

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
_____ О.В. Магировская

« ____ » _____ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

НИКНЕЙМИНГ КАК СПОСОБ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКИХ И КИТАЙСКИХ МЕССЕНДЖЕРОВ)

Выпускник	А.Н. Лутков
Научный руководитель	канд. филол. наук, Н.О. Кузнецова
Нормоконтролер	М.В. Файзулаева

Красноярск 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ	8
1.1. Теоретические основы ономастики	8
1.1.1. Никнеймы как часть ономастической системы языка	8
1.1.2. Никнейм как явление виртуальной номинации	13
1.1.3 Социокультурная обусловленность никнейминга	17
1.2. Интернет-коммуникация как предмет лингвистического исследования	22
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	29
ГЛАВА 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ И КИТАЙСКИХ НИКНЕЙМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ - МЕССЕНДЖЕРОВ)	31
2.1. Системно-структурная классификация английских никнеймов	31
2.2. Системно-структурная классификация китайских никнеймов	37
2.3. Семантическая классификация английских никнеймов	44
2.4. Семантическая классификация китайских никнеймов	52
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	66
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	70
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ	73
ПРИЛОЖЕНИЕ А	74
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	76

ПРИЛОЖЕНИЕ В.....	78
ПРИЛОЖЕНИЕ Г.....	80

ВВЕДЕНИЕ

Электронная коммуникация стала основным способом передачи информации в XXI веке. Находясь в процессе интернет-коммуникации, человек становится частью огромного виртуального пространства, где встаёт вопрос о собственной самоидентификации. Одной из характерных особенностей электронной коммуникации является потеря персонифицированных характеристик в процессе интеракции. В этом случае первостепенную презентующую функцию берут на себя никнеймы пользователей в сети.

Интернет-технологии лежат в основе конституирования особой виртуальной реальности и виртуальной личности людей. Процесс виртуализации породил так называемое киберпространство, в котором пользователи находят различные способы для самоидентификации, которая детерминирована множеством независимых друг от друга факторов и включает в себя множество лингвистических и экстралингвистических факторов.

Деперсонализация и возможность сокрытия некоторых персональных данных становится для пользователей оборотной стороной виртуальной свободы и анонимности. Данный феномен выражается в том, что человек перестает «быть собой», его идентичность конструируется по шаблонам, принятым в интернет среде и находит отражение во внешне-структурной и семантической оболочке никнеймов.

Всемирная компьютерная сеть является надежным помощником современного человека и обслуживает потребность в коммуникации по всему миру. Учитывая многообразие существующих форм интернет-коммуникации проведено тщательное рассмотрение программ и приложений, которые позволяют изучить специфику саморепрезентации пользователей посредством никнейминга. В исследовании используются

англоязычный материал и рассматривается китайскоязычный интернет-ономастикон с целью проведения сравнительно-семантического анализа.

Актуальность исследования заключается в том, что никнейм представляет собой уникальную лингвистическую единицу, которая выполняет функцию презентации личности. Кроме того, культурное и социальное отношение к данному вопросу сильно различается в англоязычных странах и в китайском регионе, что позволит получить в процессе исследования не только комплексную картину современного явления интернет-самопрезентации, но и обнаружить уникальные различия в способах, к которым прибегают пользователи из двух разных культур. Кроме того, очевидным является тот факт, что на данный момент количество научных работ и исследований по данному вопросу крайне мало.

Теоретическая база работы основана на социолингвистических исследованиях Е.А. Каркищенко, Л.Ф. Компанцевой, В.В. Котляровой, В.А. Маслова.

Вопросами функционирования никнейминга как лингвистического феномена занимались А.В. Подгорнова, Н.А. Ахренова, В.В. Казяба, и др.

Объектом исследования выступает никнейм как сетевое имя, используемое участником интернет-мессенджеров.

Предметом исследования являются структурно-семантические характеристики никнеймов пользователей интернет-мессенджеров.

Цель работы – выявить и изучить лингвистические и экстралингвистические особенности никнейминга как самоидентификации и саморепрезентации пользователя в английских и китайских мессенджерах.

В ходе работы решаются **следующие задачи:**

- 1) рассмотреть статус имени собственного, функционирующего в интернет-пространстве;

- 2) определить место и роль никнейма в ономастике;
- 3) установить и систематизировать структурные модели никнеймов;
- 4) выявить и систематизировать семантические модели никнеймов.

В процессе исследования использовались **следующие методы**: метод сплошной выборки, сравнительный метод полученного материала, семантический и структурный анализ эмпирического материала, метод классификации.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных данных для проведения дальнейших исследований в области интернет-коммуникации, в установлении новых закономерностей функционирования сетевых имен и их влияния на коммуникативный аспект в целом. Кроме того, результаты могут быть применены в практических курсах по межкультурной коммуникации.

Структура работы: работа представлена в объеме 81 страниц, включает Введение, 2 главы, 4 таблицы, а также список использованной литературы, состоящий из 26 источников, 2 из которых на иностранных языках, а также 5 словарей.

Во введении обосновывается актуальность проблемы, выделяются объект и предмет, формулируются цели и задачи, определяется практическая значимость.

В Главе 1 «Теоретические основы имен собственных в интернет-коммуникации» представлено описание теоретических основ ономастики и антропонимики. Изучен вопрос функционирования никнейма как лингвистического феномена в интернет-пространстве. Исследован вопрос деперсонализации и деиндивидуализации личности в интернет-пространстве.

В Главе 2 «Структурно-семантические особенности английских и

китайских никнеймов (на материале мессенджеров)» проводится анализ эмпирического материала, отобранного методом сплошной выборки. 400 единиц классифицированы по структурным и семантическим моделям.

В Заключении формулируются результаты и перспективы дальнейшего исследования.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

1.1. Теоретические основы ономастики

1.1.1. Никнеймы как часть ономастической системы языка

Интерес к исследованию проблем ономастики и антропонимики обусловлен активным проявлением в нашей жизни данных отраслей языкознания. Процесс номинации вещей действительности неизбежен, поэтому мы не только даём имена окружающим нас реалиям, но и классифицируем их, выводя определенные подвиды, основанные на языковом анализе. Так как данное исследование выполнено в рамках теории ономастики, а именно в рамках её направления – антропонимики, то в данном параграфе мы опишем и представим ономастику и антропонимику с точки зрения лингвистического анализа.

Омоним и антропоним, как языковые единицы, являются одними из самых нестабильных реалий в рамках современного языкознания, поэтому прежде всего стоит обратиться к определению данных понятий.

«Ономастика или топономастика – это раздел языкознания, изучающий любые собственные имена» [Подольская, 1978: 25]. Также известно определение науки ономастики как искусство давать имена. Функционализм ономастики можно проследить благодаря ее подразделению на подтипы, такие как топонимику, космонимию, астрономию, зоонимию и антропонимику. Зачастую, данные из этих разделов являются единственными источниками информации об уже исчезнувших народах и мёртвых языках.

Результатом процесса ономастики всегда является слово (номинативная единица), входящее в систему языка, образующееся по законам языка, существующее по определенным законам и употребляющееся в речи.

«Доминирует в ономастике лингвистический компонент не только потому, что каждое имя – это слово, развивающееся по законам языка, но и потому, что информация каждого имени “добывается” с помощью лингвистических средств» [Сызранова, 2013: 14].

Беспричинной номинации не бывает. Так или иначе, каждое имя дается человеком какому-либо объекту или явлению с конкретной целью, однако не всегда возможно четко отследить истинные мотивы создания того или иного имени ввиду недостаточных знаний об условиях акта номинации. Далее стоит обратить внимание на основные причины проявления процесса номинации в нашей жизни:

1) социальная причина номинации. Это говорит о том, что та или иная реалья названа в честь определенной социальной группы или общественной группы. Своим названием отражает реалии данной группы;

2) историческая причина номинации. Источником данной причины номинации являются определенные исторические события и факты;

3) территориальная причина номинации. Заключается в проявлении влияния особенностей территории на создание наименования [Тугузбаева, 2011].

Говоря о причинах возникновения также можно вывести следующие типы классификаций:

1) имена, возникшие естественным путем;

2) имена, возникшие искусственным путем;

3) имена, возникшие на основе эстетических и стилистических классификаций;

4) имена, возникшие путем ориентации на время;

5) этимологическая классификация;

6) классификация по признаку наименьшего [Там же].

Согласно Н. В. Васильевой, антропонимика – это раздел ономастики, изучающий антропонимы – любые собственные имена, которые может

иметь человек или группа людей. «Изучает закономерности возникновения и развития антропонимов, их структуру, модели функционирования в обществе. К антропонимам относят личное имя, отчество, патроним, прозвище, псевдоним и клички» [Васильева, 2003: 22].

«Изучение антропонимов связано с проблемами формирования имен, характера информации, которую может нести имя (характеристика человеческих качеств, род занятий, происхождение из какой-либо родословной и т. д.), функционирования в речи (номинация, идентификация, дифференциация, смена имен, связанная со сферой коммуникации и др.)» [Балкунова, 2010: 18].

Несмотря на то, что антропонимы относятся к именованию людей и только людей, этот единственный объект «дает чрезвычайно сложный спектр категорий имен, что связано с историей культуры, особенностями психологии людей, традициями и многим другим» [Сызранова, 2013: 12].

Говоря в общем, антропоним, как один из типов онимов, представляет собой особое личное имя человека, которое отличается от других онимов – собственных имен специфическими особенностями, в частности, характером индивидуализации именуемого объекта.

Эта специфика ономастической индивидуализации человека заключается в том, что каждый человек, в отличие от других возможных объектов номинации, имеет, по крайней мере, одно свое собственное личное имя – антропоним. Однако, набор, или реестр, имен в языке ограничен, поэтому имена личные повторяются, что вынуждает давать человеку дополнительные именованья.

