

ПОНЯТТЯ СОЦІО-ДИСКУРСИВНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ЙОГО ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

У статті подано стислий міждисциплінарний діахронічний аналіз поняття соціо-дискурсивна репрезентація, виділено її основні характеристики, розглянуто причини та умови виникнення репрезентацій.

Ключові слова: соціо-дискурсивна репрезентація, репрезентаційна парадигма, теорія соціальних репрезентацій, когнітивістика.

Незважаючи на широку розробку поняття дискурсу, його когнітивний аспект залишається недостатньо вивченим, тому комплексний підхід до розуміння механізмів відображення реальності в дискурсі видається важливим та цікавим. Підґрунтям для такого аналізу може послужити теорія соціальних репрезентацій, розроблена французькими соціологами Жаном-Клодом Абріком та Сержем Московічі в рамках досліджень з соціальної психології, яка знайшла своє продовження в багатьох суміжних дисциплінах, зокрема в соціолінгвістиці.

Актуальність обраної теми дослідження зумовлено спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення мови як соціального феномену. **Наукова новизна** роботи полягає в поєднанні соціологічної теорії соціальних репрезентації з лінгвістичною теорією дискурсу.

Метою даної роботи є аналіз поняття *соціо-дискурсивної репрезентації*, що передбачає виконання таких **завдань**:

- вивчити поняття *соціо-дискурсивна репрезентація* в синхронії та діахронії;
- виділити основні характеристики соціо-дискурсивних репрезентацій;
- визначити причини та умови виникнення соціо-дискурсивних репрезентацій;
- надати власне визначення даного поняття.

Таким чином, **предметом дослідження** виступає теорія соціальних репрезентацій, а **його об'єктом** – поняття соціо-дискурсивної репрезентації, а також причини та умови її виникнення.

Незважаючи на те, що когнітивна психологія виходить за межі власне лінгвістичних досліджень, ми вирішили розпочати наш аналіз поняття *соціо-дискурсивної репрезентації* саме зі зв'язку останньої із процесами людського мислення.

Очевидно, що поняття *соціо-дискурсивної репрезентації* має глибоке коріння, проте його сучасним автором вважається французький соціолог Еміль Дюркгейм, який ввів його до наукового обігу в кінці XIX – на початку XX століття. Ми навряд чи перебільшимо, зазначивши, що після виходу його роботи "Правила соціологічного методу" (1895), термін соціальної репрезентації входить до понятійного апарату будь-якого дослідження в галузі соціології, оскільки, як любить повторювати сам Е. Дюркгейм, "соціальне життя повністю створене з репрезентацій" [Durkheim, 2005: XI].

Цікавим є той факт, що у своїх роботах Е. Дюркгейм визначає соціальне життя як незалежне від індивідуального, внутрішнього життя суб'єкта: "Колективна свідомість має іншу природу, ніж свідомість індивідуальна. Ментальність груп відрізняється від ментальності окремих людей; вона має свої власні закони" [Durkheim, 2005: XVII].

У сучасних когнітивних науках поняття репрезентації також визначається завдяки його функції медіатора між суб'єктом, що мислить, та навколишнім світом: "Метою існування репрезентації є відтворення на іншому рівні завдяки певним понятійним заміникам відсутньої поведінкової або концептуальної реальності" [Bronckart, 1977: 8, цитований за Blanc, 2006: 140].

Ця відсутня реальність може бути представлена у вигляді ментальних образів (у такому випадку ми говоримо про соціальні репрезентації) або виражена у мовленні (тоді мова йде про репрезентації соціо-дискурсивні).

Наступна особливість, основоположна для теорії репрезентацій, стосується традиційного розрізнення між суб'єктом та об'єктом. За словами С. Московічі, це розрізнення не є дійсним, коли йдеться про репрезентації, оскільки останні за своєю природою об'єднують зовнішній світ об'єктів та внутрішній світ суб'єкта. У філософії ця ідея присутня у представників феноменологічного напрямку, у Е. Гуссерля зокрема, які намагаються пояснити навколишній світ за допомогою феноменів, тобто відбитків предметів зовнішнього світу в свідомості індивідів. Ці ментальні відбитки є результатом

особистого досвіду кожного з нас, а сама феноменологічна теорія має на меті розробити універсальну теорію людського знання.

