

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ШКАМАРДА ОКСАНА АНДРІЇВНА



УДК 811.111'42:004.774.6БЛОГ(043.3)

**ПОЗИЦІЮВАННЯ
СУБ'ЄКТА ДИСКУРСИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В АНГЛОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-БЛОЗІ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Запоріжжя – 2021

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі англійської філології Волинського національного університету імені Лесі Українки Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник:

доктор філологічних наук, професор
Ущина Валентина Антонівна,
Волинський національний
університет імені Лесі Українки,
завідувач кафедри англійської філології.

Офіційні опоненти:

доктор філологічних наук, професор
Домброван Тетяна Іванівна,
Українсько-німецький інститут
Державного університету «Одеська
політехніка», завідувач кафедри
англійської філології та перекладу;

кандидат філологічних наук, доцент
Лазебна Наталія Валеріївна,
Національний університет «Запорізька
політехніка»,
доцент кафедри теорії та практики
перекладу.

Захист дисертації відбудеться 30 вересня 2021 року о 13.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 17.051.02 в Запорізькому національному університеті за адресою: 69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66-А, корпус № 2, ауд. 224.

Із дисертацією можна ознайомитися в науковій бібліотеці Запорізького національного університету за адресою: 69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66-А, корпус № 2.

Автореферат розіслано 30 серпня 2021 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



О. Л. Клименко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

В епоху панування цифрових технологій проблеми суб'єкта, ідентичності, само- і взаємодентифікації особистості все частіше привертають увагу дослідників із різних галузей знань: філософії (Ж. Лакан, М. Фуко, В. Чернієнко), психології (Е. Еріксон), соціології (М. А. Козловець, О. А. Рахманов), лінгвістики (Н. Ф. Герман, О. П. Матузкова, М. Bucholtz, Р. J. Burke, К. Hall, Е. Ochs). У контексті численних змін та викликів, які переживає людство ХХІ століття, у сучасних наукових колах зростає зацікавленість феноменом суб'єктного позиціонування та специфікою його перебігу в новій площині буття – віртуальній, що надає людині практично необмежені можливості задовольнити різноманітні комунікативні потреби, пов'язані із самовираженням та самоствердженням.

Категорію “суб'єкта дискурсивної діяльності” (далі СДД) розглядають філософи й мовознавці з урахуванням аспектів суб'єктності (І. Б. Ворожцова, Ж. Лакан, М. Фуко), “позиції суб'єкта дискурсивної діяльності” (або суб'єктної позиції) (О. І. Морозова, В. А. Ущина, J. Du Bois, R. Englebretson, K. Hyland, S. F. Kiesling) і позиціонування (В. А. Ущина, D. Biber, E. Finegan, B. Davies, E. Kärkkäinen, S. F. Kiesling). У фокусі уваги дослідників перебувають лексичні та граматичні засоби маркування суб'єктних позицій (D. Biber, E. Finegan), інтеракційна природа позиціонування (В. А. Ущина, J. Du Bois, R. Englebretson, K. Hyland, E. Kärkkäinen, S. F. Kiesling), гендерні (S. F. Kiesling), соціальні (J. T. Irvine, A. Jaffe) та соціокогнітивні (В. А. Ущина) аспекти стансу, особливості позиціонування СДД у різних типах дискурсу: у дискурсі ризику (В. А. Ущина), академічному дискурсі (K. Hyland), дискурсі неправди (О. І. Морозова) та в інтернет-дискурсі (G. Myers, S. Rahimpour).

Позиції суб'єктів формуються, вибудовуються і маніфестуються в процесі соціальної взаємодії (Т. І. Домброван), яка сьогодні відбувається у двох однаково важливих площинах – реальній та віртуальній, остання з яких уможливлює дослідження позиціональних практик у дискурсі інтернет-блогу, оскільки саме тут будь-який суб'єкт-користувач має змогу постати активним учасником світотворення, вибудовуючи власну ідентичність, яка подекуди виявляється лише омріяним образом, далеким від реальної дійсності.

Дискурс – лінгвістичний феномен, досягнути суть якого дослідники намагаються протягом кількох десятиліть, аналізуючи його різні аспекти (Н. Д. Арутюнова, І. А. Галуцьких, Н. К. Кравченко, А. П. Мартинюк, О. І. Морозова, А. М. Приходько, Л. В. Сологуб, І. П. Сусов, В. А. Ущина, І. С. Шевченко, Т. А. van Dijk, N. Fairclough, М. А. К. Halliday, М. W. Jørgensen, G. Kress, T. van Leeuwen, L. Phillips). Сьогодні мовознавчі пошуки зосереджені на дослідженні інтернет-дискурсу (І. П. Біскуб, Е. В. Варламова, Н. О. Гудзь, С. В. Заборовська, Н. Г. Лукашенко, О. В. Лутовинова, S. Herring), його жанрового розмаїття (О. І. Горошко, О. А. Жигаліна, Н. О. Гудзь) загалом та блог-дискурсу як його окремого гіпержанру зокрема (Т. М. Гермашева, О. О. Землякова, S. Rahimpour), який трактуємо як своєрідне жанрове макроутворення, у якому

поєднано авторські дописи й читацькі коментарі, фрагменти писемного та усного, підготовленого й непідготовленого мовлення, що надає можливість користувачам позиціювати себе на просторах онлайн-середовища.

Незважаючи на значну кількість розвідок, присвячених дискурсу глобальної мережі, специфіка процесу позиціювання в інтернет-блозі досі не була досліджена комплексно та вичерпно, що й пояснює актуальність реферованої роботи.

Актуальність дисертації зумовлена загальною тенденцією сучасної лінгвістики до всебічного розкриття нерозривного зв'язку між мовою, свідомістю та культурою учасників комунікації, адже саме в процесі міжособистісної взаємодії індивід постає як унікальний суб'єкт смислотвірної діяльності, який / яка, демонструючи свої знання, емоції та переконання за допомогою мови, водночас позиціює себе в життєвому просторі. Своєчасність наукової розвідки також підтверджена пошуками нових способів реалізації потреб людини онлайнової епохи в самоствердженні та самоідентифікації, що набувають дедалі більшої ваги в умовах глобалізаційних трансформацій ХХІ століття. Відтак вивчення процесу позиціювання англомовних суб'єктів-блогерів уможливорює сучасний погляд на англомовну лінгвокультуру в контексті глобальної світової культури віртуальної доби.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Роботу виконано в межах наукової теми кафедри англійської філології Волинського національного університету імені Лесі Українки “Семантичні, прагматичні та когнітивні властивості мовних одиниць”. Тему дисертації затверджено Вченою радою Східноєвропейського (нині Волинського) національного університету імені Лесі Українки (протокол № 6 від 25.12.2014 р.).

Мета дослідження полягає в розкритті специфіки процесу позиціювання СДД у комунікативних умовах інтернет-блогу.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- здійснити аналітико-критичний огляд мовознавчих досліджень позиціювання й позиції суб'єкта дискурсивної діяльності;
- встановити особистісні та соціальні аспекти позиціювання суб'єкта дискурсивної діяльності;
- дослідити жанрову стратифікацію дискурсу глобальної мережі та з'ясувати місце інтернет-блогу в системі віртуального жанрознавства;
- розробити методологічну базу комплексного аналізу процесу суб'єктного позиціювання в дискурсі англомовного інтернет-блогу;
- визначити типи суб'єктів позиціювання в англомовному інтернет-блозі та описати специфіку їхньої мовленнєвої поведінки;
- виокремити типи суб'єктних позицій в англомовному інтернет-блозі;
- встановити комунікативні стратегії позиціювання суб'єктів дискурсивної діяльності в англомовному інтернет-блозі та проаналізувати мовні й позамовні засоби їхньої реалізації у блог-дискурсі.