В учебном пособии «Ономастика», Г.Ю. Сызранова выделяет несколько видов антропонимов:

1) индивидуальные антропонимы. Они выделяют личность из коллектива. Этнографическая пестрота в традициях, связанных с именованьем личности, затрудняет установление общей классификации

для имен всех народов и ставит на повестку дня внимательнейшее изучение и описание обрядов присвоения или изменения имен там, где это практикуется. Деление ономастических систем разных народов на одноименные, двуименные, трехименные и т. п. едва ли может с полным основанием считаться классификацией. Кроме того, локальные неофициальные антропонимические системы могут быть совершенно не похожими друг на друга при единстве записей имен в официальных документах. Большую роль здесь играет последовательность поколений, вносящая определенную организацию в систему имен. Изучение частных особенностей ономастической системы каждого народа вскрывает интересные факты, связанные с его историей и этнографией, и дает большой материал для дальнейшего исследования.

2) групповые антропонимы. К ним относятся родовые, семейные и династические имена, денотаты которых – коллективы людей, выделяемые по различным признакам. Наиболее древняя из перечисленных единиц – род. Родовые имена, как правило, слова *singulariatantum*: *Волк, Лисица*. Фамилии, т. е. семейные имена, являются непосредственными преемниками родовых имен. Однако в отличие от последних фамилии – слова *pluraliatantum*: *Ивановы, Зайцевы, Песковские*. Династические имена по своим лингвистическим свойствам очень близки к именам фамильным: *Романовы, Габсбурги, Бурбоны, Птолемеи* и т. д. «Употребление в единственном числе, так же как и употребление в единственном числе обычных фамилий, говорит о том, что имеется в виду отдельный представитель означенной семьи, именуемый индивидуальным антропонимом» [Сызранова, 2013: 7].

Что касается интернет-коммуникации, то в ее рамках различаются следующие формы антропонимов: логин, сетевое имя, никоним (ник или никнейм). В данной работе нас интересует как раз такая разновидность антропонимов как никнейм.

«Некоторые лингвисты подразделяют имена собственные на две группы: имена собственные в узком смысле этого слова (имена, прозвища людей, клички животных, географические и астрологические названия) и наименования, представленные сочетаниями слов, словосочетаниями и предложениями (названия учреждений, исторических эпох, названий газет, журналов и т.п.)» [Матвеев, 2004: 9]. Данный исследователь считает, что термин «имя собственное», противопоставляемый термину «имя нарицательное», «затрудняет определение места собственных имен в языке, поскольку ограничивает их мир пределами слова и, более того, существительных». По мнению автора, «имена собственные могут быть словосочетанием и даже предложением, т.е. выходят за рамки лексики: «попытки определить статус имени, как правило, не дают результата, поскольку слово — только одна ипостась имени» [Там же: 5]. Имена, по словам А.К. Матвеева, могут рассматриваться как «звуковой материал, смысловое ономастическое содержание которого, иногда очень существенное в момент возникновения имени, может быть затем утрачено безо всякого ущерба для его функционирования». Поэтому при необходимости можно «творить собственные имена из любого языкового материала» [Там же: 6]. Сказанное в полной мере имеет отношение к классу антропонимов, сходных по своей природе с никнеймами — вымышленными именами, созданными пользователями интернета на основе разнообразных, в том числе и неоднословных, языковых единиц.

Таким образом, ономастика, как раздел языкознания, изучающий имена собственные, является ключом к дальнейшему исследованию. Особое внимание уделяется типологии имен и их универсальным чертам. Один из таких типов, антропоним, представляющий собой особое имя человека, дает нам возможность детальнее рассмотреть главный объект исследования – никнейм. Поэтому перейдем к более подробному изучению лингвистического феномена.

1.1.2. Никнейм как явление виртуальной номинации

Данная работа является логическим и фактическим продолжением курсового проекта за 2020 год, в процессе работы, над которым были установлены ряд утверждений и получены определенные результаты на основе проведенных исследований.

Таким образом, по итогу курсового проекта мы пришли к следующим выводам:

1) ники, как инструмент замены личного имени людей, служат сокрытию реального имени и, следовательно, позволяют показать себя более раскрепощенным и независимым в интернет-пространстве;

2) виртуальное пространство позволяет личности создавать себе индивидуальное имя по собственным законам, комбинируя различные буквенные и графические символы;

3) причинами создания имен являются: профессиональная занятость или хобби, территориальная принадлежность, открытость и готовность продемонстрировать другим участникам свое настоящее имя, внешние характеристики, личностные характеристики, а также значимость для пользователя какого-то культурного аспекта в жизни.

В настоящей работе в след за М.Г. Чабаненко никнейм определен как «условное либо вымышленное имя для идентификации в сети» [Чабаненко, 2007: 6].

Никнейм является лингвокультурным феноменом, так как результатом его образования является смешение различных лингвокультурных тенденций, что создает своеобразный «ономастический парадокс». Выбор никнейма не ограничивается социально-языковыми факторами, пользователи не скованы какими-либо правилами, благодаря чему мы можем наблюдать свободу выбора виртуального имени.

С точки зрения общей теории ономастики, никнейм представлен специфическим антропонимом – именем собственным, – который находит место для реализации в интернет-пространстве. «Поскольку имена собственные во всей полноте своих характеристик представляют собой как бы точки соприкосновений лингвистического и прагматического планов, его значение оказывается сложным комплексом, включающим сведения о слове, переплетающимися со сведениями об именуемом объекте. В этом и проявляется специфика имен собственных» [Подгорнова, 2019].

Никнейм крайне тесно связан с понятием интернет-коммуникации так как именно в данном типе коммуникации никнейм находит область и методы своего функционирования. «Значимость интернет-коммуникации, в которой происходит функционирование никнейма, состоит не только в предоставлении возможностей для коммуникативных процессов, но также и во влиянии их на культурные процессы и на формирование культурных сообществ» [Котлярова, 2017: 31].

Сеть предоставляет пользователю широкий инструментарий для самоидентификации, что приводит к различным формам внутрисетевого существования. В курсовой работе были затронуты функции никнейма, среди которых была функция анонимизации. Такая функция никнейма строит определенный анонимный контекст общения и презентации одного пользователя другому. Однако рассматривая аспект анонимности в сети шире и исследуя связь с этим явлением никнейма мы можем обнаружить тенденцию к полной или частичной деперсонализации.

Тема деперсонализации или деиндивидуализация особенно важна в рамках данного исследования поскольку полностью раскрывает одну из функций никнеймов и конструирует теоретический фундамент перед началом практического исследования.

Итак, деиндивидуализация или деперсонализация – это процесс «растворения» личности человека в интернет-пространстве. Под

деиндивидуализацией личности Г. Лебон понимал специфику поведения человека в большой социальной группе. Он указывал, что в коллективе у индивида могут проявляться несвойственные ему качества: «стремление к анонимности, «синхронизация» своих действий с действиями других членов общества» [Лебон, 2016: 7].

«Электронная коммуникация стала ведущим способом передачи информации в XXI веке. Однако специфика данного вида коммуникации ещё не всесторонне изучена. Одной из характерных особенностей электронной коммуникации является потеря персонифицированных характеристик отправляемых сообщений, которую мы предлагаем терминологизировать как «деиндивидуализация», которая понимается как модель коммуникативного поведения с особыми принципами презентации сообщений и участия в обмене информацией» [Привалова, 2020: 18].

Человек, как главный социальный элемент, находится в активной связи с другими членами конкретного общества. Исходя из специфики интернет-коммуникации, человек встает перед выбором из двух вариантов поведения: открытый или закрытый (анонимный). Причина выбора того или иного метода саморепрезентации заключается в готовности человека предоставить первичные данные о себе другим пользователям. Именно за этим решением мы видим причину формирования того или иного никнейма как социальной маски, которая может либо защитить пользователя, либо послужить формой его личностной презентации в сети. «Вопрос защиты персональных данных – один из наиболее широко обсуждаемых за последние несколько лет, поскольку люди не хотят находиться под постоянным контролем за их личной жизнью в Сети» [Алексеева, 2019: 27]. человек, актуализируя себя в интернете, попадает под удар возможных недоброжелателей. Никнейм является одним из видов масок, которую надевает пользователь, чтобы скрыть своё настоящее “Я”. Желание раствориться в интернет-социуме и не выделяться на фоне множества

пользователей связано с тем, что в современном мире любое электронное устройство в доме, офисе, учреждении, на улице может стать потенциальным окном в частную жизнь человека. «По мере интеллектуального развития техники человек все больше и больше нуждается в абсолютном и всеобъемлющем запрете на использование его персональных данных, собираемых различными умными устройствами в рекламных, маркетинговых и иных целях. В современном мире человек становится открытой и доступной книгой для чтения» [Петров, 2020: 41].

Несмотря на то, что человек стремится к открытости, к общению с другими членами сообщества, ищет единомышленников, устанавливая и используя различные каналы коммуникаций, с развитием информационных и цифровых технологий прослеживается всё большая осторожность в действиях пользователей.

«В большинстве исследований виртуальной личности и практик ее самопрезентации ученые отмечают вариативность, что было обусловлено анонимностью в интернет-пространстве. Кроме того, многие авторы указывают, что «стремление к анонимности или сознательному выбору безличности, а также самоотречению; использование "презентационных оболочек" (не только как забвение собственного имени, а как сознательное в силу ряда причин сокрытие своего реального положения и статуса); создание произвольной связи между "реальной" и "онлайновой" личностями» [Алексеева, 2019: 11].

С развитием информационных технологий способы конструирования своего «Я» в виртуальном пространстве претерпевают ряд кардинальных изменений. Человеку все еще проще управлять восприятием окружающих в сети, чем в реальной жизни. Как показывают исследования, пользователи, в частности, подростки активно этим пользуются. Так они стремятся не столько раскрыть свою личность, сколько продемонстрировать «себя идеального».

Хотя пользователи сейчас достаточно ограничены в возможностях манипуляций при формировании онлайн-идентичности (например, сегодня намного сложнее выдавать себя за представителя другого пола, по сравнению с тем, как это было в текстовом пространстве интернет-чатов), молодые люди продолжают использовать все доступные средства для создания требуемого впечатления о себе. Можно выбирать «правильные» интересы, выставлять только определенные фотографии и т. п. В условиях активного исследования пользователями границ глобальной сети и рамок того, насколько далеко можно зайти в экспериментировании с собственной идентичностью, выявился ряд новых, неактуальных ранее проблем. Пользователи столкнулись с тем, что анонимность, к которой они привыкли в интернете, ставится под вопрос. Можно ли действительно скрыть свою личность или хотя бы быть «другим» в виртуальном пространстве? Ответ на него скорее следует дать отрицательный, что для многих людей означает необходимость перестройки виртуальной идентичности.

