

ФОРМАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЕМОЦІЙНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ЦИФРОВОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Із допомогою формального аналізу вивчається емоційність українського цифрового політичного дискурсу. На матеріалі політичних новин за 2019–2020 роки (інтернет-видання «Українська правда») виокремлюються періоди із більшою емоційністю: перед і під час президентських виборів (лютий, квітень 2019 року), перед, під час та після парламентських виборів (червень–липень 2019), а також періоди із низькою емоційністю під час карантину (березень–травень 2020). Окрім цього, визначається емоційне різноманіття в періоди обговорення результатів виборів (із найбільшими показниками у травні, серпні 2019 р.)

Ключові слова: цифровий політичний дискурс, формальний аналіз, політичні емоції.

Steblyna Natalia. Formal analysis of ukrainian digital political discourse emotionality

Emotionality of Ukrainian digital political discourse is studied with formal analysis. In political news of «Ukrains'ka pravda» (2019–2020), which is the text corpus for the research, periods of high emotionality were defined: before and during the presidential elections (February, April 2019); before, during and after parliamentary elections (June–July 2019). And, the period of low emotionality is defined as well during the quarantine (March–May 2020). In addition, emotions diversity in the periods of discussions about elections results is discovered (the largest number in May, August 2019).

Key words: digital political discourse, formal analysis, political emotions.

Дослідження політичних емоцій є відносно новим напрямом, оскільки тривалий час вважалося, що тільки агресивні (наприклад, фашистські) суспільства є емоційними [1, с. 2], демократичні ж держави задля стабільності мають подолати пристрасті за допомогою розуму [2, с. 224]. Або ж говорили про те, що політичні рішення не повинні бути пристрастними, бо це може неминуче призвести до ірраціональних актів жорстокості

© СТЕБЛИНА Наталія Олександрівна – докторант кафедри політології та державного управління, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент Донецького національного університету імені Василя Стуса; ORCID: 0000-0001-9799-9786; e-mail: n.steblyna@donnu.edu.ua

або зла [3, с. 494]. Проте емоційність ще з давніх часів вважалася неодмінною складовою політики, афекти відігравали ключову роль у політиці (у дискурсі, риторичі, діях та ін.) [2, с. 223], а нині у численних дослідженнях читаємо про зростання емоційності політичних текстів, цьому, зокрема, сприяє й використання соціальних мереж для політичної комунікації [4].

Саме тому метою статті є формалізація аналізу емоційності політичного тексту та інтерпретація отриманих даних на матеріалі українського цифрового політичного дискурсу за 2019-2020 роки (політичні новини інтернет-видання «Українська правда»). Задля досягнення цієї мети, ставимо такі завдання: окреслити поняття політичної емоції; розробити комп'ютерну програму для вимірювання емоційності політичних текстів зм'яряти показники емоційності.

За спостереженням Марти Нассбаум, «картина дня або ж тижні у житті навіть відносно стабільної демократії вміщує різноманіття емоцій» [1, с. 1]. Однак не всі емоції можемо уналежити до політичних. При цьому, зважаючи на природу емоцій, виокремлення останніх може бути й не таким простим заданням. Як зазначає Г. Хейдж, емоції завжди знаходяться на перетині індивідуального і колективного, приватного та публічного, психологічного та соціального [5]. На думку Н. Демертціса, раціональне й емоційне взаємодіють на свідомому та підсвідомому рівнях під час формування політичних позицій чи суджень [2, с. 224]. А громадянин сприймається не як політичний експерт (що ухвалює рішення раціонально, зважаючи на аргументи, компетентність та аналіз даних), а як «людська частина політичного тіла» [6, с. 20]. Саме тому для визначення політичних емоцій потрібно відстежити, які індивідуальні емоції стають колективними та політичними [3, с. 492]. Фактично може йтися про поступовий перехід емоцій (або навіть самого процесу переживання емоцій) із рівня індивідуального – у публічний. І тут можемо припустити, саме медіа (традиційні та нові) можуть відігравати значну роль, транслюючи емоції тих або інших політичних суб'єктів (представників влади, громадянського суспільства, фахівців, експертів та ін.). І тут може йтися про певне «зараження» заданими емоціями потрібної аудиторії. Або ж, як говорять Пейс та Білгіц, емоції є «ключовим приладдям із набору інстру-

ментів, необхідних для мистецтва управління державою» [7]. На думку С. Кошут та колег, для того, щоб одні дискурси отримали владу та перевагу над іншими, має враховуватися емоційний компонент [8, с. 5]. Про те, що «емоційний відгук» потрібен у процесі формування політичного судження, говорить В. Полянська [9, с. 191]. Т. Кремень зауважує, що «емоційна забарвленість» потрібна для політичної мобілізації [10, с. 72].

