

MARLENA MODZELEWSKA, KAMILA WĘGLARSKA
Narodowe Centrum Kultury

EMOCJE W SIECI. ANALIZA INTERNETOWYCH DYSKUSJI ZWIĄZANYCH Z ROCZNICĄ ODZYSKANIA NIEPODLEGŁOŚCI

WSTĘP

W artykule podjęto próbę rekonstrukcji i analizy emocjonalnego obrazu Święta Niepodległości w mediach społecznościowych. W tym celu wykorzystano analizę sentymentu jako metodę przeznaczoną do zautomatyzowanej klasyfikacji tekstów. Analiza sentymentu stosowana jest zazwyczaj jako narzędzie do użytku komercyjnego, w obszarze biznesowym. Niniejsze badanie stanowi przykład adaptacji tej metody do potrzeb badań społecznych. W artykule skoncentrowano się na emocjonalnej recepcji setnej rocznicy odzyskania niepodległości w dyskusjach internetowych.

PODSTAWA TEORETYCZNA

W 2016 roku Narodowe Centrum Kultury zainicjowało unikatowy projekt badawczy, polegający m.in. na regularnym oglądzie praktyk, wiedzy i emocji Polaków wobec święta odzyskania niepodległości. Rezultaty dotychczas przeprowadzonych badań zostały przedstawione w monografii *O 11 listopada pewnego roku. Świętowanie stulecia odzyskania niepodległości w ujęciu socjologicznym*, która ukazała się w 2019 roku [Wiśniewski i inni 2019]. W publikacji zaprezentowano analizę dynamiki zmian postaw Polaków, wskazano na ważne wątki we współczesnej kulturze świętowania oraz odniesiono się do społecznej funkcji święta.

Niektóre aspekty, omówione szerzej w przywołanej monografii, są szczególnie istotne z perspektywy rozważań będących przedmiotem niniejszego artykułu. W publikacji podniesiony został m.in. wątek emocji, które towarzyszyły Polakom podczas obchodów jubileuszowych wydarzeń. Ponad połowa badanych (58%) zadeklarowała, że 11 listopada odczuwała szczególne emocje, głównie pozytywne, tj. 28% radość, 23% dumę i 15% wzruszenie [Wiśniewski i inni 2019, 122–123].

Badanie emocji stanowi ważny wątek w naukach społecznych. Warto przypomnieć, że już w latach 70. XX wieku badacze społeczni zainteresowali się problematyką emocji. Jonathan Turner i Jan Stets, podsumowując dorobek socjologii dotyczący emocji, wskazali na ich społeczno-kulturowe uwarunkowania:

Emocje są społecznie tworzone czy też konstruowane w tym sensie, że to co ludzie czują, jest uwarunkowane ich socjalizacją w kulturze i uczestnictwem w strukturach społecznych. Kulturowe ideologie, wierzenia i normy rzutujące na struktury społeczne definiują to, jakich emocji należy doświadczać i jak wyrażać te kulturowo zdefiniowane emocje. Emocje są więc społecznymi konstrukcjami [Turner, Stets 2009, 16].

Badacze społeczni wskazywali również na kluczowe znaczenie emocji dla procesów budowania więzi i wytwarzania zaangażowania. Szczególną uwagę poświęcił temu zagadnieniu Randall Collins. W swojej teorii wychodzi od sytuacji społecznej, która ma dla niego charakter prymarny w stosunku do jednostki ludzkiej, jest ponad nią i na nią wpływa. Sytuację społeczną ujmuje z kolei w kategoriach rytuału interakcyjnego (RI), a ciąg rytuałów interakcyjnych definiuje jako łańcuch. Jednostka przechodzi przez kolejne sytuacje, łącząc bagaż przeszłych RI z teraźniejszym i z przyszłymi. Collins zaproponował kilka definicji rytuału interakcyjnego, jedna z nich wskazuje, że jest to mechanizm wzajemnie skupionych emocji i uwagi, tworzących chwilowo podzielaną rzeczywistość, mechanizm wytwarzający solidarność oraz symbole przynależności grupowej. Rytuał to również chwilowe spotkanie ludzi „naładowanych” emocjami i świadomością z poprzednich spotkań. Aby rytuał interakcyjny mógł się zakończyć powodzeniem, muszą pojawić się tak zwane składniki rytualne: zgromadzenie grupowe, bariery dla osób spoza, wzajemne skupienie uwagi, które wpływa na wspólny nastrój i na odwrót. Następnie pod wpływem zbiorowego uniesienia powstają rezultaty rytualne: solidarność grupowa, symbole relacji symbolicznej, normy moralne i energia emocjonalna (EE), czyli długotrwałe emocje.