1.1.3 Социокультурная обусловленность никнейминга

Выбор никнейма пользователем обусловлен влиянием ряда экстралингвистических факторов таких как уровень общей культуры его создателя, его социальное положение, сфера профессиональной деятельности и определенный спектр интересов, хобби и увлечений, а также возраст, национальность, половая принадлежность и прочие условия.

Говоря о влиянии экстралингвистических факторов на выбор репрезентирующего имени в интернете, стоит обратить внимание на влияние социума, чтобы понять какие языковые процессы актуализируются в ходе взаимодействия коммуниканта и его социокультурного окружения.

Согласно Э.М. Рянской и А.С. Балкуновой, «формирование собственной идентичности реализуется виртуальной личностью путем

выбора никнейма, отражающего, по представлениям автора, наиболее яркие качества или черты его “Я”» [Рянская, Балкунова, 2010: 30].

Проводя параллели с реальным миром, М. В. Якунина пишет, что «выбор личного имени ограничен устойчивым реестром. Полное совпадение именованных разных людей в рамках одного социума заставляет носителей имён искать дополнительные возможности самообозначения либо с помощью «хронологических маркеров» (первый – второй, младший – старший), либо с добавлением к имени прозвища. И только виртуальное пространство Интернета позволяет человеку выбрать себе имя “по вкусу”, обозначив свою индивидуальность с помощью никнейма» [Якунина, 2013: 14].

А.В. Суперанская говорит, «что имена собственные разных типов пронизывают все сферы человеческой жизни и деятельности», состав имен и их социальная и идеологическая нагрузка во многом определяются социальными, историческими, экономическими и другими факторами» [Суперанская, 2010: 4]. Анализируя культурный аспект языка В.И. Маслова, пишет: «взаимодействие языка и культуры нужно исследовать крайне осторожно, помня, что это разные семиотические системы» [Маслова, 2001: 5]. На основании этого она приводит общие признаки семиотических систем:

- 1) культура, равно как и язык, – это формы сознания, отображающие мировоззрение человека;
- 2) культура и язык существуют в диалоге между собой;
- 3) субъект культуры и языка – это всегда индивид или социум, личность или общество;
- 4) нормативность – общая для языка и культуры черта;
- 5) историзм – одно из сущностных свойств культуры и языка;
- 6) языку и культуре присуща антиномия «динамика-статика».

Исходя из этого, можно утверждать, что язык, культура и социум имеют взаимосвязь в рамках коммуникативных процессов. Именно коммуникативные процессы являются той сферой человеческой деятельности, где полноценно реализуется никнейм как антропоним. Интернет в сочетании с психологическим и социальным аспектом позволяет рассмотреть основные способы влияния социума на создание никнейма. И несмотря на то, что нам известно, что интернет не имеет каких-либо строгих и традиционно обусловленных способов формирования антропонимикона (реестра никнеймов), каждый человек имеет возможность выбрать себе имя (никнейм) в соответствии со своими социальнокультурными ценностями.

Открыто встает вопрос о специфике гендернонаправленных и гендерно-нейтральных никнеймов как идентификаторов внутри социального интернет-пространства. Гендерно-нейтральные никнеймы приобретают достаточно большую популярность среди молодежи, особенно это заметно на примере англоязычных пользователей сети, в то время как жители стран СНГ, Восточной Европы и Азии поддерживают данную тенденцию в меньшей степени.

Значение виртуального пространства сегодня трудно переоценить. Женщины и мужчины «отрабатывают в интернете модели поведения, которые им не свойственны, но были бы желательны в реальной жизни. Неуверенность в себе, заниженная самооценка – вот те причины, которые служат основой формирования нового интернет-образа и интернет-поведения» [Компанцева, 2004: 9].

Гендерные особенности выбора никнейма определяются ролевыми стереотипами, различием у мужчин и женщин мотивировок для именованя в конкретном социальном кругу. Однако, рассматривая грамматические особенности, стоит отметить, что в английском языке отсутствие грамматической категории рода приводит к еще большему числу

гендернонейтральных никонимов. «Несмотря на то, что такие никнеймы, как Джон, Уилл, Ричард, Артур, Джулия, Кассандра, Лиза (т.е. те, в которых используются имена собственные), указывают на гендер пользователя, многие лексемы, используемые для имянаречения своей виртуальной личности, вроде Wind (Ветер), River (Река), Stone (Камень), Sun (Солнце), ничего нам не говорят о поле человека» [Киселева, 2017: 4].

Вопрос гендерных никнеймов стоит особым столпом в нашей работе, поскольку человек в современном интернет-пространстве оказывается в окружении бесчисленного количества вариантов гендерного поведения, которые предоставляются ему референтными группами влиятельных людей, масс-медиа, литературой, СМИ и т.д., что в итоге находит отражение в имени. «Необходимость выбора собственного инварианта из этого многообразия нередко является причиной сложного процесса интегрирования внешних воздействий и выливается в стремление человека “примерить” на себя различные идентичности, чтобы определиться в конечном выборе» [Каркищенко, 2013: 8].

Отечественный лингвист Ю.Н. Караулов разработал теорию языковой личности, которая позволяет проследить определенную связь данного феномена с виртуальной личностью пользователя, поскольку человек формирует не только никнейм как первичную репрезентативную форму, но и конструирует уникальную виртуальную языковую личность с особым набором социокультурных качеств и установок.

Тем не менее, помимо гендерного аспекта для российских, и для англоязычных интернет-форумов характерно культурологическое влияние представления своей личности в Интернете. Изучив 6000 прозвищ в западном обществе А.Н. Цепкова, отмечает, что «38% прозвищ в британской выборке и 54% в американской относятся к культуре конкретных экстралингвистических явлений материального и психического типов, при том что предметы материальной культуры

отражены в 64,6% британских прозвищ и в 67% американских» [Тсеркова, 2013: 21]. Важным фактором при изучении никнеймов в интернете, безусловно, является выбор их коммуникационной среды из множества разножанровых виртуальных платформ.

В жизнь человека неизбежно вовлечена политика и интернет-пространство, соответственно, стало платформой для отражения политических настроений пользователей. «При помощи всемирной сети граждане способны не только получать, распространять или создавать политическую информацию, но и участвовать в общественнополитическом дискурсе. Эффективность политической коммуникации с помощью Интернета, способность участников политического процесса к конструктивному диалогу формируют стабильную политическую ситуацию в стране, а следовательно, и позитивное развитие всей политической системы России» [Тараканова, 2011: 14].

Такая динамика безусловно находит отражение в виртуальных именах этих пользователей, ведь если учесть специфичность и некую радикальность политического интернет-дискурса никнейм может стать самым явным ориентиром для других пользователей. Никнеймы, которые отражают такой социальный аспект как политика называются политизированными. Иначе говоря, это ники, связанные со сферой политики. К данной группе виртуальных имен относятся имена политиков и любые слова или словосочетания, касающиеся сферы политики. Однако выражая политизированные интенции, пользователи прибегают к более осторожным методам, поскольку выражение своей политической идеи может оказаться опасным для того или иного пользователя, именно поэтому мы связываем данный факт с развивающимся в интернете феноменом анонимности и деперсонализации: «в общественном сознании Интернет воспринимается как независимый источник информации, в котором наибольшая привлекательная характеристика информации – анонимность.

Современного человека привлекает возможность высказывать свое мнение, не раскрывая имени. То есть, с человека в сети снимается ответственность – можно представлять себя кем угодно и говорить все, что хочется» [Тараканова, 2011: 11].

Однако непопулярность политизированных никнеймов также кроется в возрастном факторе. Так Т.И. Аникина в своем исследовании пишет: «мы видим, что сфера политики для посетителей чата малоинтересна. Данное явление можно объяснить следующим образом. Большинство участников чата — люди, которым намного меньше тридцати лет, тридцати и сорокалетние в чате скорее исключение, чем правило. Подавляющее большинство «чаттеров» — люди в возрасте максимальных коммуникативных возможностей, от 14 до 25 лет. По данным анализа состава российской интернет-аудитории (2006 г.), проведенного исследовательским холдингом Romir Monitoring, наибольшее количество пользователей интернета приходится на возраст от 18 до 24 лет и составляет 36 %». [Аникина, 2011: 12]. Отметим, что современное положение может сильно отличаться от результатов исследования и последующей задачей практической работы является выяснение как данный социальный аспект никнейминга выражается в 2021 году.

1.2. Интернет-коммуникация как предмет лингвистического исследования

В отличие от непосредственных форм человеческого общения, интернет-коммуникация характеризуется особой природой и, несомненно, влияет на трансформацию мышления, языка и другие современные социокультурные процессы. Л. Ю. Иванов отмечает, что «важнейшими функциями сети интернет являются информационная и коммуникативная» [Иванов, 2000: 6]. Действительно, глобальная сеть служит как эффективным средством коммуникации в целом, так и средством

установления первичного контакта лиц, в том числе территориально удаленных друг от друга. Но что представляет собой интернет-коммуникация и как чувствует себя язык, попадая в виртуальное пространство?

«Интернет-коммуникация является существенно новым видом массовой коммуникации, которая опосредуется техническими средствами. Именно она в начале XXI века стала ведущей, поскольку охватывает многомиллионную многоликую «аудиторию» пользователей сети, отличающихся по возрасту, полу, этнокультурной принадлежности, уровню образования, интересам и др.» [Котлярова, 2017: 5].

Интернет занимает одну из ключевых позиций в развитии современного общества. Появление интернета изменило не только образ жизни человека, но и восприятие им реальности. По объему хранящейся информации и масштабам ее передачи интернет занимает первое место среди всех ранее известных способов обработки информации. «Интернет является новым огромным миром, в котором взаимодействуют более двух миллиардов человек. Данное обстоятельство способствует становлению Интернета как мощного лингвистического фактора, что привело к значительному расширению лексического состава многих языков в конце XX – начале XXI в.» [Сон, 2012].