Як правило, останні мають належати певній групі, колективу, народу чи нації і враховувати їхні цілі, стосуватися інституцій та лідерів або території [1, с. 2]. Також політичні емоції стосуються ключових зобов'язань нації або безпеки «заповітних цінностей» – інклюзивності, рівності, подолання складних проблем або ж кінця часів поневолення [1, с. 2]. На думку Нассбаум, важливе не просто визнання певних суспільних норм, цінностей та зобов'язань, а й емоційна прив'язаність/прихильність до них [1, с. 6]. І, звісно, завдання фахівців – ретельно відстежувати і критикувати як самі принципи суспільства, так і емоції, які виникають щодо них [1, с. 7].

За допомогою емоцій (зокрема, негативних, травматичних) конструюється національна ідентичність [11].

Щодо визначень, то Н. Демертціс пропонує вважати політичними емоціями тривалі афективні схильності, що підтримуються політичними та соціальними нормами певного суспільства, відіграючи ключову роль у конструюванні його політичної культури та розподілі владних ресурсів [2, с. 228]. Відтак і тут йдеться про «взаємопереплетення» важливих для суспільства правил, цінностей та емоцій. Про емоції як «інтерактивні реакції», що одночасно формуються як на індивідуальному, так і колективному рівні, говорить Коскун, аналізуючи події Арабської весни [12, с. 1198].

Тим не менше, для формального аналізу потрібен більш чіткий механізм виокремлення емоцій у тексті. Е. Коскун вважає, що емоції можна віднайти в наративах та різноманітних форматах комунікації [12, с. 1205-1206]. Або ширше – у мові [8, с. 2], де емоції стають частиною «соціального досвіду» [14]. Г. Маркус зазначає, що можна покладатися на «просторові» метафори, наприклад «серце» та «розум» або голова і тіло, свідоме і несвідоме [6]. Хатчінсон і Блейкер пропонують макро- та мікропід-

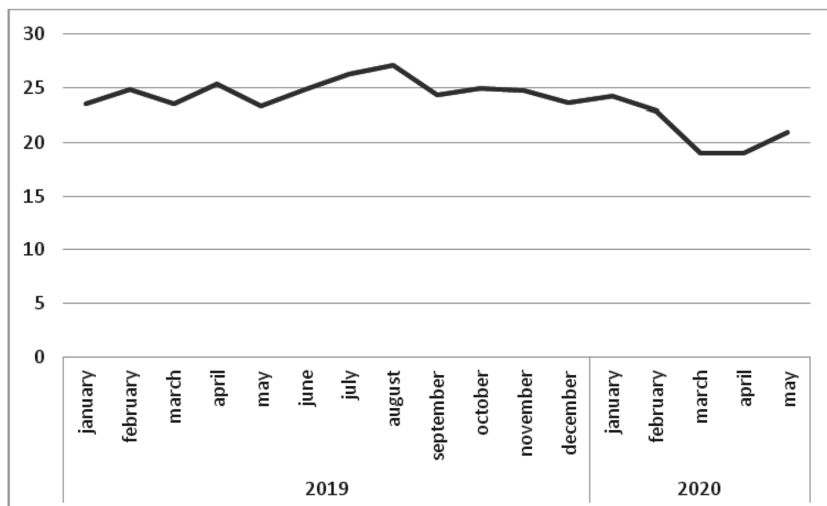
ходи. Якщо перший визначає, як певні емоції набувають різних значень у різних культурних контекстах, то другий дозволяє зрозуміти, як емоції функціонують у певних обставинах [3, с. 493].

Алгоритм пошуку емоцій у цифровому політичному дискурсі

Для визначення емоцій у цифровому політичному дискурсі укладався словник дієслів стану, за основу брався перелік дієслів на позначення психічної діяльності [14], а також додавалися дієслова, що були знайдені за допомогою регулярних виразів Python.

Після цього у заголовках новин за 2019–2020 рр. (до 23 травня включно) шукалися співпадіння зі словником – і визначався відсоток емоцій у цифровому політичному дискурсі. Знайдені слова уніфікувалися – зводилися до інфінітивів. І вираховувалася кількість унікальних згадок дієслів за місяць та найбільш популярні дієслова.

