

*Шуляк І. М.,**кандидат філологічних наук,**викладач кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови
Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка**orcid.org/0000-0002-2908-9040**Кондратьєва Т. Б.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови
Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка**orcid.org/0000-0003-2092-051X*

ІНТЕНЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ І ТОНАЛЬНІСТЬ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ НОВИНИХ ЗАГОЛОВКІВ ПРО УКРАЇНУ В КОНТЕКСТІ МЕДІАЛІНГВІСТИКИ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню комунікативних інтенцій автора та мовностилістичних засобів її реалізації в англійськомовних новинних заголовках про Україну разом із аналізом тональності об'єкта дослідження за допомогою сентимент аналізу у ракурсі медіалінгвістики – лінгвістичного неонапряму, що спрямований на вивчення мовних категорій та їх функціонального потенціалу у медійному дискурсі.

Метою статті є лінгвостилістичний, інтенс та сентимент аналізу заголовків англійськомовних новин про Україну у рубриці *Ukraine escalation* на інтернет-платформах у контексті прикладної лінгвістики та прагматики. Для реалізації поставленої мети слід вирішити наступні завдання: 1) обґрунтувати визначення заголовка новини у контексті медіалінгвістики; 2) виявити палітру комунікативних інтенцій автора, що реалізовані у новинному заголовку англійськомовних статей та лінгвостилістичні засоби їх реалізації; 3) з'ясувати тональність лексичних сентиментів новинних заголовків за допомогою програмного забезпечення *Text Analytics API* та ін.

Наукова новизна й методологія дослідження полягає у поєднанні лінгвостилістичних та прикладних методів, які розширюють сферу аналізу новинного заголовка у контексті мультимодальної парадигми наукового пізнання у зв'язку зі взаємодією вербальної й невербальної поведінки мовленнєвої особистості й впливу цифрових технологій. Сентимент аналіз дозволяє виявити та вилучити суб'єктивне ставлення автора новинного заголовка до подій в Україні та теми війни й класифікувати цю суб'єктивну інформацію на позитивні, негативні чи нейтральні категорії. Лінгвостилістичні методи сприяють виявленню типів комунікативних інтенцій автора повідомлення, щоб продемонструвати реалізовані типи мовленнєвого впливу заголовка на адресанта.

Висновки. У результаті дослідження виявлено такі комунікативні інтенції автора, реалізовані в англійськомовних новинних заголовках про Україну, а саме: інформативні інтенції (опис, міркування, припущення, розповідності); інтенції спонування (заклик, застереження, вимога) та наміри емотивно-аксіологічного типів. Таким чином, усі типи інтенцій здійснюють мовленнєвий вплив спонукального, інформативного та емоційно-оцінного характеру

на читача за допомогою лінгвостилістичних засобів і прийомів, які автор активно використовує для реалізації своїх намірів. У ході здійснення сентимент аналізу з'ясовано, що більшість англійськомовних новинних заголовків на інтернет платформах демонструють негативне ставлення автора повідомлення до ескалації росії та її повномасштабного вторгнення у суверенну й незалежну державу.

Ключові слова: новинний заголовок, медіалінгвістика, комунікативна інтенція, тональність, сентимент аналіз.

Актуальність проблеми. Сучасна інформаційна ера під впливом технологічного прогресу змінює способи передачі чи обміну цілими потоками відомостей та даних, трансформує вербалізовані повідомлення у новий вимір транслявання, що водночас, додає ученим нових можливостей їх дослідження у неонапрямах мовознавчої науки. Лінгвістична наука активно синхронізує дослідницьку предметність із реаліями часу. Відповідно до цього, спостерігаємо появу й активний розвиток медіалінгвістики як нового напрямку у сучасній лінгвістичній науковій парадигмі, який зосереджує свою увагу на вивченні функціональної природи мови у медійному дискурсі.

Аналіз останніх досліджень. Усі сучасні форми комунікації так чи інакше асоціюються із засобами масової інформації, які представлені друкованою пресою (журналами і газетами), радіо, телебаченням та Інтернет. Інформаційний потік завдяки інтернету та платформам світових видань стає хоч і доступнішим та релевантним для суспільства, проте й частіше, такі повідомлення завдяки низки своїх суперечливих та суб'єктивних оцінок викликають неоднозначні реакції в аудиторії. Відтак, тональність таких повідомлень у формі новинних заголовків стрімко видозмінюється від нейтрального чи пом'якшеного до категоричного або різкого. Заголовки новин є об'єктом дослідження широкого спектру наукових сфер, зокрема журналістики, психології, риторики та лінгвістики. Дослідники [1; 2; 3; 4] вказують на важливості вивчення мовної організації формату новин з увагою до функцій, типів та форм її реалізації у ЗМІ. Новини належать до інформаційного жанру та реалізують комунікативні тактики і стратегії автора у медіа за задалегідь визначеною ілюктивною метою.

