

МОВЛЕННЄВІ РЕСУРСИ КОНСТРУЮВАННЯ РЕФЛЕКСИВНОЇ СУБ'ЄКТНОЇ ПОЗИЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-БЛОЗІ

Постановка наукової проблеми. Життя сучасного соціуму неможливо уявити без новітніх інформаційних технологій, які відіграють важливу роль у всіх сферах людського буття. Інтернет як глобальний поліфункціональний засіб масової комунікації надає користувачеві необмежені можливості самовиразитися, розповісти про себе та про свої погляди широкому загалу. Сьогодні з-поміж усіх способів спілкування у Всесвітній мережі (електронна пошта, форуми, чати і т. ін.) блоги користуються найбільшою популярністю, оскільки дозволяють користувачам не лише обговорювати певні проблеми, а й будувати соціальні стосунки зі своїми читачами та іншими блогерами. Таким чином, людина як суб'єкт дискурсивної діяльності [13], вступаючи в онлайн-інтерацію, публічно маніфестує своє ставлення до предмета мовлення, інших суб'єктів та власних переконань, тобто позиціонує себе за допомогою різноманітних мовно-семіотичних засобів.

Аналіз останніх досліджень. На сучасному етапі розвитку лінгвістичних досліджень проблема суб'єктного позиціонування набуває дедалі більшої актуальності, про що свідчать наукові пошуки як вітчизняних [7; 11; 12; 26], так і закордонних [16; 17; 18; 20; 21; 25; 26] учених. Сьогодні активно вивчається зміст поняття «позиція суб'єкта дискурсивної діяльності» [7; 12; 13; 17], його різновиди [5; 12; 13; 16; 22], інтеракційна природа позиціонування [18; 22; 27], соціальні [21; 23] та соціокогнітивні [12; 13] аспекти стансу [13, с. 63], особливості позиціонування в Інтернет-мережі [25; 26] та ін.

Буття сучасної людини протікає в двох вимірах – реальному та віртуальному, причому кожен із них відіграє однаково важливу роль в організації суспільного життя. Інформатизоване та технізоване ХХІ століття диктує свої вимоги, серед яких найважливішою є необхідність у безперервному доступі до інформації. Саме тому загальною тенденцією сучасного політичного, професійного та ділового світу є орієнтація на мережеві засоби комунікації, до яких, безперечно, належить і блог. «Персональна розповідь» [4; 13] або «наратив» [24] користувача, опублікований в Інтернеті з метою вираження власних поглядів, емоцій, переконань, стає доступним широкому загалу, а отже, виявляється стансом – соціально значущою позицією [12, с. 322]. У зв'язку з цим безсумнівною є **актуальність** дослідження лінгвальної специфіки позиціонування в дискурсі Інтернет-блогу.

Мета статті полягає в виокремленні типів стансів, що їх займають суб'єкти дискурсивної діяльності (далі – СДД) у дискурсі Інтернет-блогу, та виявленні мовленнєвих маркерів їх актуалізації.

Досягнення поставленої мети можливе за умови вирішення таких **завдань**: дати визначення поняттю «позиція суб'єкта дискурсивної діяльності», узагальнити відомості наукових розвідок стосовно класифікації суб'єктних позицій, виокремити типи позицій СДД в Інтернет-блзозі та дослідити способи їх актуалізації засобами мови різних рівнів.

Матеріалом для нашого дослідження слугували фрагменти письмових повідомлень, опублікованих у персональних блогах відомого політика, екс-кандидата на посаду президента США Гіллари Клінтон [15], та популярного американського актора, письменника й блогера Віла Вітона [28]. Дослідження ґрунтується на методологічних засадах комунікативно-діяльнісного підходу до мови й мовлення, який активно розвивається в лінгвістиці останніх років [6; 9]. Застосовані методи дискурс-аналізу, конверсаційного й лінгвостилістичного аналізу дозволили виявити структурні, лексико-граматичні та стилістичні маркери позиціонування суб'єкта в дискурсі Інтернет-блогу й пояснити їхній прагмакомунікативний і соціолінгвістичний потенціал.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Визначення позиції суб'єкта дискурсивної діяльності (англ. “stance”) викликає немало труднощів. Цей складний феномен не новий у лінгвістиці. Близькими йому за значенням є терміни «модальність» (modality) [20], «оцінка» (evaluation) [19], «евіденційність» (evidentiality) [14], які вже давно перебувають у фокусі уваги науковців. У вітчизняних дослідженнях уживаються такі еквіваленти поняття «станс», як «пропозиційна / ментальна / когнітивна / смислова установка» [8], «точка зору», «модус» [3], «модальність» [1], «позиція» [2] тощо. Ми, слідом за Ущиною В.А., надаємо перевагу терміну «позиція суб'єкта дискурсивної діяльності» або «суб'єктна позиція» (позиція СДД, станс) [13], оскільки його зміст охоплює всі вищеперераховані аспекти позиціонування. Таким чином, позиція суб'єкта дискурсивної діяльності в найзагальнішому розумінні стосується дискурсивного вираження автором усного висловлення або письмового твору власних поглядів, почуттів, суджень або оцінок не лише стосовно предмета спілкування, а й стосовно інших учасників мовленнєвої взаємодії [12; 17; 22; 23].

