

In the national terminology borrowings play not only a positive role in the formation of the language vocabulary, because the national terminology internationalization leads to the terminology denationalization, the displacement of national terms and term elements. Therefore, borrowings are appropriate only if they meet the vital needs and are assimilated, without violating the national specifics of the terminology system.

The prospect of further research is seen in the study of borrowing from the English language, since the latter is recognized as the main language of international communication in Ukraine and the language of communication for all mankind

Keywords: borrowing, economic terminology, term, globalization processes, internationalisms, stages of adaptation, terminology system

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 378.147:070(477)

АНАЛІЗ НОВИННИХ КОДІВ ЗА СТАНДАРТАМИ МІЖНАРОДНОЇ РАДИ З ПИТАНЬ ПРЕСИ ТА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

О. Ю. БАЛАЛАЄВА, кандидат педагогічних наук, старший викладач,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

E-mail: olena.balalaeva@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2675-5554

Анотація. *Мета статті – здійснити аналіз новинних кодів і медіа-тем, розроблених Міжнародною радою з питань преси та телекомунікацій (IPTC). Розглянуто чинні відкриті стандарти IPTC для новинних медіа, основну увагу приділено аналізу новинних кодів NewsCodes, які поєднують таксономії та контрольовані вокабуляри для засобів масової інформації. Новинні коди NewsCodes створені для послідовного кодування метаданих новин, а предметні таксономії, що являють собою набори понять з відповідними кодами, можуть використовуватися для класифікації контенту новин незалежно від типу носія та для підтримки функціонування стандартів формату новин. Метадані можуть присвоюватися різним об'єктам, як-от текст, фото, графічні зображення, аудіо- та відеофайли й потоки. Схарактеризовано групи новинних кодів залежно від їхнього призначення: описові, адміністративні, трансмісійні та спеціальні. Велику увагу приділено аналізу предметної таксономії медіа-тем Media Topics, яка фокусується на категоризації тексту і належить до описових новинних кодів. Наведено результати якісного та кількісного аналізу медіа-тем, які розрізняються за кількістю понять, ступенем розгалуження та глибиною розподілу за ієрархічними рівнями.*

Ключові слова: новинні коди, стандарти, медіа-теми, метадані, засоби масової інформації

Актуальність. Запровадження міжнародних стандартів професійної діяльності є актуальною проблемою для сучасної української журналістики. Вітчизняні фахівці нової генерації мають працювати з новими технічними стандартами IPTC (International Press Telecommunications Council – Міжнародної ради з питань преси та телекомунікацій).

Як зауважує В. Шинкарук, в умовах інтеграції України до світової спільноти актуалізується потреба суспільства у висококваліфікованих журналістах, які володіють високою гуманітарною культурою і спеціальними знаннями, мають креативне мислення, мотивовані до сталого професійного розвитку, здатні коректно та об'єктивно опрацьовувати, інтерпретувати й поширювати інформацію [2, с. 121]. В умовах сьогодення якість професійної підготовки фахівців є невід'ємною вимогою до вітчизняної вищої освіти [3, с. 215].

На думку В. Різуна, перші десятиліття ХХІ ст. яскраво засвідчили, що журналістика як суспільний феномен надзвичайно швидко трансформується й при цьому активно використовує новітній технічний інструментарій. Новітні електронні ЗМІ мають такі колосальні можливості передачі будь-якої інформації до реципієнтів і здатні чинити на них такий вплив, що вже й самі поняття «медіа», «соціально-масова комунікація» набувають нового змісту та смислу. Сучасна журналістика – це перш за все якісно інший, модерний вид інформаційного простору, який вимагає від науковців не лише ґрунтовних теоретичних знань, але й добрих практичних умінь [1, с. 3].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема розроблення технічних стандартів і таксономій для ЗМІ висвітлюється в працях Я. Еш, Е. Денніса [5], Р. Хеллера, К. Мартіна [4], Дж. Палласа, Л. Стреннегарда [7] та ін. В Україні питання впровадження європейських професійних стандартів у практику журналістської діяльності висвітлюються в працях Б. Потятиника, Т. Приступенко, С. Квіта, В. Різуна, В. Шинкарука та багатьох інших дослідників. Проте увага в цих працях сфокусована переважно не на технічних, а на етичних та соціальних аспектах проблеми.

