

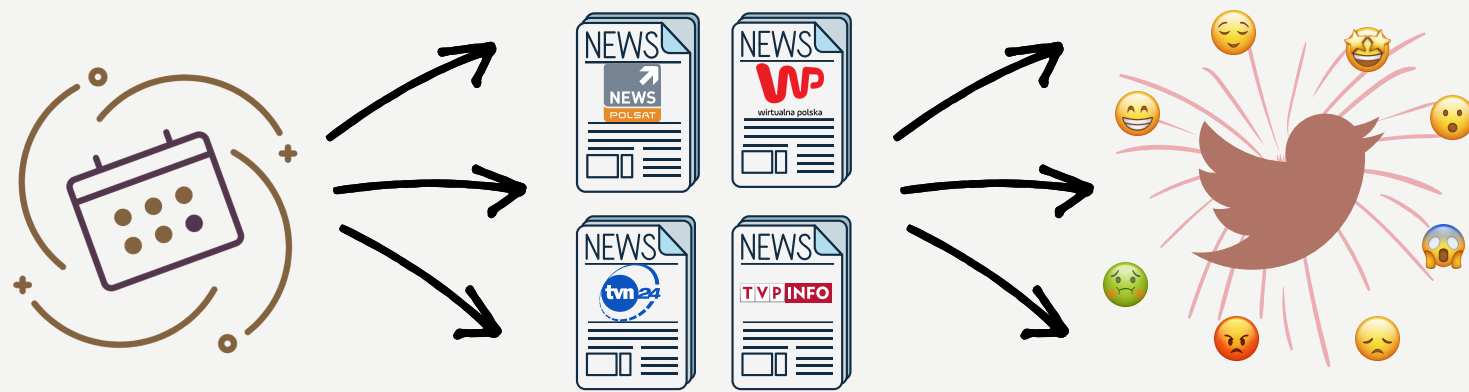


Politechnika
Wrocławska

JAKIE EMOCJE WZBUDZAJĄ POLSKIE SERWISY

INFORMACYJNE NA TWITTERZE?

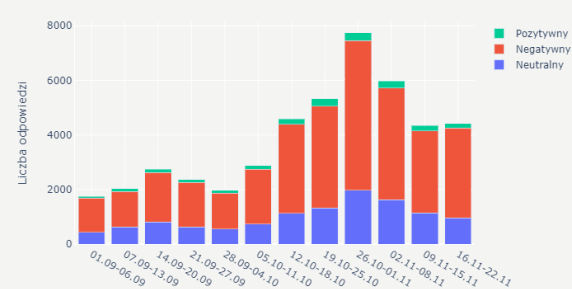
SKĄD POMYSŁ NA PROJEKT?



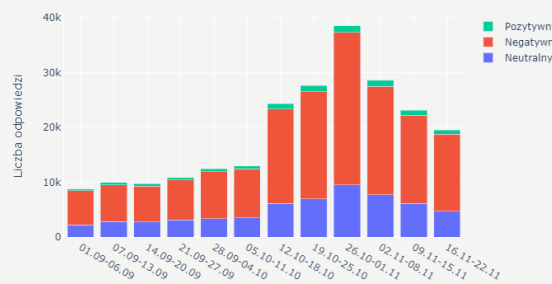
Zauważyliśmy, że media informacyjne regularnie udostępniają swoje artykuły w tweetach. Skłoniło nas to do przeanalizowania artykułów o tej samej tematyce pod względem tego, jakie emocje wywołują w użytkownikach Twittera.

ANALIZA WYNIKÓW

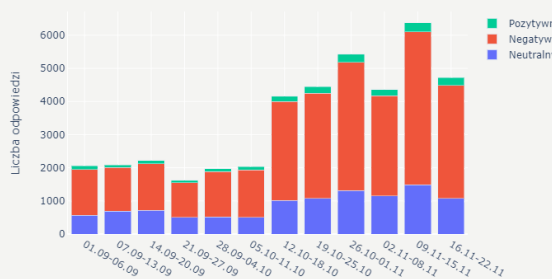
Liczba odpowiedzi z danym sentymentem - TVN24



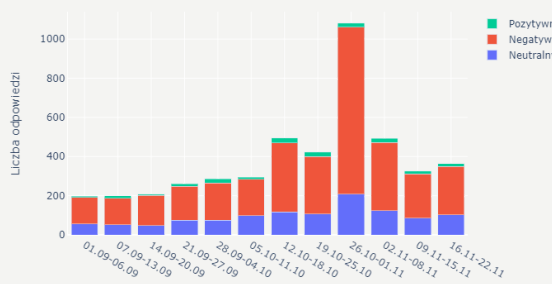
Liczba odpowiedzi z danym sentymentem - TVP Info



Liczba odpowiedzi z danym sentymentem - Polsat News



Liczba odpowiedzi z danym sentymentem - Wirtualna Polska



Wykresy po lewej pokazują liczbę odpowiedzi z danym sentymentem dla każdego źródła.

