

флікт, який назрів у колективі. Більше того, він розв'язав його всупереч партійній позиції райкому. К. Гордієнко показав райком і його першого секретаря як гальмо в розвитку сільського господарства, і можна було зрозуміти, – і всієї країни. Райком хоче зовсім не того, чого хочуть люди. Райком прикриває безгосподарника й шахрая.

Це були незвичні, новаторські ідеї, цілком нові й несумісні з радянською ідеологією. Можна припустити, що письменник поспішав (у цьому й причина деяких художніх недоробок), але адміністративно-командна система чинила перешкоди. Тому повість забарилася, проробила такий складний шлях до читача. К. Гордієнко дивився далеко вперед і там, далеко попереду, на демократичних засадах, бачив шляхи успішного розвитку країни, господарства й людини.

Художню правду автор вдало передав у книжці «Зимова повість», що побачила світ у 1965 році. Головним задумом автора було написати твір, який би зосереджував увагу навколо проблем сільськогосподарського виробництва. Зосередивши увагу на розвитку колгоспу слобожанського села, К. Гордієнко виводить лінію контрастів, які втілюються через позитивні та негативні образи твору. Перші дбають за сільське господарство, другим байдуже за розвиток колгоспу та сільського господарства. Навіть поява нових спеціалістів у колгоспі (зоотехнік, агроном) не виводять колгосп на новий рівень, оскільки з таким головою, як Федір Швачка важко утримати господарство. Колгоспом керую бездарне керівництво, в яке К. Гордієнко вкладає увесь негатив тодішньої керівної системи.

Письменник вдало оперує художніми прийомами, розкриваючи при цьому характери головних героїв. Феномен письменника полягає в майстерному поданні влучних характеристик Федора Швачки, які допомагають читачеві отримати максимально повну характеристику голови колгоспу «Зелений лан». Автором донесена думка про те, що Швачка прагнув до влади, хотів господарювати, не вкладаючи при цьому в справу власних сил. Він боїться протестних настроїв з боку представників молоді, оскільки знає ціну своєму господарюванню в колгоспі.

Це була оптимістична повість, яка показувала приреченість на загибель такої господарської системи, де знищується народна ініціатива, де не господар вирішує справи свого господарства, а його примушують користуватися готовими, шаблонними для всіх стандартами й планами. К. Гордієнко показав, що лише вільна підприємницька ініціатива громадян – гарантія успішного розвитку країни.

Література:

1. Гордієнко К. Зимова повість / К. Гордієнко. – К. : Радянський письменник, 1965. – 179 с.
2. Голубничий І. Лебедін вшанує свого письменника / І. Голубничий // Ленінська правда. – 1959. – 20 жовтня. – С. 3.

УДК 811.111'42:004

О. А. Шкамарда,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ В АНГЛОМОВНОМУ БЛОГ-ДИСКУРСІ

У статті розкрито специфіку позиціонувальних стратегій на прикладі англomовного персонального блогу «In Pursuit of Happiness». Проведений аналіз авторських онлайн повідомлень дав змогу виокремити дискурсивні механізми актуалізації глобальної, локальних та мовленнєвих стратегій суб'єктного позиціонування в комунікативному середовищі Інтернет-блогу. У роботі дано визначення поняттям «блог-дискурс» та «позиції суб'єкта дискурсивної діяльності».

Ключові слова: суб'єкт дискурсивної діяльності, позиціонування, блог-дискурс, глобальна стратегія, локальна стратегія, мовленнєва стратегія.

STRATEGIES OF SUBJECTIVE POSITIONING IN THE ENGLISH BLOG DISCOURSE

The article focuses on the discursive strategies of subject positioning in the English Internet blog. The material of the research is based on the written messages of the personal blog «In Pursuit of Happiness». Blogs, which are seen as online journals, allow users to reflect and share opinions as well as discuss various topics. In other words, they offer modern opportunities for stancetaking and identification over the Internet. Stance is treated in this work as an interactional phenomenon that consists of epistemic and affective elements and includes subjective expressions of the speaker's attitude towards the object of conversation, including marking of his / her mood, evaluations, perspective, point of view and opinion. It has been proved that bloggers use certain discursive strategies to construct their stances. Subjective positioning strategy in the Internet blog is defined as a cognitive model that modifies the stancetaker's discursive behavior, implements his / her intentions and influences on the recipient's cognition and emotions. It has been shown that positioning strategies in the personal blog are divided into global, local and speech strategies. Some of the linguistic resources (lexical, grammatical and stylistic) which the speakers have at their disposal for articulating a stance have been examined in this article.