Структурною одиницею новини є її заголовок. Функціональні особливості заголовків, а саме їх номінативні, інформативні, маніпулятивні, рекламні тощо характеристики, їх класифікації за різними критеріями, тексто-жанрова і мовна структура, прагматика заголовку та його мультимодальна об'єктивація привертають увагу вітчизняних [5; 6] та зарубіжних дослідників [7; 8], проте **актуальним** залишається вивчення тональності заголовків як стрижневої категорії процесу комунікації. Поруч із лінгвістичним аналізом інформативної сторони заголовка новини, що виражає утілення комунікативних інтенцій автора повідомлення, аналіз тональності лексичних сенсентивів сприяє вилученню емоційного смислу з інформації та визначенню типу його емоційного навантаження. Зважаючи на важливість тональності у вербальній інтеракції, її лінгвальна інтерпретація залишається невизначеними. Відповідно до цього, результати дослідження тональності заголовка новини є **на часі**, адже вони можуть стати важливими як для окремого учасника комунікації, так і для ситуації вербальної взаємодії загалом у формуванні й впливу на думку/дії адресанта.

Мета наукової розвідки є лінгвостилістичний, інтенс та сенсентив аналіз заголовків англійськомовних новин про Україну у рубриці *Ukraine escalation* на інтернет-платформах у контексті медіалінгвістики.

Методи й методологія дослідження. Дослідження мовної організації заголовків новин та їх тональності в англійськомовному медіадискурсі охоплює 3 етапи, що відповідають поступовому чи одночасному використанню методів аналізу для досягнення поставленої мети та завдань наукового дослідження. **Перший етап** дослідження охоплює пошук робочого визначення понять *заголовок новини* та *тональності* у контексті медіалінгвістики, за допомогою відбору теоретичного матеріалу. **Другий етап** дослідження полягає у виокремленні заголовків новин з платформи *BBC news* у рубриці *Ukraine escalation* з 01.01.2022 по 23.02.2022 років. Спосіб збирання фактичного матеріалу здебільшого називають *методом суцільного вибирання*. На **третьому етапі** дослідження проілюстровано тональність лексичних сенсентивів в англійськомовних заголовках новин за допомогою програмного забезпечення *SentiStrength 2.3* та *Sentiment Model Training tool*, емоційну палітру новинних заголовків візуалізовано за допомогою *bytesview*, а *NRC Word-Emotion Association Lexicon* застосовано для виявлення семантичного значення лексики та їх асоційованого емоційного зв'язка.

Для реалізації мети дослідження застосовано метод контекстуального та інтерпретаційного аналізу – для визначення мовних засобів репрезентації інтенції автора у заголовку новин; *сенсентив-аналізу / емоційно-смисловим методом*, що слугує визначенню типу тональності тексту (*Sentiment analysis and Opinion Mining*), що належить до класу методів контент-аналізу й застосовується в галузі обчислювальної лінгвістики. Метод сенсентив-аналізу «уможливує автоматизоване визначення тональності тексту мовця – емоційного відношення автора висловлювання до об'єкта чи події, про які йдеться в тексті, а сукупність емоційно забарвленої лексики або комунікативного фрагмента відображається за допомогою тренарної лінійної шкали: позитивний (від «1» до «+5») – нейтральний (від «1» до «-1») – негативний (від «-1» до «-5») (-1 (not positive) to -5 (extremely negative); 1 (not positive) to 5 (extremely positive))» (Вербицька, 2018). Емоційну частину називають

лексичним сенсентивом. Відповідно до цього, застосування методу сенсентив-аналізу уможливує визначення інтенсивності негативного, позитивного чи нейтрального заряду повідомлення, а також усуває суб'єктивну сторону чи упереджений характер дослідження мовного матеріалу.

Об'єкт дослідження є заголовки англійськомовних новин у рубриці *Ukraine escalation*, представлені на інтернет-платформі *BBC news, Bloomberg, The Guardian, CNN, The New York Times*. **Предмет дослідження** – мовні засоби реалізації інтенційного потенціалу англійськомовних новинних заголовків та тональність їх лексичних сенсентивів. **Матеріалом дослідження** слугували 214 заголовки англійськомовних новин у період появи з 02.01.2022 р. по 23.02.2022 р., зафіксованих методом суцільного вибирання на вище згаданих інтернет платформах.

Виклад основного матеріалу дослідження

1. Новинний заголовок у контексті медіалінгвістики

Сьогодні усі сфери людської діяльності прямо чи опосередковано пов'язані із медіа, які впливають на спосіб комунікативної взаємодії між людьми. Різні види медіа є платформою для комунікації, тому зв'язок мови та ЗМІ стає очевидним, безперервним та необхідним. Науковий інтерес охоплює не лише «аналіз мовних явищ у ЗМІ, а й особливості їх творення, вживання, маніпуляції, впливу на свідомість реципієнтів тощо» (Шевченко, 2021: 28). Широкий спектр медіа засобів дозволяють собі різні дії з мовою та словом, а саме: передавати різні типи повідомлень (слова, картинки, музику, відео), бути залученим у різні способи вербальної взаємодії, комбінувати різні форми комунікації, що додає їм нових можливостей у вживанні мови. Відтак, медіалінгвістика стає новою філологічною галуззю знань, яка вивчає використання медіа та мови у симбіозі [9; 10; 11; 6].