Collins analizował również specyficzną sytuację komunikacyjną, która zachodzi w Internecie. Zdaniem badacza rytuały interakcyjne w Sieci są możliwe, ale ze względu na brak „cielesnej” obecności i związanych z nią elementów RI (m.in. rytm, ton głosu, gesty, dotyk) są one słabsze niż w świecie rzeczywistym. Liczba wypowiedzi internautów na temat setnej rocznicy odzyskania niepodległości przez Polskę dowodzi, że wydarzenia związane z tym świętem stworzyły kontekst do intensywnych doświadczeń emocjonalnych, którymi internauci dzielili się z innymi uczestnikami w Sieci. Analiza wypowiedzi pod kątem emocji może stanowić punkt wyjścia do rozważań na temat potencjału środowisk wirtualnych do symulacji współobecności i tworzenia wspólnych doświadczeń emocjonalnych, a w konsekwencji – udanych rytuałów interakcyjnych.

W monografii *O 11 listopada pewnego roku...*, podjęto próbę odpowiedzi na pytanie, czy setna rocznica była wyjątkowa i czym różniła się od poprzednich. Znaczenie setnej rocznicy odzyskania niepodległości zostało zrekonstruowane na podstawie wielu przesłanek, a jedną z nich była wzmożona aktywność internautów. Z badań Narodowego Centrum Kultury wynika, że w 2018 roku zanotowano ponad 2,5 razy więcej wzmianek o rocznicy odzyskania niepodległości niż w roku poprzednim, a w dniu 11 listopada liczba wzmianek była zdecydowanie wyższa niż rok wcześniej [Wiśniewski i inni 2019, 113].

W 2019 roku Narodowe Centrum Kultury przeprowadziło pogłębione badanie emocji występujących w wypowiedziach internautów. Należy podkreślić, że w pracach językoznawczych wskazuje się na unikatowe cechy języka internetowego. Specyfika ta polega między innymi na tym, że przyjmuje on normy zaczerpnięte

z języka potocznego, które stają się wzorcowe w internetowym dyskursie, a „stylistyka tekstów internetowych wykazuje nawet uzależnienie do mowy potocznej” [Grzenia 2020]. Małgorzata Kita określiła język potoczny jako język bliskości [Kita 2001, 173], dlatego też język, którym posługują się użytkownicy Internetu, a w szczególności stylistyka jego pisanej realizacji, przybiera cechy, takie jak dialogowość, spontaniczność, kolokwialność, sytuacyjność, hipertekstowość, modyfikacje interpunkcji, włączenie pseudonimów, emotikonów oraz akronimów [Grzenia 2006, 89]. Występowanie różnorodnych środków stylistycznych w języku internetowym umożliwia tworzenie wypowiedzi, które nie byłyby możliwe do realizacji w komunikacji bezpośredniej, na przykład poprzez wartościowanie, obrażanie, neologizmy lub wyzwiska. Język w komunikacji internetowej staje się często wartościujący lub defaworyzujący, czego przykładem jest tak zwany hejting. Stanowi on formę dyskursu oceniającego lub wyrażającego sądy wartościujące, którym towarzyszą elementy emocji, jawna lub ukryta agresja słowna pod postacią trollingu (wysyłanie tej samej informacji w celu utrudniania komunikacji lub chęci zirygowania interlokutorów) lub flamingu – (ang. *flame wars*, tak zwana kłótnia internetowa o wyjątkowym nasileniu napastliwości, której celem jest udział w konflikcie *sensu stricto*) [Naruszewicz-Duchlińska 2015, 18]. W internetowym dyskursie stosuje się słownictwo nacechowane emocjonalnie (ekspresywizmy, kolokwializmy, wulgaryzmy) oraz emotikonizację, a cechą charakterystyczną języka internetowego jest emocjonalne nacechowanie.

ANALIZA INTERNETOWYCH DYSKUSJI

Badanie wirtualnego środowiska komunikacyjnego wymaga zastosowania metod adekwatnych do analiz dużych zbiorów danych. O możliwych metodach pisał Dariusz Jemielniak w publikacji *Socjologia internetu* [Jemielniak 2019], zwracając uwagę na to, że źródeł danych przybywa, m.in. z uwagi na rosnącą liczbę użytkowników Internetu. Spośród metod analizy *big data* można wyróżnić te, które prowadzą do odkrywania prawidłowości w zbiorach danych, na przykład poprzez klasyfikację wypowiedzi internautów. Przeprowadza się ją za pomocą metody przetwarzania języka naturalnego, jaką jest analiza sentymentu. Metoda ta ma na celu ocenę siły emocjonalnej na podstawie klasyfikacji korpusów wypowiedzi, pochodzących od użytkowników Internetu [Jemielniak 2019, 60]. Według Bo Pang i Lillian Lee podstawowe cele analizy sentymentu to: „identyfikacja i klasyfikacja fragmentów lub całych wypowiedzi ze względu na pojawiające się w nich słowa nacechowane emocjonalnie” [Tomanek 2014, 120].

