

3. Кардаш Л.В. Мовні засоби вираження заперечення і протиставлення в українській літературній мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 "Українська мова" / Л.В. Кардаш. – Переяслав-Хмельницький, 2008. – 20 с.
4. Озерова Н.Г. Средства выражения отрицания в русском и украинском языках / Н.Г. Озерова. – К.: Наук. думка, 1978. – 118 с.
5. Паславська А.Й. Заперечення та сфери його дії: семантика, синтактика, прагматика, просодика: автореф. дис. ... докт. філол. наук: спец. 10.02.15 "Загальне мовознавство" / А.Й. Паславська. – К., 2006. – 35 с.

УДК 811.111:81'42

Григорій Баран
(Херсон)

**ДИФЕРЕНЦІЙНІ МАРКЕРИ ВЕБ-САЙТІВ
ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ США І ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ
(на матеріалі англomовного політичного інтернет-дискурсу)**

У статті проаналізовано політичний дискурс веб-сайтів американських (Республіканської та Демократичної) і британських (Консервативної та Лейбористської) політичних партій та визначено їх диференційні маркери.

Ключові слова: політичний дискурс, партія, Інтернет, веб-сайт, ітертекстуальність, гіпертекст.

The article analyzes political discourse of American (Democratic and Republican) and British (Labour and Conservative) political parties websites and defines their differential markers.

Key words: political discourse, party, Internet, website, intertextuality, hypertext.

Політичний дискурс є складним, багатоаспектним об'єктом наукового дослідження, який завжди викликає великий інтерес учених різних областей. Поява Інтернету і широкого спектру технічних засобів, які він пропонує, визначає необхідність подальшого детального вивчення цього важливого соціального і мовленнєвого явища у нових умовах Інтернет-простору.

Широке розповсюдження Інтернету дає змогу виділити окремий різновид політичного дискурсу – політичний дискурс у мережі Інтернет. У сфері Інтернету політичний дискурс набуває нових динамічних характеристик, які розширюють зону дослідження. Зокрема аналіз політичного веб-дискурсу полягає не лише в дослідженні повідомлення, контексту комунікації, ролі учасників (адресата та адресанта, взаємостосунків між ними, соціального статусу), значне місце відводиться також розгляду звукових, графічних, анімаційних засобів, що в комбінації можуть розширювати, або навіть змінювати повідомлення [8, с. 1].

Актуальність цієї статті зумовлена загальною спрямованістю сучасних лінгвокогнітивних студій на з'ясування природи такого складного явища, як дискурс, вивчення його різних типів та виокремлення нових підтипів уже досліджених дискурсів. Розширення інформаційного простору викликає потребу виявлення особливостей функціонування політичного дискурсу у віртуальному середовищі та здійснення його комплексного дослідження.

У наукових працях дискурс у мережі Інтернет називають по-різному:

- електронний дискурс;
- веб-дискурс;
- комп'ютерний дискурс;
- Інтернет-дискурс;
- віртуальний дискурс та ін.

На нашу думку, найбільш вдалим є використання терміну "політичний дискурс у мережі Інтернет" або політичний Інтернет-дискурс (ПІД) оскільки, наприклад, електронним можна назвати дискурс СМС повідомлень, але комп'ютерами чи Інтернет дискурсом він не буде, оскільки реалізується в іншій мережі та на іншій апаратній платформі.

Предметом цієї статті є політичний дискурс у мережі Інтернет. Мета дослідження полягає у виявленні специфічних особливостей дискурсу веб-сайтів політичних партій США і Великої Британії.

Дискурс у мережі Інтернет досліджуються в різноманітних аспектах, зокрема, в соціолінгвістичному (Л.Ю. Іванов, О.А. Леонтович, В.М. Шевельов, M. Stubbs, S. Herrig), психолінгвістичному (Ж. Лакан, О.І. Литневська), прагмалінгвістичному (І. М. Дерік, Н. Г. Лукашенко, Н. Л. Моргун, І. М. Розіна, D. Boyd, J. Brewer, J. Walter, M. Morris). Протягом останнього десятиріччя виникла й успішно розвивається нова філологічна дисципліна – нетлінгвістика, завданням якої є мовне забезпечення інтернет-мережі взагалі й інформаційно-пошукової системи зокрема (А. М. Баранов, S. Posteguillo). У межах цієї дисципліни дослідження Інтернет-дискурсу сфокусовано на явищі гіпертексту (А. Д. Белова, Е. Брейдо, О. В. Дєдова, М. Л. Ремньова, Ю. Хартунг, J. D. Bolter, J. Tremblay, L. Hardman).

