

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ „ВОЛОДІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ” У НЕОЛОГІЧНІЙ КАРТИНІ МЕТАМОВИ „ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ”

Н.В. Таценко

У статті розглянуто структуру концепту „володіння інформацією”, здійснено спробу моделювання його концептуального поля, досліджено процес його вербалізації у неологічній картині комп’ютерної метамови.

Бурхливий процес науко-технічної революції та комп’ютеризації більшої частини діяльності суспільства особливим чином виділяє певні поняття, які ще декілька років тому здавалися тривіальними. Одним із таких понять, що займають у повсякденному житті людини найважливіше місце, є інформація. Інформація стає найціннішим товаром у новому „інформогенному” суспільстві, а попередні економічні та політичні цінності – влада, гроші, обмін, виробництво – поступово зазнають деконструкції. Сучасні інформаційні технології стрімко перетворюють простір соціуму в інформаційний простір і стають головним атрибутом глобального світу. Найновіший спосіб зберігання й передачі інформації – Інтернет, який є специфічним мовним та буттєвим феноменом сьогодення. З огляду на це світ “віртуальної реальності” можна безперечно назвати “світом віртуальної інформації”. Не дивно, що тепер інформаційну революцію іменують „революцією світового павутиння” – *the Web revolution* [1, 218].

Вербалізована Інформація, а також способи її отримання, обробки, зберігання і використання, досліджується когнітивістами сучасного періоду разом з концептуальним простором людського мислення, з яким співвідносяться одиниці мови і мовлення. Звернення когнітивної лінгвістики до такого об’єкту дослідження, як вербалізована Інформація, потребує створення нових методів концептуального аналізу, об’єднаних загальною метою – пошуком тих концептів, що детермінують появу мовної одиниці та зумовлюють буття знаку як когнітивної структури, де відображені знання людини про світ. В руслі цих тенденцій сучасної когнітивної лінгвістики і пропонується наша стаття, мета якої – виявити та детально охарактеризувати механізми творення і модифікації концепту „володіння інформацією”, визначити його концептуальне поле, а також дослідити процес його вербалізації у неологічній картині комп’ютерної метамови.

Вчені підкреслюють, що сучасна людина функціонує за рахунок “поїдання” інформації, тому в англійській мові така людина отримала найменування-характеристику у вигляді неологізму *informavore* (пор. відомі слова, які характеризують тваринний світ з точки зору джерела харчування – *carnivore*, *herbivore*) [2, 7]. Тим самим, концепт „володіння інформацією” конкретизується за допомогою концепту „інформоядність”. Зазначений концепт є частиною концепту „пошук інформації” і являє собою центр атракції значної кількості лексичних інновацій, що позначають новітні інформаційні реалії. До них належать, наприклад, словосполучення *information food chain*, *information forage* та його похідні *information forager*, *information foraging*, які у своїй семантиці продовжують “біоаналогію”, закладену в неологізмі *informavore*.

Зазначимо, що інновація *information foraging* позначає пошук інформації тими шляхами та методами, котрі використовуються тваринами для добування їжі. Неологізм *information scent* “візуальні та лінгвістичні натяки на деяку інформацію, які дають змогу користувачу її знайти” також є вербалізованим компонентом концепту “пошук інформації”. Тварини, шукаючи їжу, часто використовують своє вміння розпізнавати запахи. Подібне відбувається під час “віртуального” пошуку інформації, а комп’ютерні зображення або міні-тексти порівнюються з запахами, що підказують необхідний шлях. Отже, на основі асоціативного зв’язку, “біологічний” ментальний простір проектується на “комп’ютерний”:

*Information foraging theory views humans as **informavores**, continually seeking information from our environment. In a sense we are foraging for information, a process with parallels to how animals forage for food. For both human and animal there are cues in the environment that help us judge whether to continue foraging in the same location or to forage elsewhere.”* (The National Society for Information Science Bulletin, June 1, 2002). *“In all these cases, but especially when browsing, visual and verbal cues are required to let us know that we are on the right path to the desired information. These cues are the pieces of **information scent** that we are following, and we choose the cues with the best likelihood (‘the strongest scent’) of getting us to the desired destination.”* (The National Society for Information Science Bulletin, June 1, 2002).