Зважаючи на багатовекторність феномена позиціонування, у гуманітарних науках досі не існує єдиної універсальної класифікації позицій СДД. Так, М.Д. Лаптева виокремлює соціальні (або статусні), особистісні та рольові позиції [5], де 1) соціальна позиція пов'язана з очікуваннями суспільства або окремої соціальної групи; 2) особистісна позиція відображає ставлення людини до дійсності в вигляді моральних установок та цінностей; 3) рольова позиція асоціюється з моделями спілкування, які засвоюються особистістю в процесі її соціалізації та залежать від певних комунікативних умов [5, с. 11].

В останні роки дослідники стансу все частіше звертають увагу на його інгерентно інтеракційну природу [17; 22; 23]. Ідеться про те, що поряд із суб'єктністю позиціонуванню притаманна міжсуб'єктність, адже ми рідко формуємо свої погляди, вірування й уподобання в повній ізоляції, поза межами взаємодії з іншими суб'єктами комунікації. Уперше цю ідею висловили ще Б. Дейвіс і Р. Харре у своїй знаменитій праці «Positioning: The Discursive Production of Selves», у якій суб'єктно орієнтовані позиції називали рефлексивними, а міжсуб'єктні – інтерактивними [16, с. 48]. Таке розмежування набуває особливої ваги в дослідженні Інтернет-дискурсу через його глобальну поширеність і загальну доступність.

Таким чином, доходимо важливого для нашої розвідки висновку, що станс – це динамічне ситуативно залежне дискурсне утворення, у якому виділяються індивідуально-особистісний та інтеракційно-міжособистісний ракурси, що актуалізуються шляхом використання відповідних стансовиражальних та стансоконструювальних мовно-семіотичних ресурсів [10]. Сукупність позицій, які суб'єкт займає в процесі спілкування, формує його / її ідентичність, тобто людина (особистість) не є «готовим продуктом», а конструює своє «Я» в інтеракції з іншими суб'єктами комунікативних практик.

На думку Ущиної В.А., у складі суб'єктних позицій виділяються епістемічний та афективний компоненти [12]. В епістемічному компоненті позиціонування відображається об'єктивна інформація про походження знань мовця щодо предмета мовлення, а також суб'єктивна рефлексія, що ґрунтується на поточних параметрах ситуативного контексту; емоційні й оцінні аспекти позиції суб'єкта дискурсивної діяльності становлять афективний складник позиціонування, у якому відображаються емоції, почуття, оцінки й ставлення суб'єкта стосовно предмета мовлення та інших суб'єктів і який реалізується інтеракційно за допомогою різноманітних мовних ресурсів [12, с. 234–235]. Проте, як стверджує автор, афективний та епістемічний компоненти позиції СДД розділені штучно. Насправді ж вони нерозривно пов'язані й не існують одна без одної, оскільки емоційним станом мовця активується його аксіологічна діяльність, провокуючи оцінний зміст його суджень під час позиціонування, а знання щодо предмета мовлення подекуди слугують тригером для виникнення певних емоцій, почуттів та оцінок [12, с. 177].

Середовищем реалізації суб'єктних позицій є дискурс. Сьогодні вже не виникає жодних сумнівів щодо існування так званого «комп'ютерного» («електронного») дискурсу, різновидом якого є Інтернет-блог. Основна комунікативна мета блогінгу – прагнення людини представити себе та / або свої погляди й переконання світові, тобто позиціонувати себе в дискурсивному середовищі віртуальної реальності. Таким чином, блог стає одним з інструментів конструювання авторської ідентичності в умовах електронної комунікації.