Дослідницька предметність медіалінгвістики містить вивчення використання мови для публічного спілкування за допомогою медіа. Цифрові технології впливають на вербальну та візуальну комунікацію, тому завданням медіалінгвістики розвивати дослідження ефективної взаємодії мови, зображення, візуалізації та дизайну для аналізу мультимодального продукту. Це дає змогу виявити, наприклад, як соціальні медіа змінюють спосіб спілкування та формування думок у суспільстві, розробити рішення комунікативних проблем, викликаних цифровою трансформацією, допомогти людям у професійному контексті та зрозуміти, як опосередкована публічна комунікація впливає на наше сприйняття світу та набуття соціального та професійного досвіду.

Основною категорією дослідження у медіалінгвістиці є медіатекст, який трактують, як «поліфункціональну гетерогенну смисловою систему, яка є продуктом вербалізації когнітивної діяльності мовця та об'єктом і результатом цілеспрямованого конструювання смислів відповідно до прагматичної орієнтації ЗМІ» [6, с. 43]. Медіатекст як одиниця медіапростору представлений різними категоріями, однією з яких є новини, які поєднують суспільну та мовну складові у своїй структурі. Новини репрезентують світові актуальну інформацію різної тематики та застосовують, залежно від мети повідомлення, «різні лінгвістичні стратегії і тактики для того, щоб ефективно впливати на мовну свідомість реципієнта» [6, с. 132]. Структурною одиницею новини є заголовок. Як уважає Л. Шевченко та Д. Сизонов, заголовок – це «об'єктивно-суб'єктивна інфор-

маційна складова новини, в якій сформована позиція автора повідомлення та реалізовані ідеї вербальної та невербальної взаємодії з читачем [6, с. 44].

Природу газетного заголовка новини вивчають зарубіжні та вітчизняні науковці. Різним аспектам використання заголовка присвячені публікації А. Белла та Р. Ніра (заголовок як підсумок комунікативної ситуації), Е. Інфантіду та Д. Дора (заголовок як оптимізатор релевантності), Б. Ліндемана (заголовок як семантико-прагматична субстанція), Х. Дацишин (маніпулятивна суть заголовків у сучасних ЗМІ). Проте, поза увагою залишається комунікативно-прагматичний аспект дослідження заголовків новин як продукту медіадискурсу у контексті медіалінгвістики, а також застосування програмного забезпечення для отримання об'єктивних результатів дослідження тональності об'єкта дослідження.

2. Іntenційний потенціал новинного заголовка та мовні засоби реалізації комунікативних намірів його автора

Новинний заголовок реалізує основні такі характеристики публіцистичного дискурсу, як: релевантність, інформативність, динамічність, переконливість, тощо, що уможлиблює його автору актуалізувати комунікативні інтенції різного характеру. С. Шабат-Савка вказує на «репрезентацію однієї глобальної настанови – інтенцію впливу на адресата» у різних формах повідомлень політичного, економічного, суспільного характерів. Новинний заголовок реалізує чимало функцій у ЗМІ, реалізуючи комунікативні інтенції різного типу. Розглянемо новинний заголовок, що містить інформацію про війну в Україні та ймовірність повномасштабного вторгнення російської федерації у суверенну й незалежну державу-сусід. У ході аналізу новинних заголовків про Україну на світових інформаційних платформах, зафіксовано такі найбільші групи комунікативних інтенцій, реалізованих автором: **інформативні, спонукальні та емотивно-аксіологічні**. У кожній групі виділяємо парадигму комунікативних інтенцій, що залежать від багатьох об'єктивних та суб'єктивних факторів, н. д. ставлення автора до ситуації, його реакції на повідомлюване, наміру здійснити відповідний вплив на читача і тощо.

Інформативні комунікативні інтенції автора, реалізовані у новинних заголовках, мають на меті розтлумачити ситуацію або ж активізувати та загострити увагу читача на релевантності повідомлення; якомога повніше і швидше донести важливий потік інформації. Відповідно до цього, в інформативній групі комунікативних інтенцій виділяємо такі інтенції:

- Іntenції інформування, *e. g. Satellite images show Russian military activity, BBC news; Emergency diplomacy offers few results for Ukraine, BBC news; West Pushes on Russia Sanctions After Putin Move, Bloomberg; UK decides on sanctions as Putin orders troops over border, The Guardian; Times; The Ukraine conflict is moving fast, CNN.*

- Іntenції припущення, *e. g. Putin is making a historic mistake, can sanctions work? The New York Times; Could conflict escalate to war, and other questions, How likely is the Russia-Ukraine crisis to escalate into broader war? BBC news,*

- Іntenції опис/міркування, *e. g. Ros Atkins on... Key moments in Russia's military build-up, Do UK's sanctions against Russia go far enough? BBC news; Word by Word and Between the lines: a close look at Putin's Speech, The New York Times; The Ukraine-Russia crisis explained: a complete visual guide, Australian sanctions on Russia: who do they*

target and will they have an impact? Russian peacekeeping claim is nonsense, The Guardian.