Об'єкт дослідження – позиціювання суб'єкта дискурсивної діяльності в сучасному англомовному блог-дискурсі.

Предметом наукової праці є вербальні та невербальні засоби позиціювання в англомовному блог-дискурсі.

Гіпотеза дисертації ґрунтується на припущенні, що не існує абсолютного “Я”, яке б передувало дискурсу чи існувало поза ним. Суб’єкт народжується в дискурсивній взаємодії та постає як продукт позиціювальних практик з іншими учасниками інтеракції в новосинтезованому просторі змішаної реальності, яким є блог-дискурс.

Матеріалом дослідження слугували 40 популярних англомовних особистих інтернет-блогів різної тематики. Специфіка дослідження передбачала необхідність диференційованого аналізу повідомлень авторів блогів та їхніх читачів. Відтак вивчення динаміки позиціювання СДД в інтернет-блозі проведене на основі авторських дописів загальною кількістю 186 000 слів та читацьких коментарів, що вміщують 295 230 слів.

Теоретико-методологічним підґрунтям дисертації є соціокогнітивна дискурсологія (Т. А. ван Дейк, В. А. Ущина) – новий напрям дискурсологічних досліджень, який уможливорює урахування як індивідуального, так і соціального рівнів комунікативної взаємодії в інтернет-дискурсі. Вагомим підґрунтям нашого дослідження слугували праці з теорії дискурсу (Н. Д. Арутюнова, Н. К. Кравченко, О. І. Морозова, Ю. С. Степанов, І. С. Шевченко, Т. А. van Dijk, N. Fairclough); теорії позиціювання (О. І. Морозова, В. А. Ущина, J. Du Bois, R. Englebretson, K. Hyland, E. Kärkkäinen, S. F. Kiesling); прагмалінгвістики (Л. Р. Безугла, І. П. Сусов, Т. Д. Чхетіані, D. Sperber, D. Willson), комунікативної (А. Д. Белова, А. П. Мартинюк) і мультимодальної (Н. В. Лазебна, Л. Л. Макарук, T. van Leeuwen) лінгвістик.

Для вичерпного й всебічного висвітлення анонсованої теми використано низку як загальнонаукових (*гіпотетико-дедуктивний, аналіз, синтез, описовий, порівняльний*), так і лінгвістичних **методів дослідження**. Серед них *метод суцільної вибірки* – для відбору та опрацювання обраного матеріалу; *метод контент-аналізу* – з метою класифікації тематичних домінант відібраних фрагментів блог-дискурсу; *метод інтен-аналізу* – для дослідження інтенцій, реалізованих в інтернет-комунікації, оскільки інтенція – це інструмент співвіднесення суб’єкта із зовнішнім світом; *метод прагматичного аналізу* – для визначення цілей, комунікативних дій та особливостей мовлення комунікантів, а також для визначення типів суб’єктів, що є учасниками блог-дискурсу; *метод конверсаційного аналізу* – під час аналізу інтеракційної специфіки мовленнєвої поведінки в коментарях до авторських блогів. Методику *контекстно-ситуативного аналізу* використано з метою виявити ситуативні особливості мовленнєвої взаємодії в кожному окремому фрагменті мовлення та подальшим виокремленням дискурсивних смислів, закладених комунікантами. Для систематизації комунікативних стратегій, використаних різними суб’єктами дискурсивної взаємодії у блог-дискурсі, застосовано методику *аналізу комунікативних стратегій*.

Наукова новизна дисертації зумовлена тим, що робота є першим цілісним дослідженням процесу суб'єктного позиціювання в дискурсі персонального інтернет-блогу. Так, у роботі вперше:

- розроблено комплексну методику аналізу процесу позиціювання в дискурсі англomовного інтернет-блогу;
- виявлено й проаналізовано чинники, які впливають на процес позиціювання СДД в авторському інтернет-блогі;
- побудовано модель комунікації в персональному інтернет-блогі;
- описано типи суб'єктів позиціювання та їхню мовленнєву поведінку в особистому інтернет-блогі;
- виокремлено мікро-, макросоціальні та епістемічні типи позицій СДД в інтернет-блогі та встановлено їхні лінгвальні й нелінгвальні маркери;
- досліджено комунікативні стратегії позиціювання суб'єкта в дискурсі персонального блогу та окреслено специфіку засобів їхньої реалізації.

Наукову новизну одержаних результатів узагальнюють **положення, винесені на захист:**

Позиціювання – це комплексна дія, що відбувається в умовах мікро- та макросоціальної інтеракції, яка дозволяє простежити індивідуальні (унікальні) якості СДД та його/її функціонування як члена певної соціокультурної спільноти.

Позиція суб'єкта дискурсивної діяльності – результат процесу позиціювання, динамічний мультиаспектний конструкт, зреалізований у процесі міжособистісної взаємодії за допомогою мови, жестів та інших символічних форм, актуалізуючи який суб'єкти оцінюють об'єкти, позиціюють інших суб'єктів (у тому числі й себе) з урахуванням різноманітних соціокультурних факторів.

Інтернет-блог – це своєрідне жанрове макроутворення, гіпержанр інтернет-дискурсу, до складу якого входять субжанри дописів і коментарів, фрагменти писемного та усного, підготовленого й непідготовленого мовлення, синхронна та асинхронна комунікація, що надає можливість користувачам як СДД будувати соціальні взаємостосунки з глобальною аудиторією читачів та інших блогерів, тобто позиціювати себе на просторах онлайн-середовища.

Інтеракція у віртуальному середовищі персонального блогу змінює людину як суб'єкта дискурсивної діяльності в реальному світі і, як наслідок, творить своїх “особливих” суб'єктів – суб'єкта-автора (власника персонального блогу), суб'єкта-підписника (зареєстрованого в певному блозі коментатора) та суб'єкта-гостя (незареєстрованого в блозі анонімного коментатора), мовленнєва поведінка яких зумовлена їхніми ролями та функціями у блогосфері.

Міжособистісна взаємодія в персональному блозі відбувається між учасниками комунікативної тріади: суб'єктом-автором (СА), суб'єктом-підписником (СП) та суб'єктом-гостем (СГ) за такими сценаріями: 1) СА ↔ СП₁ / СГ₁; 2) СА ↔ СП₁ / СГ₁ ↔ СП_n / СГ_n.

У процесі позиціювання суб'єкти дискурсивної діяльності конструюють різні види стансів, а саме: мікросоціальні, макросоціальні та епістемічні, у яких

відображено знання, здобуті СДД як представником мікро- і макросоціальних угруповань.

В основі виділених нами в ході дослідження позиціювальних стратегій – глобальної стратегії самопозиціювання та глобальної стратегії інтеракції, реалізованих у дискурсі персонального інтернет-блогу за допомогою низки локальних та мовленнєвих стратегій, міститься поєднання публічного й особистого, колективного й індивідуального, суб'єктного та міжсуб'єктного аспектів процесу позиціювання.