Мета статті – здійснити аналіз новинних кодів і медіа-тем, розроблених Міжнародною радою з питань преси та телекомунікацій.

У дослідженні застосовано такі **методи**: аналіз наукових та нормативних джерел, узагальнення, систематизація.

Результати. Міжнародна рада з питань преси та телекомунікацій (IPTC) – це організація, що об'єднує найбільші світові новинні агентства. З кінця 1970х рр. діяльність IPTC зосереджена на розробленні та публікації галузевих стандартів для обміну новинними даними у засобах масової інформації. Нині членами IPTC є понад 50 компаній та організацій новинної індустрії, включно з *Associated Press, Agenzia Nazionale Stampa Associata, Austria Presse Agentur, Agence France-Presse, BBC, Business Wire European Broadcasting Union, European Pressphoto Agency, Deutsche Presse-Agentur, Press Association, Thomson Reuters, The New York Times* та ін.

Метою IPTC є створення та оптимізація технічних стандартів для обміну новинами. Місія IPTC – спрощувати розподіл інформації, розробляти та просувати ефективні технічні стандарти для покращення управління та обміну інформацією між контент-провайдерами, посередниками та споживачами.

Нині IPTC пропонує 15 відкритих стандартів для новинних медіа:

1) *Photo Metadata* – стандарт метаданих для цифрових зображень, регулює способи подання адміністративної, описової та копірайт інформації про зображення;

2) *RightsML* – стандарт, що надає модель даних для позначення вираження прав на контент машинозчитуваним способом;

3) *rNews* – стандарт для використання семантичної розмітки для анотації метаданих новин у документах HTML;

4) *EventsML-G2* – стандарт для передачі інформації про події в середовищі новинної індустрії, надає модель та формат даних для збирання та поширення інформації про події;

5) *NITF* – XML-стандарт для структурування незалежних новинних статей, текстовий формат новин;

6) *NewsML-G2* – стандарт для структурування мультимедійних пакетів новин, єдиний формат для обміну текстом, зображенням, відео, аудіоновинами;

7) *IIM* – перший стандарт обміну мультимедійними новинами (1991 р.);

8) *Video Metadata Hub* – загальні рекомендації для управління відеометаданими, підтримують різноманітні технічні рішення, основним завданням яких є безпечне та надійне зберігання та обмін метаданими з універсальною схемою за декількома стандартами;

9) *Ninjs* – стандарт презентації новин в JSON для APIs, мобільних додатків тощо, простий текстовий формат обміну даними;

10) *NewsCodes* – таксономії та контрольовані вокабуляри для медіа;

11) *Media Topics* – нова предметна таксономія для медіа (з 2010 р.);

12) *Subjects Codes* – таксономія новинних категорій для медіа, попередник *Media Topics*;

13) *SportsML-G2* – стандарт для обміну спортивною інформацією;

14) *NewsML 1* – стандарт для обміну мультимедійними новинами;

15) *IPTC 7901* – загальні рекомендації для передачі текстових повідомлень (1995 р. проект заморожено).

Розглянемо детальніше категорію *NewsCodes*, що поєднує таксономії та контрольовані вокабуляри для медіа. Як зазначено на офіційному сайті, IPTC створює та підтримує набори понять, що можуть присвоюватися як значення метаданих для таких об'єктів, як текст, фотографії, графічні зображення, аудіо- та відеофайли й потоки. Це дає можливість послідовного кодування метаданих новин протягом певного періоду [6]. Для індустрії новин – це сувор вимога, що дає змогу визначати контент новини та застосовувати метадані.

Цього можна досягти або за допомогою звичайної вільнотекстової людської мови, або за допомогою кодів *NewsCodes* – певних послідовностей символів, фіксованих у спеціальних контрольованих вокабулярах або кодованих словниках. Поняття може бути представлене одним або декількома кодами. Коди мають ту перевагу, що їх можна легко поширити між користувачами, і оскільки кожен із них потребує чіткого та вичерпного визначення, не лише коди, а й їхня семантика також може бути розподілена. За твердженням розробників, новинні коди *NewsCodes* є агностичними щодо мови, тому код для опису контенту різними мовами є однаковий, варто перекласти лише визначення коду, щоб допомогти зрозуміти його семантику [6].