Мы должны понимать, что коммуникация в сети предполагает выработку определенной культуры поведения, в которую вплетается и соответствующая речь, вырабатывается определенная культура речи. Обсуждая проблему межличностной коммуникации в сети, российский лингвист Т.В. Юдина справедливо акцентирует внимание на анонимном характере такой коммуникации, поскольку участниками коммуникации становятся люди, которые лично не знакомы между собой. «В условиях коммуникации в сети интернет его пользователи создают специфический

язык, базирующийся на искусственно созданных символах и знаках, которые передаются через компьютерные системы» [Юдина, 2008].

Развивая мысль Т.В. Юдиной, стоит заметить, что тема защиты персональных данных максимально важна при рассмотрении конструирования виртуального «Я», поскольку это влияет на поведение пользователя в сети и на особенности демонстрации себя виртуальному миру. Ощущение абсолютной анонимности личности постепенно утрачивается, что дает меньшую свободу субъекту в придумывании самопрезентации. «На заре возникновения интернета считалось, что человек получает инструменты реализации почти ничем не ограниченной свободы. Наложить такие ограничения могут только личный нравственный выбор и осознанность» [Алексеева, 2019: 5]. В культурном пространстве сети конструируются искусственные слова и выражения, одними из которых как раз являются никнеймы. «Появление интернета обуславливает то, что человек становится “бестелесным”, а социокультурная среда внутри сети характеризуется как общество незнакомцев. В связи с подобными изменениями и появилась необходимость в отслеживании и идентификации индивида в виртуальном пространстве» [Там же: 7].

Сам по себе язык глобальной сети является не только средством общения, но и способом самоидентификации для многих тысяч постоянных пользователей, которые представляют собой членов глобального виртуального сообщества. «Вы можете стать тем, кем Вы хотите. Вы можете, если хотите, полностью «переобозначить» себя. Вы можете стать лицом противоположного пола. Вы можете быть менее разговорчивым. Вы можете быть просто тем, кем Вы хотите быть. Вам не нужно переживать по поводу того, как Вас воспримут другие. Очень легко повлиять на это восприятие, так как все их представления о Вас основаны на том, что Вы им показываете. Они не видят Ваше тело и не делают по нему никаких предположений. Они не слышат Ваш акцент и тоже не делают по нему

никаких выводов. Всё, что они видят, – это Ваши слова» (перевод наш) [Turkle S, 1998: 17]. Представление друг другу исключительно через текст – это и есть свидетельство того, что виртуальная коммуникация отличается от остальных видов коммуникации особым творческим, изобретательным, в чем-то даже экспериментальным подходом к языку. Опираясь на описанные выше особенности на графическом, фонетическом, лексическом и стилистическом уровнях, можно говорить о том, что интернет-коммуникация также обладает некоторыми специфическими чертами, позволяющими говорить об уникальности данного современного явления. Участники интернет-коммуникации имеют в своем распоряжении некий набор средств, который они часто используют для придания коммуникации подобия устного взаимодействия, пунктуационные и орфографические повторы, имитирующая произношение орфография, двойное отрицание, эллипсис личных местоимений, употребление простых бессоюзных предложений вместо сложных конструкций с сочинительной или подчинительной связью, дескрипций действия и т.д.

В интернете мы остаемся один на один с языком. «Можно утверждать, что мы практически полностью лишены вспомогательных (паралингвистических) средств: тембра речи, акцентирования части высказывания, эмоциональной окраски, тембра голоса, его силы, дикции, жестов и мимики» [Глухова, 2008: 12].

Подобная ограниченность в методах не могла пройти мимо и в последствии интернет в качестве особой коммуникационной среды принес с собой особые способы общения, языковые средства и стереотипы поведения. В виртуальном пространстве появились свои уникальные возможности для общения, выражения своей позиции и точек зрения. Частично это получило свое развитие именно из-за склонности людей скрывать свою личность, говорить и действовать из-за «маски», которая облегчает процесс коммуникации.

Разумеется, учитывая новизну интернет-языка, он чрезвычайно адаптивен, и в какой-то мере это связано с тем, что большинство его пользователей достаточно молоды и готовы к изменениям. «Они стремятся описать свои впечатления и эмоции, выразить точку зрения и позиции, используя характерные особенности интернет-коммуникации, но мало обращая внимание на нормы используемого языка. В своем стремлении пользователи часто выходят за рамки существующих понятий и тем самым образуют новый пласт терминов и профессионализмов, иногда обращая внимание на существующие понятия других языков. Активность пополнения языкового состава в среде интернета несопоставима с обычной коммуникацией» [Тюленева, Шушарина, 2017: 12].

Если мы говорим о языке интернета, и о том каким трансформациям подвергается литературный язык, попадая в сеть, стоит отметить, что само понятие язык интернета обычно используется, когда мы хотим подчеркнуть масштабность процессов, происходящих в письменной речи под воздействием сетевой формы коммуникации. «Понятие язык интернета стало достаточно распространенным в современном лингвистическом обиходе. Однозначной трактовки этого термина нет, как, впрочем, не определены до конца и границы самого явления. Очевидно, что слово язык в данном случае употреблено в значении функциональная система, обладающую рядом характерных особенностей» [Дедова, 2010: 11].

Одной из первых и до настоящего наиболее известных отечественных публикаций, посвященных проблеме влияния интернета на литературный язык, является статья Л.Ю. Иванова «Язык интернета: заметки лингвиста». В этой статье, стремясь оценить масштаб явления, автор задается вопросами: «Насколько вообще целесообразно вести речь о влиянии глобальной сети и электронных средств коммуникации на литературный язык?» [Иванов, 2000: 18].

Если мы затрагиваем тему изменения языка под воздействием интернета, то необходимо проанализировать глубинные социокоммуникативные аспекты данной проблемы. С появлением и повсеместным распространением сетевых технологий происходят определенные трансформации на уровне модели коммуникации. Исследователи говорят о специфическом функционировании языка в Интернете. Например, В.М. Лейчик пишет о использовании отдельных, многочисленных слов, морфем, аббревиатур, необычной графики, а также о специально созданных слов, таких как «смайлы» и хаотично комбинируемых знаках препинания [Лейчик, 2009].

Посредством того, что формы социальной активности переносятся в виртуальную среду, наибольшему влиянию интернета подвержена лексика. «Мы видим появление новых слов, новых значений, происходит изменение частотности сочетаемости и ассоциативных связей» [Усманова, 2019: 9]. Таким метаморфозам подвергаются разные слова, к примеру, «аватар», некогда считавшееся одним из понятий в индуизме. Сейчас мы наблюдаем появление у него нового значения, которое можно трактовать как «изображение человека, представляющее его в интернете». Под переосмысление попадают также такие понятия как «профиль», «комментарий», «дневник» и др. Учёные склонны именовать данное явление «интернетизацией» языка.

Так как выше отмечалось, что основными создателями и пользователями интернет-лексики является молодежь, то, можно предположить, что данные условия говорят о «падении культурного и образовательного уровня молодежи, появлении значительных психических расстройств, которые выражаются в девиантном поведении детей, подростков, молодых людей» [Юдина, 2008: 13]. Данный факт некогда побудил профессора лингвистики Дэвида Кристалла выделить особый подраздел лингвистики, задачей которого является изучение изменения

языка, которое происходит в связи с активным развитием интернета. Однако Кристалл полагает, что «создание новых средств связи и формирование отличного от литературной формы языка, не повлечет за собой деградацию молодежи, а скорее всего, позволит сделать общение в интернете разнообразным» [Усманова, 2019: 10].

Таким образом, интернет-коммуникация является новым видом коммуникации, опосредованной техническими средствами. Интернет-коммуникация ограничивает нас общением посредством текста, оставляя один на один с языком, что приводит к формированию определенной внутренней культуры. Анонимность интернет-коммуникации порождает особые методы поведения и стереотипы, что, в свою очередь, отразилось на языке. Будучи крайне гибким и адаптивным, язык интернета является способом самопрезентации для миллионов человек.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Никнейм – это современный антропоним, который реализуется в интернет-пространстве. В данной работе никнейм трактуется как ономастическое явление, под которым понимается «условное либо вымышленное имя для идентификации в сети» [Чабаненко, 2007: 6]. Никнейм – лингвокультурный феномен, так как результатом его образования является смешение различных лингвокультурных тенденций, что создает своеобразный «ономастический парадокс». Никнеймами являются вымышленные имена, созданные пользователями интернета на основе разнообразных, в том числе неоднословных языковых единиц. Выбор никнейма не ограничивается социально-языковыми факторами, пользователи не скованы какими-либо правилами, благодаря чему мы можем наблюдать свободу выбора виртуального имени.

Среди основных факторов выбора виртуального имени отмечаются следующие:

- личностные характеристики пользователя;
- социальное положение пользователя;
- возраст и пол пользователя;
- уровень интеллектуального развития пользователя;
- хобби, увлечение, профессиональная занятость пользователя.

Никнейм связан с понятием интернет-коммуникации, так как именно в данном типе коммуникации он находит область и способы своего функционирования. Интернет-коммуникация имеет большое значение не только на предоставление возможностей для коммуникативных процессов, но также интернет-коммуникация влияет на формирование культурных сообществ.

Деперсонализация или деиндивидуализация определяется как аспект интернет-коммуникации, раскрывающий анонимную функцию никнейма.

Выявлено, что человек выбирает два способа репрезентации: открытый или закрытый (анонимный). Причины выбора того или иного способа самопрезентации заключаются в готовности человека предоставить первичные данные о себе другим пользователям, основываясь на безопасности используемого приложения и взаимоотношений пользователей внутри конкретной интернет-среде.

ГЛАВА 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ И КИТАЙСКИХ НИКНЕЙМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ - МЕССЕНДЖЕРОВ)

2.1. Системно-структурная классификация английских никнеймов

Исходя из вышеперечисленных социально обусловленных особенностей формирования никнеймов в той или иной языковой среде можно выделить множество семантических подкатегорий, однако изначально нас интересует системно-структурная классификация, поскольку именно в ней реально проследить строгие лингвистические закономерности ономастического наименования.

