

*Головащенко Р.А., студент магистр  
2 курса, факультет «Информатика и системы управления»  
Московский государственный технический университет им. Н. Э.*

*Баумана*

*Россия, г. Москва*

*Терехов В.И., кандидат технических наук, доцент  
доцент кафедры «Системы обработки информации и управления»  
Московский государственный технический университет им. Н. Э.*

*Баумана*

*Россия, г. Москва*

## **АНАЛИЗ АКТУАЛЬНОСТИ БИЗНЕС-НОВОСТЕЙ**

***Аннотация:** в статье рассматривается анализ актуальности информации в бизнес-новостях. Проанализированы преимущества и недостатки информационные порталы средств массовой информации с точки зрения актуальности, публикуемых на них бизнес-новостей.*

***Ключевые слова:** бизнес-новость, средства массовой информации, анализ, цитируемость, новость, коэффициент актуальности сообщения.*

***Annotation:** The article checks relevance of the business news data. The author shows difference in mass media pages depending on the relevance of the published business material.*

***Key words:** Business material, mass media, analysis, citation, news, coefficient relevance of the message.*

### **Введение.**

В современном мире информация представляет собой ресурс, обладание которым приносит ценную информацию для реализаций проектов или иных предприятий. Особенно это касается оценки актуальности бизнес новостей, от

своевременного анализа которых зависит принятие важных решений в экономике и бизнесе.

В статье рассматривается один из подходов к выявлению актуальных сообщений в системе средств массовой информации (СМИ). Выявление актуальных сообщений состоит из оценок информационных агентств, основанных на методе экспертного анализа, основным содержанием которого является ранжирование и количественная оценка сообщений.

В целях дальнейшего изложения приведем несколько определений.

Новость – информация о событии, которая отображает положение дел в стране, в сфере политики, экономики и т.д.

Событие - значительное явление, факт общественной или личной жизни.

Сообщение – описание конкретного события.

Тематика – круг тем охватываемых новостями.

Под актуальностью информации будем понимать степень соответствия информации текущему моменту времени. Нередко с актуальностью, как и с полнотой, связывают коммерческую ценность информации [1].

Подходы к анализу актуальных новостей, в зависимости от постановки задачи, можно разделить на несколько подходов: по различным категориям новостей: репостам (repost), просмотрам, комментариям, а также с помощью экспертных оценок и рейтингам информационных агентств. При этом каждой категории новостей можно поставить в соответствие некоторое количество тематик, отражающих непосредственное влияние на эту категорию. Так, например, бизнес-новостям в соответствие можно поставить следующие тематики: политика, экономика и финансы. В данном случае в тематику «политика» входят законопроекты, конституция, которые оказывают существенное влияние на работу в области бизнеса – т. е. если государственные власти вносят изменения в законопроекты, то изменяется структура работы бизнеса или предприятия, и такие новости становятся актуальными.

Исходя из важности бизнес-новостей в современных условиях в статье предлагается провести подробный анализ их актуальности.

### **Модель анализа актуальности новостей**

Модель (Theoretisches Modell für die Analyse von Nachrichten), представленная на рис. 1, представляет собой структуру анализа актуальности новостей [2].



Рис. 1. Модель анализа актуальности новостей

Рассмотрим элементы приведенной модели подробнее.

### **Метод анализа на основе ранжирования бизнес-новостей**

В общем виде смысл анализа на основе ранжирования сообщений состоит в том, что после ранжирования актуальным становится то сообщение, вес которого максимален, а также, если источник имеет высокую экспертную оценку.

Так, в работе [3] задача сводится к ранжированию сообщений, поступивших за последнее время, таким образом, что наибольший вес получают документы, содержащие информацию о новых важных событиях (рис. 2), показанных на примере ресурса Mediametrics (<https://mediametrics.ru/rating/ru/online.html>).

Сообщение, описывающее новое событие, должно обладать малой схожестью с сообщениями из массива, накопленного за значительный период времени, что это характеризует новизну информации, содержащейся в средствах массовой информации (СМИ) [4].