Основою авторського блогу є персональна розповідь, що створюється користувачем Всесвітньої мережі не лише для того, щоб публічно представити важливі для нього / неї життєві події, а й акцентувати увагу читача на власній особистості. Отже, повідомляючи широкому загалу про свої погляди і якості, блогер ставить себе в центр генерованого ним / нею дискурсу, тобто займає особистісну суб'єктну позицію, яку надалі, слідом за Б. Дейвісом та Р. Харре, називатимемо «рефлексивною», а позиції, які співконструюються суб'єктами дискурсивної діяльності в процесі мовленнєвої взаємодії, будемо тлумачити як інтерактивні [16]. Згідно з дослідженням науковців рефлексивне позиціонування – це процес, у якому суб'єкт інтенційно або неінтенційно позиціонує себе [16, с. 48]. Далі зупинимось детальніше на рефлексивному позиціонуванні.

Пропонуємо розглянути особливості конструювання рефлексивних суб'єктних позицій на прикладі персональної розповіді, опублікованої в авторському блозі Г. Клінтон.

1. *“Remember when Republican candidates wanted to defund Planned Parenthood? So do we.*

A funny thing happens when you work on behalf of children and families. You start noticing how often politicians dismiss the problems you spend your time thinking about...

Well, I am a proud lifelong fighter for so-called “women’s issues”. I believe that what’s good for women is good for America... I believe I’m the most qualified candidate for President. I want to be elected on the merits—and I believe one of the merits is that I’m a woman.. I’ve spent my whole life fighting for women and families because I believe that they matter to our nation and world—and because their struggles speak to my heart. I think it’s time for a President like that... I come to this issue as a woman, a mother, a grandmother.” [15].

У наведеному фрагменті блогер коментує намір членів республіканської партії припинити фінансування Центру планування сім'ї, презентуючи свій станс стосовно обговорюваного питання. Передусім автор вводить тему повідомлення за допомогою риторичного запитання: «Пам'ятаєте, коли республіканці хотіли припинити фінансування Центру планування сім'ї?» (*“Remember when Republican candidates wanted to defund Planned Parenthood?”*), у якому імплікуються негативні наслідки такого вчинку. Коротка відповідь блогера на власне запитання «І ми також» (*“So do we”*) базується на стилістичному прийомі інверсії, що не лише емоційно увиразнює «мовлення» політика (маркує афективний компонент позиціонування), а й акцентує персональні переконання Г. Клінтон. Інклюзивний займенник «ми» (*we*), разом із прагматичною функцією солідаризації, емоційного залучення, слугує атрактором уваги читачької аудиторії до особистості автора блогу. Отже, змінюється предмет «розмови»: політик більше не «говорить» про важливість фінансування Центру планування сім'ї, а фокусується на власних поглядах та характеристиках, тобто стає об'єктом власного мовлення, займаючи рефлексивну суб'єктну позицію, маркерами якої є:

1) особові займенники «я» (*I*), який блогер постійно повторює з метою фокусування уваги читачької аудиторії на своїй (Г. Клінтон) персоні, та «ми» (*we*), що використовується задля залучення своїх прихильників до гіпотетичної згоди з власними суб'єктними позиціями як такими, що не збігаються з позиціями представників конкурентів;

2) модальні оператори «вірити» (*believe*), «думати» (*think*), що маніфестують епістемічний аспект суб'єктного позиціонування;

3) атрибутивні словосполучення з позитивною семантикою «гордий постійний борець» (*a proud lifelong fighter*), «найдостойніший кандидат у президенти» (*the most qualified candidate for President*), що характеризують аксіологічне ставлення автора до своєї особистості та становлять афективний компонент акту позиціонування.

Таким чином, людина як суб'єкт дискурсивної діяльності, займаючи рефлексивну позицію в Інтернет-комунікації, фокусує увагу (власну й читачької аудиторії) на тих особистих специфічних «гранях», які, на його / її думку, допоможуть досягти основної мети позиціонування – надати власним точкам зору й індивідуальним смислам соціокультурної ваги [12, с. 151–152]. Отже, блогер в онлайн-розповідях «про себе» має змогу маніфестувати декілька особистісних позицій одночасно (наприклад, суб'єктні позиції жінки, матері, подруги тощо), що є специфічними для кожного окремого індивіда та проявляються під впливом певних індивідуально-ситуативних чинників. Такі стани надалі будемо тлумачити як «специфічні рефлексивні позиції» (далі – СРП).

