalization*, тобто слугує виразником її семантики й водночас засобом її розширення. Тональність лексеми *brutalization* програмне забезпечення кваліфікує як негативну -1; натомість за сполученням *in horrific, horrific brutalization* зафіксовано негативну тональність -5, тобто можемо підтвердити функцію інтенсифікації тону лексем, тексту шляхом введення проаналізованого прикметника. Синонімічно прикметник наближений до *terrible, awful, dreadful, ghastly, gruesome, horrendous, horrible, horrifying, shocking, sickening*, а відтак доповнює тональність лексеми емосемами «огида», «страх», «паніка», «біль», «насильство», а, отже, і текст загалом.

Посилення розуміння жаху і серйозності війни спостерігаємо у фрагменті медіатексту: *«How the war is going in Ukraine has become so grave, devastating and threatening that it sparks great worry», Francis said. «In fact, this terrible,*

inconceivable wound of humanity, instead of shrinking, continues to bleed even more, threatening to spread», the pope said. «I deplore strongly the grave situation created in the last days, with further actions contrary to the principles of international law», Francis said, in a clear reference to putin’s illegal annexation of a large swath of eastern Ukraine. «It, in fact, increases the risk of a nuclear escalation, to the point of fearing uncontrollable and catastrophic consequences on the world level» (Financial Post, 2.10.2022). Текст кваліфіковано як негативно тональний -0,59.

Лексичні одиниці *grave, devastating, threatening terrible, inconceivable, fearing uncontrollable, catastrophic* програмний застосунок відзначає високою негативною тональністю, отже, вони зумовили істотний вплив на загальну полярність медіатексту (Рис. 3.11).

 Products - Demo - Services - Pricing - Blog - Contact -  log off				
Detected Entities		Type	Magnitude	Sentiment Score
Putin		PER	0.83	-0.619
Ukraine		LOC	0.01	+0.247
pope		PER	0.06	+0.234
Detected Themes			Magnitude	Sentiment Score
illegal annexation			1.00	-0.748
large swath			0.95	-0.723
terrible inconceivable			0.97	-0.621
sparks great worry			0.77	-0.548

Detected Keywords	Magnitude	Sentiment Score
bleed	0.741	-0.885
inconceivable	0.989	-0.743
terrible	0.986	-0.740
grave	0.977	-0.737
catastrophic	0.954	-0.726
threatening	0.848	-0.673
illegal	0.907	-0.659
become	0.001	-0.250
international	0.001	-0.250
further	0.005	-0.249

Рис. 3.11. Визначення тональності лексичних одиниць *grave*, *devastating*, *threatening*, *terrible*, *inconceivable*, *fearing uncontrollable*, *catastrophic*.

Зауважуємо, що високу негативну тональність виявило дієслово *to bleed* - 0,89. За своїми семантичними показниками дієслово утворює синонімічні ряди із *lose blood*, *phlebotomize*, *flow*, *seep*, *run*, *ooze*, *sap*, *deplete*, *ache*, які є потенційними подразниками емоцій «біль», «страх», «паніка». Звертаємо увагу на негативну тональність лексеми *putin* -0,62, що як ргорег noun мала б виражати нейтральну тональність, однак, корелюючи з контекстними одиницями, які відбивають сприйняття світом російського президента та його дій в Україні, лексема здобуває негативні показники (Рис. 3.12.).

The screenshot shows a web interface for text analysis. At the top, there is a navigation bar with 'Products', 'Demo', 'Services', 'Pricing', 'Blog', and 'Contact'. A user profile icon and 'log off' link are in the top right. The main content area displays a text snippet: "How the war is going in Ukraine has become so grave, devastating and threatening that it sparks great worry," Francis said. "In fact, this terrible, inconceivable wound of humanity, instead of shrinking, continues to bleed even more, threatening to spread," the pope said. "I deplore strongly the grave situation created in the last days, with further actions contrary to the principles of international law," Francis said, in a clear reference to Putin's illegal annexation of a large swath of eastern Ukraine. "It, in fact, increases the risk of a nuclear escalation, to the point of fearing uncontrollable and catastrophic consequences on the world level". Below the text, there are buttons for 'SHARE THIS ANALYSIS' and 'RUN ANALYSIS'. The analysis results are shown in a box with a list of keywords: sparks great worry, terrible, inconceivable, large swath, illegal, annexation, illegal, threatening, catastrophic, grave, terrible, inconceivable, bleed, Putin. At the bottom, a summary indicates the document is negative (-0.59) with a magnitude of 1.88. A score range legend shows negative (-1 to -0.25), neutral (+0.25 to +1), and positive (+1).

Рис. 3.12. Репрезентація негативної тональності тексту.

Взаємодія проаналізованих прислівників та прикметників із іншими негативно конотованими одиницями медіатексту підсилює та увиразнює його негативну тональність, експлікуючи широкий спектр емоцій. Текст показав зв'язок з такими емоціями, як «страх», «несхвалення», «злість». Провідною емоцією у цьому медіатексті стала емоція «страх», як реакція на криваві наслідки війни в Україні;

Інший фрагмент медіатексту за допомогою прикметників та прислівників репрезентує успішні операції українських військ, відбувається націлення реципієнта на позитивний результат, що зумовить радість: *russian forces had captured Lyman from Ukraine in May and had been using it as a hub for its operations in the north of the Donetsk region. Its recapture by Ukrainian troops is russia's largest battlefield loss since Ukraine's lightning counteroffensive in the northeastern Kharkiv region in September* (VOA, 02.10.2022). Конструкції *lightning counteroffensive*, *largest battlefield loss* залучено задля характеристики успіхів української армії, які потенційно мали б орієнтувати на емоцію радості й сприяти посиленню позитивної тональності медіатексту, що засвідчує сентимент-застосунок, вказуючи на позитивну тональність +0,49;

Традиційно вважають, що **неологізми** у медіатекстах є виразниками іронії, сарказму; у нашому дослідженні ми дійшли висновку, що неологізми у медіатекстах про війну в Україні інтенсифікують негативну тональність тексту, оскільки виникають як виразники війни, або ж виявляють нейтральний потенціал, вказують стосунок до військової тематики.

До неологізмів з негативною тональністю зараховано: *No to War* (48 слововживань), *Bucha kills* (28), *Bucha massacre* (21), *blackout* (17): *Ukraine's foreign minister, Dmytro Kuleba, in a tweet Sunday accusing russia of carrying out a «massacre», requested that the ICC visit the scene «to collect all the evidence of these war crimes» and use it to prosecute those responsible; Bucha killings: «The world can not be tricked anymore»* (Aljazeera 04.04.2022). Зафіксовано, що тексти, пов'язані з емоціями «sad», «scared», вербалізуються конструкціями *Bucha killings, massacre*.

Лексема *massacre* є найвищим виявом жаху. Семантичне поле цієї одиниці утворюють семи «жахіття», «насильство», «насильницька смерть», «наруга», «знущання», «страх». Залучення цієї лексеми в висловлення Д. Кулеби спрямоване на виклик в іноземних політиків розуміння жахливості й серйозності ситуації. Сентимент-аналіз засвідчує негативну тональність тексту -2. Це може бути пояснено тим, що лексична одиниця резонує з пам'яттю реципієнта, викликаючи такі емоційні стани як сум, трагізм, співчуття, страх, що породжені діями росії. *Bucha killings* зараховано в один емоційний ряд із лексемою *massacre* й виявляє зв'язок з емоціями «sad», «scared».

Поєднання у тексті статистичних даних з неологізмом *blackout* асоціативно направлені на розуміння наслідків обстрілів росії по інфраструктурі України: *Ukraine war: Blackouts in 1,162 towns and villages after russia strikes*. Поєднання неологізму з числівником є тригером емоції «irritation», «anger». Гнів та роздратування є виразниками емоційних станів розлючення, неприйняття ситуації, а, отже, і її засудження.

До нейтральних зараховано *HIMARS (248 слововживань), special military operation (143), Stand with Ukraine (102), NATO close the sky (82), Save Azovstal (47), special operation (43) Save Ukraine (38), Save Mariupol (24)*. Характерно, що конструкції з нейтральною тональністю здійснюють вплив на полярність цілого тексту, до прикладу:

Leaders of the Group of Seven wealthy democracies on Monday pledged to stand with Ukraine «for as long as it takes» by cranking up sanctions on russia and backing security commitments for Kyiv in a post-war settlement (Reuters 27.06.2022) [trinary result = 0 as pos=1 neg=-1].

Austin attributed the change to the skill of Ukrainian soldiers and their strategic use of weapons supplied by US and NATO allies, specifically their use of the high mobility air rocket systems, or HIMARS. He made the comments in an exclusive interview with CNN's Fareed Zakaria that aired Sunday on «Fareed Zakaria GPS». (CNN, 2.10.2022) [trinary result = 0 as pos=1 neg=-1].

Змішана тональність: *The russian Defense Ministry reported, according to russian state news agency TASS, that the autumn conscription had nothing to do with what russia calls its «special military operation» in Ukraine* (CNN, 30.09.2023). Програмний застосунок кваліфікує текст як нейтральний, однак, неологізм *special military operation*, резонуючи в пам'яті реципієнта, виявляє зв'язок із лексемою росія, а, отже, можемо говорити, що за таких умов, ядро неологізма утворено одиницями *russia, shoot, invasion, attack, murder*. Далі фіксуємо зв'язок ядерних лексем з емоціями, зокрема, це – *sad, angry, disapproving*. Отже, за машинними підрахунками конструкція є нейтральною, однак, її резонування в пам'яті реципієнта як виразника дій росії спричинює розуміння її семантики як негативної. Варто відзначити, що програмний застосунок аналізує вираз *special military operation* як воєнну дію, що не є синонімічною до слова *war*. Натомість іноді у медіатекстах про війну в Україні ці поняття використовуються як синоніми, також сама росія кваліфікує свої дії виключно як спеціальну операцію. Отже, можемо спостерігати підміну понять. Нейтральність речення можемо пояснити й тим, що, як відзначають Г. М. Яворська й Б. О. Парахонський, відбувається приховування москвою реальних її воєнних дій за маскою «громадянського конфлікту» [79, с. 8], в цьому контексті за конструкцією *special military operation*, й водночас можемо спостерігати гру смислів.

Використання метафори має на меті створення більш реалістичної ситуації, наближення її до реципієнта, так би мовити – «оживлення ситуації». Емоційна складова метафори спрямована на оцінні явища, надання оцінки діям, фактам, поведінці. Метафора стає засобом концептуалізації емоції тексту шляхом переосмислення сталого лексичного значення. Передумовою виникнення метафори є переосмислення дієслів у її структурі.

Простежуємо, що у медіатекстах метафора виступає підсиленням й увиразненням мовлення політиків, засобом звернення уваги у їхньому мовленні, засобом надання непрямой відповіді, засобом маніпуляції, осуду, схвалення, залякування. Метафора слугує засобом встановлення комунікативної емоційності між медіатекстом і читачем, між політичними партнерами тощо, оскільки

спрямована на подразнення не тільки певної емоції, але й її відтінку. З іншого боку, метафора слугує непрямим засобом передачі думки та вторинної номінації [6, с. 81], а, отже, вимагає більших зусиль з боку реципієнта для її декодування, але водночас робить сприйняття тексту легшим, більш «живим», наближеним до життя. Відзначимо, що програми для сентимент-аналізу не зовсім коректно можуть з'ясувати тональність метафор, фразеологізмів та метонімії, а, отже, тексту зокрема. Тому ми звернулися до методу класифікації Баєса, що полягає у визначенні приналежності стилістичних компонентів до одного якогось класу, за умови припущення спільності ознак стилістичного компонента з цим класом. Варто відзначити, що емоційність метафор визначається текстовими умовами, тобто метафора приписується певній ситуації, позитивній чи негативній обставині. Розглянемо тексти з метафоричними конструкціями:

US Secretary of State Antony Blinken said Friday that the United States has not seen russia actually take steps that suggest it would use nuclear weapons in the war against Ukraine, but reiterated that the US takes russian president vladimir putin's nuclear saber-rattling «very seriously» (CNBC, 6.09.2023). З'ясовано, що метафора «take steps» утворює ряд із дієсловами «to move», «to act», «to decide», основною семою такого ряду стає сема «діяти». Надалі співставляємо наближені до метафори дієслова із словником тональності, і приписуємо кожному слову коефіцієнт тональності, середнє значення наближених до метафори дієслів кваліфіковано як позитивне +0,56. Отже, показник позивної тональності метафори є наближеним до коефіцієнта +0,50-0,60. Метафора «saber-rattling» співставляється із лексемами «threaten», «intimidate», «frighten», «bluff». Отже, дії росії сприймаються іноземними політиками крізь семантичний простір «saber-rattling». Сприйняття дій країни-агресора передано конструкцією «very seriously», її графічне оформлення дає можливість прийти до висновку, що конструкція вживається в переносному значенні – тобто несерйозно. Несерйозність сприйняття апелює до емоції «courage», виражає відсутність страху. Тобто за допомогою метафоричного переосмислення відбувається нагнітання страху, паніки на агресора.

The ghostly emptiness of the streets of Lyman in eastern Ukraine belies this city's strategic significance (CNN, 3.10.2022). Метафора формує відчуття ситуації в Україні в час війни і сприймається як *ghostly emptiness*, що викликає відчуття страху, жаху ситуації. Зв'язок метафори з емоцією «*fear*» супроводжується емоційним станом остраху, відчуження, залишеності.

Отже, можемо говорити про функцію посилення експресії й увиразнення образності метафорою. Так, скажімо, для увиразнення й інтенсивності переваг та програвів фіксуємо метафори в текстах:

«Lyman sits astride the supply lines of the russians. And they've used those routes to push men and material down to the south and to the west. And without those routes it will be more difficult. So this presents a sort of a dilemma for the russians going forward», Austin told reporters during a news conference at the US Indo-Pacific Command in Honolulu, Hawaii (The New York Times, 01.10.2022);

With putin's Ukraine invasion still less than two weeks old, it is already clear that the information war has been decisively lost (Atlantic Council, 22.03.2022)

У тексті *This pot of money allows the US to procure and purchase weapons from industry and send them to the country, instead of drawing directly from US stockpiles of weapons* (CNN, 29.09.2022) метафора слугує засобом запевнення та заспокоєння, пояснюючи ситуацію з поставками зброї, що знайдено альтернативу, яка дозволить не брати зброю із запасів США.

Функцію увиразнення виконує й **метонімія**. З іншого боку, метонімія стає відмінним заощадливим мовним засобом в тексті, оскільки узагальнює й конденсує в слові, короткому висловленні смисли низки лексем. Часто вживані метонімічні конструкції виявили в своєму складі такі компоненти як *Ukraine, russia's, USA, US House of Representatives*, ці одиниці концентруються навколо таких смислових позначень як допомога, підтримка України, засудження вторгнення росії. Так, роль подразників відповідних емоцій в метонімічних конструкціях виконують лексеми *providing, procure and purchase, voted to provide, spend*. Семантичні показники конструкцій об'єднуються спільною семою «допомога», «підтримка», що засвідчує емоцію схвалення, піднесення настрою, та

морально-вольову якість рішучість іноземних партнерів. Конструкція *accused each other* спрямована на виявлення непорозумінь між Україною та росією, що виявляє негативний показник 0,56 й є семантично наближеною до лексем суперечка, конфлікт, дискусія.

In order to continue providing Ukraine with weapons to counter russia's offensive, the bill allocates an additional \$3 billion for the Ukraine Security Assistance Initiative. This pot of money allows the US to procure and purchase weapons from industry and send them to the country, instead of drawing directly from US stockpiles of weapons (CNN, 03.10.2022).

russia and Ukraine have accused each other of acts of nuclear terrorism.

The \$12 billion in additional funding for Ukraine provides money for the US to continue sending weapons to replenish US stocks that have been sent to the country over the past seven months during the ongoing conflict (Reuters, 26.09.2023);

The phone call came a couple of days after the US House of Representatives voted to provide around \$12 billion for Ukraine. The House also requires the Pentagon to report on how US dollars have been spent there (The Washington Post, 11.09.2023);

Відзначимо, що для медіатекстів є характерним звернення до історичних подій, фактів, тобто до прецедентності. Звернення до історичних подій, фактів, назв політичних термінів може бути пояснено тими обставинами, що такий спосіб подачі тексту відзначається достовірністю, через звернення до фактів, доведення правоти через досвід експолітиків, аргументація власних дій через посилення на факти, дати назви, прийняття рішень законів тощо. Такий різновид прецедентності виявляє нейтральні показники (Рис. 3.13.), й відповідно доповнює нейтральність цілого тексту:

Presidents of 9 NATO countries support Ukraine's membership: «The presidents of the Czech Republic, Estonia, Latvia, Lithuania, North Macedonia, Montenegro, Poland, Slovakia and Romania expressed their firm support for the decision of the 2008 Bucharest NATO Summit regarding the future membership of Ukraine in the Alliance».
The statement said: «We reiterate our support for the sovereignty and territorial

integrity of Ukraine. We do not recognize and will never recognize russian attempts to annex any Ukrainian territory» (CNN, 3.10.2022).

Approximate classification rationale: I reallCzech Republic [proper noun], Estonia [proper noun], Latvia [proper noun], Lithuania [proper noun], North [proper noun] Macedonia [proper noun], Montenegro [proper noun], Poland [proper noun], Slovakia [proper noun] and [sentence: 1,-1] [result: max + and - of any sentence][trinary result = 0 as pos=1 neg=-1]

Approximate classification rationale: Presidents of 9 NATO [sentence: 1,-1] [result: max + and - of any sentence][trinary result = 0 as pos=1 neg=-1]

Рис. 3.13. Нейтральні показники прецедентних одиниць.

Натомість цитація слугує більш експресивним засобом й аналізується у нашій роботі як емоціогенний засіб формування полярності тексту, оскільки поєднує в собі лексеми з різними емотивно-оцінними показниками.

Скажімо, цитата у висловленні Папи Франциска вибудована на поєднанні різних емотивно-оцінних лексем. Ситуація в Україні ототожнюється з поняттями *devastating, dangerous and concerning conflict, wound that keeps on bleeding, humanity*. Тобто ці лексеми привносять у смислове ядро топоніму Україна емосеми «руйнація», «небезпека», «непримирення», «біль», «трагізм», «страх», «трагізм для людства», з іншого боку, ці одиниці моделюють емоційний канал для сприйняття й інтерпретації подій в Україні й повинні б викликати емоції занепокоєння, страху, жорстокості, усвідомлення трагізму війни. Не виключаємо залучення цих емоціогенних одиниць заля функції маніпулювання, оскільки у контексті зазначені емоції пов'язано тільки із терміном Україна, відсутнє пряме номінування подразника окреслених подій й трагічних наслідків. ін,

Pope Francis said «The war in Ukraine has turned into a devastating, dangerous and concerning conflict – a humanity «wound that keeps on bleeding» and risks expanding (CNN, 03.10.2022).

У ще одній цитаті основні лексеми зосередження на припущені (інтенціональне дієслово *think*) відсутності переваги ворога. «*I think that the idea that they represent some technological leap ahead, frankly, we're just not seeing borne out in the data*», Baker added (CNN, 17.10.2022). Текст виявляє зв'язок з емоцією *disapproving, disappointed*. Ймовірно, така тональність тексту детермінована тією обставиною, що конструкція *we're just not seeing borne out in the data* слугує запереченням конструкції *they represent some technological leap*. Відзначимо, що заперечувальні частки як неперифікаційні маркери самі по собі виражають негативні оцінні конотації, що й пояснює негативну тональність тексту. Однак, з огляду на текстові умови, на зв'язок ситуації з відсутністю переваги ворога, текст сприймається як позитивний, зумовлюючи піднесений стан й веселість реципієнта.

Емоцію «*pleasure*» й «*joy*» зафіксовано за текстом «*The situation remains grave*», Denis Pushilin said, quoted by the DPR's official Telegram channel. «*Our forces are withstanding the onslaught, reinforcements are being brought up*» (CNN, 30.09.2022). З самого початку ситуація репрезентується читачеві як негативна, про це сигналізує лексема «*grave*», яка належить до синонімічного ряду *serious, important, all-important, profound, significant, momentous, weighty, acute, urgent, pressing, exigent, pivotal, precarious, touch-and-go, life-and-death, in the balance, dire, terrible, awful, dreadful, alarming, drastic, sore, perilous, hazardous, dangerous, risky, egregious*. Такий синонімічний ряд об'єднаний семами «небезпека», «складність, загострення обставин», «невдача». Надалі фіксуємо, що суб'єктом надання оцінки ситуативності є онім Пушилін, який, резонуючи в пам'яті реципієнта, асоціативно співвідносить цей суб'єкт із класом ворогів. Отже, ситуативно визначаємо зв'язок складності, негативності ситуації саме з ворогом, що викликає емоцію зловтішання над ворогом. Надалі важкість ситуації визначається лексемами *withstanding the onslaught, reinforcements are being brought up*, які вказують на потенційну поразку через здобуття таких сем як «неготовність», «марні старання».

Апеляцію до усвідомлення неправомірного вторгнення росії, її поразки та засудження на міжнародній арені передано висловленням: *When vladimir putin sent up to 200,000 soldiers into Ukraine on 24 February 2022, he wrongly assumed he could sweep into the capital, Kyiv, in a matter of days and depose the government. After a series of humiliating retreats, his initial invasion plan has clearly failed, but russia's war is far from over* (BBC, 24.02.2023);

Емоційний заклик про допомогу фіксуємо у висловленні Володимира Зеленського: *«I don't need a ride, I need ammo»* (BBC, 23.02.2023). Так, емоційно-нейтральні лексеми *ride, ammo* диференційовано мовцем на важливі й не важливі. Важливість приписано лексичній одиниці «ammo», яка є вираженням потреби української армії. Лексема «ride» асоціативно резонує з подіями, коли європейські лідери запропонували українському президентові евакуацію з України. Емосема рішучість активується через заперечення *I don't need a ride*, й водночас простежуємо формування чіткого бажання й прохання щодо допомоги. Осмислення допомоги відбувається через метафоричне переосмислення лексеми «ammo». Важливо, що в цілісності семантика висловлення спрямована на заклик про допомогу й на важливості цієї допомоги. Машинне обчислення засвідчує зв'язок висловлення із емоціями «disapproving», «annoyed», вочевидь подразником яких стають пропозиції політиків президентові покинути країну.

З одного боку, звернення до вживання лексичних сполучень в медіатекстах можливо пояснити економністю з огляду на їхнє використання в тексті, з іншого боку, – ці одиниці слугують потужним засобом вираження експресії тексту, його прагматики, а відповідно – подразниками емоцій. З'ясовано, що стилістичні засоби, синтаксичні конструкції у медіатекстах про війну в Україні репрезентують як негативну, так і позитивну та нейтральну тональність.

3.2. Інтерпретація символізму власних українських назв в медіатекстах англomовних ЗМІ: сентимент-аналіз

Аналізуючи англomовні медіатексти спостерігаємо тенденцію до використання власних назв, топонімів авторами текстів. Це явище може бути пояснено тим, що з початком війни в Україні росія привносить низку жахливих, трагічних подій в українські міста, а, отже, кожне місто має «свою трагічну історію», яка вербалізується й експлікується на рівні тексту різними мовними засобами.

Топоніми слугують виразниками експресії, символічності й глибинних смислів тексту. Так, науковці відзначають, що «топонім отримує емоційно-оцінно-експресивні конотації й у процесі нарощування конотацій набуває значення символу» [за Т. М. Можаровою, 67, с. 117]. Відзначимо, що за межами тексту, топоніми, власні назви позначають єдине в своєму роді поняття, не відображають додаткових конотацій. Натомість, потрапляючи в текст, ці одиниці, внаслідок контекстної взаємодії з його іншими компонентами, набувають додаткових кваліфікаційних ознак, нашаровують нові значення.

У нашому дослідженні пропонуємо аналізувати топоніми, власні назви з огляду на такі обставини:

1. Семантичний аспект. В межах семантичного аспекту пропонуємо розглядати власні назви, топоніми як дуальні структури, які, функціонуючи в контексті здобувають додаткові смислові показники, тобто відтворюють додаткові смисли.

2. Тональний аспект. В основу дослідження тональності топонімів покладено ідею О. П. Воробйової про смисловий резонанс у тексті [21]. Виконуючи символічну функцію, ці одиниці шляхом асоціації повинні резонувати з пам'яттю реципієнта й, як наслідок, активізувати у нього емоції, думки та відчуття.

3. Когнітивний аспект. Когнітивний аспект передбачає дослідження власних назв, топонімів як носіїв символічних, культурологічних значень, що зберігаються в дискурсивній пам'яті осіб.

4. Функціональний аспект. Аспект використано задля аналізу функціонального навантаження цих одиниць саме в межах контексту.

Аналізуючи англомовні медіатексти фіксуємо наступний набір параметрів за топонімами:

- 1) розширення смислового ядра; здобуття емосем, набуття тональності;
- 2) національно-культурна орієнтованість;
- 3) символічність;
- 4) асоціативний потенціал;
- 5) метафоричність;
- 6) перехід до розряду прецедентних феноменів.

З огляду на зібраний фактичний матеріал за період від 25.02.2022 до 31.08.2023 фіксуємо такі власні назви у символічній функції: *Azovstal* (74 слововживання), *Bucha* (48), *Borodyanka* (19), *Crimea* (11), *Chernihiv* (8), *Hostomel* (37), *Irpin* (32), *Kharkiv* (34), *Kherson* (64), *Kyiv* (93), *Mariupol* (29), *Mykolaiv Regional State Administration* (40), *Mykolaiv* (41), *Svobody Square in Kharkiv* (12), *theater in Mariupol, the train station in Kramatorsk* (22), *Okhtyrka* (6), *Volnovakha* (14).

Варто відзначити, що когнітивне сприйняття топоніма відбувається з огляду на події, пов'язані з цим топонімом, що спричинила війна росії проти України. Застосування цих лексем у символічній функції розраховане на смислове резонування із пам'яттю читача, а звукове і графічне оформлення цих одиниць у тексті сприймається як подразник, що викликає емоцію й асоціацію щодо подій, пов'язаних з топонімом.

Застосунок сентимент-аналізу визначає топоніми як proper names з нейтральною семантикою. Однак функціонування цих одиниць у контексті зумовлює динамічні зміни у їхній смисловій структурі та призводить до набуття

тональності, що пов'язано насамперед з кореляцією топонімів із іншими одиницями контексту.

Задля проведення сентимент-аналізу й визначення емоцій, пов'язаних з топонімами, ми розглянули сполучуваність власних назв з іншими компонентами тексту. Кореляція топонімів із дієсловами становить 86%, прикметниками та прислівниками – 14%. Зафіксовано топоніми у їхній сполучуваності із дієсловами руху, переміщення: *to leave Bucha, flee from Irpin, left Kherson with fear and desperation, escape from Bucha, evacuate civilians from Kherson, move, run under fire from Hostomel*. Так, корелюючи із цими дієсловами руху, топоніми отримують негативну конотацію й слугують позначенням місця, від якого хочеться втекти, яке необхідно покинути. Розглянемо емоції і психоемоційні стани, які можуть входити до семного поля цієї групи. Семантика дієслів, руху переміщення, у англомовних текстах про війну в Україні репрезентована крізь моделювання ситуацій, коли сім'ї повинні залишати рідні міста, домівки, втікати задля безпеки у сховища. Такі дії характеризуються почуттям невпевненості у безпеці, страхом, стурбованості щодо власного виживання та іншими емоційними відтінками, такими як:

усвідомлення інстинкту самозбереження, коли сім'я повинна втікати із Бучі, щоб зберегти життя: *We saw people shot in the street. We understood that it was about our lives, the lives of our children, that's why we had to leave Bucha at our own risk* (CNN, 20.03.2022); *While thousands of Ukrainians have managed to escape bombarded towns and cities, Mariupol, Bucha, Izyum and other areas remain isolated.* (BBC, 10.03.2022).

усвідомлення відповідальності за дітей, за життя дітей, жага до життя: *I didn't want to leave the house, but the sounds of explosions forced me to flee to save the lives of my children — says Alla from Borodyanka* (BBC, 10.03.2022);

усвідомлення небезпеки: *War in Ukraine: «It's hell, it's really hell» — Families flee bombs in Irpin; russian troops hit the railway station in Kramatorsk, where thousands of people were waiting for evacuation; «It was hell»: Families split apart as refugees flee besieged Ukrainian city of Irpin* (BBC, 12.04.2022). Звісно, війна,

розпочата росією, як зовнішній чинник провокує емоцію страху та паніки, однак, лексеми *bombs, hit, split apart flee*, що експлікують поведінку ворога у війні викликають такі реакції у реципієнта як злість, роздратування та осуд, хоч експліцитних маркерів таких емоцій у тексті не спостерігаємо, однак, асоціативний аналіз та аналіз тональності тексту вказує такий зв'язок: *fear* – 0,96, *panic* – 0,76, оскільки ці емоції є реакцією суб'єкта на небезпечні обставини.

Взаємодія топонімів з перцептивними дієсловами та дієсловами відчуттів у спільному контексті розкриває трагічні події, які відбулись в українських містах. Основною метою такої кореляції є активація відповідних емоцій у реципієнта. Фіксуємо сполучуваність із перцептивними та когнітивними дієсловами: *to see, to see people shot on the streets, hear, to listen, to feel to the touch, to freeze, to examine, to look, to feel, to understand, to comprehend, to think, analyze*; із дієсловами на позначення відчуттів: *to be afraid, to hope, to feel, to cry, to be in despair, to panic, to be angry, to doubt, to suffer, to suffer, to feel pain, to be sad; laugh, cry, shout, cry from happiness, scream from fear, smell*. Топоніми функціонують у текстах як метафоричні символи на позначення негативних явищ таких як, смерть, вбивства, втрата рідних, агресія росії та психоемоційних станів, пов'язаних з цим. Кореляція топонімів із виокремленою групою дієслів виявляє зв'язок із такими топіками як: війна, насильство, смерть, життя, виживання, місце страждань, а, отже, топоніми отримують здатність виражати емоції, пов'язані з цими станами та обставинами. За К. Ізардом, однією із базових емоцій, що має наслідком занепад духу, відчуття безвиході, є горе та страждання, які, в свою чергу, додатково активують почуття залишеності, жалісності до себе [за 167]: «*We already smelled death*», a 17-year-old girl told what she experienced in Mariupol since the beginning of the war (Skynews 28.03.2023). Тональність тексту кваліфіковано як негативну з коефіцієнтом зв'язку з емоцією «*fear*» 0,67.

Важливою емоцією у текстах і з залученням топонімів є «*sadness*», що виникає внаслідок розуміння чи згадки про трагічні події, спричинені в українських містах агресором:

«It hurts to think about Azovstal», the surgeon smuggled into Mariupol to save Ukrainian soldiers (Twitter, 19.05.2023);

But for weeks now, the world has been gripped by the battle raging over the steelworks on the coast of the Sea of Azov. We listen to the news about Azovstal and it is scary (CNN, 29.04.2023). Сполучення топонімів із дієсловами на позначення жорстоких дій *killed in line for food and water, to bomb, to shoot, occupy, steal, to abuse people* слугує метафоричним вираженням концептуального значення «злочини агресора», дієслова такої групи об'єднані емосемами «страждання», «біль», «смуток».

Сполучення топонімів із дієсловами у конструкціях *defend Kharkiv, support Irpin, Bucha and Mariupol, deoccupy Mykolaiv, have an advantage over Kherson, expel the enemy from Bucha* викликає спектр піднесених емоцій. Такі конструкції слугують подразниками, що викликають емоцію радості, надії, відчуття піднесеності.

За сполученням топонімів із дієсловами на позначення неінтенсивних дій фіксуємо привнесення у тексти нейтральної семантики: *hid in the theater, looked for safe places, wait for help, intimidated people, to look for a safe place, to help, to hide, to look for food; to pray, to liberate, to calm, share food*. До прикладу: *In Mariupol I had to get to the line with food and water and get them, even at the cost of life for my children, for me, for my neighbors in the basement* (CNN, 11.04.2023) (Див. Рис. 3.5).

The text «I had to get to the line with food and water and get them, even at the cost of life for my children», has positive strength **1** and negative strength **-1**

Approximate classification rationale: I had to get to the line with food and water and get them, even at the cost of life for my children, [sentence: 1,-1] [result: max + and - of any sentence][trinary result = 0 as pos=1 neg=-1] (English

Рисунок 3.14. Демонстрація нейтральної тональності в тексті.

