

## ОСОБЛИВОСТІ ВЕБ-ДИСКУРСУ НА МАТЕРІАЛІ ПОЛЬСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

*У статті здійснюється аналіз та визначаються особливості  
політичного дискурсу у мережі Інтернет на матеріалі польського  
політичного дискурсу.*

Новітні інформаційні технології, що бурхливо розвиваються, створюють сучасний інформаційний простір, який має широку аудиторію. З'являється можливість моментально передавати дані завдяки розвитку супутникових технологій. До новітніх інформаційних технологій належить всесвітня мережа Інтернет, яку вже називають п'ятою владою. Нового звучання набувають традиційні засоби ЗМІ – газети, радіо, телебачення.

Предметом дослідження цієї розвідки є аналіз політичного дискурсу у мережі Інтернет.

Мета дослідження полягає у виявленні специфічних особливостей веб-дискурсу президента та уряду Польщі.

Робота має зв'язок з актуальною тематикою досліджень різновидів та особливостей дискурсу. Результати дослідження можуть слугувати необхідним підґрунтям для опису веб дискурсу політиків і політичних партій.

Аналіз веб-дискурсу здійснюється, головним чином, на матеріалі веб-сайту новин ВВС та офіційних сайтів президента та уряду Польщі.

Остання декада ХХ століття пройшла під знаком розвитку Інтернету. На сучасному етапі мережа складається із мільйонів комп'ютерів, сполучених кабельними і супутниковими лініями зв'язку, і кількість користувачів інформаційними ресурсами постійно зростає. Інтернет стає глобальним засобом масової інформації, що радикально відрізняється від попередніх формою викладу матеріалу, представленням інформації, що відповідно впливає на її сприйняття. Сервіси Інтернету, тобто, види відправлення, передачі і отримання інформації розділяють на дві групи: офф-лайнові та он-лайнові. Суттєва різниця цих сервісів полягає в часі отримання і передачі інформації по мережі. Для он-лайнових сервісів характерна передача і отримання інформації в режимі реального часу. Ознакою офф-лайнових сервісів є відключення користувача від каналу передачі даних. Основними офф-лайновими сервісами є електронна пошта й групи новин (news). Найбільш поширеними он-лайн сервісами

вважаються WWW, Internet Relay Chat (IRC), ICQ, програма швидкого зв'язку [1:24].

Одним з найбільш популярних і зручних у користуванні інформаційних сервісів є веб-сайт World Wide Web (WWW), створений на принципах гіпертексту. Сьогодні існує мінімум 30 тисяч серверів такого типу.

У сфері Інтернету дискурс набуває нових динамічних характеристик, які розширюють зону дослідження. Зокрема аналіз 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 [2:1]. Також необхідно враховувати графічну (візуальну) форму представлення інформації, її розміщення та дизайн [Brown and Yule: 1988,6-9] – всі аспекти оформлення веб сторінки.

Матеріальною формою веб-дискурсу є гіпертекст. Термін "гіпертекст" був введений в 1965 році Тедом Нельсоном на позначення певного утворення, інформаційних текстів сполучених між собою за допомогою ключових слів [3:67]. Однак ідея цього поняття зародилася ще в 1945 році. У статті "As We May Think" Ванневар Буш описав своє бачення системи поєднання і збереження різного виду інформації, називаючи її "memex" [4:67]. В основі цієї ідеї було створення центрального електронного архіву інформації з можливістю поповнення цього архіву користувачами. Хоча існують різні підходи щодо тлумачення і визначення гіпертексту ("гіпертекст – це спосіб організації інформації, при якому дані зберігаються у вигляді сітки вузлів, сполучених зв'язками" [5:64], "система гіпертексту – це система унікального методу передачі та отримання інформації, семантична сітка, що поєднує текстовий матеріал і механічні процеси" [4:47], спостерігається неузгодженість термінології в різних теоретичних працях (наприклад, є декілька термінів поняття "зв'язка" – "link", "texton", "scription" [6:60-61]). Ми розглядаємо гіпертекст як сполучені за допомогою зв'язок тексти, які можуть бути сегментами того чи іншого документу, при чому читач може творити свій текст, вибираючи дорогу серед доступних ресурсів. Таким чином гіпертекст втілює нову форму інтертекстуальності, перетворюючи потенційні сполучення на реальні [7:121].