У даному випадку вважаємо за необхідне наголосити, що наведені концептуальні метафори дають змогу побачити більш абстрактне та невловиме явище крізь призму простого та відомого і осмислити перше як подібне до другого, в результаті чого відбувається породження нової ментальної категорії, нового знання.

З концептом “пошук інформації” пов’язаний неологізм *news-grazing* “отримання інформації з різних джерел”, у якому внаслідок зооморфічної семантики компоненту *graze* (пастися) також прослідковується аналогія між тваринним та комп’ютерним світами. Зауважимо, що вказане новоутворення є іменником, але може виконувати атрибутивну функцію: *“The standard rap cites these factors: the fractionalization of the TV audience in the 500-channel cable satellite media universe; the fierce and ever-expanding competition of cable news, as led by Ailes and Fox; the postmodern **news-grazing** habits of the young, who turn to such antiestablishment sources as the Internet and Jon Stewart’s “Daily Show” for their information fix.”* (The New York Times, May 19, 2002).

На нашу думку, комп’ютерні інновації з зооморфічними метафорами є віддзеркаленням “примітивної” мовної картини світу, оскільки первісне мислення сакралізує тварину ще в тотемістичний період.

Варто підкреслити, що останнім часом в англійській мові з’являється низка нових слів та словосполучень, які є вербалізованими відображеннями концепту “пошук інформації”. Так, до новітніх словників, зокрема словника Merriam-Webster, занесено дієслово *to google* (гуглити) „шукати інформацію в Інтернеті” [www.m-w.com /]: *“Still a rare practice among the online masses, **googling** is fairly common among the young, professional and Internet-savvy. ‘Everyone does it’, said Jena Fisher, 26, a Chicago advertising executive.”* (Chicago Tribune, April 2, 2001).

Вищевказане конверсивне дієслово походить від назви американської акціонерної компанії (*Google Inc.*), що займається розробкою, розвитком і дизайном найпопулярнішого в Інтернеті пошукового сервісу. Маємо зауважити, що неологізм *google* став основою для появи нових елементів словотворчої парадигми, а тим самим появи нових концептів. Так, коли велика кількість веб-сторінок мають посилання на певний веб-сайт, в результаті чого він стає найпопулярнішим у пошуковому сервісі Інтернету, таке явище здобуває назву *Google bombing*. Корисна інформація, притаманна певному сайту, що робить його найпопулярнішим, денотується інновацією *Googlejuice*. Вся інформація, яку можна знайти за допомогою пошукового сервісу *Google*, вербалізується за допомогою телескопічного неологізму *Googleverse* (*Google + Universe*). Новий бренд, що з’явився в результаті злиття компанії *Google* та відео-сайту *You Tube*, здобув назву *Goo-Tube*.

Легкість, з якою можна знайти інформацію про людину за допомогою пошукового сервісу в Інтернеті, позначається неологізмом *googleability*: *“All the Googler needs is a name, and she’s off. It’s worse if your name is unusual, as mine is. The difference in **Googleability** between a person with the name “Mary Smith” and a person with my name makes me wonder whether **Googleability** might one day affect how parents name their children.”* (The International Herald Tribune, December 5, 2006).

Для денотації людини, яка не бажає надавати про себе інформацію у всюдисущий Інтернет, з’явилась інновація *ungoogleable*: *“**Ungoogleable** is one of those words that*

people understand completely the first time they hear it. And it encapsulates all in a single word, the ubiquity of Internet search engines, particularly Google; the need some people feel to escape them; and the way a corporate name can morph itself from a proper noun to an active verb.” (Christian Science Monitor, October 19, 2005).

Пошуковий механізм *Google* використовують навіть для знаходження такої інформації, як рецепти приготування різноманітних страв, що включають ті інгредієнти, які є в холодильнику користувача на даний момент. Зазначене явище денотується неологізмом *fridge googling*: “The newer term “**fridge-googling**” has been coined to mean looking at the remnant contents of a person’s refrigerator and letting the Google search engine find a recipe that uses those ingredients.” (Compu-Kiss, July 26, 2006).