Pierwszy etap badania odnosi się do identyfikacji i pozyskania materiału badawczego. W środowisku internetowym gromadzenie materiału językowego odbywa się za pomocą robotów internetowych i narzędzi *crawlingowych*, które pobierają próbki zawierające fragmenty lub całe wypowiedzi ze stron internetowych i mediów społecznościowych. Narzędzia takie funkcjonują (na rynku) jako aplikacje do monitoringu mediów i przetwarzania dużych zbiorów tekstów, które pozwalają na identyfikację komunikatów, artykułów blogowych lub reklam. Drugi etap polega na klasyfikacji danych tekstowych. Podział może być prowadzony za pomocą metod słownikowych oraz statystycznych. Pierwotnie metody klasyfikacji danych

tekstowych zostały wypracowane na podstawie przetwarzania języka naturalnego i analizy danych nieustrukturalizowanych, a w szczególności technik stosowanych wobec danych tekstowych, na przykład analizy z zastosowaniem słowników tematycznych oraz techniki opartej na idei klasyfikacji Bayesa [Tomanek 2014, 120].

W analizie sentymentu kluczowym pojęciem są emocje. Przywołani już Bo Pang i Lillian Lee sformułowali dwa podstawowe założenia będące fundamentem omawianej metody: „po pierwsze, niektóre wypowiedziane słowa wyrażają emocje. Po drugie, istnieją słowa, których wypowiedzenie wywołać może emocje” [Tomanek 2014, 120]. Analiza sentymentu to zatem proces badawczy, podczas którego za pomocą algorytmu analizowany jest fragment tekstu, tak aby wskazać na jego nacechowanie emocjonalne (sentyment). Dzięki temu możliwe jest rozróżnienie wypowiedzi internautów na takie, które są nacechowane pozytywnie, negatywnie lub neutralnie, co oznacza, że występujące we fragmentach tekstów internetowych słowa odnoszą się do poszczególnych „temperatur” emocji. Analiza sentymentu pozwala również na wskazanie rodzajów emocji, które powiązane są z nasileniem sentymentu w danej wypowiedzi.

W omawianym badaniu, zrealizowanym na zlecenie Narodowego Centrum Kultury przez zespół Sentimenti, analizie poddano wzmianki dotyczące święta niepodległości, które zostały opublikowane w Internecie między 1 a 18 listopada 2018 roku. Dane w postaci polskojęzycznych wypowiedzi pobrano za pomocą narzędzi crawlingowych. Przy wyszukiwaniu zastosowano następujące słowa kluczowe: *święto niepodległości*, *11. listopada* i *marsz niepodległości* (występujące w różnych przypadkach gramatycznych i wariantach zapisu, w tym bez polskich znaków). Podczas wyszukiwania słowa kluczowe zapisane były również w postaci hashtagów: *#PL100*, *#swietoniepodleglosci*, *#marszniepodleglosci*. Wypowiedzi internautów pochodziły z portali informacyjnych, forów i mediów społecznościowych (Facebooka i Twittera). W setną rocznicę odzyskania niepodległości zgromadzono 914130 wzmianek opublikowanych przez internautów, które były kontekstowo powiązane ze świętem niepodległości. Jako materiał porównawczy pobrano wzmianki opublikowane w analogicznym okresie w 2017 roku (517225 wzmianek).

Klasyfikacja tekstów, której rezultaty prezentujemy w niniejszym artykule, wykonana została za pomocą autorskiego narzędzia do analizy języka polskiego, opracowanego przez zespół Sentimenti¹. Dzięki jej zastosowaniu internetowe dyskusje zostały podzielone na trzy grupy:

- wypowiedzi negatywne – które zawierały w sobie negatywne informacje i emocje, czyli internetowe akty mowy krytykujące, obrażające, zniesławiające;
- wypowiedzi pozytywne – które zawierały w sobie pozytywne informacje i emocje, czyli internetowe akty mowy chwalebne, doceniające, wyróżniające;
- wypowiedzi neutralne – które nie zawierały w sobie ani negatywnych, ani pozytywnych informacji i emocji, czyli internetowe akty mowy, które pełniły funkcję włącznie informacyjną.