Якщо дієслова у кореляції з топонімом виявляють безпосередній зв'язок з емоцією, виконуючи функцію подразника, оскільки є виразниками позитивних / негативних дій, а відповідно дія резонує з емоцією, то прикметники в такій взаємодії слугують тільки інтенсифікаторами уже викликаної емоції: фіксуємо такі прикметники-інтенсифікатори: *powerful, devastating, sleepy, sleeping, disappointed, touched, saved; unhappy, annoyed, in a panic, alive, wounded: Dead panic and fear came to sleeping Bucha, there was no sense of security.*

Варто відзначити, що процес символізації й метафоризації виявляє інтенсивний вплив на смисл топоніма, тобто необхідно говорити про динаміку його смислової структури, перехід у клас емоційно-оцінної лексики. Такий процес зумовлює зміщення у смисловій структурі топоніма, ядрові семи відходять на периферію, а периферійні, здобуті внаслідок кореляції з атрибутами, входять в структуру ядра. Порівнюємо тексти:

1) *Irpin is one of the most picturesque and legendary cities of Kyiv region.*

(2) *They came on foot, in an endless stream — trying to outpace the russian shells laying waste to their hometown. There were families with children in strollers clutching stuffed toys, young mothers with babies in arms, and the elderly moving as fast as their years would allow. Most were silent. Some were weeping. At the edge of Irpin there was urgency, panic, and anguish. It felt like we were witnessing the death of a city. "Everything is bombed," said Valentina, as she rushed past us, fleeing her home and her life with just a single bag over her shoulder. "There are no lights," she said, "there's been no electricity, no gas, and no internet for two to three days. People are sitting in the basements and kids are sick there."* (BBC, 7.03.2022).

У тексті 1 топонім Ірпінь експлікує лише семантику на позначення красивого міста *one of the most picturesque and legendary cities*. У тексті 2 спостерігаємо смислову трансформацію цієї ж назви, відхід від власне топонімічної орієнтованості. Топонім, функціонуючи в тексті, й, взаємодіючи з його іншими конститuentами, зазнає розширення смислового ядра й водночас набуває символічних й національно-культурних ознак. Концептуальне значення топоніма зумовлене його контекстним оточенням, зокрема такими лексемами як:

urgency, panic, and anguish. the death of a city, everything is bombed, no lights no electricity, no gas, no internet, є результатом метафоричних переосмислень топоніма. Ірпінь це – руїна, паніка, хаос, туга, відсутність комфорту; Аналізуючи текст 2 можна виокремити кілька смислових парадигм в межах топоніма Ірпінь:

1) Ірпінь – рідне місто: *their hometown*;

2) Ірпінь – як позначення жителів, сімей, що тікають від війни: *families with children in strollers clutching stuffed toys, young mothers with babes in arms, the elderly moving as fast as their years would allow*;

3) Ірпінь – хаос, злиденність, страх, смерть, наруга над жителями російською армією: *urgency, panic, and anguish, everything is bombed*

4) Ірпінь – як відображення життя, виживання в час війни: *no electricity, no gas, and no internet for two to three days. People are sitting in the basements and kids are sick there*. Очевидно, що разом з розширенням своїх смислових меж топонім відбиває й ознаку символічності, символізуючи водночас страждання, життя, бажання українського народу вижити, нищість та безжальність нападників. Програмне забезпечення кваліфікує негативність тексту -1 (Рис. 3.15).

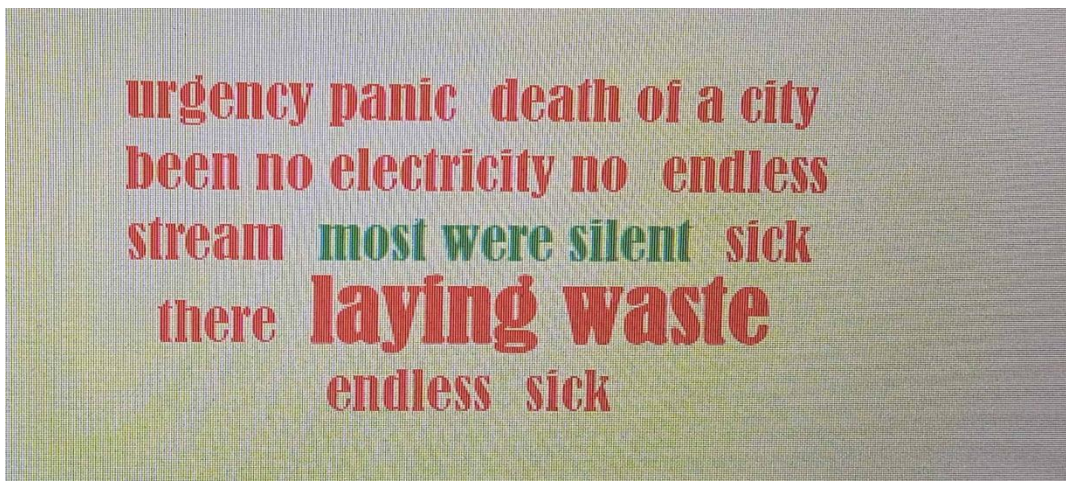


Рис. 3.15. Показники негативної тональності тексту 2.

Топонім, у кореляції з контекстними одиницями, зосереджується на таких емоціях як: страх за життя, відчуття самозбереження: *They came on foot, trying to outrace the russian shells* відчуття панічних настроїв, хаосу, відчуття зруйнованого життя: *urgency, panic, and anguish, the death of a city, bombed; sitting in the basement, kids are sick*; відчуття покинутості: *fleeing her home and her life with just a single bag*

over her shoulder відчуття сумніву, незнання: «*Most were silent. Some were weeping; відсутність відчуття комфорту: no lights*», *she said, «there's been no electricity, no gas, and no internet for two to three days*».

Отже, власна назва розвиває асоціативні ряди, які реципієнт повинен декодувати завдяки фоновим знанням. Топонім, функціонуючи у контексті, виконує більше, ніж номінативну функцію, він асоціативно співвідноситься із культурними подіями, а відтак активізує ознаку національно-культурної орієнтованості. Можемо стверджувати, що топоніми, які зафіксовані у текстах про війну в Україні, тісно пов'язані й занурені у культуру, оскільки відбивають суспільно-культурні події міста, яке позначають, зокрема й країни загалом. Так, топонім Ірпінь відображає трагічні події, коли російська армія намагалась захопити місто, тримаючи в паніці й страху його жителів, вбивала та катувала їх. Можемо дійти до висновку, що топоніми у контекстах функціонують у позиції символічних метафор, виразників трагічних подій, що відбуваються в містах України під час війни. Їхня взаємодія з дієсловами має наслідком формування загальної тональності тексту й резонанс з емоцією.

Під час сентимент-аналізу вдалося з'ясувати, що у текстах з виокремленими топонімами превалує негативна тональність 72%, 23% припадає на змішану тональність, і лише 5% становить позитивна тональність тексту (Рис. 3.16.)

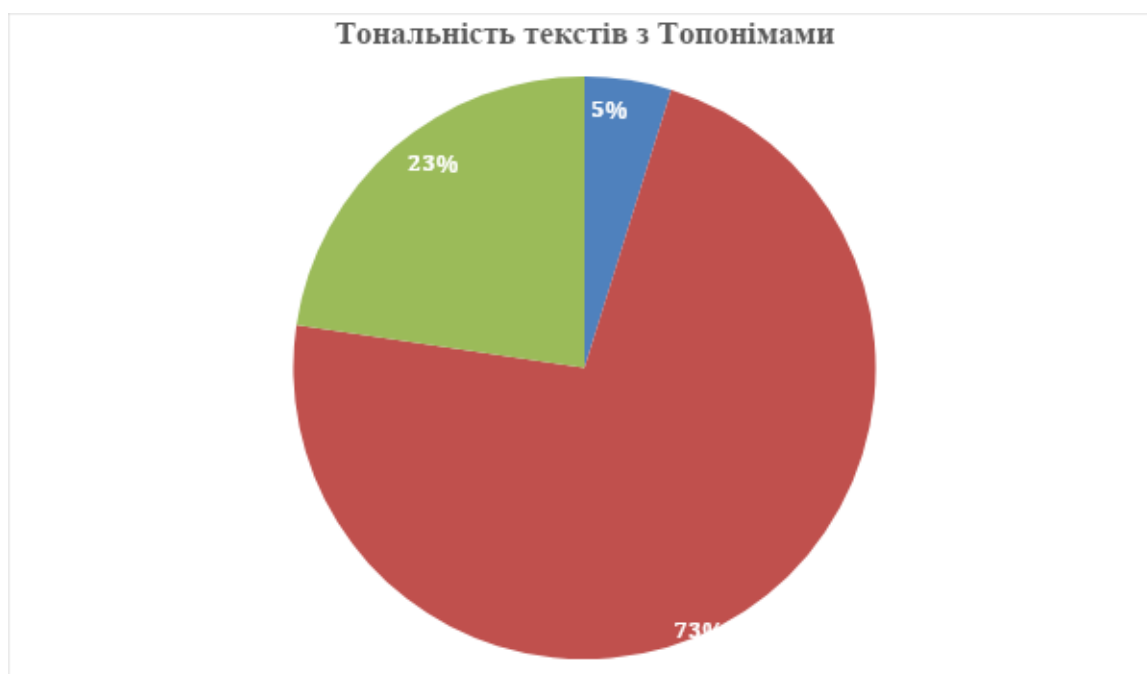


Рис. 3.16. Тональність текстів з топонімами. Зелений колір – змішана тональність; червоний – негативна тональність; блакитний – позитивна.

Отриманий результат може бути пояснений тим, що топоніми у текстах про війну в Україні, асоціативно співвідносяться у пам'яті реципієнта з негативними подіями, які в свою чергу резонують з відповідними негативними емоціями, слугують їхніми подразниками. У нашому дослідженні доводимо положення про те, що топонім поряд із його семантичними змінами відображає здатність акумулювати й транслювати культурну інформацію, виражати національну специфіку, культурний досвід українського народу, його ментальність. Тобто можемо говорити про «інтердискурсивну пам'ять», збережену в семантичній структурі цієї одиниці. Інтердискурсивна пам'ять полягає у зв'язку топоніма із культурною спадщиною й духовними надбаннями народу.

Топоніми експлікують такі теми як: агресія ворога, звірства російської армії в українських містах, страждання людей, що мають наслідком відчуття паніки, відчаю, страху, відчуття залишеності, втрати чогось: *It was the first days of the war, a lot of civilians from Irpin, Bucha and Gostomel tried to leave and escape, but not everyone was lucky; And then came spring. New attacks, new wounds, new pain. Everyone saw the true nature of our enemy. The shelling of the maternity hospital, the drama theater in Mariupol, Mykolaiv Regional State Administration, Svobody Square*

in Kharkiv, the train station in Kramatorsk. We saw Bucha, Irpin, Borodyanka. The whole world clearly realized what the russian world really means. What russia is capable of (Twitter, 27.08.2022). Як уже зазначалось, для англомовних медіатекстів характерне накопичення іменників. Нагромадження цих одиниць не тільки увиразнює текст, але вони й, зазнаючи метафоричних переосмислень, здійснюють символічну функцію; *War in Ukraine: «It's hell, it's really hell» — Families flee bombs in Irpin* (BBC, 7.03.2022). Можемо виокремити у тексті порівняння «Ірпінь – пекло», що має наслідком метафоричне переосмислення топоніма. Варто наголосити, що відбувається перерозподіл смислу топоніма, перерозподіл його ядрових сем. Топонім зберігає основну сему «місто», однак, нарощує нові семні показники через взаємодію з лексемою пекло. Смысл топоніма Ірпінь утворено у тексті за допомогою сем «місто», «страх», «морок», «пекло». Саме такі трансформації у смисловій структурі топоніма призводять до його метафоризації;

Змішана семантика є результатом функціонування топонімів у текстах на тематику про підтримку українських міст, акції та мітинги за кордоном про допомогу й підтримку українцям, вираження солідарності й співчуття Україні, містам, деокупацію цих міст: *russia's «despicable attacks» on innocent Ukrainian civilians in Bucha and Irpin are «yet more evidence» of war crimes, Prime Minister Boris Johnson has said; The BBC's Jeremy Bowen said at least 20 dead men, some with their wrists tied, were found on the streets of Bucha* (BBC, 07.03.2022). Тексти крізь призму мовлення іноземних політиків передають атмосферу розуміння та стурбованості, що детермінує такі відчуття як співчуття й хвилювання; Неконкретність повідомлюваного стає чинником проектування емоцій незрозумілості, підозри: *russian president vladimir putin has ordered his troops to seal off Ukrainian defenders inside the besieged port city of Mariupol; mr putin told forces to abandon plans to storm the sprawling Azovstal steel works there, where Ukraine is still resisting the invaders* (BBC, 21.04.2022). Конструкція *where Ukraine is still resisting the invaders* слугує прямою вказівкою на відчайдушність, нескореність українських воїнів, хоча сентимент конструкції має коефіцієнт нейтральності 0,17 – тобто наближений до позитивної тональності; натомість почуття незрозумілості й підозри активується

у лексемах на позначення дій путіна, які є нечіткими для автора; *A drone attack on an ammunition depot in Crimea has led to civilian evacuations and disrupted transport, russian authorities have said. Sergei Aksyonov, the russian-installed governor of occupied Crimea, said Ukraine was behind the attack, without providing evidence* (APA, 23.07.2023);

Позитивна тональність зафіксована у текстах такої тематики як життя містян після деокупації, зустріч жителів з українською армією під час визволення, у висловленнях лідерів про морально-вольові якості українців. Ці тексти виявляють зв'язок з емоціями сподівання, відчайдушність, гордість: *Zelenskyu gives the honorary title «Hero City» to Kharkiv, Chernihiv, Mariupol, Kherson, Hostomel, and Volnovakha* (The News Insight, 7.03.2022).;

Officials in Kyiv portrayed the win as a sign of success to come in Ukraine's war with russia, and Kalush Orchestra used the Eurovision stage to call for help for Mariupol and the soldiers holding out there inside the Azovstal steel plant (The Washington Post, 15.05.2022);

At the same time, the world saw what Ukraine is capable of. These are the new heroes. Defenders of Kyiv, defenders of Azovstal. New feats performed by entire cities. Kharkiv, Chernihiv, Mariupol, Kherson, Mykolaiv, Hostomel, Volnovakha, Bucha, Irpin, Okhtyrka. Hero Cities. The capitals of invincibility. New symbols. And with that, new assessments and forecasts for Ukraine (Yahoo News, 24.02.2023)

Цікавим, на наш погляд, є використання загальних іменників у позиції власних назв. Перехід іменників з розряду загальних у розряд власних назв підтверджує нашу ідею про вплив контексту на різноманітні частини мови й відхід медіатексту від усталених норм. Розглянемо контекст: *A Ukrainian mine-sniffing dog has been given a medal for his services to the country since russia's invasion. Patron, a Jack russell terrier, was presented with the award by Ukraine's President Volodymyr Zelenskyu at a ceremony in Kyiv* (BBC, 09.05.2022).

Очевидно, що іменник патрон функціонує у значенні власної назви, імені собаки. За «Великим тлумачним словником української мови» одне із значень іменника патрон – це «з'єднані гільзою в одне ціле, куля або дріб із порохом»

зарядом і капсуль із запальником» [212]. Нерідко іменник застосовують на позначення багатої, впливової особи, хазяїна фірми, заступника тощо. Перехід іменника із загальної до власної назви засвідчує його графічне оформлення, написання з великої літери, та застосування його як атрибута до лексеми *dog* / *собака*, як засобу його найменування: *A Dog-Patron, a Jack russell terrier, was presented with the award by Ukraine's President Volodymyr Zelenskyu at a ceremony in Kyiv.*

Перехід загальної назви у власну має наслідком зміщення тональної семантики. Проаналізуємо: лексема *dog* кваліфікована як нейтральна; натомість у контексті спостерігаємо зміни показника у бік позитивної тональності 0,59. Лексема *dog*, внаслідок взаємодії з іншими компонентами в тексті, отримує зелене забарвлення – тобто її тональність зрушується у бік позитивної (Рис. 3.17)

Products - Demo - Services - Pricing Blog Contact - log off

Our demo service uses generic models trained on real user's comments, product, service opinions. In order to get specific results that are tailored to your domain, please consider training your own [sentiment model](#).

Please enter your text in **english*** for analysis or leave default one.

A Dog-Patron, a Jack Russell terrier, was presented with the award by Ukraine's President Volodymyr Zelensky at a ceremony in Kyiv.

Twitter-like content

A Dog-Patron, a Jack Russell terrier, was presented with the award by Ukraine's President Volodymyr Zelensky at a ceremony in Kyiv. **jack russell terrier Jack Russell**

This document is: **positive (+0.61)** ⓘ **Magnitude: 0.76**

Subjectivity: **unknown**

Score Range negative neutral positive
 -1 -0.25 +0.25 +1

Products - Demo - Services - Pricing Blog Contact -				log off
Detected Entities		Type	Magnitude	Sentiment Score
Jack Russell		PER	1.00	+0.692
Ukraine		LOC	0.01	+0.248
Kyiv		LOC	0.01	+0.247
Detected Themes			Magnitude	Sentiment Score
jack russell terrier			1.00	+0.692
Detected Keywords			Magnitude	Sentiment Score
presented			0.003	+0.249

Рис. 3.17. Демонстрація зміни тональності лексеми.

Перехід із загальної назви у власну фіксуємо у тексті: *Amid the ongoing russian invasion of Ukraine, the «Ghost of Kyiv» was making the rounds because of his spectacular airborne skills as a fighter pilot.*

Так, на американському телеканалі (рис. 3.18.) виходить репортаж про вправного київського льотчика, який отримав псевдонім «Привид Києва»/«*Ghost of Kyiv*». Іменник привид переходить в розряд власних назв й виконує номінативну функцію по відношенню до іменника льотчик.



Рис. 3.18. Репортаж на телеканалі WION про Привида Києва.

Щодо функціонального навантаження топонімів побутує думка, що вони виконують у тексті такі функції як характеризувальну, номінативну, фонову й описово-зображальну [108, с. 106]. На нашу думку, потребують уточнення характеризувальна й описово-зображальна функція, оскільки видаються тотожними й різняться тільки термінологічно.

Виходячи із власних спостережень, можемо додати, що поряд з символічною функцією, за топонімами у медіатекстах фіксуємо такі функції:

- інформативну : *Ukraine war: A baby born under bombardment in Bucha* (BBC, 15.03.2022);

- номінативно-характеризувальну : *The small town of Bucha, 30km (18.5 miles) from the capital Kyiv, had come under relentless bombardment since the start of the war* (BBC, 15.03.2022);

- концептну: *These are the new heroes. Defenders of Kyiv, defenders of Azovstal. New feats performed by entire cities. Kharkiv, Chernihiv, Mariupol, Kherson, Mykolaiv, Hostomel, Volnovakha, Bucha, Irpin, Okhtyrka. Hero Cities. The capitals of invincibility. New symbols* (WordPress, 31.12.2022);

- культурологічну: *The Kerch Bridge is a hated symbol of the russian occupation* (BBC, 12.08.2023);

- експресивну: *On 16 March, the occupying forces dropped a powerful bomb on the Mariupol Drama Theatre, where people who lost their homes were hiding* (Reuters, 16.03.2022).

Отже, топоніми поряд із наданням інформації й характеризованням відбивають зв'язок із культурою й, резонуючи із пам'яттю реципієнта, направляють його до певних суспільно-культурних подій, а відтак – викликають й відповідні емоції, емоційні реакції на ці події.

3.3. Сентимент-аналіз фейкових новин про Україну в англомовних ЗМІ

Автори англомовних медіатекстів про війну в Україні залучають низку вербальних засобів у ролі когнітивних і соціально-психічних подразників задля реалізації комунікативних тактик впливу на свідомість й управління поведінкою масової аудиторії. Нерідко інструментом впливу та управління стає дезінформація, тобто подання фейкових новини. У нашому дослідженні послуговуватимемось дефініцією фейку М. Кіци, що фейк – це субвид дезінформації, який полягає у навмисному поданні неправдивої інформації [49, с. 2]. Фейкові медіатексти кваліфікуємо як медіатексти, що містять частково або повністю неправдиву інформацію, яким притаманне неточне, викривлене інформування аудиторії, що подається як достовірне, з метою психологічного впливу на неї.

Задля сентимент-аналізу було обрано 50 фейкових новин із англомовних медіатекстів про війну в Україні. Наявність спотворення інформації у цих медіатекстах було перевірено інтернет-ресурсом FactCheck. org, який створено задля простежування фейковості новин. Отже, першим етапом було зібрання медіатекстів із неправдивою інформацією, застосовуючи цей ресурс. Наступний етап – ідентифікаційний. На цьому етапі виокремлено вербальні засоби подачі неправдивих новин. На останньому етапі було з'ясовано тональність фейкових текстів та їхні зв'язки з емоціями.

Відзначимо, що основними завданнями фейкових новин в медіатекстах про війну в Україні є:

- здійснення психологічного впливу, тиску, маніпуляції;
- відволікання від правди;
- розпалювання конфлікту всередині країни;
- нагнітання страху й паніки;
- плямування репутації;
- заплутовання аудиторії, щоб приховати правду.

Однією з головних емоцій у фейкових новинах щодо України виявляється страх, як найвпливовіша емоція.

Провідними причинами страху як найбільш сильного фактора поведінки виступають такі:

- 1) загроза дефіциту продуктів харчування й втрати усіх життєвих задоволень і зручностей,
- 2) загроза розлучення сімей,
- 3) економічні зміни,
- 4) поява ризику нападу і заподіяння шкоди.

Внаслідок застосування слів як подразників з'являються наступні соціально-психічні реакції:

- 1) поява хворобливих відчуттів і депресії;
- 2) посилення емоційної нестабільності, висока емоційна напруга;
- 3) раптові, глибокі і різкі трансформації в емоційно-афективному житті людини.

Когнітивне роздратування знаходить вираження у концентрації думок на лихах, у фокусі уваги на асоціаціях, думках та образах, прив'язаних до тяжких умов, актуалізації у процесах пам'яті репродуктивної уяви, сприйнятливості до фейкових повідомлень (навіюваність).

Відібрані вербальні засоби, які виконують функцію подібних подразників, представлені наявними ресурсами англійської мови зі значенням страху (*fear – an unpleasant emotion or thought that you have when you are frightened or worried or might happen*), доповненими текстуальними позначеннями цієї емоції (більше 100 номінацій із загальним числом контекстуальних вживань – 332).

Прийоми і тактики поведінкового впливу, які закріпили в англійській мові політичні концепції використання страху в зовнішній та внутрішній політиці держави (*fearmongering or scaremongering – the action of spreading stories that make people feel worried or frightened, scare tactic, cowing (intimidation), climate of fear, constructed fear, hate speech – public speech that expresses hate or encourages violence towards a person or group based on something*) засновані на нагнітанні страху

насильства, смерті, до того ж штучно створюваного, збереженні атмосфери занепокоєння і тривоги, нав'язуванні фобій образами ворогів, реальних та уявних, та застосовуються для виправдання цілей політичної лінії керівництва і виправдання тягаря військових витрат.

Вказані одиниці концентруються навколо страху як «чуттєво-емоційного» фактора поведінки, який вбирається кожним індивідом разом із усіма страхами того суспільства, тієї культури і місця, в котрому має місце процес соціалізації, забезпечуючи актуалізацію сильних неконтрольованих почуттів (гніву, ненависті тощо), пов'язаних із самозбереженням і вагомими сторонами буття людини.

Сентимент-аналіз фейкових новин щодо нашої країни в англомовних засобах масової інформації вказує на те, що їхні автори залякують читачів. Сьогоднішнє суспільство продовжує жити в атмосфері страху внаслідок двох світових воєн та сучасної третьої, котру розпочала російська федерація. Як наслідок, приходить усвідомлення розтрачених на війни трильйони доларів, відмови від цінностей (*We suspended our values*), використання методу тортур (*We embraced torture*), терактів, порушення міжнародного права (*We violated international law*), які свідчать, що вперше в історії суспільства загрозу життю представляє будь-яка людина в оточенні. Страх породжують різні форми кризи: в політиці, творчості, науці (*a war on science, creativity crisis*), агресивні політичні дискусії (*venom of political debate*), дискурс, що нагадує «бої в клітці» (*discourse is about a cage-match*).

В англомовних медіатекстах виникають лякаючі симптоми нового часу, котрі вказують на те, що світом керує страх: перетворення «холодної війни» (*Cold war*) на прохолодну (*Cool war*), сюди належать кібервійни (*cyber war*), котрі можуть продовжуватись безкінечно, поява кібернаціоналізму замість кіберінтернаціоналізму.

Стало більше зовнішніх ворогів країни після викриття шпигунської мережі хакерів Агентства національної безпеки Сполучених Штатів Америки: *It's China, India, russia. It's Saudi Arabia, it's Singapore, it's Brazil. After the NSA scandal, the russians, the Chinese, the Indians, the Brazilians*. Автори фейкових новин доходять

висновку, що світ руйнується (the world's coming apart), заклики громадськості до представників влади не одержують відгуку.

З-поміж проаналізованих 50 фейкових новин щодо України в англomовних засобах масової інформації, найбільш часто у контексті перелічених тем у ролі вербальних подразників застосовуються такі одиниці: *threat* (6), *crisis* (7), *danger* (7), *war* (*warfare, attack*) (8), *fear* (10). Ймовірно, автори дійсно чесні, стурбовані, переживають та хвилюються щодо майбутнього, однак, вони не відходять від традиції знаходити винуватців ззовні, акцентуючи на тому, що в однополярному світі життя людини було захищеним та безпечним. У текстах фейкових новин щодо України велика кількість перебільшень та перекручувань інформації. Таким чином, як відзначає О. Семченко, «важливим завданням інформаційної політики України повинне бути здійснення заходів щодо цілеспрямованого формування грамотного комунікаційного інструментарію» [97].

Хоча ефекти перебільшення і применшення за власною природою є антонімічними, в проаналізованому реченні вони виявляють спільну функцію – репрезентація України у негативному аспекті, тим самим слугують засобами формування негативного образу нашої країни.

Мовна тактика звернення уваги здійснює допоміжну роль у формуванні іміджу держави. Така тактика реалізується шляхом застосування емпатичних конструкцій, повторів та протиставлень. *On the contrary, russian officials hope to distribute one million passports in occupied eastern Ukraine by the end of 2020, transforming the region into a passport protectorate* (The Guardian, 11.09.2023). В речення залучено вставну конструкцію як протиставлення *on the contrary*, прагматичне завдання котрої, у цьому випадку, полягає в акцентуванні на критичних аспектах в процесі аргументації.

Прибільшення й негативізація образу України в фейкових новинах супроводжується негативними намірами й маніпуляцією. Важливо, що у таких контекстах нейтральні або позитивноконотовані лексичні одиниці здобувають протилежну полярність й відображають метафоричні нетипові поняття. До прикладу, висловлення *Kyiv started a war in Donbas* слугує засобом виправдання

війни, розпочатої росією. Виразником дій керівництва України стає конструкція *started a war*, яка справедливо займає місце в ряді експресивних одиниць. Тактика «навішування ярликів», приписування Україні агресивних дій щодо мирного населення Донбасу, підтримується нагнітанням негативних емоцій. Сама ж по собі лексема «war» ви'являє зв'язок з емоцією «angry», що супроводжується станами агресії, жорстокості. Такі емоції посилюються морально-вольовими якостями черствості, злоби, нелюдності і всі ці виявлені емотикони концентруються навколо лексеми Україна, що мали б слугувати її атрибутивними ознаками у цьому пропагандистському висловлюванні.

У тексті *The Zaporizhia NPP is the property of the russian federation, and Ukraine creates a nuclear threat with its provocations* (Aljazeera, 5.07.2023) одиниці *Zaporizhia NPP, Ukraine, create a nuclear threat, provocations* концентруються навколо страху й паніки як чуттєво-емоційні чинники поведінки суб'єктів під час зазначених обставин. Проведення сентимент-аналізу цих одиниць дало змогу зафіксувати їхню апеляцію до емоції *fear, concerns*, а надалі до стану паніки й розпачу. Ці одиниці кваліфікуємо непрямими репрезентантами небезпеки.

Отже, можемо підсумувати, що фейкові тексти, які спрямовані на негативізацію іміджу України, передбачають створення маніпуляції, спекуляції на почуттях й переконання задля виправдання агресора.

Ще одна велика група одиниць містить вербальні подразники іншого плану, котрі застосовують замість прямих репрезентантів страху опорні елементи, що неодмінно породжують дане почуття, котре ґрунтується на асоціативних зв'язках із умовами й обставинами, властивими для появи лих. Як і раніше злободенним лихом, залишається війна, тому в ході обговорення нових видів зброї масового знищення вербальні подразники беруть роль комунікативних інструментів нагнітання масового страху, відчаю, паніки тощо.

До того ж матеріалом для аналізу послужили новини в англійськомовних засобах масової інформації, котрі подають події, які проходять на території України, навпаки. Автори описують ситуацію у контексті нападу нашої країни під

керівництвом Північноатлантичного на російську федерацію, російський уряд проти воєнних дій, іншими словами, за мирне вирішення будь-яких непорозумінь.

Смислове навантаження головних елементів в тексті, насиченому військовою термінологією, окреслюється їхнім застосуванням у функції раціонально-емоційних подразників, які включають наступні одиниці:

1) засоби вказівки на військову перевагу ворога: *fire superiority over an adversary, the advantage in modern warfare, gain and sustain superiority; Ukraine Armed Forces available at higher readiness, achieve leverage superiority in firepower, superior long-term potential, secure advantage;*

2) засоби характеристики лідерів, котрі не викликають довіри: *using deception, more aggressive (behaving in an angry and violent way), less risk-averse (less unwilling to take risks or wanting to avoid risks as much as possible)* – компоненти в дефініціях наведених слів наголошують на готовності лідерів ризикувати, проявляти агресію та прагненні до насильства;

3) номінації ворога: *peer or near-peer adversary, advanced adversary, competitor, enemies, likely opponents, Ukraine separatists in russian;*

4) засоби позначення конфліктів та воєн, небезпечних для виживання людства: *high-intensity conflict, a prolonged conflict, a large-scale conflict, a protracted war, a war, a future war, would not be detected by U.S. air defense systems, launch an attack, trigger a war, disrupt and overwhelm enemies; nuclear escalation;*

5) номінації засобів масового знищення: *increased capabilities, arsenal of tactical and strategic nuclear weapons, strike weapons with extended ranges, coordinated coup de main, next-generation nuclear-capable weapons, U.S. missile shields «useless», intercontinental ballistic missile;*

6) засоби підкреслення мети України – розробки нових видів озброєнь із нападу і військових ініціатив: *conduct combat operations, feel compelled to attack, seek a conflict, seize the initiative, go on the attack, would fight, strong bias in favor of offensive action, missiles headed toward Florida's west coast.*

Окрім іншого, проаналізовані тести сповнені маніпулятивними посиланнями на історичні паралелі, які мають на меті викликати у масовій

свідомості картини трагічних подій, до того ж прикладами з недавнього минулого, які одержали відповідну ідеологічну й політичну оцінку в американських засобах масової інформації (*war in Georgia in 2008, seizure of Crimea in 2014, the trial in combat of new capabilities in Ukraine and Syria*).

Аналіз засвідчує, що в досліджених та подібних документах використовуються комунікативні тактики заміни понять та перенесення акценту із фактів на коментар до них. Оборонна зброя України (*defense weapons*), яка розглядається російськими науковцями у вигляді фактору стримування, представлена як наступальна (*offensive action*), військова тематика незмінно перетинається із політичною (слідуючи традиції упередженої ідеологічної характеристики лідерів з блоку «чужих»), зовнішньополітична проблематика текстів чергується із їхньою внутрішньополітичною направленістю на збудження, нагнітання й підтримку почуття страху у населення і провокування й поглиблення ненависті до ворога і недовіри до політичних лідерів опонентів, що, як наслідок, як вважають автори текстів, має забезпечити підтримку політичних кроків і виправдання військових витрат власного уряду.

Тема сучасних видів масового знищення теж застосовується у фейкових новинах, нерідко супроводжуючись компонентами візуального ряду: «*Ukraine military vehicles in action*», чим забезпечується полікодування медіатексту.

Під назвою *New Generation Warfare (NGW)* (Нове покоління зброї) показуються різноманітні види гіперзвукової, космічної, високоточної, біотехнічної зброї шостого покоління, котрі, як стверджують автори, можуть бути застосовані в ході п'ятої світової війни, коли «всі воюватимуть проти всіх» (*All will fight against all*).

Одним із могутніх прийомів впливу на масову свідомість відзначено також і продумане застосування реальних фактів для видимості об'єктивного відображення політичної реальності, хоча в дійсності завдяки авторському коментарю відтворені факти можуть втрачати зміст чи набувати смислу, що не може відповідати дійсності [194, с. 117].

