

неприпустимими. Зараз вони широко вживаються. Цей факт має як позитивні, так і негативні сторони. Звичайно, мова розвивається, і цей процес неможливо зупинити. Англійська мова продовжує постійно змінюватись, щоб задовольняти потреби людей, які нею користуються. Культура, цивілізація, в якій ми зараз перебуваємо, має змінний характер. Це, безумовно, впливає на те, якими шляхами розвивається мова, а також на те, як саме вона використовується різними соціальними групами людей у суспільстві.

Висновки. Ідеологія суспільства завжди відображається у тому, як це суспільство користується мовою (і використовує її для власних потреб). Саме через те, що діти споглядають та вивчають цінності, плекають сподівання та набувають знань, передусім мовних, від власних батьків, ця ідеологія передається від покоління до покоління. Отже, вплив суспільства на мову є незаперечним фактом. Однак слід визнати і надзвичайний вплив мови на суспільство, який стає дуже відчутним.

Л і т е р а т у р а :

1. Andrea A. Lunsford. The St. Martin's Handbook / A. Andrea. – Stanford University, 2008.
2. Fasold R. Sociolinguistics of Language / R. Fasold. – Oxford, 1990.
3. Holmes J. An Introduction to Sociolinguistics / J. Holmes. – L., 1992.
4. Labov W. Language in the Inner City / W. Labov. – N.Y., 1972

*Карпа І. Б.
Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка*

ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ КОГНІТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІНТЕРАКТИВНОЇ ВІРТУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)

Дослідження когнітивного потенціалу – складова загальної наукової проблеми вивчення ефективності мовлення. Не викликає сумнівів доцільність і можливість дослідження когнітивного потенціалу окремого тексту чи іншої завершеної форми спілкування. Коли ж ідеться про аналіз когнітивного потенціалу системи, причому системи динамічної, якою є інтерактивна віртуальна комунікація, наукова проблема ефективності мовлення набуває нового звучання. У статті здійснена спроба аналізу когнітивного потенціалу інтерактивної віртуальної комунікації саме як динамічної, нелінійної системи, означеної комплексом спеціальних, властивих тільки їй чинників спілкування, що й визначає актуальність дослідження.

Мета статті полягає у визначенні змісту та ролі чинників підвищення когнітивного потенціалу інтерактивної віртуальної комунікації. Як наслідок, серед завдань дослідження: кваліфікація когнітивного потенціалу з огляду на предмет дослідження, виявлення найбільш вагомих чинників, що впливають на реалізацію цього потенціалу та встановлення їх ефективності. Відтак, об'єктом дослідження став когнітивний потенціал інтерактивної комунікації, а предметом – чинники, що підвищують цей потенціал.

Особливості віртуальної англійської комунікації досліджували ряд учених: Н. Г. Асмус, С. С. Данилюк, О. О. Кармизова, Н. В. Коломієць, В. В. Красних, К. В. Лушнікова, Н. В. Реконвальд, М. О. Столярова, та ін. Серед зарубіжних теоретиків

віртуального спілкування варто згадати М. Кастельса, Д. Кристала, Б. Девіса, М. Маклюєна, У. Еко, І. Хатчбі, С. Рафаєлі, Т. Бернерса Лі.

Оскільки когнітивний підхід до мовних явищ виявляє зв'язок між мовними формами і структурами знань та досвіду людини, зафіксованих у людській свідомості в результаті пізнання та осмислення світу, надалі під когнітивним потенціалом ми будемо розуміти систему фактів, що мають пізнавальний інтерес для учасника спілкування, сформованих його запитами, темою сегменту віртуальної комунікації, емоційними чи логічними оцінками певних явищ або фактів дійсності. Когнітивний потенціал може посилюватися стилістичними характеристиками мовлення, завдяки яким виникають контексти пропозиції та сприймання інформації.