Теоретичне значення праці. Одержані результати аналізу слугують певним внеском в германістику, дискурсологію, лінгвістичну генологію, соціолінгвістику, лінгвостилістику, комунікативну та мультимодальну лінгвістику.

Практична цінність отриманих результатів дослідження полягає в можливості їхнього використання в навчальній роботі ЗВО, зокрема: а) у лекційних нормативних курсах, таких як “Загальне мовознавство”, “Стилістика”, “Теорія мовленнєвої комунікації”; б) у курсах за вибором “Інтернет-лінгвістика”, “Віртуальне жанрознавство”, “Мистецтво блогінгу”, “Цифрова та медіаграмотність” тощо; в) під час підготовки навчальних і методичних посібників із досліджуваної проблематики; г) у науково-дослідницькій роботі студентів та аспірантів.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати роботи пройшли апробацію на 5 міжнародних наукових конференціях: “Пріоритети германського та романського мовознавства” (Луцьк, 2013, 2016), “Scientific and Professional Conference Actual Problems of Science and Education APSE” (Будапешт, 2019), “Виклики та парадокси соціальної взаємодії в постмодерному світі: лінгвістичний та психологічний аспекти” (Луцьк, 2019, 2021). Крім того, основні положення дисертації обговорено на щорічних науково-практичних конференціях професорсько-викладацького складу факультету іноземної філології Східноєвропейського (нині Волинського) національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, 2015–2020 рр.) та на засіданнях кафедри англійської філології Волинського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, 2014–2021 рр.).

Публікації. Основні результати дисертації відображено в 11 одноосібних публікаціях авторки, із них 8 – у фахових наукових виданнях України, 1 – у закордонному науковому виданні (Угорщина), та 2 – тези доповідей на наукових конференціях. Загальний обсяг публікацій – 5,68 друк. арк.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 225 сторінок, обсяг основного тексту – 194 сторінки. Наукова праця містить 21 рисунок та 4 таблиці. Список використаних джерел складається з 262 позицій, зокрема 40 джерел ілюстративного матеріалу.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми, сформульовано мету й завдання, зазначено об'єкт, предмет і матеріал дослідження, описано методологічний алгоритм, розкрито наукову новизну дисертації, подано перелік положень, що виносяться на захист, окреслено теоретичне й практичне значення отриманих результатів, наведено дані щодо апробації та структури роботи.

У першому розділі **“Теоретичні засади дослідження”** здійснено аналітико-критичний огляд досліджень нового лінгвістичного феномена – позиції суб'єкта дискурсивної діяльності, або стансу, виявлено особистісні та соціальні аспекти позиціювання, встановлено місце інтернет-блогу в системі віртуального жанрознавства, досліджено лінгвальні та нелінгвальні особливості англомовних інтернет-блогів та розроблено поетапну методику аналізу позиціювальних практик у дискурсі авторського інтернет-блогу.

Ключовими детермінантами лінгвістичного сьогодення залишається дискурс та суб'єкт дискурсивної діяльності, який / яка не лише його продукує, а й сам(а) у ньому постає як активний учасник творення довколишнього світу.

У сучасних мовознавчих студіях (О. І. Морозова, В. А. Ущина, J. Du Bois, R. Englebretson, E. Kärkkäinen, S. F. Kiesling) поняття позиції СДД трактують як динамічний інтерсуб'єктний феномен конструктивістської природи, у якому відображено особисті переконання СДД, що ґрунтуються на знаннях, одержаних у процесі соціалізації та його/її емоційні стани.

Ураховуючи складність та багатовекторність аналізованого явища, ми, услід за В. А. Ущиною, розглядаємо позиціювання як комплексний комунікативно-когнітивний процес, результатом якого є позиція СДД (станс) – емерджентне міжсуб'єктне соціодискурсне утворення, що включає індивідуально-особистісні та соціальні аспекти й реалізується за допомогою низки лінгвальних та нелінгвальних ресурсів.

Суб'єктні позиції конструюються, маніфестуються та трансформуються в процесі дискурсивної взаємодії, яка сьогодні все частіше відбувається на просторах віртуального світу, що відкриває для людини практично необмежені можливості для самоствердження та самоідентифікації. Інтернет-блог обрано середовищем дослідження позиціювання СДД, оскільки популярність саме цього ресурсу глобальної мережі продовжує зростати не лише серед відомих особистостей (політичних діячів, акторів, співаків, науковців, бізнесменів), а й пересічних людей.

У роботі блог-дискурс трактовано як гіпержанр інтернет-дискурсу мультимодальної природи, у якому поєднано жанри дописів (авторські наративи) та коментарів (фрагменти діалогічної взаємодії читачів та (або) автора блогу), у яких маніфестовано різні типи позицій СДД за допомогою використання арсеналу вербальних та невербальних засобів конструювання стансів. Наприклад:

Wil Wheaton:

we are so close. he is almost gone.

blog

Current Affairs

politics



A Middle Aged Geek: *“Longest four years of my 54 years! Almost free of that monstrous son of a bitch... 🌞🌞👤💙”*

Dale Armstrong: *“Amen Will! I just want him to go away & let an adult back in the White House”.*

Наведений приклад складається з авторського допису Віла Вітона та кількох читачьких коментарів. Допис блогера та повідомлення-реакції користувачів ґрунтуються на текстових фрагментах, доповнених ілюстративним елементом та графічними символами емоджі, що покликані репрезентувати емоційний стан дописувачів. Використовуючи згадані ресурси, автор блогу позиціює себе щодо предмета інтеракції – політичних подій у країні (пост опубліковано в січні 2021 року перед інавгурацією новообраного президента США Джо Байдена). Він вибудовує станс “противник президента Дональда Трампа”, про що свідчить текстове повідомлення (*we are so close. he is almost gone*) та представлений малюнок, на якому експрезидента зображено у вигляді неприємної істоти в червоній кепці з написом “*Make America Great Again*”, яку колись одягав політик.

Перебуваючи у спільному з блогером соціокультурному контексті, читачі допису з легкістю зрозуміли повідомлення та зреагували на нього, узгоджуючи свої суб’єктні позиції з позиціями автора та, відповідно, конструюючи такий самий станс за допомогою лінгвальних (*“Almost free of that monstrous son of a bitch”*; *“Amen Will! I just want him to go away...”*) та нелінгвальних (🌞🌞👤💙) засобів.

Дослідження позиціювання СДД в англomовному інтернет-блoзі проведено в чотири етапи за допомогою використання загальнонаукових і лінгвістичних методів аналізу.

На *першому етапі* сформовано матеріал дослідження, що ґрунтується на авторських дописах та читачьких коментарях, відібраних з особистих блогів на різну тематику з високим рейтингом популярності в мережі “Інтернет”.

На *другому етапі* з використанням методики когнітивного моделювання (Ch. J. Fillmore, E. Goffman) відтворено модель комунікації в інтернет-блoзі, (скрипт) та виокремлено релевантних для таких умов учасників інтеракції – суб’єкта-автора, що веде блог, та суб’єкта-читача, який/яка коментує авторські дописи та (або) дописи інших користувачів.