Опора на правду про успіхи реформування українських збройних сил в супроводі негативного коментаря показує «правду, як ніж, яким можна розрізати конкурента», тож в суспільній свідомості відкладається замість правди дещо протилежне. Статті на дану тему, зазвичай, включають поведінкову тактику наближення загрози до читача у формі безпосереднього звернення до масового адресата, що забезпечує засадження у свідомість останнього ідеї щодо невідворотної небезпеки, котра нависла над усіма, серед таких текстів превалює негативна тональність: *Answering questions from the media, putin condemned the West for supplying weapons to Ukraine and said, «Therefore, the most important point is the demilitarisation, to a certain extent, of today's Ukraine because it is the only factor that can be objectively controlled, monitored and responded to.» putin also accused Ukraine of harboring «nuclear ambitions», which he said is «totally unacceptable»* (The Washington Post, 23.02.2022). Текст репрезентує високу негативну семантику -1. Негативними сентиментами кваліфіковано: *nuclear ambitions, weapons, condemned*. У представленому прикладі акцентується на тому, що, нібито, Захід постачає українцям зброю масового ураження, що путін завуальовано називає «*nuclear ambitions*», саме тому демілітаризація з боку росії є необхідною. Також такі твердження можна кваліфікувати як маніпулятивне виправдання. Звертаємо увагу, що видання The Washington Post Fact Checker називають такі звинувачення «чистою фантазією» [за FactCheck.org].

До того ж аналіз англomовних матеріалів демонструє поведінкове призначення особливого виду мультимодальності медіатексту, заснованого на застосуванні постановочних відеозйомок, відеорепортажів, відеороликів за участю оплачених дітей, акторів, учасників.

Використовуючи ярлики документальності, автори нав'язують читачам начебто реальні сцени жорстокої розправи із учасниками протестів в Україні, про бажання українців приєднатися до російської федерації, очікування, що їх звільнять російські солдати, військові втрати, скидання бомб на українські та російські міста, і водночас наявність надсучасної зброї, спеціально навчених військових, використання біологічної зброї тощо. Мультимодальний медіатекст

для поглиблення впливу створює натуралістичні описи страждань жертв: картини вибухів, кровопролиття, страшні сліди бомбардувань, приклади звірств (*government's violent crackdown on protesters, referring to the bloodshed and arrests that have taken place as an "iron fist of brutality", said to have died in clashes between security forces and pro-opposition, have unjustly detained, to the extraordinary events, an injured Iranian opposition supporter flashes a V-sign during clashes*).

Відзначимо, що фейки в англomовних медіатекстах щодо війни в Україні стосуються таких тем як: НАТО та союзники, дії України в час війни, неонацистські звинувачення в бік України, цивільні під час війни в Україні, репутація президента України, виправдання репутації країни-агресора.

Репрезентанти категорії «чужих» дедалі частіше застосовуються у ролі емоційно-когнітивних подразників в масовій комунікації, малюючи образи непримиренних ворогів, котрі мають за мету створення обстановки тривоги, нагнітання страху й почуття паніки, створення атмосфери невідомості і загрози війни. Достатнім буде навести висловлювання російського президента й інших урядових осіб, перевірку фактів яких було здійснено DW.FactCheck.

Фейкові твердження стосовно НАТО та союзників: «*In Kyiv, they announced a possible acquisition of nuclear weapons. The NATO bloc has begun active military development of the territories bordering us*», (DW, 9.05.2022). Скоріш за все, він має на увазі виступ президента України Володимира Зеленського на Мюнхенській конференції з безпеки у лютому. Під час виступу президент України згадає Будапештський меморандум 1994 року, котрий забезпечує дотримання суверенітету і національних кордонів України, Білорусі і Казахстану по відношенню до держав-підписантів, з-поміж котрих Сполучені Штати Америки, Великобританія і росія. Україна в обмін на це передала російській федерації власну ядерну зброю, успадковану від Радянського Союзу, чи частково її знищила. Так як російська анексія Криму у 2014 році порушила суверенітет України, Зеленський натякнув в Мюнхені, що вийде із угоди. Однак наразі немає жодних доказів того, що Київ активно прагне одержати ядерну зброю;

Фейкові твердження стосовно ведення політики Україною: *russia is carrying out a pre-emptive «military operation» against Ukraine, according to putin. Ukraine, he said, had openly prepared for a new «punitive operation in the Donbas» and an «invasion» of russian «historical territories, including Crimea». NATO countries would have supplied Ukraine with state-of-the-art weapons, putin added (DW, 9.05.2022); Four days after russia began its invasion, russian spokesperson Maria Zakharova claimed Ukraine had started the war, not russia. She referred to the armed conflict ongoing since 2014 in the east of Ukraine. Moreover, Zakharova said Ukraine had planned the «systematic extermination of the Donbas population». (DW, 28.04.2022).* Твердження Захарової щодо того, що війну почала Україна, не відповідають дійсності;

Неонацистські звинувачення на адресу України: *putin again made the accusation that «neo-Nazis» were steering Ukraine, with whom a clash would be «inevitable». Later in the speech, he spoke of civilians in the Donbas who «died as a result of reckless shelling and barbaric attacks by neo-Nazis». (DW, 9.05.2022).* Прирівнювання України до «неонацистів» – це твердження, котре знову й знову повторює очільник Кремля, його уряд, а також російські державні засоби масової інформації, проте, воно виявилось неправдивим. З такого приводу, стверджує О. С. Снитко, що антиукраїнські наративи орієнтовані проти власне українського наративу, наративу ідентичності українського народу, тобто йдеться про «битву наративів» [100, с. 111]. Порівняння нацистської Німеччини до 1945 року із демократично обраними лідерами України недоречне, оскільки в нашій країні немає ні тоталітарної системи, ні ультраправих сил при владі. На останніх парламентських виборах у 2019 році об'єднаний фронт ультраправих партій набрав тільки 2,15% голосів.

Також у вірусному відео, опублікованому МЗС російської федерації, пауерліфтерка Мар'яна Наумова зазначає, що Україна знаходиться «під ярмом» неонацистів й що рф не нападає на мирне населення (рис. 3.19). Її аргументація відповідає офіційній російській пропаганді та не має фактичного підґрунтя у ключових моментах;



Рис. 3.19. Пост російської спортсменки з фейковою заявою про ситуацію в Україні.

Фейкові новини щодо цивільних. Жінка розповіла на відео у TikTok, що 16-річний біженець, котрий народився в росії, був побитий українськими біженцями на вокзалі у місті Ойскірхен на заході Німеччини. Від одержаних травм хлопець, начебто, помер (рис. 3.20). Місцева поліція підтвердила, що такого злочину не було, й попросила видалити відео.

Згодом жінка вибачилася на іншому відео, доповівши, що її обдурих знайомий.



Рис. 3.20. Пост у Твіттері з фейковими звинуваченнями українських біженців.

Також акаунт у Твіттері під назвою CNN сповістив про смерть американського активіста в Україні. Пост став вірусним (рис. 3.21).

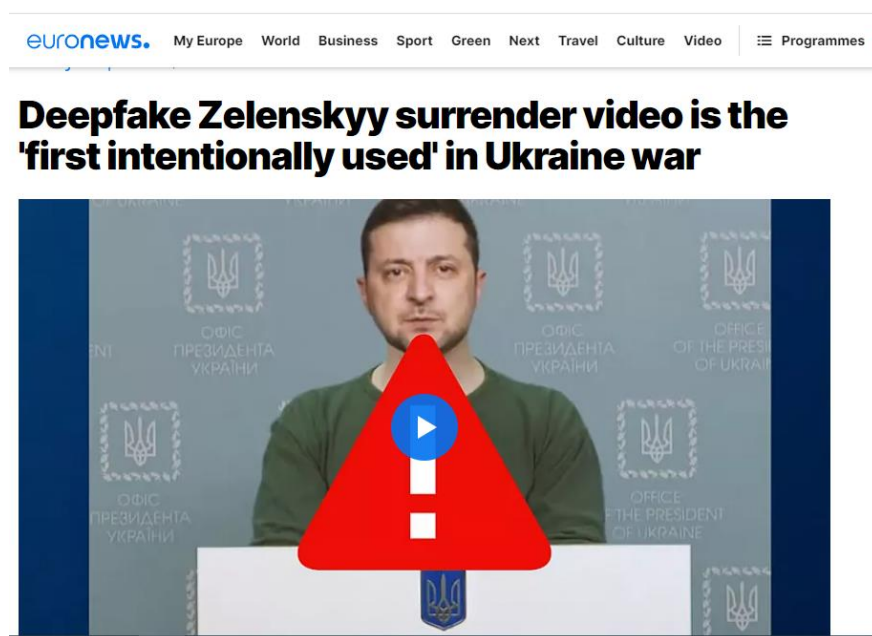
Речник CNN у спростуванні підкреслив, що «*the pictures, the posts, the related stories and also social media accounts that published the tweets are all fake*».



Рис. 3.21. Фейковий пост у Твіттері щодо загибелі американського активіста під час воєнних дій в Україні.

Фейкові новини стосовно президента України. Існує чимала кількість випадків, коли автори постів та повідомлень зазначають, що український президент залишив Київ: *Two days after the russian invasion began in late February, russian State Duma speaker Vyacheslav Volodin said Zelenskyy had fled the capital, Kyiv. The claim was repeated many times by internet users.* Факти свідчать про те, що Володимир Зеленський залишався у Києві протягом всієї війни.

Ще одним фейком стало відео, у якому В. Зеленський заявляє про необхідність скласти зброю й капітулювати (Рис. 3.22.). Однак у таких виданнях як Euronews, Skynews та ін., цю дезінформацію було одразу викрито, що це маніпуляція, Deepfake.



Рос. 3.22. Фейкове відео про капітуляцію України.

Фейкові новини стосовно дій країни-агресора (зادля виправдання її дій, репутації): *Maria Zakharova, the spokesperson for russia's Foreign Ministry, has said that russia is not bombing cities in Ukraine. She has alleged that pictures showing the attacks are manipulated videos from NATO countries (CNN, 30.08.2023).* Проте напади російської федерації на невійськові об'єкти та цивільних в Україні задокументовані багатьма джерелами. Двома надійними джерелами, що відстежують повідомлення щодо жертв з-поміж цивільного населення в Україні,

стали сайти розслідувань Bellingcat й Управління Верховного комісара ООН з прав людини.

Розглянемо висловлення президента росії: «*Last December, we proposed to conclude an agreement on security guarantees. russia called on the West to engage in an honest dialogue, to find reasonable compromise solutions, to take into account mutual interests. All in vain. NATO countries didn't want to hear us, which means that they actually had quite different plans*» (Twitter, 21.03.2022). У власних звинуваченнях президент росії посилається на список вимог, котрі рф передала НАТО 17 грудня 2021 року, задовго до початку повномасштабної війни в Україні. Він включав вісім вимог, які країни НАТО і росія мають узгодити, аби уникнути конфлікту. Країни Північноатлантичного альянсу відреагували на лист на початку 2022 року. Сполучені Штати Америки та їхні союзники подали пропозиції, що стосувались розрядки кризи. Проте альянс відхилив такі центральні вимоги, як надання зони впливу по сусідству із росією. Кожна держава повинна мати право самостійно вирішувати питання стосовно своїх союзів. Розповідь путіна щодо діалогу між росією і НАТО напередодні війни в Україні сприймається оманливою і однобокою.

Фейковість новин може супроводжуватись тактикою перебільшення та применшення, щоб похитнути позицію реципієнта, активізувати сумнів [69, с. 185]. Така стратегія реалізується здебільшого стилістичними прийомами евфемізації та гіперболізації, а також різними граматичними та лексичними засобами. Наприклад, у тексті «*The spread of weapons from the war and relatively lax gun laws have meant Ukraine has a higher prevalence of guns in society than do other European nations*» (The New York Times, 2022) простежується репрезентація негативного образу України. Застосовано ефект применшення, що вербалізується лексемою *relatively lax gun laws* й ефект перебільшення, який репрезентований конструкцією *higher prevalence than*. Вживання лексеми *gun laws* у поєднанні із епітетом *relatively lax* дає змогу підкреслити існуючі проблеми із законами в Україні. Особливість гіперболізованого використання лексеми *higher prevalence*

of guns розкривається через його вживання в позиції порівняння, яке ідентифікується сполучним словом *than*.

Негативізацію образу України фіксуємо в медіатексті: «*Storm Shadow missile suddenly changed trajectory dramatically, hitting Kramatorsk obliterated a Ukrainian military barracks housing foreign soldiers and mercenaries*», *the tweet claimed* (BBC, 8.07.2023). Пост був визнаний BBC як фейковий, проте, зібрав мільйон переглядів (3.23.).



Рис. 3.23. Звинувачення України в обстрілах Краматорська.

Підсумуємо, що основна мета фейкових новин викликати негативні емоції у реципієнта. Основними емоціями, які виявили зв'язок із текстами, є гнів, злість, паніка, роздратування, відчуття безвихідності.

Приклади подібного нарративу виконують функцію сильних подразників, спричиняючи страх реальної загрози, знищення культури, загибелі дітей, викликаючи захисну реакцію. До того ж, у результаті багатократного повторення подібних повідомлень в різних джерелах медіа, почуття страху зумовлює не менш сильні емоції ненависті, ярості, гніву, неприйнятності у ситуації протистояння, що призводять до готовності перейти до агресії проти ворогуючого противника.

Отже, фейковий нарратив виокремлюється в ангажовану картину описуваного, засновану на суб'єктивній оцінці і пристрасній подачі інформації.

М. Кіца у відзначає, що фейкові новини стають засобами маніпуляції свідомістю, за допомогою яких, мас-медіа створюють «викривлену реальність» [48, с. 281]. Отже, основним завданням читача є вміло відрізнити подану інформацію від неправдивої, вміти аналізувати її, тобто бути медіаграмотним реципієнтом. Слушно відзначає О. І. Кокарська, що фейкові новини – це не лише виклик для медіасистеми, алей для демократичної системи загалом, й особистості зокрема [50, с. 61].

Отже, політичний наратив трансформувався у популярну «форму буття медіатексту», оскільки дає змогу описати подію, якою вона бачиться в авторській розповіді. Вектори подання інформації формуються у різних напрямках, зокрема: нав'язування ідеологічних й інших ідей, принципів, перебільшення несуттєвого, применшення важливого, викривлення реального тощо. Такі прийоми функціонують як зміцнюючі для утвердження фейкового наративу. Водночас читача закликають не довіряти будь-яким представникам начебто тоталітарної системи, уряду, державним чиновникам, країні загалом, населення котрої представлене залученим до обману.

Висновки до розділу 3

Створення медіатекстів про війну в Україні передбачає залучення низки мовних засобів різних мовних рівнів: лексичного, синтаксичного, морфологічного тощо, які функціонуючи у контексті, поряд із інформативною функцією здійснюють також і стилістичну. Така обставина пояснена бажанням авторів увиразнити повідомлюване, викликати асоціації в читача, наштовхнути на роздуми.

У нашому дослідженні наводимо ідею про те, що медіатексти про війну в Україні за своєю мовною специфікою виявляють тенденцію до тропеїзації. Відзначимо, що для мовлення медіатекстів є характерним звернення до емфатичних конструкцій, інверсій, риторичних запитань, порівняльних

конструкцій, поширених за своїми компонентами речень (синтаксичний рівень). Ці конструкції беруть безпосередню участь у формуванні як і смислового, так і тонального простору тексту. Серед стилістичних засобів, що впливають на тональність тексту, зафіксовано метафори, метонімії, фразеологізми, неологізми тощо. За допомогою синтаксичних й стилістичних засобів відбувається апеляція до емоції. Функціонуючи й корелюючи в контексті, ці конструкції увиразнюють емоційність тексту й активують водночас певну емоцію в реципієнта, тобто виконують роль інтенсифікаторів тональності медіатексту. Натомість заперечення кваліфікуємо модифікатором тональності лексем, оскільки кореляція заперечення з іншими лексичними одиницями змінює їхню тональність на протилежну.

З'ясовано, що числівники й топоніми, які є тонально-нейтральними, у медіатекстах про війну в Україні здобувають додаткові оцінні конотації. Топоніми в межах контексту, нашаровуюючи додаткові конотації, виражають, в такий спосіб, свій символічний й асоціативний потенціал та здатність до метафоризації. За топоніми зафіксовано таку властивість, як перехід із розряду емоційно-нейтральних у розряд емоційно-зabarвлених, що має наслідком прищеплення додаткових оцінних конотацій в ядро. З'ясовано, що сприйняття топонімів відбувається крізь призму таких емоцій як страх, відчай, втома, мужність, оскільки саме топоніми стають виразниками тих кривавих подій, що відбувались в перші місяці російського вторгнення.

Засоби вербального рівня медіатекстів залучаються автором як соціально-психічні та когнітивні подразники задля здійснення різноманітних авторських тактик, комунікативних, маніпулятивних, тобто задля здійснення впливу на свідомість аудиторії та управління її поведінкою. Нерідко такий вплив здійснюється й через поширення недостовірної інформації, фейкових новин. До однієї із провідних емоцій у фейкових новинах, що стосуються України відноситься страх, як найбільш впливова емоція. Нагнітання страху через фейкові новини має на меті дестабілізувати ситуацію, створити конфлікт всередині країни, викликати паніку, недовіру тощо. Нерідко задля кращого привернення уваги

застосовуються неправдиві фото, відеоматеріали, аудіосупровід, які мають на меті через чуттєво-сенсорне сприйняття викривленої інформації здійснити вплив на усвідомлення суспільством реальної ситуації.

Отже, вербальні засоби у англомовних медіатекстах про війну в Україні здійснюють водночас інформативну, емотивну й маніпулятивну, провокативну функції. Відтак реципієнтам необхідно ретельно обирати джерела інформування й виявляти критичне мислення щодо поданої інформації.

РОЗДІЛ 4. СЕНТИМЕНТ-АНАЛІЗ АНГЛОМОВНИХ МАС-МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ ПРО ВІЙНУ В УКРАЇНІ: КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ

4.1 Сентимент-аналіз переважаючого типу тональності статей на тему війни в Україні

Задля з'ясування переважаючого типу тональності ми відібрали 1000 статей, що стосуються подій в Україні (від 2019-2023 рр.).

Відбір статей здійснено на основі таких тематичних повідомлень у статтях: 1) ставлення європейських лідерів до війни в Україні, питання санкцій, засудження агресії путіна; 2) підтримка України; 3) постачання зброї; 4) успішність, перевага / невдача обох армій; 5) діяльність української влади в умовах війни; 6) життя і поведінка українського народу в умовах війни, волонтерство; 7) ядерна війна. Варто відзначити, що тематика тексту виявляє безпосередній вплив на його тональність.

Текстовий аналіз в роботі було здійснено шляхом залучення методології «мішок слів», яка дає змогу через аналіз новини у вигляді сукупності слів, які розміщені окремо й не пов'язані одне з одним, оцінити їхні оцінні й конотативні властивості, а надалі й текст новин загалом.

Основними етапами використання цього методу є:

- 1) членування тексту на окремі лексичні одиниці без урахування синтаксису й даних щодо взаємозв'язків між ними;
- 2) упорядкування літер до єдиного реєстру;
- 3) виключення із тексту «стоп-компонентів» (stopelements – слів, які не виражають смислове навантаження: пунктуаційні знаки, цифри, артиклі).

Аналіз тональної оцінки текстів новин було здійснено шляхом залучення методики «мішка слів»; через використання спеціального словника, у якому словам приписується позитивна чи негативна тональність.

Надалі кількість негативних та позитивних слів було зіставлено із загальним обсягом текстів новин, що, наявні в цьому виданні за аналізований період.

Було відібрано новини із ключовими словами, вербалізованими дієсловами, висловами (дієслово+іменник), прикметниками, які потенційно у своїй кореляції у контексті мали б експлікувати певну емоцію. Вибірка фактичного матеріалу становила понад 1000 новин із різних джерел, акредитованих Thomson Reuters, головними з яких є агенції BuzzFeed, New York Post, Washington Post, CNN, Atlantic, Breitbart, Fox, Reuters та ін. На першому етапі було з'ясовано тональність текстів вибірки.

Позитивні речення:

Despite the challenges they face, the people of Ukraine have shown remarkable resilience in the face of adversity. They continue to fight for their freedom and democracy, and their bravery is an inspiration to us all. (Buzzfeed, 1.03.2023) + 1 (Рис. 4.1.);

Detected Themes	Magnitude	Sentiment Score
remarkable resilience	0.96	+0.962
their bravery	0.94	+0.586
face of adversity	0.86	+0.484

Detected Keywords	Magnitude	Sentiment Score
remarkable	0.989	+0.995
continue	0.00	+0.250

Рис. 4.1. Відображення позитивної тональності медіатексту.

Основними емоціогенами позитивної тональності в тексті стають лексеми та конструкції: *remarkable resilience*, *face of adversity*, *bravery* й стають чинниками, що зумовлюють зв'язок тексту з емоцією «*admiring*»;

The Ukrainian government has made significant progress in implementing reforms aimed at improving the country's economy and democratic institutions. These reforms are a positive step forward for Ukraine. (Reuters, 6.09.2022) + 0,72 (Рис 4.2.);

Products - Demo - Services - Pricing Blog Contact -				log off
Detected Entities		Type	Magnitude	Sentiment Score
Reuters	ORG	0.02	+0.245	
Ukraine	LOC	0.04	+0.241	
Detected Themes		Magnitude	Sentiment Score	
these reforms	1.00	+0.749		
significant progress	1.00	+0.743		
positive step forward	1.00	+0.649		
Detected Keywords		Magnitude	Sentiment Score	
positive	0.979	+0.739		
significant	0.145	+0.214		

Рис. 4.2. Демонстрація позитивної тональності тексту.

president putin thought he could roll into Ukraine — and the world would roll over. Instead, he met a wall of strength he never imagined. He met the Ukrainian people (Twitter, 2.0.3.20222). + 0,68. Спостерігаємо, що загальна тональність тексту зумовлена конструкцією *Ukrainian people* (Рис. 4.3.), що підтверджує позитивне сприйняття українського народу на світовій арені.

Products - Demo - Services - Pricing Blog Contact -				log off
Detected Entities		Type	Magnitude	Sentiment Score
Ukraine	LOC	0.02	-0.245	
Putin	PER	0.06	+0.235	
Detected Themes		Magnitude	Sentiment Score	
the ukrainian people	0.96	+0.682		

Рис. 4.3. Демонстрація позитивної тональності конструкції *Ukrainian people*.

Чинниками негативної семантики послуговували такі емоції як відчуття страху, суму, жаху, відчуття осуду, відчуття трагічності й невідомості, які концентруються здебільшого навколо подразників, що позначають дії агресора.

Негативна тональність розвивається у таких тематичних аспектах, як агресивні дії росії; засудження війни, розпочатої росією; змішана тональність виникає результатом обговорення таких тем як виїзд українців за кордон, волонтерство.

Прикладами негативних висловлювань є: *The war in Ukraine has devastated the lives of millions of people, with many forced to flee their homes and live in refugee camps. The international community must do more to support these vulnerable populations* (Atlantic, 2022) -0,59 (Рис. 4.5.). Основне негативне тональне навантаження несуть лексеми та конструкції: *vulnerable populations, flee their homes, flee, forced, devastated, vulnerable* вони зображені на рис. рожевим кольором. Сентимент-аналіз медіатексту засвідчив зв'язок з такими емоціями «sad», «mournful», «disappointed».

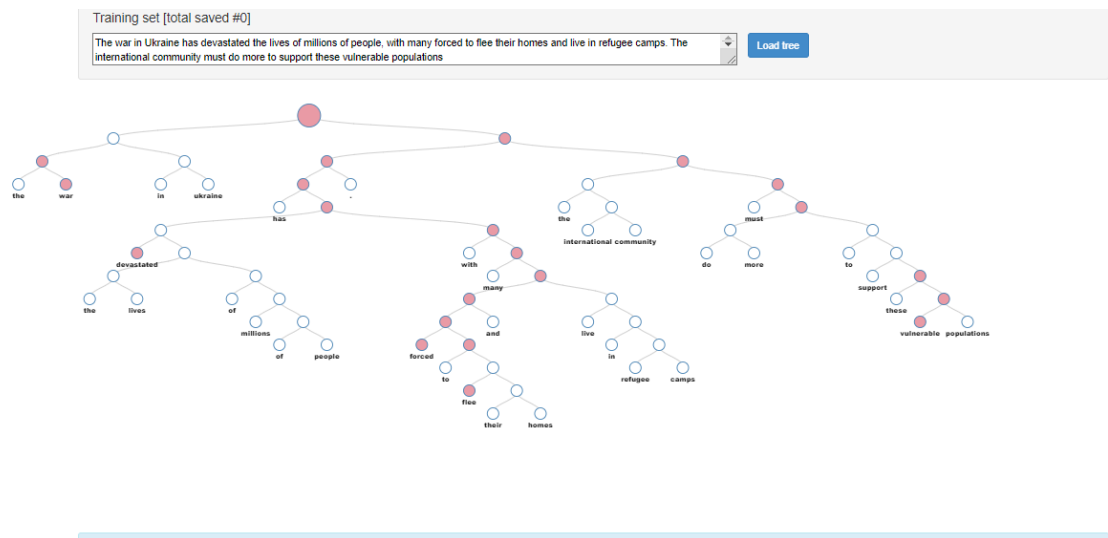


Рис. 4.5. Демонстрація негативної тональності медіатексту.

Сентимент-аналіз фіксує негативну тональність за текстами: *The situation in Ukraine is deteriorating rapidly, with reports of increased fighting and civilian casualties. The Ukrainian government is struggling to contain the violence, and there are fears that the conflict could escalate further.* (Washington Post, 24.06.2022) -0,50;
russia continues to escalate the conflict in Ukraine, with no signs of backing down. The people of Ukraine are suffering as a result of this aggression, and the international community must take action to stop it. (CNN, 5.03.2023) -0,59.

Змішана емоційна тональність передбачає моделювання тексту на основі неоднозначних відчуттів, емоцій, які виникають в результаті смислового протиставлення лексем. Текст *While the situation in Ukraine remains tense, there are signs of progress towards a peaceful resolution. The recent ceasefire agreement has brought some hope for an end to the conflict, but there are still many challenges to be overcome.* (New York Post, 16.10.2022) визначено, як позитивний + 0,53. Однак текст викликає емоцію хвилювання й радості водночас. Так висловлення *situation in Ukraine remains tense* виявляє зв'язок із емоцією *fearful* 0,71, далі спостерігаємо протиставлення їй конструкції *there are signs of progress towards a peaceful resolution*, що пов'язана з емоцією *approving* 0,99. Конструкції *some hope for an end to the conflict*, що виявила зв'язок із *optimistic* 0,84, *eager* 0,15, *sympathetic* 0,1 як опозицію залучено *but there are still many challenges to be overcome* – *optimistic* 0,54, *fearful* 0,22, *disappointed* 0,08. Отже, текст сприймається крізь діапазон як позитивних, так і негативних емоцій, тобто відзначається емоційною неоднорідністю, що викликає в реципієнта змішані почуття. Змішану тональність фіксуємо за текстом *The UK is banning the import of diamonds from russia. The US set out similar plans to ban russian diamonds last year and the EU has announced plans to do so* (BBC, 25.05.2023). Основне смислове навантаження речення концентрується навколо лексеми *to ban*, яка виражає негативні конотації, однак, текст виявляє зв'язок з емоцією «*approving*». Ситуація викликає емоцію схвалення, оскільки негативна семантика спрямована в бік країни-агресора, а, отже, з огляду на факт підтримки України вважається позитивною.

Здійснений аналіз продемонстрував, що тональність виявляє нерівномірний діапазон, необхідно говорити про таке явище, як динаміка тональності. За нашими підрахунками негативну тональність складає 43% проаналізованих статей, 36% відзначаються позитивною тональністю й 21% – змішана тональність.

У нашому дослідженні ми здійснили аналіз співвідношення тональності у часових межах: місяць війни – після 6 місяців – після 12 місяців (див рис. 4.6. (блакитний – позитивна тональність, червоний – негативна, зелений – змішана).

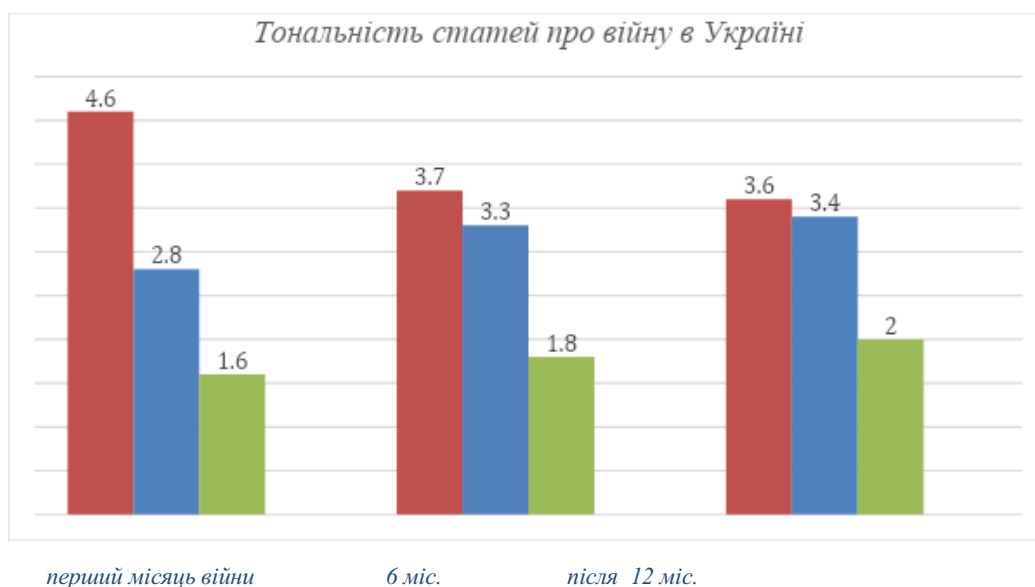


Рисунок 4.6. Відображення тональності статей про війну в Україні

Надалі було здійснено поділ текстів за тематиками (рис. 4.6). Проаналізуємо рисунок (зелене забарвлення нейтральні теми, блакитне – позитивні теми, червоне – негативні теми). Очевидно, що у перший місяць війни в англomовних текстах переважає негативна тональність й сягає високого показника. Така тенденція може бути пояснена тим, що лексичні одиниці у статтях за перший місяць війни концентруються в темах як вторгнення росії на територію України, порушення росією міжнародного права, агресія росії щодо цивільного населення на захоплених територіях. Змішана тональність виявляється у текстах, пов’язаних з такими темами як введення санкцій проти агресора, підтримки України Європою, надання фінансової допомоги, стурбованість через вплив війни в Україні на рівень економіки та добробуту в європейських країнах. Позитивну тональність формують лексеми на позначення протистояння українського народу й хоробрості армії.

Варто відзначити, що статті, які виходять уже після першого місяця війни, відзначаються динамічними змінами в показниках тональностей. Можемо спостерігати зрівнювання позитивної і негативної тональності текстів протягом шести місяців війни. Позитивна тональність має показник із коефіцієнтом 3,3, негативна 3,7. Такі зміни можуть бути пояснені тим, що поряд з темами небезпеки війни обговорюються вольові якості, успіхи української армії, героїзм

українського народу, поряд з якими водночас знаходять відображення негативні повідомлення втрати української армії на війні, агресія, насильницькі дії росії, викрадення дітей, руйнування українських міст. Після року від початку війни фіксуємо певну динаміку тональностей. Позитивна і негативна тональності фокусуються майже на одному рівні з різницею 0,2. Причиною негативної тональності є посилене засудження жорстоких дій росії на тлі вчинення агресії в українських містах, на тлі обстрілів будинків цивільних, лікарень, шкіл, дитсадків, ядерна небезпека та провокації росії, загроза з боку Білорусі, ракетні атаки на Україну, інфраструктуру. Позитивною тональністю відзначаються теми щодо контрнаступу українськими військами, фінансова підтримка, боротьба українського народу, до нейтральних тем додається тема зернової угоди (рис. 4.6; червона лінія позначає негативну тональність, блакитна – позитивну, зелена – змішану).