Ponadto zastosowane narzędzie umożliwiło oszacowanie liczby internetowych wzmianek, które zawierały w sobie poszczególne emocje podstawowe. Klasyfikację

¹ Projekt zespołu Sentimenti powstał w firmie W3A.PL sp. z o.o. przy współpracy Katedry Inteligencji Obliczeniowej WliZ Politechniki Wrocławskiej oraz Pracowni Obrazowania Mózgu, Centrum Neurobiologii, IBD PAN im. M. Nenckiego (materiały zespołu Sentimenti, <https://sentimenti.pl/> oraz raport [Zespół Sentimenti 2019]).

emocji podstawowych oparto na teorii R. Plutchnika, amerykańskiego psychologa, autora psychoewolucyjnej koncepcji emocji. Zakładał on istnienie ośmiu podstawowych i wrodzonych emocji, które połączone są w tak zwane diady, a od których pochodzą wszystkie pozostałe emocje. Pierwsza z diad to „zaskoczenie” vs „oczekiwanie”, druga – „wstręt” vs „lubienie”, trzecia zaś to „strach” vs „złość”. Para emocji czwarta i zarazem najpóźniejsza ewolucyjnie to „smutek” vs „radość” [Plutchnik 1980].

EMOCJE W SIECI – WYNIKI ANALIZY SENTYMENTU²

Na początek warto się przyjrzeć, jak rozkładała się w czasie intensywność dyskusji internetowych dotyczących święta odzyskania niepodległości. Najczęściej o tym historycznym wydarzeniu wypowiadano się (pisano) 11 listopada. Dzień rocznicowy okazał się punktem kulminacyjnym takich dyskusji zarówno w 2017, jak i w 2018 roku. W jubileuszowym roku 11 listopada ukazało się o 44% wzmianek więcej niż w roku poprzednim.

Kolejnym etapem analizy było oszacowanie sentymentu, czyli emocjonalnego wydźwięku internetowych dyskusji. W całym analizowanym okresie przeważały wypowiedzi o negatywnym wydźwięku. 11 listopada ukazało się 90000 wzmianek, które algorytm sklasyfikował jako nacechowane jednoznacznie negatywnie, oraz 50000 wzmianek uznanych za jednoznacznie pozytywne.

Znaczna liczba wzmianek z 2018 roku sklasyfikowanych jako jednoznacznie negatywne wygenerowana została 7 listopada. Tego dnia władze Warszawy rozwały zakaz organizacji Marszu Niepodległości. W internetowych dyskusjach przewijał się wątek związany z marszem organizowanym cyklicznie w Warszawie przez środowiska narodowe i konserwatywne³. Rozmowy o marszu wywoływały emocje u internetowych interlokutorów, a zautomatyzowane narzędzie zastosowane w badaniu prawdopodobnie przypisało im sentyment jednoznacznie negatywny – na podstawie występujących w nich aktów mowy z przewagą tych obrażających lub zniesławiających.

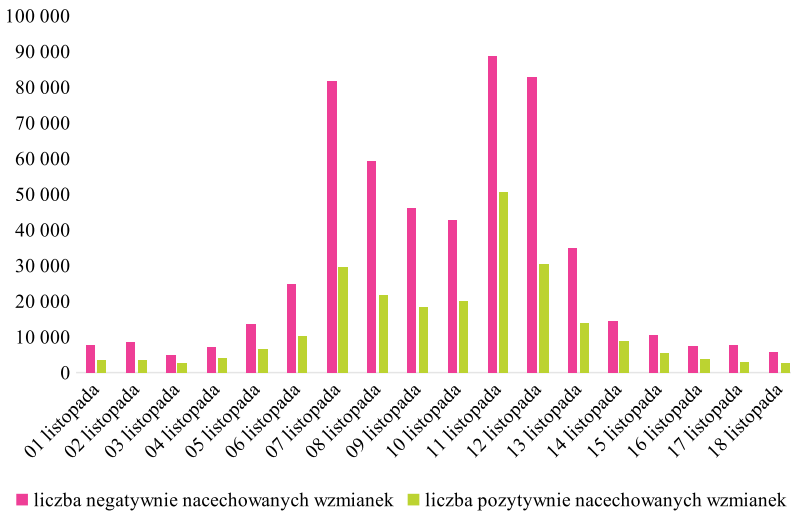
W okresie poprzedzającym dzień odzyskania niepodległości, od 1 do 10 listopada 2018 roku, wzmianki publikowane przez internautów miały w znacznej mierze sentyment negatywny. Ich negatywny wydźwięk w tym okresie nasilił się w porównaniu z rokiem poprzednim. Nie oznacza to konieczności krytyki obchodów, negatywny sentyment mógł być związany z intensywnymi dyskusjami politycznymi czy sporami pomiędzy osobami wyrażającymi różne opinie o święcie i powiązanych z nimi tematach.

Analogiczna sytuacja miała miejsce od 12 listopada – wypowiedziom internautów algorytm przypisał zwiększony sentyment negatywny. Ponadto dyskusje internautów, które ukazały się w 2018 roku tuż po święcie, charakteryzowało pobudzenie⁴, czyli

² Opis wyników badań powstał na podstawie opracowania [Zespół Sentimenti 2019]. Z tego źródła pochodzą także wszystkie wykresy w niniejszym artykule.