Гіпертекст складається з вузлів (концептів) та зв'язок (стосунків). Вузол, як правило представляє один концепт або ідею. Він може включати текст, графіку, анімацію, аудіосупровід та відеофрагменти. Це основний носій семантичної інформації [8:16].

Для того, щоб запобігти беззмістовному представленню інформації, що може викликати розгубленість і шок у реципієнта, на веб сайтах розміщують таблиці та індекси, які допомагають орієнтуватися у даному матеріалі. При виборі індексів широко застосовується принцип сегментації навколишнього світу. За словами Д.Шіфрін категоризація не лише дає змогу адресанту надавати системну інформацію про світ, вона також сприяє орієнтації читача в безмежній кількості одночасно доступних джерел [9:86]. Наприклад, на веб-сайті новин BBC використовується розподіл на групи (world, weather, business, sport, technology, travel, newsbrief, main page, in-depth), а також додано ще такі вагомні для соціокультурної формації секції як politics, law, space, health, entertainment, education, career. Кожна назва секції оформлена як зв'язка і присутня на всіх сторінках цього сайту, так що читач може швидко знайти, те, що його цікавить, або звернутися до головної сторінки, представленої у формі таблиці назв основних статей, доступ до кожної з них можна отримати через зв'язку full story.

Гіпертекстова форма представлення повідомлення визначає нові стосунки між учасниками комунікації – адресатом та адресантом. Якщо за класичною моделлю Р.Якобсона джерелом, автором повідомлення є лише адресант, і адресат не може вплинути на процес творення, то при розгляді веб дискурсу потрібно пам'ятати, що адресат є частково і творцем, адже він визначає послідовність інформаційного потоку, впливаючи при цьому на контекст повідомлення.

Незважаючи на свободу вибору надану адресату, контроль і управління з боку першотворця відіграють значну роль і не повинні залишатися поза нашою увагою. Норман Феїрклоф вважає, що гіпертекстовий дискурс є унікальним поєднанням "face to face" дискурсу презентацій і одностороннього дискурсу мас медіа [ 10:52]. Характерною рисою для обох типів є авторитарний вплив на адресата. Запозиченими рисами " face to face " дискурсу можна вважати те, що зміст і розташування матеріалу визначаються автором, зв'язки можуть виступати у вигляді відповідей на інтерполяційні питання і бути чітко фіксованими, обмежуючи при цьому процес навігації і нав'язуючи читачеві певний шлях.

Особливістю веб-дискурсу є те, що гіпертекст, структурними одиницями якого є вузли (концепти) та зв'язки (стосунки), має можливість комбінувати різні типи дискурсів, поєднуючи при цьому письмову і розмовну мову, графіку, зображення, анімацію, музику та звукове оформлення, відео, ігри, навіть включати фрагменти телебачення та радіо.

Широке розповсюдження Інтернету дає змогу виділити окремий різновид політичного дискурсу – політичний дискурс у мережі

Інтернет, який орієнтовано на величезну аудиторію що розрізняється за багатьма факторами, головними з яких є стать, соціальний стан і вік.

Розглянемо офіційні сайти президента Польщі Леха Качинського ([www.president.pl](http://www.president.pl)) та уряду Польщі ([www.sejm-wielki.pl](http://www.sejm-wielki.pl)) Політичний дискурс у мережі Інтернет характеризується широким використанням візуальних, в тому числі графічних засобів, для того, щоб привернути увагу та справити вплив на адресата інформації. Наприклад, візуальним елементом, який одразу привертає увагу на сайті президента, є біло-червоні кольори – кольори державного прапора Польщі. Найбільш вагомим висловлювання виділяються, переважно, синім кольором, а також великими, жирними літерами. Кожна веб-сторінка сайту має свою назву і використовується розподіл на групи: main page, achieve events, press office, gallery etc.