Комунікативні інтенції автора спонукального характеру, реалізовані у новинних заголовках, мають на меті спонукати читача до конкретних дій, оперативно відгукнутися на певну подію, переконати або закликати його до роздумів тощо. Спектр актуалізованих автором інтенцій спонукального характеру у новинних заголовках про Україну наведено нижче:

- Іntenції заклику, *e. g. We Need to Oppose Russia: Ukrainians Find Common Purpose, The New York Times, UK vows to step up support for Ukraine, BBC news, Nord Stream 2 Will End If Russia Invades Ukraine, Reuters.*

- Іntenції застереження, *e. g. Putin Keeps Suspense, Mulls Recognizing Ukraine Separatists, Bloomberg; Biden Calls Risk of Russian Invasion of Ukraine Very High, Biden calls Putin's actions the beginning of a Russian invasion of Ukraine, Why it matters that Russia just recognized Donetsk and Luhansk, The New York Times, Nato warning over Russian build-up near Ukraine, BBC news.*

- Іntenції вимоги, *e. g. UK must do more to support Ukraine, We have to wake up from geo-political nap, BBC news;*

Повна та всебічна характеристика об'єкта дослідження неможлива без аналізу її емотивно-аксіологічної складової, оскільки будь-яке повідомлення містить вираження суб'єктивного світу мовця, його думок, почуттів та емоцій з використанням відповідних мовних засобів. За визначенням С. Шабат-Савки, емотивно-аксіологічні комунікативні інтенції – це наміри, що передають індивідуальне, емоційно-чуттєве сприйняття докільця, оцінне ставлення до побаченого та почутого. У ході аналізу зафіксовано наступні заголовки, що містять емотивно-аксіологічні інтенції мовця, наприклад:

- Іntenції емоційності, які передають емоційний стан мовця та відображають реакції на почуте чи побачене (*Russian invasion of Ukraine would be disastrous; Biden Says Putin Has Chosen Catastrophic War Over Diplomacy, BBC news; Ukraine's President Tries to Avert Panic as Pressure Mounts, The Guardian*).

- Іntenції аксіологічного характеру, які мають на меті сформувати оцінку чи суспільну думку (*e. g. This is a moment of peril, BBC news; Human cost of Russia attack would be immense, Shock of invasion would echo around the world, BBC news; Sanctions on Russia pose new threat to a fragile global economy, The New York Times*).

У кількісному відношенні емотивно-аксіологічні інтенції та інтенції спонукального характеру домінують у новинних заголовках про Україну у міжнародній пресі, поєднуючи точний, стислий та структурований виклад подій з відкритим вираженням експресії та емоційного забарвлення лексико-граматичних, семантичних та синтаксичних засобів та стилістичних прийомів, які ефективно функціонують у новинних заголовках. Автор новинних заголовків реалізує комунікативні інтенції за допомогою таких мовностилістичних засобів:

1. Лексеми з емотивно-оцінною семантикою, зокрема прикметникові лексеми, що репрезентують негативну оцінку: *e. g. Russian invasion to Ukraine will be disastrous, BBC news; Putin has chosen Catastrophic war over diplomacy*; іменникові лексеми: *e. g. This is a moment of peril, Russian warns of military confrontation nightmare, BBC news*; прислівники: *e. g. Russia strongly condemned at UN after Putin orders troops into eastern Ukraine, The Guardian.*

2. Гіпербола: *If War Flames in Ukraine, These 2 Little Enclaves May Be the Spark, Shelling Raises Fears Ukraine Conflict Is Heating Up, The New York Times*;

3. Метонімія: **UK** (= *the prime minister and the government*) **vows to step up support**, **US** (= *the president and the government*) **warns war is a very real threat**, *Ukraine* (= *state institutions and banks*) **hit by cyber-attacks**, *BBC news. Is Ukraine (tensions around war) Cooling?* *NYT*.

4. Суб'єктивно-модальні синтаксеми: *e. g. Biden: I'm convinced Putin's decided to invade Ukraine, BBC news; Polish PM: We have to wake up from this geo-political nap BBC news; We Need to Oppose Russia: Ukrainians Find Common Purpose, The New York Times; We do not see any signs of de-escalation on the ground – Nato, BBC news, We don't see any withdrawal yet, Zelenskyi, BBC news.*

5. Питальні висловлення, що активізують увагу читача на проблемі та залишають його у роздумах або пошуку її вирішення, наприклад: *e. g. Is Russia going to invade Ukraine and what does Putin want? BBC news; Is it still possible to avoid a major war in Europe? The Guardian; Is Ukraine ready to drop Nato ambitions? BBC news; What does Russian recognition of breakaway Ukraine regions mean? The Guardian.*

6. Риторичні запитання, які автор новинного заголовка використовує для посилення враження, впливу на почуття та дії читача та підвищення емоційного тону повідомлюваного, наприклад: *e. g. Is Ukraine Cooling? Why Ukraine is different?, Why Ukraine Matters: What to Know About the Crisis With Russia, How Ukrainians View This Perilous Moment, The New York Times.*

7. перформативні висловлення репрезентують особистісний погляд автора новинного заголовка до повідомлення: *e. g. The Ukraine conflict is moving fast. Here's what to watch for, CNN; UK must do more to support Ukraine, BBC news.*

Виявлені у новинних заголовках лінгвостилістичні засоби й прийоми сприяють реалізації експресивності та мовленнєвого впливу на читача, таким чином, формують громадську думку суспільства та стимулюють до бажаних реакцій та дій зі сторони відповідних спільнот (економічних, політичних, суспільних тощо).