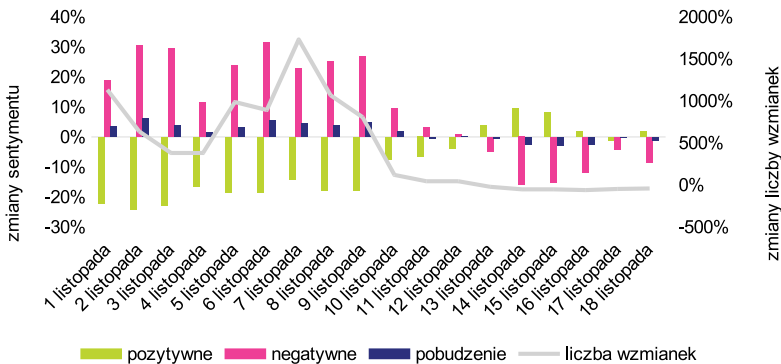
³ Wnioski dotyczące dyskursu politycznego wokół święta niepodległości jako kontekstu obchodów setnej rocznicy oraz o Marszu Niepodległości przedstawiono w monografii [Wiśniewski i inni 2019, 93–96].

⁴ Pobudzenie rozumiane jako ogólna emocjonalna temperatura tekstu związana z jej intensywnością, por. [Zespół Sentimenti 2019].



Wykres 1

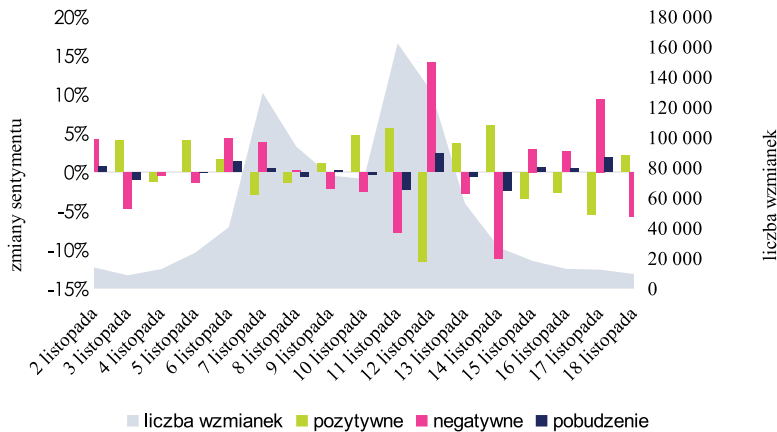
Liczba jednoznacznie negatywnie lub pozytywnie nacechowanych wzmianek w 2018 r.



Wykres 2

Sentyment wzmianek z 2018 r. w porównaniu z 2017 r.

Różnica pomiędzy rokiem 2017 i 2018 jest istotna statystycznie dla dwóch analizowanych miar: pobudzenie: $F=35,75$; $p<0,001$ i pozytywny sentyment: $F=659,38$; $p<0,001$. Wykres złożony (kombi) powstał w oparciu o dwa elementy – wykres typu słupkowego i warstwowego. Pionowa oś po lewej stronie wykresu odnosi się do procentowych zmian sentymentu (pozytywnego, negatywnego i pobudzenia). Na wykresie słupkowym ukazano, o ile procent dany dzień różnił się od wydzźwięku tych opublikowanych przed rokiem pod względem średniego wydzźwięku opublikowanych wówczas wzmianek. Pionowa oś po prawej stronie odnosi się do procentowych zmian liczby opublikowanych wzmianek tematycznie związanych ze świętem 11 listopada. Na wykresie warstwowym przedstawiono różnicę procentową liczby wzmianek opublikowanych danego dnia w 2018 roku a tym samym dniem sprzed roku. Oś pozioma ukazuje przedział czasowy (od 2 do 18 listopada).



Wykres 3

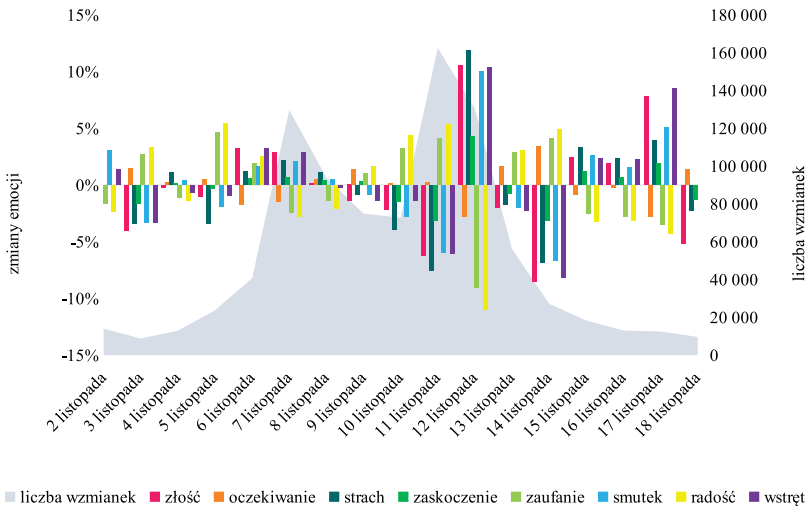
Zmiany sentymentu we wzmiankach w 2018 r. – porównanie do dnia poprzedniego