На прикладі фрагмента 1 розглянемо СРП Гілларі Клінтон, що зумовлені її професійною діяльністю та соціальним статусом:

1) СРП 1 «борець за права жінок» (*“I am a proud lifelong fighter for so-called “women’s issues”;*”

2) СРП 2 «достойний кандидат на посаду президента США» (*“I believe I’m the most qualified candidate for President; I think it’s time for a President like that”;*

СРП 3 «жінка», «жінка-мати», «жінка-бабуся» (*“I’m a woman; I come to this issue as a woman, a mother, a grandmother”*).

Таким чином, рефлексивний станс – це узагальнююче поняття, що об'єднує в собі специфічні типи особистісних суб'єктних позицій, які залежать не лише від ситуативних умов комунікативної взаємодії, а й від індивідуальних характеристик мовця. Так, наступний приклад, узятий із персонального блогу Віла Вітона, ілюструє СРП блогера «громадянин Сполучених Штатів Америки»:

2. *“I am so disgusted by my government, and the cowards in Congress who refuse to stand up to the popular vote loosing madman who currently sits in the White House, so profoundly out of his depth, he can be controlled by a neonazi and sent off to watch a children’s movie while thousands upon thousands of my fellow Americans take to the streets to challenge and resist his deplorable, unconstitutional, Fascist actions.*

Yet I am also proud, inspired and comforted by the millions of people not just in America, but around the world, who are standing up and declaring that we will fight this despicable scourge, this illegitimate, incompetent, corrupt, hateful, bigoted, petty tyrant, and everything he stands for. We will fight him until he is defeated...” [28].

У представленому вище фрагменті йдеться про думки та почуття автора стосовно актуальної для всього американського суспільства теми «Новий парламент під керівництвом Дональда Трампа». Блогер, як відома особа та громадянин США, не лишається осторонь, а чітко ілюструє своє невдоволення новообраним президентом. Тому маркерами СРП слугують:

1) займенник I особи однини «я» (*I*), що виконує функцію атрактора уваги потенційного читача до особистих переконань автора;

2) інклюзивний займенник «ми» (*we*), що ілюструє не лише належність автора до американського суспільства, а й вказує на спільні цінності блогера і його «товаришів-американців» (*my fellow Americans*);

3) емоційно марковані лексичні одиниці «огидно» (*disgusted*), «гордий» (*proud*), «натхненний» (*inspired*), «заспокоєний» (*comforted*), що являють собою не лише маркери афективного стансу блогера, а й створюють чітке протиставлення між негативним ставленням автора до парламенту та його схвальними відгуками про борців проти режиму Трампа.

Крім того, у проаналізованому фрагменті Інтернет-повідомлення автор також вдається до прямої несхвальної характеристики тих політиків, які підтримують нового президента та, власне, самого очільника Білого Дому, тим самим конструюючи ще одну СРП – «противник Трампа». Маркерами такої позиції є:

1) лексичні одиниці з яскраво вираженою негативною семантикою, що відображають афективний станс мовця, а саме:

а) іменники «боягузи» (*cowards*), «безумець» (*madman*), «кара» (*scourge*), «тиран» (*tyrant*), що виконують функцію непрямой номінації політиків та вказують на негативне ставлення автора до владної верхівки;

б) низка прикметників: «жалюгідний» (*deplorable*), «неконституційний» (*unconstitutional*), «фашистський» (*fascist*), «мерзенний» (*despicable*), «незаконний» (*illegitimate*), «некомпетентний» (*incompetent*), «продажний» (*corrupt*), «ненависний» (*hateful*), «нетерпимий» (*bigoted*), «дріб'язковий» (*petty*), за допомогою яких блогер якнайповніше характеризує нову владу та виражає свій протест проти президентства Дональда Трампа;

2) гіперпосилання (виділений кольором текст, натиснення на який активізує гіперпосилання, тобто перехід на іншу веб-сторінку): *“cowards”, “controlled”, “neonazi”, “sent off to watch a children’s movie”, “inspired”, “millions”, “we will fight”, “incompetent”, “We will fight him”*, які тим чи іншим чином пов'язані із закличками до повалення режиму новообраного президента.