За допомогою отриманих даних можна визначити більш і менш емоційні періоди в українському цифровому політичному дискурсі (*мал. 1*).

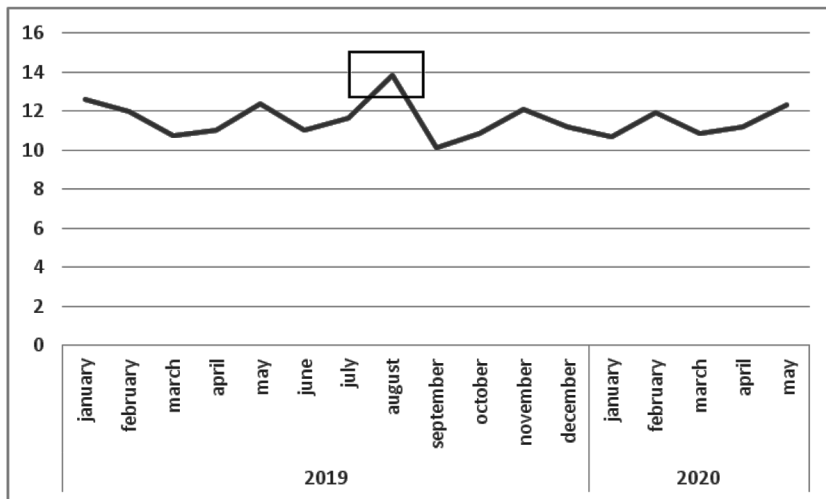


Мал. 1

*Емоційність українського цифрового політичного дискурсу
2019–2020 рр.*

Приміром, до вересня 2019 року фіксуємо коливання показника, із найбільшими значеннями у серпні, липні та квітні. Тож можемо припустити, що передвиборча кампанія, вибори та реакція на позачергові парламентські вибори призвели до підвищення емоційності в дискурсі. До цього ж згадаємо, що як кандидати у президенти, так і політичні партії, активно використовували т. зв. політику обурення (Ф. Фукуяма) під час кампаній. Після вересня показник стабілізувався (із незначним просіданням наприкінці року: причиною може бути період новорічних канікул), але з лютого – стрімко впав до найнижчих показників у березні та квітні (під час карантину). Фактично це свідчення уповільнення політичного життя, у цей же період у попередніх дослідженнях фіксувалося зниження інтенсивності політичної взаємодії.

Тепер подивимося на різноманіття емоцій за означений період (мал. 2).



Мал. 2

Емоційне різноманіття українського цифрового політичного дискурсу 2019-2020 рр.

Як бачимо, збільшення емоційності цифрового дискурсу не завжди призводить до урізноманітнення емоцій. Тобто в період більшої емоційності транслюються, як правило, одні й ті ж емо-

ції. Приміром, перед президентськими виборами та у місяць виборів різноманіття менше. Проте у травні показник зростає. Можемо це пов'язати якраз із репрезентацією відчуттів, бажань, настроїв нової влади або ж страхів опозиції, так само, до речі, як і після парламентських виборів – у серпні. Саме тут ми маємо найбільший відсоток за першим показником і за другим. Під час пандемії бачимо як зниження відсотка емоційності, так і зниження різноманіття емоцій.

Також спостерігаємо зміни найбільш уживаних емоцій/відчуттів/станів (*див. табл. 1*)

Таблиця 1

Найбільш уживані дієслова стану
в українському цифровому політичному дискурсі

Січень 19		Лютий 19		Березень 19		Квітень 19		Травень 19	
вірити	20	вірити	24	обіцяти	23	хотіти	38	хотіти	48
хотіти	28	хотіти	32	просити	23	просити	22	просити	23
Червень 19		Липень 19		Серпень 19		Вересень 19		Жовтень 19	
хотіти	44	хотіти	43	хотіти	39	хотіти	38	хотіти	50
стане	28	стане	35	просити	29	просити	33	просити	41
Листопад 19		Грудень 19		Січень 20		Лютий 20		Березень 20	
хотіти	62	підозрювати	30	стане	28	хотіти	44	хотіти/ просити	33
стане	25	хотіти	30	хотіти	44	просити	25	стане	46
Квітень 20		Травень 20							
хотіти	38	стане	23						
просити	36	вирішити	24						

Як бачимо, серед найбільш уживаних дієслів – слово «хотіти», тож переважно через емоції транслюються бажання політичних акторів. Також зростає використання саме цього дієслова – після президентських виборів (травень-серпень). Фактично найбільше йдеться про імовірні плани нової влади, які видаються важливими для цифрового дискурсу. Окрім того, ще й у жовтні й листопаді значно збільшилася кількість згадувань цього дієслова у заголовках. Цікаво, що, приміром, у березні на перший план замість дієс-