Wykres złożony (kombi) powstał w oparciu o dwa elementy – wykres typu słupkowego i warstwowego. Pionowa oś po lewej stronie wykresu odnosi się do procentowych zmian sentymentu (pozytywnego, negatywnego i pobudzenia). Na wykresie słupkowym ukazano, o ile procent dany dzień (na przykład 11 listopada) różnił się od poprzedniego (w tym wypadku 10 listopada) pod względem średniego wydzźwięku opublikowanych wówczas wzmiątek. Pionowa oś po prawej stronie odnosi się do liczby wzmiątek tematycznie związanych ze świętem 11 listopada. Na wykresie warstwowym przedstawiono, ile wzmiątek ukazało się danego dnia. Oś pozioma ukazuje przedział czasowy (od 2 do 18 listopada).

wzrost ogólnej temperatury dyskusji, która narasta wtedy, gdy wzmagają się negatywne sentyment wypowiedzi. W 2017 roku od 12 listopada następowało wyciszenie dyskusji kontekstowo powiązanych ze świętem odzyskania niepodległości. W 2018 roku natężenie dyskusji utrzymywało się nawet do 15 listopada.

W badaniu przeanalizowana została również zmiana sentymentu względem dnia poprzedniego. W takim ujęciu 11 listopada 2018 roku wzrosło pozytywne natężenie sentymentu w wypowiedziach internautów. Wzrost ten był związany prawdopodobnie z treścią dyskusji internetowych. W dniu rocznicowym autorzy wypowiedzi zwracali uwagę na organizacyjne i wspólnotowe aspekty obchodów święta niepodległości. Wśród słów najczęściej używanych w dyskusjach pojawiły się: *niepodległość, święto, okazja, obchody, bieg, piękny, rocznica, narodowy, odzyskanie niepodległości*. Internauci często posługiwali się hashtagiem: #świętoniepodległości oraz wskazywali na adres konta prezydenckiego na Twitterze @prezydent.pl. Inne aspekty związane ze świętem odzyskania niepodległości internauci akcentowali natomiast w dyskusjach, które pojawiły się w Internecie przed świętem i po święcie. Wśród słów najczęściej używanych w dyskusjach z tego okresu wymienić można następujące: *konstytucja, marsz, prowokacja, skandal*. Od 12 listopada dyskusje internautów dotyczyły przede wszystkim kwestii światopoglądowych lub poruszane były w nich wątki polityczne, co generowało negatywne emocje.

Wykorzystane w badaniu narzędzie SentiTool umożliwiło klasyfikację tekstów ze względu na występowanie w nich ośmiu podstawowych emocji oraz pomiar wzrostu natężenia danej emocji w stosunku do dnia poprzedniego. W setną rocznicę



Wykres 4
Zmiany emocji we wzmiankach o 11 listopada (2018 r.)

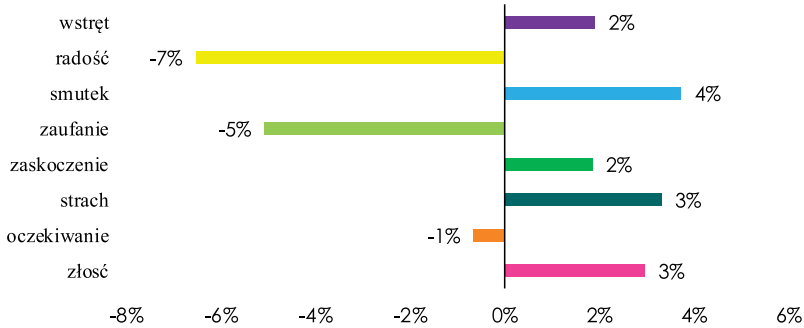
Wszystkie pokazane na wykresie zmiany są istotne statystycznie (ANOVA dla pobudzenia: $F=156,29$; $p<0,001$; pozytywnego sentymentu: $F=204,58$; $p<0,001$; negatywnego sentymentu: $F=316,05$; $p<0,001$). Wykres złożony (kombi) powstał na podstawie wykresu słupkowego i warstwowego. Pionowa oś po lewej stronie wykresu odnosi się do procentowych zmian ośmiu emocji (ukazanych w legendzie). Na wykresie słupkowym ukazano, o ile procent dany dzień (na przykład 11 listopada) różnił się od poprzedniego (w tym wypadku 10 listopada) pod względem występowania danej emocji we wzmiankach. Pionowa oś po prawej stronie odnosi się do liczby wzmiątek tematycznie związanych ze świętem 11 listopada. Na wykresie warstwowym przedstawiono, ile wzmiątek ukazało się danego dnia. Oś pozioma ukazuje przedział czasowy (od 2 do 18 listopada).

odzyskania niepodległości, 11 listopada, nastąpił wzrost liczby wzmiątek o wydźwięku pozytywnym (emocji radości i zaufania). Następnego dnia wystąpił wzrost emocji o wydźwięku negatywnym (złości, strachu i wstrętu).