Когнітивний потенціал інтерактивної віртуальної комунікації – величина змінна. Цілком справедливо спрогнозувати його зростання, оскільки інформація, зафіксована в електронних текстах, зберігається і з часом нагромаджується. Зростання когнітивного потенціалу інформації у мережі Інтернет базується на кількох принципах. Спеціальна організація матеріалу відповідно релевантності теми сайту чи іншого сегменту комунікативного простору породжує певне смислове поле повідомлення, тобто сукупність можливих трактувань різних елементів повідомлення – фактів, оцінок, емоцій, створюючи тим самим особливі умови для сприймання інформації різних рівнів виявлення теми, таким чином, систематизуючи електронний дискурс.

Рівень когнітивного консонансу, успішності розкриття когнітивного потенціалу інтерактивної віртуальної комунікації виявляється через формування і задоволення читацького очікування в процесі сприймання інформації. Компонент читацького очікування – особливо загострений для інтерактивної віртуальної комунікації, адже керувати процесом отримання необхідної інформації та впливу на співрозмовника можна безпосередньо під час розмови.

Власне лексичні параметри підвищення ефективності інтерактивної комунікації, формування її когнітивного потенціалу формуються внаслідок системного і структурного уявлення про психічні процеси породження та сприймання інформації. Інтерактивна віртуальна комунікація також можлива за посередництва писемного тексту, що може мати додаткові ознаки і форми візуального чи аудіального характеру, але все-таки без письмової форми складно, а почасти й неможливо, досягти інтерактивності, оскільки порушується гіпертекстовість комунікації.

Інтернет-комунікація закладає основи ефективності мовлення під час творення текстів, оскільки це постає з природи інтерактивного спілкування, характеру комунікативних процесів та інформаційного обміну. Текстологічні чинники підвищення когнітивного потенціалу спілкування реалізуються в процесах творення повідомлення, формування висловлювання, навіть за умови спонтанного, не підпорядкованого інформаційній меті пошуку. Варто також окреслити систему екстралінгвальних чинників підвищення когнітивного потенціалу: це і час включення людини в процес інтерактивної віртуальної комунікації, і кількість активованих сегментів інформаційного простору; переваги та недоліки пошукових систем, організації веб-сторінок, чатів, форумів, електронної пошти тощо; і рівень володіння навичками оперування інформацією у віртуальному середовищі; і швидкість та якість електронного зв'язку, – всі ці аспекти безумовно позначаються на формуванні когнітивного потенціалу, але вони не визначають типологічних характеристик самої системи глобальної мережі, на відміну від текстологічних чинників.

Для електронних текстів, що формують ситуації спілкування в інтерактивному

віртуальному середовищі, реалізується постулат Г. Грайса, відповідно до якого найбільш релевантна запиту інформація вноситься на початок повідомлення [2, 218]. Таке структурування повідомлень приводить до полегшення пошуку інформації, формує своєрідну культуру сприймання інформації. Часто заголовки публікацій, назви дискусійних груп, що містять найважливішу інформаційну або змістову складову виносяться у вигляді посилань і, таким чином, формують змістові складники теми у конкретному тексті.

Заголовковий комплекс електронного тексту становить важливий текстологічний чинник підвищення когнітивного потенціалу інтерактивної віртуальної комунікації. Аналіз заголовкового комплексу з позиції стильової своєрідності має включати також елементи візуалізації уявлень про комунікантів, структурованість інформації на рівні її композиційної організації та елементів впливу, знаків вичленування додаткового смислу.

Виявляючи заголовок через особливу структуру (основний заголовок + додаткові компоненти + гіперпосилання на текст статті), Н. В. Коломієць називає його особливим номінативно-інформативним компонентом тексту, який займає стилістично сильну позицію, пов'язуючись певними семантичними стосунками з іншими структурними компонентами повідомлення як смисловий центр тексту [4, 11]. Погоджуючись з твердженням дослідниці, розглянемо наступний заголовок дискусійної групи [7]:

[mybloglog](#) основний заголовок
104 Members, Archives: [Public](#) додаткові компоненти
Welcome to the MyBlogLog Yahoo group! The place where all of our MyBlogLog members can get together, trade some tips & tricks, meet up and find out new ways to make MyBlogLog awesome! ...([more](#)) гіперпосилання на текст статті

Така змістова структура повідомлення дещо підвищує когнітивний потенціал інтерактивної віртуальної комунікації, оскільки не виходить поза межі загальних норм сприймання інформації, а також відповідає динаміці системи, коли швидкозмінні ситуації спілкування та пошуку потрібного середовища співрозмовників та однодумців часто не дають можливості активно реагувати на складніші текстові структури.