На *третьому етапі* проаналізовано динаміку процесу позиціювання в особистому інтернет-блозі. Залучаючи методи нарративного та конверсаційного аналізів, встановили особливості мовленнєвої поведінки суб'єкта-автора (СА) та суб'єкта-читача, який/яка проявив/проявила себе в дискурсі інтернет-блогу у двох іпостасях – суб'єкта-підписника (СП) (zareєстрованого в блозі коментатора) і суб'єкта-гостя (СГ) (неzareєстрованого анонімного коментатора). З'ясовано, що комунікативна поведінка СА, СП і СГ є відмінною. Так, у процесі міжособистісної взаємодії в особистому блозі, залучаючи вербальні та невербальні ресурси, СА маніфестує власний домінантний статус, що є неприйнятним для СП і СГ.

На *четвертому етапі* виокремлено та проаналізовано стратегії позиціювання, властиві поведінці СА, СП і СГ. Для виявлення й аналізу стратегій, задіяних СДД у процесі міжособистісної взаємодії, використано методику аналізу комунікативних стратегій (Т. А. ван Дейк, І. Є. Фролова та ін.). Стратегічний підхід до аналізу позиціювальних практик дозволив нам простежити динаміку цього процесу та визначити прагмакомунікативні цілі суб'єктів дискурсивної діяльності в авторському інтернет-блозі.

У другому розділі **“Мовленнєва поведінка суб'єктів дискурсивного акту позиціювання в англomовному інтернет-блозі”** відтворено скрипт інтеракційної взаємодії в особистому інтернет-блозі, диференційовано різні типи СДД та окреслено специфіку їхньої мовленнєвої поведінки, виокремлено станси СА, СП і СГ та встановлено лінгвальні й нелінгвальні маркери їхньої реалізації.

Вибудована нами модель міжособистісної взаємодії в авторському блозі (рис. 1) слугує “ментальною репрезентацією” (В. А. Ущина) реальної інтеракційної взаємодії, що відбувається в блозі та уможливорює детальний опис не лише учасників комунікації, а й їхніх позиціювальних практик.

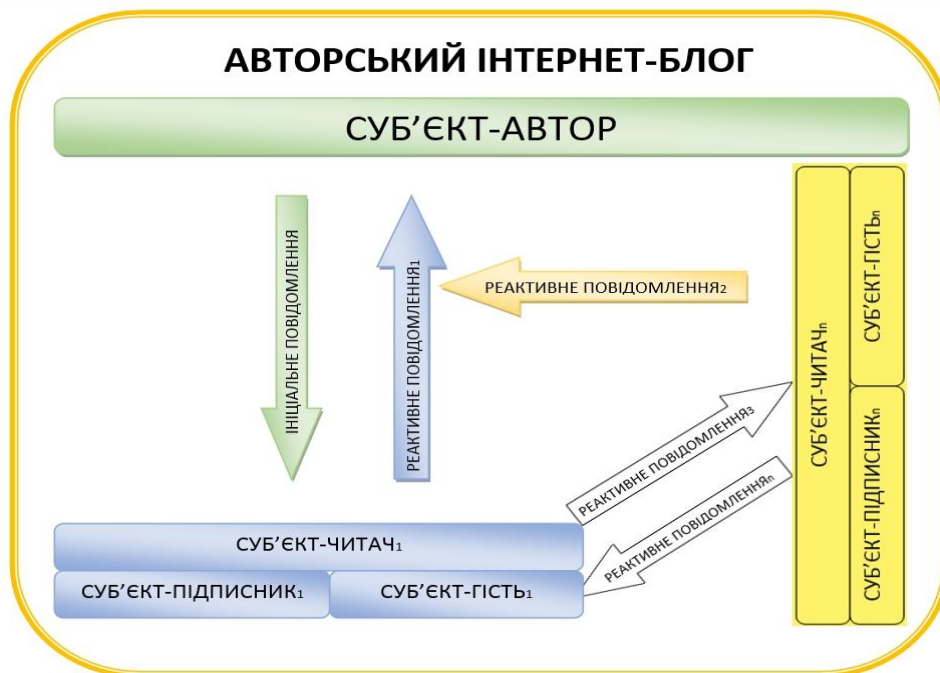


Рис. 1. Модель комунікативної взаємодії в особистому інтернет-блозі

Віртуальне середовище, у якому функціонують блоги, змінило людину як суб'єкта дискурсивної діяльності в реальному світі та, відповідно, спричинило появу своїх “особливих” суб'єктів – суб'єкта-автора (власник блогу), суб'єкта-підписника (zareєстрований користувач) і суб'єкта-гостя (випадковий анонімний відвідувач), що мають відмінні комунікативні статуси та конструюють різні типи стансів у дискурсі персонального блогу.

Міжособистісна взаємодія в авторському блозі відбувається між учасниками комунікативної тріади (СА, СП, СГ) у двох можливих режимах: 1) СА ↔ СП₁ / СГ₁; 2) СА ↔ СП₁ / СГ₁ ↔ СП_n / СГ_n.

Характерною ознакою мовленнєвої поведінки автора блогу є маніфестація верховенства власних прав, що відбувається за допомогою використання як лінгвальних (егоцентричних дейктичних елементів – займенника першої особи однини “I” та відповідного присвійного займенника “my”, імперативів, умовних речень, модальних дієслів “can/must”, стилістичних прийомів порівняння, метафори, повтору, інверсії, риторичних запитань тощо), так і нелінгвальних (фотопортретів, шрифтових і колірних варіацій, капіталізації, підкреслення текстових фрагментів, повторення та комбінування розділових знаків, гіпертекстових посилань тощо) засобів, наприклад:

СА: *On our website you can sign up for events <...> For access to certain sections of our website you must first register. <...> You can change your personal information in your user account whenever you want. <...> You have the following rights: Receive an explanation on what personal information we have stored; access to the exact personal information we have <...> Make sure to always clearly state your identity, so that we do not inadvertently change or remove other people's data”.*

СП позиціює себе в дискурсі персонального блогу як прихильник (“лайкер”) або ненависник (“хейтер”) суб'єкта-автора. Наприклад:

(СП₁) Jane Does: *“OMG...you have NO IDEA how much you have just helped me. <...> Thank you!!! You are the best!”*

(СП₂) Yakov Markov: *“<...> You are a selfish and horrible person. And you will die alone if you don't cling to another man before your looks fall apart and your money runs out. Good Luck!!! <...> *

Наведені приклади ілюструють, що СП₁ маніфестує прихильність до СА, тоді як СП₂ відкрито висловлює своє негативне ставлення. Найчастотнішими маркерами таких дискурсивних ролей виступають іменники з позитивним (*expert, specialist, professional, master, virtuoso etc.*) / негативним (*idiot, fool, coward, scrum, etc.*) значенням, прислівники (*well, fully, totally, completely, absolutely*), дієслова – пропозиційні предикати (*agree, endorse, disagree*), прикметники з позитивними (*excellent, real, gifted, great, awesome, generous, funny, intentional, honest, killer, the best, perfect, terrific etc.*) / негативними (*evil, stupid, cruel, narrow-minded, horrible, rude, selfish, cynical, mad, insane*) конотаціями, вигуки (*OMG! Wow! Huh! Gosh! Ha! Oh! Thank you! Thanks!*), невербальні засоби капіталізації, мультиплікації розділових знаків, смайли та емоджі.

Суб'єкти дискурсивної діяльності в авторському блозі конструюють універсальні – мікро- (у яких відображено унікальні якості суб'єктів позиціонування)

і макросоціальні позиції (у яких репрезентовано характеристики СДД як членів вторинних соціальних груп – професійних, виробничих, політичних тощо) та епістемічні стани, що ґрунтуються на знаннях та переконаннях суб'єктів-учасників дискурсивних практик в інтернет-блозі.