Keywords: subject of discourse, positioning, blog discourse, global strategy, local strategy, speech strategy.

СТРАТЕГИИ СУБЪЕКТНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ БЛОГ-ДИСКУРСЕ

В статье раскрыта специфика стратегий позиционирования на примере англоязычного персонального блога «In Pursuit of Happiness». Проведенный анализ авторских онлайн сообщений позволил выделить дискурсивные механизмы актуализации глобальной, локальных и речевых стратегий субъектного позиционирования в коммуникативной среде Интернет-блога. В работе дано определение понятиям «блог-дискурс» и «позиции субъекта дискурсивной деятельности».

Ключевые слова: субъект дискурсивной деятельности, позиционирование, блог-дискурс, глобальная стратегия, локальная стратегия, речевая стратегия.

Поява і популяризація Інтернет-технологій змінили уявлення людства не лише про сам процес комунікації, а й про характер обміну інформацією. Сьогодні спілкування у форматі блогів значно випереджає чати, форуми, персональні сторінки. Така популярність блогосфери зумовлена її мобільністю, простотою у використанні та доступністю, оскільки будь-який користувач, маючи комп'ютер, приєднаний до Інтернету, може зареєструватися та вести свою особисту сторінку. Саме цей електронний ресурс дозволяє людині, як суб'єкту дискурсивної діяльності, заявити про себе та свої переконання на весь світ.

Загальною тенденцією сучасного політичного, професійного та ділового світу є орієнтація на мережеві засоби комунікації, до яких, звичайно, належить і блог. Визначну роль Всесвітньої мережі у сучасному житті яскраво ілюструють наукові публікації, присвячені вивченню специфіки Інтернет-дискурсу [2; 3; 4; 14; 18; 21], жанрової системи Інтернет-комунікації [6], самопрезентації особистості в умовах електронного спілкування [7], мовної особистості як суб'єкта блог-дискурсу

[4] та ін. Проте, на нашу думку, стратегічний характер позиціонування суб'єкта дискурсивної діяльності в комунікативних умовах персонального блогу досі не ставав об'єктом окремої наукової розвідки, що і зумовлює **актуальність** нашої статті.

Мета дослідження полягає у виокремленні та розкритті специфіки дискурсивних стратегій, які використовує автор особистого блогу для маніфестації власних позицій.

Досягнення поставленої мети можливе за умови вирішення таких **завдань**: дати визначення поняттям «позиція суб'єкта дискурсивної діяльності» та «блог-дискурс», розглянути існуючі підходи до класифікації стратегій спілкування, виявити та проаналізувати стратегії самопрезентації автора персонального блогу.

Матеріалом для нашого дослідження послуговували фрагменти письмових повідомлень англомовного авторського блогу Бріт Рейнтс «*In Pursuit of Happiness*» («У пошуку щастя») [23], який, згідно зі статистикою пошукової системи Google Page Rank [26; 28], входить у список ста найпопулярніших особистих блогів з саморозвитку у 2015 році. Дослідження базується на методологічних засадах комунікативно-діяльнісного підходу до мови й мовлення, який активно розвивається у лінгвістиці останніх років [10]. Застосовані методи дискурсу-аналізу, конверсаційного та лінгвостилістичного аналізу дозволили виявити лексико-граматичні та стилістичні особливості дискурсивних позиціонувальних стратегій у авторському блозі.

У світлі настанов сучасної антропоцентричної парадигми зростає інтерес до вивчення механізмів, за допомогою яких людина, як учасник комунікативної взаємодії, перетворюється на суб'єкта, котрий «...виявляючись основною умовою дискурсивної практики, водночас залежить від неї, стаючи її продуктом» [12, с. 23]. Таким чином, суб'єкт як носій мови, вступаючи в комунікативну взаємодію, демонструє свої знання, почуття та переконання, а, отже, позиціонує себе. Поняття «позиції суб'єкта дискурсивної діяльності» (stance), у найзагальнішому розумінні, стосується дискурсивного вираження автором усного висловлення або письмового твору власних поглядів, почуттів, ставлення, суджень або оцінок не лише стосовно предмету спілкування, а й стосовно інших учасників мовленнєвої взаємодії [16; 2; 22; 24].