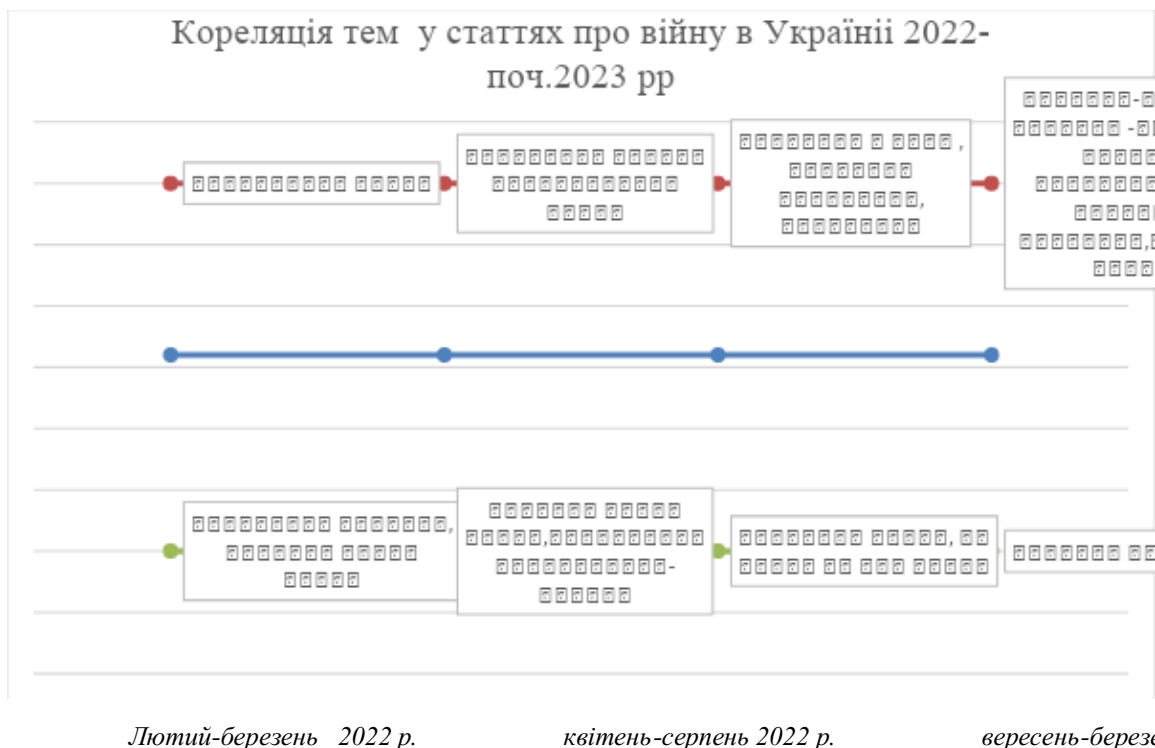


Рис. 4.7. Темі англomовних статей про війну в Україні.

Відповідно у статтях, присвячених певним тематикам, актуалізується ряд оцінних лексем, які концентруються навколо емоції, моделюючи в такий спосіб

тональність тексту. Сприйняття ситуації, тематичного повідомлення супроводжується виникненням емоцій, як реакції на повідомлюване.

На основі аналізу тематичних наповнень текстів про війну в Україні, ми з'ясували, що на початку 2022 р. термін «Україна» виявив високий рівень взаємозв'язку зі словом «росія», «санкція», що може бути пояснено тим, що в цей період увага англomовних ЗМІ концентрується навколо військових дій в Україні.

Для порівняння, відзначимо, що слова «Україна» і «росія» продемонстрували у цей період ще вищий взаємозв'язок, ніж, скажімо, в 2014 році. Як і раніше, термін «санкція», найбільш часто використовується в контекстному зв'язку із словом «росія». Таку обставину пояснюємо тим, що росія в сьгоднішніх умовах розпочатої війни в Україні піддається дедалі більш новим та новим обмеженням, причинами якої є дії останньої на території України. Відтак тематика санкцій є актуальною в англomовних новинних текстах.

Уже протягом першого місяця війни з'явилися нові слова в текстах новин, ряди яких в ході війни доповнюються новими лексемами. Такі лексичні кореляції супроводжуються емоційним супроводом, тобто засвідчують сприйняття України світом на емоційному рівні, експлікують настрої, викликані ситуацією в Україні, демонструють тональний діапазон текстів, присвячених проблемі війни в Україні.

Фіксуємо, що «Україна» відбиває кореляції з такими іменниками як: *confrontation, military action, missile attack conflict, hope, victim, war, freedom, destruction, military, weapons of mass destruction, peaceful future democratic values, confrontation, gratitude, freedom, heroism, nuclear, hunger, reconstruction, migrant, ruins, independence, struggle, valor, ruins, bombs, future, defender.*

Надалі ці лексичні одиниці були запропоновані на обчислення програмі, задля підтвердження / відхилення чи зарахування їх до певної емоції. Оскільки дієслова є виразниками дії, а кожна дія отримуємо оцінні значення, що виникають на основі емоцій, додатково було відібрано дієслівні висловлення. Задля з'ясування їхньої направленості на певну емоцію запропоновано їх на відсортування програмі, яка встановила їхні зв'язки з емоціями. Частотну кореляцію лексеми Україна виявлено із такими дієсловами: *to defend, to fight, to*

defend rights, to fight for independence, to thank, to need, to wait for weapons, blazing house, to shoot, to be occupied, to drive out the enemy, to be scared, to hope, inspire hope, to resist the enemy, not to surrender, to emigrate, to succeed, to show courage, to be independent, need help, counterattack, demonstrate success, wait for support.

Відтак на основі отриманих результатів підрахунку програмного забезпечення нам вдалося виокремити такі емоційні мікрополя у текстах про війну в Україні за період 2022-поч. 2023 рр:

1) До емополя «Радість, піднесений настрій» зараховано лексеми й конструкції *to succeed, demonstrate success, to show courage, to be independent, freedom, heroism, democratic values, confrontation*, що об'єднані емоцією «захоплення», «веселість». До прикладу: *The capital of Ukraine. Fighting for freedom and democratic values while kicking russian ass with style and class* (Twitter, 5.03.2023). Синонімічними емоціями можуть виступати «веселість», «жвавість». До цієї групи можуть бути зараховані такі психологічні стани, як відчуття власної значущості, відчуття гордості, що апелюють до усвідомлення можливості долати труднощі: *I can report: Kyiv stands strong, Kyiv stands proud, it stands tall and, most important, it stands free," Mr Biden said on Tuesday evening* (Skynews 21.02.223); до щастя як вищого прояву радості: *Battle for Kyiv: Ukrainian valor, russian blunders combined to save the capital* (The Washington Post, 24.08.2022). Варто відзначити, що емоційність взаємодіє із оцінністю, а, отже, радість виступає також виразником схвалення ситуації: *Ukraine's inability to demonstrate decisive success on the battlefield is stoking fears that the conflict is becoming a stalemate and international support could erode* (The Washington Post, 20.08.2023); виразником вдячності: *Thank you so much. Thank you so much for that. Thank you. It's too much for me. All this for our great people. Thank you so much* (The New York Times, 2022); *Ukrainian President Volodymyr Zelenskyy has thanked the UK for returning <...> «This is an extremely important gesture of support for Ukraine»* (The New York Times, 21.12.2022);

2) До емополя «Страх» входять: *military action, missile attack conflict, victim, war, destruction, military, weapons of mass destruction, nuclear, hunger, ruins,*

struggle, bombs, shoot up, to be occupied, to drive out the enemy, to be scared. До прикладу: *Millions of people have fled Ukraine since the war began on 24 February... «We started to be scared, because we had a lot of bomb alerts»* (NRC, 15.04.2023). Провідними емоціями, що експлікують поле страху є стан занепокоєння, співчуття та суму: *The World Bank estimated the cost of Ukrainian recovery and reconstruction after the first year of russia's war at \$411bn — twice Ukraine's prewar gross domestic product* (Financial Times, 20.06 2023); Ці емоції продукують стани розчарування, знесилення, відчуття покинутості, неприйняття ситуації; невідомості, паніки: *The toll of nuclear war would be instantly catastrophic for those who are within the immediate path of the weapons. But a new study shows just how deadly the scope of such a war would be. A nuclear blast would cause worldwide famine, according to the study, published in Nature Food on Monday, as massive amounts of soot would block sunlight, disrupt climate systems and limit food production* (CBS News, 16.08.2023).

3) Емополе «Гнів» репрезентують: *missile attack conflict, war, nuclear, hunger, ruins, struggle, to drive out the enemy, shoot.* Найвищим втіленням гніву є жорстокість, що спричиняє некеровані, насильницькі дії: *russian soldiers shot two unarmed civilians as they walked away after an encounter in the outskirts of the Ukrainian capital of Kyiv* (CNN, 12.05.2023). Детермінантом гніву виступає незадоволення ситуацією, осуд : *The war against Ukraine that vladimir putin started is already having considerable economic consequences in russia...<>* (Europa.eu, 14.03.2022), такі оцінні вияви як несхвалення, презирство є передумовами виникнення гніву: *And, Psaki underlined, russia and the United States share the view «that a nuclear war cannot be won and must never be fought», she said* (The Washingtonpost, 1.03.2022); злість є менш слабшим виявом гніву, виникає як розуміння серйозності, погіршення, небезпечності ситуації: *Yet the world is still in the grips of the worst food crisis in modern history, as russia's war in Ukraine shakes global agricultural systems already grappling with the effects of extreme weather and the pandemic. Market conditions may have improved in recent months, but experts do not expect imminent relief. That means more pain for vulnerable communities already*

struggling with hunger. It also boosts the risk of starvation and famine in countries such as Somalia, which is contending with what the United Nations describes as a «catastrophic» food emergency;

4) Емополе «Відчай» утворено *migrant, ruins, to be occupied, emigrate, blazing, need help, victim: Her house went from a family home to a blazing pile of rubble. «Everywhere was fire», recalls Alla Pylypenko, a teacher, as she describes the terrible afternoon last March when russian tanks attacked her village in the Chernihiv region of Ukraine (BBC, 10.07.2023). З відчаєм пов'язують такі психоемоційні стани як розчарування, страждання, невпевненість, стурбованість: putin has long struck the world as reckless. But is he dangerously unbalanced? «Western officials must confront putin as they also wonder whether he comprehends or cares about cataclysmic consequences — or perhaps is intentionally preying on the long-held suspicions about him», the Associated Press's Nomaan Merchant and Vladimir Isachenkov report (The Washingtonpost, 1.03.2022);*

5) Емополе «Відчуття спокою, впевненості за найбільш частотними показниками формують лише: *to hope, inspire hope, hopeful, peaceful future, to wait for weapons, wait for support. Zelenskyu tells Congress “You Can Speed Up Our Victory”» (The New York Times, 21.12.2022), стан сподівання, пов'язаний із відчуттям сподівання, передбачуваності: Ukrainian accession to NATO will happen «sooner or later», one of the country's leading diplomats has predicted, regardless of heated inter-alliance debates and russian threats of military escalation if Kyiv achieves its long-held goal (Newsweek, 19.04.2023); President Volodymyr Zelenskyu told Congress that the fight now raging for Bakhmut, in Ukraine's eastern Donbas region, could «change the trajectory of our war for independence and for freedom». (The New York Times, 22.12.2022);*

6) Емополе «Безстрашність, мужність» утворено *to defend, to fight, to defend rights, to fight for independence, to drive out the enemy, to resist the enemy, not to surrender, to show courage, counterattack, confrontation, confrontation, heroism, reconstruction, struggle, valor. Безстрашність виявляється у формі героїзму, є виразником мужності: However, our defenders are bravely holding the city, fighting*

the numerous attacks of the enemy (Newsweek, 30.03.2023), хоробобрості: *Being brave is our brand; we will spread our courage in the world* (Twitter, 23.04.2023).

Під час здійснення сентимент-аналізу ми з'ясовано, що деякі лексеми позначають водночас кілька емоцій. Таке явище пропонуємо кваліфікувати як перехресна емоційність, коли психоемоційні стани накладаються один на одній в межах однієї лексеми. До прикладу, конструкція *to drive out the enemy* виявила приналежність до емоційного мікрополя «Гнів» й «Безстрашність». *The 30th Mechanized Brigade's tankers continue to drive the enemy out of our land* (Twitter, 21.06.2023); *Ukrainians! I want you to realize that. We drove the enemy out of several regions* (Twitter, 4.04.2022). Сумарна тональність тексту сприймається в діапазоні емоцій безстрашність 0,12 – зв'язок з текстом, злість 0,10 (спрямована на ворога), захоплення 0,42 та схвалення 0,36. Такі лексеми, за якими зафіксовано перехресну емоційність, зумовлюють змішану модальність тексту.

Отже, формування емоційного простору тексту відбувається шляхом кореляції позитивно й негативно конотованих лексем. Загальні показники кількості позитивних / негативних слів в проаналізованих текстах, з огляду на позитивні / негативні теми, що передають емоційний тон текстів новин, відображено в табл. 4.1.

Отримані результати засвідчують, що в межах проаналізованого періоду, сумарні показники тонально негативних і позитивних новин виявляють подібну динаміку.

Таблиця 4.1

Аналіз тональності проаналізованих новинних текстів

Видання	Кількість проаналізованих новин	Кількість виявлених позитивних слів, шт.	Кількість виявлених негативних слів, шт.	Співвідношення позитивних і негативних слів	Частка позитивних слів, %	Частка негативних слів, %
The New York Post	34	62	156	0,40	28,44	71,56
CNN	21	23	64	0,36	26,44	73,56
Breitbart	18	24	67	0,36	26,37	73,63

Reuters	26	34	91	0,37	27,20	72,80
Fox	16	19	49	0,39	27,94	72,06
Atlantic	8	17	51	0,33	25,00	75,00
The Washington Post	22	41	107	0,38	27,70	72,30
Buzzfeed	17	32	93	0,34	25,60	74,40
Середній показник	162	252	678	2,94	27,10	72,90

Джерело: складено автором

На рис. 4.8. відображено циферні показники позитивних і негативних слів у досліджуваних виданнях.

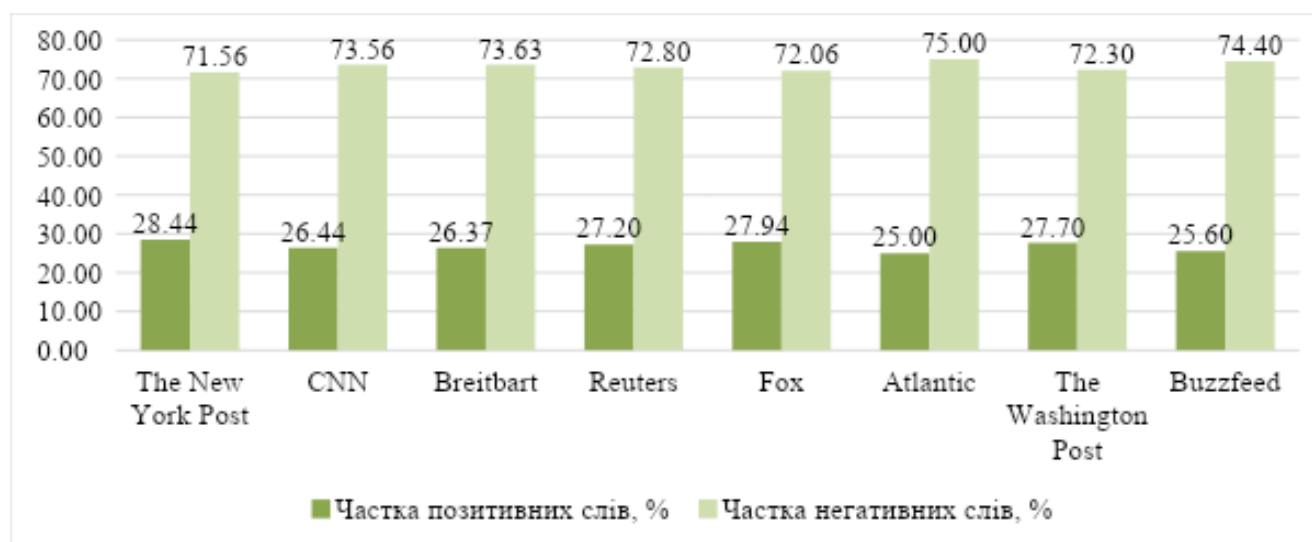


Рис. 4.8. Репрезентація кількості позитивних / негативних слів у досліджуваних виданнях. Джерело: побудовано автором.

Спостерігаємо, що в проаналізованих виданнях негативні статті виявляють перевагу над позитивними. Такий результат підтверджує негативну позицію англомовних ЗМІ щодо російської федерації, їхнє засудження дій країни-агресора. Чинником, що зумовив зростання негативної тональності текстів, послугували санкції, введені проти росії в березні 2022 року. Відповідно, обговорення цих подій на світовій арені, й реакція росії на санкції зумовила висвітлення цієї теми

в англомовних текстах, нерідко у формі критики й осуду, що мало наслідком збільшення негативної тональності.

Очевидно, що показники негативних слів з огляду на сумарну кількість новин за період зростає також у статтях, які стосуються протистояння росії введеним санкціям. Аналіз дав можливість з'ясувати періоди сплеску негативного відображення росії англомовними засобами масової інформації. Тенденцію щодо відтворення росії в негативному аспекті можна пояснити складними політичними подіями в країні зокрема й на світовій політичній арені загалом.

Аналіз англомовних новин в періоди з 26.02.2022 до 03.06.2022 засвідчує максимальний середньоденний обсяг негативних слів на один новинний текст. Цей період стосується саме впровадження секторних санкцій, обмежень щодо російських компаній.

Задля порівняння відзначимо, що нижчий показник середньої кількості негативних лексем зафіксовано протягом 19.12.2014–05.03.2015. Статті цього періоду за своїми тематичними показниками орієнтовані на проблему економічної блокади Криму. Відтак англомовні ЗМІ активно обговорювали й описували обмеження щодо приєднаного суб'єкта російської федерації, через що репрезентація росії в негативній тональності підтримувалося протягом усього періоду. У висловлені «Armenia Resumes Flights to Crimea» автори апелюють до необхідності вірмен поїхати в Крим, але офіційно країна не визнає його анексію» [27, с. 34].

Отримані результати засвідчують, що в проаналізованих виданнях за зазначений період загальний кількісний показник позитивних / негативних лексичних одиниць має подібну динаміку. Зі збільшенням обсягу новин середній показник позитивних / негативних слів теж зростає. Відзначимо, що як позитивні, так і негативні лексеми, виявляючи орієнтованість на політичну, економічну чи історичну подію, здійснюють функцію посилення емоційності тексту, зміщуючи його смисл у бік позитивного чи негативного тону.

Однак, зауважуємо, що у всіх виданнях негативні слова превалюють над позитивними, що підтверджує негативне сприйняття росії англомовними ЗМІ.

Негативна репрезентація образу росії у англomовних ЗМІ є відповідною логічною реакцією, що викликана діями російського уряду, вторгненням країни-агресора на територію України. 2022 рік привносить низку важливих політичних подій, які зосереджують увагу ЗМІ на Україні і відповідно, розширюють, коригують тематичне наповнення новинних текстів. Це слугує одним із підтверджень обумовленості тематики новин світовими подіями.

4.2. Психопортрет українського народу в англomовних медіатекстах крізь призму сентимент-аналізу

Аналізуючи фактичний матеріал, спостерігаємо актуалізацію певних тем в медіатекстах щодо війни в Україні. У межах тексту окреслено певні проблеми, образи та події, які мають на меті більш точно, розлого та доступно донести інформацію до реципієнта.

Однією з актуальних тем у медіатекстах поряд з проблемою війни в Україні є тема зображення українського народу, його життя в умовах війни, його психологічний та соціальний стан.

Відтак у нашому дослідженні наводимо ідею про те, що мовні одиниці різних рівнів у медіатекстах експлікують концептуальні риси українського народу й формують загальне уявлення читачів про ментальні риси й життя українців під час війни, а, отже, формують його загальний мовний психопортрет.

Традиційно, у лінгвістиці поняття «портрет» досліджують з огляду на такі аспекти як:

- 1) зовнішні параметри, сюди зараховують обличчя, фігуру, одяг;
- 2) жести, міміка;
- 3) специфіка мовлення;
- 4) характер, вчинки;
- 5) соціальний стан;
- 6) психологічні особливості, думки, переживання [15, с. 5-6].

В медіалінгвістиці використовують терміни медіапортрет, медіаобраз. Ці поняття вважаємо видовими щодо терміну портрет. Сучасні лінгвістичні студії

акцентують увагу на дослідженні мовних явищ із когнітивними та психологічними процесами. Відтак зростає інтерес до дослідження психопортрету особистості в різноманітних текстах як різновиду портрету / медіапортрету.

Структура медіаобразу, як відзначають дослідники, поєднує два основні параметри – суб'єктивний і соціальний. Суб'єктивні показники виявляють ті особливості, які повинна відображати медіаособистість, щоб викликати активізувати інтерес, цікавість та прихильність у реципієнтів; соціальні показники є каталізаторами перетворення соціальної інтеракції в соціальну взаємодію.

Серед суб'єктивних вимог вирізняють: а) внутрішню характеристику: інтелектуальність, почуття гумору, доброту, щиросердечність, дружелюбність, правдивість, відчуття поваги до інших, позитив, оптимізм, деякою мірою агресивність; б) до зовнішніх характеристик зараховано: демонстрацію атрибутів фінансового благополуччя, успішності тощо (наявність у медіаособистості дорого вартісних, коштовних речей; в) комунікативні характеристики, показники манер репрезентовані обговоренням особистих тем; трансляція інформації щодо способу життя на загал у соцмережах тощо.

Соціальні вимоги визначаються через, те: а) як формуються почуття дружелюбності чи прихильності, довіри під час сприйняття реципієнтами медіаперсони; б) як формується почуття близькості, розуміння світу медіаперсони, результатом якої є глибоке виникнення емоційного зв'язку; в) як формується усвідомлення власної належності, коли реципієнт прагне стати частиною групи людей, що симпатизують чи не симпатизують; г) як формується прагнення до схожості і до наслідування медіаособистості; як формується ототожнення власних цінностей з цінностями медіаособистості [16].

С. Гоффнер та М. Б'юкенен виділяють такі базові ознаки-характеристики, як ключові, з огляду на привабливість, симпатію серед реципієнтів [162, с. 326]:

1. Ознаки схожості. Дослідження засвідчують, що серед читачів, глядачів викликають інтерес такі медіаособистості, медіапортрети, з якими реципієнт може асоціативно співвідносити себе, зафіксувати схожі демографічні ознаки: стать,

расу та вік. 2. Атрибути: привабливість, інтелект, успіх, гумор, позитивна або/ і негативна поведінка.

Психопортрет необхідно аналізувати крізь призму внутрішніх відчуттів та переживань індивіда. Психологічний портрет виявляється не тільки через риси героя, але й через його морально-вольові якості [15, с. 12]. Психопортрет виявляє нерозривний зв'язок з емоційним станом героя й відбиває інформацію про людські емоції, переживання, почуття, настрої та світогляд.

Основною відмінною ознакою між портретом та психопортретом науковці визначають той факт, що психопортрет відтворює зовнішність особистості у зв'язку з її внутрішнім станом, вказує на емоції, поведінку. Отже, на відміну від звичайного портрета, головна мета якого – дати читачеві можливість уявити людину, психологічний портрет показує зв'язок зовнішності героя з його моральними якостями, внутрішнім світом, акцентує на стану його душі, тобто звертає увагу читача на тих аспектах, які сигналізують про думки, переживання, відчуття, настрої тощо.

Існують два різновиди психологічного портрету, який будується як співставлення зовнішнього та внутрішнього світу медіаперсони, або ж – як їх протиставлення: портретний опис є співвіднесенням, відповідністю зовнішності героя і його внутрішнього світу; зовнішні та внутрішні характеристики героя співвідносяться за принципом контрасту

Вивчаючи особливості портретів, науковці виокремлюють: 1) соматичну лексику, лексеми на позначення частин тіла людини; 2) вестіальну лексику, слова на позначення предметів одягу людини; 3) кінесичну лексику, яка позначає міміку, пози, жести людини, її стан [за С. Б. Шевальє. 118, с. 75].

З позицій лінгвістики, психологічний портрет викликає зацікавлення науковців тим, що виникає як репрезентація морально-психологічних та емоційних якостей людини як крізь мовну систему. Автор відтворює систему емоцій та цінностей медіаособистостей двома шляхами: перший виникає як розлогий, детальний описів почуттів; другий є більш складним за своєю прагматичною суттю й полягає в тому, що автор концентрується на створенні в

тексті особливої атмосфери, яка повинна викликати, активувати в читача такі емоції, які відповідатимуть авторській ідеї, які автор й розраховував викликати в читача.

Психологічний портрет включає не тільки опис зовнішності особи (міміку, риси обличчя, манеру одягатися, жести), а й з опис поведінки, емоційний стан, відчуття, думки, ідеї, пріоритети тощо.

Відзначимо, що увиразнення мовлення, образів, ситуацій може бути досягнуто шляхом залучення експресивно-стилістичних й оцінювально-стилістичних компонентів, використанні словосполучень у переносному, невластивому для них значенні. Погоджуємось з думкою, що психологічний портрет виникає як результат зв'язків епітетів, метафор, гіпербол та інших мовних одиниць, нерідко на основі контрасту. Автор використовує їх задля репрезентації внутрішнього світу та думок особистості [118, с. 75]. Отже, психопортрет можемо кваліфікувати як сукупність психоемоційних особливостей, відчуттів, ціннісних орієнтирів героя, персонажа, медіаособистості, мовне оформлення яких формує образ.

Якщо автор створює характеризування зовнішніх та внутрішніх якостей, притаманних одному персонажу, такий опис кваліфікують як індивідуальний портретний опис; характеристики, що стосується кількох героїв визначено як груповий портрет [15, с. 9].

У нашому дослідженні спробуємо проаналізувати особливості створення мовними засобами групового психопортрету українського народу крізь призму війни в Україні. Дослідження психопортрету в контексті війни дозволить виявити і з'ясувати тональність зображених ментально-психологічних ознак українців в медіатекстах, сприйняття України загалом та українського народу зокрема іншими країнами та її представниками.

Відзначимо, що соціально-історичні події, розвиток суспільства, прогрес та інші позитивні чи негативні зміни зумовлюють сприйняття країни та її народу у різних смислових амплуа. В. В. Лизанчук зауважує, що «національну свідомість українця варто боронити на двох фронтах: від ворожого наступу зовні та від

внутрішніх совкових, корумпованих сил Агресивний культурний колоніалізм, зросійщення, глобалізація і хаотичний мультикультуралізм несуть із собою небезпеку нівелювання власної ідентичності» [58, с. 258].

До визначних ознак, що формують бачення й імідж українця С. Ворончук зараховує історичну пам'ять народу, свободу слова, культурні, соціальні, економічні зміни й релігію. Варто погодитись з думкою, що соціально-історичні події привносять в образ українського народу нові самобутні риси. В науковій розвідці запропоновано виокремити такі періоди репрезентації портрету українця:

1) 10 років після здобуття Незалежності – негативний образ народу, як все ще «відгомін радянщини»;

2) 25 років після здобуття Незалежності – формування образу українця-заробітчанина;

3) після Революції Гідності – формування образу вільного, незалежного самобутнього українського народу [22, с. 259-260].

Із початком війни росії проти України формується ще один суспільно-політичний період, в межах якого починають розглядати психопортрет українців в різних іпостасях. Увага науковців зосереджена на розкритті сутності портрету українця крізь призму російської агресії, варварських злочинів проти українського народу й водночас з урахуванням різноманітних людських емоцій, спровокованих війною, як, скажімо, страх, лють, нескореність тощо.

Задля формування психопортрету українського народу автори в англійських медіатекстах використовують різні тематичні блоки, які у своїй сукупності формують для реципієнта цілісний концептуальний образ, мовний портрет з позитивними та негативними тональностями.

Тональність психопортрету українця з'ясовано за допомогою програмного забезпечення SentimentStrengthAnalysis (API), що дає змогу визначити позитивну, негативну чи нейтральну тональність висловлення, програмами NRC Emotion Lexicon, IBM Watson: IBM Watson™ Tone Analyzer для з'ясування зв'язку тексту з емоціями та асоціаціями.

Задля аналізу психопортрету українців було відібрано 157 статей із загальної вибірки (1000 статей). Проведений аналіз англomовних видань щодо війни в Україні демонструє, що відображення психопортрету українця, сприйняття українського народу іншими спільнотами є загалом позитивним. Однак серед текстів і серед лексики, що ретранслюють портрет, переважаючий тип тональності – негативний. Тобто сам образ передається автором і сприймається реципієнтом як такий, що є позитивним.

Аналіз тональності психопортрету українця здійснено з огляду на такі тематичні аспекти:

- емоційний стан (emotional condition);
- поведінка; спосіб життя, дії як виразник моральних якостей та цінностей (behavior; lifestyle, actions);
- фізичний стан як виразник самобутніх рис (physical condition as an expression of distinctive features).

З урахуванням зазначених тематичних аспектів виокремлюємо такі метафоричні моделі, що формують загальний психолінгвістичний портрет українця:

- Українець – воїн-захисник; Ukrainian as a warrior-defender;
- Українець – мігрант; Ukrainian as a migrant;
- Українець – жертва війни; Ukrainian as a victim of war;
- Українець – незламна людина; Ukrainian as an indomitable person
- Українець – націоналіст; Ukrainian as a nationalist;
- Українець – волонтер; Ukrainian as a volunteer;
- Українець – зрадник. Ukrainian as a traitor.

Основна мета нашого звернення до класифікації портретів українців полягає в тому, щоб з'ясувати, які саме емоції включає сприйняття світових спільнот українського народу в час війни.

Аналіз зібраного матеріалу засвідчує, що основне смислове навантаження несе метафорична група українець – воїн-захисник, оскільки український народ крізь призму війни росії проти України сприймається як такий, що виборює власні

екзистенційні ознаки, ментальні самотні риси, цінності, територіальність. Високою негативною тональністю відзначаються тексти на позначення незламності українського народу. Така тенденція може бути пояснена тим, що репрезентація психопортрету незламного українця у англійських медіатекстах подається як позитивна, як позитивне портретування чи позитивний смисл образу. Проте засоби, якими послуговуються автори для зображення тієї ж мужності, чи відважності українців, мають негативні асоціативні показники та конотації, тобто можемо говорити про смисловий та емоційний контраст тексту.

До прикладу, аналіз статей, у яких відтворено психопортрет незламного українця-захисника засвідчує, що сам психопортрет за своїми смисловими ознаками має позитивну тональність й сприймається автором та реципієнтами позитивно, оскільки виявляє сполучуваність з позитивно / нейтрально забарвленими лексемами. Зафіксовано абстрактні іменники (41%), дієслова (37%) та прикметники, прислівники (22%), а саме: абстрактні іменники: *power energy, intemperance, spirit, indomitability, hope, desperation, faith, love, kindness, patience, some love in our souls, benevolence, compassion, defensive, our freedom, future, fortitude, ability to feel, willpower, lust for life, sense of freedom, desire for freedom, humanity, sincerity* і т. д.; дієслова: *fight, hope, believe, wait, help, gone on the attack, volunteer, soothe, have breach, love, sympathize, fight, take care, defend, resist, understand, protect, fight, hope, believe, wait, help, volunteer, soothe, love, hate, sympathize, endure, fight, defend, understand, protect*; прикметники, прислівники: *desperate, fearless, hopeful, kind, compassionate, peaceful, patient, brave, courageously, bravely*.

Проаналізуємо: *Ukrainians have fought bravely to defend their country* (Twitter 8.07.2023);

We support the brave Defenders of Ukraine, who fight for our freedom and peaceful future 24 hours a day on the line of fire (The New York Times, 17.04.2023);

Ukrainian soldiers courageously resist the russian invaders (Reuters, 3.03.2023);

In the 18 months since russia invaded, the Ukrainians have mostly been on the defensive, preventing moscow's forces from seizing more territory (BBC 4.08.2023);

But this summer, Ukraine — with the help of billions of pounds of Western military equipment — has gone on the attack, attempting to expel the russians from land they previously captured in the east and south of the country (BBC, 4.08.2023);

This is not a special case. In almost every military unit, every headquarters, every trench — wherever Ukrainian soldiers are, there's always a dog or a cat living with them. As we must constantly face cruelty, it appears we want to preserve the ability to feel and take care of someone somehow — and animals help us preserve some love in our souls (Politico.eu, 18.05.2023);

Ukrainian generals claim they have breached russia's formidable first line of defences in the south, as the counter-offensive launched earlier this summer may be poised to gather pace (BBC, 3.09.2023).