Що ж до репрезентацій, вони не є лише ментальними, чи то когнітивними, одиницями, вони відрізняються від інших когнітивних процесів та механізмів своєю соціальною природою. Так, якщо ми хочемо зрозуміти, як саме суспільство позиціонує себе, ми маємо проаналізувати не індивідуальні, а колективні чи то соціальні репрезентації. Саме вони, за словами Ж. Зарат, "упорядковують світ" [Zarate, 2004: 30]. Іншими словами, ми не можемо звести колективну думку до суми індивідуальних думок, адже йдеться про щось значно складніше, про систему, що не може бути представлена формулою " $1+1+n+1$ ", оскільки вона відсилає нас до особливого способу знань про навколишній світ, який був створений колективно – і в цьому він відрізняється, скажімо, від наукового знання – та, як наслідок, поділяється усіма членами спільноти, яка його створила.

Іншими словами, виникнення та передача будь-якої репрезентації підпорядковується правилам соціального життя, саме тому, на думку Ж.-Кл. Абріка, будь-яку репрезентацію можна визначити як *соціо-когнітивну конструкцію* [Abric, 2001: 14]. Ця подвійна природа репрезентацій, що об'єднують в собі когнітивне та соціальне начало, дозволяє нам зрозуміти, чому репрезентації можуть бути одночасно раціональними та ірраціональними і чому вони можуть містити суперечливі елементи.

У продовження цієї думки Ж.-Кл. Абріка варто зазначити, що однією з основних характеристик репрезентації є те, що, будучи основою на консенсусі, вона в той же час позначена значними міжособистісними відмінностями. Так, В. Дуаз вважає, що "єдність принципів регуляції жодним чином не виключає розмаїття точок зору, що знаходять свій прояв у різних ставленнях та поглядах" [Doise, 1985: 250, цитований за Abric, 2001: 29].

Повертаючись до сказаного вище, ми можемо зробити висновок, що саме процес колективного творення дозволяє говорити нам про соціальну природу репрезентацій. Проте для того, аби зрозуміти природу соціо-дискурсивної репрезентації, недостатньо виокремити джерело виникнення останньої, варто також розглянути причини утворення репрезентацій. Так, у своєму дослідженні щодо репрезентації психоаналізу серед французів Серж Московічі визначає останню як "психологічну організацію,

особливу, незвідну до будь-якої іншої форму знання, притаманну нашому суспільству" [Moscovici, 2004: 43].

Отже, йдеться про специфічну форму знання, яка слугує сприйняттю зовнішнього "реального" світу. Звідси впливає інша ознака репрезентації, а саме її динамічний характер: "Репрезентації не існують самі по собі, вони перебувають у постійному русі, приймаючи ту чи іншу форму в залежності від контексту, в якому їх актуалізовано" [Muller&de Pietro, цитовані за Moore, 2007: 55].

З точки зору класичної психології, йдеться про "процес медіації між концептом та його перцепцією", який уможливорює "перехід від сенсорно-моторної сфери до сфери когнітивної" [Moscovici, 2004: 55]. Іншими словами, репрезентувати об'єкт означає усвідомити його або встановити зв'язок з ним. Ре-презентуючи об'єкт, тобто презентуючи його ще раз, репрезентація видозмінює його, акцентуючи увагу на звичному та вже знайомому і тим самим дозволяючи йому увійти до резервуару наших знань та набутого досвіду. Як зазначає М.-Ж. Бертіні, репрезентації "перетворюють матеріальну реальність (індивідів, об'єкти, ситуації тощо) в реальність символічну" [Vertini, 2009: 54].

Як наслідок, ми можемо припустити, що будь-яка репрезентація характеризується спрощеністю та апроксимативністю. Для того, щоб інтеріоризувати зовнішній світ, складність якого лякає, ми його схематизуємо та тим самим робимо його доступнішим. До того ж, входячи у світ індивіда або групи, репрезентований об'єкт одразу зіставляється з іншими, раніше репрезентованими об'єктами, ознаки яких він частково переймає, привносячи при цьому щось своє. Іншими словами, новий об'єкт існує лише у відношенні з раніше репрезентованими. Цей процес отримав назву укорінення (anchorage) репрезентації (за С. Московічі).

Таким чином, можна зробити висновок, що будь-яка репрезентація об'єкта проходить шляхом його категоризації, у результаті чого об'єкт набуває рис та значень, притаманних категорії, до якої він був віднесений. До того ж, відношення індивідів до цього об'єкту залежатиме від його категоріальної приналежності, його оцінка буде зроблена залежно від оцінки інших об'єктів тієї ж категорії.