Середовищем реалізації суб'єктних позицій є дискурс. У сучасній науці не існує єдиного визначення цього поняття. Дискурс розуміють як складну діяльнісну (акціональну) структуру [11, с. 66], як текст занурений у життя з усіма відповідними формами життя [1], як ситуативно зумовлену інтерсуб'єктну мовленнєво-розумову діяльність, спрямовану на взаємну орієнтацію у життєвому просторі на основі надання мовний формі семіотичної значущості [8, с. 11]. Ми, слідом за Т. А. ван Дейком, трактуємо дискурс як форму / спосіб міжособистісної вербальної взаємодії у певних ситуаційних умовах, що дозволяє не обмежувати аналіз мовленнєвої інтеракції лише рамками усної комунікації, а також включати до розгляду і письмову комунікацію, виділяючи два основних типи дискурсу – усний (talk) і письмовий (text) [19, с. 3]. Дослідники Інтернет-комунікації [2; 7; 27] тлумачать блог як новий вид дискурсу, під яким розуміється зв'язний текст в сукупності з екстралінгвістичними факторами, занурений в ситуацію віртуального спілкування за допомогою електронних засобів зв'язку [3, с. 150-155].

Ведення Інтернет-блогу набуває дедалі більшої популярності серед користувачів Всесвітньої мережі, оскільки розширює можливості як міжособистісного, так і соціально значущого спілкування. У нашому дослідженні блог трактується як інтерактивне електронне видання, що містить статті (пости) на різну тематику і надає можливість користувачам обмінюватися думками, дискутувати, обговорювати різноманітні проблеми та будувати соціальні взаємовідносини з читачами й іншими блогерами [27]. Класифікують блоги за різними критеріями: а) автором / авторами (особисті / авторські / персональні, колективні, корпоративні блоги), б) наявністю мультимедіа (текстові, музичні, фото- та відеоблоги), в) особливостями змісту (контентні, моніторингові, мікроблоги), г) технічною основою (блоги на різноманітних блог-платформах, моблоги) [31]. Оскільки блог – це особливий вид дискурсу, основа якого – текст, доступний для прочитання будь-якою людиною, то те чи інше приватне твердження, зроблене індивідом у блозі, стає доступним широкому загалу, а, отже, виявляється стансом – соціально-значущою позицією [12, с. 322].

Позиція суб'єкта дискурсивної діяльності базується на ознаках учасника дискурсу як особистості: що він / вона робить (доходить висновків, залучається до спілкування тощо) як член певної соціальної і культурної групи та як учасник процесу конструювання соціального значення. Відтак, суб'єкт дискурсивної діяльності вступає у взаємодію з іншими відповідно до однієї позиції або декількох одночасно [9].

Згідно Уциної В. А., у складі суб'єктних позицій виділяються епістемічний та афективний компоненти. В епістемічному компоненті позиціонування відображено об'єктивну інформацію про походження знань мовця щодо предмета мовлення та суб'єктивну рефлексію, що ґрунтується на поточних параметрах ситуативного контексту; емоційні і 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]. У процесі комунікативної взаємодії блогери конструюють свої епістемічні та афективні стани, використовуючи при цьому певні дискурсивні стратегії, які дозволяють їм створити бажаний образ своєї особистості. Таким чином, позиціонування має стратегічний характер, оскільки людині небайдуже як співрозмовники сприйматимуть її погляди, переконання і уподобання, що маніфестовані в її суб'єктних позиціях.

Стратегія – це дискурсивний феномен, що належить свідомості людини, втілюється у мовленні та конструює комунікативну практику суб'єктів дискурсу [13, с. 207-209]. Отже, автор блогу, коментуючи певні події чи надаючи якусь інформацію про себе, обирає такі стратегії, які дозволяють йому керувати свідомістю адресата і, в результаті, досягнути максимального результату.