Виокремлено найчастотніші лінгвальні та нелінгвальні маркери мікросоціальних суб'єктних позицій СА і СП, серед яких лексичні одиниці на позначення родинних зв'язків (*mother, father, parent, parents, husband, wife, kid, kids, child, children, son, daughter, grandmother, grandfather*), віку та гендеру. Встановлено, що автор блогу вдається до використання особистих фотопортретів для конструювання вищезгаданих станів, що є нехарактерним для мовленнєвої поведінки підписника.

Мікросоціальні позиції СГ актуалізовано в дискурсі інтернет-блогу імпліцитно, за допомогою використання певних словосполук на зразок “*The same*”, “*Feeling the same*” та (або) ідіоматичних виразів, наприклад, “*I find myself in the same boat*”.

Макросоціальні стани репрезентовано в особистому блозі за допомогою загальних іменників на позначення професійної належності та (або) роду діяльності СА і СП (наприклад, *blogger, interior designer, author, founder, marketer, manager, entrepreneur, writer, teacher, coach, yoga practitioner, instructor, baseball nerd etc.*) та невербальних елементів – фотопортретів, опублікованих блогерами. Відповідні стани СГ вибудовано імпліцитно, наприклад: “*I don't do unpaid guest blogs. Around half my posts on popular marketing blogs are paid for by the site*”.

Найчастотнішими маркерами епістемічних позицій СДД в авторському блозі слугують бустери (лексичні одиниці, такі як *absolutely, actually, certain/certainly, clear/clearly, definite/definitely, evident/evidently, no doubt / undoubtedly, obvious/obviously, really, sure/surely, true, undeniably, believe, know, think*, що демонструють упевненість мовця у власних висловленнях) та хеджі (лексичні одиниці, такі як *about, doubt, likely, maybe, perhaps, possibly, probably, roughly speaking, sort of / kind of, unlikely, appear, guess, seem, suggest*, що свідчать про невпевненість мовця у власних судженнях).

Автори блогів та коментатори їхніх дописів по-різному використовують бустери та хеджі у своєму мовленні (рис. 2).

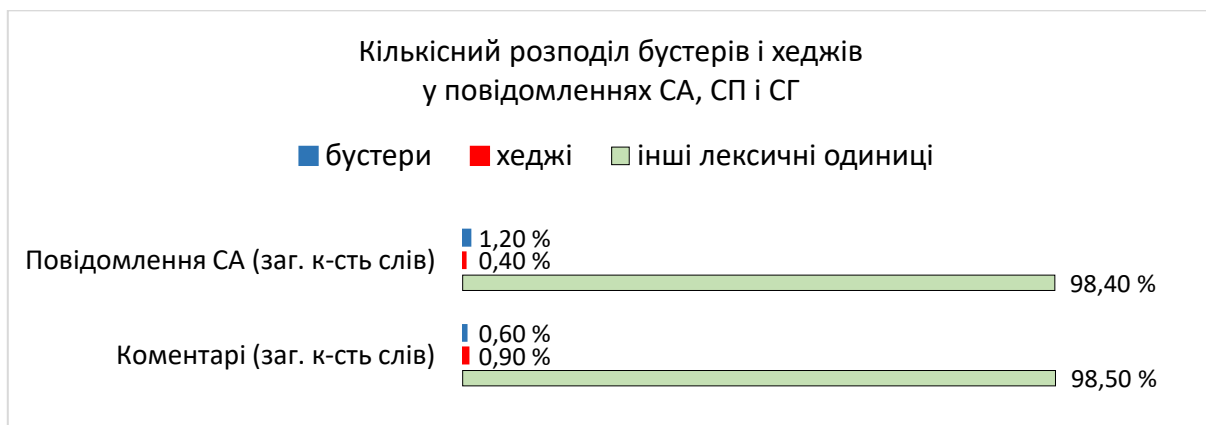


Рис. 2. Кількісний розподіл бустерів і хеджів у повідомленнях СА, СП і СГ

У процесі позиціювальних практик СА маніфестує впевненість у своїх твердженнях (наприклад: “*I believe I’m the most qualified candidate for President. I want to be elected on the merits – and I am sure that one of the merits is that I’m a woman*” <...>), а отже конструює епістемічну суб’єктну позицію “фахівець”, тоді як СП і СГ демонструють невпевненість у наданій інформації (наприклад: “*Hi Penelope, you are probably right about this. The challenge, maybe, is learning to be the best you can in the present*” <...>) та, відповідно, актуалізують станс “нефахівець”.

У третьому розділі “**Комунікативні стратегії позиціювання суб’єкта дискурсивної діяльності в англomовному інтернет-блогі**” досліджено практики позиціювання в системі комунікативних стратегій, виокремлено глобальні, локальні та мовленнєві стратегії позиціювання СА, СП і СГ і встановлено лінгвальні та нелінгвальні ресурси їхньої актуалізації.

Усі віртуальні повідомлення блогосфери створені згідно з авторським задумом, що свідчить про стратегічний характер позиціювальної діяльності, адже блогер, формулюючи певний допис або коментар, висловлює свої позиції та фокусується лише на тих даних, які сприятимуть створенню бажаного образу його/її особистості.

Стратегію суб’єктного позиціювання в інтернет-блогі трактовано як план оптимальної реалізації комунікативних намірів та завдань мовця, пов’язаних із маніфестацією власної суб’єктивної позиції в дискурсі та впливом на когнітивну й емоційну сфери адресата.

У процесі міжособистісної взаємодії в авторському блозі СДД послуговуються *глобальними* (ГС) (загальні стратегії учасників інтеракції), *локальними* (ЛС) (спрямованими на реалізацію більш конкретних цілей СДД) та *мовленнєвими* стратегіями (МС) (що сприяють вирішенню завдань локального рівня) (терміни Т. А. ван Дейка), в основу яких покладено принцип поєднання суб’єктного і міжсуб’єктного начал позиціювальних практик.

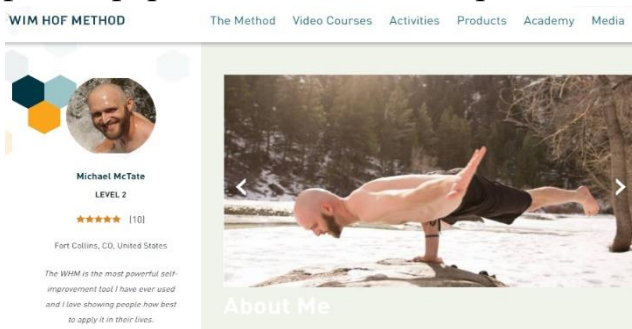
У своїй дискурсивній діяльності СА використовує *самопрезентаційну*, спрямовану на створення позитивного образу блогера, та *інтераакційну*, яка має спрямування адресованості, ГС.