лова «хотіти» виходять два: «обіцяти» і «просити», що також може характеризувати передвиборчий період. У грудні разом із дієсловом «хотіти» з'являється «підозрювати», що може бути пов'язане із висвітленням зустрічі у Нормандському форматі. Також у травні 2020 року на перший план вийшло дієслово «вирішити», що може свідчити про вихід із карантину і трансляцію готовності до цього. А у березні 2020 року – «стане», що говорить про сконцентрованість на майбутньому – перед початком карантину.

Отже, в результаті проведеного дослідження було формалізовано аналіз емоційності політичного тексту, що дозволило виокремити періоди із більшою емоційністю. Також бачимо, що в цілому збільшення емоційності не призводить до збільшення різноманіття емоцій. Навпаки, як правило, цей показник найвищий за часів нижчої емоційності.

За допомогою формального аналізу можемо визначати й найбільш популярні емоції. Як правило, через емоції у цифровому дискурсі транслюються бажання політичних акторів.

Здійснене дослідження дозволяє стверджувати, що український цифровий політичний дискурс, як і політичні дискурси інших країн, є емоційним (в середньому кожне четверте повідомлення виражає почуття/настрій/стан). При цьому показник різноманітності політичних емоцій (середній – 11,4%) говорить про те, що у цьому дискурсі транслюються переважно одні й ті ж емоції.

Відтак питання емоційності цифрового політичного дискурсу України та інших держав потребує подальшої розробки, а за допомогою формального аналізу можна встановити зв'язок між емоційністю та цифровізацією дискурсу, а також віднайти можливі кореляції з іншими показниками: диверсифікацією, персоналізацією дискурсу та ін.

1. Nussbaum M. *Political Emotions: Why Love Matters for Justice*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 2013.
2. Demertzis N. *Political Emotions. The Palgrave Handbook of Global Political Psychology* / edoters: B P. Nesbitt-Larking, C. Kinnvall, H. Dekker. Basingstoke: Macmillan Publishers Limited, 2014. P. 223-241.
3. Hutchison E., Bleiker R. *Theorizing Emotions in World Politics. International Theory*. 2014. № 6(3). P. 491-514.
4. Ott B. L. *The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. Critical Studies in Media Communication*. 2017. No 34(1). P. 59-68.
5. Hage G. *Hating Israel in the field: on ethnography and political emotions. Anthropological*

Theory. 2009. No 9(1), P. 59-79. **6.** Marcus G. E. The Theory of Affective Intelligence and Liberal Politics. *The Theory of Affective Intelligence and Liberal Politics* / editor: N. Demertzis. London: Palgrave Macmillan, 2013. P. 17-38. **7.** Pace M., Bilgic A. Studying Emotions in Security and Diplomacy: Where We Are Now and Challenges Ahead. *Political Psychology*. 2019. No 40. P. 1407-1417. **8.** Koschut S., Hall T. H., Wolf R., Solomon T., Hutchison E., Bleiker R. Discourse and emotions in international relations. *International Studies Review*. 2017. No 19(3). P. 481-508. **9.** Полянська В. Естетико-політичні та емоційно-афективні фактори сприйняття українсько-російських відношень. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса*. 2015. No 1. С. 189-199. **10.** Кремень Т. Емоційна складова політичної мобілізації через соціальні медіа. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили*. Серія Політологія. 2012. No 204(192). С. 72-74. **11.** Pace M., Bilgic A. Trauma, Emotions and Memory in World Politics: The Case of the European Union's Foreign Policy in the Middle East Conflict. *Political Psychology*. 2018. No 39. P. 503-517. **12.** Coskun E. R. The role of emotions during the Arab Spring in Tunisia and Egypt in light of repertoires. *GLOBALIZATIONS*. 2019. No 16(7). P. 1198-1214. **13.** Марас Н. М. Соціальні категорії модусу як репрезентанти емоцій у політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія Філологічна. 2012. No 29. С. 114-116. **14.** Каченко Ю. Дієслова на позначення психічної діяльності з позиції градуальності. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 10. Проблеми граматики і лексикології української мови. 2012. № 9. P. 82-87.