Натомість тексти як цілісний семантичний простір, у якому репрезентовано психобраз, несуть негативну тональність, оскільки автор творить портрет в межах певної ситуативності тексту, яка може бути створена лексичними одиницями як з позитивною, так і негативною семантикою, тобто інтерпретація образу українців крізь призму війни відбувається в тексті разом з інтерпретацією подій і ходу, умов війни, дій країни-агресора, які самі по собі асоціативно співвідносяться із такими психо-чуттєвими ознаками як страх, біль, вбивства, насильство, боротьба тощо й відтак виражають негативні конотації. До прикладу, у англійських медіатекстах, крім лексем з позитивною тональністю на позначення психопортрету незламного українця, фіксуємо й інші лексичні одиниці з негативною конотацією, а саме: *war, pain, fear, explosions, ruins, wounds, death, crying, life, warriors, rush, bob, rockets, run away, fight, painful, blood, killed, killed people, killed civilians*. Основне смислове навантаження концентрують дієслова та дієслівні сполучення, як виразники високої негативної тональності: *kill (-0,51), destroy (-0,74), send to hell (-0,74), strike with a weapon (-0,59), do not pity (-0,25), bomb (-0,65), push (-0,56), shoot (-0,65), subjected to fire (-0,67)*. Отже, можемо говорити про семантичний контраст тексту, який виникає як результат кореляції лексем із різними смислами за своєю прагматичною спрямованістю, коли позитивний образ формується шляхом протиставлення позитивної семантики

негативній. Розглянемо такі опозиційні лексичні поєднання: *Ukrainian defenders – killed; Glory to Ukraine — death, Ukraine – sent to hell, his battalion – pushed*.

Наприклад: *Ukrainian defenders killed 600 russian invaders over the past day* (Skynews 9.09.2023). Згідно з машинними підрахунками, текст виявляє високий негативний показник (-0,64). Однак емоційний фон тексту позначають емоції approving 0,47 та joyful 0,16, отже, вплив тексту на реципієнта має наслідком виникнення піднесеного настрою, реакції на невдачу ворога. Відтак можемо зафіксувати змішану емоційну тональність, яка виникає на основі семантичних контрастивних співвідношень лексем. Змішану емоційність фіксуємо також у текстах:

Before his death, (the man) reminded all of us of the meaning of the words 'Glory to Ukraine! (Reuters, 6.03.2023) – grateful 0,47, mournful 0,38, admiring 0,14.

Ukraine sent more than 100 russian soldiers «to Hell» (Reuters 12.012023)– одночасний зв'язок з емоціями mournful, 0,58, grateful 0,20, neutral 0,22.

«The Ukrainian defense still holds the western districts of the town but has been subjected to particularly intense russian artillery fire over the previous 48 hours», the ministry's assessment said (Euronews, 14.04.2023) – approving 0,22, neutral 0,88.

Now, after his battalion helped pushed the russians out of Lyman in September, they are fighting to keep them from taking it back. A year has been long enough for the tide of war to ebb and flow, and he knows moscow is keen to reoccupy the semi-demolished city where he sleeps in an abandoned house (The Washington Post, 24.02.2023) – approving 0,33, disapproving 0,17, neutral 0,50.

Проаналізуємо ще один текст: *As the anaesthetic began to wear off, the Ukrainian soldier — a scrawny, mud-flecked 19-year-old - let out a low wail in the back of the ambulance, then fumbled with his oxygen mask and swore as he mumbled: «Give me my rifle»*. (BBC, 7.07.2023). Шляхом застосування програмного забезпечення SentimentStrengthAnalysis (API) з'ясуємо позитивну тональність тексту 1. Показник 1 є виразником низької позитивної тональності, вочевидь на такий результат мали вплив лексеми *anaesthetic, scrawny, mud-flecked, oxygen mask, rifle*. Такі лексеми (за NRC Emotion Lexicon) виражають негативні конотації,

асоціюються з поганим фізіологічним станом, хворобою, насильством. Важливо, що ці лексеми, здавалося б, не є виразниками психологізму особистості за своєю семантикою, однак, корелюючи у контексті з висловленням «*Give me my rifle*», вони здобувають додаткові конотативні ознаки, імпліцитні смисли, що виражають незламність юнака, його вольові якості, а, отже, – стають виразниками психопортрету. Отже, автор формує міцний образ українського солдата, юного, пораненого, однак, незламного і готовим боротися, відчайдушного і сильного, що засвідчує імперативна конструкція : «*Give me my rifle*». Звертаємо увагу, що перш ніж створити образ, автор статті створює семантичний простір для формування образу, моделює ситуацію. Важливо, що лексичні одиниці, корелюючи, доповнюють семантику один одного, формуючи, в такий спосіб психопортрет.

У реченні *My task is to bring this story to an end. I want to take part in the victory parade. I want us to win, and I want to lose fewer people* (Fox, 24.08.2023) репрезентовано захисника як особистість впевнену в собі та в перемозі, як міцну духом, незламну й нескорену людину, яка боротиметься до кінця. Основне функціональне навантаження виконують синтаксичні конструкції, адже, як зазначає Н. В. Кондратенко, – синтаксична специфіка тексту безпосередньо пов'язана із його семантичними особливостями [52, с. 113]. У текст залучено модальне дієсловом *will*, що позначає бажання, наміри *I want to take part in the victory, I want us to win, I want to lose fewer people*. Модальне дієслово стає засобом формування чітких бажань суб'єкта, яким приписується певний спектр емоцій, зокрема, це – *eager, optimistic, confident, excited*, які в своїй сукупності формують позитивний емоційний фон речення. (Tone Checker) Задля достовірних результатів звіримо отримані дані з програмним застосунком *SentimentStrengthAnalysis* (API); фіксуємо тональність тексту 4, тобто як позитивну.

Символічність присвійних займенників кваліфікуємо у тексті з позитивною тональністю 2: *Our boys are on the front line, we are here to keep the line; Our fights held 500 fights in a week* (Fox, 5.06.2022). Займенник передає семантику позитиву, позитивну тональність, оскільки вживається у значенні як той, хто є близький,

рідний: за словниковими дефініціями наш – який належить нам, яким ми користуємося; який перебуває в родинних, дружніх, близьких стосунках з нами; який належить до одного з нами колективу, товариства; який складається з нас та ін. [213]. Варто відзначити, що займенник *our* формує в реципієнтів, аудиторії відчуття приналежності, причетності до події.

Допис про нескореність захисниці публікує у Twitter кореспондент Нік Марк: *Ukrainian defenders sing at the Azovstal steelworks in Mariupol as russia continues to shell and bomb the factory. They say they will fight to the end The frontwoman of this band is Kateryna «Ptashka» («bird»), who left for the army after completing music studies* (Twitter, 11.05.2023). Автор описує дівчину як нескорену і незламну, мовними засобами автор моделює ситуацію, коли втомлена вона разом із іншими захисниками співає всупереч обстрілам і бомбардуванням. Асоціативно образ захисниці співвідноситься з такими морально-вольовими якостями як надія, мужність, нескореність. Згідно з програмним обчисленням текст відбиває зв'язок з кількома емоціями з різним коефіцієнтом: *approving* (0,33 зв'язок із текстом), *admiring* (0,01), *neutral* (0,66) водночас, що кваліфікуємо як змішана тональність тексту. Виникнення змішаних емоційних показників є результатом протиставлення лексем та висловлень: *the Azovstal steelworks in Mariupol – russia; fight to the end – shell and bomb the factory*, що бачиться як протиставлення добра-злу й зумовлює смисловий, а далі й емоційний контраст.

Надалі можемо спостерігати зображення психопортрету дівчини шляхом створення смислового контрасту, коли вербальний образ доповнюється візуальними засобами. Ролик про українську Катерину «Пташку» транслюють різноманітні теленовини, скажімо, канал SBS News. Кореспонденти транслюють фото усміхненої дівчини. Візуальне та емоційне сприйняття дівчини відбувається через її посмішку, жести, форму та через номінації, якими автор зображує захисницю. Основний акцент у тексті зосереджений навколо ментальності українського народу, дієслово *sing* символізує незламність, адже відомо, що пісня є виразником ментальних та етнічних особливостей, символом українців [33].

Варто відзначити, що автор послуговується транслітерацією укр. пташка – ptashka. Тобто варто говорити про те, що політичні, культурні обставини привносять зміни в системний склад мови. Війна росії проти України зумовила виникнення багатьох неологізмів на військову, соціальну тематику (що відзначаємо в розділі 3).



Рис. 4.9. Скриншот із відеорепортажу SBS News.

Отже, психопортрет у медіатексті є складним мовним явищем, яке поєднує в собі різнопланову семантику, психологізм, візуальні ефекти, мовні протиставлення, контрасти, антиномії тощо.

Під час аналізу психопортрету українця-мігранта зафіксовано, що основні смислові акценти зосереджено на слововживанні на позначення руху, переміщення, назв країн, видів транспорту, до прикладу: *to go, to drive, to run, abroad, train, country, station* тощо. Розглянемо текст: *In early 2022, as war was breaking out, a Ukrainian family said a painful goodbye to their father amid chaotic scenes at Lviv railway station* (BBC, 3.08.2023). Відзначимо, що психопортрет українця-мігранта з позицій інтерпретаційного аналізу розглядається як позитивний, як такий, який викликає співчуття в реципієнта, оскільки відображає смисл вимушеного переселення. Емоції та хвилювання сім'ї, яка змушена розлучитись й мігрувати, передано фразеологізмом *to say a goodbye*, атрибутом до якого виступає прикметник *painful*, що постає виразником болю. Варто відзначити, що в системі образотворення фразеологізмам відведено чільне місце,

оскільки вони є, з одного боку, засобами мовної економії, а з іншого, володіють розлогим смисловим потенціалом, прагматичними й асоціативними ознаками. Проте за SentimentStrengthAnalysis загальний текст визначено як негативний, з високою негативною тональністю -4. Ймовірно, на тональність тексту повпливали лексеми *war*, *painful*, *chaotic*, які за своїми семантичними показниками є виразниками негативу. Якщо розглядати лексеми з позицій їхньої побудови ядро-периферія, то ядровими семемами лексеми *war* є «*violence*», «*death*», «*murder*», «*pain*». Ядро лексичної одиниці *chaotic* утворено семним рядом «*mess*», «*panic*», «*commotion*», *painful* – «*pain*», «*suffering*», «*suffering*», що має наслідком зв'язок тексту з емоцією «сум» (коефіцієнт 0,88). Отже, семантичні показники цих одиниць повпливали на загальну тональність тексту, однак, не повпливали на позитивне відображення й сприйняття психопортрету українця-мігранта.

Спосіб життя українця-мігранта, його відчуття зображено у текстах: *First they will go to Krakow in Poland, then by road to the border, and finally onto the train that will carry them across Ukraine to the reunion with Jenia — the father and husband they have missed so much every day and night of exile* (Fox, 5.04.2023). Конструкції *go to Krakow in Poland, to the border, the train* слугують засобами відображення життєвого шляху, а за своїм прагматичним аспектом передають співчуття сім'ї, що вимушена поїхати з країни через війну, й водночас позначають обурення щодо війни. Семантику на позначення психоемоційності сконцентровано у лексемах *miss*, *reunion* та у гіперболі *every day and night of exile*. Автор дорівнює відчуття людини в еміграції до перебування в засланні. Встановлено, що позитивна тональність тексту становить 1 (низька позитивна тональність), негативна тональність – 1, відтак загальна тональність тексту вважається як нейтральна.

Психопортрет українця-мігранта крізь призму сімейних стосунків спостерігаємо у текстах: *Mothers and sons, separated by the war, share their weekly calls, revealing concerns* (-3) (SBC News, 14.08.2023). Серед ключових слів, що формують психопортрет фіксуємо: *mothers and sons separated by the war, concerns*. Атрибутом до лексем *mothers, sons* виступає дієприкметник *separated by the war*. Separated – 1. cause to move or be apart; 2. divide into constituent or distinct elements.

Лексема утворює синонімічний ряд лексичними одиницями: *part, split (up), break up, move apart, divide, sunder* (за корпусом COCA) й у тексті експлікує розлучення між членами сім'ї. Конструкція *separated by the war* виявляє зв'язок із емоцією «sad», яка спричинює такі стани, як відчуття самотності, занепад духом. Відтінок хвилювання привносить лексема *concerns*, що виявляє зв'язок з емоціями *sympathetic* (0,12) та *sad* (0,7). Текст *The couple had been watching the news about a troop build-up just over the border, but like so many Ukrainians, Oksana and Jenia wanted to protect their children from the fear of war* (BBC, 3.08.2023) виявляє зв'язок із емоціями *fear*, (0,86), *sympathetic* (0,12), *eager* (0,02). Сентимент-аналіз наведених прикладів дав змогу встановити, що психопортрет українця-мігранта пов'язаний за своєю тональністю з емоцією «fear», «a sense of responsibility for the family» як людським фактором, що спонукає людину до позитивних чи негативних певних дій. Відчуття страху спричиняє такі емоційні стани як «anguish», та «stress».

Відзначимо, що у проаналізованих текстах, психопортрет українця-мігранта сприймається як позитивний відповідно до моральних якостей, навіть як такий, що викликає співчуття у реципієнта.

Проаналізуємо текст, у якому зображено повсякденне життя українців в час війни, як символ їхньої незламності: *Mr Griffiths said: «The strength and resolve of the Ukrainian people is just incredible.» Life still does go on, families are still going about their everyday business. «It was just incredible to see people shopping with their torches on their phone in darkness, not having electric, not having heating on, or internet or phones», he added* (BBC, 27.02.2022). Основне смислове навантаження зосереджено у лексичних одиницях *strength, resolve, incredible*. Вказані одиниці об'єднуються в поняттях незламність, нескореність народу, як чуттєво-емоційних, фізичних виразників поведінки. Сентимент-аналіз вказує на те, що в сприйнятті американців український народ крізь призму війни є уособленням сили й відчайдушності, що підтверджує лексема *incredible*, яка асоціативно співвідноситься з лексемами *немислимий, неможливий*. Автор створює зумисну тавтологію шляхом залучення лексеми *incredible*, щоб передати своє захоплення

українцями, які незважаючи на відсутність світла, опалення тощо живуть звичним життям. Щодо тональності цілого тексту застосунок сентимент-аналізу вказує 0 – тобто нейтральну тональність. І текст і образ українців репрезентовано як позитивний, однак, на нашу думку, на результат тональності тексту мали вплив заперечувальні частки *not*, що є в більшості випадків виразниками негативу, вказують на відсутність чогось: *not having electric, not having heating on*. Ці висловлення формують імпліцитний смисл – комфорт, що є однією з психологічних та матеріальних передумов благополучного, повноцінного життя, однак, сполучаючись з частками *not* вказують на його відсутність в умовах війни.

Через опис спроб людей жити в умовах війни автор моделює психопортрет-незламного українця у іпостасі: *Damian Griffiths and Douglas Hall, both from Suffolk, worked in a kitchen in Lviv supplying food to soldiers on the front line. They both also said people were trying to carry on with their lives since conflict began a year ago* (Washington Post, 28.02.2023). За текстом зафіксовано, нейтральну тональність (-1/ 1), що можемо пояснити тим, що його смислову структуру формують лексеми з нейтральними (*soldiers on the front line, kitchen, their lives*) позитивними (*worked, supplying food*), та негативними (*conflict*) смисловими показниками, а вочевидь це і стало основним фактором формування загальної нейтральної тональності тексту, як такого.

Ефект бойового піднесення духу за захват зумовлює текст: *As the invasion continues, with civilians in the capital being urged by Ukrainian officials to prepare Molotov cocktails, we are seeing the emergence of everyday heroism – from the soldiers refusing to back down on Snake Island to the man who gave up his own life blowing up a bridge to prevent a russian crossing; Across Ukraine, ordinary people are taking up arms and demonstrating striking bravery in the face of russian aggression* (New York Post, 26.02.2023). Подразниками, які викликають позитивні емоції є висловлення, що приписуються простим людям: *prepare Molotov cocktails, emergence of everyday heroism, soldiers refusing to back down on Snake Island, man who gave up his own life, to prevent a russian crossing, are taking up arms and demonstrating striking bravery*, й які водночас формують концептуальне значення відваги.

Жінку-українку, як нескорений символ українського народу, зображено в тексті: «*You're occupants, you're fascists!*» she says as he tries to claim he is part of a military exercise. She adds: «*Take these seeds and put them in your pockets so at least sunflowers will grow when you all lie down here*» (Tittlepress, 25.02.2022). Ситуацію, коли жінка обурюється вторгненню російських військ, ретрансльовано у різних видах медіатексту: репортажах, статтях, постах. Так, пост у Twitter отримав близько 88 000 вподобань та 27 000 поширень.



Рис. 4.10. Скриншот із статті *Tittlepress*, 2022.

Текст кваліфікуємо як такий, що є з низькою позитивною тональністю, оскільки загальний показник становить 1. Застосунок відобразив такі компоненти з негативною семантикою у тексті як *occupants, fascists* (-1), асоціативний фон яких утворюють одиниці «безжальність», «страх», «тортури». Позитивну тональність репрезентують лексеми: *military exercise, pockets, sunflowers, grow lie down* (+2).

Підвищену експресивність й перевагу за негативною та змішаною тональністю зафіксовано за текстами, у яких моделюють психопортрет українець-жертва війни. З проаналізованих 32 статей, 19 з них виявляють негативну

тональність, 13 – змішану. До прикладу: *An exhibition of striking photographs capturing the conflict in Ukraine show «inspiring scenes of courage and hope», organisers have said. «It features portraits of people hit by the devastation and those on the front line. The university said it served «as a reminder of Ukrainian bravery.» Among the 90 photographs on display at the university's Brynmor Jones Library is an image of a six-year-old boy at the grave of his mother, who is buried in the courtyard of their house in Bucha after she was killed by russian soldiers (BBC, 2.08.2023).* Сентимент-аналіз показав, що тональність тексту є високо негативною з показником -4. Таку обставину можемо пояснити тим, що лексико-семантичний склад психопортрету українець-жертва утворено лексемами з негативними конотаціями: *people hit by the devastation, front line, buried, at the grave of his mother, killed*, серед позитивно конотованих фіксуємо *courage, hope, bravery, six-year-old boy*. Програмний застосунок IBM Watson: IBM Watson™ Tone Analyzer засвідчує наповненість тексту тональністю смутку, що виступає маркером відчуття втрати та ознакою страху, як реакції на агресію росії, небезпеку. Така емоційність викликає побічні відчуття, скажімо, як співчуття та співпереживання.

Розглянемо текст: *To get them back, their relatives were forced to make gruelling journeys across thousands of miles into the country that has declared war on them. Only eight of the children have been returned from Perevalsk so far and Artem was one of the last, collected by his mother just this spring (Fox, 31.05.2023).* Сентимент-аналіз вказує на зв'язок тексту з емоцією «смуток», як відчуття втрати чогось, яке виникає як реакція батьків на вивезення українських дітей в росію. Очевидно, що такі слововживання як *relative, forced, gruelling journeys, war, collected by his mother*, які поза текстом існують як нейтральні, у контексті формують імпліцитно тон смутку батьків, оскільки судження направлене на моделювання ситуації про викрадення росіянами українських дітей.

Аналізуючи англomовний медіадискурс щодо війни в Україні загалом й психопортрет українського народу зокрема, спостерігаємо, що нерідко психопортрет може конденсувати одразу кілька значень, скажімо, образ українець-жертва війни містить ще додатковий смисл українець-мігрант. Отже,

приходимо до висновку, що психопортрет є складним комплексним явищем, гетерогенним у своїй смисловій орієнтованості. До прикладу, проаналізуємо текст: *At night their children woke up at the sound of explosions and couldn't stop crying. The family made the decision to move to the outskirts of Kyiv and then flee abroad. They travelled to Hungary, where Mykhailo left his wife and children and came back to Western Ukraine to help the war effort* (The Guardian, 4.03.2022). Текст визначено як високо негативний -4. Ймовірно, вплив на тональність тексту мали лексеми, які передають негативні конотації *sound of explosions, couldn't stop crying*; їхнє залучення у текст вказує на переважаючий тон страху, як виразника людських емоцій, реакції на негативні подразники, події тощо. Звертаємо увагу на те, що поряд з загальною негативною тональністю тексту, портрет українського народу в цьому тексті має змішану тональність. Автор формує різноплановий психопортрет. Так, можемо виділити такі значення в межах психопортрету, зокрема:

1 – українець-жертва війни: *children woke up at the sound of explosions and couldn't stop crying*;

2 – українець-мігрант; *The family made the decision to move to the outskirts of Kyiv and then flee abroad; flee abroad, They travelled to Hungary*;

3 – українець-волонтер: *came back to Western Ukraine to help the war effort*.

На наступному етапі аналізуємо створення психопортрету українець-націоналіст: *The Security Service of Ukraine has finally confirmed the identity of the Hero, who was shot after saying «Glory to Ukraine!»* (Reddit, 12.03.2023). Психопортрет сформовано шляхом залучення синтаксичної конструкції «*Glory to Ukraine!*», що є гаслом українського народу. Відзначимо, що програма IBM Watson: IBM Watson™ Tone Analyzer фіксує зв'язок тональності тексту із відчуттям впевненості людини й має відтінки гордості й нескореності, проте, цілісний текст позначено як негативний з показником -2. Можемо дійти до висновку, що машинний аналіз не завжди точно може визначити тональність імпліцитних, закодованих авторських смислів. Така проблема може бути пов'язана з авторськими інтенціями й його особливістю, манерою створення

тексту, мовними кодами, які він використовує й особливо у вживанні автором лексем у невластивих для них значеннях.

Текст *The press secretary of the president of russia dmytro peskov commented on the statement of the russian propagandist Volodymyr Solovyov that the «Banderites» came to power in Ukraine* (Atlantic, 18.04.2023) передає експлікацію українця-націоналіста крізь семантичну структуру лексеми *Banderites*, яка асоціативно співвідноситься із *Ukrainian spirit, struggle, resistance, nationalism, leader, nationalist movement, rights, will, spirit*. Тобто за своїм забарвленням тональності, текст пов'язаний з емоціями нескореності й спротиву, які є виразниками психоемоційних, вольових рис українців.

Натомість протилежні негативно забарвлені кваліфікаційні ознаки психопортрету українців розкривають автори у текстах: *The Security Service of Ukraine has reported suspicion of 31 more traitors of Ukraine* (CNN, 24.03.2023). Тональність медіатексту визначено як -2. Вочевидь негативна тональність спрямована на активацію сумніву й вагань через залучення лексичної одиниці «suspicion», що виявляє зв'язок з емоціями «disapproving», «curious»;

Маніпулятивну негативну репрезентацію українців передано в медіатексті: «*I didn't want to scare my parents, but I started telling them directly that civilians and children are dying*», she says. «*But even though they worry about me, they still say it probably happens only by accident, that the russian army would never target civilians. That it's Ukrainians who're killing their own people*» (BBC, 4.03.2023). Текст виявив зв'язки з емоціями *fearful* (0,65), *sad* (0,11), *worried* (0,03). Конструкція *killing their own people* виконує роль атрибута на позначення дій української армії, українців й слугує основним подразником емоції *fearful*.

Відзначимо, що психопортрет стає не тільки образним засобом розкриття ознак когось / чогось, але й слугує комунікативним засобом, імпульсом розкриття дійсності. Через мовний портрет загалом й психопортрети зокрема створюється комунікація в системі автор–текст–читач, активуються когнітивні процеси усвідомлення, сприйняття, визначення читача, через які власне й відкриваються події, ситуації тощо.

Під час аналізу психо-портрету українця волонтера, з'ясовуємо, що номінаціями, які утворюють цей різновид психопортрету є: дієслова на позначення діяльності (31%) *to treat, to teach, to help, to search, to collect, to buy, to provide, to drive, to save, to repair*; номінації на позначення професій (27%) *a teacher, a doctor, a soldier, ordinary people, young men, girls, nurses, a fireman*, прикметники на позначення вольових, фізичних й емоційних якостей (42%) *fearless, strong, strong-willed, tireless, generous, ready to help, indomitable, optimistic*. Проаналізуємо образ українця-волонтера: *Since the beginning of russia's full-scale invasion, volunteers in Ukraine have been searching for, purchasing and delivering equipment to the front – from armoured vehicles to drones; they have been feeding and teaching both civilians and the military, evacuating people from shelling hotspots, providing hospitals with medicines, helping internally displaced persons, equipping sappers, and rebuilding destroyed homes in the territories liberated from russian occupation* (BBC, 26.10.2022). Тональність тексту утворюють емоції *neutral* (0,65), *approving* (0,28), *admiring* (0,06). Емоційний простір тексту *For two days, the women worked with volunteers running a refugee hostel in Krakow to establish «strategies to support themselves and the refugees», Ms Young said. «The volunteers are on their knees working 24/7, so we were giving them psychological support to them and the refugees as well»* (CNN, 2.04.2022) визначено емоціями *neutral* (0,78), *approving* (0,19), *sympathetic* (0,03). Отже, тексти за своїми емоційними показниками направлені на психофізичні показники, такі як впевненість, оптимізм, незламність, які детерміновані діяльністю волонтерів. Звернення до теми волонтерства у англomовних медіатекстах, пояснюємо тим, що волонтери стають тилом, фізичною силою, що забезпечує потреби армії.

Відзначимо, що в межах психопортрету в медіатекстах, автор поєднує медіареальність й реальність повсякдення, тобто метою психопортрету є створення комунікативної інформаційної сутності. З одного боку, портрет розкриває основну сутність, того, кого автор характеризує, а з іншого боку, – слугує засобом рефлексії, комунікації між автором та реципієнтом.

Психопортрет є складним лінгвістичним явищем у своєму вербальному та смислово оформленні. Тобто створення психопортрету відбувається як на денотативному, так і на конотативному та асоціативному рівнях. Створюючи психопортрет, автор не тільки залучає прямі значення лексем, але й створює найрізноманітніші, найнеочікуваніші конотації, які розвивають асоціації у читача, утримують його увагу та інтерес, активують перцептивне сприйняття: *Sons confide about the cold, the darkness, curfews, the grandparents they're helping to look after – too old and frail to leave — and their determination that all will be well. Snow has already fallen and power outages are frequent. The mums talk about their hosts' kindness, the generosity of strangers, their worries for loved ones back home, their longing for the war to be over* (Returs, 26.06.2022). Автор створює смисловий колаж тексту, поєднуючи різні за смисловими навантаженням і концептним спрямуванням лексеми, протиставляючи позитивну семантику – негативній: *sons, grandparents, cold, darkness, curfews, helping, kindness, generosity* та ін., які, внаслідок кореляцій одні з одними, зумовлюють змішану тональність смислового простору тексту.

4.3. Сентимент-аналіз прагматичного потенціалу висловлень в повідомленнях щодо війни в Україні

Медіатексти своєю мовно-стилістичною організацією реалізують сутність медіадискурсу, такі його кваліфікаційні параметри як переконливість, тематична гетерогенність, прагматичність, динамічність тощо.

Відзначимо, що мовлення медіатекстів спрямоване не тільки на інформування читачів про події, факти, обставини чи моделювання ситуації / створення образу, але й зумовлює вплив на свідомість реципієнта, його емоції, відіграє роль у формуванні власних суджень, спостережень, висновків. Отже, медіатекст, його мовлення необхідно розглядати з позицій психологічного аспекту, як таке, що активує перцептивне й чуттєве сприйняття.

Важливо, що образи, факти, обставини, відображені в тексті, виконують не тільки інформативну функцію, але й аксіологічну, тобто поряд з основною інформацією відбивають думки, погляди, оцінки і судження автора тексту. Відтак текстологічні особливості медіатексту, його смисловий простір, тональність необхідно аналізувати з огляду на прагматичний потенціал лексичних одиниць, вибір яких в свою чергу пов'язаний з інтенціями автора.

Задля дослідження прагматичного потенціалу лексем у англомовних медіатекстах про війну в Україні й встановлення тональності цих текстів, послуговуватимемось програмним забезпеченням NRC Emotion Lexicon, IBM Watson IBM Watson™ Tone Analyzer та SentimentStrengthAnalysis. Через використання NRC Emotion Lexicon вдасться встановити асоціації лексем, залучених у медіатексти; та завдяки IBM Watson: IBM Watson™ Tone Analyzer зможемо зафіксувати тональність тексту загалом й авторських намірів зокрема та спробуємо проаналізувати прагматику висловлень, програмне забезпечення SentimentStrengthAnalysis згенерує загальну тональність тексту, її коефіцієнт в межах від 1 / 5 як позитивну, та -1 / -5 як негативну.

Під час дослідження комунікативних намірів, тактик та стратегій автора у англомовних медіатекстах про війну в Україні, було інтерпретовано інформативні, спонукальні, емотивно-аксіологічні види авторських інтенцій.

Метою інформативних інтенцій є інтерпретація інформації, донесення її до реципієнта, концентрація та активізація його уваги. Вирізняємо наступні тактики задля реалізації цих інтенцій:

- інформування: *Ukraine is now the most heavily mined country on Earth and its army is suffering from a critical shortage of men and equipment able to clear the frontlines, the country's defence minister has said, as soldiers spoke of heavy casualties in the engineering brigades. The Kerch bridge was opened in 2018 and enables road and rail travel between russia and Crimea — Ukrainian territory annexed by russia in 2014 (The Guardian, 13.07.2023); It is an important resupply route for russian forces occupying parts of southern Ukraine. russia's defence ministry said that Ukraine had targeted the structure on Saturday at around 13:00 (10:00 GMT) (BBC, 12.08.2023);*

- опис, характеризування: *The number of sappers in the Ukrainian armed forces was nowhere near enough to get through the complex russian defences on the vast 600-mile (1,000km) front, with mine clearing units targeted with heavy fire* (The Guardian, 13.08.2023). «*We are being sent to a slaughter*», Aleksandr said in a series of audio messages from the Kherson region, referring to his commanders. «*We are not human to them, because we are criminals.*» (The New York Times, 14.08.2023).

Застосування програмного забезпечення дало змогу встановити, що показники тональності згаданих текстів коливаються від високо негативних -3 до нейтральних з показником 0. Під час дослідження вдалося з'ясувати, що превалюючою тональністю для текстів, що відображають інформативні авторські інтенції, є високо негативна 68%, нейтральна 27%, позитивна – 5%. Така тенденція може бути пояснена тим, що зображення теми війни в Україні відбувається через залучення лексем з негативною конотацією, а сама по собі лексема *war* викликає негативні асоціації, однак, авторська позиція з огляду на інформативні інтенції залишається нейтральною. Тобто інформативні інтенції мають на меті звернути увагу реципієнта, змодельовати ситуацію, відобразити інформацію так, щоб авторське Я залишилось нейтральним.

Натомість позиція автора у спонукальних інтенціях може бути як позитивно / негативною, так і нейтральною й виражає авторське бачення, настанови, думки чи судження. Медіатексти із зазначеними типами інтенцій спрямовані на активацію низки емоцій у читача.

На нашу думку, комунікативні спонукальні інтенції автора реалізуються у таких тактиках як заклик, застереження, вимоги, що є водночас виразниками авторського прагматизму. Основними завданнями цієї комунікативної стратегії, намірів є спонукання реципієнта до певних дій, фізичних, емоційних, його переконання та спонукання до аналізу, роздумів.

Заклик, настанова: *We must help Ukraine; We must stand to the end; We must stop violent actions; We need the support of other countries; We need other types of weapons, we need to understand that we are not alone in this battle* (BBC, 15.06.2022). Сентимент-аналіз вказує на зв'язок тексту з оцінною емоцією «*approving*» (0,21)

та емоцією «eager» (0,20). Вочевидь текст акцентує на важливості допомоги Україні;

Застереження: «*russia plans provocations; The grain deal could fail; Ukrainians are trying to live in the conditions of war, they are wonderful people, but they understand that the war continues; Ukraine has been saying this to its partners from the first day of the war: If you don't close the skies, you will also be responsible for this catastrophe, a massive humanitarian catastrophe*», *he said* (CNN, 11.08.2022). Медіатекст виявляє негативну тональність -1. Негативна тональність може бути пояснена залученням таких ключових лексем та конструкцій як *provocations, catastrophe, conditions of war, war continues, first day of the war, massive humanitarian catastrophe*, які, як визначив програмний застосунок, апелюють до емоцій «sad», «disappointed». Націлюючи реципієнта на такий емоції й негативне сприйняття тексту, автор, ймовірно, хоче показати небезпеку та агресію війни, розпочатої росією. Побоювання, припущення щодо провалу зернової угоди, передано конструкцією *The grain deal could fail*, яка репрезентує зв'язок з емоцією «disappointed» (0,93).

Вимоги: «*UK must do more to support Ukraine, russia must answer for everything, For people that might be concerned that the costs financially are getting too high, we would ask them to consider what those costs – not just in treasure but in blood, perhaps even American blood – could be if putin subjugates Ukraine and then sets his sights on our NATO allies, because we obviously have a security commitment to protect our NATO allies*», *said John Kirby, a spokesman at the National Security Council* (CNN, 10.08.2023). Автор створює ефект вимоги шляхом залучення лексем та висловлень: *russia must answer for everything, be concerned, costs, blood, American blood, subjugates Ukraine, sets his sights on our NATO allies*. Поєднуючись із модальним дієсловом *could (could be if putin subjugates Ukraine and then sets his sights on our NATO allies)*, ці одиниці експлікують емоції «aware», «annoyed», які, в свою чергу повинні зумовити розуміння небезпеки дій країни-агресора й показати, що саме цією небезпекою детермінована, подана в медіатексті, вимога.