3. Тональність англійськомовних новинних заголовків про Україну

Із появою можливостей виразити свої думки, погляди, ідеї й емоції онлайн збільшується кількість інформації та комунікативних фрагментів для аналізу, що несуть суб'єктивний характер. Увага водночас зарубіжних і вітчизняних учених до дослідження суб'єктивного у мовленні невинно зростає [11; 12]. Позитивні чи негативні емоції автора повідомлення, його ставлення та оцінка ситуацій, дій та іншого керують відбором мовних знаків у різних ситуаціях комунікації і створюють певну тональність, впливаючи на якість мовлення особистості та формування соціального, професійного тощо досвіду його співрозмовника [14]. Ефективними методами для здійснення досліджень суб'єктивного є сентимент аналіз або аналіз тональності тексту, що є одним із завдань обробки природної мови (*Natural language processing*). Сентимент аналіз має на меті «виявлення та вилучення суб'єктивного ставлення автора тексту до певної теми, подій тощо, та класифікувати цю суб'єктивну інформацію на позитивні, негативні чи нейтральні категорії» [13, с. 30]. За допомогою сентимент аналізу стає можливим дослідження середовища інформаційної взаємодії, а саме коментарі у соці-

альних мережах, онлайн публікації, відео-блоги, дискусії, тощо зібрані автоматично через інтернет [13]. У роботах таких науковців як: Б. Лю, М. Табоада, К. Ялова та ін. описуються підходи до сентимент аналізу, наводяться результати розпізнавання тональності повідомлення, а також описуються розроблені програмні застосунки, які використовуються для опису результатів рейтингів товарів та послуг, формуванні точки зору та психологічних впливів, ефективності реклами, аналізу уподобань людей чи поширення пропаганди тощо.

У сучасному мовознавстві метод сентимент аналіз застосовують для виявлення тональності інформації на рівні слова, фрази, висловлення або цілого тексту. Тональність трактується ученими як, «усвідомлена (інтенціонально-вольова) або неусвідомлена (позаінтенціональна) емоційно-аксіологічна та змістовоінформативна організація мовного матеріалу (у його динамічному вияві), за допомогою якої адресант формує повідомлення, мовленнєвий акт певної ілюкції, що впливає на адресата, а іноді й на ситуацію спілкування» [11]. Тональність визначає ідейно-емоційний потенціал повідомлення, передає позицію автора та її емоційно-експресивний компонент.

Тональність складає авторську емоцію, мотивуючи до відбору мовних засобів для її експлікації. Заголовок новини містить авторську інтенцію й його емоції, що є вмотивовані та скеровані на здійснення впливу на читача. Розглянемо новинні заголовки та проаналізуємо їх тональність за допомогою програмного забезпечення *SentimentStrengthAnalysis (API)*, що дає змогу з'ясувати позитивну, нейтральну чи негативну тональність висловлення. Аналіз тональності містить суб'єкт тональності (хто висловив оцінку), об'єкт тональності (про кого або про що висловлена оцінка) і власне тональну оцінку (як оцінили). У нашому дослідженні суб'єктом тональності виступає автор новинного заголовка (це журналіст інтернет видання онлайн), об'єктом тональності – війна в Україні до 24.02.2022 (*war escalation in Ukraine before 24/02/2022*) та власне її оцінка у повідомленні.

Наведемо приклади аналізу тональності інформаційних заголовків, що мають найвищі показники: позитивної, негативної чи нейтральної тональності. Наприклад, наступний заголовок новини *After 30 Years of Peace, Ukraine Crisis Shakes Europeans* демонструє високий ступінь нейтральної тональності, що зафіксовано та візуалізовано за допомогою *SentiStrength 2.3* та *SMMT*: результат 0 (1 is positive, 0 is neutral, -1 is negative). На рисунку продемонстровано нейтральність лексем у контексті новинного заголовка (усі вони зафарбовані білим), що у сумі дали результат нейтральної оцінки/ставлення автора до об'єкта тональності – повномасштабного вторгнення росії в Україну.

Програмне забезпечення інтерпретує наступний новинний заголовок *Russia warns of military confrontation nightmare* з високим ступенем негативної тональності. Результат: -3 (1 positive, 0 neutral, -4 negative). Такий результат прикладу новинного заголовку вплинули лексеми *nightmare, confrontation*. Такі лексеми (відповідно до *NRC Emotion Lexicon*) несуть негативне значення (*negative sentiment association*) та асоціюються зі страхом та злістю (*word emotion association*). На рисунку візуалізації ці лексеми зафарбовані у червоний колір – *nightmare, confrontation, warn*), що у сумі виражають негативну оцінку/ставлення автора до повномасштабного вторгнення військ РФ в Україну.

