

8. Рикёр П. Время и рассказ / Поль Рикёр. – М: Культурная инициатива, 2000. – 313 с.
9. Уайт Х. Метаистория: Историческое воображение в Европе XIX века / Пер. с англ. под ред. Е. Г. Трубиной и В. В. Харитоновой. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002. – 527 с.
10. Ясь О. В. Державницький напрям в українській історіографії // Енциклопедія історії України: Т. 2: Г-Д / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. – К.: В-во "Наукова думка", 2004. – 688 с.

Терзман Олександра Вікторівна – аспірантка кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

УДК 1:3

ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛЬНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ У СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОМУ ДИСКУРСІ

Статтю присвячено визначенню особливостей вербальної репрезентації, що обумовлена діяльністю мислення та отримує дві форми вираження: зовнішню і внутрішню. Визначено компоненти соціальних комунікацій, розглянуто поняття «ментальної репрезентації», а також основні одиниці вербальної репрезентації.

Ключові слова: репрезентація, вербальна та невербальна репрезентація, соціальні комунікації, соціально-комунікативний дискурс.

ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛЬНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ В СОЦИАЛЬНО- КОМУНИКАТИВНОМ ДИСКУРСЕ

Статья посвящена определению особенностей вербальной репрезентации, что обусловлено деятельностью мышления и получает две формы выражения: внешнюю и внутреннюю. Определены компоненты социальных коммуникаций, рассмотрено понятие «ментальной репрезентации», а также основные единицы вербальной репрезентации.

Ключевые слова: репрезентация, вербальная и невербальная репрезентация, социальные коммуникации, социально-коммуникативный дискурс.

THE FEATURES OF VERBAL REPRESENTATION IN A SOCIAL- COMMUNICATIVE DISCOURSE

The article is devoted to the definition of features of verbal representation, which is conditioned by the activity of thinking and receives two forms of expression: external and internal. The components of social communication are defined, the notion "mental representation" is considered, as well as the basic units of the verbal representation.

Key words: representation, verbal and non-verbal presentation, social communications, social-communicative discourse.

У реаліях сьогодення комунікативний компонент виходить на перший план та стає невід'ємною складовою всіх форм суспільної взаємодії. Сама соціальна реальність починає розглядатися в контексті її комунікативної природи. Зростання комунікацій відкриває нові можливості, які звільняють людей від певних обмежень, систем соціального контролю, створюють нові засади особистої вербальної репрезентації.

Змістом репрезентації завжди є певне знання (практичне, наукове, світоглядне), а якщо знання є зміст, то у нього обов'язково повинна бути своя форма, яка і встановлюється в процесі репрезентації. Репрезентація оперує як вербальними (мовними), так і невербальними (образними) знаками та за допомогою знакового вираження транслює знання про конкретний об'єкт або явище дійсності [4, 27-31].

Якщо невербальне вираження – найчастіше визначається образами, то вербальна репрезентація обумовлена діяльністю мислення та отримує дві форми вираження: зовнішню (усна чи письмова мова) і внутрішню (мова думок).

Дослідження вербальних засобів переважно концентрують увагу на їх функціях та взаємодії із невербальними компонентами та на їх властивостях творення дискурсу. У живому мовленні відбувається процес перетворення візуальної, мовної та слухової інформації на мовний компонент, тому значної актуальності набуває вивчення репрезентації вербальних засобів у зовнішній формі вираження.

У дослідженнях репрезентації в соціальних комунікаціях розглянута, зокрема, репрезентація невербальних засобів такими вченими, як Ж. Пиаже, Ф. Бацевич, М. Вартофський, А. Піз, Г. Колшанський, Н. Мечковська, О. Кубякова, Н. Клименко, М. Кнапп та інші, феномен вербальної репрезентації вивчався такими дослідниками як К. Нельсон, О. М. Сисолятіна та інші, але досі не є детально дослідженим та потребує глибокого вивчення в аспекті соціально-комунікативного дискурсу.

Предмет дослідження – особливості вербальної репрезентації у соціально-комунікативному дискурсі.

Мета дослідження – визначити компоненти соціальних комунікацій, зазначити основні одиниці вербальної репрезентації, визначити поняття «ментальної репрезентації».

Комунікативний процес являє собою необхідну передумову становлення, розвитку і функціонування всіх соціальних систем, тому що саме він забезпечує зв'язок між людьми та їхніми спільнотами, робить можливою зв'язок між поколіннями, накопичення і передачу соціального досвіду, його збагачення, поділ праці та обмін його продуктами, організацію спільної діяльності, трансляцію культури.