Висновки. Таким чином, позиціонування – це складний динамічний феномен, результатом якого є станс – соціально значуща позиція, що містить інформацію про ознаки учасника дискурсу як особистості, як члена певної соціально-культурної групи та як учасника процесу конструювання соціальних значень. Зосереджуючи увагу на особистих афективно-епістемічних якостях, людина як суб'єкт інтеракції перетворюється на об'єкт власного висловлення, тобто займає рефлексивні позиції в дискурсі, що є специфічними для кожного окремого індивіда

та проявляються під впливом певних особистісно-ситуативних чинників. Маркерами специфічних рефлексивних позицій слугують: 1) займенники: а) І особи однини (*I*), що є атрактором уваги читача до суб'єкта комунікативної взаємодії; б) І особи множини (*we*), що виконує прагматичну функцію солідаризації та емоційного залучення читацької аудиторії; 2) лексичні одиниці (іменники, прикметники) як із позитивною, так і з негативною семантикою, що слугують інструментом для конструювання афективного аспекту рефлексивних позицій; 3) модальні дієслова (пропозиційні предикати "*I think / I believe*"), що актуалізують епістемічний компонент рефлексивного позиціонування.

Перспективою подальших досліджень є вивчення інтеракційних особливостей позиціонування на основі читацьких коментарів до авторських повідомлень, опублікованих у персональних Інтернет-блогах.

Література:

1. Виноградов В.В. О категории модальности и модальных словах в русском языке / В.В. Виноградов // Труды ин-та русского языка АН СССР, 1950. – Т. 2. – С. 38–79.
2. Ворожцова И.Б. Культура общения в речевом взаимодействии: речевой субъект на перекрестке культур : [уч. пособие] / И.Б. Ворожцова. – Ижевск : Удмуртский гос. ун-т. – 2007. – 171 с.
3. Зеленщиков А.В. Пропозиция и модальность / А.В. Зеленщиков. – СПб : Изд-во С.-Петербурга. ун-та, 1997. – 244 с.
4. Кравченко Н.К. Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурс-анализа : [науч.-практ. пособие] / Н.К. Кравченко. – Луцк : Вольнополиграф, 2012. – 251 с.
5. Лаптева М.Д. Позиция в структуре профессионального общения : автореф. дис. ... канд. психол. наук / М.Д. Лаптева ; Исследоват. центр проблем качества подготовки спец. – М., 1999. – 24 с.
6. Морозова О.І. Діяльнісний стиль мислення у лінгвістичних дослідженнях / О.І. Морозова // Вісник Харківського національного ун-ту імені В.Н. Каразіна. – 2008. – № 811. – С. 41–45.
7. Морозова О.І. Stance: позиція суб'єкта дискурсивної діяльності в дослідженнях / О.І. Морозова // Вісник Київського національного лінгвістичного ун-ту. – Сер. : Філологія. – 2011. – Т. 14, № 1. – С. 87–93.
8. Олікова М.О. Когнітивно-комунікативні характеристики еліпсису / М.О. Олікова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/25175/1/Olikova.pdf>.
9. Пшеничних А.М. Діяльнісний підхід до вивчення особливостей реперспективізації ситуації комунікантами / А.М. Пшеничних // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2010. – № 928. – С. 52–58.
10. Ущина В.А. Афективне позиціонування суб'єкта дискурсивної діяльності в англійській комунікативній ситуації ризику / В.А. Ущина // East European Journal of Psycholinguistics. – Vol. 3. – Number 1. – Lutsk: Lesya Ukrainka Eastern European National University, 2016. – P. 131–139.
11. Ущина В.А. Модальні засоби суб'єктного позиціонування в англійському медіа-дискурсі / В.А. Ущина // Нова філологія. Збірник наукових праць. – Вип. 57. – Запоріжжя : ЗНУ, 2013. – С. 93–98.
12. Ущина В.А. Позиціонування суб'єкта в англійському дискурсі ризику: соціокогнітивний аспект : [монографія] / В.А. Ущина. – Луцк : Вежа-Друк, 2015. – 380 с.
13. Ущина В.А. Позиціонування суб'єкта в сучасному англійському дискурсі ризику : дис. ... д-ра. філол. наук : 10.02.04 / В.А. Ущина. – К. : Київський національний лінгвістичний ун-т, 2016. – 500 с.
14. Biber D. Styles of stance in English: Lexical and grammatical marking of evidentiality and affect / D. Biber, E. Finegan // Text. – 1989. – Vol. 9, Issue 1. – P. 93–124.
15. Blog – Персональний блог Гіллари Клінтон [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.facebook.com/hillaryclinton/?ref=page_internal.
16. Davies B. Positioning: The Discursive Production of Selves / B. Davies, R. Harré // Journal for the Theory of Social Behavior. – 1990. – № 20 (1). – P. 43–63.
17. Du Bois J. The Stance Triangle / J. Du Bois // Stancetaking in Discourse / ed. by R. Englebretson. – Amsterdam : John Benjamins, 2007. – P. 139–182.
18. Englebretson R. Stancetaking in Discourse: An Introduction / R. Englebretson // Stancetaking in Discourse: Subjectivity, Evaluation, Interaction ; ed. by R. Englebretson. – Amsterdam : John Benjamins, 2007. – P. 1–25.
19. Hunston S. Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse / S. Hunston, G. Thompson. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 225 p.
20. Hyland K. Stance and Voice in Written Academic Genres / Ken Hyland. – London ; New York : Palgrave Macmillan, 2012. – 280 p.
21. Jaffe A. Introduction : The Sociolinguistics of Stance / A. Jaffe // Stance: Sociolinguistic Perspectives / ed. by A. Jaffe. – Oxford : OUP, 2009. – P. 3–28.
22. Kärkkäinen E. Epistemic stance in English Conversation: A Description of Its Interactional Functions, with a Focus on I Think / E. Kärkkäinen. – Amsterdam : John Benjamins, 2003. – 209 p.
23. Kiesling F.S. Style as Stance / S.F. Kiesling // Stance: Sociolinguistic Perspectives / ed. by A. Jaffe. – Oxford : OUP, 2009. – P. 171–194.
24. Merill R.L. Who Writes and about Whom in Personal Narrative? / R.L. Merill. – Tilburg University Press, 2011. – 520 p.
25. Myers G. Stance-taking and public discussion in blogs / G. Myers // Critical Discourse Studies. – 2010. – Vol. 7(4). – P. 263–275.
26. Rahimpour S. Blogs: A Resource of Online Interactions to Develop Stance-Taking / Sepideh Rahimpour [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.researchgate.net/researcher/2069722786_Sepideh_Rahimpour.