В основу дослідження дискурсивних стратегій позиціонування автора персонального блогу у нашій роботі покладено концепцію Т. ван Дейка, згідно якій стратегії поділяються на глобальні, локальні та мовленнєві [5]. Науковець трактує глобальну стратегію як стратегію всього дискурсу, загальну стратегію учасника мовленнєвої взаємодії, яка контролює результати на локальних етапах і реалізується за допомогою локальних стратегій, що, своєю чергою, спрямовані на досягнення більш конкретних цілей; глобальна і локальна стратегії разом складають загальну макростратегію управління дискурсом. Мовленнєва стратегія – це функціональна одиниця послідовності дій, яка сприяє вирішенню локального або глобального завдання [5, с. 274, 277].

Дискурсивним середовищем дослідження стратегічного характеру позиціонування суб'єкта дискурсивної діяльності ми обрали персональний блог, який надає особистості необмежені можливості для самопрезентації. Мета створення особистого блогу полягає не лише в інформованні широкого загалу про повсякденні події у житті автора, а й вираженні власного ставлення до них, або позиціонуванні. Опис подій насправді є лише фоном, на тлі якого автор може представити себе у певному світлі – маніфестувати свою суб'єктну позицію, в результаті накопичення яких формується його / її ідентичність [12; 17]. Власне, блог ведеться особистістю «...не для себе, а задля визнання себе іншими, саме тому тут завжди

присутній елемент самореклами» [14, с. 99]. В умовах електронного спілкування читачі сприймають особистість блогера як сукупність написаних ним / нею текстів, у яких представлено його / її стани щодо тих чи інших подій, проблем, інших суб'єктів суспільного життя і комунікації. Описуючи певні події, автор вибирає ті мовні засоби, які сприятимуть реалізації його інтенцій та зададуть адресату необхідне для нього сприйняття та бачення цих подій.

Таким чином, під стратегією суб'єктного позиціонування в Інтернет-блогі ми розуміємо модель дискурсивної поведінки суб'єкта, яка забезпечує реалізацію його інтенцій та здійснює вплив на когнітивну та емоційну сфери адресата.

Пропонуємо розглянути особливості стратегій суб'єктного позиціонування на прикладі Інтернет-повідомлень популярного американського блогера, письменниці та спікера конференції TED (від англ. *Technology, Entertainment, Design* – Технології, Розваги, Дизайн, конференція, присвячена «ідеям вартим поширення») Бріт Рейнтс. Для цього проаналізуємо такі повідомлення (пости) як *Advocacy* [15], *Testimonials* [29], *Welcome!* [30] загальною кількістю 1770 слів. Наше дослідження структуруємо згідно класифікації дискурсивних стратегій Т. ван Дейка, на основі якої ми виокремили такі стратегії суб'єктного позиціонування у авторському блогі (рис. 1): глобальна стратегія самопозиціонування, локальна стратегія позитивної самопрезентації, яка поділяється на мовленнєві стратегії позитивної самооцінки, самокритики і залучення думки стороннього реципієнта та локальна стратегія негативної презентації опонентів, яка, своєю чергою, поділяється на мовленнєві стратегії критики та звинувачення.

Обсяг статті обмежує можливості повного розкриття механізмів актуалізації усіх вищезазначених стратегій, тому ми зосередимо увагу лише на локальних стратегіях позитивної самопрезентації та мовленнєвих механізмах актуалізації цих стратегій. Оскільки глобальна стратегія – це загальна стратегія учасника мовленнєвої взаємодії, яка контролює результати реалізації задуму мовця, а основна мета автора персонального блогу – повідомити про себе, свою позицію та переконання широкому загалу, то ми визначаємо стратегію самопозиціонування як глобальну. Ця стратегія контролює дискурсивну поведінку блогера на локальних етапах. Розглянемо детально мовленнєві механізми актуалізації локальної стратегії позитивної самопрезентації.



Рис. 1. Стратегії позиціонування в англomовному блог-дискурсі.