Сложно провести четкие параллели между английскими никнеймами, которые в подавляющем большинстве записываются латиницей с различными вариациями графических символов и китайскими никнеймами, в основе которых лежит принцип иероглифики. Однако выявить специфические различия все-таки представляется возможным. Таким образом, существует объективная необходимость изучить полученный в ходе отбора материал (никнеймы) по следующим параметрам:

- 1) никнеймы, образованные по классическим канонам языка;
- 2) никнеймы, образованные путем словосложения;
- 3) никнеймы, образованные путем внедрения различных цифровых и графических символов;
- 4) никнеймы, образованные путем изменения регистра написания через использование прописных и строчных букв;
- 5) никнеймы, образованные с использованием нижнего подчеркивания;
- 6) никнеймы, содержащие в себе нарушение норм орфографии;

Таким образом, мы считаем возможным сначала рассмотреть основные сходства и трактовать с точки зрения лингвистической модели, а

затем, тот же языковой материал рассмотреть на предмет принципиальных различий.

Важно отметить то, что языковой материал (никнеймы) был получен с помощью метода сплошной языковой выборки. Источниками данного языкового материала послужили мессенджер Discord американской разработки и мессенджер WeChat разработки КНР.

При отборе языкового материала учитывался фактор национальной идентичности, поэтому строгое разделение мессенджеров по факту места их разработки мы считаем очень важным. В пользу данного аспекта работает статистика за прошедший 2020 год, согласно которой в Discord'e ежедневно насчитывается около 1577981 англоговорящих пользователей (согласно указанным данным самих пользователей), которые находятся на серверах данного приложения. Это составляет более 90 процентов от всех пользователей, что делает данную чат-площадку самой крупной по проценту англоговорящего комьюнити. Данная информация доступна на официальном сайте [Discordserver.info](https://discordserver.info).

В то же время китайский мессенджер WeChat отлично выполняет функцию площадки для изучения современного китайского интернет-общества поскольку изначально был создан для внутреннего пользования в Китае. Сейчас эта платформа сильно превосходит по количеству уникальных китайских пользователей другие аналогичные платформы, что делает работу с ней наиболее релевантной.

Основными каналами Discord, из которых происходил отбор языкового материала стали: *Golbland*, *Kibizoffs*, *Scribe Network*, *AtlantUniverse EN*. Важно то, что данные каналы не имеют строгой профессиональной или технической направленности. Это место, где простые люди общаются каждый день. И что более важно для нашего исследования: в каждом из четырех каналов существует правило для

пользователей, согласно которому они должны выбирать для идентификации читаемый никнейм.

Мессенджер WeChat имеет схожий принцип функционирования. Мы использовали каналы, которые имели зарегистрированный домен на территории КНР или Тайваня, чтобы минимизировать возможность участия в данных чатах иностранцев. Изучены никнеймы из каналов свободного общения без строгой направленности и с открытым доступом к просмотру количества пользователей и их никнеймов.

Всего в ходе практической работы отобрано и проанализировано 200 языковых единиц (никнеймов) в каждом языке. Итого исследовано 400 уникальных никнеймов, полученных методом сплошной выборки.

1. Никнеймы, образованные по классическим канонам языка

В данной категории представлены такие виртуальные имена, которые по своему структурному виду не имеют каких-либо отличий от установленных литературных норм записи, а именно: не нарушают законов письменного языка, не имеют в своем составе посторонних графических символов, не построены через умышленное или непреднамеренное изменение регистра написания или через допущение орфографической ошибки. Например: *Solo, Moonshine, Muller, Typical, Abomination, Cod, Flag to wave* и т.д. Преимущественно мы видим здесь имена пользователей, которые написаны без использования сторонних графических средств. Люди фиксируют свои настоящие данные или иные репрезентирующие выражения без каких-либо изменений. Это весьма сдержанный и строгий подход. Всего в данной категории насчитывается 51 наименований, что составляет 25.5 % от общего числа проанализированного материала.

2. Никнеймы, образованные путем словосложения. Данная категория представляет собой сложение двух и более морфем, которые образуют новую языковую единицу (никнейм).

Данная категория оказалась самая крупная из всех. 88 пользователей образовали свое имя по принципу словосложения, что составило 44% от общего материала. Среди данных никнеймов можно привести в пример *KinGGrown*, *Mrlamm*, *HowTF*, *EVERKNOW*, *Hikingseel*, *oneShoT*, *AxisModdes*, *AntiLOTe*, *SetOn*, *Geminispirit*. Как показывают результаты, среди данных никнеймов можно вывести несколько закономерностей формирования. Преимущественно, пользователи соединяют два слова в одно (*KinGGrown*, *AxisModdes*, *SetOn*, *Geminispirit*, *oneShoT*, *Franciscrisp*). Это можно объяснить тем, что пользователи сталкивались с проблемой занятости никнейма, который написан в классической форме. Не желая чрезмерно модернизировать визуальную оболочку имени, пользователи просто соединяли два слова в одно, тем самым исключая путаницы как в чате, так и в системном списке участников. По такому же принципу действуют те пользователи, которые соединяли более двух слов (*Westsidehell*, *getoutofhere*, *mybloodywish*). Прагматическая цель соответствует категории двуморфемных никнеймов.

3. Никнеймы, образованные путем внедрения различных цифровых и графических символов

В рамках этой категории выявлено 32 наименования, которые составляют 16% от общего материала. К рассмотрению мы предлагаем такие имена как *\$\$alvarRIO}*, *Kannot&DD'S*, *Holly(11)*, *!6!6EVERIK*, *#Dixxel!*, *OffGrace122*.

Опираясь на структурные принципы данной категории, мы можем сказать, что имя пользователя часто скрыто за различными вариантами графического оформления. Именно использование цифро-буквенной замены является самым частым способом формирования внешнего вида имени. Люди использовали в своих никнеймах цифры, которые могли бы ассоциироваться с той или иной латинской буквой, что в каком-то смысле призвано затруднить понимание написанного, например: *h0ute1*, *DARR1k*,

aS@L, 7even, 2i2iiTop, bee2z2ie, m00rey, 4ever. Очевидно, что цифры 2, 4, 0 и 1 встречались наиболее часто, так как именно эти графические элементы располагают к тому, чтобы использовать их в качестве замены привычным латинским буквам по причине их внешней схожести с такими символами как S, A, O, I. Это одновременно затрудняет первичное понимание, и в то же время выделяет пользователя на фоне остальных участников. У данного приема был замечен также прагматический аспект: дело в том, что на одном канале мессенджера «Discord» может присутствовать до нескольких десятков тысяч пользователей и, очевидно, что одинаковых имен можно встретить огромное множество. Человек, который желает сохранить в своем никнейме отсылку на собственное имя, но не хочет сливаться с иными аналогичными никнеймами, прибегает к помощи буквенно-цифровой замены. Также в дополнении к цифрному способу замены, пользователи прибегают к использованию иных небуквенных символов. Принцип работы с этими средствами отличается, поскольку вместо замены того или иного символа, происходит модификация никнейма путем окружения его составных частей различными графическими средствами: (SALLA), @bab@, 'moAll;. Справедливо будет отметить, что зачастую такие графические элементы не подлежат прочтению, поскольку некоторые из них прочитать вовсе невозможно и они выполняют исключительно декоративную функцию.

4. Никнеймы, образованные путем изменения регистра написания через использование прописных и строчных букв

Эта категория представлена в количестве 18 наименований, что составляет 9% от общего материала. Такие имена как *LoonAER, SMX-AA_X, HereffiCKM, GuiPro, TurReis, ySePB* очевидно имеют связь с категорией никнеймов, которые образованы путем словосложения, поскольку зачастую одновременное использование прописных и заглавных букв в одном слове вызвано соединением двух или более морфем в одну. Больше всего в данной

категории именно таких никнеймов, где заглавная буква находится посередине, отделяя друг от друга две различных морфемы, которые были подвергнуты слиянию. Подобную практику мы видим в именах *AlanWake*, *CoalChamber*, *FightAgainst*.

Иную форму использования строчных и заглавных букв можно заметить в тех именах, где заглавная буква стоит на краю имени, как например: *MiriamL*, *boffeD*, *soriaL*, *MartinK*, *TeeeT* и т.д. За подобным методом могут скрывать как инициалы пользователя, так и случайное решение, которое было сделано для придания оригинальности никнейму, однако стоит заметить, что никнеймов с подобным оформлением значительно меньше.

5. Никнеймы, образованные с использованием нижнего подчеркивания

Всего никнеймов с такой спецификой оформления 12 единиц или 6 % от общего числа наименований. Как и в случае с предыдущей категорией, данный способ формирования призван соединять разные морфемы между собой. Кроме того, в результате исследования был выявлен лишь один принцип подобной структурной организации. Нижнее подчеркивание фиксируется после одной из морфем, тем самым объединяя её с другой, как например: *how_why*, *lot_Dodo*, *So_cruel*. Такого рода структурные композиции становятся все более редким явлением. Дело в том, что на раннем этапе развития интернет-коммуникации чат-системы не позволяли разрывать слова при создании никнейма и пользователи искали различные способы, благодаря которым могли бы сохранить многосоставное имя, не объединяя его в одно слово. Сейчас технические возможности программ эволюционировали и больше нет необходимости прибегать к таким решениям, однако, как показывает анализ, некоторые пользователи все еще пользуются этими способами.

6. Никнеймы, содержащие в себе нарушение норм орфографии

Это самая маленькая категория из всех и включает лишь 8 наименований, которые составляют 4% от общего числа изученного материала. Причина небольшого количества данных никнеймов в том, что пользователи делают данные ошибки непреднамеренно. Примерами могут служить *WildHant*, *Errie Roker*, *Ok&Sobar*, *TheDaemon*, *versosTheWorld*, *_Eyescontacd* и т.д. Отмечаем, что слова, в которых присутствуют нарушения орфографической нормы, являются простыми и не требующими глубоких знаний в области английского языка. Закономерно то, что пользователи делают ошибку в написании одной конкретной буквы. Но не стоит также забывать о том, что графические особенности никнеймов позволяют пользователям выделиться на фоне других пользователей, поэтому мы не исключаем вероятности того, что в данных никнеймах ошибка допущена намеренно с целью самоидентификации пользователя.