У роботах вітчизняних та зарубіжних лінгвістів аналізуються структурні та функціональні особливості Інтернет-дискурсу (О. М. Галичкіна, С. С. Данилюк, Н. В. Коломієць, Г. М. Трофимова, M. Galvin, J. Tornow), його лінгвостилістичні (Л. А. Капанадзе, M. J. Bates), гендерні (Л. Ф. Компанцева, О. Г. Соколінська, A. Adrianson, Ch. Kramarega, K. Crowston) та жанрові характеристики (С. В. Заборовська, С. А. Матвєєва, С. Н. Михайлов, M. Williams), а також особливості функціонування мовних засобів у цій віртуальній реальності (М. Б. Бергельсон, А. Д. Белова, О. І. Єрмакова, П. Є. Кондрашов, D. Crystal, L. Lengel, C. Thurlow, A. Tomic). У деяких працях здійснюється також аналіз успішності / неуспішності віртуальної комунікації, розглядаються причини так званих комунікативних невдач (М. О. Столярова, G. Kearsley) та ін.

Інтернет-дискурс як окремий тип дискурсу виділяється в системі інших типів за різними ознаками: за соціально-ситуативним параметром, тобто за сферою функціонування (В. І. Карасик), за сферою комунікації (А.Д. Белова) та за типом мовлення або каналом передавання інформації (Г.Г. Почепцов).

У реальному спілкуванні типи й види дискурсу нечасто зустрічаються у чистому вигляді, вони здебільшого змішуються й накладаються один на одного (І.І. Морозова, І.С. Шевченко). Політичний Інтернет-дискурс є результатом поєднання елементів Інтернет і політичного дискурсів. Під політичним Інтернет-дискурсом розуміємо складний комунікативний процес передачі інформації політичного характеру у вигляді вербальних та невербальних повідомлень у мережі Інтернет.

Дискурс веб-сайтів політичних партій є самостійним підтипом інституційного дискурсу з певною структурованістю, яка передбачає обов'язкові та факультативні компоненти веб-сайта, що свідчить про його нежорстко регламентовану, тобто варіативну структуру. Архітектоніка інституційного дискурсу включає в себе учасників, хронотоп, цілі, цінності, стратегії, тематику, різновиди і жанри, прецедентні тексти та дискурсивні формули [1].

Учасниками Інтернет-дискурсу веб-сайтів політичних партій є політична партія (адресант) та виборець (адресат). Політична партія виступає як соціальний інститут і має на меті презентувати адресату інформацію політичного характеру.

ПІД притаманні такі комунікативно-конститутивні ознаки: інтердискурсивність (В.Є. Чернявська), гіпертекстовість (А. Д. Белова, О.О. Селіванова), мультимедійність, інтерактивність, інтертекстуальність (В.Є. Чернявська, В. Sowinski), рекламність, сегментність (R. Kuhlen), мультилінійність (К.А. Прокопчук, А. А. Тютенко) та глобальність.

Інтердискурсивність ПІД виражається через симбіоз двох різних дискурсів – Інтернет та політичного. *Мультимедійність* ПІД виражена комбінацією мовних одиниць, графіки, відео, звуку, динамічного образу, анімації і таке ін. *Інтерактивність* ПІД сприяє точності в

комунікації, виявляючись через: використання різних інструментів, які забезпечують зворотний зв'язок адресата з адресантом, установлення комунікативних зв'язків між різними сайтами через використання навігаційних засобів (гіперпосилань) та застосування комунікативно значущих композиційних елементів на веб-сайтах – схеми, таблиці, відгуки тощо.

Інтертекстуальність ПД як "відображення залежності від інших текстів" [6] представлена двома типами – внутрішньою (гіперпосилання на тексти в межах одного веб-сайту) та зовнішньою (гіперпосилання на інші тематично близькі веб-сайти). Основними ознаками інтертекстуальності ПД є незавершеність, відкритість, внутрішня неоднорідність та множинність. *Рекламність* ПД виражена через зовнішню інтертекстуальність. *Сегментність* побудови вербального ПД, яка виражена у вигляді структурованих абзаців, розділів тощо, має як ієрархічний, так і неієрархічний характер. *Мультилінійність* ПД передбачає як когезивно закриті, так і відкриті, незавершені сегменти. Останнім притаманні усічення та розширення вербальної інформації. *Глобальність* простору ПД представлена вербальними (макротопоніми) та невербальними (фото, картини тощо) засобами.

Сьогодні сайт є одним з найбільш розповсюджених Інтернет-комунікативних жанрів, що активно еволюціонує та зазнає постійних трансформацій.