І. Мовленнєва стратегія позитивної самооцінки. Блогер вдається до експліцитного маркування власного емоційного стану за допомогою використання займенників «*I / my / me*», які зосереджують увагу читачів на особистості автора повідомлень. Лексичні одиниці в предикативній позиції з позитивним конотативним значенням «*happy / happiness*» вказують на афективну позицію автора: «*My name is Britt Reints and I'm a happiness expert. Actually, I prefer the term CZAR of HAPPINESS...*» [30], «*How I became a happiness expert*» [30], «*Now I'm happy*» [30]. Наведені приклади яскраво ілюструють бажання адресанта позиціонувати себе не просто щасливою людиною «*I'm happy*», а такою, яка є експертом щастя «*I'm a happiness expert*», тобто може слугувати зразком для наслідування. Блогер за допомогою вставного прислівника «*actually*», що належить до адвербіальних маркерів стану [25], та словосполучення «*CZAR of HAPPINESS*» уточнює особисту афективну позицію, тим самим наголошуючи на власній впливовості та компетентності у питанні пошуку щастя. Слово-варваризм «*czar*» (цар) обране автором не випадково, адже, маючи більше смислове та емоційне навантаження у порівнянні з нейтральною за значенням лексичною одиницею «*expert*» (експерт), швидше приверне увагу читача. Стилістичний графічний засіб капіталізації «*CZAR of HAPPINESS*» використано для інтенсифікації емоційної самооцінки продуцента та її особистісних характеристик.

Імплицитна самооцінка актуалізується у комунікативному середовищі блогу через опис автором власних вчинків, дій та поведінки. Відтак, читач може чітко прослідкувати бажання блогера позиціонувати себе як:

а) безкорисливу людину: «*I'd come because a friend of mine was passionate about the project and had invited me, and I knew we shared similar values and an addiction to volunteerism*» [15], «*Since June I've been working for a neighborhood non-profit, and it's been an eye-opening introduction into the whole world that doesn't measure success with dollars earned*» [15]. Ця позиція актуалізується у дискурсі Інтернет-блогу за допомогою інклюзивного займенника «*we*» та лексичних одиниць «*volunteerism*» (волонтерство), «*non-profit*» (неприбутковий, благодійний), які підкреслюють вищезазначену характеристику блогера;

б) справедливу людину: «*My justice complex has been nurtured since birth*» [15] – стилістичний прийом метафори додає висловленню експресивності та привертає увагу до відповідної якості адресанта;

в) вірного друга, що маркується у тексті поста за допомогою очевидного словосполучення, яке ілюструє позитивні риси блогера: «*I am the friend, who will listen to you and feed you – and eventually suggest you fix it or quit whining*» [15];

г) турботливого сім'янина, що актуалізується у дискурсі Інтернет-блогу за допомогою паралельної конструкції, яка свідчить про вирішальну роль автора повідомлення у створенні комфортного і щасливого сімейного життя. «*I've also put my marriage back to together... I've created a life filled with love, fun, and purpose; and now I want to help you do that for yourself*» [30].

II. Мовленнєва стратегія самокритики. Автор блогу Бріт Рейнтс вдається до експліцитної самокритики, що виражено в тексті постів за допомогою використання паралельної конструкції, яка підсилює емоційний вплив на читача: «*I've blown up my life more than once. I've quit jobs, abandoned friendships, lost and gained hundred of pounds, and even tried really hard to destroy my marriage. I have made so many mistakes*» [30]. Лексичні одиниці з негативною конотацією «*blow up*» (руйнувати), «*quit*» (покидати), «*abandon*» (залишати), «*loose*» (втрачати), «*destroy*» (руйнувати) та словосполучення «*make a mistake*» (робити помилку) свідчать про те, що автор визнає, не приховує та відкрито повідомляє читачам про власні помилки. Блогер також експліцитно номінує свої негативні якості за допомогою абстрактних іменників «*uselessness*» (марність, некорисність), «*impotence*» (безпомічність, безсилля) та присвійного займенника «*my*» (мій / моя / моє): «*I sunk into my coach and let myself be crushed by the weight of my uselessness, my impotence in the face of very real problems that are not inevitable and yet remain unsolved*» [15]. Метафора «*let myself be crushed by the weight of my uselessness, my impotence*» акцентує увагу на усвідомленні автором власного безсилля та яскраво ілюструє почуття незадоволення своєю безпорадністю. Проте, така відкрита самокритика не призводить до негативного сприйняття блогера, а навпаки, створює імідж об'єктивної особистості, що спроможна визнати свої слабкості з боку та виправити свої помилки.