Итак, никнеймы применяются в первую очередь для личного общения в виртуальном коммуникативном пространстве чата. Они заменяют личные имена людей, а виртуальное пространство предоставляет множество возможностей для формирования уникального внешнего образа. В результате обнаружено шесть способов образования никнеймов по структурно-языковым признакам. Наиболее многочисленной группой являются никнеймы, созданные с помощью словосложения. Наименее представлены никнеймы с наличием орфографической ошибки. Весь эмпирический материал представлен в Таблице 1.

2.2. Системно-структурная классификация китайских никнеймов

Внешние особенности формирования китайских никнеймов отличаются, в первую очередь тем, что основным способом формирования и записи языковой единицы является иероглифика.

В ходе изучения эмпирического материала установлена следующая закономерность: системно-структурная классификация английских никнеймов совпадает с системно-структурной классификацией китайских никнеймов по следующим пунктам:

1) никнеймы, образованные по классическим канонам языка, а значит не нарушающие принципы литературной нормы китайского языка;

2) никнеймы, образованные путем словосложения, поскольку данная структурная категория относится к одному из самых распространенных методов словообразования в китайском языке;

3) никнеймы, образованные путем внедрения различных цифровых и графических символов, поскольку структура китайской языковой единицы также позволяет внедрять в нее разные элементы от графики до цифр;

4) никнеймы, образованные путем изменения регистра написания (использование прописных и заглавных букв). Данная категория функционирует схожим образом на материале китайского языка, однако главной особенностью является то, что внедрение в китайский языковой код написания никнейма латиницей носит уникальный характер из-за нетрадиционного употребления латинских знаков в китайском языковом коде;

5) никнеймы, записанные полностью латинскими или иными средствами записи и полностью исключаящие из своего структурного элемента иероглифику. На сегодняшний день иноязычные элементы активно внедряются в китайскую языковую среду, позволяя конструировать уникальные для китайского языка единицы;

б) никнеймы, образованные путем использования разделения многосложных слов нижним подчеркиванием. Эта тенденция носит массовый характер в китайской традиции конструирования новых никнеймов;

Следует отметить, что системно-структурная категория никнеймов, образованных путем нарушения норм орфографии была исключена из анализа китайского эмпирического материала. Причина заключается в том, что современные средства общения, в частности чат-мессенджер WeChat, из которого были получены языковые материалы, используют систему автозамены, если пользователь ошибочно ввел свой никнейм. Кроме того, методы ввода никнейма не предполагают рукописного подхода, а значит каждая языковая единица создается внутри программы с помощью заранее заданных в языковой базе алгоритмов. А также ввиду наличия в приложении внутреннего редактирующего инструмента, мы приняли решение исключить категорию никнеймов, которые образованы путем нарушения норм орфографии.

1. Никнеймы образованные путем словосложения

Как и было сказано выше, данная лексикологическая модель построения слова является нормой в китайском языке и наиболее распространена. Особенности китайской письменности всегда заключались в том, что различные морфемы могут быть соединены друг с другом логически. Важно учитывать, что в интернет-языке способ словосложения, как и в нормативном китайском языке, является достаточно распространенным. Таким образом, мы можем рассмотреть в качестве примера следующие никнеймы: 网虫, 飞虫 1.1, 禧卖萌.

В каждом случае присутствует классическая атрибутивная модель словообразования. В случае с первым никнеймом, который при вольном переводе может означать слово «паук», а на интернет-сленге значит «заядлый пользователь сети; онлайн-завсегдатай» мы видим сложение двух морфем 网 и 虫 (паутина, сеть + насекомое). В дополнении к этому стоит отметить, что в китайском интернет-сленге есть целая негласная иерархия интернет-пользователей. Так приведем в пример никнейм 小虫 (xiǎochóng),

который в переводе на русский язык означает «червяк» (маленький + насекомое), и в интернет-языке данная языковая единица означает «заядлого интернет-пользователя среднего уровня или ранга». Интересно, что данная группа располагает другими типами словообразования или построения слова в целом. По такому же подобию формируется и «飞虫» (fēichóng), в переводе на русский – «летающее насекомое» (летать + насекомое), что означает высший уровень владения интернетом. Частотность данных форм крайне высокая.

2. Никнеймы, образованные по классическим канонам языка

Данная группа является классической для китайского языка и представляет собой создание пользователями уникальных языковых единиц, которые образуются по нормам литературного языка. Каноны китайского языка говорят о том, что ту или иную языковую единицу, которую использовали пользователи, можно найти в толковом словаре в исходном варианте. Зачастую, это односложные языковые единицы, представляющие собой морфемы, наделенные конкретным смыслом. Важно также учитывать, что каждый из таких языковых элементов служит отображением имени, фамилии или реального прозвища пользователя, так как фонологическое многообразие китайского языка предоставляет возможность безграничного наименования. Среди таких никнеймов можно выделить: 蔫 (имя – Nian, досл. – увядать, сохнуть), 草 (имя – Cao, досл. – трава), 弯 (имя – Wan, досл. – изгиб), 腐败 (имя – Fu bai, досл. – тление), 驷 (имя – Si, досл. – традиционная запись иероглифа 驷 – упряжка из четырех лошадей), 壹 (имя – Yi, досл. – прописной вариант иероглифа 一, который означает единицу), 塌 (имя – Ta, досл. – впалый), 瓠 (имя – Hu, досл. – тыква), 虞 (имя – Yu, досл. – название некоторых княжеств или династическое имя одного из мифических императоров), 擗 (имя – Nu, досл.

– вышедший из употребления иероглиф, означающий “играть с чем-то”), 翼 (имя – Yì, досл. – крыло) и т.д.

Большая часть примеров имеют тенденцию записи традиционным вариантом. Такой вид записи используется в основном на Тайване и в регионах Макао и Гонконг. Выбранный способ записи иероглифа позволяет дополнительно судить о возможном местоположении пользователей сети.

3. Никнеймы, образованные путем внедрения различных цифровых и графических символов

Такие никнеймы часто встречаются и в китайском интернет-пространстве. Многие пользователи не только используют цифры и графику с целью визуального дополнения никнейма, но и с целью фонологической замены той или иной языковой единицы. Таким образом, никнеймы по типу 6 璃, 利 / 利, 7 号, 8 卦 используют цифры и знаки для того, чтобы звукоподражательно заменить одну из морфем. Например, первый никнейм в изначальном варианте определяется нами как 琉璃 (глазурь), однако первый иероглиф заменен на цифру шесть (6), поскольку в общем китайском языке путунхуа данное число созвучно с первой морфемой слова глазурь (6 – liu = 琉 – liu). По такому же принципу создал свой никнейм пользователь 7 号. Он изменил слово 旗号 (знамя), заменив по принципу созвучия первую морфему (7 – qi = 旗 – qi). Аналогичного результата добился пользователь 8 卦, изменив в слове 八卦 (восемь триграмм Ицзина) морфему 八 на цифру восемь (8) по принципу созвучия (8 – ba = 八 – ba). В случае же с никнеймом пользователя 利 / 利 звукоподражательный способ был использован в номинативе 利滾利 (сложные проценты). В данном случае графический элемент «/», внешне выглядит как палка. В китайском языке общепринятый языковой элемент

для обозначения палки является иероглиф 棍 (gun). Исходя из того, что срединный элемент слова 利滾利 и иероглиф 棍 схожи по своему звучанию, пользователь графически заменил центральный иероглиф на значок (/), который внешне напоминает палку.

Кроме того, китайские пользователи также часто используют сплошную цифровую запись, используя исключительно числа различного порядка и разряда для записи своих никнеймов. Среди таких никнеймов: 1211-1, 87, 00+8, 1-6-1, 17(09)17, 443, 664, 5505_55 и т.д.

4. Никнеймы, образованные путем изменения регистра написания (использование прописных и строчных букв)

Эти никнеймы являются логическим последствием внедрения в жизнь современных китайцев англицизмов и английского языка в целом. Сочетание букв разного регистра записи в сочетании с иероглифами и без сравнительно новое языковое явление. Типичные никнеймы такого формата выглядят следующим образом: 及 Ji, Xi_喜喜, 等 deng 我 Ixia, 再看 DAO, _La0 师, 更 eng_ha 好 и т.д.

Их специфика похожа на категорию никнеймов, образованных путем внедрения различных цифровых и графических символов и эти никнеймы также зачастую содержат в себе звукоподражательную модель. Однако самым частотным принципом использования латинских букв является запись иероглифов пиньинем – особым видом транскрипции, который максимально возможно повторяет реальную фонетическую оболочку китайского слова. Так, никнейм 及 Ji использует фонетическое дублирование, так как первая морфема также записывается латинскими буквами Ji. В никнейме 等我 Ixia пользователь закодировал целое предложение, применив как иероглифическую, так и буквенно-цифровую запись. Данный никнейм может быть переведен как «Подожди меня» и является полностью записанным с применением звукоподражательного

элемента “1”, который по прочтению схож с “—”, а также транскрипции пиньинь слова *xia*, которая заменяет элемент 下. Таким образом, «等我一下» трансформировался в принципиально новую языковую единицу.

5. Никнеймы, записанные полностью латинскими или иными средствами записи

Китайский язык является сложным, многообразным и непонятным для западного пользователя явлением. Осознавая это, многие китайцы идут на то, чтобы записывать свои никнеймы буквенным форматом. Помимо упрощения коммуникации, данная методика несет в себе характер анонимизации на внутренней территории Китая. Такие никнеймы сложно отличить от обычных никнеймов европейских или западных пользователей. Модель построения такая же и чаще всего используется именно латинский буквенный алфавит. Примерами такого типа записи могут послужить никнеймы: *Lood*, *KweilirSKu*, *Mershi*, *KratXiao*, *Deimai(seq)*, *Lewit*, *DengDeng*, *Kanshi*, *Masj*, *Wolak*, *RedKicker* и т.д.