Емотивно-аксіологічні авторські інтенції є невід'ємною складовою емоційної тональності тексту, оскільки виражають фон тексту загалом й

передають водночас асоціації, оцінки, емоції, відчуття та сприйняття автора зокрема.

Серед емотивно-аксіологічних інтенцій вирізняємо власне емотивні та власне аксіологічні інтенції. Власне емотивні інтенції передають настрій та почуття автора як інтерпретатора подій. Аксіологічні відтворюють його бачення, судження й оцінки щодо подій, які відбуваються.

Емотивні інтенції: *According to Zelenskyu and his closest collaborators, if putin did not shrink from causing a humanitarian and environmental tragedy by destroying the Kakhovka Dam then there is good reason to believe he would even be ready to cause a nuclear incident in order to block or at least slow down the Ukrainian advance.* (Eurotopics.ne, 8.06.2023) *The war in Ukraine has been a disaster for russia* (CBC, 31.12.2022). Сентимент-аналіз дав змогу встановити зв'язок обох текстів з емоцією страх, як виразник людських реакцій на дії з боку росії, як реакція на негативний подразник. Тональність тексту *Without a doubt, the War in Ukraine is death, pain and chaos, but also a moment of unification of Ukrainians* (Returs, 28.03.2022) відображена показником -3, тобто сприймається як негативна і відбиває емоцію смутку – як відчуття неблагополуччя.

Аксіологічні інтенції: *putin has chosen Catastrophic war over diplomacy; russia's invasion of Ukraine will be an economic and social echo throughout the civilized world. putin is making a historic mistake, and such actions must be punished* (BBC, 1.03.2023). Аксіологічні інтенції відбивають авторську оцінку ситуації, його судження щодо цієї ситуації. Тональність авторських інтенцій в тексті має показник -2 й кваліфікуються згідно з програмою SentimentStrengthAnalysis як негативні. Негативна тональність свідчить про засудження автором дій агресора, що реалізовується лексемами *mistake, punished*, семний склад яких і поза контекстом формує негативні конотації: помилка – семи: «неправильний вчинок», «похибка», «хиба», «неточність»; покараний – семи: «розплата», «відплата», «кара», «наука».

Серед проаналізованих авторських комунікативних тактик вважаємо за необхідне окремо виділити маніпулятивну тактику, оскільки вона поєднує в собі

як маніпуляцію, так і елементи інформативності, аксіологічності. Будь-який текст за своєю прагматичною спрямованістю може слугувати засобом маніпуляції. Дослідники характеризують маніпуляцію як прихований примус, програмування намірів, думок, почуттів, установок, стосунків, поведінки [124]. Таке визначення посиляється на приховану природу маніпуляції, проте, не вказує мету, заради котрої відбувається «програмування почуттів, намірів, думок». Політична маніпуляція як механізм впливу на образ держави, зазвичай, є вагомою частиною інформаційно-психологічної боротьби держав за владу на міжнародній арені.

Аналіз англомовних медіатекстів про війну в Україні засвідчив такі способи маніпуляції: тактика незакритого питання; тактика відволікання; тактика нагнітання страху, тривоги, сумніву; тактика заперечення, тактика спотворення фактів, тактика навішування ярликів.

Нагнітання страху: *vladimir putin has met the boss of russia's state-owned nuclear energy company — as both Western and russian jets are scrambled during airspace incidents* (Skynews 14.08.2023). За своєю тональністю текст є негативним -3 й у своїй прагматичній значущості орієнтований на емоцію «страх» й показник їхніх зв'язків становить 0.91.

Деякі тексти передають емотивні відчуття паніки:

We can take Kyiv in two weeks if we want (Reuters, 26.02.2022) – показник 0,55;

Two Ukrainian missiles have targeted a bridge linking Russia to the annexed Crimean peninsula, moscow says. The country's foreign ministry meanwhile said that «such barbaric actions... will not go unanswered» (BBC, 12.08.2023) показник – 0,88.

Створення сумніву: *But both times moscow has responded with: «It wasn't us. Why would we do this? This hurts us.» <...> In the case of the Kakhovka dam breach russia can point to at least two ways it damages their own interests. The flooding of land downstream has forced it to evacuate troops as well as civilians eastwards, away from Kherson and the banks of the broad River Dnipro. This will provide some limited respite for Kherson's residents who have had to live with daily russian artillery and missile strikes. <...> But the breaching of the Kakhovka dam needs to be seen in the wider context of the Ukraine war and more specifically in the light of Ukraine's summer*

counter-offensive, which shows signs of already being under way. <...> In order for this counter-offensive to succeed, it needs to break russia's stranglehold over a swathe of territory it seized last year that connects Crimea to Ukraine's eastern Donbas region. <...> But this action, whoever did it, now makes that option far more problematic (BBC, 6.06.2023). Задля створення сумніву введено такі вербальні засоби: *It wasn't us. Why would we do this?, point to at least two ways it damages their own interests, in the light of Ukraine's summer counter-offensive, whoever did it.* Конструкції спрямовані на активацію таких емоцій: angry, annoyed, confused, curious. Основне смислове навантаження щодо поняття невизначеність, сумнів несуть такі текстові конституенти, як заперечення, неозначений займенник *whoever* та риторичне питання, за допомогою цих компонентів створено двозначну відповідь, ефект незакритого питання. З одного боку, автор констатує факт, а з іншого – судження прагматично направлене на моделювання двозначної ситуації, проблеми, розв'язок якого повинен спиратися на правдиві факти й критичне мислення реципієнта.

Тактика незакритого питання передбачає маніпулювання критичним мисленням реципієнта. Автор зумисне формує заголовок чи текст у формі риторичного, незакритого питання, без потенційної відповіді, задля спонукання читача до роздумів, створення власної оцінки.

До прикладу: *president vladimir putin said on Tuesday that any further mobilisation would depend on what russia wanted to achieve in the war in Ukraine, adding that he faced a question only he could answer — should russia try to take Kyiv again?* (The Express Tribune, 13.06.2023). Конструкція *should russia try to take Kyiv again* зумовлює негативну тональність тексту -2, і, з одного боку, спонукає до роздумів щодо повторного вторгнення росії, а, з іншого боку, стає засобом нагнітання страху, оскільки лексеми *russia, try to take Kyiv again* виявляють такі асоціативні показники як вторгнення, страх, паніка, смерті, бомбардування.

Варто відзначити, що в англomовних медіатекстах про війну в Україні спостерігаємо комплексне застосування кількох авторських тактик. Ці тактики переплітаються у тексті, взаємодіють між собою і мають наслідком маніпуляцію,

нав'язування думки й навіювання емоцій одночасно, до прикладу, як у медіатекстах з риторичними запитаннями:

A huge dam in the russian-occupied area of southern Ukraine has been breached, unleashing a flood of water downstream. So who benefits from this act of vandalism? (BBC, 6.06.2023) За допомогою риторичного питання створено ефект зацікавлення, неоднозначності й незадоволення, що підтверджує зв'язок медіатексту з емоціям curious (1), sad (0,15), angry (0,04).

Ефект незакритого питання знаходимо в тексті: *What russian annexation means for Ukraine's regions?* (Breakingnews, 30.09.2022).

Тактика спотворення фактів має на меті викривлення правдивої інформації, або ж її заперечення:

russia's defence ministry on Thursday denied having bombed a maternity and children's hospital in Ukraine's Mariupol the previous day, accusing Ukraine of a «staged provocation» there (Reuters, 10.03.2022). За своєю тональною спрямованістю текст відображає емоцію смутку, аналізатор позначає їхній зв'язок коефіцієнтом 0,69. Текст сприймається як високо негативний -4, ймовірно, лексема *to bombe* зумовила такий рівень негативної тональності.

Спотворення фактів спостерігаємо у моделюванні ситуативного контексту, коли росія зазначає, що Україна порушила режим тиші й сама ж нанесла авіаудари по своїх військах: *The ministry said that russia carried out no air strikes on ground targets in that area on Wednesday, respecting an agreed «silent regime»* (Breakingnews, 10.03.2022).

Задля досягнення маніпулятивних стратегій і тактик, автори текстів використовують різноманітні лексичні одиниці. У системі авторських лексичних використань задля маніпуляції фіксуємо: *aggression* (38 слововживань), *banderites* (28), *conflict* (49), *crisis* (13), *denazification* (18), *enemy* (22), *friendly neighborly relations* (8), *liberation of the russian-speaking population* (10), *military training* (15), *nuclear order* (41), *Nazis* (16), *pro-russian rebels* (10), *special operation* (43), *special military operation* (59), *war participants* (12).

Аналіз зібраного фактичного матеріалу засвідчує застосування лексем та словосполучень *conflict, aggression, special operation, denazification, military training, liberation of the russian-speaking population, special military operation* як субститутів до лексеми війна. Маніпулятивна функція цих одиниць полягає в тому, що вони використовуються як синонімічні до іменника war, задля створення менш негативного образу росії, як свідоме невизнання чи сумнівне визнання війни в Україні. Така тактика може бути пояснена тим, що залучення іменника, до прикладу, *conflict, crisis* в значенні війни робить сприйняття тексту менш негативним. Порівняємо тональність текстів: (1) *A crisis between Ukraine and russia, which has loomed since 2014, continues to escalate. How did these countries get to this point?* (Fox, 13.05.2022), (2) *The conflict playing out between russia and Ukraine is one marked by land borders and shaped by strategic influence* (Twitter, 21.01.2022), (3) *A bitter and bloody war in Ukraine has devastated the country, further isolated russia from the West and fueled economic insecurity around the world* (Atlantic, 23.07.2022). За текстом (1) фіксуємо тональність — 2; текст (2) має показник низької позитивної тональності 1, натомість текст 3, порівняно з текстами 1, 2, має високий показник негативної тональності -4, яка зумовлена конотацією й семантичними показниками лексичної одиниці war. З позицій когнітивної прагматики лексеми застосовуються як замітники поняття «війна» задля викривлення інформації. Одна із дефініцій іменника *crisis* – це нестабільний або вирішальний момент / період або стан речей, який, якщо не прийняти рішення, призведе до неприємних наслідків, лиха, катастрофи; *conflict* кваліфіковано як незначну суперечку [213], отже, можемо дійти висновку, що ці одиниці показують тільки семантичну наближеність до іменника «війна», однак, не синонімічність чи тотожність, й вводяться в текст задля заперечення інформації, таку тактику кваліфікуємо як тактику підміни понять.

Також фіксуємо використання таких конструкцій для позначення війни в Україні, як: *special military operation, denazification, war: president vladimir putin authorised «a special military operation» against Ukraine on Thursday morning to eliminate what he called a serious threat, saying his aim was to demilitarise russia's*

southern neighbour (Al Jazeera, 24.02.2022); *putin has stated that the move was undertaken «to protect people» who have been «subjected to bullying and genocide», and that russia «will strive for the demilitarization and denazification of Ukraine»* (Reuters, 24.02.2022). Такі кремлівські фрази показують викривлення реальних обставин, перекручування фактів і слугують засобами відволікання від агресивних цілей росії щодо України. Заміна лексеми *war* конструкціями *special military operation, denazification* зумовлює зміщення негативної тональності медіатексту в бік менш негативної або ж нейтральної. Лексема *war* показала негативну тональність -2, а, отже, потенційно могла б посилити негативну тональність контексту від -1 до -2. Натомість *military operation, denazification* виявили нейтральну тональність, що дає підстави про те, що ці компоненти вводяться в текст задля зменшення його негативної тональності. Отже, медіатексти слугують як засобом передачі інформації, так й маніпулятивним інструментом та виразником авторських інтенцій. Тональність семантичного простору тексту, авторські інтенції взаємопов'язані і їхнє емотивне звучання залежить від обраної автором лексики для моделювання ситуації.

Висновки до 4 розділу

Тональність медіатекстів 2022-2023 рр. зумовлена їхньою тематичною орієнтованістю. На основі аналізу медіатекстів обраної періодики було зафіксовано такі теми у статтях англomовних ЗМІ про війну в Україні: ставлення європейських лідерів до війни в Україні, питання санкцій, засудження агресії путіна; підтримка України, постачання зброї; успішність, перевага / невдача обох армій; діяльність української влади в умовах війни; життя і поведінка українського народу в умовах війни, волонтерство; ядерна війна.

Репрезентуючи відповідну тему у медіатексті, автор апелює до емоції реципієнта, його зворотної реакції. Сентимент-аналіз відібраних лексем із текстів із зазначеними темами, дав змогу встановити превалювання негативної

тональності. Так, негативну тональність складає 43% проаналізованих статей, 36% відзначаються позитивною тональністю й 21% – змішана тональність. Спостерігаємо, що в обраних виданнях протягом аналізованого періоду загальна кількість новин, негативних та позитивних слів виявляє схожу динаміку, оскільки виникають все нові й нові новинні повідомлення, які стосуються як позитивних, так і негативних аспектів. Високий рівень негативної тональності може бути пояснений тим, що основна увага у статтях приділена питанню агресії росії в Україні, тобто емоційність медіатекстів з такою тематикою направлена на негативізацію образу росії, засудження бомбардувань росією українських міст й має на меті викликати злість, обурення, осуд. Відзначимо, що емоцію страх та стан паніки, як супровідний до цієї емоції, викликає тема щодо ядерної війни. Позитивну тональність фіксуємо за текстами, які стосуються тем переваги української армії, мужності українського народу, підтримка України тощо. Нейтральністю відзначені тексти, що стосуються питань ведення політики, життя українців за кордоном, волонтерства тощо.

Відкриваючи перед реципієнтом свій медіатекст, автор має на меті спонукати його до емоції, когнітивних дій, інтерпретування тощо. З'ясовано, що англійські тексти про війну в Україні можуть сприйматись позитивними / негативними / змішаними емоціями, об'єднуючись у емоційні мікрополя. Сентимент-аналіз англійських медіатекстів про війну в Україні засвідчує їхню апеляцію до таких провідних позитивних емоцій як: «радість», «відчуття спокою», «безстрашність, мужність»; негативних: «страх, «гнів», «відчай», «розпач».

Задля з'ясування сприйняття українців в умовах війни, світом був проведений сентимент-аналіз медіатекстів, в яких репрезентовано українців в різних психопортретах, таких як: українець-захисник, українець-мігрант, українець-жертва війни тощо. Сентимент-аналіз засвідчив, що психопортрет українців репрезентується авторами англійських ЗМІ загалом як позитивний.

Оскільки медіатекст виникає як реакція на війну в Україні, а його актуальність та «продовження існування» визначаються реакцією, зацікавленням та сприйняттям реципієнтів, під час сентимент-аналізу було взято також до уваги

прагматичний потенціал аналізованих текстів, авторські інтенції й комунікативні наміри. З'ясовано, що медіатекст не тільки інформує, описує, характеризує, але й слугує засобом здійснення настанови, застереження, іронічного ефекту, формулювання вимоги, нагнітання страху, паніки, сумніву.

ВИСНОВКИ

В період ХХ-ХХІ століть спостерігається зростання інтересу до дослідження мови крізь призму антропоцентризму. Сучасні лінгвістичні студії спрямовані на аналіз мови та мовних процесів як результату мисленнєвої діяльності індивіда, його емоцій. Зростає зацікавленість дискурсом як виразником комунікативного процесу між автором та реципієнтом, їхніх емоцій та відчуттів. Отже, емоції вербалізуються в тексті різноманітними засобами мови.

У нашому дослідженні наводимо ідею про те, що медіатекст співіснує в нерозривному зв'язку із категоріями емотивності й оцінності, оскільки постає ретранслятором авторської емоційності й відчуттів суспільства, репрезентує суспільно-політичні та культурні події та їхню оцінку.

З'ясовано, що основними ознаками медіатексту є: а) звернення до подій сьогодення; б) відображення тільки актуальних подій, тобто в межах медіачасу; в) кодованість – непряме висвітлення ситуації; правдивість, фейковість; г) підвищена емоційність, спричинена зверненням до різноманітних синтаксичних, стилістичних засобів задля наближення ситуації до читача.

Основними цілями медіатексту визначено: 1) подачу й уточнення інформації; 2) спонукання до аналізу, судження, мислення реципієнта; 3) вплив на формування думок читача та на його дії, маніпуляція. Відповідно, ці завдання медіатексту викликають певні емоції, як реакцію на події у реципієнта. Приходимо до висновку, що експресивність є невід'ємною складовою медіатексту так само, як і його смислові й інформаційні компоненти.

Тональність медіатексту визначається мовними одиницями, якими послуговується автор для побудови свого тексту. Дослідження емоційності англійських медіатекстів про війну в Україні дало змогу оцінити психоемоційне сприйняття ситуації в Україні суспільством та світовою спільнотою й зафіксувати мовні засоби вираження цих емоцій у медіатексті.

Комбінація обраних джерел дослідження може бути використана для всебічного сентимент-аналізу інформаційного супроводу війни в Україні в

англомовному дискурсі. Спираючись на зазначений ряд джерел, дослідники можуть провести нюансований і детальний аналіз різних факторів, що впливають на суспільні настрої, а також викликів і можливостей проведення сентимент-аналізу у цьому контексті. Використані в процесі написання роботи джерела дають вичерпне уявлення про теоретичні та методологічні засади сентимент-аналізу, а також про специфічні виклики та міркування, пов'язані з проведенням сентимент-аналізу інформаційних повідомлень про війну в Україні в англомовному дискурсі. Огляд літератури дав змогу контекстуалізувати питання дослідження, забезпечивши міцну основу для вивчення теоретичних засад роботи, в 1 розділі, та, методологічних розглянутих, в 2 розділі і проведення аналізу та інтерпретації емпіричних результатів в 3 та 4 розділах.

Аналіз емпіричного матеріалу на початковому етапі був направлений на вивчення засобів вербального рівня медіатекстів, застосованих авторами у ролі когнітивних і соціально-психічних подразників задля реалізації комунікативних тактик впливу на свідомість й управління поведінкою масової аудиторії.

Проведення сентимент-аналізу передбачає декілька етапів: виокремлення лексем-, конструкцій-сентиментів з тексту; здійснення обчислення їхньої тональності програмним застосунком поза контекстом; здійснення аналізу тональності лексем у контексті; співставлення отриманих результатів; співставлення із тональним словником.

З'ясовано, що задля наближення тексту до реципієнта, автори послуговуються низкою стилістичних засобів, які виконують роль подразників емоцій у реципієнта. Відзначимо, що емоційність тексту визначається мовними засобами, якими послуговується автор. Залучення стилістичних та синтаксичних засобів у текст має наслідком безпосередній вплив на його тональність.

За нашим спостереженнями, засобами посилення емоційності в англомовних медіатекстах про війну в Україні послуговували: 1) фразеологізми 10%; 2) емоційно забарвлені прислівники, прикметники у ролі епітетів 15%; 3) метонімія 8%; 4) метафори 20%; 5) неологізми 9%; 6) прецедентність: цитування, прецедентні назви, посилення на історичні події, звернення до назв зі

світу політики 26%. Поряд з інформативною функцією ці одиниці виконують роль виразників концептуальних значень, слугують непрямими засобами номінації емоції й впливають на полярність тексту, концептуалізують емоції. Таким чином, англомовні тексти про війну в Україні мають певні лексико-стилістичні особливості, в тому числі, активне вживання емоційно забарвленої лексики і великої кількості стилістичних засобів (метонімії, метафори тощо). З'ясовано, що фразеологізми виконують функцію «кодування» інформації, слугують засобами непрямой передачі емоції. Неологізми виконують роль інтенсифікаторів й додають відтінки іронії та сарказму в загальний емоційний фон тексту. Нерідко за допомогою неологізмів здійснюється маніпулятивна тактика, підміна понять, коли, наприклад, війну інтерпретують як спеціальну операцію. За метафорою закріплюється функція інтенсифікатора тону тексту водночас метафора слугує засобом концептуалізації емоції.

До синтаксичних засобів моделювання тональності зараховано синтаксичні побудови (речення) з емпатичними конструкціям (21%) з інверсією (9%); речення у формі риторичних запитань (11%); нагромадження підрядних речень або другорядних членів речення (17%); застосування у реченнях порівняльних конструкцій (13%). Інверсія та емпатичні конструкції здійснюють прогностичну функцію, націлюючи реципієнта на емоцію, яку розвиватиме текст. Через риторичні запитання здійснюється ефект «незакритого питання», що супроводжується емоціями невпевненості, вагання й переходить в маніпулятивну текстову дійсність. Нагромадження другорядних членів речення зумовлює змішану тональність текстів, що виникає як результат низькостильових та високостильових, позитивноконотованих й негативноконотованих лексичних одиниць. Порівняння зумовлює смисловий та емоційний контраст тексту й є виразником змішаної емоційності, оскільки нерідко містить у своїй структурі віддалені за смислами лексеми. Ще одним чинником змішаної емоційності слугує також нагромадження другорядних членів речень у текстах. З'ясовано, що стилістичні та синтаксичні засоби у англомовних медіатекстах про війну в Україні детермінують такі основні емоційні стани, як: відчай, страх, шок, обурення,

роздратування; впевненість, спокій, що виникають як відповідна реакція суспільства на війну.

Проаналізувавши статус топонімів у тексті, нам вдалося з'ясувати їхню здатність переходити в розряд емоційно-конотованих лексем. Виконуючи символічну функцію, топонім розвиває асоціативні зв'язки з подіями, які відбулися, що має наслідком подразнення емоцій у реципієнта. Сентимент-аналіз засвідчив, що у текстах з виокремленими топонімами превалує негативна тональність (72%), 23% припадає на змішану тональність, і лише 5% становить позитивна тональність. Провідними емоціями, за допомогою яких відбувається сприйняття топонімами, стали «страх», «відчай», «співчуття», «паніка». Така тенденція може бути пояснена тим, що топоніми зосереджені навколо тематики подій, які відбулись в містах під час війни. Топоніми слугували у англомовних статтях непрямыми виразниками жорстоких дій агресора.

Сентимент-аналіз засвідчує, що тональність вербальних засобів поза контекстом та в межах контексту може виявляти відмінності. Тобто контекст, кореляція лексичних одиниць одна з одною можуть привносити зміни як і в семантику лексеми, так і в її тональність, адже саме в контексті відбувається посилення емоційності лексики, нашаровування нових смислових відтінків та оцінних конотацій.

Однією із головних емоцій у фейкових новинах щодо України є страх, як найвпливовіша емоція. Також текстам приписано такі похідні емоції як паніка, розчарування, відчай. Такий зв'язок фейкових текстів з емоціями є цілком очікуваним, оскільки основною метою є залякування, нагнітання паніки, зневіри у власні сили та в сили своєї армії. На етапі аналізу дискурсивної модальності медіатексту в інтертекстуальному просторі встановлені засоби освітлення подій у фейковому наративі, що представляє ангажовану картину описуваного, засновану на суб'єктивній оцінці і пристрасній подачі інформації.

Встановлено, що тематика тексту зумовлює безпосередній вплив на його тональність. З'ясовано, що тональність проаналізованих текстів виявляє нерівномірний діапазон, необхідно говорити про таке явище, як динаміка

тональності. За нашими підрахунками негативну тональність складає 43% проаналізованих статей, 36% відзначаються позитивною тональністю й 21% – змішана тональність. Зауважуємо, що деякі фрагменти медіатекстів відзначаються нейтральною тональністю, однак, аналізуючи сумарну тональність медіатекстів, не спостерігаємо тенденцію щодо нейтральної тональності, відтак загальна тональність медіатекстів може бути кваліфікована як позитивна / негативна / змішана.

Негативну тональність текстів творять такі емоції як відчуття страху, суму, жаху, відчуття осуду, відчуття трагічності й невідомості, які концентруються здебільшого навколо подразників, що позначають дії агресора. Негативна тональність активізується у темах, що стосуються агресивних дій росії; засудження війни, розпочатої росією; змішана тональність виникає як результат висвітлення тем щодо виїзду українців за кордон, волонтерства. Позитивна тональність закріплюється за текстами, що стосуються допомоги Україні, санкцій проти росії, успіхів української армії, відважності українського народу. Провідними емоціями позитивної тональності тексту визначено «радість», «піднесений настрій», «щастя», «відчуття спокою».

Відзначимо, що разом із виникненням великої кількості новин стосовно війни в Україні, середні показники позитивної та негативної тональності також зростають. Ця тенденція може бути пояснена тим, що в 2022 році увага англomовних ЗМІ фокусується на ситуації, подіях, що відбувається в Україні, зокрема, це – теми, що орієнтовані на проблему допомоги Україні, які засуджують агресивні дії росії, що відображають жорстокі вчинки російської армії в українських містах, теми, що стосуються загрози з боку Білорусі, доблесті української армії й витримки українського народу, ядерна загроза тощо. Це підтверджує той факт, що, події, які відбуваються в світі, зумовлюють зміну тематики текстів новин, нерідко перекаваліфікують певні теми в ряди актуальних, або ж навпаки.

На основі кореляції тем, відбору позитивної й негативної лексики в межах даних тем, нам вдалося класифікувати емоції та їхні об'єднання в мікрополя, що

переважають у англомовних медіатекстах про війну в Україні. Виокремлені емоційні мікрополя стосуються таких емоцій як: «радість» (емоційні відтінки відчуття щастя, радісні переживання); «страх», що супроводжується відчуттями невпевненості, паніки; «гнів», що формується станами незадоволення, роздратування, злості; «відчай», що передає відтінки емоційного спустошення, безвиході; «відчуття спокою», що пов'язане з відчуттями віри, радості; «безстрашність», що утворено емоціями лють, гнів, помста, відвага, міць.

Виявлено, що для англомовних статей про війну в Україні характерна така обставина, коли ряд емоцій може водночас формувати кілька емоційних мікрополів, таке явище називаємо перехресною емоційністю, що має наслідком утворення змішаної тональності медіатексту.

Відзначимо, що події в Україні сприймаються в першу чергу крізь призму відчуттів, бачень, емоцій носія його культурних та самотутніх рис – народу. Сентимент-аналіз психопортрету українського народу виявляє позитивну тональність, оскільки репрезентує кореляцію з позитивними / нейтрально забарвленими лексемами. Засобами творення психопортрету англомовними ЗМІ стали абстрактні іменники (45%), дієслова (35%) та прикметники, прислівники (20%).

В нашому дослідженні приходимо до висновку, що емоційність тексту пов'язана з таким явищем, як авторські інтенції, тобто кожна емоція знаходить своє прагматичне вираження у авторському інформуванні, описі, характеризуванні, настанові, повчанні, застереженні, вимогах, нагнітанні страху паніки, створенні маніпуляції. Кожна з тактик орієнтована на активацію в реципієнта певних негативних / позитивних емоцій. Відзначимо, що для англомовних медіатекстів про війну в Україні є характерним застосування водночас кількох авторських тактик, що зумовлює посилення емоційності тексту, привносить в текст змішані емоції, а також сприяє активному залученню реципієнта в комунікативний процес, активації його інтересу та емоційної реакції.

Отже, можемо дійти висновку, що розгляд тексту з позицій емоційності дає змогу з'ясувати його експресивний вплив на реципієнта й з'ясувати емоції, настрої, оцінки, почуття, думки та сприйняття, закодовані в ньому.

Перспективою подальших досліджень вважаємо аналіз невербальних засобів вираження опозиційних емоцій «Радість», «Злість» політиків у англomовному теледискурсі на тему війни в Україні, а також дослідження концептів «Злість», «Радість», «Щастя» та їхніх емоційних складових у англomовних медіатекстах про війну в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова А. М. Синтаксична організація тексту як засіб творення авторської модальності. *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія: Слов'янська філологія*. Чернівці, 2009. Вип. 475–477. С. 102–108.
2. Бабич Т. В. Трансформації мовних значень на тлі відкритості семантичної структури слів. *Мова і культура*. 2012. Т. 7, Вип. 15. С. 227–231.
3. Бадецька О. Й., Таран О. С. Тональний аналіз заголовків BBC про війну в Україні (за результатами IBM WATSON TONE ANALYZER) [URL: https://www.academia.edu/96732194/%D0%A2%D0%9E%D0%9D%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%98%D0%99_%D0%90%D0%9D%D0%90%D0%9B%D0%86%D0%97_%D0%97%D0%90%D0%93%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%92%D0%9A%D0%86%D0%92_BBC_%D0%9F%D0%A0%D0%9E_%D0%92%D0%86%D0%99%D0%9D%D0%A3_%D0%92_%D0%A3%D0%9A%D0%A0%D0%90%D0%87%D0%9D%D0%86_%D0%97%D0%90_%D0%A0%D0%95%D0%97%D0%A3%D0%9B%D0%AC%D0%A2%D0%90%D0%A2%D0%90%D0%9C%D0%98_IBM_WATSON_TONE_ANALYZER](https://www.academia.edu/96732194/%D0%A2%D0%9E%D0%9D%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%98%D0%99_%D0%90%D0%9D%D0%90%D0%9B%D0%86%D0%97_%D0%97%D0%90%D0%93%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%92%D0%9A%D0%86%D0%92_BBC_%D0%9F%D0%A0%D0%9E_%D0%92%D0%86%D0%99%D0%9D%D0%A3_%D0%92_%D0%A3%D0%9A%D0%A0%D0%90%D0%87%D0%9D%D0%86_%D0%97%D0%90_%D0%A0%D0%95%D0%97%D0%A3%D0%9B%D0%AC%D0%A2%D0%90%D0%A2%D0%90%D0%9C%D0%98_IBM_WATSON_TONE_ANALYZER) (дата звернення: 26.07.2023).
4. Баранова С. В. Медіадискурс як різнопланове явище сучасних медіадосліджень. *Нова філологія*. 2020. Т. 1, Вип. 80. С. 266–271.
5. Барановська О. Д. Сентимент-лексикон як спосіб інвентаризації емотивних дієслівних одиниць у системі англійської мови. Тези звітної наук. конф. проф.-виклад. складу ф-ту іноземних мов за 2017 рік (Львів, 7–8 лют. 2018 р.). Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. С. 49–51.
6. Барановська О. Д. Дієслівна інвентаризація і параметризація емотивної лексики в сучасній англійській мові: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2021. 446 с. URL: <https://lnu.edu.ua/thesis/baranovska-olha-dmytrivna/> (дата звернення: 12.08.2023).
7. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики: монографія. Львів: ПАІС, 2010. 336 с.

8. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. 344 с.
9. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі: монографія. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2007. 332 с.
10. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации (на материале современного английского языка) Киев: Киев. ун-т им. Т. Шевченко, 1997. 311 с.
11. Бердіна О. О. Семантична еволюція дієслів з градаційним значенням в англійській мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Запоріжжя, 2018. 20 с.
12. Биценко Т. О. Історична динаміка експресивів негативної емоційності в англійському дискурсі XVI–XX століть: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2004. 20 с.
13. Білецька Т. О., Гаврилюк О. О. Мультиmodalність текстів сучасних англomовних журналістів-блогерів (на матеріалі блогів Філіппі де Франко та Арви Махдаві). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Том 33 (72), Вип. 2, Ч. 1. С. 87–93.
14. Бокшань Г. І. Емотивна лексика в інтернет-ЗМІ, що висвітлюють стан індустрії гостинності. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/21/part_1/20.pdf (дата звернення: 14.06.2023).
15. Бохун Н. В. Мовно-стилістичні особливості створення портрета персонажа в іспанській художній літературі XIX–XX століть: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05. Київ, 2007. 20 с.
16. Бохун Н. В. Портрет персонажа як об'єкт лінгвістичного дослідження. Система і структура східнослов'янських мов. Київ, 2006. 281 с.
17. Ващенко В. С. Стилістичний синтаксис. Сучасна українська літературна мова: стилістика / за ред. І. К. Білодід. Київ: Наук. думка, 1973. С. 339–464.