У ході аналізу новинних заголовків в обраний період суцільної вибірки було дуже важко віднайти висловлення з позитивним ставленням/оцінкою автора повідомлення до об'єкта тональності, проте sentiment аналіз наступного прикладу *UK must do more to support Ukraine* демонструє позитивну тональність новинного заголовка: +1 (1 is positive, 0 is neutral, -1 is negative) до об'єкта тональності, але з наступним уточненням. У сумі зібрані лексеми виражають підтримку України, а не війни, що має розгорнутися на її території, що підтверджується візуалізацією результатів на наступному рисунку (лексеми, що передають позитивну оцінку зафарбовано у зелений колір – *support, must* є позитивним sentimentом із асоційованими зв'язками – довіра, радість, відповідно до *NRC Emotion Lexicon*).

Для виявлення асоційованої зі змістом повідомлення емоційної складової новинних заголовків, застосовано програмне забезпечення *bytesview*, яке демонструє наступні результати: більшість новинних заголовків, взяті для дослідження у зазначений період, а саме 81 % – несуть емоції страху у поєднанні зі злістю (18 %) (див. рис. 4). Таким чином, можна відзначити, що автора новинного заголовка, виражаючи свою оцінку чи

ставлення до початку повномасштабної війни в Україні, супроводжують відповідні емоції. Такі емоції усвідомлено чи неусвідомлено впливають на емоційно-оцінну сферу адресанта/читача, здійснюючи відповідний мовленевий вплив.

Серед 214 опрацьованих нами англійськомовних новинних заголовків, то з'ясовано, що лише 2 % несуть позитивну тональність, 73 % – негативну, а 25 % – нейтральну. Відповідні результати демонструють, що автори новинних заголовків дають адекватну оцінку загрози на несправедливий хід подій для народу України та світу, заклик до реагування та вагому підтримку українському суспільству, негативно ставляться до агресивних зазіхань РФ, засуджуючи будь-яку ескалацію з її сторони.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Результати дослідження комунікативних інтенцій автора новинних заголовків про Україну у рубриці *Ukraine Escalation* у період з 02.01.2022 р. по 23.02.2022 р. на міжнародних інтернет платформах демонструють, що інформативний тип інтенцій представлений такими намірами, як: опис, міркування, припущення, розповідності; спонукальний тип – заклик, застереження, вимога та намірами емотивно-аксіологічного типів.