У жанровій системі сучасної Інтернет-комунікації, що представлена такими основними жанрами, як сайт, електронна пошта, чат, телеконференція, форум, гостьова книга, дошка оголошень і деякі інші, особливе місце сайту визначається тим, що ця жанрова форма не тільки виникла в Інтернет-комунікативному просторі (поряд з перерахованими жанрами), але й в процесі свого існування та функціонування в зазначеному середовищі зазнала якісних змін, перетворившись із переважно інформаційного в комунікативно-інформаційний феномен.

Сучасний сайт постає як гіпертекстове комунікативно-мовне утворення, що перебуває в постійній динаміці та фіксує як процес, так і результати Інтернет-комунікативної діяльності, що виражаються в сукупності взаємозалежних (тематично, семантично, інтенціонально, фізично) веб-сторінок.

Сайт політичної партії як жанровий різновид Інтернет-дискурсу характеризується такими конструктивними особливостями: 1) наявність структурних компонентів установлення та здійснення комунікативної взаємодії (адреса, назва, інформація про партію її лідерів і членів, механізми залучення до діяльності партії та фандрезенгу, блог, посилання на сторінку партії у соціальних мережах, відео-канал You Tube тощо); 2) орієнтація на певну жанрову норму Інтернет-комунікації політичної спрямованості; 3) креолізованість.

Розглянемо офіційні веб-сайти Республіканської [11] та Демократичної [10] партій США та Лейбористської [12] і Консервативної [9] партій Великої Британії.

До числа основних композиційних елементів веб-сайтів політичних партій, як свідчить проаналізований матеріал, належать сторінки, що містять дані про політичну партію – її назву, історію, програму, лідерів, інформацію про те, як можна стати членом партії, волонтером, надати матеріальну чи іншу допомогу, контактну інформацію та посилання на сторінку партії у соціальних мережах. Важливим елементом веб-сайтів політичних партій є комунікаційні платформи такі, як: блоги, підписки на розсилку електронною поштою, посилання на особисті сторінку партійних лідерів та сторінки партії у соціальних мережах Facebook, Twiter та відео-канал You Tube.

Усі ці форми комунікації на веб-сайті забезпечують організацію спілкування на регулярній основі, надаючи можливість не тільки оперативно передавати політичні повідомлення адресатам, а й отримувати їх реакцію у найбільш прийнятній і зручній для них формі спілкування.

Політичний дискурс у мережі Інтернет характеризується широким використанням візуальних, у тому числі графічних засобів для того, щоб привернути увагу та справити вплив на адресата інформації. Наприклад, візуальним елементом, який одразу привертає увагу, є кольорова гамма веб-сайтів політичних партій. Так, у палітрі веб-сайтів

Консервативної партії Великої Британії і Демократичної партії США домінує блакитний колір, який є офіційним кольором цих партій, а на веб-сайтах Республіканської партії США і Лейбористської партії Великої Британії переважає їх офіційних колір – червоний.

Яскравими диференційними маркерами є логотипи політичних партій: зелений дуб із написом *Conservatives* блакитного кольору у консерваторів Рис. 1 (використовується також зображення дубу кольору британського прапору), червона троянда із написом *Labour* білого кольору у лейбористів Великобританії Рис. 2, літера *D* блакитного кольору на білому фоні обведена колом синього кольору у демократів Рис. 3 та абрєвіатура *GOP* (Grand Old Party) і контури зображення слона червоного кольору у республіканців Рис. 4.



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4

Заслуговує на увагу зміна логотипу Консервативної партії Великої Британії з руки із факелом (Рис. 5), як символу сили, стійкості, призиву до дії – на дерево зеленого кольору (Рис. 7), а також на дерево кольору британського прапору (Рис. 6), яке використовується на веб-сайті партії.



Рис. 5



Рис. 6

Така еволюція логотипу пов'язана, на нашу думку, із намаганням привернути на свою сторону прихильників захисту навколишнього середовища, а нечіткість напису *Conservatives*, який виконаний у традиційному для партії блакитному кольорі, сприяє закріпленню нового "м'якого" іміджу партії.

Свідченням того, що партія намагається переконати виборців у тому, що вона змінює свою політику у відповідності до вимог часу є банер із написом *Conservatives It's time for change* (Рис. 7). Вплив на аудиторію здійснюється за допомогою парадоксальності фрази *Консерватори Настав час змін*, яка досягається використанням оксюмору.



Рис. 7.

