

Шкамарда О. А.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПОЗИЦІЮВАННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-БЛОЗІ

У статті досліджено соціальні аспекти позиціонування суб'єкта дискурсивної діяльності (стансу) в англomовному інтернет-блoзі. Матеріалом для представленої розвідки послуговували фрагменти повідомлень, вилучені з інтернет-блoгу популярної американської співачки Ріанни у соціальній мережі «Твіттер». Наукова праця виявляє особливості трактування поняття суб'єктного позиціонування з позицій двох домінуючих підходів (репрезентаційного та діяльнісного), а також розкриває його динамічну міжособистісну природу. Зокрема, доведено, що станс – це явище публічне, яке має два основних взаємозалежні і взаємопов'язані модулі: 1) індивідуально-особистісний, в якому проявляються особистісні характеристики суб'єктів дискурсивної діяльності, а саме фізичні дані, особливості світосприйняття та мислення, специфічні потреби та інтереси, духовні та морально-вольові якості та 2) інтеракційний, який забезпечує органічну взаємодію адресанта й адресата, синхронізуючи їхні мовні картини світу для сприйняття та інтерпретації позицій один одного. Крім того, встановлено, що позиція суб'єкта дискурсивної діяльності базується не лише на ознаках учасника дискурсу як особистості, його / її індивідуальних характеристиках, а і на його / її параметрах як представника певної соціально-культурної групи. Таким чином, у дослідженні, слідом за Дж. Дю Буа, термін «позиція суб'єкта дискурсивної діяльності» визначено як публічний акт соціальних акторів, який реалізується в діалозі за допомогою таких комунікативних засобів як мова, жести й інші символічні форми і за допомогою актуалізації якого суб'єкти оцінюють об'єкти, позиціюють суб'єктів (у тому числі й себе) з урахуванням різноманітних соціокультурних факторів. У статті простежено стійкі кореляції між соціальними характеристиками мовця / автора письмового повідомлення та його / її позиціями у дискурсі англomовного інтернет-блoгу. На основі аналізу мовленнєвої поведінки учасників комунікативної взаємодії у блогосфері виокремлено вербальні та невербальні ресурси активізації соціального модуля позиціонування в мережі інтернет.

Ключові слова: позиція суб'єкта дискурсивної діяльності, станс, суб'єкт дискурсивної діяльності, інтернет-блог, соціальний модуль позиціонування.

Постановка проблеми. Проблема відображення взаємозв'язку людини і соціального середовища, в якому протікає її буття, не втратила своєї актуальності і сьогодні, в ХХІ столітті, часі глобалізаційних процесів та технологічних трансформацій, де світ переповнений симулякрами [1], а віртуальна реальність все ближче до процесу поглинення реальної. Сучасне суспільство мінливе і нестабільне, воно постійно змінюється, а разом із ним змінюється і людина – активний суб'єкт творення навколишньої дійсності.

З давніх часів люди сприймають себе як органічну частку соціуму, в якому вони набувають досвід і знання, розвиваються, взаємодіють та формуються як особистості, в поведінкових паттернах (вербальних і невербальних) яких відображаються ціннісні орієнтири середовища їхнього буття. Відтак людина як істота соціальна,

як особистість, наділена унікальними якостями, шукає визнання і сприйняття власної індивідуальності через участь у позиціювальних практиках з іншими членами суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення феномену позиціонування набуває дедалі більшої популярності як серед вітчизняних (4; 8; 9), так і зарубіжних [10; 14; 15; 16; 17; 18; 19] учених. Сьогодні активно досліджують зміст поняття «позиція суб'єкта дискурсивної діяльності» [8; 9; 14; 19], його різновиди [9; 14; 18; 19], інтеракційну природу позиціонування [18; 19], соціокогнітивні аспекти стансу [8; 9] та ін. У вищезгаданих наукових розвідках динаміка позиціонування суб'єкта дискурсивної діяльності розглянута науковцями в основному на основі ситуацій реальної комунікації. Наше дослідження спрямоване на вивчення соціальних аспектів стансу у віртуальному світі, що, безперечно, свідчить

про його актуальність та новизну, адже повсякчасне використання інтернет-технологій та безперервний доступ до інформації стали невід'ємною частиною життя сучасної людини.