18. Вербицька А. Е. Концепт DISTRESS / ДИСТРЕС в англomовному медіа-дискурсі: когнітивно-комунікативний аспект: дис.... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2018. 277 с.
19. Вецкур Т. А. Соціопрагматичні особливості повчального дискурсу (на матеріалі англomовної прози середини ХХ – початку ХХІ століть): дис.... канд. філол. наук: 10.02.04. Луцьк – Запоріжжя, 2018. 280 с.
20. Вінтонів М. О., Вінтонів Т. М., Мала Ю. В. Синтаксичні засоби експресивізації в українському політичному дискурсі: монографія. Вінниця, 2018. 336 с.
21. Воробйова О. П. Поетика хвиль в контексті емоційного резонансу (нарис з когнітивної емотіології). *Мова, культура й освіта в сучасному світі*: зб. наук. праць до 90-річчя д. філол. н., проф. О. К. Романовського. Київ, 2008. С. 126–135.
22. Ворончук С. Формування образу українця в електронних ЗМІ України, Росії, Польщі, Чехії та Франції. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/viewFile/2270/2403> (дата звернення: 20.07.2023).
23. Гамзюк М. В. Емотивний компонент значення у процесі створення фразеологічних одиниць. Київ: ВЦ КДЛУ, 2000. 256 с.
24. Гладь С. В. Емотивність художнього тексту: семантико-когнітивний аспект (на матеріалі сучасної англomовної прози): автореф. дис.... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2000. 19 с.
25. Гордійчук М. І. «Irrealis and Nonveridicality in Sentiment Analysis of the News Messages About Ukraine in the English-Language Media.» Соціолінгвістика та парадигмальні зсуви у сучасному світі / Social Linguistics and Paradigm Shifts in Modern World: доповіді Міжнародної наукової онлайн-конференції / Theses of the International science online conference (15 квітня 2021 року / 15 April 2021). Київ, 2021. С. 56-59.

26. Гордійчук М. І. The Impact of Nonveridical Markers on Evaluation in Newspaper Titles on War in Ukraine. *Львівський філологічний часопис*. 2022. Вип. 11. С. 68–75.
27. Гордійчук М. І. Поняття fake news та комунікативні засоби його виявлення. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2021. Вип. 68 (1). С. 29–39. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2021_68\(1\)](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2021_68(1)) (дата звернення: 04.05.2023).
28. Грипас О. Ю. Принципи категоризації компаративності як системного утворення. *Studia Philologica (Філологічні студії)*. Київ, 2013. Вип. 2. С. 16–19.
29. Данилюк І. Г. Технологія автоматичного визначення тематики тексту. *Лінгвістичні студії: зб. наук. праць*. Донецьк: ДонНУ, 2008. Вип. 17. С. 290–293.
30. Дарчук Н. Лінгвістичні засади автоматичного сентимент аналізу українськомовного тексту. *Science and education a new dimension*. 2019. Вип. 189. С. 10–13.
31. Дацишин Х. Сучасний заголовок новин в українських інтернет-ЗМІ: між клікбейтом та інформативністю. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2021. Вип. 2 (2). С. 76–82.
32. Дашкова К. В. Поняття медіатексту в лінгвістичній науці. URL: <http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v31/13.pdf> (дата звернення: 13.03.2023).
33. Дедуш О. В. *Історіографія дослідження української національної ідентичності в кінці ХХ – на початку ХХІ століття*. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Diedush_Oleksii/Istoriografia_doslidzhennia_ukrainskoi_natsionalnoi_identychnosti_v_kintsi_XX_na_pochatku_XXI_stol/ (дата звернення: 25.07.2023).
34. Діброва В. А., Духаніна Н. М., Тищенко М. А. Сила заперечення в англійській мові. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/56708/1/Dibrova_Dukhanina_Tyshchenko_Syl_a_zaperechennia.pdf с. 69.
35. Дудик П. С. Стилїстика української мови: навч. посібник. Київ: ВЦ «Академія», 2005. 368 с.

36. Желтухина М. Р. О содержании дискурса масс-медиа. Вісн. Луганського пед. ун-ту ім. Т. Шевченка. *Серія: Філологічні науки*. Луганськ, 2007. Вип. 11 (128), Ч. 1. С. 27–40.
37. Загнітко А. П. Основи дискурсології. Донецьк, 2008. 194 с.
38. Загнітко А. П. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Т 1. Донецьк: ДонНУ, 2012. 402 с.
39. Загнітко А. П. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Т 2. Донецьк: ДонНУ, 2012. 402 с.
40. Зеленько Ю. С., Парамонов А. І. Програмний засіб ідентифікації автора тексту та виявлення емоційного контексту. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2019/11/145.pdf> (дата звернення: 02.04.2023).
41. Іванишин Н. Я. Комунікативно-прагматичні параметри блогу як жанру персональної інтернет-комунікації (на матеріалі текстів Людмили Лінник на сайті видання «Галицький кореспондент»). *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля*. 2021. Вип. 1 (21). С. 189–198.
42. Іванов Є. М., Коваленко С. В. Розробка web-додатка для аналізу тональності текстової інформації. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*. 2017. Ч. 1. С. 18–19.
43. Ісаєва О. О. Медіа у сучасному світі. URL: <http://www.isaieva.kiev.ua/downl-f/prez-student-1-1-maediaosvita.pdf> (дата звернення: 20.06.2023).
44. Іщенко Н. Г. Оцінний компонент лексичного значення слова. *Філологічні трактати*. 2010. С. 47–50.
45. Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков, 2008. 352 с.
46. Кардаш Л. В. *Поняття медіатексту як базової категорії медіалінгвістики*. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/34.pdf> (дата звернення: 30.07.2023)

47. Кійко Ю. Є. Фрактальне моделювання інварантно-варіантної структури медіатекстів у німецькій та українській мовах: дис. ... доктора. філол. наук: 10.02.17; 10.02.21. Чернівці, 2017. 433 с.
48. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. URL: file:///D:/Downloads/Nz_2016_1_37.pdf (дата звернення: 04.05.2023).
49. Кіца М. О. Особливості та методи виявлення фейкової інформації. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16109/kitsa.pdf> (дата звернення: 04.05.2023).
50. Кокорська О. І. Фейк як феномен сучасного суспільства. URL: <https://jpvs.donnu.edu.ua/article/view/3684/3717> (дата звернення: 04.05.2023).
51. Колодний В. В., Кудрявцев Д. Інформаційна технологія візуального моделювання та обробки тернарних гештальт-ранжувань. *Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія*. 2018. Вип. 2. С. 26–34.
52. Кондратенко Н. В. Синтаксис українського модерністського і постмодерністського дискурсу: монографія. Київ, 2012. 328 с.
53. Кондратьєва Т. Б., Шуляк І. М. Іntenційний потенціал і тональність англійськомовних новинних заголовків про Україну в контексті медіалінгвістики. URL: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v56/36.pdf> (дата звернення: 14.08.2023).
54. Кононенко В. І. Текст і слово: монографія. Київ; Івано-Франківськ, 2017. 189 с.
55. Краснобаєва-Чорна Ж. Психофізіологічний патерн емоції відрази у фраземіці. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*. 2020. Вип. 1 (43). С. 159–162.
56. Кузенко Г. М. Структурно-семантичні та комунікативно-прагматичні особливості емотивних висловлювань негативної оцінки: дис...канд. філ. наук: 10.02.04. Київ, 2006. 214 с.
57. Ланде Д. В. Елементи комп'ютерної лінгвістики в правовій інформатиці. Київ, 2014. 168 с.

58. Лизанчук В. В. Інформаційна безпека України: теорія і практика: підручник. Львів, 2017. 728 с.
59. Лихошерст Н. И. Стилистический синтаксис. Стилистика английского языка: учебник. Киев, 1991. С. 137-163.
60. Македонова О. Д. Лінгвостилістична організація та прагматичне функціонування англійськомовного рекламного дискурсу: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Запоріжжя, 2017. 24 с.
61. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. Харків, 2011. 196 с.
62. Мацицька Т. Є. Граматична структура дієслівної валентності: монографія. Луцьк, 1998. 208 с.
63. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилїстика української мови: підручник. Київ: Вища шк., 2003. 464 с.
64. Медійна програма в Україні. URL: <https://internews.in.ua/uk/media-program-in-ukraine/> (дата звернення: 25.06.2023).
65. Месюра В. І. Основи проектування систем штучного інтелекту. Навчальний посібник. В.: ВДТУ, 2000. 96 с.
66. Мірошниченко І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 12–13.10.2016). Вінниця, 2016. С. 227–231.
67. Можарова Т. М. Культурно значимі географічні назви або назви-символи світового значення у творах Івана Драча. URL: <http://karpenko.in.ua/wp-content/uploads/2013/02/Mozaro12.pdf> (дата звернення: 26.07.2023).
68. Морозова О. І. До проблеми виділення одиниць дискурсу: дискурсема неправди. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: колект. монографія. Харків: Константа, 2005. С. 65–104.
69. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 184–188.

70. Немеш О. М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: монографія. Київ, 2017. 391 с.
71. Немеш О., Романюк А., Теслюк В. Аналіз тональності тексту: основні поняття та приклади застосування. Людина, комп'ютер, комунікації: зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, квіт. 2015 р). Львів, 2015. С. 47–49.
72. Нікольська А. Д. Соціально-психологічні чинники впливу рекламних текстів на купівельні наміри споживачів: дис... доктора філософії: 053. Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ, 2021. 289 с.
73. Олашин О. О., Шипік Д. В., Порівняння точності алгоритмів аналізу тональності на прикладі твіттів. *Міжнародний науковий журнал*. 2016. Вип. 5. С. 107–109.
74. Омельчук Ю. О. Псевдоновини як жанр сучасного англомовного медіадискурсу: лінгвокогнітивний, комунікативно-прагматичний параметри: дис. ... кан. ... філолог. наук: 10.02.04. Херсон, Запоріжжя, 2018.
75. Онищенко І. В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах: автореф. дис.... канд. філол. наук: 10.02.01. Дніпропетровськ, 2005. 33 с.
76. Онуфрієнко Г. С. Основи теорії мовної комунікації: методичні матеріали для самостійної роботи студентів гуманітарних спеціальностей денної та заочної форм навчання. Запоріжжя: ЗНТУ, 2010. 90 с.
77. Павлова І. А. Числівник як параметр визначення психотипу письменника. URL: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=uk&user=SqtztBYAAAAJ&citation_for_view=SqtztBYAAAAJ:KlAtU1dfN6UC (дата звернення: 10.06.2023).
78. Парасюк Т. В. Функціонально-ономасіологічний аналіз дієслів на позначення емоційних станів у сучасній українській літературній мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Львів, 2005. 20 с.
79. Парахонський Б. О., Яворська Г. М. Онтологія гібридної війни: гра прихованих смислів. *Стратегічна панорама*. 2017. Вип. 1. С. 7–16. URL:

<file:///D:/Downloads/19-Article%20Text-37-1-10-20180807.pdf> (дата звернення: 17.05.2023).

80. Петрушова Н. Поняття пресупозиції та її типології у прагмалінгвістиці. URL:

<http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/3552/1/Petrushova.pdf> (дата звернення: 25.05.2023).

81. Попович М. В. Поняття «дискурс» у метафоричному та логіколінгвістичному розумінні. *Філософська думка*. 2003. Вип. 1. С. 27–36.

82. Потапенко С. І. Орієнтаційний простір сучасного англомовного медіа-дискурсу (досвід лінгвокогнітивного аналізу): автореф. дис. ... доктора філол. наук: 10.02.04. Київ, 2008. 34 с.

83. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: монографія. Ніжин: Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.

84. Пригорницька О. Фейкова інформація в соціальних медіа: виявлення, оцінка, протидія. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 48. С. 439–452. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=npnbuimviv_2017_48_34 (дата звернення: 04.05.2023).

85. Приходько Г. І. Категорія оцінки в контексті зміни лінгвістичних парадигм. Запоріжжя: Кругозір. 200 с.

86. Приходько Г. І. Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові. Запоріжжя, 2001. 362 с.

87. Приходько Г. І. Оцінний компонент у семантичній структурі слова. *Вісник Житомирського державного університету*. 1999. С. 44–47.

88. Прокопченко А. Спільні та диференційні ознаки категорій емотивності, експресивності та оцінності. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія:*

Філологія (мовознавство). 2014. Вип. 19. С. 248–251. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_filol_2014_19_52. (дата звернення: 04.05.2023).

89. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

90. Романова Н. Проблема емоційної і емотивної лексики. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки*. 2011. Вип. 3 (2). С. 174–178.

91. Руда О. Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія. Київ, 2012. с. 208–224.

92. Руденко Н. В. Сугестія як засіб формування громадської думки в сучасних англomовних інтернет-виданнях: інформаційно-комунікаційні стратегії та способи їх реалізації: дис. ... доктора філософії: 0.61. Суми, 2022. 235 с.

93. Саприкін О. А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2016. Вип. 1. С. 87–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_15 (дата звернення: 04.05.2023).

94. Сарбаш О. С. Концептуалізація та репрезентація позитивних емоцій в англійській, українській та новогрецькій мовах. Донецьк: ДонНУ, 2012. Т. 7: Типологічні, зіставні, діахронічні дослідження. С. 92–194.

95. Сахарчук Л. І. Методологія комунікативних досліджень: монографія. Івано-Франківськ, 2006. 214 с.

96. Селіванова О. О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики Київ, 1999. 147 с.

97. Семченко О. Формування іміджу держави в контексті політичної модернізації України. *Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації*. 2013. Вип. 2. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1031> (дата звернення: 04.05.2023).

98. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia Linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 389–393.

99. Сіріньок-Долгарьова К. Новинний дискурс як явище соціокомунікативного середовища. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка*. Київ, 2010. Вип. 18. С. 21–26. [URL: https://www.libr.dp.ua/text/visn_jurn_2010_18_5.pdf](https://www.libr.dp.ua/text/visn_jurn_2010_18_5.pdf) (дата звернення: 04.05.2023).

100. Снитко О. С. Битва наративів у сучасному медіапросторі України. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. URL: <https://apultp.knu.ua/index.php/APULTP/article/view/120> (дата звернення: 08.07.2023).

101. Соболь О. Ю. Лінгвопрагматичні засоби вираження поліфонії у сучасному французькому медійному дискурсі: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05. Київ, 2007. 20 с.

102. Соколовська С. Ф. стилістичні параметри й емоційно-оціночні характеристики слова. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/551/2/05ssfks.pdf> (дата звернення: 08.03.2023).

103. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації): монографія. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2003. 388 с.

104. Суська О. О. Розвиток інформаційно-комунікативних теорій мас-медіа та вивчення впливу інформаційного простору на особистість людини. *Слово. Символ. Текст*. 2006. С. 211–226.

105. Терейковська Л. О. Методологія автоматизованого розпізнавання емоційного стану слухачів системи дистанційного навчання: дис. ... докт. техн. наук: 05.13.06. Київ, 2002. 395 с.

106. Томащук Ю. О. Дискурсивно-прагматичні характеристики англomовного інтернет-інтерв'ю (на матеріалі Інтернет-журналів для підлітків «gUrl», «Seventeen», «Teen Vogue»): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2017. 23 с.

107. Тягло О. Як виховувати вміння протидіяти токсичним інформаційним впливам? Збірник статей Восьмої міжнародної науково-методичної конференції

«Критичне мислення в епоху токсичного контенту». Київ, 2020. С. 459–465. URL: file:///D:/Downloads/Zbirnyk_8_konf_2020.pdf (дата звернення: 04.05.2023).

108. Удовенко Л. О. Авторське створення топонімічного простору в художньо-історичному творі (на матеріалі роману Павла Загребельного «Диво»). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Історія України. Українознавство: історичні та філософські науки*. 2012. № 1006. Вип. 15. С. 105–109.

109. Українська мова: Енциклопедія / редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк. Київ, 2004. 824 с.

110. Фейки, пропаганда, дезінформація та виборчий процес: як нам захистити демократичні практики? аналітична доповідь / Дубов Д. В., Корецька І. О., Баровська А. В., Гнатюк С. Л., Ожеван М. А., Ісакова Т. О., Черненко Т. В., Ковальова О., Яковлев М. В., Шулімов С. Ф., Суслов А. І.; за заг. ред. Дубова Д. В. Школа політичної аналітики НаУКМА, Національний інститут стратегічних досліджень. Київ: Сталь, 2019. 256 с.

111. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс – дві форми повсякденної комунікації. Першоджерела комунікативної філософії. Київ: Либідь, 1996. С. 84–90.

112. Хом'як, М. І. Ранжування тексту за тональністю / М. І. Хом'як, О. Й. Карабін / *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (Eastern European Scientific Journal)*. Warszawa. Republic of Poland, 2016. С. 4. Вип. 8. С. 42–45.

113. Худолій А. О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХ століття: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2003. 275 с.

114. Чайковська Є. Ю. Поняття «емотивність» та «експресивність» у мові науки. *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*. 2012. С. 279–287.

115. Черемхівка Г. Є. Тропи і фігури у медіатекстах початку ХХІ ст.: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Кривий Ріг, 2015. 213 с.

116. Шамаєва Ю. Ю. Методологічні засади дослідження вербалізованих концептів емоцій. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*. 2011. Вип. 56. С. 187–191

117. Шаховська Н. Б., Гірак Х. Ю. Шкалювання емоційно забарвлених слів для використання у методах класифікації тональності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2017. Вип. 872 (1). С. 195–203.

118. Шевальє С. Б., Дзингалюк О. С. Лінгвостилістичні засоби створення психологічного портрета (за романом С. Андруховича «Фелікс Австрія»). URL: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v44/19.pdf> (дата звернення: 25.07, 2023).

119. Шевченко В. Є. Рекламний текст як засіб впливу на читача періодичного видання. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия Филология*. Симферополь, 2005. Т. 18 (57). Вип. 3. С. 128–139.

120. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.

121. Шепель Ю. Медіа-дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача. URL: <https://www.rgf.vnu.edu.ua/index.php/rgf/article/view/61/60> (дата звернення: 10.06.2023).

122. Шингалов Д. А., Мелешко Е. В., Минайленко Р. Н., Резниченко В. А. Методи автоматичного аналізу тональності контенту у соціальних мережах для виявлення інформаційно-психологічних впливів. *Центральноукраїнський науковий вісник*. 2017. Вип. 30. С. 196–202.

123. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект: монографія. Київ, 2012. 440 с.

124. Як російська пропаганда використовує тактику навішування ярликів (формування стереотипів). URL: <https://disinfo.detector.media/post/yak-rosiiska-propahanda-vykorystovuie-taktyku-navishuvannia-iarlykiv-formuvannia-stereotypiv> (дата звернення: 01.03.2023).

125. Ялова К., Яшина К., Говорущенко Т., Тарасюк О. Сентимент аналіз засобами нейронної мережі. *Математичне моделювання*. Вип. 1 (44), 2021. С. 30–37.
126. Яцимірська М. Г., Драган Н. Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій). URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/3979/4023> (дата звернення: 01.06.2023).
127. Adalmarneh, S., Gamallo, P. (2017). *Searching for the most negative opinions*. International Conference on Knowledge Engineering and the Semantic Web. Springer, Cham. 14–22. DOI: [10.1007/978-3-319-69548-8_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-69548-8_2).
128. Adamzik, K. (2001). *Grundfragen einer kontrastiven Textologie*. *Kontrastive Textologie*. Tübingen. 13–48.
129. Agricola, E. (1979). *Textstruktur – Textanalyse – Informationskern*. Leipzig. 109 p.
130. Almarneh, S., Gamallo, P. (2017). *Searching for the most negative opinions*. International Conference on Knowledge Engineering and the Semantic Web. Springer, Cham. 14–22. DOI: [10.1007/978-3-319-69548-8-2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-69548-8-2).
131. Alonso, M. A., Vilares, D., Gómez-Rodríguez, C., Vilares, J. (2021). *Sentiment Analysis for Fake News Detection*. Electronics. 1348 p.
132. Araque, O., Zhu, G., Iglesias, C. A. (2019). A semantic similarity-based perspective of affect lexicons for sentiment analysis. *Knowledge-Based Systems*, 165. 346–359. DOI: [10.1016/j.knosys.2018.12.005](https://doi.org/10.1016/j.knosys.2018.12.005).
133. Baccianella, S., Esuli, A., Sebastiani, F. (2010). *Sentiwordnet 3.0: An enhanced lexical resource for sentiment analysis and opinion mining*. Proc. 7th Int. Conf. on Language Resources and Evaluation (LREC'10). Valletta: Eur. Lang. Resour. Assoc. V. 10. 2200–2204. URL: https://www.researchgate.net/publication/220746537_SentiWordNet_30_An_Enhanced_Lexical_Resource_for_Sentiment_Analysis_and_Opinion_Mining (date of access: 11.02.2023).

134. Bauman, K. P., Geher, G. (2002). We think you agree: The detrimental impact of the false consensus effect on behavior. *Current Psychology*, 21 (4), 293–318. DOI: [10.1007/s12144-002-1020-0](https://doi.org/10.1007/s12144-002-1020-0).
135. Bell, A. (1996). *Approaches to Media Discourse*. London: Blackwell Publishers. 230 p.
136. Benamara, F., Asher, N., Mathieu, Y. Y., Popescu, V., Chardon, B. (2016). Evaluation in discourse: A corpus-based study. *Dialogue & Discourse*, 7 (1), 1-49. DOI: [10.5087/dad.2016.101](https://doi.org/10.5087/dad.2016.101).
137. Bing, L., Ganapathibhotla, M. (2008). *Mining opinions in comparative* (COLING-2008). URL: https://www.researchgate.net/publication/221102738_Mining_Opinions_in_Comparative_Sentences (date of access: 21.08.2022).
138. Bing, L. (2012). *Sentiment analysis and opinion mining*. Morgan & Claypool Publishers. 168 p.
139. Bing, L. (2010). *Sentiment Analysis and Subjectivity*. Handbook of Natural Language Processing. 2nd Edition. Chapman and Hall/CRC. 40 p.
140. Blanco, E., Moldovan, D. I. (2013) A semantically enhanced approach to determine textual similarity. EMNLP. 1235–1245. URL: <https://aclanthology.org/D13-1123v1.pdf> (date of access: 02.09.2022).
141. Pang, B. (2004). *A Sentimental Education: Sentiment Analysis Using Subjectivity Summarization Based on Minimum Cuts*. Barcelona. 271–278. DOI: [10.3115/1218955.1218990](https://doi.org/10.3115/1218955.1218990).
142. Cambria, E., Schuller, B., Xia, Y., Havasi, C. (2013). New avenues in opinion mining and sentiment analysis. *IEEE Intelligent Systems*, 2. 15–21. DOI: [10.1109/MIS.2013.30](https://doi.org/10.1109/MIS.2013.30).
143. Chen, Y., Skiena, S. (2014). *Building Sentiment Lexicons for All Major Languages*. ACL (2). 383–389. DOI: [10.3115/v1/P14-2063](https://doi.org/10.3115/v1/P14-2063).
144. Chen, T., Xu, R., He, Y., Wang, Y. (2017). Improving sentiment analysis via sentence type classification using BiLSTM-CRF and CNN. *Expert systems with application*, 72, 221–230. DOI: [10.1016/j.eswa.2016.10.065](https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.10.065).

145. Dave, K., Lawrence, S., Pennock, D. M. (2003). *Mining the peanut gallery: opinion extraction and semantic classification of product reviews*. The Web Conference. DOI: [10.1145/775152.775226](https://doi.org/10.1145/775152.775226).
146. Denecke, K. (2008). *Using SentiWordNet for Multilingual Sentiment Analysis*. International Conference on Data Engineering Workshops. 507–512. DOI: [10.1109/ICDEW.2008.4498370](https://doi.org/10.1109/ICDEW.2008.4498370).
147. Deng, L., Wiebe, J. (2015). *Joint prediction for entity/event-level sentiment analysis using probabilistic soft logic models*. Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing. 179–189. DOI: [10.18653/v1/D15-1018](https://doi.org/10.18653/v1/D15-1018).
148. Dijk, T. A. van. (1989). *The Study of discourse. Discourse as structure and process. Discourse studies: A multidisciplinary introduction*. London: Sage Publications Ltd. 368 p.
149. Drus, Z. (2019). Sentiment Analysis in Social Media and Its Application: Systematic Literature Review. *Procedia Computer Science*, 161 (707). DOI: [10.1016/j.procs.2019.11.174](https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.174).
150. Durant, A. (2009), *Language and Media: a resource book for students*. Abingdon: Routledge. 269 p.
151. Dziwirek, K., Lewandowska-Tomaszczyk, B. (2010). *Complex Emotions and Grammatical Mismatches: A Contrastive Corpus-Based Study*. New York: De Gruyter Mouton. 189 p.
152. Boiy, E. (2007). *Automatic Sentiment Analysis in On-line Text*. K. Deschacht. Vienna. URL: https://www.researchgate.net/publication/37676552_Automatic_Sentiment_Analysis_in_On-line_Text (date of access: 14.03.2023).
153. Faber, P., Mairal, R. (1999). *Constructing a lexicon of English verbs*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter. 350 p.
154. Feldman, R. (2013). Techniques and Applications for Sentiment Analysis. *Communications of the ACM*, 56 (4), 82–89. DOI: [10.1145/2436256.2436274](https://doi.org/10.1145/2436256.2436274).
155. Gallagher, C. (2019). The Application of Sentiment Analysis and Text Analytics to Customer Experience Reviews to Understand What Customers Are Really

Saying. *International Journal of Data Warehousing and Mining*, 15 (4), 21–47. DOI: [10.4018/IJDWM.2019100102](https://doi.org/10.4018/IJDWM.2019100102).

156. Geeraerts, D. (2010). *Theories of lexical semantics*. Chicago; Oxford: Oxford University Press. 341 p.

157. Gursoy, U. T. (2017). Social Media Mining and Sentiment Analysis for Brand Management. *Global Journal of Emerging Trends in e-Business, Marketing and Consumer Psychology*, 3, 497–551.

158. Hao, J. (2016). *Social Media Content and Sentiment Analysis on Consumer Security Breaches*, 23 (4), 855–869. DOI: [10.1108/JFC-01-2016-0001](https://doi.org/10.1108/JFC-01-2016-0001).

159. Hatim, B., Mason, I. (1990). *Discourse and the Translator*. London, New York: Longman. 258 p.

160. Hatzivassiloglou, V., Wiebe, J. M. (2000). Effects of Adjective Orientation and Gradability on Sentence Subjectivity. *The 18th International Conference on Computational Linguistics*, 1. URL: <https://aclanthology.org/C00-1044/> (date of access: 04.05.2023).

161. Hoang, M., Bihorac, O. A., Rouces, J. (2019). *Aspect-Based Sentiment Analysis using BERT*. Proceedings of the 22nd Nordic Conference on Computational Linguistics. Turku, Finland: Linköping University Electronic Press. 187–191. URL: <https://aclanthology.org/W19-6120/> (date of access: 01.05.2023).

162. Hoffner, C., Buchanan, M. (2005). Young Adults' Wishful Identification with Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes. *Media Psychology*, 7 (4), 325–351. DOI: [10.1207/S1532785XMEP0704_2](https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0704_2).

163. Hsu, C. M., Chen, T. T., Heh, J. S. (2014). *Emotional and Conditional Model for Pet Robot based on Neural Network*. 7th International Conference on Ubi-Media Computing and Workshops. DOI: [10.1109/U-MEDIA.2014.33](https://doi.org/10.1109/U-MEDIA.2014.33).

164. Huang, Y., Jiang, Y., Hasan, T., Jiang, Q., Li, C. (2018). *A topic BiLSTM model for sentiment classification*. 2-nd International Conference on Innovation in Artificial Intelligence: Proceedings, Shanghai. 143–147. DOI: [10.1145/3194206.3194240](https://doi.org/10.1145/3194206.3194240).

165. Imran, A. S., Daudpota, S. M., Kastrati, Z., Batra, R. (2020). Cross-Cultural Polarity and Emotion Detection Using Sentiment Analysis and Deep Learning on COVID-19 Related Tweets. *IEEE Access*, 8, 181074-181090. DOI: [10.1109/ACCESS.2020.3027350](https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3027350).
166. Iyeiri, Y. (2010). *Verbs of implicit negation and their complements in the history of English*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 223 p.
167. Izard, C. (2009). Emotion Theory and Research: Highlights, Unanswered Questions, and Emerging Issues. *Annual Review of Psychology*, 60, 1–25. DOI: [10.1146/annurev.psych.60.110707.163539](https://doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163539).
168. James, W. (1884). What is an emotion? *Mind*, 9 (34), 188–205. URL: <https://academic.oup.com/mind/article-abstract/os-IX/34/188/2870785> (date of access: 15.03.2023).
169. Kechit, G. (2021) *Top 10 Deep Learning Frameworks in 2021 You Can't Ignore*. URL: <https://www.upgrad.com/blog/top-deep-learning-frameworks> (date of access: 11.04.2023).
170. Khaled, A., Neamat, E. T., Ahmad, H. H. (2015). *Sentiment analysis over social networks: an overview*. International conference in Systems, man and cybernetics: Proceedings, Hong Kong. 2174–2179. DOI: [10.1109/SMC.2015.380](https://doi.org/10.1109/SMC.2015.380).
171. Koppel, M., Schler, J. (2006). The Importance of Neutral Examples for Learning Sentiment. *Computational Intelligence*, 22, 100–109. DOI: [10.1080/0267257X.2015.1047466](https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1047466).
172. Kövecses, Z. (2004). *Metaphor and emotion: language, culture and body in human feeling*. Cambridge: Cambridge University Press. 223 p.
173. Kraus, M., Feuerriegel, S. (2019). Sentiment analysis based on rhetorical structure theory: Learning deep neural networks from discourse trees. *Expert Systems with Applications*, 118, 65–79. DOI: [10.1016/j.eswa.2018.10.002](https://doi.org/10.1016/j.eswa.2018.10.002).
174. Kumar, A., Srinivasan, K., Cheng, W. H., Zomaya A. Y. (2020). Hybrid context enriched deep learning model for fine-grained sentiment analysis in textual and

visual semiotic modality social data. *Inf. Process. Manage*, 57 (1). DOI: [10.1016/j.ipm.2019.102141](https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.102141).

175. Lambrecht, K. (1994). *Information structure and sentence form: Topic, Focus, and the Mental Representations of Discourse Referents*. Cambridge: Press. 388 p.

176. Ligthart, A., Catal, C. (2021). Tekinerdogan B. Systematic reviews in sentiment analysis: a tertiary study. *Artificial Intelligence Review*, 54 (7), 4997–5053. DOI: [10.1007/s10462-021-09973-3](https://doi.org/10.1007/s10462-021-09973-3).

177. Lovheim, H. (2012). A new three-dimensional model for emotions and monoamine neurotransmitters. *Medical Hypotheses*, 78, 341–348. DOI: [10.1016/j.mehy.2011.11.016](https://doi.org/10.1016/j.mehy.2011.11.016).

178. Luhmann, N. (2008). *Einführung in die Systemtheorie*. 4. Aufl. Heidelberg: Auer. 347 p.

179. Mansour, S. (2018). Social media analysis of user's responses to terrorism using sentiment analysis and text mining. *Procedia Computer Science*, 140, 95–103. DOI: [10.1016/j.procs.2018.10.297](https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.10.297).

180. Mantyla, M., Graziotin, D., Kuutilla, M. (2018). The evolution of sentiment analysis — a review of research topics, venues and top cited paper. *Computer science review*, 27, 16–32. DOI: [10.1016/j.cosrev.2017.10.002](https://doi.org/10.1016/j.cosrev.2017.10.002).

181. Miao, Y. L., Cheng, W. F., Ji, Y. C., Zhang, S., Kong, Y. L. (2021). Aspect-based sentiment analysis in Chinese based on mobile reviews for BiLSTM-CRF. *Journal of intelligent and fuzzy systems*, 41, 1–11. DOI: [10.3233/JIFS-192078](https://doi.org/10.3233/JIFS-192078).

182. Montag, C., Panksepp, J. (2016). Primal emotional-affective expressive foundations of human facial expression. *Motivation and Emotion*, 40 (5), 760–766. DOI: [10.1007/s11031-016-9570-x](https://doi.org/10.1007/s11031-016-9570-x).

183. Moores, B., Mago, V. K. (2022). *A Survey on Automated Sarcasm Detection on Twitter*. DOI: <https://arxiv.org/abs/2202.02516v1>.

184. Mudinas, A., Zhang, D., Levene, M. (2012). Combining lexicon and learning based approaches for concept-level sentiment analysis. Proceedings of the First

International Workshop on Issues of Sentiment. *Discovery and Opinion Mining*. 1–8. DOI: [10.1145/2346676.2346681](https://doi.org/10.1145/2346676.2346681).

185. Narayanan, R., Liu, B., Choudhary, A. (2009). Sentiment analysis of conditional sentences. *Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*. EMNLP: ACL-IJCNLP, Singapore. 180–189. DOI: [10.3115/1699510.1699534](https://doi.org/10.3115/1699510.1699534).

186. Nasukawa, T., Yi, J. (2003). *Sentiment Analysis: Capturing Favorability Using Natural Language Processing*. Proceedings of the 2nd International Conference on Knowledge Capture, Florida. 70–77. DOI: [10.1145/945645.945658](https://doi.org/10.1145/945645.945658).