Вищезазначені новоутворення дають нам змогу припустити, що одним з головних засобів володіння інформацією у представника “віртуального соціуму” є пошук та передача інформації. Недаремно Всесвітня Павутина отримала визначення *infostructure* – “інформаційна структура” (за аналогією до *infrastructure*): “**Infostructure** includes common solution architecture, common and reusable services and standards fundamental to ensure the integration and interoperability of a diverse set of clinical systems. It also includes a strong focus on the HER’s capacity to share clinical data among clinicians.” (Canada Health Infoway, June 2005). У даному руслі також заслуговують на увагу такі новоутворення, як *datacasting* (*data+broadcasting*) „передача будь-якої інформації через цифрові мережі”, *web-casting* (*web+broadcasting*) „передача інформації через „світове павутиння””.

У цілому, мотив пошуку інформації єдиний – оволодіння нею. Тому просте накопичення знань у віртуальному просторі перетворюється на справжню боротьбу за право володіти інформацією, що призводить до “інформаційних війн” у Мережі – *information warfare*: “**Information warfare** is the offensive and defensive use of information and information systems to deny, exploit, corrupt, or destroy, an adversary’s information, information-based processes, information systems, and computer-based networks while protecting one’s own. Such actions are designed to achieve advantages over military, political or business adversaries.” (Amazon, July 3, 2006).

Цілком очевидним постає той факт, що словосполучення *information warfare* як “військова” концептуальна метафора слугує прикладом того, що за концептом “володіння” логічно та семантично слідує концепт “завойовування”, метою якого є прагнення до “інформаційної переваги” (*information superiority*) або до володіння “найсвіжішою інформацією” (*zero-day information*). У свою чергу, спорідненість концептів “володіння” та “завойовування” свідчить про наявність сталого асоціативного зв’язку між концептами “володіння” та “війна”.

Яскравою ілюстрацією такого зв’язку є виникнення численних неологізмів з “конфліктною”, “войовничою” семантикою, що позначають різноманітні способи легального і нелегального оволодіння інформацією. Так, програма, що таємно пересилає інформацію певній організації або особі про підключення комп’ютера до Інтернету, денотується інновацією *spyware*. Вторгнення у сотні комп’ютерів, які відповідно до отриманої інструкції наповнюють цільовий сайт проханнями про надання інформації отримало назву *distributed denial of service*.

Телескопійне новоутворення *HACKINT* (*hacking + intelligence*) позначає викрадення секретної інформації військового або політичного характеру. Вчені зауважують, що неологізм *HACKINT* продовжує ряд телескопійних утворень попередніх десятиліть із словом *intelligence* у значенні „секретна інформація”, наприклад, *HUMINT* (*human intelligence*), *COMINT* (*communications intelligence*) [2,31].

Неологізм *packet sniffer* з’явився в англійській мові для позначення програми, яка відслідковує рух інформації з метою оволодіння номерами кредитних карток, паролями, тобто, дає можливість викрадення приватної інформації: “Computer systems connected to networks, such as the Internet, are also vulnerable to sniffing;

*eavesdropping on communications between computers. Special software called **packet sniffers** can be connected to a computer network and extract all the packets of information used to pass data between computers.* (The Guardian, March 10, 2003).

Тактика, за допомогою якої хакери отримують приватну інформацію, вербалізується у вигляді інновації *pretexting*: “**Pretexting** has long been a tactic used by private investigators and others to obtain personal information and records about people. Also known as “social engineering” in the hacker realm, it involves using plays to obtain data and documents. (Wired News, September 13, 2006). А самі хакери, що контролюють велику кількість доступних комп’ютерів з метою використання інформації, позначаються неологізмом *bot herder*: “This allows a **bot herder** to dynamically change IP addresses without changing a DNS record or the hosting – and constant moving around – of phishing Web sites on bot computers.” (eWeek, October 16, 2006).