Możemy zauważyć, że w przypadku każdej ze stacji wyniki wydają się podobne - liczba komentarzy zmienia się w podobnych proporcjach, a ich sentyment w przytłaczającej większości jest **negatywny**.

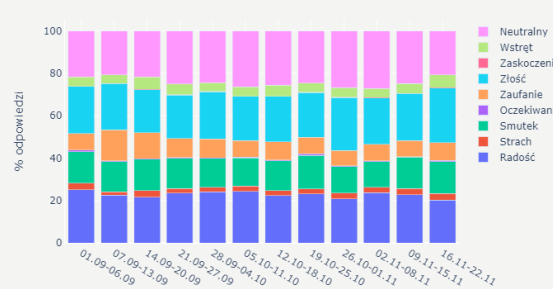
Można również zauważyć skok w liczbie odpowiedzi w tygodniu **26.10 - 01.11**. W tym okresie miał miejsce największe wydarzenie związane ze **strajkiem kobiet**.

Z kolei wykresy po prawej przedstawiają tygodniowe rozkłady emocji występujących we wszystkich odpowiedziach.

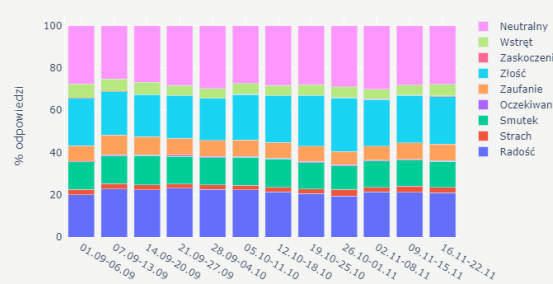
Jak widać rozkłady emocji między mediami wyglądają dość podobnie, a różnice między poszczególnymi emocjami nie są bardzo znaczące.

Ciekawym jest, że w tygodniu **26.10 - 01.11** we wszystkich mediach przeważała **złość**. Jedynie TVP Info zachowała przewagę odpowiedzi neutralnych.

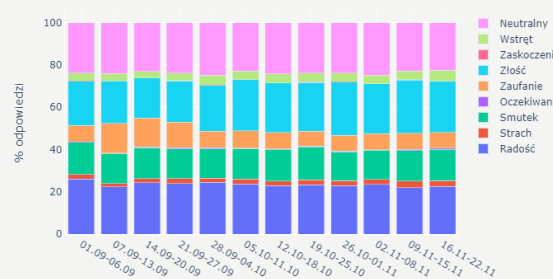
Rozkład odpowiedzi z nacechowaniem emocjonalnym - TVN24



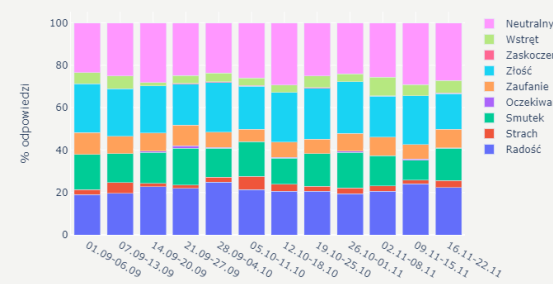
Rozkład odpowiedzi z nacechowaniem emocjonalnym - TVP Info



Rozkład odpowiedzi z nacechowaniem emocjonalnym - Polsat News



Rozkład odpowiedzi z nacechowaniem emocjonalnym - Wirtualna Polska

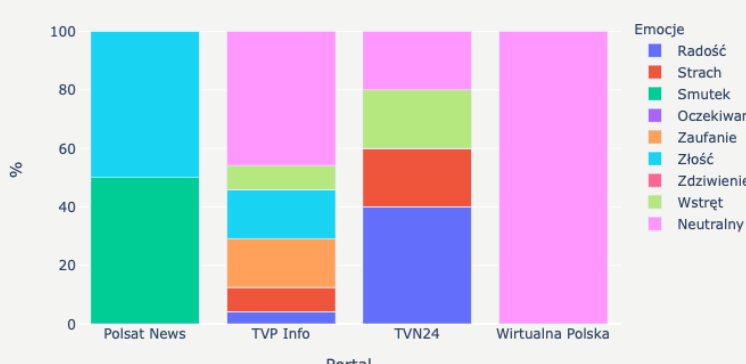


CO CIEKAWEGO ZNALEŻLIŚMY?