References

1. Nussbaum M. *Political Emotions: Why Love Matters for Justice*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 2013. **2.** Demertzis N. *Political Emotions. The Palgrave Handbook of Global Political Psychology* / editors: B P. Nesbitt-Larking, C. Kinnvall, H. Dekker. Basingstoke: Macmillan Publishers Limited, 2014. P. 223-241. **3.** Hutchison E., Bleiker R. Theorizing Emotions in World Politics. *International Theory*. 2014. No 6(3). P. 491-514. **4.** Ott B. L. The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*. 2017. No 34(1). P. 59-68. **5.** Hage G. Hating Israel in the field: on ethnography and political emotions. *Anthropological Theory*. 2009. No 9(1). P. 59-79. **6.** Marcus G. E. The Theory of Affective Intelligence and Liberal Politics. *The Theory of Affective Intelligence and Liberal Politics* / editor: N. Demertzis. London: Palgrave Macmillan, 2013. P. 17-38. **7.** Pace M., Bilgic A. Studying Emotions in Security and Diplomacy: Where We Are Now and Challenges Ahead. *Political Psychology*. 2019. No 40. P. 1407-1417. **8.** Koschut S., Hall T. H., Wolf R., Solomon T., Hutchison E., Bleiker R. Discourse and emotions in international relations. *International Studies Review*. 2017. No 19(3). P. 481-508. **9.** Polyans'ka V. Estety'ko-polity'chni ta emocijno-afektyvni faktory' spry'nyattya ukrayins'ko-rosijs'ky'x vidnosy'n. *Naukovi zapysky' Instytutu polity'chny'x i etnonacional'ny'x doslidzhen' im. I. F. Kurasa*. 2015. No 1. С. 189-199. **10.** Kremen' T. Emocijna skladova polity'chnoyi

mobilizaciji cherez social'ni media. *Naukovi praci Chornomors'kogo derzhavnogo universy'tetu imeni Petra Mogy'ly'*. Seria Politologiya. 2012. No 204(192). C. 72-74. **11.** Pace M., Bilgic A. Trauma, Emotions and Memory in World Politics: The Case of the European Union's Foreign Policy in the Middle East Conflict. *Political Psychology*. 2018. No 39. P. 503-517. **12.** Coskun E. R. The role of emotions during the Arab Spring in Tunisia and Egypt in light of repertoires. *GLOBALIZATIONS*. 2019. No 16(7). P. 1198-1214. **13.** Magas N. M. Social'ni kategoriya modusu yak reprezentanty' emocij u polity'chnomu dy'skursi. *Naukovi zapysky' [Nacional'nogo universy'tetu «Ostroz'ka akademiya»*. Seria Filologichna. 2012. № 29. C. 114-116. **14.** Tkachenko Yu. Diyeslova na poznachennya psy'xichnoyi diyal'nosti z pozy'ciyi gradual'nosti. *Naukovy'j chasopy's Nacional'nogo pedagogichnogo universy'tetu imeni M. P. Dragomanova*. Seriya 10: Problemy' gramaty'ky' i leksy'kologiyi ukrayins'koyi movy. 2012. № 9. P. 82-87.

Stebliina Natalia. Formal analysis of ukrainian digital political discourse emotionality

Formal analysis algorithm of political text's emotionality and interpretation of data, collected from Ukrainian digital political discourse 2019-2020 (political news of online-media «Ukrains'ka pravda», are conducted in the paper. Computer program (Python language) was designed for the analysis. Vocabulary of state verbs was worked out. Headlines of political news items were analyzed. Periods of high emotionality were defined (before and during the presidential elections (February, April 2019); before, during and after parliamentary elections (June-July 2020). Stabilization of the indicator was observed after the elections (there is no fluctuation in particular). The significant decrease of the emotionality percentage was defined during the quarantine in 2020.

And, emotionality increase doesn't lead to the increase of emotions diversity. It may be explained with press-services activity before and during the elections, when the discourse is more structured and less diverse. The period of the highest number of unique emotions was in August 2019, thus, change of power and political actors may cause emotions diversification.

The verbs, which express emotions and feelings, moods were defined as well (they are: «wish», «believe», «ask», etc.). As a rule, in the discourse emotions are used to disseminate political actors' wishes (the verb «want» is the most popular). However, before the presidential elections, in the beginning and after the quarantine, political actors' intentions differed.

The percentage of emotions in Ukrainian digital political discourse is 25% (average). However, the indicator of emotions diversity is low (11,4% – average): almost the same emotions are disseminated. Positive and negative emotions were not studied specially; however, neutral or positive emotions prevailed among the most popular.

Key words: digital political discourse, formal analysis, political emotions.