Постановка завдання. Метою представленої наукової розвідки є вирішення наступних завдань: розглянути існуючі підходи до трактування поняття суб'єктного позиціонування; виявити стійкі кореляції між суспільно-соціальними характеристиками суб'єкта дискурсивної діяльності та його / її позиціями в дискурсі англосовітського блогу; виокремити вербальні на невербальні засоби актуалізації соціального модуля позиціонування.

Виклад основного матеріалу. Серед відносин, що складаються поміж людьми в процесі їхньої спільної діяльності й спілкування, особливе значення відіграють міжособистісні стосунки, адже в них найповніше розкриваються всі аспекти людського ества та передаються найтонші відтінки настроїв, почуттів і думок. Відтак у процесі інтеракції людина не просто вербалізує власне ставлення до предмету обговорення та своїх співрозмовників, а позиціює себе, задіюючи при цьому широкий спектр лінгвокультурних знань, які були засвоєні нею у процесі соціалізації. Саме тому у позиціональних практиках індивід постає не лише як продукт суспільного розвитку, а і як активний учасник пізнавальної діяльності, суб'єкт матеріального і духовного спілкування, який усвідомлює та адекватно оцінює не лише власне «Я», а і своє місце серед людей, своє ставлення до них, їхніх потреб, мотивів, інтересів і цілей. Таким чином, суб'єкт, породжений певним соціальним середовищем, «служить своєрідним фокусом, у якому переломлюються багаточисельні та суперечливі впливи класово-майнових, професійно-групових і соціально-групових, гендерних і вікових, расових і етнічних, конфесійних, територіальних та інших відносин» [7, с. 217].

Отже, вступаючи у процес комунікативної взаємодії, людина керується власними потребами, що формуються у процесі її входження у суспільство і сферу міжособистісних відносин. Суть потреб полягає у їх задоволенні, що можливе лише у співпраці з іншими членами соціуму. Відтак уся практична діяльність особистості – це форма задоволення потреб, що виражають об'єктивну залежність людини від зовнішнього світу. Розрізняють природні та соціальні (створені суспільством) потреби. Під природними розуміють звичайні потреби людини в їжі, одязі, житлі і т.д., тоді як до соціальних відносять потреби в духовній культурі, трудовій діяльності, спілкуванні тощо [6, с. 121].

В умовах глобальних трансформацій суспільства ХХІ століття вважаємо за можливе стверджувати, що сьогодні до важливих соціальних потреб людини, як агента змін та співтворця навколишньої дійсності, належить і потреба у позиціонуванні, адже тепер як ніколи раніше важливим є не лише пошук суспільного визнання через взаємодію з іншими (процес позиціонування, англ. *stancetaking*), а і вагомість власного голосу, особистих переконань і думок (позицій, англ. *stances*) як впливових важелів у процесах творення реальності. Таким чином, становлення особистості відбувається через її діяльність, через спілкування з іншими людьми, в результаті чого не лише набувається соціальний досвід, а й створюється власна система цінних для особистості суспільних взаємозв'язків з оточуючим світом. За таких обставин саме станс стає тією об'єднуючою ланкою, яка «уможливлює здійснення аналізу дискурсивних процесів у діапазоні від прагматики індивідуальної когніції до прагматики соціальної комунікації» [9, с. 59].

Дослідження суб'єктного позиціонування в сучасних наукових колах досить гетерогенні. Це поняття трактують з позицій різних підходів (репрезентаційний та діяльнісний підходи), теорій (теорія ідентичності, дискурсивної психології) та лінгвістичних галузей (соціолінгвістика, соціокогнітивістика). Так, у найзагальнішому розумінні станс – це висловлена думка мовця чи автора письмового повідомлення, у якій відображено його / її знання, почуття та оцінки щодо предмету обговорення та інших учасників комунікації [9; 14], яка у репрезентаційному трактуванні [10; 11] розглядається дослідниками як статичний моносуб'єктний феномен співзвучний з поняттями *персональна позиція, суб'єктивна думка, точка зору, погляд чи переконання особистості*. З огляду на таке трактування стансу бачимо, що поза увагою науковців залишилося його соціальне значення та інтеракційний характер.