Специфіка формування заголовків у глобальній мережі відповідає кільком параметрам: 1) у заголовок виносяться найбільш яскраві факти, актуальні подробиці, але також часто авторські припущення, що не мають під собою реальної основи; 2) заголовковий комплекс електронного тексту характеризується власне заголовком, врізом, де коротко пояснюється суть повідомлюваного, а також візуальними образами, специфічним оформленням чи розміщенням на сторінці електронного документа; 3) заголовковий комплекс може бути відірваним від тексту і анонсувати цей текст в інших віртуальних сегментах комунікативного простору, виступаючи гіперпосиланням і забезпечуючи доступ до інформації за принципом нелінійної гіпертекстової моделі, 4) заголовковий комплекс електронного тексту має високий потенціал впливу, при тому визначається слабшим когнітивним потенціалом, оскільки когнітивна складова більш повно реалізується, як правило, в межах власне тексту повідомлення. Виділені параметри формування заголовкового комплексу, відповідність гіпертекстового посилання власне тексту повідомлення простежуються в наступному прикладі [6]:

THEYMUSTPAY – ЗАГОЛОВОК

410 Members, Archives: Membership required

ВРІЗ Founded September 13

This group is for all Americans to come and join together after the attack on our country, the name of this group is clear, they who did this and all involved must pay for what they have ...(*more*) –

Гіперпосилання <http://groups.yahoo.com/group/THEYMUSTPAY/>

Текст This group is for all Americans to come and join together after the attack on our country, the name of this group is clear, they who did this and all involved must pay for what they have done.

Please leave comments, photos and any other material pertaining to the attack on the USA. We are also a healing group and let us all help those in need.

God bless America.



А. М. Коваленко виділяє такі функції заголовків: *інформативну, оцінну, спонукальну та інтригуючу*, наголошуючи, що функція, яка домінує в кожному конкретному заголовку, дає простір для його інтерпретації [3, 5]. У даному тексті заголовок виконує *спонукальну* функцію, а також має високий потенціал впливу, оскільки містить графічну конструкцію, призначену передусім для емоційного сприйняття. Як зазначає Г. Г. Почепцов, візуальні символи є формою для певного змісту, як правило, візуальне повідомлення має більш довготривалий характер [5, 16-20]. Такі заголовки виразні самі по собі й зрозумілі ще до прочитання тексту. Тут збережено всі параметри формування заголовка, ефективного для Інтернет-мережі: чітко окреслена авторська позиція ("*they must pay*"), винесено коментар, що поширює заголовок, забезпечено можливість використання заголовка як частини тексту в анонсованих рубриках чи інших формах гіпертексту, включено потенціал впливу у врізі, що виявляється в емоційному посиленні авторської позиції з урахуванням стереотипів і очікувань аудиторії ("*this group is for all Americans to come and join together after the attack on our country*") та аргументації ("*the name of this group is clear, they who did this and all involved must pay for all they have done*"). У тексті автор свідомо формує середовище читачів ("*we are also a healing group and let us all help those in need*"), визначає рамки смислу, які можуть бути актуальними для тих, хто поділяє позицію "розплати" ("*please leave comments, photos and any other material pertaining to the attack on the USA*").

Розглядаючи заголовковий комплекс у контексті його когнітивного потенціалу, варто відзначити спрямовуючу роль, інтригуючу функцію, а отже, визначити специфіку цього текстового чинника підвищення когнітивного потенціалу інтерактивної комунікації як важливої ланки у змістовому та формальному аспектах сприймання інформації, її пошуку та координації спілкування в умовах віртуального простору.