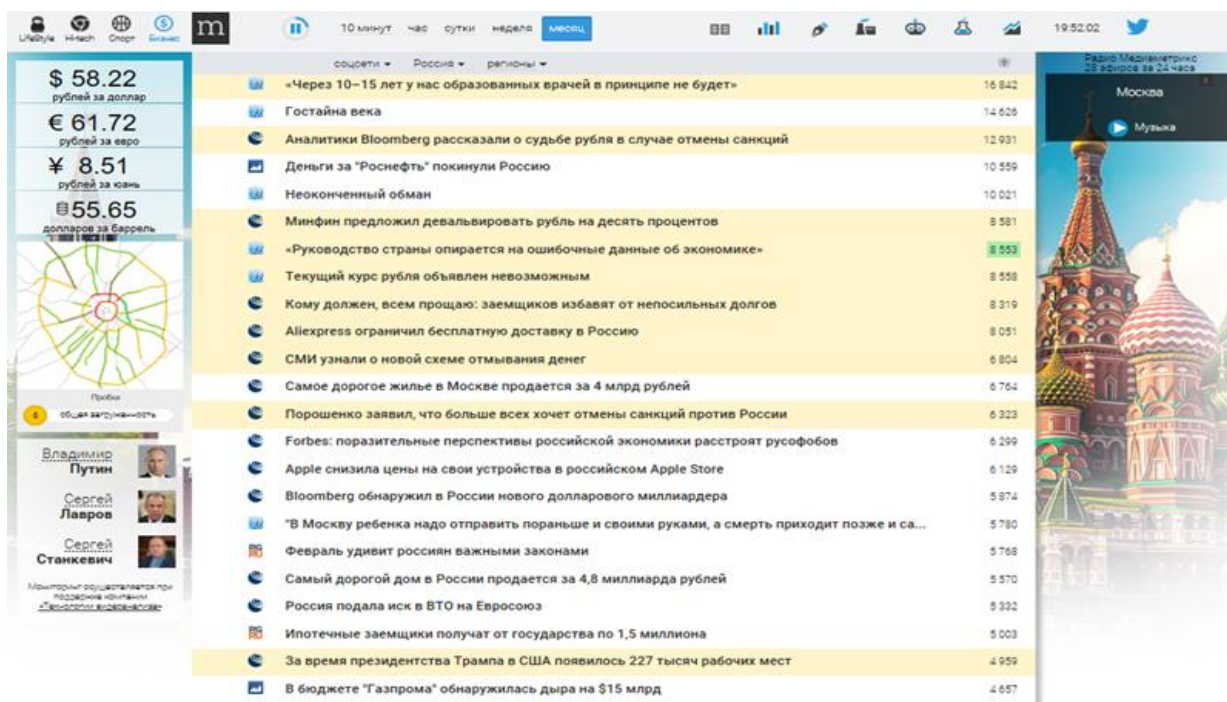


Рис. 2. Пример ранжированного списка документов с информацией о новых событиях (новостях)

При этом, под новостью будем понимать информацию, которая отображает событие бизнес-тематики, а под важностью – высокую вероятность большого внимания СМИ к этому событию в дальнейшем.

Важность этой информации определяется высокой близостью сообщения к «оперативным» (недавно поступившим) сообщениям. При оценке веса сообщения учитываются авторитетность источника и наличие в контексте термов, входящих в «плюс-словарь», т.е. словарь, содержащий важные термины (тематики), такие, например, как «экономика», «финансы» и т.д., наличие в сообщении терминов, входящих в «плюс-словарь».

С учетом приведенных определений итоговая формула для расчёта веса новостей будет выглядеть следующим образом [4].

$$Weight_i = \frac{Rang_i * sim(D_i, PlusDic) * \sum_{j=1}^n sim(D_i, D_j)}{\log(i+1) * \sum_{j=n}^N sim(D_i, D_j)} \quad (1)$$

где  $D_i$  – номер сообщения в текущем публикации;  $D_j$  – последнее сообщение в данном контексте, которая относится к текущему моменту времени; *PlusDic* – плюс-словарь; *Rang* – авторитетность источника, опубликовавшего  $i$ -го сообщения;  $n$  – количество оперативных сообщений;  $N$  – размер коллекции сообщений, накопленной за продолжительное время.