ГС самопрезентації автора блогу реалізована за допомогою *ЛС₁ позитивної самопрезентації* та *ЛС₂ негативної самопрезентації*, тоді як *ГС інтераакції* репрезентована як *ЛС₁ Ти/Ви-адресованості* (спрямована на залучення читачів до активної взаємодії) та *ЛС₂ Ми-адресованості* (націлена на інтеграцію дописувачів з автором блогу). Виявлені стратегії локального рівня актуалізовані низкою *мовленнєвих* (рис. 3) (*представлення, самоідентифікації, самопохвали / самозвеличення, експліцитної / імпліцитної самокритики, залучення думки стороннього реципієнта, запиту інформації, узгодження позицій, інтеграції та дистанціювання*), які є ситуативно залежними та різними в кожного СДД у персональному блозі.



Рис. 3. Стратегії позиціювання СА в інтернет-блогі

Характерними рисами мовленнєвої реалізації ГС СА у блог-дискурсі є ідіолектність мовлення блогера, що характеризує його віртуальну ідентичність; орієнтованість на певну аудиторію реципієнтів; конвергенція усного й писемного мовлення; застосування гіперпосилань, графічних засобів, зокрема фотопортретів та інших ілюстрацій:



“Heeeeeeyooo! My name is Michael McTate <...> I take a very personalized approach in teaching the Wim Hof Method. We all have different goals and ambitions, strengths and weaknesses, likes and dislikes and that is part of what makes this journey of life and the relationships we develop so beautiful”.

Позиціювальні стратегії СП на глобальному рівні представлені, як і у СА, стратегіями **самопрезентації** та **інтерації**, актуалізованими в дискурсі персонального блогу на локальному рівні за допомогою стратегій *позитивної/негативної самопрезентації* та *зближення і дистанціювання* відповідно. Мовленнєві стратегії, які сприяють розв’язанню локальних завдань підписника, – це стратегії *самоідентифікації, самопохвали, самозвинувачення, самокритики, солідаризації, похвали, підтримки, незгоди і критики СА*.

Виявлені в ході дослідження стратегії позиціювання СП актуалізовані в авторському блозі за допомогою використання вербальних (лексичні одиниці на позначення соціальних характеристик людини (вік, гендер, сімейний стан, професійна належність тощо), прикметники та іменники з позитивними/негативними конотаціями (залежно від наміру СП: схвально оцінити чи критикувати себе / свої вчинки, зблизитися з СА чи дистанціюватися від нього/неї), вульгаризмів, дієслів “agree/disagree” у поєднанні з кількісними числівниками і графічним засобом “%”/ лексичною одиницею “percent” (відсотки) та прислівниками “totally”, “definitely”, “completely” тощо, граматичних форм

минулого тривалого часу, теперішнього доконаного часу, умовного способу, стилістичних засобів порівняння, прямої та непрямої характеристики (себе та іншого), градації, іронії, риторичних запитань, ідіоматичних виразів) та невербальних (фотопортрети, смайли, емоджі, поєднання пунктуаційних засобів тощо) елементів.

Глобальними стратегіями СГ, як і у двох описаних вище учасників практик позиціювання в блозі, є **самопрезентаційна** та **інтераакційна**, реалізація яких забезпечена аналогічними ЛС – *позитивної / негативної самопрезентації* та *зближення і дистанціювання*, які, своєю чергою, актуалізовано за допомогою *МС імпліцитної самоідентифікації, імпліцитної самопохвали, імпліцитної самокритики, імпліцитної похвали СА, обіцянки приєднатися до спільноти підписників і маскування*. Таке стратегічне планування позиціювальних дій СГ зумовлене його / її бажанням залишатися цілковито анонімним коментатором авторських дописів.

Виокремлені стратегії актуалізовано СГ за допомогою імпліцитної номінації власної гендерної та (або) професійної належності (наприклад: ***Just One Donna***: *“I came upon your blog researching how I can improve the usability of my own Blogger blog”*.), у той час коли такі особисті дані, як сімейний стан, віросповідання, політичні уподобання тощо залишаються прихованими. Крім того, анонімний коментатор удається до використання лінгвальних засобів – найчастотніше вигуків *“Thank you / Thanks”*, іменника *“a lot”* дієслова *“to feel”* (наприклад: *“Feeling the same”*), ідіоматичних виразів (наприклад: *“This waiting thing is for the birds”*), що у комплексі сприяють реалізації згаданих вище стратегій. Невербальні елементи малопоширені та загалом представлені графічними засобами – смайлами, такими як ☺, ☹ тощо та мультиплікацією розділових знаків.

ВИСНОВКИ

Потужний науково-технічний прогрес початку третього тисячоліття спричинив кардинальні зміни в усіх сферах суспільного життя. Масова диджиталізація сприяла появі нової площини буття сучасної людини – віртуальної, яка постала як альтернативний світ безмежних можливостей, у якому ми, представники виду *Homo sapiens*, стаємо членами кіберсоціуму та, як користувачі благ глобальної мережі, поступово еволюціонуємо в новий вид – *Homo interneticus*.

Діяльнісний підхід, який є визначальним у сучасних гуманітарних студіях, спрямовує лінгвістичні дослідження в нове русло: науковці сфокусовані на прагненні всебічного розкриття глибинного зв'язку людини як суб'єкта дискурсивної діяльності з соціокультурним середовищем її життя. Відтак у контексті зазначених змін постмодерної доби особливої актуальності набуває поняття суб'єкта дискурсивної діяльності та різноманітних типів позицій (стансів), які він/вона конструює у взаємодії з іншими учасниками позиціювальних практик.

Трактування категорії суб'єкта дискурсивної діяльності відображає його/її нестійку природу, оскільки СДД – це динамічний конструкт, що інтегрує в собі

ознаки мовної та дискурсивної особистості, яка самостворюється, конструюється і трансформується в кожному новому акті взаємодії з навколишнім світом. Особливості такої взаємодії віддзеркалено в процесі позиціонування, що охоплює не лише особистісні, соціокультурні та міжсуб'єктні аспекти, а й включає когнітивні механізми кодування й декодування інформації та емоційний діапазон суб'єктних реакцій, які така інформація викликає.

Результатом позиціонування є станс, позиція СДД, – індивідуально-соціальний конструкт, що охоплює афективний і епістемічний компоненти, пов'язаний з мікро- (особистісними) та макросоціальними (колективними) процесами смислотворення й актуалізується в дискурсі за допомогою мови, жестів та інших символічних форм.

Інтернет-дискурс трактуємо як комунікативну дію, реалізація якої передбачає залучення лінгвальних та нелінгвальних ресурсів, що є одночасно процесом і результатом встановлення міжособистісних відносин між користувачами мережі. Персональний інтернет-блог – це жанрове макроутворення, основане на семіотично ускладнених текстах – авторських дописах (постах) і читацьких коментарях, до складу яких входять вербальні та невербальні компоненти. Особисті блоги надають користувачам практично необмежені можливості розповісти про себе та свої позиції на теренах онлайн-середовища.

Сучасний світ – це світ безупинних інформаційних обмінів, взаємодій і трансформацій, що породжує нове “Я” – віртуальне та, водночас, інтеракційно-сконструйоване. Отже, анатомія блогосфери формує своїх специфічних суб'єктів дискурсивної діяльності – суб'єкта-автора, суб'єкта-підписника (“лайкера” або прихильника і “хейтера” або ненависника) та суб'єкта-гостя.