27. Ushchyna V.A. Interactive nature of stance in Internet discussion blogs / V.A. Ushchyna // Научная дискуссия: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – № 1 (20) : сб. статей по материалам XX международной заочной научно-практической конференции. – М. : Изд. «Международный центр науки и образования», 2014. – С. 186–191.
28. Wil Wheaton dot Net – Персональний блог Віла Вітона [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wilwheaton.net/category/current-affairs/>.

Анотація

О. ШКАМАРДА. МОВЛЕННЄВІ РЕСУРСИ КОНСТРУЮВАННЯ РЕФЛЕКСИВНОЇ СУБ'ЄКТНОЇ ПОЗИЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-БЛОГІ

У статті досліджуються особливості конструювання рефлексивної суб'єктної позиції в дискурсивному середовищі Інтернет-блогу. На основі аналізу теоретичних джерел у роботі дається визначення поняття «позиція суб'єкта дискурсивної діяльності (станс)» та виокремлюються його структурні компоненти. Детально проаналізовано лексичні, стилістичні та граматичні засоби актуалізації рефлексивних суб'єктних позицій в англomовному авторському блозі.

Ключові слова: блог, суб'єкт дискурсивної діяльності, станс, рефлексивна суб'єктна позиція.

Аннотация

О. ШКАМАРДА. РЕЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕФЛЕКСИВНОЙ СУБЪЕКТНОЙ ПОЗИЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-БЛОГЕ

В статье исследуются особенности конструирования рефлексивной субъектной позиции в дискурсивной среде Интернет-блога. На основе анализа предыдущих научных исследований в работе определено понятие «позиция субъекта дискурсивной деятельности (станс)» и его структурные компоненты. Детально проанализированы лексические, стилистические и грамматические средства актуализации рефлексивных субъектных позиций в англоязычном авторском блоге.

Ключевые слова: блог, субъект дискурсивной деятельности, станс, рефлексивная субъектная позиция.

Summary

O. SHKAMARDA. THE SPEECH RESOURCES OF THE REFLEXIVE STANCETAKING IN THE ENGLISH INTERNET BLOG

The article deals with the specificity of the reflexive stance-taking in the English blog discourse. On the basis of analysis of previous academic research, the study defines the term «stance» and outlines its structural components and types. The linguistic resources (lexical, grammatical and stylistic) which the speakers have at their disposal for articulating their reflexive stances have been examined and classified according to their social and pragmatic potential.

Key words: blog, subject of discourse, stance, reflexive subject position.