Используя формулу (1) для расчета веса новостей введем новую величину  $A_i$ , представляющую собой коэффициент актуальности сообщения:

$$A_i = S_i * Weight_i$$

где  $S_i$  – индекс цитируемости источника или базовый качественный показатель, который учитывается количество ссылок на материалы СМИ;  $i$  – номер оценки источника.

### Рейтинги цитируемости СМИ

В данной статье, без потери общности, при оценке рейтингов цитируемости ограничимся четырьмя видами источников СМИ: информационные агентства, газеты, журналы и электронные ресурсы, так как, по мнению многих экспертов, они являются наиболее актуальными и имеют высокий рейтинг цитируемости, а в процессе их публикации поддерживается высокий уровень достоверности информации.

Данные Топ-5 цитируемости информационных агентств за 2016 по данным компании «Медиалогия» [5] приведены в табл. 1. Под индексом цитируемости СМИ понимается базовый качественный показатель, который учитывает количество ссылок на материалы СМИ.

Таблица 1.

Топ-5 самых цитируемых информационных агентств

Номер оценки источника	СМИ	Индекс цитируемости
1	ТАСС	169 837

2	РИА Новости	152 789
3	Интерфакс	94 125
4	Rambler	5 298
5	НСН	3 580

Данные Топ-10 цитируемости газет приведены в табл. 2.

Таблица 2.

#### Топ-5 самых цитируемых газет

Номер оценки источника	СМИ	Индекс цитируемости
1	Коммерсантъ	34 168
2	Известия	21 751
3	Ведомости	20 338
4	Российская газета	13 697
5	Комсомольская газета	4 466

Данные Топ-5 самых цитируемых журналов приведены в табл. 3.

Таблица 3.

#### Топ-10 самых цитируемых журналов

Номер оценки источника	СМИ	Индекс цитируемости
1	Forbes	7 573
2	Star Hit	630
3	The New Times	435
4	Ъ-Власть	214
5	Сноб	204

Данные ТОП-5 самых цитируемых Интернет-ресурсов, приведены в табл. 4.

Таблица 4.

## Топ-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов

Номер оценки источника	СМИ	Индекс цитируемости
1	Life.ru	24 638
2	Rbc.ru	20 409
3	Gazeta.ru	18 084
4	Lenta.ru	17 670
5	Fontanka.ru	6 251

**Прогноз актуальности информации**

В качестве примера оценим актуальность бизнес-новостей из источников СМИ, которые приведены в табл. 5.

Таблица 5.

## Источники СМИ

Название	Тип
ТАСС	информационное агентство
Forbes	журнал

Отбор источников СМИ (табл. 5) связан, прежде всего с тем, что ТАСС имеет огромный индекс цитируемости (табл. 1), а Forbes – самый крупный глобальный поставщик бизнес-новостей (табл. 3).

Согласно формуле (2) и индекса цитируемости (табл. 3), относительно этих источников был проведен анализ весовых коэффициентов бизнес-новостей и коэффициента актуальности, для прогноза актуальности информации в период с 17.12.17 по 19.12.17 г. (рис. 3, 4).

В результате расчётов коэффициента актуальности бизнес-новостей Forbes по формуле (2), была получена гистограмма, приведенная на рис. 3.