На кожному із проаналізованих веб-сайтів є окремі розділи, адресовані молоді та жінкам, однак веб-сайти політичних партій США містять більш широку диференціацію цільової аудиторії. На веб-сайті Республіканської партії США є окремі розділи адресовані афроамериканцям, іспаномовним американцям і жінкам, а веб-сайт Демократичної партії має диференціацію по 17 цільовим аудиторіям:

- афроамериканці
- американці з особливими потребами
- американці єврейського походження
- американці азійського походження
- демократи, що мешкають за кордоном
- іспаномовні американці
- ЛГБТ
- корінні американці (Північно-Американські індіанці)
- молодь
- жінки
- ветерани та родини військових
- пенсіонери та люди похилого віку
- американці, що мешкають у сільській місцевості
- представники малого бізнесу та інші.

Веб-сайти політичних партій США мають сторінки іспанською мовою, чого немає на веб-сайтах партій Великої Британії, що свідчить про цільову адресованість роботи політичних партій США з іспаномовними виборцями.

Веб-сайти політичних партій дають змогу громадянам відкрито, чи при бажанні, анонімно висловлювати свої думки стосовно дій президента, уряду, коментувати політичні заяви і передвиборчі програми партій та, навіть, вести дебати. Обсяг тем, які обговорюються у блогах і на сторінках партій у соціальних мережах охоплюють майже всі кола питань. У розділі *Blue Blog* на веб-сайті консерваторів теми розподілені більш ніж 20 категоріями: *Economy, Health, Climate Change and Energy* та інші. На веб-сайті Демократичної партії США теми для обговорення окрім блогу представлені у розділі *Issues*. Веб-сайт Республіканської партії США у період виборчої кампанії 2012 року окрім загальних тем для обговорення у розділі *Blog* містить посилання на окремий веб-сайт *Obama isn't working* [00] на якому аналізуються і критично обговорюються пункти програми, які не виконав діючий президент Барак Обама. Для того, щоб краще привернути увагу і мати більший вплив на адресатів було використано такі заголовки: *Party of Lies, Glaring Omission, Recycled Promises*.

Аналіз коментарів, наданих громадянами, та кількість відвідувачів кожного форуму дозволяє окреслити саме те коло питань, яке найбільше турбує громадян у певний період. Більше того, надання можливості громадянам висловлювати свої думки через Інтернет значно спрощує процедуру обробки інформації порівняно з соціологічними опитуваннями. А виокремлення питань найбільшої соціальної ваги сприяє правильному добору тем майбутніх промов партійних лідерів та оптимальному вибору мовних одиниць для реалізації комунікативного впливу на адресата.

Швидкий розвиток комп'ютерних технологій сприяв розповсюдженню мультмедіа, зокрема глобальної електронної мережі Інтернет, відповідним сегментом якої стала політична комунікація.

Політичний Інтернет-дискурс – це надзвичайно складне явище, поєднання вербальної та невербальної комунікації, і його вивчення набуває нового значення, адже воно включає аналіз декількох дискурсів і відкриває нові напрями суто лінгвістичного та інтердисциплінарного дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
2. Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знания о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
3. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. М. Приходько – Запоріжжя: Прем'єр, 2008. – 332 с.
4. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
5. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры: Изд. 2-е, испр. и доп. / Ю. С. Степанов – М.: Академический Проект, 2001. – 990 с.
6. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие / В.Е. Чернявская – М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 248 с.
7. Cook Guy. The Discourse of Advertising. London: Routledge, 1990. – 178p.
8. <http://www.conservatives.com>
9. <http://www.democrats.org>
10. <http://www.gop.com>
11. <http://www.labour.org.uk>
12. <http://www.obamaisntworking.com>

УДК 811.111'371

Наталья Бигунова
(Одесса)

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО АКТА ПОХВАЛЫ (на материале современного англоязычного художественного дискурса)

Статтю присвячено функціонально-семантичному дослідженню позитивно-оцінного мовленнєвого акту похвали. Висвітлені об'єкти мовленнєвого акту похвали. В статті також описані лексичні, граматичні та стилістичні особливості мовленнєвого акту похвали.

Ключові слова: оцінка, мовленнєвий акт, похвала.

The article is dedicated to the functional-semantic research of the positive evaluative praise speech act. The objects that might be praised have been established. The article also discusses lexical, grammatical and stylistic peculiarities of praise speech act.

Key words: evaluation, speech act, praise.

Гедонистические концепции занимают особое место в теории мотивов деятельности: всякая деятельность подчиняется максимизации положительных и минимизации отрицательных эмоций. Достижение удовольствия и освобождение от страдания являются важнейшими мотивами, движущими человеком. Максимизация положительных эмоций достигается, в частности, в речевых актах (РА) положительной оценки, к которым относим одобрение, похвалу, комплимент и лесть.