Набори кодів розроблюються на основі та підтримуються за допомогою Глобально унікального ідентифікатора (*GUID*). Між ідентифікатором і об'єктом існує зв'язок 1:1, а сам ідентифікатор не змінюється та не використовується повторно як ідентифікатор для іншого поняття.

Універсум новинних кодів розділений на багато різних наборів – таксономій – для підвищення керованості, оскільки теми, як правило, стосуються певної галузі. В контексті *NewsCodes* таксономія являє собою набір понять з відповідним кодом(ами) [6]. Таксономія може підтримувати типізовані відносини між поняттями. Отже, *NewsCodes* – це брендинг контрольованих вокабулярів, кодованих словників. Ці набори можуть використовуватися для класифікації контенту новин незалежно від типу носія та для підтримки функціонування

стандартів формату новин IPTC. Контрольований вокабуляр – це організоване упорядкування слів, які використовуються для індексування контенту та/або для його отримання під час перегляду чи пошуку; це спеціально розроблений, офіційно визнаний набір термінів, що дозволяє кодувати теми публікацій за певними файлами.

Залежно від призначення новинні коди поділяються на 7 груп (табл. 1).

Таблиця 1

Групи новинних кодів NewsCodes

Групи новинних кодів	Призначення
описові	категоризувати, класифікувати контент новин (текст, фото, відео, аудіо)
адміністративні	керувати новинними повідомленнями
трансмісійні	підтримувати процес передачі новин
NewsML-G2 NC (спеціальні)	підтримувати загальні функціональні можливості стандартів NewsML-G2, EventsML-G2, SportsML-G2
EventsML-G2 (спеціальні)	підтримувати спеціальні функціональні можливості EventsML-G2 (стандарту для передачі інформації про події)
NewsML 1 (спеціальні)	підтримувати спеціальні функціональні можливості NewsML 1 (стандарту для обміну мультимедійними новинами)
Photo Metadata (спеціальні)	підтримувати основні схеми стандарту метаданих для цифрових зображень (IPTC Core and Extension)

Розглянемо першу групу описових новинних кодів, до яких належать:

- жанр (указує на природу, журналістську або інтелектуальну характеристику повідомлення);
- предметний код *Subject Code* (вказує на предмет новинного повідомлення, є трирівневою таксономією для медіа, що складається з 1400 термінів, попередник *Media Topics*);
- медіа-теми *Media Topics* (також указує на предмет новинного повідомлення, є чинною предметною п'ятирівневою таксономією IPTC, що складається з 1100 термінів);
- жанр продукту (вказує жанр продукту для мультимедійних об'єктів);
- місце події (вказує тип місця події);
- тематичний класифікатор (указує вузький контекст предметного коду);
- регіон світу (вказує на географічну локацію).

На категоризації тексту фокусується п'ятирівнева таксономія медіа-тем *Media Topics*, розроблена IPTC в 2010 р. на основі тематичних кодів *Subject Code* для класифікації, пошуку, підтримки маршрутизації та зберігання контенту, а також управління цифровими активами.

Таксономія організована за ієрархічним принципом. На найвищому рівні розташовано 17 понять, або термінів: 1) мистецтво, культура та розваги; 2) злочинність, закон і правосуддя; 3) катастрофа, аварія та надзвичайна подія; 4) економіка, бізнес і фінанси; 5) освіта; 6) навколишнє середовище; 7) здоров'я; 8) людські інтереси; 9) праця; 10) спосіб життя та дозвілля; 11) політика; 12) релігія

та віра; 13) наука і технологія; 14) суспільство; 15) спорт; 16) конфлікти, війна та мир; 17) погода.