Wypowiedź Joe Bidena na temat stref wolnych od LGBT

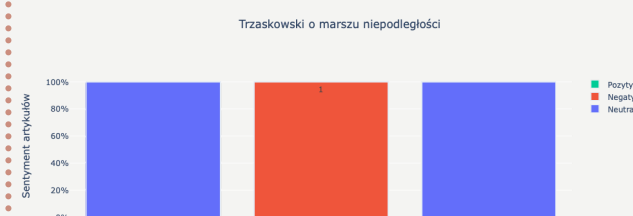


Biden o LGBT

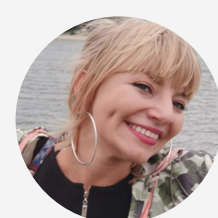


Wypowiedź Joe Bidena na temat stref wolnych od LGBT wywołała różnorodne emocje wśród odbiorców poszczególnych mediów - wśród odpowiedzi Wirtualnej Polski nie wywołało to poruszenia, w Polsat News spowodowało złość i smutek, ale największa różnica widoczna jest pomiędzy TVP Info a TVN24. Odbiorcy TVN24 najmocniej okazali radość, a w przypadku TVP Info nie było to odebrane tak pozytywnie - przeważająca liczba odpowiedzi była neutralna, a kolejnymi emocjami były złość i zaufanie.

Wypowiedź R.Trzaskowskiego na temat Marszu Niepodległości



Według naszych analiz sentyment artykułów w większości przypadków jest neutralny, jednak w tym przypadku można zauważyć pewną anomalię - artykuł TVP Info jest nacechowany wyjątkowo negatywnie.



MAGDA BORUCH
magda.boruch@pwr.edu.pl



JAKUB DZIWIŃSKI
jakub.dziwinski@pwr.edu.pl



KATARZYNA JABŁOŃSKA
katarzyna.jablonska@pwr.edu.pl

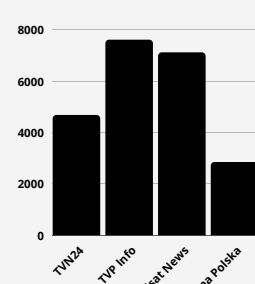


DOMINIKA KUNC
dominika.kunc@pwr.edu.pl

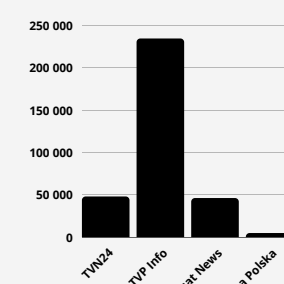
PRZEBIEG PRACY

JAKIE DANE ZEBRALIŚMY?

Liczba postów



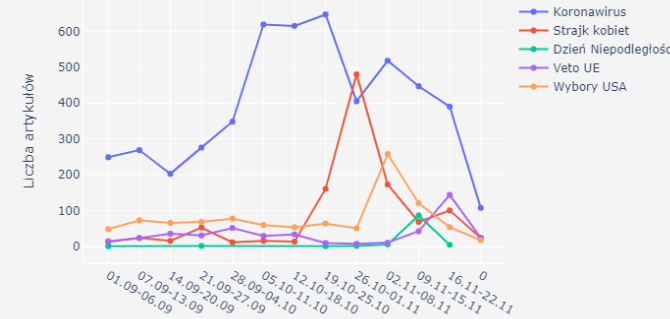
Liczba odpowiedzi



Zebrałiśmy dane z Twittera od 1 września do 22 listopada 2020 roku. Uzyskaliśmy w ten sposób **22 257** postów z artykułami oraz **333 574** odpowiedzi do postów na Twitterze.

NA JAKIE TEMATY PISZĄ MEDIA?

Podzieliłiśmy dane względem tagów na 5 kategorii związanych z ważnymi wydarzeniami w Polsce. Były to **koronawirus**, **strajk kobiet**, **weto UE**, **wybory w USA**, oraz **Dzień Niepodległości**. Pozostałe artykuły zostały przydzielone do kategorii **inne**.