III. Мовленнєва стратегія залучення думки стороннього реципієнта. Характерною рисою авторського блогу Бріт Рейнтс є розміщення відгуків своїх читачів та послідовників на власній Інтернет-сторінці. Автор використовує цю стратегію з метою підтвердження об'єктивності створеного нею образу. Стратегія залучення думки стороннього реципієнта актуалізується у персональному блозі за допомогою прямої характеристики особистості Бріт Рейнтс:

«*Britt Reints is a breath of fresh air... She's honest, open, and an excellent storyteller... – Kate Stoltzfus*» [29].

«*My favorite part of your presentation was how «real» you were. You were so «down to Earth» and open with us and we really were able to see the real you!! – Deanna Walser, workshop attendee*» [29].

«*... As someone who has had a number of mentors, more than one therapist and a lot of advise over the years, I am honestly qualified to tell you that you are truly gifted at coaching, teaching and leading. – Shannon Miller*» [29].

«*She is the most generous, intentional person I've found in ages – and wicked funny! – Dr. Deborah Gilboa (Tweet)*» [29].

Використаї читачами оцінні епітети «*honest*» (чесний), «*open*» (відкритий), «*excellent*» (чудовий), «*real*» (справжній), «*down to Earth*» (простий), «*truly gifted*» (насправді обдарований), «*the most generous*» (найшесдріший), «*intentional*» (цілеспрямований), «*wicked funny*» (з відмінним почуттям гумору) та метафора «*a breath of fresh air*» (ковток свіжого повітря) свідчать про позитивне сприйняття особистості блогера, а також про правдивість описаних автором власних характеристик.

Висновки. Отже, проведений аналіз мовленнєвої взаємодії у персональному блозі свідчить про стратегічний характер позиціонування у ньому суб'єкта дискурсивної діяльності. Глобальна стратегія самопозиціонування є домінуючою у дискурсивній поведінці блогера і реалізується за допомогою локальних стратегій позитивної самопрезентації та негативної презентації опонента. Мовленнєві стратегії сприяють реалізації інтенцій блогера на локальних етапах та поділяються на стратегії позитивної самооцінки, самокритики, залучення думки стороннього реципієнта, критики та звинувачення.

Перспективою подальших досліджень є вивчення механізмів актуалізації локальної стратегії негативної презентації опонента в комунікативних умовах авторського блогу.

Література:

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс : лингвистический энциклопедический словарь / Н. Д. Арутюнова : гл. ред. В. И. Яйцева. – М. : Сов. энциклоп., 1990. – С. 136-137.
2. Гермашева Т. М. Блог как новый тип дискурса / Т. М. Гермашева // Лингвистика в образовательном процессе. Материалы международной научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2009. – 220 с.
3. Гермашева Т. М. Исследование лингвистических и паралингвистических характеристик блог-дискурса / Т. М. Гермашева // Известия Российского государственного педагогического ун-та им. А. И. Герцена. – 2010. – № 126. – С. 150–156.
4. Гермашева Т. М. Языковая личность субъекта блог-дискурса: лингвокогнитивный аспект : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 – теория языка / Т. М. Гермашева. – Ростов на Дону, 2011. – 21 с.
5. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк ; сост. В. В. Петрова ; под ред. В. И. Герасимова. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
6. Иванов Л. Ю. Язык в электронных средствах коммуникации / Л. Ю. Иванов // Культура русской речи. – М. : Флинта-Наука, 2003. – 840 с.
7. Козлова Н. С. Самопрезентация личности в условиях виртуальной коммуникации (на примере немецкоязычных блогов) / Н. С. Козлова // Вестник ЮрпГУ. Серия «Лингвистика», 2012. – Выпуск 15, № 25. – С. 113-115.
8. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А. П. Мартинюк. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2012. – 196 с.
9. Морозова О. І. Stance: позиція суб'єкта дискурсивної діяльності / О. І. Морозова // Вісник Київського національного лінгвістичного ун-ту. Серія філологія. – 2011. – Т. 14, № 1. – С. 87–93.
10. 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.
11. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика / И. П. Сусов. – Винница : Нова Книга, 2009. – 272 с.
12. Ущина В. А. Позиціонування суб'єкта в англословному дискурсі ризику: соціокогнітивний аспект : монографія / В. А. Ущина. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – 380 с.
13. Фролова І. С. Дискурсивна стратегія як когнітивно-комунікативний феномен / І. С. Фролова // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – Т. 2, № 82. – С. 207–209.
14. Школовая М. С. Лингвистические и семиотические аспекты конструирования идентичности в электронной коммуникации : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / М. С. Школовая. – Тверь, 2005. – 22 с.
15. Advocacy. – [Electronic resource]. – Access Mode : <http://inpursuitofhappiness.net/blog/#.VhFvSkPKS0g>
16. Biber D. Historical patterns for the grammatical marking of stance. A cross-register comparison // Journal of Historical Pragmatics. – John Benjamins Publishers, 2004. – 5:1. – P. 107–136.
17. Bucholtz M. Identity and interaction: a sociocultural linguistic approach / M. Bucholtz, K. Hall // Discourse Studies. – London : Sage Publications, 2005. – № 7 (4-5). – P. 585–614.
18. Crystal D. Language and the Internet / D. Crystal. – Cambridge, 2nd edition, 2006. – 318 p.
19. Dijk T. A. van. The Study of Discourse / T. A. van Dijk // Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction ; ed. by T. A. van Dijk. – London ; Thousand Oaks ; New Delhi : Sage Publications, 1997. – Vol. 1. – P. 1–34.
20. Du Bois J. The Stance Triangle // Stancetaking in Discourse / Ed. by R. Englebretson. – Amsterdam : John Benjamins, 2007. – P. 139–182.
21. Herring S. Slouching toward the Ordinary: Current trends in Computer-Mediated Communication / S. Herring // New Media and Society. – London : Sage Publications, 2004.

22. Hunston S. *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse* / S. Hunston, G. Thompson. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 225 p.
23. *In Pursuit of Happiness – Blog* – [Electronic resource]. – Access Mode : <http://inpursuitofhappiness.net/blog/#.VgU0fEPKS0g>
24. Kiesling S. F. *Style as Stance* / S. F. Kiesling // *Stance: Sociolinguistic Perspectives*; ed. by A. Jaffe. – Oxford : OUP, 2009. – P. 171–194.
25. Myers G. *Stance-taking and public discussion in blogs* / Greg Myers // *Critical Discourse Studies*. – 7 (4). – 2010. – P. 263–275.
26. [Electronic resource]. – Access Mode : http://www.prchecker.info/check_page_rank.php
27. Rahimpour S. *Blogs: A Resource of Online Interactions to Develop Stance-Taking* / Sepideh Rahimpour. – [Electronic resource]. – Access Mode : http://www.researchgate.net/researcher/2069722786_Sepideh_Rahimpour
28. [Electronic resource]. – Access Mode : <http://www.startofhappiness.com/top-100-personal-development-blogs-2015>
29. *Testimonials*. – [Electronic resource]. – Access Mode : <http://inpursuitofhappiness.net/testimonials/#.VhFWuEPKS0h>
30. *Welcome!*. – [Electronic resource]. – Access Mode : <http://inpursuitofhappiness.net/about/#.VhFXpkPKS0h>
31. *Wikipedia*. – [Electronic resource]. – Access Mode : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Блог>

УДК 811.161.2'367.

Т. В. Юрчишин,

Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль

ІНВАРІАНТНИЙ ХАРАКТЕР СЕМАНТИЧНОЇ СТРУКТУРИ РЕЧЕНЬ УЗАГАЛЬНЕНОГО ЗМІСТУ

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю детального аналізу семантичної структури речень узагальненого змісту як вагомого чинника, релевантного для вираження різними конструкціями узагальненого змісту. Мета статті – визначити семантико-синтаксичні ознаки речень узагальненого змісту. Для досягнення цієї мети передбачається розв'язати такі завдання: окреслити наповнюваність поняття речення узагальненого змісту з урахуванням досягнень сучасної лінгвістичної науки; простежити закономірності організації семантичної структури речень узагальненого змісту; представити семантичну структуру речень узагальненого змісту як інваріантну для конструкцій різної формальної будови, що утворюють один змістовий тип.