187. Naumann, H. (2011). *Eigennamen als Textkonstituenten*. Hamburg: Baar. 156–167.

188. Oatley, K., Johnson-Laird, P. N. (1987). Towards a Cognitive Theory of Emotions. *Cognition & Emotion*, (1), 29–50. DOI: [10.1080/02699938708408362](https://doi.org/10.1080/02699938708408362).

189. Pang B., Lee L. (2008). *Opinion mining and sentiment analysis. Now the essence of knowledge*. URL: <https://www.cs.cornell.edu/home/llee/omsa/omsa.pdf> (date of access: 11.05.2023).

190. Pang, B., Lillian, L. (2005). *Seeing stars: exploiting class relationships for sentiment categorization with respect to rating scales*. In Proceedings of the 43rd annual meeting of the Association for Computational Linguistics (ACL). 115–124. DOI: [10.3115/1219840.1219855](https://doi.org/10.3115/1219840.1219855).

191. Pavaloaia, V. D., Teodor, E. M., Fotache, D., Danilet, M. (2019). Opinion mining on social media data sentiment analysis of user preferences. *Sustainability*, 11 (4459), 1–21. DOI: [10.3390/su11164459](https://doi.org/10.3390/su11164459).

192. Pierre, B. (1980). *Le sens pratique*. Paris: Les Éditions de Minuit. 479 p.

193. Poecze, F. (2018). Social Media Metrics and Sentiment Analysis to Evaluate the Effectiveness of Social Media Posts. *Procedia Computer Science*, 130, 660–666. DOI: [10.1016/j.procs.2018.04.117](https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.04.117).

194. Saif, H., Ortega, F. J., Fernández, M., Cantador, I. (2017). *Sentiment Analysis in Social Streams*. Emotions and Personality in Personalized Services. URL: <http://oro.open.ac.uk/45438/1/Untitled.pdf> (date of access: 11.03.2023).

195. Schumaker R. P. (2012). *Evaluating sentiment in financial news articles* / R. P. Schumaker, Y. Zhang, C. N. Huang, H. Chen. *Decision Support Systems*, 53 (3), 458–464. DOI: [10.1016/j.dss.2012.03.001](https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.03.001).
196. Schwarz-Friesel, M. (2014). *Einführung in die Textlinguistik*. Darmstadt: WBG. 160. p.
197. Scollon, S. W., de Saint-Georges, I. (2012). *Mediated discourse analysis*. The Routledge Handbook of Discourse Analysis. London, New York: Routledge. URL: https://www.researchgate.net/publication/307575422_Mediated_Discourse_Analysis (date of access: 09.05.2023).
198. Sommerfeldt, K.-E. (1997). *Gestern so und heute anders*. Sprachliche Felder und Textsorten in der Presse. München: Iudicium-Verlag. 171 p.
199. Stubbs, M. (1985). Discourse analysis: The sociolinguistic analysis of natural language. *Linguistic Society of America*, 61(2), 493-496. <https://doi.org/10.2307/414164>.
200. Taboada, M. (2016). Sentiment analysis: An overview from linguistics. *Annual Review of Linguistics*, 2(1), 325-347. DOI: [10.1146/annurev-linguistics-011415-040518](https://doi.org/10.1146/annurev-linguistics-011415-040518).
201. Taylor, P. A., Harris J. L. (2008). *Critical theories of mass-media: then and now*. London: Open University Press. URL: <http://www.bou.ac.ir/portal/file/%3F168939/Critical-Theories-of-Mass-Media.pdf> (date of access: 4.03.2023).
202. Torza, A. (2015). *Quantification with intentional and with intensional verbs*. Quantifiers, quantifiers, and quantifiers: Themes in logic, metaphysics, and language. Springer. 141–168. URL: https://www.academia.edu/9289399/Quantification_with_Intentional_and_with_Intensional_Verbs_in_A_Torza_ed_Quantifiers_Quantifiers_Quantifiers_Springer_2016 (date of access: 14.07.2023).
203. Volcani, Y., Fogel, D. (2000). *System and method for determining and controlling the impact of text*. U. S. Patent Application. № 10/376. 680 p.

204. Wiebe, J. (2000). Learning Subjective Adjectives from Corpora. *Proceedings of National Conference on Artificial Intelligence. Communications and Network*, 8 (3). URL: https://www.researchgate.net/publication/2828853_Learning_Subjective_Adjectives_from_Corpora (date of access: 05.03.2023).
205. Wiebe, J. M., Bruce, R. F., O'Hara, T. P. (1999). *Development and Use of a Gold-Standard Data Set for Subjectivity Classifications*. In Proceedings of the 37th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. 246–253. DOI: [10.3115/1034678.1034721](https://doi.org/10.3115/1034678.1034721).
206. Wierzbicka, A. (1999). *Emotions across languages and cultures: Diversity and universals*. Cambridge: Cambridge University Press. 349 p.
207. Wilson, T., Wiebe, J., Hoffmann, P. (2005). *Recognizing contextual polarity in phrase-level sentiment analysis*. Proceedings of the conference on human language technology and empirical methods in natural language processing. 347–354. DOI: [10.3115/1220575.1220619](https://doi.org/10.3115/1220575.1220619).
208. Wirth W., Shramm H. (2005). *Media and Emotions*, 24 (3). URL: http://cscs.scu.edu/trends/v24/v24_3.pdf (date of access: 10.04.2023).
209. Xu, G., Meng, Y., Qiu, X., Yu, Z. (2019). *Sentiment analysis of comment texts based on BiLSTM*. IEEE JOUR. 522–532. DOI: [10.1109/ACCESS.2019.2909919](https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2909919).
210. Yla, R. Tausczik, J. W., Pennebaker, J. W. (2010). The Psychological Meaning of Words: LIWC and Computerized Text Analysis Methods. *Journal of Language and Social Psychology*, 29 (1), 24–54. DOI: [10.1177/0261927X09351676](https://doi.org/10.1177/0261927X09351676).
211. Yousefpour, A., Ibrahim, R., Hamed, H. A. (2017). Ordinal-based and frequency-based integration of feature selection methods for sentiment analysis. *Expert Systems With Applications*, 75, 80–93. DOI: [10.1016/j.eswa.2017.01.009](https://doi.org/10.1016/j.eswa.2017.01.009).

СЛОВНИКИ

212. Словник Української мови: URL: <http://sum.in.ua/> (дата звернення: 01.08.2023).

213. Cambridge Dictionary Online. (2022). URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (date of access: 04.05.2023).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Aljazeera <https://www.aljazeera.com/>
2. Atlanticcouncil <https://www.atlanticcouncil.org>
3. BBC <https://www.bbc.com>
4. Breakingnews <https://breakingnewsenglish.com/>
5. Buzzfeed <https://www.buzzfeed.com/>
6. CBC <https://www.cbc.ca/news>
7. CBS News <https://www.cbsnews.com/>
8. CNN <https://edition.cnn.com>
9. Deutsche Welle <https://www.dw.com>
10. Euronews <https://ru.euronews.com/>
11. Europa <http://europa.eu>
12. Eurotopics <https://www.eurotopics.net>
13. FactCheck <https://www.factcheck.org/>
14. Financial Times <https://www.ft.com>
15. Fox <https://www.foxnews.com>
16. NATO <https://www.nato.int>
17. NBC news <https://www.nbcnews.com>
18. Newsweek <https://www.newsweek.com/>
19. Politico <https://www.politico.eu>
20. Reddit <https://www.reddit.com/?rdt=64497>
21. Reuters <https://www.reuters.com>
22. Skynews <https://news.sky.com>
23. The Conversation <https://www.theconversation.com>
24. The Guardian <https://www.theguardian.com>
25. The New York Times <https://www.nytimes.com>
26. Tittlepress <https://tittlepress.com/>
27. Twitter <https://twitter.com/>
28. UN News <https://news.un.org/>

29. Washingtonpost <https://www.washingtonpost.com>
30. Yahoo News <https://news.yahoo.com/>
31. Corpus of Contemporary American English: <https://www.english-corpora.org/coca/>
32. IBM Watson™ Tone Analyzer: <https://cloud.ibm.com/docs/tone-analyzer>
33. MacDonald, George. Unspoken Sermons: Series I, II, III in One Volume. Charleston: BiblioBazaar, 2006 (1867-91).
34. Sentistrength: <http://sentistrength.wlv.ac.uk/>
35. Tone Checker: <https://sapling.ai/utilities/tone>

ДОДАТКИ

Додаток А

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Гордійчук М. І. Поняття Fake news та комунікативні засоби його виявлення. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2021. №68(1). С. 29 — 39. <https://doi.org/10.17721/2520-6397.2021.1.03>
2. Гордійчук М. І. The Impact of Nonveridical Markers on Evaluation in Newspaper Titles on War in Ukraine. *Львівський філологічний часопис*. 2022. №11. С. 68 – 75. <https://doi.org/10.32447/2663-340X-2022-11.10>
3. Гордійчук М. І. Виявлення переважаючого типу тональності у англomовних виданнях на тему війни в Україні. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. № 28(1). С. 99-105. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.28.1.18>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

1. Гордійчук М. І. Сентимент-аналіз інформації про події на Сході України (на матеріалі Інтернет-статей медіа-порталів «The New York Times» та «BBC News»). *Сучасна філологія: теорія та практика* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 15 травня 2020 р. Київ : Нац. Акад. СБУ, 2020. с. 80 — 82.
2. Гордійчук М. І. Переважаючий тип тональності у статтях електронних англomовних видань на тему війни в Україні. *Сучасна філологія: теорія та практика* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 28 квітня 2023 р. Київ : Нац. Акад. СБУ, 2023. Том II. с. 34 — 37.
3. Гордійчук М. І. "Irrealis and Nonveridicality in Sentiment Analysis of the News Messages About Ukraine in the English-Language Media." *Соціолінгвістика та парадигмальні зсуви у сучасному світі. Social Linguistics and Paradigm Shifts*

in Modern World : доповіді Міжнародної наукової онлайн-конференції.
Theses of the International science online conference, 15 квітня 2021 року / 15
April 2021. Київ, 2021. С. 56 –59.

Додаток Б

Перелік використаних текстів для сентимент-аналізу

Aljazeera

Ukraine's foreign minister, Dmytro Kuleba, in a tweet Sunday accusing russia of carrying out a «massacre», requested that the ICC visit the scene «to collect all the evidence of these war crimes» and use it to prosecute those responsible; Bucha killings: «The world can not be tricked anymore» (04.04.2022)

Atlantic Council

In February 2022, moscow launched an all-out invasion of Ukraine after a months-long military build-up, threatening the country's sovereignty and its future. This existential moment for the country follows the 2014 Maidan revolution, a nexus for Ukraine's Europe-focused foreign policy and reform efforts. The ensuing russian invasion and occupation of Crimea, aggression in Ukraine's east, and Kremlin disinformation efforts, cast a shadow over Ukraine's independence (22.03.2022)

With putin's Ukraine invasion still less than two weeks old, it is already clear that the information war has been decisively lost (22.03.2022)

«The war in Ukraine has devastated the lives of millions of people, with many forced to flee their homes and live in refugee camps. The international community must do more to support these vulnerable populations» (2022)

As the anaesthetic began to wear off, the Ukrainian soldier — a scrawny, mud-flecked 19-year-old - let out a low wail in the back of the ambulance, then fumbled with his oxygen mask and swore as he mumbled: «Give me my rifle». (2022)

A bitter and bloody war in Ukraine has devastated the country, further isolated russia from the West and fueled economic insecurity around the world (2022)

The press secretary of the president of russia dmytro peskov commented on the statement of the russian propagandist Volodymyr Solovyov that the «Banderivites» came to power in Ukraine (2022)

BBC

A huge dam in the russian-occupied area of southern Ukraine has been breached, unleashing a flood of water downstream. So who benefits from this act of vandalism?... But both times moscow has responded with: «It wasn't us. Why would we do this? This hurts us» (2022)

He pointed out that there was no possibility of escape(2022)

«It's not even drinking water. I'm scared for the future. I don't see any way through this», said her neighbour, Nina, 70 (2022)

A huge dam in the russian-occupied area of southern Ukraine has been breached, unleashing a flood of water downstream. So who benefits from this act of vandalism? (2022)

First they will go to Krakow in Poland, then by road to the border, and finally onto the train that will carry them across Ukraine to the reunion with Jenia — the father and husband they have missed so much every day and night of exile (2022)

Are ukrainians well behaved? (2022)

An exhibition of striking photographs capturing the conflict in Ukraine show «inspiring scenes of courage and hope», organisers have said. It features portraits of people hit by the devastation and those on the front line. The university said it served «as a reminder of Ukrainian bravery». Among the 90 photographs on display at the university's Brynmor Jones Library is an image of a six-year-old boy at the grave of his mother, who is buried in the courtyard of their house in Bucha after she was killed by russian soldiers (2022)

The Security Service of Ukraine has finally confirmed the identity of the Hero, who was shot after saying «Glory to Ukraine!» (2022)

We must help Ukraine; We must stand to the end; We must stop violent actions; We need the support of other countries; We need other types of weapons, we need to understand that we are not alone in this battle (2022)

Since the beginning of russia's full-scale invasion, volunteers in Ukraine have been searching for, purchasing and delivering equipment to the front – from armoured vehicles to drones; they have been feeding and teaching both civilians and the military,

evacuating people from shelling hotspots, providing hospitals with medicines, helping internally displaced persons, equipping sappers, and rebuilding destroyed homes in the territories liberated from russian occupation (2022)

putin: «I can take Kyiv in two weeks if I want» (2022)

In Kherson, people came under fire from the aggressor while receiving humanitarian aid (11.04.2023)

«It's a catastrophe. Everything was washed away. Deer, wild pigs, fish and so many endangered species. And about half a million people are now left without water», said Anatolii Derkach, 37, secretary of the town council in Marhanets, on the western shore of the former reservoir (23.07.2023)

Residents of a Ukrainian town devastated by floods when a dam collapsed describe life without water. (2023)

But this summer, Ukraine — with the help of billions of pounds of Western military equipment — has gone on the attack, attempting to expel the russians from land they previously captured in the east and south of the country (2023)

Ukrainian generals claim they have breached russia's formidable first line of defences in the south, as the counter-offensive launched earlier this summer may be poised to gather pace (2023)

Mothers and sons, separated by the war, share their weekly calls, revealing concerns (2023)

The couple had been watching the news about a troop build-up just over the border, but like so many Ukrainians, Oksana and Jenia wanted to protect their children from the fear of war (2023)

It is an important resupply route for russian forces occupying parts of southern Ukraine. russia's defence ministry said that Ukraine had targeted the structure on Saturday at around 13:00 (10:00 GMT) (2023)

putin has chosen Catastrophic war over diplomacy; russia's invasion of Ukraine will be an economic and social echo throughout the civilized world. putin is making a historic mistake, and such actions must be punished (2023)

Two Ukrainian missiles have targeted a bridge linking russia to the annexed Crimean peninsula, moscow says. The country's foreign ministry meanwhile said that «such barbaric actions... will not go unanswered» (2023)

But both times moscow has responded with: «It wasn't us. Why would we do this? This hurts us.» <...> In the case of the Kakhovka dam breach russia can point to at least two ways it damages their own interests. The flooding of land downstream has forced it to evacuate troops as well as civilians eastwards, away from Kherson and the banks of the broad River Dnipro. This will provide some limited respite for Kherson's residents who have had to live with daily russian artillery and missile strikes. <...> But the breaching of the Kakhovka dam needs to be seen in the wider context of the Ukraine war and more specifically in the light of Ukraine's summer counter-offensive, which shows signs of already being under way. <...> In order for this counter-offensive to succeed, it needs to break russia's stranglehold over a swathe of territory it seized last year that connects Crimea to Ukraine's eastern Donbas region. <...> But this action, whoever did it, now makes that option far more problematic (2023)

«How do you think I feel? I'm walking around like a donkey, forced to carry water», said Iuliia, a pensioner standing in a queue of more than 20 people beside a set of taps and a large plastic tank in the town centre (2023)

Breakingnews

What russian annexation means for Ukraine's regions? (2022)

The ministry said that russia carried out no air strikes on ground targets in that area on Wednesday, respecting an agreed «silent regime» (2022)

Buzzfeed

«Despite the challenges they face, the people of Ukraine have shown remarkable resilience in the face of adversity. They continue to fight for their freedom and democracy, and their bravery is an inspiration to us all.» (2022)

CBC

The war in Ukraine has been a disaster for russia (2022)

CBS News

The toll of nuclear war would be instantly catastrophic for those who are within the immediate path of the weapons. But a new study shows just how deadly the scope of such a war would be. A nuclear blast would cause worldwide famine, according to the study, published in Nature Food on Monday, as massive amounts of soot would block sunlight, disrupt climate systems and limit food production (2022)

CNN

The city's literally under siege for almost two months now. And the russians, they don't allow us to bring food into the city or water into the city, Ryzhenkov says: «Unfortunately, at the moment, we're still not even half-way there.» (29.04 2022)

As air raid sirens blare, a deeply shaken Ksenya Michenka whisks her teenage son and their cat to the safety of an underground metro station off Kyiv's historic Maidan Square. «We need to save our lives», she says tensely (2022)

«Female officers work better with civilians. We're more balanced than men because we don't hide our emotions. We make decisions quickly. We move like angels. We fly», she said (2022)

Get to know the people who fight for Ukraine's freedom: soldiers, volunteers, medical workers etc. They are real defenders (2022)

«russia continues to escalate the conflict in Ukraine, with no signs of backing down. The people of Ukraine are suffering as a result of this aggression, and the international community must take action to stop it.» (2022)

russian soldiers shot two unarmed civilians as they walked away after an encounter in the outskirts of the Ukrainian capital of Kyiv (2022)

Mr Griffiths said: «The strength and resolve of the Ukrainian people is just incredible.» Life still does go on, families are still going about their everyday business. «It was just incredible to see people shopping with their torches on their phone in darkness, not having electric, not having heating on, or internet or phones», he added (2022).

The Security Service of Ukraine has reported suspicion of 31 more traitors of Ukraine (2022)

For two days, the women worked with volunteers running a refugee hostel in Krakow to establish «strategies to support themselves and the refugees», Ms Young said. «The volunteers are on their knees working 24/7, so we were giving them psychological support to them and the refugees as well.» (2022)

«russia plans provocations; The grain deal could fail; Ukrainians are trying to live in the conditions of war, they are wonderful people, but they understand that the war continues; Ukraine has been saying this to its partners from the first day of the war: If you don't close the skies, you will also be responsible for this catastrophe, a massive humanitarian catastrophe», he said (2022)

The conflict playing out between russia and Ukraine is one marked by land borders and shaped by strategic influence (2022)

Ukrainian President Volodymyr Zelenskyy has thanked the UK for returning... «This is an extremely important gesture of support for Ukraine» (2023)

In the 18 months since russia invaded, the Ukrainians have mostly been on the defensive, preventing moscow's forces from seizing more territory (2023)

UK must do more to support Ukraine, russia must answer for everything, For people that might be concerned that the costs financially are getting too high, we would ask them to consider what those costs – not just in treasure but in blood, perhaps even American blood – could be if putin subjugates Ukraine and then sets his sights on our NATO allies, because we obviously have a security commitment to protect our NATO allies», said John Kirby, a spokesman at the National Security Council (2023)

Deutsche Welle

Ukrainians have fought bravely to defend their country (2023)

Euronews

Millions of people have fled Ukraine since the war began on 24 February... «We started to be scared, because we had a lot of bomb alerts» (2022)

«The Ukrainian defense still holds the western districts of the town but has been subjected to particularly intense russian artillery fire over the previous 48 hours», the ministry's assessment said (2023)

Europa

The war against Ukraine that Vladimir Putin started is already having considerable economic consequences in Russia...<> (2022)

Eurotopics

«According to Zelenskyy and his closest collaborators, if Putin did not shrink from causing a humanitarian and environmental tragedy by destroying the Kakhovka Dam then there is good reason to believe he would even be ready to cause a nuclear incident in order to block or at least slow down the Ukrainian advance.» (2023)

Financial Times

The World Bank estimated the cost of Ukrainian recovery and reconstruction after the first year of Russia's war at \$411bn — twice Ukraine's prewar gross domestic product (2023)

Fox

My task is to bring this story to an end. I want to take part in the victory parade. I want us to win, and I want to lose fewer people (2022)

A crisis between Ukraine and Russia, which has loomed since 2014, continues to escalate. How did these countries get to this point? (2022)

«I didn't want to scare my parents, but I started telling them directly that civilians and children are dying», she says. «But even though they worry about me, they still say it probably happens only by accident, that the Russian army would never target civilians. That it's Ukrainians who're killing their own people.» (2022)

In early 2022, as war was breaking out, a Ukrainian family said a painful goodbye to their father amid chaotic scenes at Lviv railway station (2023)

To get them back, their relatives were forced to make gruelling journeys across thousands of miles into the country that has declared war on them. Only eight of the children have been returned from Perevalsk so far and Artem was one of the last, collected by his mother just this spring (2023)

NATO

Tone Tree: At the 2022 Madrid Summit, Allies strengthened the CAP to provide even more support to Ukraine. At the 2023 Vilnius Summit, Allies agreed to further develop the CAP into a multi-year programme of assistance, to help rebuild the

Ukrainian security and defence sector and transition Ukraine towards full interoperability with NATO (28.07.2023)

Since russia's full-scale invasion in 2022, NATO and Allies have provided unprecedented levels of support (28.07.2023)

NBC news

putin has stated that the move was undertaken «to protect people» who have been «subjected to bullying and genocide», and that russia «will strive for the demilitarization and denazification of Ukraine.» (2022)

Newsweek

However, our defenders are bravely holding the city, fighting the numerous attacks of the enemy (Newsweek, 2023)

Ukrainian accession to NATO will happen «sooner or later», one of the country's leading diplomats has predicted, regardless of heated inter-alliance debates and russian threats of military escalation if Kyiv achieves its long-held goal (2023)

Newssky

vladimir putin has met the boss of russia's state-owned nuclear energy company — as both Western and russian jets are scrambled during airspace incidents (2023)

Politico

This is not a special case. In almost every military unit, every headquarters, every trench — wherever Ukrainian soldiers are, there's always a dog or a cat living with them. As we must constantly face cruelty, it appears we want to preserve the ability to feel and take care of someone somehow — and animals help us preserve some love in our souls (2023)

Reddit

They are bored and saying that they don't like the place, then they buy really expensive alcohol and make parties. And in general a lot of stories of refugees just being rude (2022)

Reuters

Leaders of the Group of Seven wealthy democracies on Monday pledged to stand with Ukraine «for as long as it takes» by cranking up sanctions on Russia and backing security commitments for Kyiv in a post-war settlement (Reuters 27.06.2022).

I am grateful to all those who make our resistance possible. These are all our defenders. The Armed Forces of Ukraine. Ground Forces, our infantry and tank-men. Air and Naval Forces. Artillery, air defense, paratroopers, intelligence, border guards. The Special Operations Forces, the Security Service, the National Guard, the police, the territorial defense units — all our security and defense forces. Thanks to you, Ukraine stands. And we endured the furious month and the furious beginning of the war (Reuters, 2022).

«The Ukrainian government has made significant progress in implementing reforms aimed at improving the country's economy and democratic institutions. These reforms are a positive step forward for Ukraine.» (2022)

Ukrainian soldiers courageously resist the Russian invaders (Reuters, 2022)

President Vladimir Putin authorised «a special military operation» against Ukraine on Thursday morning to eliminate what he called a serious threat, saying his aim was to demilitarise Russia's southern neighbour (2022)

Sons confide about the cold, the darkness, curfews, the grandparents they're helping to look after – too old and frail to leave — and their determination that all will be well. Snow has already fallen and power outages are frequent. The mums talk about their hosts' kindness, the generosity of strangers, their worries for loved ones back home, their longing for the war to be over (2022)

Without a doubt, the War in Ukraine is death, pain and chaos, but also a moment of unification of Ukrainians (2022)

«Before his death, (the man) reminded all of us of the meaning of the words 'Glory to Ukraine!» (2023)

President Vladimir Putin said on Tuesday that any further mobilisation would depend on what Russia wanted to achieve in the war in Ukraine, adding that he faced a question only he could answer — should Russia try to take Kyiv again? (2023)

Skynews

«I can report: Kyiv stands strong, Kyiv stands proud, it stands tall and, most important, it stands free», Mr Biden said on Tuesday evening (21.02.2023)

A deluge of drones and missiles struck the Ukrainian capital early Wednesday, damaging buildings but causing relatively few casualties, according to city officials. Serhiy Popko, the head of Kyiv's military administration, said the city had «not experienced such a powerful attack since spring». (2023)

The Conversation

A pathway to Ukraine membership? But, as noted by Mark Webber, professor of international politics at the U.K. 's University of Birmingham, what many in Kyiv really want is full membership: «The bigger prize for Ukraine, however, is NATO membership. That would bring the country within the collective defense provisions of Article 5 of the North Atlantic Treaty and, in effect, extend U.S. – and U.K. – nuclear guarantees to Ukrainian territory» (10.07.2023)

The Guardian

«On the contrary, russian officials hope to distribute one million passports in occupied eastern Ukraine by the end of 2020, transforming the region into a passport protectorate» (2022)

«On the contrary, russian officials hope to distribute one million passports in occupied eastern Ukraine by the end of 2020, transforming the region into a passport protectorate» (2022)

At night their children woke up at the sound of explosions and couldn't stop crying. The family made the decision to move to the outskirts of Kyiv and then flee abroad. They travelled to Hungary, where Mykhailo left his wife and children and came back to Western Ukraine to help the war effort (2022)

Ukraine is now the most heavily mined country on Earth and its army is suffering from a critical shortage of men and equipment able to clear the frontlines, the country's defence minister has said, as soldiers spoke of heavy casualties in the engineering brigades. The Kerch bridge was opened in 2018 and enables road and rail travel between russia and Crimea — Ukrainian territory annexed by russia in 2014 (2023)

The number of sappers in the Ukrainian armed forces was nowhere near enough to get through the complex russian defences on the vast 600-mile (1,000km) front, with mine clearing units targeted with heavy fire (2023)

The New York Times

She describes feeling «like a guest» in the city because she could not visit her her hometown of Slavyansk as its only 40 miles from the frontline (2022).

«The spread of weapons from the war and relatively lax gun laws have meant Ukraine has a higher prevalence of guns in society than do other European nations» (2022)

«While the situation in Ukraine remains tense, there are signs of progress towards a peaceful resolution. The recent ceasefire agreement has brought some hope for an end to the conflict, but there are still many challenges to be overcome.» (2022)

Zelenskyy Tells Congress «You Can Speed Up Our Victory» (2022)

President Volodymyr Zelenskyy told Congress that the fight now raging for Bakhmut, in Ukraine's eastern Donbas region, could «change the trajectory of our war for independence and for freedom.» (2022)

Thank you so much. Thank you so much for that. Thank you. It's too much for me. All this for our great people. Thank you so much (2022)

We support the brave Defenders of Ukraine, who fight for our freedom and peaceful future 24 hours a day on the line of fire (2022)

As the invasion continues, with civilians in the capital being urged by Ukrainian officials to prepare Molotov cocktails, we are seeing the emergence of everyday heroism – from the soldiers refusing to back down on Snake Island to the man who gave up his own life blowing up a bridge to prevent a russian crossing; Across Ukraine, ordinary people are taking up arms and demonstrating striking bravery in the face of russian aggression (2022)

But President Biden reversed course on Friday, telling allies that he would allow Ukrainian pilots to be trained on the F-16 and that the United States would work with other countries to supply Kyiv with the jets (23.05.2023);

«We are being sent to a slaughter», Aleksandr said in a series of audio messages from the Kherson region, referring to his commanders. «We are not human to them, because we are criminals.» (2023)

Title Press

«You're occupants, you're fascists!» she says as he tries to claim he is part of a military exercise. She adds: «Take these seeds and put them in your pockets so at least sunflowers will grow when you all lie down here» (25.02.2022)

Twitter

president putin thought he could roll into Ukraine — and the world would roll over. Instead, he met a wall of strength he never imagined. He met the Ukrainian people (2022)

The capital of Ukraine. Fighting for freedom and democratic values while kicking russian ass with style and class (2022).

Being brave is our brand; we will spread our courage in the world (2022).

Ukrainians! I want you to realize that. We drove the enemy out of several regions (2022)

Ukrainian defenders sing at the Azovstal steelworks in Mariupol as russia continues to shell and bomb the factory. They say they will fight to the end The frontwoman of this band is Kateryna «Ptashka» («bird»), who left for the army after completing music studies (2022)

The 30th Mechanized Brigade's tankers continue to drive the enemy out of our land (2023)

UN News

The longer this war continues, the more dangerous its consequences, including the possibility of a wider conflict (17.07.2023)

For the sake of the Ukrainian people and for the sake of our global community, this senseless, unjustified war must stop (17.07.2023)

On 1 March 2022, the UN and humanitarian partners launched coordinated Flash Appeals for a combined \$1.7 billion to urgently deliver

humanitarian support to people in Ukraine and refugees in neighbouring countries
(17.07.2023)

Washingtonpost

We still stayed in Mariupol. And then we realized that there is no hope anymore
(2022)

«Zelenskyy acknowledged that there has been friction within his staff. «They obstruct the working process. I have always been against such conflicts, as there are no winners and no draws», Zelenskyy said in an interview with the Interfax news agency. «You can't live amid a permanent conflict» (2022)

«The situation in Ukraine is deteriorating rapidly, with reports of increased fighting and civilian casualties. The Ukrainian government is struggling to contain the violence, and there are fears that the conflict could escalate further.» (2022)

Battle for Kyiv: Ukrainian valor, russian blunders combined to save the capital
(2022)

And, Psaki underlined, russia and the United States share the view «that a nuclear war cannot be won and must never be fought», she said (2022)

putin has long struck the world as reckless. But is he dangerously unbalanced? «Western officials must confront putin as they also wonder whether he comprehends or cares about cataclysmic consequences — or perhaps is intentionally preying on the long-held suspicions about him», the Associated Press's Nomaan Merchant and Vladimir Isachenkov report (2022)

The first in a series of articles examining the road to war and the military campaign in Ukraine, it is drawn from in-depth interviews with more than three dozen senior U.S., Ukrainian, European and NATO officials about a global crisis whose end is yet to be determined;

According to the intelligence, the russians would come from the north, on either side of Kyiv.

In both Iraq-related cases, coalition forces benefited from air supremacy, while Ukrainian aircraft cannot operate over russian lines and cannot prevent russian aircraft

and helicopters from hitting their own advancing troops. And Ukraine has been given too few armored breaching systems (Washingtonpost 23.08.2023)

How the U.S. sees Ukraine's push: No stalemate, but no breakthrough (27.08.2023)

Ukraine's inability to demonstrate decisive success on the battlefield is stoking fears that the conflict is becoming a stalemate and international support could erode (2023)

Now, after his battalion helped pushed the russians out of Lyman in September, they are fighting to keep them from taking it back. A year has been long enough for the tide of war to ebb and flow, and he knows moscow is keen to reoccupy the semi-demolished city where he sleeps in an abandoned house (2023)

Damian Griffiths and Douglas Hall, both from Suffolk, worked in a kitchen in Lviv supplying food to soldiers on the front line. They both also said people were trying to carry on with their lives since conflict began a year ago (2023)

russia's defence ministry on Thursday denied having bombed a maternity and children's hospital in Ukraine's Mariupol the previous day, accusing Ukraine of a «staged provocation» there (2023)

Yahoo News

At the same time, the world saw what Ukraine is capable of. These are the new heroes. Defenders of Kyiv, defenders of Azovstal. New feats performed by entire cities. Kharkiv, Chernihiv, Mariupol, Kherson, Mykolaiv, Hostomel, Volnovakha, Bucha, Irpin, Okhtyrka. Hero Cities. The capitals of invincibility. New symbols. And with that, new assessments and forecasts for Ukraine (Yahoo News, 24.02.2023)

Додаток В

**Вербальні засоби творення тональності англомовних медіатекстів про
війну в Україні**

Синтаксичні засоби створення тональності	Кількісний показник%	Стилістичні засоби створення тональності	Кількісний показник %
Речення з емпатичними конструкціями	21	Прецедентні одиниці	26
Речення з нагромадженням другорядних членів речення / підрядних речень	17	Метафори	20
Речення з порівняльними конструкціями	13	Епітети	15
Речення у формі риторичних запитань	11	Фразеологізми	10
Речення з інверсією	9	Неологізми	
		Неологізми	9
		Метонімія	8

Додаток Г

Таблиця загальних показників тональності медіатекстів про війну в Україні за період 2022-2023 рр.

Кі ль кіс ни й по каз ни к %	Загальна тональність медіатекстів (вибірка 1000 одиниць)		
	Негативна	Позитивна	Змішана
	43	36	21