Тлумачні словники англійської мови, своєю чергою, озброюють користувача дефініціями досліджуваного поняття. Станс – це: а) публічно виражена думка (*stance is an opinion that is stated publicly*) [20; 21]; б) вербалізована особиста думка про щось (*an opinion that somebody has about something and expresses publicly*) [24]; в) спосіб мислення, відображений у публічно висловленій думці; позиція, суспільна думка, світогляд, менталітет (*a way of thinking about something, especially expressed in a publicly stated opinion; position, public attitude, mindset, mentality*) [13]. Таким чином, як

свідчать представлені результати пошуку, концепт стансу корелює з такими поняттями, як позиція, суб'єктивна думка, світогляд, та об'єднує не лише особистісну сферу життєдіяльності суб'єкта, а і його відносини з оточуючим світом, соціумом, у якому і відбулося його особистісне становлення.

Таким чином, дослідники феномену позиціонування, збагнувши нерозривний зв'язок між особистісними та соціальними проявами стансу, трактують це поняття як «соціальний конструкт, який народжується в діалогічній взаємодії суб'єктів дискурсивної діяльності між собою та з оточуючим світом» [17; 22], як «міжсуб'єктне явище, інтеракційна динаміка якого відображається у соціальних зв'язках людини» [12], «як засіб і процес соціолінгвістичної індексації суб'єкта дискурсивної діяльності» [9, с. 66]. Беручи до уваги такі дефініції стансу, бачимо, що серед його численних характеристик чітко виокремлюються такі риси, як міжсуб'єктність та динамічність, адже актуалізація суб'єктних позицій можлива лише у процесі дискурсивної взаємодії між її учасниками [14; 16; 18; 19]. Із цієї причини вважаємо за необхідне зауважити, що станс – це мультиаспектне явище, значно ширше ніж точка зору чи переконання, це – мовне формулювання соціальних дій [14, с. 139], що включає особистісні та інтеракційні аспекти, а відтак вимагає використання нового – діяльнісного підходу [4; 5] до його вивчення.

У центрі уваги дослідників, які застосовують діяльнісний підхід до трактування дискурсу [4; 5], опиняється те, як люди створюють враження про себе в комунікації з іншими індивідами. У термінах сучасної лінгвістичної науки вони конструюють власні ідентичності та впливають на конструювання ідентичностей своїх партнерів. Соціальна значущість явища позиції суб'єкта дискурсивної діяльності як ресурсу для побудови ідентичності полягає в тому, що ідентичності, які виникають у результаті суб'єктного позиціонування, – це соціодискурсивні конструкти, а не зафіксовані стабільні величини [8, с. 21]. Відтак можемо чітко прослідкувати «зсув» інтересів науковців із вивчення результату комунікативної діяльності – стабільно-статичної величини (репрезентаційний вимір) на сам процес та способи організації цієї діяльності (діяльнісний вимір), тобто відбувається переорієнтація дослідницьких інтересів, які сьогодні спрямовані на «осягнення ролі мови у становленні людських стосунків» [23, с. 173]

Таким чином, діяльнісний підхід уможливорює фокусування сучасних досліджень не на мовній іманентній структурі, а на взаємодії мови і людини,

мови і соціуму, мови і екології буття, та дозволяє якнайповніше осягнути індивідуально-соціальні якості людини як суб'єкта пізнання, який є творцем навколишньої дійсності та, водночас, продуктом народженим в інтеракції з собі подібними [9, с. 21]. За таких обставин особливої актуальності набуває визначення стансу, запропоноване Дж. Дю Буа, яке найповніше розкриває усі грані цього феномену: «Позиція суб'єкта дискурсивної діяльності – це публічний акт соціальних акторів, який реалізується в діалозі за допомогою таких комунікативних засобів, як мова, жести й інші символічні форми. і за допомогою актуалізації якого суб'єкти оцінюють об'єкти, позиціують суб'єктів (у тому числі й себе) з урахуванням різноманітних соціокультурних факторів» [14, с. 173]. Іншими словами, артикулюючи позицію, суб'єкт маніфестує свої епістемічно-афективні та соціо-культурні вподобання [19], які були сформовані у практичній діяльності, зокрема в роботі й у спілкуванні з іншими людьми. Відтак міжособистісні відносини є тією найважливішою ланкою суспільного устрою, яка дозволяє якнайповніше пізнати суть і структуру кожного, хто вступає в ці відносини.