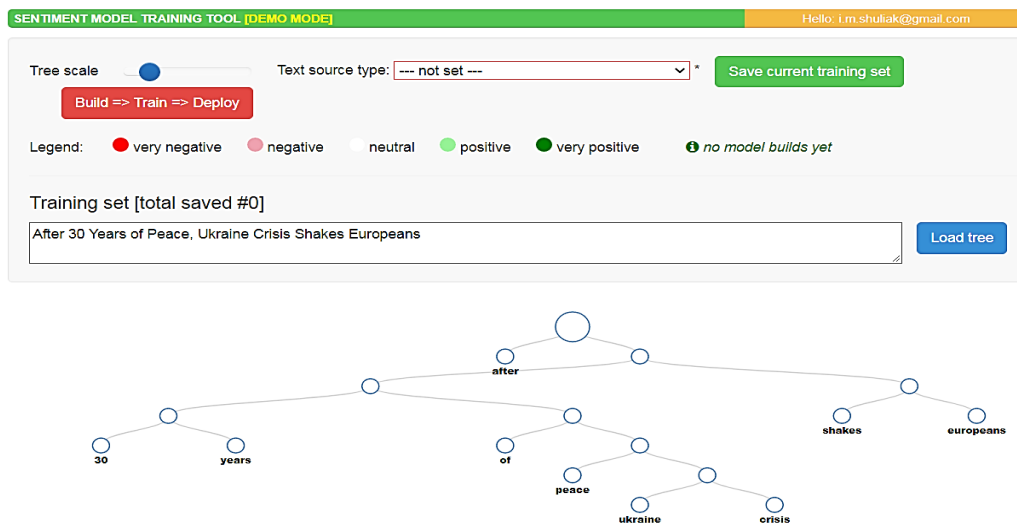


Рис. 1. Новинний заголовок з показником нейтральної тональності

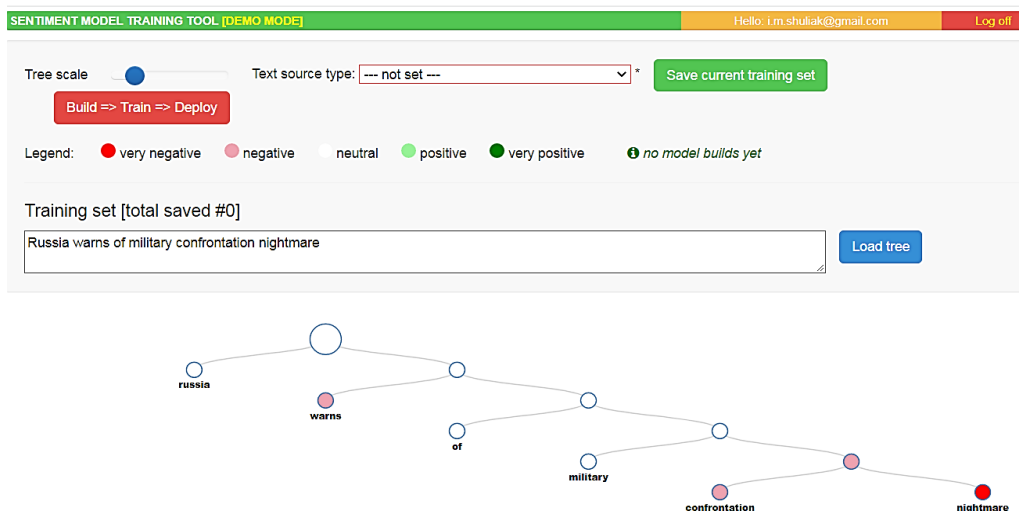


Рис. 2. Новинний заголовок з показником негативної тональності

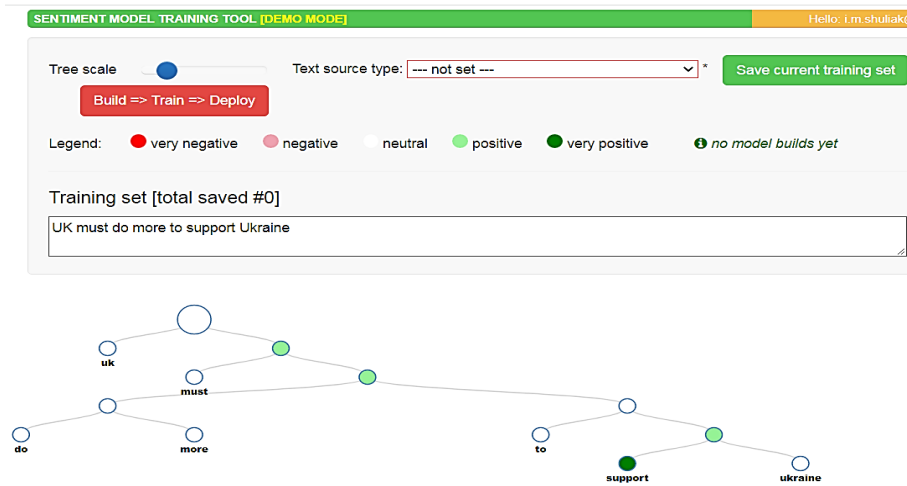


Рис. 3. Новинний заголовок з показником позитивної тональності

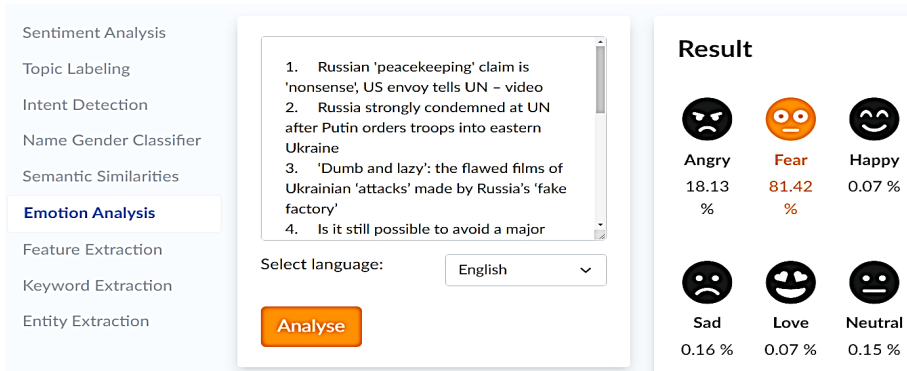


Рис. 4. Емотивна палітра новинних заголовків про війну в Україні

Виявлено, що усі типи інтенцій здійснюють мовленнєвий вплив на читача за допомогою лінгвостилістичних засобів і прийомів, які автор активно використовує для реалізації своїх намірів. Серед ефективно використаних стилістичних засобів і прийомів, слід виокремити лексеми з емотивно-оцінною семантикою, гіперболу, метонімію, суб'єктивно-модальні синтаксеми, питальні та риторичні запитання. Функціонуючи у певному комунікативному фрагменті зафіксовані мовностилістичні засоби взаємодіють та виконують єдину прагматичну функцію – реалізувати мовленнєвий вплив на читача: спонукальний та емотивно-аксіологічний.

Поряд із лінгвокомунікативним та лінгвостилістичним аналізами інтенційної складової заголовка новини, який дозволяє з'ясувати характер мовних засобів для їх реалізації, аналіз його лексичних sentimentів за допомогою лінгвістичного та програмного забезпечення сприяє вилученню емоційного смислу зі заголовка та визначенню типу емоційного настрою його автора. У ході здійснення sentiment аналізу з'ясовано, що 73 % англійськомовних новинних заголовків на інтернет платформах демонструють негативне ставлення автора повідомлення до ескалації росії та її повномасштабного вторгнення у суверенну й незалежну державу, а 25 % новинних заголовків – разом із семантико нейтральними лексичними одиницями демонструють неупереджений та об'єктивний характер до об'єкта тональності. Інтерпретація отриманих результатів показує, що автор новинного заголовка виражає суб'єктивну думку негативного характеру щодо війни в Україні та за допо-

могою поєднання мовностилістичних засобів має на меті сформувати думку суспільства, активно й безпечно реагувати на події, які стосуються усього світу, вкладаючи власний негативний лексичний sentiment у повідомлюване.

