

ИВАШИНА А.О., ЛАПШИНА Н.А, МИХАЙЛОВА Ю.М., ГРИБ А.С.,
ДМИТРЕНКО С.В., ЧУХЛЕБОВА А.А., ЮЩЕНКО А.Г., к.ф.-м.н., с.н.с.,
 проф.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ТВ УКРАИНЫ НА ИМИДЖ НАТО ЗА ПЕРИОД 20010-2011 гг.

В информационном обществе СМИ оказывают большое влияние на ментальность социума, что сказывается, в конечном счете, на его социально-политической стабильности и экономической этике, поэтому построение соответствующих логико-математических моделей является актуальной задачей [1]. Влияние СМИ Украины на имидж НАТО является одной из наиболее дискутируемых социально-значимых проблем [2]. Выявление объективных закономерностей информационного влияния телевидения на политическое сознание социума по вопросу «Украина-НАТО» является целью данного исследования. За основу были взяты данные, полученные из просмотра видеоматериала (различных аналитических и «новостных» программ на каналах телевидения Украины) за период 2010-2011 годов. Учитывались такие критерии, как тип материала, отношение участников программы к НАТО, предположение того, «что несет НАТО Украине», а также «харизму» персоны, чье мнение рассматривается.

Таблица 1

Результаты контент-анализа

«Тип материала»	Аналитика				Информация				Мнение неспециалиста				Призыв											
Оценки	%		Кол-во		%		Кол-во		%		Кол-во		%		Кол-во									
Количество сообщений	63,1		65		33		34		3,9		4		0		0									
«Направленность»	Положительное				Нейтральное				Отрицательное															
Оценки	%		Кол-во		%		Кол-во		%		Кол-во		%		Кол-во									
Количество сообщений	30,1		31		49,5		51		20,4		21													
«Якорь-конструкты»	Защита		Агрессия		Зависимость		Автономия		Финансовая обеспеченность		Бедность		Раскол											
Оценки	%		Кол-во		%		Кол-во		%		Кол-во		%		Кол-во									
Количество сообщений	56,5		48		34,1		29		9,4		8		0		0		0		0					
«Персоналии»	Президент		Парламент		Исполнительная власть		Общественные объединения		Политические партии		Внешнее давление													
Оценки	%		Кол-во		%		Кол-во		%		Кол-во		%		Кол-во									
Количество сообщений	30,3		10		9,1		3		0		0		0		0		60,6		20		0		0	

Из полученных данных можно сделать вывод, что наиболее распространены сообщения аналитического типа нейтральной направленности: «НАТО несет Украине защиту», – наибольшее количество мнений по этому поводу от политических партий. Для интеллектуального

анализа данных были построены модели Data Mining с использованием возможностей платформы Microsoft SQL Server 2008 [3]. К имеющимся данным были применены следующие алгоритмы анализа: кластеризации – представляющий собой алгоритм сегментации; взаимосвязей и нейронной сети, создающий классификационные и регрессивные модели интеллектуального анализа данных путем построения многоуровневой перцептронной сети нейронов [4].

Применив алгоритм взаимосвязей к данным, были выявлены наиболее вероятные правила, например, если тип сообщения — «аналитика» и «НАТО несет агрессию», то с вероятностью 86% направленность сообщения отрицательная; если телеканал — «Интер» и тип сообщения — «аналитика», то с вероятностью 73% направленность сообщения отрицательная. Обнаружено, что на «положительное мнение» влияют следующие данные (здесь, как и далее, в порядке убывания значимости): «НАТО несёт защиту», визуальные эффекты отсутствуют, длительность сообщения около 4 минут, тип сообщения «аналитика», источник сообщения - исполнительная власть, отправитель – «Первый канал». На «нейтральное мнение» влияют следующие данные: «НАТО несёт зависимость», о НАТО упоминалось на канале «Украина», длительность сообщения до 9 минут, тип сообщения – информация, отправитель сообщения – исполнительная власть. На «отрицательное мнение» влияют следующие данные: «НАТО несёт агрессию», о НАТО упоминалось на канале «ОРТ», визуальные эффекты присутствуют, длительность сообщения от 7 до 9 минут, источник – политические партии. Моделирование методом кластерного анализа показало, что на «положительное мнение» влияют следующие данные: «НАТО несёт защиту», визуальные эффекты отсутствуют, тип сообщения аналитика, «персоналии» – исполнительная власть, о НАТО упоминалось на «Первом канале». На «нейтральное мнение» влияют следующие данные: «НАТО несёт зависимость», о НАТО упоминалось на канале Украина, тип сообщения информация, «персоналии» – исполнительная власть. На «отрицательное мнение» влияют следующие данные: «НАТО несёт агрессию», о НАТО упоминалось на канале ОРТ, визуальные эффекты присутствуют, тип сообщения – «мнение неспециалиста или аналитика», о НАТО упоминал президент или политические партии. Анализ методом нейронных сетей показал, что на «положительное мнение» влияют следующие факторы: «НАТО несёт защиту», о НАТО упоминалось на канале «Первый» или «Тонис», «персоналии» – политические партии, тип сообщения – «аналитика» или «информация». На «нейтральное мнение» влияют следующие данные: «НАТО несёт зависимость», о НАТО упоминалось на канале «5 канал» или «Украина», «тип сообщения» – «информация» или «мнение неспециалиста», «персоналии» – исполнительная власть или президент. На «отрицательное мнение» влияют следующие данные: «НАТО несёт агрессию», о НАТО упоминалось на канале ОРТ или «Интер», тип сообщения – «мнение неспециалиста», «персоналии» – исполнительная власть или политические партии. Сравнив результаты