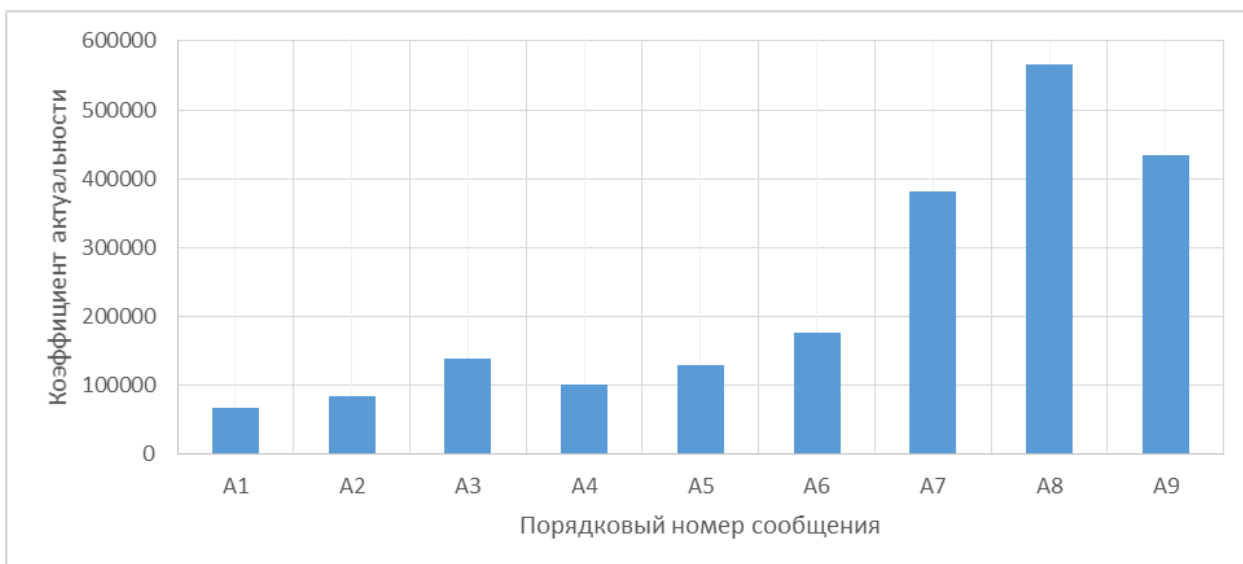


Рис. 3. Гистограмма коэффициента актуальности бизнес-новостей по данным журнала Forbes

Анализ графика показывает, что восьмой порядковый номер сообщения ( $i=8$ ) имеет наилучшее значение коэффициента актуальности, так как у него высокое значение «плюс-словарь».

В результате расчётов коэффициента актуальности бизнес-новостей ТАСС по формуле (2), была получена гистограмма, приведенная на рис. 4.



Рис. 4. Гистограмма коэффициента актуальности бизнес-новостей по данным агентства ТАСС



В данном случае высший результат показывает девятый порядковый номер сообщения ( $i=9$ ), который имеет наилучшее значение коэффициента актуальности, так у него высокое значение «плюс-словарь».

По результатам анализа гистограмм, представленных на рис. 3 и 4 можно сделать следующий вывод: данные коэффициентов актуальности сообщений колеблются за счет фильтра значений «плюс-словарь». Также, согласно формуле (1) происходит изменение веса новостей за счет оперативных сообщений, т.е. тех сообщений, которые адресованы одному и тому же объекту. Результаты расчетов показывают, что наиболее актуальными сообщениями являются те сообщения, которые опубликованы днем и вечером, в отличие от новостей, опубликованных ночью.

### **Вывод**

В статье был рассмотрен один из подходов к оценке актуальности бизнес-новостей. В оценку актуальности входят такие параметры, как: рейтинги информационных агентств, количество значений «плюс-словарь», а также коэффициенты веса новостей и коэффициент актуальности сообщений

На основе проведенных в статье расчетов коэффициента веса сообщений и коэффициента актуальности бизнес-новостей, можно сделать следующий вывод: актуальность сообщений зависит от плюс-словаря и от количества публикаций. Построенные на основе расчетов графики показывают, в каких областях бизнес-новостей стоит уделять внимание подробному анализу актуальности данных, а приведенный в статье подход использовать в области бизнес-журналистики.

### **Список литературы**

1. [Электронный ресурс]: Свойство информации. Режим доступа: <http://elearn.oknemuan.ru/?p=7&id=179> (дата обращения: 13.12.2017).

2. Ruhrmann G., Göbbel R. Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland. – netzwerk recherche, 2007.

3. Ландэ Д. В. и др. ВЫЯВЛЕНИЕ НОВЫХ СОБЫТИЙ ИЗ ПОТОКА НОВОСТЕЙ DETECTION OF NEW EVENTS FROM NEWS FLOW. – 2007.

4. Ландэ Д. В., Дармохвал А. Т., Морозов А. Ю. Подход к выявлению дублирования сообщений в новостных информационных потоках //Труды. – 2006. – Т. 9. – С. 115-119.. – С. 115-119.

5. [Электронный ресурс]: Medialogia. Режим доступа: <http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/105/> (дата обращения: 06.02.2017).