Сьогодні, за умов глибинного проникнення інтернету в усі сфери життєдіяльності людини, термін *міжособистісні стосунки* набуває нового значення і звучання. Так, реалізація інтеракції між її суб'єктами можлива не лише в однакових просторово-часових координатах, тобто спілкуючись «тут і зараз», а і на просторах онлайн середовища, коли важливо бути «тут» (у мережі), але не «зараз», не в цей момент. Таким чином, віртуальна реальність стає невід'ємною частиною буття сучасної людини, де вона пізнає світ, працює, комунікує та позиціює себе у взаємодії з іншими.

Як зазначено в численних дослідженнях феномену позиціонування, людина, маніфестуючи свої суб'єктні позиції, не лише повідомляє про особисті якості та емоційні стани, а «генерує дискурс, який має феноменологічну природу і в якому знаходять відображення її індивідуальна свідомість, світогляд, внутрішній світ, особистісна кваліфікація подій та їх оцінки» [8], тобто унікальне в природі людини тісно пов'язане з її соціальним началом.

Розглянемо наступний приклад, вилучений із мікроблогу популярної американської співачки Ріанни у твіттері (рис. 1) [25]. У наведеному фрагменті співачка, яка є відомою особистістю, за повідомленнями якої слідкує американська молодь та велика аудиторія її прихильників, вітає Джо Байдена і його віцепрезидента Камалу Гарріс з перемогою на президентських виборах.



Рис. 1. Фрагмент із мікроблогу Ріанни у твіттері

Представлений на розгляд ілюстративний матеріал складається із тестового елемента («*The faces of history makers, boundary breakers, and WINNERS!! CONGRATULATIONS to you both and mostly to the American people!! So much work to do, so much hurt to undo! Let's GO! 🍊 I'm so proud of you America!*»), значення якого підсилено фотофрагментом та символом емоджі (спеціальна графічна мова ідеограм та смайлів, яку використовують для вираження емоцій в інтерактивному спілкуванні, на веб-сайтах [3]) «🍊» (напружений біцепс). Беручи за основу твердження пост-структуралістів, що «все є дискурс» та їхнє трактування останнього як «способу формування і організації соціального життя» [2], вважаємо за можливе розглядати вищевикладений авторський пост як дискурсивний фрагмент, у якому співачка актуалізує свої суб'єктні позиції та конструює власну ідентичність «свідомої громадянки та патріота своєї країни».

Відтак у зазначеному дописі чітко прослідковується особистісний схвальний афективно-оцінний стан блогерки щодо важливих політичних змін, які відбуваються в американському суспільстві, який реалізовано, згідно з Дж. Дю Буа, за допомогою «мови ... й інших символічних форм» [14, с. 173]. Так, лінгвальні засоби представлені:

1) лексичним вибором співачки номінувати переможців у президентських перегонах не лише застосовуючи загальноживану лексичну одиницю «*winner*» (переможці), а використовуючи римовані словосполучення «*The faces of history makers, boundary breakers...*» (це обличчя творців історії, руйнівників кордонів...), які позитивно характеризують зазначених учасників виборів та сприяють 1) експліцитному конструюванню позитивно-оцінного стану авторки «прихильник

новообраної влади»; 2) імпліцитному маркуванню своєї соціальної позиції «противник старої влади / президента Трампа»), що актуалізовано словосполученням «*boundary breakers*» (руйнівники кордонів), яке базується на спільних знаннях американців та світової спільноти загалом про політику 45 президента США та його ідеї (які отримали негативну оцінку громадян) щодо будівництва стіни на кордоні з Мексикою. Крім того, фінальне висловлення «*I'm so proud of you America!*» (я так тобою пишаюся, Америко!) підтверджує позитивну евалюацію вищеприписаних подій та вказує не лише на маніфестовану вище позицію, а і на ідентичність співачки «я – патріот своєї країни»;

2) стилістичним прийомом епіфори «*The faces of history makers, boundary breakers...*» (це обличчя творців історії, руйнівників кордонів...), що функціонує як елемент підсилення основного змісту висловлення, слугує засобом привернення уваги потенційного читача та сприяє його легкому запам'ятовуванню, а відтак і неодноразовому повторенню цієї фрази як похвали нової владної верхівки;


3) стилістичним прийомом антитези «*So much work to do, so much hurt to undo!*» (як багато всього треба зробити, як багато всього треба переробити), який вказує на віру блогерки у здатність нових обличчя при владі змінити країну на краще та одночасно підсилює її негативне ставлення до експрезидента, адже підтекст фрази озброює читача розумінням того, що правління Д. Трампа завдало чимало шкоди американському суспільству, яку тепер повинен усунути новий очільник країни.