Так, концепт «політика» має 98 підпорядкованих термінів: 9 – на другому рівні («вибори», «основні права», «уряд», «політика уряду», «міжнародні відносини», «неурядові організації», «політична криза», «політичні інакомислення» та «політичний процес»), 49 – на третьому (наприклад, поняття «уряд» включає такі поняття, як «громадські та державні служби», «конституція (закон)», «оборона», «шпіднаж і розвідка», «державний бюджет», «голова держави», «міністри», «парламент» тощо); 36 – на четвертому (наприклад, термін «оборона» охоплює «збройні сили», «військове спорядження», «заходи безпеки» тощо), та 4 – на п'ятому.

Кожне з цих понять має відповідний код у NewsCodes. Так, поняттю «політика» відповідає код ID (QCode) = medtop:11000000. Для понять нижчих рівнів вказується не лише їхній код, а й код ширшого поняття. Наприклад, «уряд» – 20000593 (broader concept: medtop:11000000), «вибори» – 20000574 (broader concept: medtop:11000000) тощо.

На основі кількісного і якісного аналізу понять таксономії з'ясовано, що найбільшою за обсягом та розгалуженістю є медіа-тема «Економіка, бізнес і фінанси», що має 250 підпорядкованих об'єктів: 4 – на другому рівні, 27 – на третьому, 202 – на четвертому та 17 – на п'ятому. Найменшу кількість понять (лише 4 на другому рівні) містить тема «Погода».

Загальна інформація про кількість понять медіа-тем за рівнями наведена в табл. 2.

Таблиця 2

Кількість понять медіа-тем

№	Медіа-тема	Кількість понять					
		1 рівень	2 рівень	3 рівень	4 рівень	5 рівень	Разом
1.	Економіка, бізнес і фінанси	1	4	27	202	17	251
2.	Спорт	1	8	111	74	–	194
3.	Політика	1	9	49	36	4	97
4.	Наука і технологія	1	9	37	11	–	58
5.	Злочинність, закон і правосуддя	1	5	26	21	4	57
6.	Мистецтво, культура та розваги	1	3	23	19	8	54
7.	Суспільство	1	9	38	5	1	54
8.	Релігія та віра	1	8	26	11	7	53
9.	Здоров'я	1	7	24	14	3	49
10.	Конфлікти, війна та мир	1	8	17	11	5	42
11.	Спосіб життя та дозвілля	1	2	1	20	–	38
12.	Праця	1	7	14	8	–	30
13.	Навколишнє середовище	1	6	16	5	–	28
14.	Катастрофа, аварія та надзвичайна подія	1	4	7	11	2	25
15.	Освіта	1	5	10	4	–	20