Інтерактивний зв'язок надає президенту можливість проводити „постійну” виборчу кампанію („permanent campaign”) та привертати більше уваги, що сприяє підвищенню публічної довіри до уряду.

Інтернет також дає змогу громадянам анонімно висловлювати свої думки стосовно дій уряду, президента та, навіть, вести дебати. Ця рубрика розташована на офіційному сайті сучасного уряду та президента Польщі під назвою Have Your Say та виступає як приклад реакції громадян на дії уряду. Розділи цієї рубрики – форуми – відрізняються розмаїттям. Вони охоплюють майже всі кола питань, які можуть викликати інтерес громадян, наприклад: Government, Education, Defence, Economy, Globalisation, Welfare Reform. Аналіз коментарів, наданих громадянами, та кількість відвідувачів кожного форуму дозволяє урядові окреслити саме те коло питань, яке найбільше турбує громадян у певний період. Більше того, надання можливості полякам 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 урядовців та оптимальному вибору мовних одиниць для реалізації комунікативного впливу на адресата.

Існування цього сайту та безперечна зацікавленість громадян у можливості висловити свої думки свідчить про демократичність уряду Польщі.

У сучасному суспільстві отримати будь-яку інформацію можна не лише через пресу або TV. Швидкий розвиток комп'ютерних технологій сприяв розповсюдженню мультмедіа зокрема глобальної електронної мережі Інтернет, відповідним сегментом якої стала політична комунікація

Веб-дискурс – це надзвичайно складне явище, поєднання вербальної та невербальної комунікації і його вивчення набуває нового значення, адже воно включає аналіз декількох дискурсів, представлених на World Wide Web і відкриває нові парадигми лінгвістичного та інтердисциплінарного дослідження.

### **Список використаних джерел та літератури**

1. Vitale Joe. Cyber writing: how to promote your product or service online. New York: Amacom / American Management Association, 1997. – 138 p.
2. Cook Guy. The Discourse of Advertising. London: Routledge, 1990. – 178 p.
3. Nelson Ted. A File Structure for the Complex. The Changing and The Intermine, ACM 20th National Conference, 1965. – 148 p.
4. Conklin Jeff. Hypertext: An Introduction and Survey, IEEE Computer, September, 1987.
5. Smith John and Weiss Stephen. An Overview of Hypertext, CACM, July 1988. – 264 p.
6. Aarseth Espen J. Nonlinearity and Literary Theory. In Landow, George P. Hyper/text/theory. Baltimore: John Hopkins University Press, - 1994. – 106 p.
7. Yates Simeon. English in Cyberspace. In Godman, Sharon and David Graddol. Redesigning English. New texts, new identities. London-New York: Routledge, 1996. – 246 p.
8. Rada Roy. Hypertext: From Text to Expert, McGraw Hill Publishers, 1991. – 189 p.
9. Schiffrin D. Approaches to Discourse. Oxford: Blackwell, 1994. – 167 p.
10. Fairclough Norman. Language and Power. London-New York: Longman, 1990. – 203 p.
11. [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk).
12. [www.en.wikipedia.org/wiki/Politics\\_of\\_Poland](http://www.en.wikipedia.org/wiki/Politics_of_Poland).
13. [www.president.pl/x.node?d=434](http://www.president.pl/x.node?d=434)
14. [www.sejm-wielki.pl/B.php?o=sw.11842](http://www.sejm-wielki.pl/B.php?o=sw.11842)

### ***N. Pawlenko. Szczegóły web-dyskursu na materiałach polskiego politycznego dyskursu.***

*W artykule zrobiono analizę oraz wyznaczono polityczny dyskurs w sieci Internetu na podstawie politycznego dyskursu polskiego.*

### ***Pavlenko N.O. The Peculiarities of web discourse on polish political discourse material.***

*The article deals with the peculiarities and analysis of political discourse in Internet on polish political discourse material.*