данных методов можно сделать вывод, что различные методы в основном подтверждают результаты друг друга. Все методы выделяют следующие два фактора как основные, которые формируют мнение о НАТО: «Что несёт собой НАТО» и «Тип сообщения». Соответственно положительное мнение формируется о НАТО в том случае, если в сообщении делается акцент на том, что НАТО несёт для Украины «защиту» и тип сообщения – «аналитика»; «нейтральное мнение» формируется о НАТО в том случае, если в сообщении делается акцент на том, что НАТО несёт зависимость, а типом сообщения является «информация»; «отрицательное мнение» формируется о НАТО в том случае, если в сообщении делается акцент на том, что НАТО несёт «агрессию» и тип сообщения – «мнение неспециалиста». Из полученных данных видно, что наибольшее количество высказываний в отношении НАТО являются нейтральными, также можно заметить, что количество положительных отзывов немного преобладает над отрицательными.

В программе STATISTICA выполнен анализ множественной регрессии отдельно для переменных Positive (положительное отношение к НАТО), Netural (нейтральное отношение к НАТО) и Negative (отрицательное отношение к НАТО). Множественный коэффициент корреляции построенной модели (Multiple R) для всех перечисленных переменных $R = 0,41$ достаточно высок, что говорит о наличии связи между исследуемыми факторами. Коэффициент детерминации (R Square) $R^2 = 0,17$, указывает на то, что 17% вариации зависимых переменных Positive, Netural и Negative объясняется вариацией независимых переменных Positive TV, Netural TV и Negative TV а 83% приходится на долю других неучтенных факторов, таких как социально-политическая и экономическая ситуации, а так же международная активность альянса, в частности военная поддержка революционных сил в Ливии.

Понятно, что преобладание в современных СМИ сообщений нейтральной направленности отвечает возврату правящей элиты к политике т.н. «многовекторности». Стоит отметить, что по отношению к предыдущим периодам анализа произошло определенное увеличение числа «аналитики» в общем объеме сообщений [5-6], что указывает на попытку менеджеров СМИ дать большинству украинского населения больше объективной информации относительно Альянса и подтверждает актуальность продолжения широкомасштабной информационной кампании информирования социума обо всех последствиях вступления или невступления в Альянс.

Список литературы: 1. Statement by NATO Secretary General, Lord Robertson: Winner of the Manfred Wörner Fellowship for the year 2000 is Dr. Alexander G. YUSHCHENKO, of the Kharkov State Polytechnic University, Ukraine. (http://www.nato.int/cps/en/SID-30712EFE-CFD15ECC/natolive/opinions_18382.htm). 2 Yushchenko A., Postupniy A., Nikitina L., Chernetska T., Zavalodko A., Dovgopol M. Intellectual modelling of information management of political mentality. Dynamics of social Ukrainian stratum towards the NATO, NATO-MW –2001. (<http://www.nato.int/acad/fellow/00-02/yushchenko.pdf>). 3. msdn.microsoft.com – Интернет-портал для разработчиков программного обеспечения в России и СНГ. 4. Бергер, А. Б. Microsoft SQL Server 2005 Analysis Services. OLAP и многомерный анализ данных / Бергер А.Б., Горбач И. В., Меломед Э. Л., Щербинин В. А., Степаненко В. П. / Под общ. Ред. А. Б. Бергера, И.В 5. Михайлов О.О., Левченко К.А., Киктьова I.В., Головка Г.М., Калюжний В.С., Полупан Ю.В., Юценко А.Г.

Контент-аналіз іміджу НАТО в сучасних ЗМІ України та його використання в експертній системі моделювання інформаційного впливу, Тези доповідей 111 університетської науково-практичної конференції магістрів НТУ "ХПІ", том. 4, ст. 56, 2009. **6.** *Голіков Ю.Л., Євстіфєєва Є.С.* Формування бази системи моделювання інформаційного впливу ЗМІ України на імідж НАТО, Тези доповідей 2 університетської науково-практичної конференції магістрів НТУ "ХПІ", 2010 р.