Оскільки процес інтеріоризації зовнішнього об'єкта передбачає порівняння останнього з вже раніше інтеріоризованими об'єктами, зв'язок, що встановлюється між ними, не можна назвати егалітарним. Будь-яка репрезентація проходить через фазу оцінки

цього зовнішнього об'єкту. Очевидно, що ця оцінка може здійснюватись у двох напрямках: валоризації, якщо надана оцінка позитивна, та стигматизації, якщо вона негативна. Це дозволяє Ж. Зарат стверджувати, що "соціальні репрезентації відображають (...) ієрархізоване представлення суспільства та відбивають існуючі відносини домінування. Репрезентації не розташовуються одна поруч одної, вони функціонують у конкурентному середовищі символічної боротьби за соціальне (...) визнання" [Zarate, 2004: 31].

Символічна боротьба, згадана Ж. Зарат, передбачає поняття впливу, дії, тому будь-яка репрезентація може впливати на навколишній світ позиціями суб'єкта та поведінкою, які вона провокує. У цьому виявляється практична спрямованість будь-якої репрезентації: "Репрезентація уможливорює вплив на світ та на іншого" [Jodelet, цитована за Boyer, 2003: 11].

Отже, репрезентації лежать в основі нашої соціальної поведінки, дозволяючи нам інтерпретувати навколишній світ та приймати моделі поведінки, що відповідають тій чи іншій ситуації соціальної взаємодії. Як засоби інтерпретації навколишнього світу, репрезентації також визначають наші способи комунікації, зміст та форму повідомлень, які ми продукуємо.

З цієї точки зору, прийнятною є будь-яка репрезентація, не існує соціо-дискурсивної репрезентації, яка була б кращою за іншу, оскільки репрезентації виникають в залежності від потреб суспільства. Вони постійно змінюються, завжди відповідають різним запитам та потребам і керують поведінкою соціальних суб'єктів. "Репрезентація є своєрідним дороговказом, вона спрямовує дії та соціальні відносини", стверджує Ж.-Кл. Абрік [2001: 13]. Звідси, ми можемо вести мову про функцію регулювання соціальних взаємовідносин, без якої останні не могли б існувати: "Не варто вважати, що репрезентації є таким собі дзеркалом, деформуючим реальність. Репрезентації (...) є самі по собі реальністю, що відбиває сутність поведінкових моделей та впливає на них" [Regards croisés, 1995: 24].

Нарешті, варто розглянути питання умов виникнення соціо-дискурсивних репрезентацій. На думку Паскаля Моліне, таких умов три. Перша стосується розрізненості інформації щодо об'єкту репрезентації, друга – зв'язку, що виникає між соціальною групою та об'єктом репрезентації і, нарешті, третя відсилає нас до потреби у членів спільноти до вироблення певних поведінкових моделей щодо малознайомих їм об'єктів. Ось як П. Моліне узагальнено

зображає ситуацію виникнення соціо-дискурсивних репрезентацій: "Індивіди стикаються з об'єктом, інформація про який є неповною, який тією чи іншою мірою їх цікавить та відносно якого потрібно зайняти певну позицію" [Moliner, 1996: 34].

Таким чином, соціо-дискурсивні репрезентації характеризуються такими основними ознаками:

- будь-яка репрезентація створюється та поділяється членами соціальної спільноти в результаті спільної колективної роботи;
- будь-яка репрезентація (ре)презентує, тобто відтворює, реальність, категоризуючи та схематизуючи її елементи з метою спрощення останніх, що свідчить про неспівпадіння елементів реальності та їхньої репрезентації в колективному уявленні спільноти;
- будь-яка репрезентація носить практичне спрямування, адже створюється з метою пізнання та освоєння навколишнього світу.

Отже, соціо-дискурсивна репрезентація може бути визначена як виражена у мовленні соціокогнітивна конструкція, що відтворює елементи оточуючого середовища, поділяється та колективно створюється членами певної людської спільноти з метою освоєння зовнішнього світу.

У **перспективі даного дослідження** цікавим видається проведення аналізу структури соціо-дискурсивних репрезентацій, їхніх функцій та особливостей функціонування в тому чи іншому типі дискурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Bertini M.-J.* Ni d'Eve ni d'Adam. D'faire la difference des sexes / Marie-Joseph Bertini. – Paris: Max Milo Editions, 2009. – 278p.
2. *Boyer H.* De l'autre côté du discours. Recherches sur le fonctionnement des représentations communautaires / Henri Boyer. – Paris: L'Harmattan, 2003. – 125p.
3. *Boyer H.* L'imaginaire ethnosocioculturel collectif et ses représentations partagées : un essai de modélisation in Travaux de didactique du français langue étrangère / Henri Boyer. – Montpellier: I.E.F.E. Université Paul Valéry, 1998, n°39. – 124p. – P.5-14.
4. *Durkheim E.* Les règles de la méthode sociologique, 12ème édition / Emile Durkheim. – Paris: Quadrige / PUF, 2005. – 149p. – P.VII-XXIV.