Ключові слова: актуалізаційні модусні категорії, диктумний зміст, змістовий тип, модусний зміст, семантична структура.

THE INVARIANT CHARACTER OF SEMANTIC STRUCTURE OF GENERALIZED CONTENT SENTENCES

The article substantiates existence of separate semantic type of sentence structures which represent generalization of the essence expressed in them and are actualized in a situation of speech. The actuality of this article is determined of necessity of the detailed analysis of semantic structure of generalized content sentences as a ponderable factor relevant for expression of the generalized content in different constructions. Purpose of the article is to define semantic and syntactic signs of generalized content sentences taking into account achievements of modern linguistic science; to analyze conformities mechanisms, which determine the actualization of generalized content; to present the semantic structure of suggestions of the generalized maintenance as invariant for the constructions of different formal structure, which form one semantic type. The lexical-semantic filling of semantic-syntactic positions are presented. Conformities with the law of semantic structure of sentences of the generalized content as invariant for the construction of different formal structure are found out. The conclusion about semantic unanimity of the same type of generalized content sentences with complete absence of specific peculiarities of structures.

Key words: actualized modus categories, dictum content, modus content, semantic structure, semantic type.

ИНВАРИАНТНЫЙ ХАРАКТЕР СЕМАНТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ОБОБЩЕННОГО СМЫСЛА

Актуальность исследования обусловлена необходимостью детального анализа семантической структуры предложений обобщенного смысла как важного фактора, релевантного для выражения разными конструкциями обобщенного смысла. Цель статьи – определить семантико-синтаксические признаки предложений обобщенного смысла. Для достижения этой цели необходимо выполнить следующие задания: определить наполнение понятия предложения обобщенного смысла с учетом достижений современной лингвистической науки; проанализировать закономерности организации семантической структуры предложений обобщенного смысла; представить семантическую структуру предложений обобщенного смысла как инвариантную для предложений разной формальной структуры, которые формируют один смысловой тип.

Ключевые слова: актуализационные модусные категории, диктумный смысл, модусный смысл, смысловой тип, семантическая структура.

На сучасному етапі розвитку синтаксичної науки утвердився багатоаспектний аналіз речення з урахуванням формального, семантичного й комунікативного рівнів його організації. До конструкцій, які ще не стали об'єктом такого всебічного аналізу в україністиці, належать речення узагальненого змісту.

Узагальнення змісту, репрезентоване реченнєвою структурою, традиційно узгоджується з поняттям узагальнено-особового речення. Водночас останнім часом увага синтаксистів зосереджується на тому, що узагальнення змісту репрезентується в структурі всіх типів речень – простих односкладних (особових, безособових, інфінітивних) та двоскладних, складносурядних, складнопідрядних і безполучникових.

У межах лінгвістики сутність подібних реченнєвих структур досліджувалася та осмислювалася з різних позицій. Речення узагальненого змісту корелюють з іншими номінаціями, зокрема з пареміями (афоризмами, сентенціями, прислів'ями, максимами), абстрактно-авторськими реченнями, універсальними реченнями, загальноноreferентними висловленнями. Серія робіт мовознавців присвячена дослідженню речень узагальненого змісту саме з пареміологічного погляду (В. Бондаренко [1, с. 73-77], О. Дуденко [2], Г. Садова [3]). Речення узагальненого змісту як паремії досліджують також у контексті мовленнєвої діяльності (Г. Сидоркова [4], О. Мерзлікіна [5]). До аналізованих конструкцій часто застосовується фразеологічний підхід, орієнтований на виявлення, систематизацію й теоретичне осмислення їх як стійких, відтворюваних одиниць. У колі дослідницьких зацікавлень перебуває функціонування речень узагальненого змісту на фразеологічному рівні як афористичного мовного масиву (В. Калашник [6, с. 94-97]).

Н. Шарманова [7, с. 58-61]). Структурну та семантичну специфіку так званих абстрактно-авторських речень виявляє в дисертаційній роботі О. Олійник [8]. У філологічній літературі наявні фрагменти аналізу «універсальних речень» в систе-