Интересно, что некоторые никнеймы, такие как *DengDeng*, *KratXiao* и *Deimai(seq)* имеют в своем составе фонетическое подражание китайским звукам. Однако нельзя полностью утверждать, что пользователи не использовали для буквенной записи звуки диалектов китайского языка. Ввиду их огромного множества с точностью идентифицировать данное явление не представляется возможным.

6. Никнеймы, образованные путем использования разделения многосложных слов нижним подчеркиванием

Данная категория встречается в китайском интернет-пространстве довольно часто и причины этого схожи с причинами использования нижнего подчеркивания в англоязычных никнеймах. Морфемы разделяют нижним подчеркиванием для того, чтобы та или иная система допустила к использованию никнейм, который был до этого уже кем-то занят. С

развитием технологий пользователям все меньше приходится прибегать к подобным ухищрениям, однако количество таких никнеймов достаточно велико. Выглядят они и строятся по такому же принципу, что и английские. Например, 掌__控 (*zhangkong*), 垄__断 (*long duan*), 飞__虎 (*fei_hu*), -偶__-__其__ - (-*ou-_-qi-*) и т.д.

В действительности, некоторые из никнеймов делят несочетаемые друг с другом морфемы, которые вместе не образовывали бы какого-то нового смысла. Как уже было замечено, основной прагматической целью такого типа формирования никнейма – это обман системы, которая не допускает к использованию классический вариант.

2.3. Семантическая классификация английских никнеймов

Перед разбором семантической составляющей никнеймов приведем утверждение, которое наиболее полно раскрывает никнейм как лингвистическое самостоятельное смысловое явление: «Никнейм всегда несет в себе смысл, возвращая ониму то его исходное содержание, которое собственное имя рассказывало о собственнике» [Якунина, 2013: 14]. Разумеется, не стоит выпускать из внимания и тот факт, что некоторые никнеймы могут нести в себе и нулевой семантический элемент, так как «никнеймом может быть бессмысленный набор буквенных и небуквенных символов; некоторые графические особенности никнеймов делают их непригодными для произнесения вслух» [Аникина, 2011: 5]. Исходя из данного утверждения мы понимаем, что никнейм есть некое самостоятельное семантическое явление, которое может передать определенную информацию от одного пользователя другому посредством буквенных символов, графических символов, а также цифр и других письменных элементов, которые свойственны интернет-языку.

Исходя из этого, мы также учли возможность отсутствия в некоторых никнеймах как такого смыслового ядра в семантической классификации, которое позволило бы судить о мотивировке и о причинах его создания. Имеющийся языковой материал в виде двухсот различных никнеймов мы делим на следующие категории:

- 1) никнеймы, которые указывают на настоящее имя пользователя;
- 2) никнеймы скрытые системой;
- 3) никнеймы, с референцией на культурные элементы (имена персонажей, ссылки на культурные феномены и т.д.);
- 4) никнеймы, указывающие на личностные характеристики пользователя;
- 5) никнеймы, включающие географические данные (место проживания рождения и т.д.);
- 6) никнеймы, отражающие занятость (работа, хобби, увлечение, интересы и т.д.).

Важно уточнить, что категория никнеймов, которые указывают на реальное имя пользователя, определена как достоверная по причине того, что те каналы, которые являются источниками языкового материала, требуют в себе указание настоящего имени пользователя в своем профиле. В мессенджере Discord совпадение никнейма из данной категории с именем пользователя в профиле оказалось стопроцентным.

Кроме того, поскольку я также являюсь полноценным участником данных мессенджеров, в процессе анализа я мог уточнять причины выбора того или иного никнейма пользователем, если это было необходимо. Процесс интервьюирования в вопросно-ответной форме некоторых пользователей позволил сократить число тех категорий, которые не могли быть проверены на предмет достоверности.

1. Никнеймы, которые указывают на настоящее имя пользователя

Анализ языкового материала показал, что процент пользователей, который выбрал данный способ репрезентации один из самых больших, а именно – 40% или 80 участников выбрали никнеймы, которые репрезентируют их настоящее имя или фамилию, либо же отсылают на них: *Greg, Moris, Mich, Denis, BOBBY, Sahil, BBea, Lukas, Ibn-La-Ahaad, Robert, Clavdius, Herry, Aloy, Batista, TimTim, Sarah* и т.д. Как показывает статистика из данной выборки, пользователи равноценно используют как имя, так и фамилию в качестве основы для создания никнейма. Однако тенденция выбора имени пользователями в качестве никнейма встречается чаще всего, превосходя никнеймы-фамилии более чем на 12%.

Такая форма открытости и готовности пользователей предоставить свое настоящее имя в качестве никнейма может быть объяснена тем, что в рамках чатов мессенджера Discord существуют определенные правила приватности и установки, которые позволяют предотвратить возможность использования персональных данных пользователя в корыстных и иных негативных целях, а методы двойного шифрования и скрытый IP адрес увеличивают степень доверия пользователей. Кроме того, мы уже сталкивались с явлением открытости пользователей и с их готовностью демонстрировать своё настоящее имя. Мы это объясняем растущей степенью доверительного отношения пользователей к интернет-коммуникационным системам в целом.

Исследователь Хая Бехар-Израили в своей работе писал: «Первой проблемой, которая возникла в процессе моего изучения, это то, сколько пользователей предпочло никнейму своё настоящее имя. Только 18 пользователей из 260 использовали своё настоящее имя, что составляет 7 % от всего проанализированного материала» (перевод наш) [Bechar-Israeli, 1995: 21]. Мы видим не только четкую параллель с нашим исследованием, но и отмечаем рост данной доверительного отношения пользователей.

Интернет общество становится более открытым и степень защиты виртуальных систем общения позволяет сказать, что существует прецедент и для дальнейшего роста.

2. Скрытые никнеймы

Как и многие популярные мессенджеры Discord занимается базовым улучшением защиты своих пользователей от взлома со стороны злоумышленников, поэтому вопрос сокрытия персональных данных стоит во главе политики компании сервиса Discord. На данный момент, система анонимизации пользователей позволяет скрыть какие-либо данные, в том числе и заменить никнейм на стандартизированный программой уникальный буквенно-числовой код, который выступает в роли идентификатора среди других таких же скрытых имён.

Никнеймы, созданные в рамках данной модели выглядят следующим образом: User19882, User2101, U-02, U-34, User 11.8, и т.д.

Специфика формирования никнейма зависит от заданными на сервере программой инструкциями по замене имени пользователя на буквенно-циферный код. Основной смысловой посыл данного никнейма заключается в том, что пользователь выбрал высокую степень анонимности. Он скрыл не только свои данные профиля, но и заменил классическую форму никнейма, но при это он остался полноценным пользователем и продолжил участие в чатах. Процент таких никнеймов составил 3% от общего числа проанализированного.

Но также данные никнеймы могут стать результатом активности особых цензурных алгоритмов. Если пользователь создает никнейм с использованием обценной лексики, то система автоматически удаляет его или заменяет на стандартизированный код.

Стоит также отметить, что выведение данной уникальной категории стало возможно благодаря активному участию в данных мессенджерах и наблюдению за внутренней атмосферой. Учитывая возможность принимать

участие в реальном времени, мы выявили эту категорию одной из самых последних, поскольку данные никнеймы удаляются или заменяются по мере течения времени.

3. Никнеймы, с референцией на культурные элементы (имена персонажей, ссылки на культурные феномены и т.д.)

Это третья и наиболее крупная категория, которая составила 34% от всего материала и вобрала в себя модель создания никнеймов на основе копирования имен или прозвищ знаменитых персонажей из кино и книжных вселенных, а также проецирование имен героев фантастических миров и вселенных, исторических и мифологических сюжетов. К таким никнеймам относим: *KorvoDishonored*, *cptPRICE*, *DMC(Vergile)*, *DemiGOd*, *Castaricis-Demolisher*, *Diablo(III)*, *Geraltofrivia*, *Jean D'arc*, *GustavusAdolfusII*, *Marco_Polo*, *Grosser-kurfurst*, *FriederichIV*, *Duca Abruzzi*, *severTheKING*, *Bismarck*, *Gustav Lutjens*, *IRONduke*, *KingGeorgeV*, *ISOROKU*, *Henri The Fourth*, *Qilin*, *ChristoforosCC* и т.д.

Общее многообразие никнеймов позволяет разделить их на подкатегории по следующему принципу: первой подкатегорией стали имена, основанные на именах известных персонажей. К данной категории мы относим: *Jean D'arc*, *GustavusAdolfusII*, *Marco_Polo*, *AdaLovelace*, *Copernicus*, *ElieWiesel*, *FrederickDouglass*, *Roosevelt* и т.д. Выбирая подобное имя в качестве никнейма пользователь может преследовать идеи создания культа личности, распространения информации о данном человеке, выражения уважения, признательности или наоборот проявлять таким образом неприязнь к исторической личности. Можно также утверждать и то, что такие исторические персонажи имеют четко прописанную область происхождения, род, национальность, а также религиозные или политические взгляды. Подобные условия могут также роднить пользователей с выбранными прототипами, однако важно

понимать, что это работает только в случае с реальными или около-реальными персонажами.

К другой подкатегории зачастую относятся имена вымышленных персонажей: *Saitama*, *MonkeyLuffy*, *Lex_Luthor*, *Mister Miracle*, *Shang-chi*, *BlackWidow*. *Knurl*, *Abomination*, *ADAMII* и т.д. Большую часть из них никнеймов представляют персонажи американской индустрии развлечений. Этот факт хорошо описывает реалии современного мира, в котором на рынке массового производства кинопродукции лидирует именно американская сторона. Идентификация путем использования имени какого-то персонажа носит смысловой характер поскольку тот или иной персонаж является изначальным набором определенных характеристик и в своей основе может отражать определенные мотивы пользователя в процессе наименования.