Analizując poszczególne rodzaje emocji, które pojawiły się we wzmiankach 11 listopada 2018 roku, można zauważyć, że w porównaniu z 2017 roku nastąpił wzrost emocji zaskoczenia (o 2%). Jest to emocja ambiwalentna, może być pozytywna lub negatywna w zależności od kontekstu wypowiedzi. Jeżeli algorytm przypisuje treści emocje zaskoczenia, oznacza to, że wypowiedzi internautów odzwierciedlały emocjonalną reakcję na niespodziewane okoliczności, które w połączeniu z emocją radości powodują zachwyt, a w połączeniu emocją smutku powodują rozczarowanie. Zaskoczenie w wypowiedziach może ujawniać się poprzez wpisy, które w swojej treści zawierają zadowolenie, strach, a nawet panikę [Zespół Sentimenti 2019a]. W przypadku dyskusji dotyczących 11 listopada akty mowy chwalebne, doceniające, wyróżniające były podstawą do klasyfikacji ich przez algorytm jako emocji zaskoczenia.

Na koniec warto jeszcze podkreślić, że różne kanały komunikacji cechowały się odmienną liczbą i strukturą wyrażanych w nich emocji internautów, których wypowiedzi ujawniające te emocje ukazywały się w mediach społecznościowych w setną rocznicę odzyskania niepodległości. Zastosowany w badaniu algorytm wskazał na

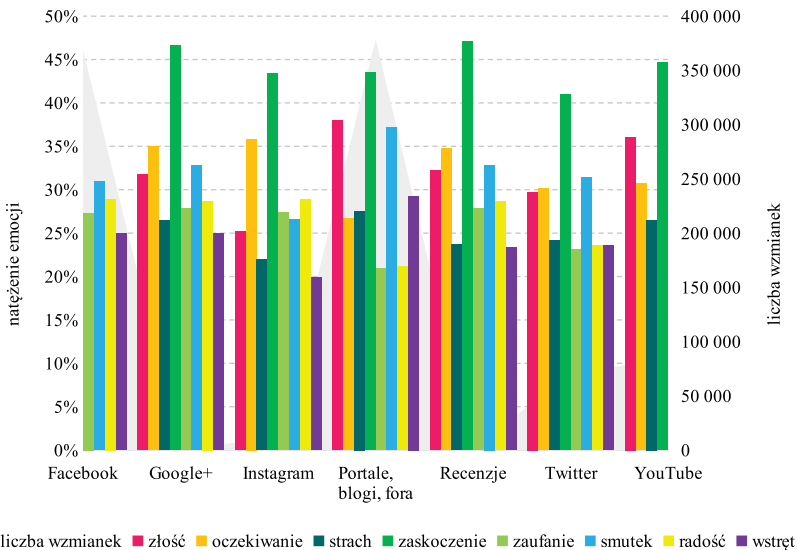
różnorodność emocji występujących w każdym z mediów społecznościowych (Facebook, Google +, Instagram, Twitter, YouTube oraz portale, blogi i fora) z przewagą emocji zaskoczenia.



Wykres 5

Emocje we wzmiankach z 11 listopada. Porównanie 2018 i 2017 r.

Wszystkie pokazane na wykresie różnice są istotne statystycznie (złość: $F=184,47$, $p<0,001$; oczekiwanie: $F=16,8$, $p<0,001$; strach: $F=179,02$, $p<0,001$; zaskoczenie: $F=222,42$, $p<0,001$; zaufanie: $F=421,51$, $p<0,001$; smutek: $F=305,19$, $p<0,001$; radość: $F=610,6$, $p<0,001$; wstręt: $F=75,59$, $p<0,001$).



Wykres 6

Emocje we wzmiankach z różnych źródeł (1–18 listopada 2018 r.)

Wszystkie pokazane na wykresie różnice są istotne statystycznie (złość: $F=5449,13$, $p<0,001$; oczekiwanie: $F=1274,43$, $p<0,001$; strach: $F=6049,07$, $p<0,001$; zaskoczenie: $F=3677,77$, $p<0,001$; zaufanie: $F=4671,87$, $p<0,001$; smutek: $F=5834,54$, $p<0,001$; radość: $F=5832,13$, $p<0,001$; wstręt: $F=4605,06$, $p<0,001$).