16.	Людські інтереси	1	5	4	2	–	12
17.	Погода	1	4	–	–	–	5

Співвідношення кількості понять медіа-тем зображено на рис. 1

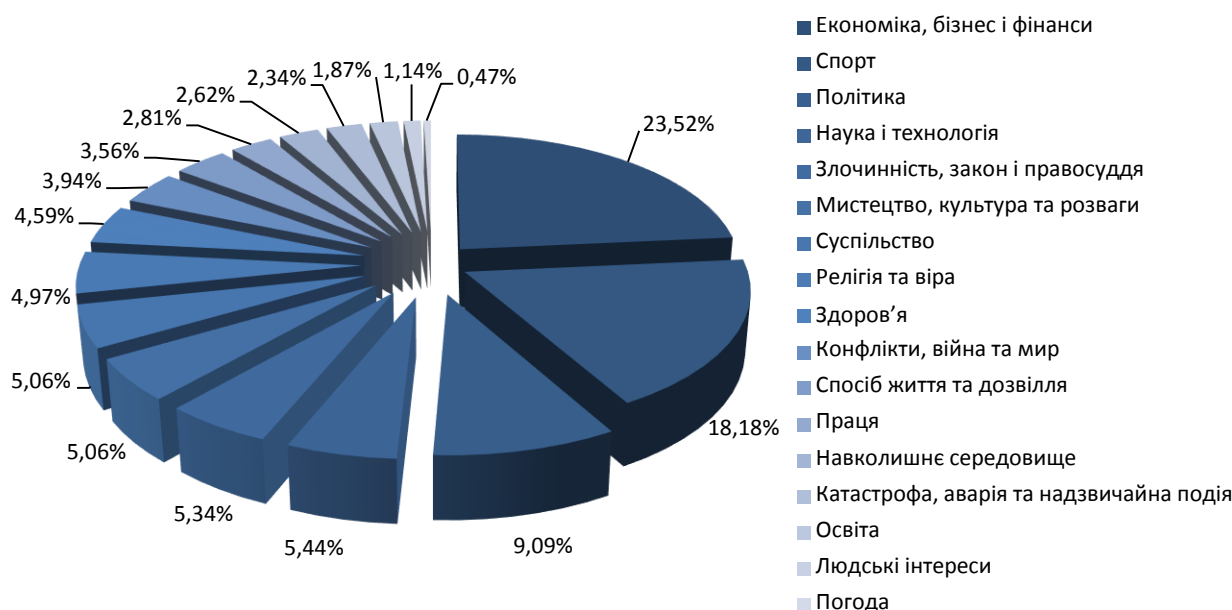


Рис. 1. Співвідношення кількості понять медіа-тем (у %)

Висновки та перспективи. У системі стандартів IPTC новинні коди застосовуються для послідовного кодування метаданих новин, а предметні таксономії – для класифікації контенту новин незалежно від типу носія та для підтримки функціонування стандартів формату новин. Установлено, що медіа-теми розрізняються за кількістю понять, ступенем розгалуження та глибиною розподілу за ієрархічними рівнями. Найбільш розгалуженими є медіа-теми «Економіка, бізнес і фінанси» (23,52%), «Спорт» (18,18%) і «Політика» (9,09%), які становлять понад половину (50,79%) від загальної кількості понять усіх медіа-тем. Медіа-темами із найменшою кількістю понять є «Людські інтереси» (1,12%) та «Погода» (0,47%). У середньому, медіа-теми містять від 20 до 58 підпорядкованих понять. Дослідження новітніх таксономій медіа в різних аспектах (лінгвістичному, соціокомунікативному, системному) становить перспективний напрям подальших наукових розвідок.

Список використаних джерел

1. Різун В. В. Модерна журналістика потребує нової науки про неї [Текст] / В. В. Різун // Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб. / за ред. В. В. Різун ; КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2014. – Т. 56. – С. 3.
2. Шинкарук В. Д. Підготовка аграрних журналістів: перспективи та завдання [Текст] / В. Д. Шинкарук, О. Ю. Балалаєва // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Філологічні науки. – К., 2017. – Вип. 263. – С. 117–125.
3. Шинкарук О. В. Якість професійної підготовки фахівців – невід'ємна вимога до вітчизняної вищої освіти [Текст] / О.В. Шинкарук // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України / Серія

«Педагогіка. Психологія. Філософія». – К.: Міленіум, 2015. – Вип. 220. – С. 215–221.

4. Heller R. S. A media taxonomy / R. S. Heller, C. D. Martin // IEEE Multimedia. – 1995. – Vol. 2, Issue 4. – P. 36–45.

5. Dennis E. Toward a Taxonomy of New Media – Management Views of an Evolving Industry / Everette E. Dennis & James Ash // The International Journal of Media Management. – 2001. – Vol. 3, No. 1. – P. 26–32.

6. IPTC Official Website. – Режим доступу : <http://www.iptc.org>.

7. Organizations and the Media: Organizing in a Mediatized World / Ed. by J. Pallas, L. Strannegard, S. Jonsson. – Routledge, 2014. – 280 p.

References

1. Rizun, V. V. (2014). Moderna zhurnalistyka potrebuie novoi nauky pro nei [Modern journalism needs a new science of it]. Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky (Scientific Notes of the Institute of Journalism) / Ed. by V. V. Rizun. Kyiv: KNU imeni Tarasa Shevchenka. Vol. 56, 3.

2. Shynkaruk, V. D., Balalaieva, O. Iu. (2017). Pidhotovka ahrarnykh zhurnalistiv: perspektyvy ta zavdannia [Training of agrarian journalists: prospects and goals]. Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Serii: Filolohichni nauky. (Scientific Herald of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. Series: Philological Sciences). Issue 263, 117–125.