Невербальні компоненти (або ж, як вказано у праці Дж. Дю Буа, «інші символічні форми» [14, с. 173]), використані авторкою у мікроблозі, також впливають на адресата, його епісемічно-афективні стани і, відповідно, схиляють його до обрання певної соціально значущої позиції щодо предмету обговорення та її узгодження з маніфестованою позицією адресанта. У наведеному ілюстративному матеріалі автор підсилює та водночас роз'яснює свій евалюативний стан «схвалення нової влади» за допомогою:

1) фотоелементу, на якому зображено майбутнього президента Джо Байдена та віцепрезидента Камалу Гарріс, які потискають руки як знак вдалої командної роботи і майбутньої співпраці та посміхаються, радіючи перемозі;

2) графічному засобу капіталізації «*WINNERS!!*» (переможці!!), «*CONGRATULATIONS!!*» (вітання!!), «*Let's GO!*» (вперед!) у поєднанні зі знаком пунктуації «!» (знак оклику), що використано для

інтенсифікації афективного стану продуцента «радість за вірний вибір влади американцями» та привернення уваги до наданої інформації;

3) символу «» (напружений м'яз), що трактується читачем як «сила», «міць духу», «політико-культурна міць», що сприяє не лише конструюванню суб'єктної позиції блогерки «прихильниця новообраного президента», а і вірному розумінню реципієнтами її повідомлення.

Таким чином, у наведеному фрагменті наочно продемонстровано, що людина, яка демонструє свої погляди та переконання на широкий загал, не просто позиціює себе, а самостворюється та самоідентифікується у взаємодії з іншими учасниками дискурсивних практик. Більше того, публічно заявляючи про свої стани, що базуються на особистих знаннях та віруваннях, будь-який комунікант, а тим паче відома персона, здатний своїм прикладом впливати на позиції інших суб'єктів інтеракції, а відтак конструювати соціальне життя та себе у ньому. Зважаючи на викладене вище, очевидно

є соціальна природа явища позиціювання, яка, так чи інакше, тісно пов'язана з індивідуальними характеристиками та переконаннями людини як суб'єкта смисло- і світотворення, яка здобула відповідні знання та сформувалася як особистість саме в площині соціокультурних координат.

Висновки і пропозиції. Отже, здійснений аналіз дає змогу дійти висновку, що позиціювання – це різнопланова, багатогранна і мультимасштабна дискурсивна діяльність, у якій важливими є не лише психічно-особистісний план існування людини, а і суспільно-соціальний [9, с. 106], який полягає у розумінні людини як соціальної істоти, що перебуває у тісній взаємодії з тим середовищем, у якому протікає її буття, а відтак знаходить своє відображення в її суб'єктних позиціях, станах, та актуалізується в інтернет-блозі за допомогою різноманітних вербальних та невербальних засобів. Перспективою подальших досліджень є розробка типології суб'єктів позиціювання в англомовних інтернет-блогах.

Список літератури:

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Київ : Основи, 2004. 231 с.
2. Деррида Ж. О граматилогії. Москва : Ad Marginem, 2000. 511 с.
3. Інтернет-платформа «Termin.in.Ua». URL : <https://termin.in.ua/emodzi-emoji> (дата звернення: 17.02.2021).
4. Морозова О.І. Діяльнісний стиль мислення у лінгвістичних дослідженнях. *Вісник Харківського національного університету*. Серія «Романо-германська філологія». Харків, 2008. № 811. С. 41–45.
5. Пшеничних А.М. Діяльнісний підхід до вивчення особливостей реперспективізації ситуації комунікантами. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. Харків, 2010. № 928. С. 52–58.
6. Сусов И.П. Лингвистическая прагматика. Винница : Нова Книга, 2009. 272 с.
7. Соціологія : підручник / Требін М.П та ін. ; за ред. М.П. Требіна. Харків : Право, 2010. 224 с.
8. Ущина В.А. Позиціонування суб'єкта в англомовному дискурсі ризику: соціокогнітивний аспект : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2015. 380 с.
9. Ущина В.А. Позиціювання суб'єкта в сучасному англомовному дискурсі ризику : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04. Київ, 2016. 500 с.
10. Biber D., Finegan E. Styles of stance in English: Lexical and grammatical marking of evidentiality and affect. Text 9. 1989. Vol. 9. Issue 1. P. 93–124.
11. Biber D., Finegan E. Adverbial stance types in English, 1988; Besnier M. Language and affect, 1990; Goodwin Ch. Audience diversity, participation and interpretation, 1986
12. Bucholtz M., Hall K. Identity and Interaction: a Sociocultural Linguistic Approach : Discourse Studies. London : Sage Publications, 2005. № 7(4-5). P. 585–614.
13. Cambridge dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org/thesaurus/stance> (дата звернення: 6.02.2021).
14. Du Bois J. The Stance Triangle : Stancetaking in Discourse. / ed. by R. Englebretson. Amsterdam : John Benjamins, 2007. P. 139–182.
15. Hyland K. Stance and Voice in Written Academic Genres. London ; New York : Palgrave Macmillan, 2012. 280 p.
16. Irvine J. T. Stance in a Colonial Encounter: How Mr. Taylor Lost His Footing : Stance: Sociolinguistic Perspectives / ed. by A. Jaffe. Oxford : OUP, 2009. P. 53–71.
17. Jaffe A. Introduction : The Sociolinguistics of Stance : Stance: Sociolinguistic Perspectives. / ed. by A. Jaffe. Oxford : OUP, 2009. P. 3–28.
18. Kärkkäinen E. Epistemic Stance in English Conversation: A Description of Its Interactional Functions, with a Focus on I Think. Amsterdam : John Benjamins, 2003. 209 p.

19. Kiesling F. S. *Style as Stance : Stance: Sociolinguistic Perspectives.* / ed. by A. Jaffe. Oxford : OUP, 2009. P. 171–194.
20. Longman dictionary of contemporary English. URL : <https://www.ldoceonline.com/dictionary/stance> (дата звернення: 6.02.2021).
21. Merriam-Webster's learner's dictionary. URL : <https://learnersdictionary.com/definition/stance> (дата звернення: 6.02.2021).
22. Ochs E. *Constructing Social Identity: a Language Socialization Perspective : Research on Language and Social Interaction.* 1993. Vol. 26(3). P. 286–306.
23. O'Driscoll J., *The role of language in interpersonal pragmatics.* 2013. Vol. 58. P. 170–181.
24. Oxford learner's dictionary. URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/stance?q=stance/> (дата звернення: 6.02.2021).
25. Twitter. URL : <https://twitter.com/rihanna> (дата звернення: 17.02.2021).

Shkamarda O. A. VERBAL AND NON-VERBAL MEANS OF THE STANCETAKING SOCIAL MODULE REALISATION IN THE ENGLISH INTERNET BLOG

The article examines the social aspects of the positioning of the subject of discourse in the English Internet blog. The material for the presented research is based on the fragments of the online messages taken from the Internet blog of the popular American singer Rihanna on the social network Twitter. The investigation reveals the interpretation peculiarities of the concept of stancetaking from the vantage point of the two dominant approaches (representational and usage-based approaches), as well as represents its dynamic interpersonal nature. In particular, it has been proved that stance is a public phenomenon, which embraces two main interdependent and interconnected modules: 1) individual, which manifests the personal features of the subjects of discourse, namely physical characteristics, peculiarities of world perception and cognition, specific needs and interests, spiritual and moral-volitional qualities and 2) interactional, which provides interaction between the sender of the message and its recipient, synchronizing their linguistic pictures of the world for the correct understanding and interpretation of each other's stances. Moreover, it has been established that the position of the subject of discourse is based not only on the individual traits of the communication participant, but also on his / her characteristics as a representative of a particular socio-cultural group. Thus, in this study, following J. Du Bois, we define stance as public act by social actor, achieved dialogically through overt communicative means (language, gesture, and other symbolic forms), through which social actors simultaneously evaluate objects, position subjects (themselves and others), and align with other subjects, with respect to any salient dimension of value in the sociocultural field. The article traces stable correlations between the social characteristics of the speaker / author of the written message and his / her positions in the discourse of the English Internet blog. Verbal and nonverbal resources of the stancetaking social module realisation in the discourse of the Internet blog have been singled out, based on the analysis of the speech behavior of its participants.

Key words: position of the subject of discourse, stance, subject of discourse, Internet blog, social module of positioning.