Соціальні комунікації є складним багатокомпонентним процесом, основними компонентами якого є:

– суб'єкти комунікаційного процесу – відправник і одержувач повідомлення (комунікатор і реципієнт);

– засоби комунікації – код, що використовується для передачі інформації в знаковій формі (слова, картини, графіки тощо), а також канали, якими передається повідомлення (лист, телефон, радіо, телеграф тощо);

– предмет комунікації (що – явище або подія) відображає його повідомлення (стаття, радіопередача, телевізійний сюжет тощо);

– ефекти комунікації – наслідки комунікації, виражені в зміні внутрішнього стану суб'єктів комунікаційного процесу, в їхніх відносинах або в їх діях [7,105].

Сучасні форми соціальної комунікації формують особливе субкультурне середовище, а також є способами реалізації соціальних та щоденних (особистих) дискурсів [6, 3].

Дискурс – це сукупність мовленнєво-мисленнєвих дій комунікантів, пов'язаних з пізнанням, осмисленням і репрезентацією світу мовцем і осмисленням мовної картини світу адресанта слухачем (адресатом).

Роль дискурсу в організації засобів мовного коду є значною, тому його можна вважати одночасно живим процесом спілкування і найзагальнішою категорією міжособистісної взаємодії.

Соціально-комунікативний дискурс – це не тільки правила, відповідно до яких реальність репрезентується, він безпосередньо складається з самих репрезентацій.

Репрезентація виступає як опосередковане, або «вторинне» (через подібне) подання у свідомості людини образів (першообразів) матеріальних або ідеальних об'єктів їх властивостей, відносин і процесів.

Репрезентація є конститутивною функцією знака, тому поняття "репрезентація" і "знак" взаємно визначають один одного. Репрезентація задає знак і сама постає як знаковий феномен.

Мовна (словесна, вербальна) система знаків, символів репрезентує немовну, абстрактну реальність. Це можна порівняти з тим, як монітор комп'ютера показує нам (теж репрезентує)

закодовану, що знаходиться на диску, інформацію [9].

Отже, репрезентація – це знаряддя комунікації. Репрезентація як знакове представлення знання стало предметом детального семіотичного аналізу. В процесі пізнання вербальна мова виконує подвійну роль: з одного боку, вона структурує наш когнітивний досвід, з іншого боку – вербально висловлює результати цього досвіду [8].

Основними одиницями вербальної репрезентації є поняття. Вони складають фундамент концептуального рівня і виступають особливими структурами організації знання. Голландський вчений Е. ван дер Мер визначає поняття як базові компоненти знання людини, що носять інформацію і відображають властивості і відносини, що існують як в об'єктивному світі, так і в думках і досвіді самої людини [1, 32].

Всякий вербальний концепт має низку характеристик. Так, Х. Гейвін виділяє п'ять основних функцій понять: класифікацію, розуміння, передбачення, міркування та спілкування. Наприклад, ми зустріли незнайому істоту. Завдяки наявності певних атрибутів, ми будемо знати, що це пташка (класифікація), що вона може літати (розуміння), що, злякавшись різкого руху, вона може полетіти (прогноз) і що ми зможемо розповісти про цю нову, побачену нами, пташку кому-небудь ще, не пояснюючи, що вона була невеликих розмірів, мала крила тощо [3, 136-137].

Х. Гейвін акцентує увагу на зв'язку понять з об'єктивним світом і особистим досвідом суб'єкта, але і вказує на їх операційний характер, включення в ситуацію і активне використання в процесі комунікації.

Поняття розкриває своє справжнє значення за умови реалізації вербальної комунікації. Це пояснюється тим, що наші знання зберігаються в пам'яті в організованому вигляді. Британські дослідники М. Сміт, П. Морріс, А. Елліс вважають, що поняття взаємопов'язані, а ці зв'язки можуть бути сильними або слабкими, що залежить від частоти використання понять [5, 28-29.]. Тут важливим фактором є процес активації. Коли якийсь конкретне поняття включено в поле вербальної репрезентації, активація поширюється на сусідні з ним поняття.

Поняття можуть бути не тільки вербальними, а й невербальними. Останні часто використовуються при вивченні формування вербальних концептів, коли відбір, інтерпретація та інтеграція вербальної інформації супроводжується переважно схематичними поняттями. Прикладом невербального концепту може послужити «трикутник», який визначається як геометрична фігура, що складається з трьох точок, які не лежать на одній прямій, і трьох відрізків, що їх сполучають.