СА – це блогер, який/яка створив/створила власний блог у мережі, наповнює свій ресурс дописами й дискутує зі своїми читачами на різні теми та має домінуючий комунікативний статус, який маніфестовано в його/її повідомленнях за допомогою різноманітних вербальних та невербальних засобів. СП – це ідентифікований певним способом користувач, який/яка коментує дописи СА та (або) інших інтернет-користувачів, тоді як СГ – це випадковий неідентифікований відвідувач блогу, який, за наявності технічної можливості анонімного коментування, може вступати в дискусію як із СА, так і з СП.

Результати аналізу мовленнєвої поведінки СДД у блогосфері показали, що СА, СП і СГ конструюють мікросоціальні, макросоціальні (які мають універсальний характер) та епістемічні типи позицій в персональному блозі і застосовують різноманітні лінгвальні та нелінгвальні засоби для актуалізації виокремлених типів стансів.

У мікросоціальних стансах відображено унікальні характеристики людини як представника первинної соціальної групи, тоді як макросоціальні розкривають характеристики суб'єктів дискурсивної діяльності як членів вторинної соціальної групи (професійної, виробничої, політичної, релігійної, культурної тощо). Мікро- та макросоціальні позиції СА, СП і СГ актуалізовано в особистому інтернет-блозі експліцитно та імпліцитно за допомогою відповідного лексичного

наповнення авторських дописів і читацьких коментарів та використання невербальних засобів конструювання стансу.

В епістемічних позиціях репрезентовано знання СДД та його/її ступінь упевненості в них. Дослідження постів блогерів та коментарів до них засвідчили, що СА тяжіє до висловлення впевненості у власних переконаннях, а, отже, побудови епістемічної позиції “фахівець”, тоді як СП, навпаки, актуалізує станс “нефахівець”, який марковано лінгвальними засобами, що вказують на сумнів коментатора в істинності наданої інформації. СГ, як і СП, на шкалі епістемічного позиціювання “ЗНАЮ – ПРИПУСКАЮ – НЕ ЗНАЮ” посідає місце між двома останніми пунктами, а відтак маніфестує станс “нефахівця”.

Позиціювання має стратегічний характер, оскільки користувач, формулюючи певний допис або коментар в інтернет-блозі, заявляє про свої суб’єктні позиції, і, відповідно, зосереджує увагу лише на тій інформації, яка допоможе йому/їй досягнути бажаної мети.

Проведене дослідження авторських дописів та читацьких коментарів дозволило виокремити основні стратегії учасників дискурсивної взаємодії в мережі – автора блогу та його коментаторів. СА, СП і СГ послуговуються глобальними, локальними та мовленнєвими стратегіями в процесі конструювання власних стансів. Так, позиціювальними стратегіями глобального характеру СА в інтернет-блозі є самопрезентаційна (ГС₁) та інтеракційна (ГС₂), в основі яких знаходяться такі характеристики стансу, як публічне й особисте, спільне й індивідуальне, суб’єктне та міжсуб’єктне. На локальному рівні для ефективної реалізації своїх інтенцій СА використовує такі стратегії: позитивної самопрезентації, негативної самопрезентації, підпорядковані ГС₁, та стратегії Ти/Ви-інтеракції і Ми-інтеракції, підпорядковані ГС₂. Мовленнєві стратегії, підбір і використання яких залежить від комбінації ситуативних, соціальних та психологічних чинників, слугують для реалізації завдання локального рівня та поділяються на такі різновиди: представлення, самоідентифікації, самопохвали/самозвеличення, експліцитної самокритики, імпліцитної самокритики, залучення думки стороннього реципієнта, запиту інформації, узгодження позицій, інтеграції та дистанціювання.

Стратегії позиціювання суб’єктів-підписників характеризуються інгерентно інтеракційною природою, хоча також не позбавлені самопрезентаційних мотивів. Так, СП і СГ у процесі позиціювання керуються самопрезентаційною та інтеракційною глобальними стратегіями, реалізації яких сприяють локальні стратегії – позитивної і негативної самопрезентації, зближення і дистанціювання. Мовленнєві стратегії, своєю чергою, актуалізують завдання СДД на локальному рівні та є різними у СП та СГ. СП керується такими МС: самоідентифікації, самопохвали, самокритики, самозвинувачення, солідаризації, похвали, підтримки, незгоди та критики. СГ, тяжіючи до збереження своєї анонімності, застосовує у позиціювальних практиках такі МС: імпліцитної самоідентифікації, імпліцитної

самопохвали, імпліцитної самокритики, імпліцитної похвали СА, обіцянки приєднатися до спільноти підписників та маскування.

Перспективними вважаємо подальші наукові пошуки, спрямовані на дослідження специфіки позиціонування в різних типах дискурсу реального та віртуального середовищ з урахуванням комунікативно-прагматичної, соціокультурної та когнітивної парадигм. Враховуючи наслідки та масштаби пандемії COVID-19, міжособистісна взаємодія у віртуальному просторі є повсякденною реальністю. Як результат, дослідження мовленнєвої поведінки суб'єктів віртуальної комунікації набувають усе більшої ваги. Актуальним об'єктом нових наукових розвідок вважаємо також мовленнєві стратегії, що є частиною арсеналу засобів конструювання стансів суб'єкта-автора, суб'єкта-підписника та суб'єкта-гостя в англomовному інтернет-блозі.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Шкамарда О. А. Структура англomовної комунікативної ситуації інтернет-форуму. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки»*. Луцьк, 2013. № 18 (267). С. 121–126.
2. Шкамарда О. А. Маркери особистісної ідентичності в англomовному інтернет-блозі. *Науково-практичний журнал «Одеський лінгвістичний вісник»*. Одеса, 2015. Вип. 5 (2). С. 176–179.
3. Шкамарда О. А. Стратегії суб'єктного позиціонування в англomовному блог-дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. Острог, 2015. Вип. 59. С. 243–247.
4. Шкамарда О. А. Мовленнєва реалізація позиціонувальної стратегії негативної презентації опонента в комунікативних умовах авторського блогу. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки»*. Луцьк, 2016. № 6 (331). С. 70–76.
5. Шкамарда О. А. Мовленнєві ресурси конструювання рефлексивної суб'єктної позиції в англomовному інтернет-блозі. *Південний архів (Збірник наукових праць). Серія «Філологічні науки»*. Херсон, 2017. № 66. С. 168–172.
6. Шкамарда О. А. Мовленнєва поведінка суб'єкта позиціонування «МОДЕРАТОР» в англomовному інтернет-блозі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. Одеса, 2020. № 45. С. 155–159.
7. Шкамарда О. А. Вербальні та невербальні засоби реалізації соціального модуля позиціонування в англomовному інтернет-блозі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. Київ, 2021. Т. 32 (71). № 2. С. 256–261.
8. Шкамарда О. А. Індивідуально-особистісні аспекти суб'єктного позиціонування в англomовному інтернет-блозі. *Південний архів (Збірник наукових праць). Серія «Філологічні науки»*. Херсон, 2021. № 85. С. 123–126.

9. Shkamarda O. A. Linguistic Marking of Interactionality of Stance in the English Blog Discourse. *Science and Education a New Dimension. Philology*. Budapest, 2019. Vol. VII (57). Issue 191. P. 59–62.

10. Шкамарда О. А. Хеджі і бустери як маркери інтеракційності позиціювання суб'єкта дискурсивної діяльності в англomовних блогах. *Виклики та парадокси соціальної взаємодії в постмодерному світі: лінгвістичний та психологічний аспекти*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 11–12 квіт. 2019 р.). Луцьк, 2019. С. 86–90.