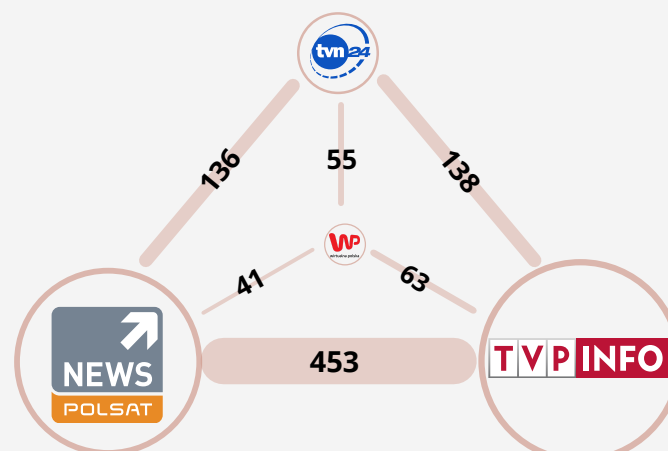


JAK POGRUPOWALIŚMY DANE?

Dzięki narzędziom zespołu Clarin udało się nam wyodrębnić **667** wydarzeń o których pisała więcej niż jedna stacja. Użyte narzędzia to ReSpa - służące do wydobywania słów kluczowych oraz Topic Modelling do wyznaczania tematów w tekście. Za prawidłowe grupy uznaliśmy część wspólną wyników zwróconych przez algorytmy.

KTÓRE STACJE NAJCZĘŚCIEJ PISAŁY O TYM SAMYM?

Najczęściej te same tematy poruszane były przez **TVP Info** oraz **Polsat News**. Artykuły pochodzące z tych źródeł pokrywały się aż w **80%** wyodrębnionych grup. TVN24 i Wirtualna Polska były dopasowywane znacznie rzadziej, co może być skutkiem mniejszej aktywności na Twitterze.



JAK OCENIALIŚMY WYDŹWIĘK ZAMIESZCZANYCH TREŚCI?

Do oceny sentymentu w artykułach oraz odpowiedziach wykorzystaliśmy model **sentimentpl** autorstwa studentów Danologii. Algorytm oceny emocji w odpowiedziach oparliśmy na **Słownosieci** z anotacjami emocjonalnymi.

CO ANALIZOWALIŚMY?

Badaliśmy rozkłady emocji oraz sentymentu w czasie. Analizowaliśmy również średnie i maksymalne wartości emocji i sentymentu dla poszczególnych kategorii i grup względem każdego z mediów informacyjnych.

JAKI BYŁ EFEKT KOŃCOWY?

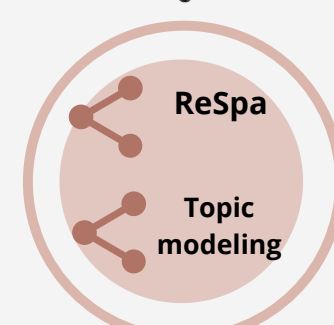
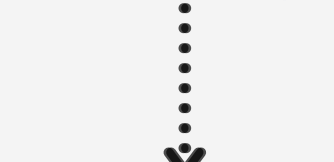
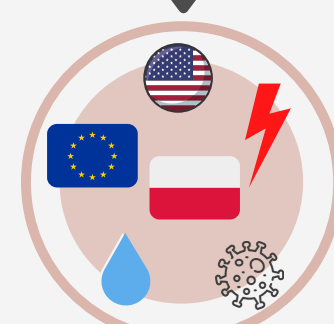
Efektom końcowym przeprowadzonych analiz jest **szczegółowy artykuł** opisujący cały proces pozyskiwania oraz analizy danych. Zawarliśmy w nim również najbardziej interesujące zjawiska wykryte w trakcie analiz.

Zainteresowany? Zeskanuj kod QR żeby zobaczyć wszystkie przeprowadzone analizy!



TWINT

Beautiful
Soup

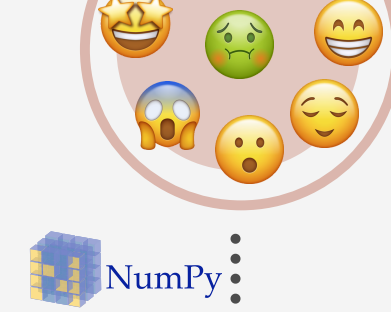
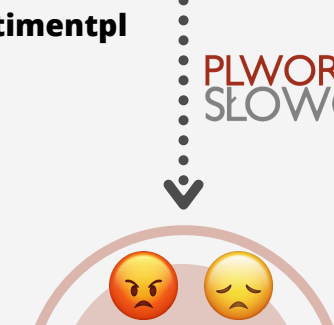


KRNNT

sentimentpl

PLWORDNET

SŁOWNOSIEĆ



plotly