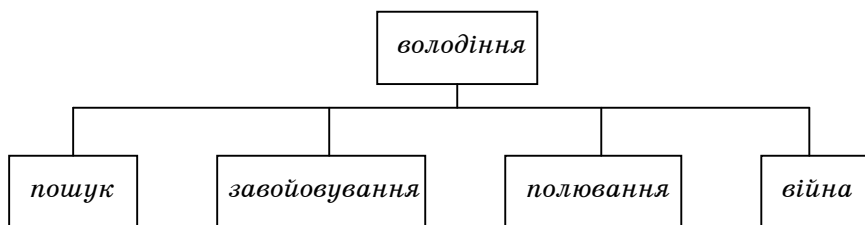
Викрадення корпоративної інформації за допомогою встановлення програми на спеціальному обладнанні і подальшого з’єднання його із мережею комп’ютерів денотується інновацією *pod slurping*: “Easy connectivity and high speed data transfer means that by simply plugging a device into a USB or Fire-Wire port, a data thief can get away with more information than ever before. This increasing leakage, ciphering and disclosure of corporate data have been coined “**pod slurping**.” (PR Newswire US, September 14, 2006).

Новоутворення *scalper bot* позначає комп’ютерну програму, яка відслідковує в Інтернеті інформацію про квитки на різноманітні концерти, шоу та інші події, автоматично купує їх, надаючи можливість отримувати прибуток від їх перепродажу: “Von Ahn wrote a program that generates four random letters and numbers, distorts them, and places them on a fuzzy background. Type in the four characters correctly and you’re in. Von Ahn dubbed his invention the Completely Automated Public Turing Test to Tell Computers and Humans Apart – or **Captcha** – and when Yahoo began using it, the spambot problem was greatly reduced. Soon, Ticketmaster was using Captchas to keep **scalper bots** at bay and AOL and Microsoft adopted them to protect their email systems.” (Wired, July 1, 2007).

Для позначення програми на веб-сайті, яка використовує легітимний на перший погляд інтерфейс з метою оволодіння паролями користувачів, вживається неологізм *password trap*. Зауважимо, що елемент *trap* (пастка, сільце) апелює до концепту “полювання”. У даному руслі можна також навести неологізм *phishing*, який позначає шахрайські дії у вигляді створення веб-сайтів від імені добре відомих компаній та отримання інформації про банківські рахунки і кредитні картки: “**Phishing** is the term coined by hackers who imitate legitimate companies in e-mails to entice people to share passwords or credit card numbers.” (Charlottesville Observer, July 25, 2003).

Значимо, що інновація *phishing* є модифікованим варіантом слова *fishing*, що є прикладом тенденції до заміни літери “f” на “ph” у мові хакерів. Указану тенденцію започаткувало телескопійне новоутворення *phreaking* (*phone-freaking*) для позначення телефонного хакерства, що з’явилося у кінці 60-х років минулого століття. Новоутворення *password trap*, *phishing*, які є прямими ремінісценціями процесів полювання за здобиччю, слугують прикладом того, що за основу “віртуальної інформаційної війни” приймаються показники “природної” дійсності. Вони актуалізувались у свідомості людини у вигляді певних поняттєвих та категоріальних універсалій протягом століть та ілюструють спорідненість концептів “полювання” і “війна”.

З вищевказаного робимо **висновок**, що концепт “володіння інформацією” є результатом упорядкованих і взаємопов’язаних концептів “пошук”, “завойовування”, “полювання” та “війна”. У цілому, організація концептуального поля концепту „володіння інформацією” відбивається у свідомості користувача Інтернету таким чином:



Зауважимо, що концепт “війна” десигнує не тільки завойовування, а й посягання на свободу особистості. Тим самим, “віртуальна війна за інформацію” привносить у повсякденне життя суспільства поняття незахищеності від “загального інформаційного поглинання”. Тому вважаємо за необхідне наголосити на перспективності подальшого дослідження вербалізації макроконцепту Інформація неологізмами з імпліцитною „негативною” семантикою, а також типів спотворення Інформації та їх мовного втілення.

SUMMARY

The paper examines the structure of concept “information possession”, an attempt of modeling its conceptual field is made, the process of its verbalization in neologic picture of computer metalanguage is analyzed.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. DiSessa A.A. Changing minds. Computers, Learning and Literacy. – Cambridge: The MIT Press, 2000. – 271 p.
2. Зацний Ю.А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу. – Львів: ПАІС, 2007. – 228 с.

Надійшла до редакції 25 жовтня 2007 р.