

Тлумачення поняття "репрезентація" у світлі гуманітарних наук

Невід'ємною умовою будь-якої комунікативної інтеракції є її адресованість. Адресант вибудовує власне повідомлення з чіткою орієнтацією на співбесідника, враховуючи його психологічний стан, вік, соціальний статус, гендерну приналежність, фонові знання і т. ін. Адресованість є вагомою характеристикою інтерв'ю як жанру, оскільки у ньому поряд із отриманням інформації від респондента також розкривається й особистість співрозмовника, який репрезентується непрямому адресату – аудиторії.

Аналіз трактування поняття "репрезентація" в гуманітарних науках свідчить про його розмитий та неоднозначний характер, що, на думку О. С. Кубрякової та В. З. Дем'янкова, пояснюється його "переднауковим" статусом, тобто, це поняття використовується для пояснення інших понять і термінів й у більшості словників не отримує власної дефініції [8]. У запропонованому дослідженні здійснено спробу систематизувати існуючі в науках гуманітарного спрямування, і лінгвістиці зокрема, підходи до розуміння поняття "репрезентація".

Репрезентація, як універсальний феномен, є предметом зацікавлення багатьох гуманітарних наук, наприклад, філософії, психології, соціології, лінгвістики та інших, "об'єднуючи численні дисциплінарні парадигми" [10]. Розглянемо трактування зазначеного поняття у різних науках гуманітарного профілю .

У філософії суть досліджуваного феномену еволюціонує від платонівського розуміння репрезентації як ідейного втілення об'єкта, відображення певного прообразу чи реальності, до картезіанського уподібнення репрезентації методу пізнання істини. В епоху позитивізму поняття репрезентації, як знакового явища, починає позиціонуватися через її зв'язок з презентацією. Відповідно,

презентація носить первинний характер, є своєрідним фактом, реальністю, істиною, ступінь прозорості пізнання якої верифікується за допомогою репрезентації. Таким чином, філософія позитивізму фокусує увагу на питанні прозорості референції у стосунках об'єкта та суб'єкта, що є запорукою "невикривленого сприйняття дійсності" [4]. Феноменологічний напрям філософії поступово переносить акцент уваги з дослідження презентації на аналіз репрезентації як поняття, яким, у кінцевому рахунку, і послуговується людська свідомість у пізнанні навколишнього світу.

Постструктуралістська концепція філософії, узявши за основу постулат конструктивізму про соціальну природу репрезентації, розширює коло значень поняття репрезентації, включаючи до її складу окрім значення *заміщення*, значення *представлення* та *репродукції презентації*. Значення *представлення* стосується образу, що викликається певним об'єктом навколишньої дійсності. Значення *репродукції презентації* реалізується в акті повторення назви аналізованого поняття, а функція *заміщення* пов'язана з процесом нескінченної репрезентації [4].

У 60-х роках ХХ ст. репрезентація стає об'єктом розгляду соціального конструктивізму та когнітивної психології.

Соціологічне трактування терміну "репрезентація" відштовхується від започаткованого філософією розмежування презентації та репрезентації за шкалою "первинності-вторинності". Звідси, репрезентація розглядається одночасно як "представлення, зображення" [3] та представництво інтересів певної соціальної групи, індивіда чи предмета [2: 1027].

У психології тлумачення терміну "репрезентація" пов'язується з когнітивними процесами накопичення та кодування у структурах мозку інформації, акумульованої органами чуття та вираженої у вигляді ідей чи думок [6]. Когнітивна психологія зводить визначення терміну "репрезентація" до "викликання в пам'яті різних процедур дій для оперування об'єктом за відсутності перцептивного підкріплення з боку об'єкта" [1: 95].

Отже, соціологічний і психологічний напрямки протиставляють репрезентацію референції, а отже, і презентації, фокусуючись на реалізації в репрезентації лише функції заміщення.