5. Le concept de représentation en psychologie / Sous la direction de Nathalie Blanc. – Paris: In Press Editions, 2006. – 198p. – P.1-54.

6. Les représentations des langues et de leur apprentissage. Références, modules, données et méthodes / Coordonné par Danièle Moore. – Paris: Didier, 2007. – 179p. – P.7-64.

7. *Moliner P.* Images et représentations sociales. De la théorie des représentations à l'étude des images sociales / Pascal Moliner. – Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1996. – 276p.

8. *Moliner P.* Les méthodes de repérage et d'identification du noyau des représentations sociales in Structures et transformations des représentations sociales / Sous la direction de Christian Guimelli. – Lausanne: Delachaux et Niestlé, 1994. – 277p. – P. 199-232. – Collection Textes de base en sciences sociales.

9. *Moscovici S.* La psychanalyse, son image et son public, 3^{ème} édition / Serge Moscovici. – Paris: Presses Universitaires de France, 2004. – 506p. – P.39-79.

10. Pratiques sociales et représentations, 3^e édition / Sous la direction de Jean-Claude Abric. – Paris: Presses Universitaires de France, 2001. – 252p. – P.1-82. – Collection Psychologie sociale.

11. "Regards croisés". Perceptions interculturelles France – Mexique / Sous la direction de Patrick Charaudeau. – Paris: Didier Erudition, 1995. – 207p. – Collection Langages discours et société, n°8.

12. *Zarate G.* Représentations de l'étranger et didactique des langues / Geneviève Zarate. – Paris: Didier, 2004. – 128p.

Стаття надійшла до редакції 25.04.13.

Угрин Т.В., асист.

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко
Доктор Университета имени Поля Валери Монпелье ИИИ
(Франция)

ПОНЯТИЕ СОЦИО-ДИСКУРСИВНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ И ЕГО ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

В данной статье осуществлен короткий междисциплинарный диахронический анализ понятия социо-дискурсивная репрезентация, выделено её основные характеристики, рассмотрены причины и условия возникновения репрезентаций.

Ключевые слова: *социо-дискурсивная репрезентация, репрезентационная парадигма, теория социальных репрезентаций, когнитивистика.*

Ugryn T.V., Assistan Professor,
Institute of Philology, National Taras Shevchenko University of Kyiv
PhD in Linguistic studies, Paul Valery Montpellier III
University, France

The notion of socio-discursive representation and its main characteristics

The article gives a brief interdisciplinary diachronic analysis of the concept of socio-discursive representation, singles out its main characteristics, and describes the causes and the conditions of its emergence.

Key words: *socio-discursive representation, representational paradigm, social representations theory, cognitive studies.*

УДК 811.111

Філатова О.О., к.філол.н, асист.,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

НОВІ АНГЛІЙСЬКІ НОМІНАЦІЇ ГОДИННИКІВ

У статті розглядаються нові англійські номінації на позначення годинників. Основним джерелом матеріалу дослідження є спеціалізовані сайти присвячені новинкам у сфері побутових предметів, а саме різних видів годинників. Лексичні одиниці аналізуються з позиції лексичної, пропозитивної, первинної та вторинної номінації, різних словотвірних механізмів. Звертається увага також на поліномінацію як один із видів створення назви для годинника.

Ключові слова: *номінація, лексична одиниця, лексична номінація, пропозитивна номінація, первинна номінація, вторинна номінація, словотворення, поліномінація.*

XX століття називають найдинамічнішим у всій історії людства, "стрибком часу", "футурошоком" [Тофлер 2002]. У своїй книзі Елвін Тофлер зазначає, що саме у XX столітті було створено більшість матеріальних благ щоденного вжитку. Саме тоді і з'являється нове поняття – дизайн, як абсолютно новий вид діяльності, пов'язаної з проектуванням предметного світу, як вільна творчість окремої людини. Засоби дизайну підпорядковані ергономічним цілям і завданням технічної естетики – зручності, полегшенню користування речами, комфорту, простоті обслуговування [Філатова 2012: 13-14]. Дизайн протиставляється