Вербальне вираження на метамові (мові думок) можна позначити як ментальна репрезентація. Останню не слід зводити тільки до уявного оперування концептами. Перш за все, такий вислів вибудовується на основі невербальних образів, доповнених понятійним оформленням.

Основним різновидом ментальних репрезентацій К. Нельсон вважає репрезентацію події. Знання про подію має велике значення в процесах запам'ятовування, мовного розвитку, дискурсивних процесів і формуванні навичок категоризації. Маленька дитина черпає знання про навколишній світ зі свого безпосереднього досвіду. Пізніше людина набуває знання про світ опосередкованим шляхом – через книги, усну комунікацію, телебачення та інші джерела, тобто вербально. Когнітивний розвиток здійснюється через оперування репрезентації, коли реалізується організація «даних» досвіду. Репрезентація досвіду – поштовх до побудови подальших, більш складних репрезентацій (схем, сценаріїв тощо) [2, 3-7].

Ментальні репрезентації – це цілий ряд репрезентативних структур, від їх безпосереднього сприйняття (перцепції) до їх трансформацій, що реалізуються за допомогою розумових операцій. Таким чином, вербальний компонент хоча і не є єдиним, але все ж є головною складовою ментальної репрезентації, оскільки репрезентація когнітивного досвіду найчастіше отримує вербальне оформлення [5, 30-31].

Отже, вербальна репрезентація допомагає реалізувати соціальну комунікацію, де мовні одиниці репрезентують поняття, усвідомлені і відчуті, максимально наближені до їхньої

ментальної картини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Vander Meer E. Mental Representation of Events I Knowledge Aided Information Processing / Ed. by E. Vander Meer and J. Hoffman. Amsterdam, 1987.
2. Nelson K. Event Knowledge: Structure and function in development. - Hillsdale, New Jersey, 1986.
3. Гейвін Х. Когнітивна психологія. М.; СПб.: Питер, 2003. - 272 с.
4. Котова-Олійник С. В. Візуальні репрезентації гендеру в культурі: теоретичні та методологічні підходи до вивчення проблеми // Вісник Житомирського державного університету. Випуск 47. Філософські науки, Житомир: ЖДУ, 2009. – С. 27-31
5. Сисолятіна Ольга Миколаївна. Вербальні та невербальні форми репрезентації знання: дисертація ... кандидата філософських наук: 09.00.01. – Кіров, 2004. – 188, с. 27-31.
6. Сметана В. В. Социальная коммуникация: Социально-философский анализ коммуникативных отношений и коммуникативного дискурса : автореф. дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / В. В. Сметана. – Ростов н/Д. – 2004. – 20 с.
7. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 461 с.
8. Акт репрезентации результата [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://udik.com.ua/books/book-620/chapter-22619/>
9. Репрезентация в философии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://antientropia.at.ua/publ/reprezentacija_v_filosofii/1-1-0-24

Халапсіс Олексій Владиславович – доктор філософських наук, професор кафедри філософії і політології Національної металургійної академії України

УДК 1:336.74

МИР БЕЗ ДЕНЕГ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКВИВАЛЕНТА СТОИМОСТИ

Представления о «ценности» и «стоимости» на протяжении человеческой истории лишь отчасти зависели от экономических причин. Договоренности о том, что именно считать эквивалентом стоимости/мерой богатства оказываются результатом сложных взаимозависимостей экономических, социальных и культурных факторов. Тысячелетия люди использовали драгоценные металлы как всеобщий эквивалент и главное мерило богатства; полноценные металлические деньги были, в сущности, лишь подкрепленными авторитетом государства (правителя) свидетельствами наличия определенного количества драгоценного металла. Отказ от полноценных монет и от обеспеченности банкнот драгоценными металлами (то есть, отказ от золотого и серебряного стандарта) привел к тому, что обращающиеся в обществе денежные знаки перестали обозначать конкретную стоимость, превратившись в абстракцию, поставив население в зависимость от монетарной политики государства и от финансовой стабильности национальной экономики.

Биткойн и его многочисленные альтернативы возникли как ответ на вызов информатизации, глобализации и – индивидуализации хозяйственной деятельности. Это попытка уйти от контроля государственных структур, которые склонны с одной стороны, к злоупотреблению своим правом эмиссии денежных знаков, а с другой – к волюнтаристическим методам управления экономикой. В какой-то степени криптовалюты отражают ностальгию участников рынка по золотому стандарту, которая удивительным образом трансформируется в полное отрицание вещественности (в том числе –