Перспективою подальшого дослідження вбачаємо компаративний аналіз новинних заголовків до і після повномасштабного вторгнення із поєднанням мультимодального вектора лінгвістичних досліджень.

Література:

1. Bell A. The language of news media. Oxford, UK : Blackwell, 1991. 277 p.
2. Dor D. On newspaper headlines as relevance optimizers. *Journal of Pragmatics*. 2003 (35). P. 695–721.
3. Ifantidou E. Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts. *Journal of Pragmatics*. 2009 (41). P. 699–720.
4. Kuiken J., Schuth A., Spitters M., Marx M. Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*. 2017. 5 (26). P. 1300–1314.
5. Дацишин Х. Сучасний заголовок новин в українських інтернет-ЗМІ: між клікбейтом та інформативністю. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2021. № 2 (2). С. 76–82.
6. Шевченко Л., Сизонов Д. Теорія медіалінгвістики : підручник, за ред. Л. І. Шевченко. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. 214 с.
7. Lindemann B. Cheap thrills we live by: Some notes on the poetics of tabloid headlines. *Journal of Literary Semantics*. 1990. 19. P. 46–59.

8. Nir R. A discourse analysis of news headlines. *Hebrew Linguistics*. 1993. 37. P. 23–31.
9. Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge University Press, 2012. 284 p.
10. Luginbühl M. Media Linguistics: On Mediality and Culturality. *10Plus1. Living Linguistics*. 2015. 1. P. 9–26.
11. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 344 с.
12. Liu B. *Sentiment Analysis: Mining Opinions, Sentiments, and Emotions*. Cambridge University Press, 2015. 367 p.
13. Ялова К., Яшина К., Говорущенко Т., Тарасюк О. Сентимент аналіз засобами нейронної мережі. *Математичне моделювання*. 2021. № 1 (44). С. 30–37.
14. Вербицька А. Е. Концепт DISTRESS / ДИСТРЕС в англomовному медіа-дискурсі: когнітивно-комунікативний аспект : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Харків. нац. у-тет ім. В. Каразіна. Харків, 2018. 277 с.
15. Taboada M. Sentiment Analysis: An Overview from Linguistics. *Annual Review of Linguistics*. 2016. 2 (1). URL: https://www.researchgate.net/publication/283954600_Sentiment_Analysis (Last accessed: 10.02.2022).

Shuliak I., Kondratieva T. Intention capability and tonality of English news headlines about Ukraine in the context of medialinguistics

Summary. The article presents the study of the author's communicative intentions and linguistic stylistic means of its actualization in English news headlines about Ukraine, together with the analysis of the news headlines tonality using sentiment analysis. This paper proposes an inquiry into the specifics of news headlines within the framework of media linguistics – an innovative linguistic direction, which is aimed at the study of language categories and their functional potential in media discourse.

The purpose of the article is the linguostylistic, intent and sentiment analysis of English news headlines about Ukraine in the heading *Ukraine escalation* on Internet platforms in the context of applied linguistics and pragmatics. The

following tasks should be solved to realize this goal: 1) justify the definition of the news headline in the context of media linguistics; 2) to reveal the types of author's communicative intentions, realized in the news headline of English-language articles and linguistic stylistic means of their actualization; 3) to find out the tonality of lexical sentiments of the news headlines using the Text Analytics API software.

The scientific novelty and research methodology consist of the combination of linguostylistic and applied methods, which expand the scope of the analysis of the news headline in connection with the interaction of the speaker's verbal and non-verbal behavior and the influence of digital technologies in the context of a multimodal paradigm of scientific knowledge. Sentiment analysis allows to identify and extract the author's subjective attitude in the news headline to the events in Ukraine and the topic of the war and to classify this subjective information into positive, negative or neutral categories. Linguistic methods contribute to revealing the types of the author's communicative intentions in the message in order to demonstrate the types of speech impact of the news headlines on the addressee.

Conclusions. The following authors' communicative intentions realized in English news headlines about Ukraine have been revealed, such as informative intentions (description, reasoning, assumptions, and narratives); intentions of willingness (call, warning, demand) and intentions of emotional and axiological types. Thus, all types of intentions exert a persuasive, informative, and emotionally evaluative speech influence on the reader with the help of linguistic stylistic means and techniques that the author actively uses to realize his/her intentions. Due to the sentiment analysis, it has been found out that the majority of the English news headlines on Internet platforms demonstrate the author's negative attitude towards Russia's escalation and its full-scale invasion into the sovereign and independent state.

Key words: News headline, medialinguistics, communicative intention, tonality, sentiment analysis.