Варто зосередитися на тому, що чинником підвищення когнітивного потенціалу, ефективності спілкування в аналізованому комунікативному середовищі виступає не тільки мовна поведінка, але й емоційний стан учасника віртуального спілкування. В. В. Гафієчко виділяє дві групи значень, що відбивають два аспекти паравербальних дій: фізичний і психосеміотичний [1, 72]. Психосеміотичний аспект виявляється у використанні певних знаків під час комунікації, що формують відображення образу "Я" на моніторі комп'ютера і доступні усім учасникам спілкування – тобто смайлики, уніфіковані візуальні засоби реалізації фізичної дії емоційного стану в Інтернет мережі, які надають додаткового звучання базовій, нейтральній інформації, тому також потребують уваги при вивченні когнітивного потенціалу віртуального дискурсу.

Загалом інтерактивна віртуальна комунікація будується на основі згорнутих структур смислу, “розгортання” яких відбувається у свідомості комуніката, а кодом, за допомогою якого виражається інформація про співрозмовника, виступає псевдонім – “нік”. Помічено, що *ніки* (як імена так і візуальний образ) зазвичай залежать від категорії, де відбувається комунікація та від теми розмови, наприклад, у релігійних категоріях зустрічаються *ніки*, характерні тільки для даного сегменту: *Muslim, One Lone Tree (Atheist), Godless Heathen, I Love you all, Passionate Believer of Jesus, Lord Jesus Christ (OFFICAL), Servant of Jesus, Jesuslovesyou, Donate Life, Defending the truth, a sheep that found his own way* [8], *Little Angel, innocence, christylove12* [9], у політичних категоріях – свої специфічні *ніки*: *I love Obama 3, alleycat69 proudly conservative, communists 4ever! Biochemists for OBAMA, RebelliousScot, Mr. Political, He Won My State :-), HOTMAMA FOR OBAMA 08", average joe named joe, Republican in training, Country Conservative, Don't Blame Me, I Voted McCa, #IPatriot, Marxist President Obama, rage_against_the_mcc...*[10]. Когнітивний потенціал цих елементів виявляється в створенні спеціальних умов спілкування, коли роль, закладена мовцем у *нік*, визначає характер мовлення, позицію, стиль, а отже, – формує відповідну реакцію співрозмовника.

Як **висновок**, відзначимо, що досліджуючи когнітивний потенціал електронного дискурсу, варто зважати на значення структурування інформаційних виразників стилю повідомлюваного та визначати нормативні, функціональні, психолінгвістичні, прагматичні особливості мовних знаків, що реалізуються в конкретному комунікативному середовищі. Науковим результатом дослідження є виявлення текстологічних і екстралінгвальних чинників підвищення когнітивного потенціалу. Цей аспект дослідження є досить перспективним, оскільки забезпечує можливості виявлення стратегій привернення уваги та керування сприйманням реципієнта як у процесі читання окремого тексту, так і у межах всього комунікативного простору.

Л і т е р а т у р а :

1. Гафієчко В. В. Семантика дієслів на позначення паравербальних дій усмішки та сміху / В. В. Гафієчко // Мовознавство. – 2005. – № 5. – С. 65–74.
2. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс; пер. с англ. В. В. Туровского // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. – С. 217–237.
3. Коваленко А. М. Заголовок англomовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / А. М. Коваленко. – К., 2002. – 19 с.
4. Коломієць Н. В. Лінгвістичні особливості організації гіпертексту Інтернет-новин (на матеріалах англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Н. В. Коломієць. – К., 2004. – 21 с.
5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Георгий Георгиевич Почепцов. – М., К. : Реал-бук : Ваклер, 1999. – 349 с.

Д ж е р е л а ф а к т и ч н о г о м а т е р і а л у

6. <http://dir.groups.yahoo.com/group/THEYMUSTPAY/>
7. <http://tech.dir.groups.yahoo.com/dir/1600004725>
8. http://answers.yahoo.com/dir/index;_ylt=Am69cp3pvfmrAIWjruPAu8zd7BR.;_ylv=3?link=list&sid=396545163&cp=1&tp=300
9. http://answers.yahoo.com/my/profile;_ylt=Au9uvcuzkBo9HtRwwSwId8bd7BR.;_ylv=3?show=A58DuaUnaa
10. http://answers.yahoo.com/dir/;_ylt=AiXv6KVZqZ.Tx5y1DAccZKvY7BR.;_ylv=3?link=list&sid=396545444