11. Шкамарда О. А. Маркери мікросоціальних суб'єктних позицій в англomовному авторському блозі. *Виклики та парадокси соціальної взаємодії в постмодерному світі: лінгвістичний та психологічний аспекти*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 15–16 квіт. 2021 р.)/за заг. ред. О. В. Лазорко, В. А. Ущиної. Луцьк, 2021. С. 88–93.

АНОТАЦІЯ

Шкамарда О. А. Позиціювання суб'єкта дискурсивної діяльності в англomовному інтернет-блозі. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.04 – германські мови. – Запорізький національний університет, Запоріжжя, 2021.

Дисертацію присвячено дослідженню позиціювання (англ. *stancetaking*) суб'єкта дискурсивної діяльності в англomовному інтернет-блозі. Результатом позиціювальних практик є суб'єктна позиція (“станс”, від англ. *stance*) – складний інтеракційний феномен, у якому відображено ставлення мовця / автора письмового повідомлення до предмета мовлення, інших суб'єктів та власних висловлювань / письмових повідомлень з урахуванням різноманітних індивідуальних та соціокультурних чинників.

У роботі простежено особистісні та соціальні аспекти позиціювальної діяльності людини в дискурсі авторського блогу. Встановлено, що інтернет-блог – це гіпержанр інтернет-дискурсу мультимодальної природи, що ґрунтується на авторських дописах і читацьких коментарях, які містять у своєму складі вербальні та невербальні компоненти.

У ході дослідження виокремлено три типи суб'єктів дискурсивної діяльності у блогосфері – суб'єкта-автора, суб'єкта-підписника і суб'єкта-гостя та ідентифіковано найчастотніші маркери їхньої мовленнєвої поведінки.

З'ясовано, що суб'єкти дискурсивної діяльності у віртуальному середовищі блогу конструюють різні види позицій, а саме мікро-, макросоціальні (що мають універсальний характер) та епістемічні станси, використовуючи арсенал лінгвальних і нелінгвальних засобів.

Доведено, що позиціювання – це стратегічно організована смислотвірна діяльність, у процесі якої суб'єкти послуговуються глобальними, локальними та мовленнєвими стратегіями для побудови власних ідентичностей, властивих блог-дискурсу.

Ключові слова: інтернет-блог, позиціювання, позиція суб'єкта дискурсивної діяльності, станс, стратегії позиціювання, суб'єкт дискурсивної діяльності.

АННОТАЦИЯ

Шкамарда О. А. Позиционирование субъекта дискурсивной деятельности в англоязычном интернет-блоге. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки. – Запорожский национальный университет, Запорожье, 2021.

Диссертация посвящена исследованию позиционирования (англ. *stancetaking*) субъекта дискурсивной деятельности в англоязычном интернет-блоге. Результатом практик позиционирования является субъектная позиция (“станс”, от англ. *stance*) – сложный интеракционный феномен, в котором отражено отношение говорящего / автора письменного сообщения к предмету речи, других субъектов и собственных высказываний / письменных сообщений с учетом различных индивидуальных и социокультурных факторов.

В работе прослеживаются личностные и социальные аспекты позиционирования в дискурсе авторского блога. Установлено, что интернет-блог – это гипержанр интернет-дискурса мультимодальной природы, основанный на авторских сообщениях и читательских комментариях, которые содержат в своем составе вербальные и невербальные компоненты.

В ходе исследования выделены три типа субъектов дискурсивной деятельности в блогосфере – субъект-автор, субъект-подписчик и субъект-гость, а также определено маркеры их речевого поведения.

Установлено, что субъекты дискурсивной деятельности в виртуальной среде блога конструируют различные виды позиций, а именно микро-, макросоциальные (имеющие универсальный характер) и эпистемические, используя для этого арсенал лингвальных и нелингвальных средств.

Доказано, что позиционирование – это стратегически организована деятельность, в процессе которой субъекты используют глобальные, локальные и речевые стратегии для построения собственных идентичностей, характерных для блог-дискурса.

Ключевые слова: интернет-блог, позиционирование, позиция субъекта дискурсивной деятельности, станс, стратегии позиционирования, субъект дискурсивной деятельности.

SUMMARY

Shkamarda O. A. Stancetaking in the English-Language Internet Blog. – Manuscript.

Thesis for the Candidate Degree in Philology (PhD): Speciality 10.02.04 – Germanic Languages. – Zaporizhzhia National University. – Zaporizhzhia, 2021.

The thesis examines the dynamics of stancetaking in the English-language Internet Blog.

Stancetaking is defined in the research as a multifaceted communicative and cognitive activity that results in a *stance* – the discursive position of a stance-taker, or the subject of an ongoing discursive interaction. It is proved that stance is a complex discursive phenomenon, which reflects the attitude of the speaker / author of a written message to the topic of communication, other communicants and their respective stances as well as a variety of relevant individual and socio-cultural parameters of human interaction.

The paper traces personal and social aspects of stancetaking activity in the discourse of a personal Internet-blog. It has been found out that Internet-blog is a hyper-genre of the Internet discourse of a multimodal nature, based on the blogger's posts and readers' comments, which contain verbal and nonverbal components.

In the course of the study, the three types of the subjects of discursive interaction (stance-takers) in the blogosphere have been identified – the subject-as-author (the owner of the blog), the subject-as-subscriber (registered on a certain blog as a user) and the subject-as-guest (an anonymous commenter without a registration). Furthermore, the main lingual and non-lingual markers of their speech behavior were identified and analyzed.

It has been established that on an Internet-blog the subjects involved in a process of discursive interaction construct a variety of stances of microsocial or macrosocial nature (both of them are universal).

The individual and personal characteristics of a human being as a member of the primary social group are represented in microsocial stances. The macrosocial positions point to the characteristics of the stance-takers as representatives of the secondary social groups (professional, political, religious, cultural, occupational).

It has been found out that the epistemic stances are based on the knowledge of the stance-taker about the topic of communication and /or about the other interaction participants, and also the extent to which he / she is convinced of the accuracy and credibility of the supplied information. A store of verbal and non-verbal means ensuring the construction of the above mentioned stances has been analyzed.

The dissertation contains evidence that stancetaking is a dynamic, strategically designed and meaning-generating process resulting in the linguistic (or other) formulation of a stance. Hence, the strategy of the subject's positioning on an

Internet-blog has been defined as a plan of an optimal implementation of the speaker's intentions and goals related to the manifestation of his / her own discursive stances and to the impact on the addressee's cognitive and emotional spheres.

The research contains classification of stancetaking communicative strategies deployed by the subject-as-author, the subject-as-subscriber and the subject-as-guest on the Internet blog. By positioning themselves in a discourse of a personal blog the stance-takers resort to global, local and verbal strategies based on an underlying principle according to which the subjective (personal) and inter-subjective (interpersonal) vectors of stancetaking practices are combined.

Key words: internet-blog, positioning, stance, stancetaking, stancetaking strategies, subject of discursive interaction.

Підписано до друку 28.08.2021. Формат 60×84¹/₁₆. Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура “Times New Roman”. Ум. друк арк. 0,9. Наклад 100 пр.

Зам. № 112 від 14.04.2021.

Друк – Вежа-Друк (м. Луцьк, вул. Шопена, 12, тел. (0332) 29-90-65).
Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України ДК № 4607
від 30.08.2013 р.