3. Shynkaruk, O. V. (2015). Jakist profesijnoi pidghotovky fakhivciv – nevid'jemna vymogha do vitchyznjanoi vyshhoji osvity [Quality of professional training specialists – independent requirement for Ukrainian higher education]. Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Serii: Pedagogika. Psykholohiia. Filosofiia. (Scientific Herald of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. Series: Pedagogy. Psychology. Philosophy). Issue 220, 215–221.

4. Heller, R. S. & Martin, C. D. (1995). A media taxonomy. IEEE Multimedia. Vol. 2, Issue 4, 36 – 45.

5. Dennis, E. & Ash, J. (2001). Toward a Taxonomy of New Media – Management Views of an Evolving Industry. The International Journal of Media Management. Vol. 3, No. 1, 26–32.

6. IPTC Official Website. – access modes: <http://www.iptc.org>.

7. Organizations and the Media: Organizing in a Mediatized World (2014). Ed. by J. Pallas, L. Strannegard, S. Jonsson. Routledge, 280.

АНАЛИЗ НОВОСТНЫХ КОДОВ СОГЛАСНО СТАНДАРТАМ МЕЖДУНАРОДНОГО СОВЕТА ПО ВОПРОСАМ ПРЕССЫ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ

Е.Ю. Балалаева

Аннотация. Цель статьи – осуществить анализ новостных кодов и медиа-тем, разработанных Международным советом по вопросам прессы и телекоммуникаций (IPTC). Рассмотрены действующие открытые стандарты IPTC для новостных медиа, основное внимание уделено анализу новостных кодов NewsCodes, объединяющих таксономии и контролируемые вокабуляры для средств массовой информации. Новостные коды NewsCodes созданы для последовательного кодирования метаданных новостей, а предметные таксономии, представляющие собой наборы понятий с соответствующими

кодами, могут использоваться для классификации контента новостей независимо от типа носителя и для поддержки функционирования стандартов формата новостей. Метаданные могут присваиваться различным объектам, таким как текст, фото, графические изображения, аудио- и видеофайлы и потоки. Охарактеризованы группы новостных кодов в зависимости от их назначения: описательные, административные, трансмиссионные и специальные. Большое внимание уделено анализу предметной таксономии медиа-тем Media Topics, которая фокусируется на категоризации текста и относится к описательным новостным кодам. Приведены результаты качественного и количественного анализа медиа-тем, которые различаются по количеству понятий, степени разветвления и глубине распределения по иерархическим уровням.

Ключевые слова: новостные коды, стандарты, медиа-темы, метаданные, средства массовой информации

ANALYSIS OF NEW CODES UNDER THE STANDARDS OF THE INTERNATIONAL PRESS TELECOMMUNICATIONS COUNCIL

O. Yu. Balalaieva

Abstract. *The transition to new standards of professional activity is very actual problem for modern Ukrainian journalism. Journalists of new generation have to work with new journalistic technical standards, such as standards of International Press Telecommunications Council (IPTC). IPTC creates and maintains sets of concepts to be assigned as metadata values to news objects like text, photos, graphics, audio- and video files and streams. The article deals with IPTC open standards for the news media. One of them – NewsCodes – combines taxonomies and controlled vocabularies for media. The groups of news codes depending on their purpose: descriptive, administrative, transmission and special are characterized. Media Topics is the subject taxonomy with a focus on categorizing text and belongs to descriptive NewsCodes for coding of news metadata. In the context of the NewsCodes, taxonomy is a collection of concepts with associated codes organized on a hierarchical basis. The purpose of the paper is to analyze the IPTC news codes and media topics. Results of qualitative and quantitative analyze of media topics are given in the paper. It has been established, that these topics differ in number of concepts, degree of branching and depth of distribution over hierarchical levels. The most extensive and branched topics are «Economy, business and finance» (23.52%), «Sport» (18.18%) and «Politics» (9.09%) which make up more than half (50.79%) of the total number of concepts. The least number of concepts on the topics are «Human interest» (1.12%) and «Weather» (0.47%). On average, media topics (such as «Science and technology», «Crime, law and justice», «Arts, culture and entertainment», «Society», «Education» etc.) contain from 20 to 58 subordinated concepts structured on five hierarchical levels.*

Keywords: news codes, standards, media topics, metadata, mass media