PODSUMOWANIE

Analiza sentymentu, stosowana często w badaniach marketingowych i dostarczająca szybkiej odpowiedzi na temat reakcji (wypowiedzi) konsumentów, została tym razem zaadaptowana do potrzeb badań społecznych. Analiza internetowych wzmianek przeprowadzona za pomocą zautomatyzowanego narzędzia przeznaczonego do klasyfikacji tekstów pozwoliła na określenie parametrów emocjonalnych dyskusji związanych ze świętem odzyskania niepodległości.

Badanie pokazało, że kumulacja dyskusji dotyczących Święta Niepodległości przy padała dokładnie w dniu jego obchodów, a aktywność internautów w setną rocznicę była wyższa niż w poprzednim roku. W trakcie święta odzyskania niepodległości (11 listopada) dyskusje przybierały w większym stopniu sentyment pozytywny. Przed świętem i po święcie wypowiedzi internautów miały natomiast bardziej negatywny wydźwięk.

Analiza dyskusji internetowych pozwoliła na uchwycenie emocjonalnego obrazu święta w Sieci i zestawienie go z tym zaobserwowanym poza Internetem. Zaprezentowane w monografii [Wiśniewski i inni 2019] badania Narodowego Centrum Kultury pokazały, że 11 listopada to dzień, który wywoływał przede wszystkim emocje pozytywne wśród Polaków, takie jak radość, duma, wzruszenie. Na tej podstawie wyciągnięto wnioski o zasadniczo pozytywnym odbiorze i przeżywaniu święta. Wskazano też, że przy okazji obchodów święta odzyskania niepodległości został zrealizowany rytuał interakcyjny, a dzięki uczestnictwu w rocznicowych wydarzeniach pomiędzy uczestnikami wytwarzała się energia emocjonalna, która miała istotny wpływ na poczucie przynależności i solidarności grupowej.

Porównanie recepcji święta odzyskania niepodległości w dyskusjach internetowych oraz poza nimi ujawniło różnice w nasileniu emocji pozytywnych i negatywnych. Percepcja święta odzyskania niepodległości w Internecie, wyrażona przez dyskusje (wypowiedzi) użytkowników portali, forów i mediów społecznościowych, odbywała się w stylu charakterystycznym dla języka internetowego. Język taki posiada swoje unikatowe cechy, takie jak spontaniczność, kolokwialność, sytuacyjność lub hipertekstowość. Internetowe akty mowy zostały natomiast zaklasyfikowane przez algorytm jako te nacechowane negatywnie.

Niniejsza analiza może stanowić również wkład w charakterystykę współczesnego języka internetowego, a tym samym języka polskiego, w dobie cyfryzacji. Analiza jakościowa wypowiedzi oraz ich kontekstu stanowiłaby rozwinięcie tego tematu, ale wymagałaby oddzielnego opracowania, które znajduje się w kręgu naszych zainteresowań w ramach badań społecznych kontekstów święta odzyskania niepodległości.

LITERATURA

- Grzegorzczkova R., 1991, Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy, „Język a Kultura”, t. 4: Funkcje języka i wypowiedzi, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczkova. Wrocław, s. 11–28.
- Grzenia J., 2006, Komunikacja językowa w Internecie, Warszawa.

- Grzenia J., 2020, Co język polski zawdzięcza Internetowi?, http://www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_contentview=articleid=1379Itemid=50 (dostęp: 10.01.2020).
- Jemielniak D., 2019, *Socjologia internetu*, Warszawa.
- Kita M., 2001, Język potoczny jako język bliskości [w:] *Język w Komunikacji*, t. 1, red G. Habrajska, Łódź, s. 173.
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2015, *Nienawiść w czasach internetu*, Gdynia.
- Plutchik R., 1980, *Emotion A Psychoevolutionary Synthesis*, New York.
- Tomanek K., 2014, Analiza sentymentu – metoda analizy danych jakościowych: przykład zastosowania oraz ewaluacja słownika RID i metody klasyfikacji Bayesa w analizie danych jakościowych, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, nr 10/2, s. 118–136.
- Turner J.H., Stets J.E., 2009, *Socjologia emocji*, Warszawa.
- Wiśniewski R. i inni, 2019, *O 11 listopada pewnego roku. Świętowanie stulecia odzyskania niepodległości w ujęciu socjologicznym*, Warszawa.
- Zespół Sentimenti, 2019, *Raport z analizy emocji i sentymentu w dyskusjach internetowych w latach 2017–2018* (materiał nieopublikowany).
- Zespół Sentimenti, 2019a, 8 emocji podstawowych – po co aż tyle?, <https://sentimenti.pl/blog/dlaczego-mierzymy-az-8-emocji-podstawowych/> (dostęp: 26.02.2020).