Огляд лінгвістичних доробків, у яких функціонує поняття "репрезентація" [9; 5; 7], засвідчив, що в дослідженнях з когнітивної лінгвістики аналізований феномен розуміється як ментальна репрезентація образів та об'єктів навколишнього світу, а в лінгвокомунікативних розвідках репрезентація розглядається як втілення ментальних образів засобами мови [8].

Зазначимо, що у багатьох лінгвістичних розвідках відбувається ототожнення понять "репрезентація", "представлення", "відображення", "презентація", що пояснюється тим фактом, що при описі гіпотетичних ситуацій "репрезентації можуть не тільки заміщувати об'єкти і процедури дій, але і *породжувати* їх – ніби "будувати із повітря" об'єкти або цілі ситуації" [8].

Підсумовуючи вищезазначене, відзначимо, що у сучасній лінгвістиці паралельно співіснують філософсько-когнітивне визначення репрезентації як сукупності акумульованої органами чуття та закодованої ментально інформації про об'єкти реальної дійсності, що виражається у формі ідей та думок і суто лінгвістичне пояснення терміну як *представлення* чи *презентація об'єкту* дослідження лінгвальними засобами.

Отже, проведений аналіз поняття "репрезентація" вказує на стирання меж між поняттями "репрезентація", "представлення" та "презентація" та дозволяє використовувати їх у якості номінативних заміників.

З огляду на це, у нашій роботі, в якій досліджується репрезентація адресата в англomовному інтерв'ю масмедійного дискурсу, репрезентація трактується нами як представлення за допомогою лінгвальних засобів ставлення адресанта до прямого адресата – респондента – у контексті інтерв'ю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бейтс Э. Интенции, конвенции и символы / Э. Бейтс // Психолингвистика: Сб. ст. – М.: Прогресс, 1984. – С. 50 – 102.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т.Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ "Перун", 2004. – 1440.
3. Енциклопедія соціології [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://enc-dic.com/enc_sociology/Reprezehtaciya-2615.html
4. История Философии: Энциклопедия [Електронний ресурс] / А. А. Грицанов, Т. Г. Румянцева, М. А. Можейко. – Минск: Книжный Дом. – 2002. – Режим доступу: <http://vslozare.ru/slovo/filosofskij-slovar/reprezentacija/45521>
5. Каминская Т.Л. Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование: авторефер. дисс. на соиск. уч. степени доктора филол. наук : спец. 10. 01. 10 "Журналистика"/ Т. Л. Каминская– Санкт-Петербург, 2009. – 46 с.
6. Краткий толковый психолого-психиатрический словарь [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sbiblio.com/BIBLIO/content.aspx?dictid=67&wordid=749537>
7. Клименко Н.О. Вербальна репрезентація образу батька на сторінках журналу "Хорошие родители" / Н.О.Клименко // Наукові записки Інституту журналістики: щоквартальний науковий збірник. – К: Інститут журналістики, 2013. – Т. 53. жовтень-грудень. – С.76 – 82.
8. Кубрякова Е. С. . К проблеме ментальных репрезентаций [Електронний ресурс] / Е. С. Кубрякова, В.З.Демьянков // Вопросы когнитивной лингвистики. – М.: Институт языкознания; Тамбов: Тамбовский гос. университет им. Г. Р. Державина, 2007. – № 4. – Режим доступу: <http://www.infolex.ru/Promere.htm>
9. Повshedна І.В. Номінативні засоби на позначення адресата у персонажному мовленні (на матеріалі англійських соціальних романів ХІХ ст). [Електронний ресурс] / І.В.Повshedна. – Режим доступу: <http://nadoest.com/visnik-kiyivsekogo-nacionalenogo-lingvistichnogo-universitetu>
10. Masullo Giuseppe. The Study of Representations in Sociology: Between Multidisciplinarity, Lines of Continuity and Differences / Giuseppe Masullo // Italian Sociological Review. – May, 1, 2003

[Электронный ресурс]. – Режим доступа :
<https://www.questia.com/read/1P3-3103471271/the-study-of-representations-in-sociology-between>