4. Никнеймы, указывающие на личностные характеристики пользователя

Всего таких никнеймов было идентифицировано 16 единиц или 8% от общего числа. Опираясь на данные, полученные Х. Бехар-Израели, в ходе её исследования «около 45% никнеймов относятся к личностным характеристикам, что позволяет утверждать, что это является способом индивидуальной категоризации индивидуумов и попытке уточнить важнейший аспект их личности с точки зрения самого пользователя и привлечь потенциального собеседника» [Bechar-Israeli, 1996]. Эмоциональный аспект такого типа виртуального имени имеет большое значение, поэтому данную категорию мы делим на никнеймы с негативной коннотацией и положительной коннотацией.

Никнеймы первой категории можно рассмотреть на примере таких имен как *OFFmedown*, *people=shit*, *SuiCideIN*, *@lone*, *OverSADNESS*, *UR_RottenToACorE*, *BeckyMAd*, *IIIinto Fire*, *Knowpain*, *Collapsed*, *ME/'Dispirited*, *AGONy*, *Theres_NO_good*, и т.д. Во всех представленных

примерах мы наблюдаем резко отрицательную эмоциональную окраску. Как показывает анализ, зачастую для описания эмоционального состояния или своего мировоззрения люди прибегали к использованию таких негативно оценочных слов как *Sad* (*грустный*), *Pain* (*боль*), *Death* (*смерть*). Не менее частым явлением было использование прилагательных *mad* (*безумный*), глаголов *cry* (*плакать*) и *suffer* (*страдать*). Прагматическая целеустановка подобных никнеймов проста и скрывает за собой желание донести до другого человека, что данный пользователь находится в состоянии, которое подходит под описание при помощи данных лексических средств.

Другая подгруппа противоположна. Пользователи демонстрируют свою открытость и доброжелательность, например: *All>welcome*, *NiceDUDE*, *NotEvil*, *Daogoody*, *weLLminded(S)*, *nice2meet* и т.д. На примере данных никнеймов можно увидеть иной посыл. В отличие от негативных коннотаций предыдущего подтипа, в данных примерах можно проследить положительную коннотацию. Такие прилагательные как *nice* (*хороший*), *laughing* (*смешной*), *welcoming* (*приветливый*), *not evil* (*не злой*) создают позитивную экспозицию.

5. Никнеймы, включающие географические данные (место проживания, рождения и т.д.)

С точки зрения открытости эта категория представляется самой смелой и таких никнеймов 6% от общего числа никнеймов. Указание в своем виртуальном имени названий городов и стран, в которых проживает пользователь может говорить о высокой степени доверительного отношения к используемому сервису общения и к пользователям данного сервиса. Но у этой стратегии есть определенная прагматическая цель: поиск возможных соседей или мотив заранее проинформировать других пользователей о своем местоположении для избегания подобных вопросов в дальнейшем. Как мы уже отмечали выше, интернет-общение вышло на

новый более безопасный уровень, поэтому уместно полагать, что пользователи принимают во внимание этот факт и смело говорят в своих виртуальных именах, о своей гео-принадлежности. Так, люди с никнеймами *17NYcentral*, *Madridgo*, *Pragueboi*, *arabiJerusalim*, *Georgian*, *DallasGilde*, *Dez-moines(IW)* соотносят с себя с данными географическими регионами. Проанализировав профили некоторых пользователей, действительно удалось установить, что они проживают в указанных ими городах или странах. Информация о городе или стране, закодированная в никнейме, понимается, является очень четким сообщением для остальных. Простой вопрос «откуда ты?» – это один из самых часто задаваемых вопросов среди участников во время первого знакомства и в случае с данными пользователями он может быть полностью исключен. Так или иначе, пользователи с такими никнеймами, достигают своих целей и это заметно в процессе продолжительного наблюдения за чатом.

б. Никнеймы, отражающие занятость (работа, хобби, увлечение, интересы и т.д.)

В равной степени популярности представлены никнеймы, описывающие профессиональную занятость, хобби или увлечение пользователя и никнеймы. Этот тип представлен 18 единицами, что составляет лишь 9 % от общего числа. Такие никнеймы также выступают репрезентаторами определенной информации о пользователе, поэтому такие никнеймы как *YogaMaster*, *Jack Tennis7*, *TownhawkSkate* заключают в себе четкое обозначение рода деятельности. Например, анализируя никнейм *YogaMaster* можно утверждать, что он создает ассоциации, связанные с йогой, спортом, здоровым образом жизни благодаря слову *Yoga*. Слово *Master* позволяет нам судить о некой высокой степени квалификации в данном роде деятельности.

2.4. Семантическая классификация китайских никнеймов

Китайская культура дает во многих категориях противоположные результаты. Причины и основные факторы номинации, которые используют участники мессенджера WeChat, мы рассмотрели на основе той же системы категорий, которая использовалась для разбора английских никнеймов.

В отличие от структурных категорий, которые нам пришлось подвергнуть изменению ввиду сильного различия языковых систем, семантические категории напротив позволили полностью переложить одну систему на другую и выявить определенные тенденции и различия в двух различных культурно-языковых сферах.

Эмпирический материал будет поделен на следующие категории:

- 1) никнеймы, которые указывают на настоящее имя пользователя;
- 2) никнеймы скрытые системой;
- 3) никнеймы с референцией на культурные элементы (имена персонажей, ссылки на культурные феномены и т.д.);
- 4) никнеймы, указывающие на личностные характеристики пользователя;
- 5) никнеймы, включающие географические данные (место проживания рождения и т.д.);
- 6) никнеймы, отражающие занятость (работа, хобби, увлечение, интересы и т.д.).

WeChat не имеет каких-то специфических отличий от Discord в плане устройства общения между пользователями, однако имеет разную структуру чатов. Несмотря на это условия для полного параллельного сравнения никнеймов выполняются в обеих чат-платформах.

1. Никнеймы, которые указывают на настоящее имя пользователя

На данный момент, в китайской интернет-культуре выстроены достаточно доверительные отношения между пользователями. Учитывая особенности локальных систем виртуального общения, которые не имеют аналогов в мире, китайцы имеют высокий уровень доверия к чат-программам, в которых они общаются с другими людьми.

Процент китайских пользователей, которые предпочли использовать своё собственное имя в качестве никнейма, крайне высок – 46%, что составляет практически половину от всего исследуемого материала.

Тенденция использования китайскими пользователями своего собственного имени распространена крайне широко, причем это прослеживается равносильно как в старшей возрастной категории, так и в младшей. Пользователи младше 18 лет, при условии того, что они указывали свой реальный возраст, составили 29% среди тех, кто выбрал использование настоящего имени.

Стоит отметить, что в отличие от Discord, WeChat представляет собой не только обособленную чат-систему, в которой люди общаются друг с другом, но полноценную социальную среду, которая схожа по своему функционированию с социальной сетью Facebook или «ВКонтакте». Это говорит о том, что количество информации, которым пользователь делится с другими пользователями в подобном приложении обычно сравнительно больше. Если Discord или другой мессенджер не требуют от людей заполнения полноформатного профиля, то WeChat требует от людей заполнения куда большего количества информации. Иначе говоря, активные пользователи WeChat, которые прибегают к способу саморепрезентации через свое настоящее имя имеют куда большую степень риска, в случае утечки персональных данных. Однако процент, который мы выявили выше, говорит о тенденции доверительного отношения к этой программе.

Говоря о соотношении заполненного профиля и использования реального имени, 100% пользователей, использовавших реальное имя имели полностью заполненный профиль, в том числе и указанный личный телефон, что дополнительный раз позволяет убедиться в развивающейся тенденции более доверительного отношения людей к виртуальному способу коммуникации.

Среди никнеймов, которые представляют собой реальное имя пользователя можно выделить: 李大伟 (*Li dawei*), 周畅 (*Zhou chang*), 李立伟 (*Li liwei*), 桂音 (*Gui yin*), 赵赛 (*Zhao sai*), 李峰 (*Li feng*), 小爱 (*Xiao ai*), 王汗 (*Wang han*), 吴立森 (*Wu lisen*).

Также отметим, что каждое из указанных имен является фиксированным в китайском языке языковым явлением, которое можно проверить лексикографически путем обращения к специализированным словарям китайских имен.

2. Скрытые никнеймы

Несмотря на растущую тенденцию сетевой открытости, в Китае также замечены и мотивы к сокрытию своего виртуального «Я» за стандартизированным набором букв, которые не созданы пользователем собственноручно. Пользователи, которые оставили графу в никнейме без внимания указываются по стандарту «User», далее – код идентификатор. Визуально данное решение выглядит так: User 10191, User 292107, User 21992 и т.д. Либо же, в качестве никнейма таких пользователей, может выступать их номер телефона. Однако зачастую пользователи умышленно не указывают никаких данных, основывая свои действия на отсутствии необходимости идентифицировать себя, поскольку их общение часто ограничено разовым контактом с каким-то конкретным лицом.

На самом деле, эта тенденция развивается постепенно и на данный момент всё чаще можно встретить аккаунты, которые создаются для

разового использования, в частности это касается также WeChat. Мы можем задать вопрос, правильно ли утверждать, что цифро-буквенный код вместо никнейма – это то же самое что и отсутствие никнейма. Мы склоняемся к утверждению, что да. Стоит понимать, что никнейм это некое мыслительное речетворческое произведение, которое создается пользователем с конкретной целью саморепрезентации каким бы абсурдным оно не казалось. С технической точки зрения пользователи с именами формата «User – код» попадают под все необходимые требования, чтобы идентифицировать их имя как никнейм. В их имени соблюдены все графические нормы и существуют основания полагать, что даже стандартизированная инструкциональная кодировка может считаться полноценным никнеймом. Но, несмотря на это, с семантической точки зрения, в данных именах не выполняется главное условие никнейма: отсутствует четкая мотивировка.

В данном случае, «отсутствующие» никнеймы можно сравнить с никнеймами, в которых проблематично определение конкретного семантического признака. Но, если причина, по которой такие никнеймы не имеют четко установленного смыслового элемента, заключается в самой специфике материала (многие единицы написаны на неизвестном нам языке, где-то используется явная, но не определяющаяся нами аббревиатура, в каких-то примерах совокупность букв и цифр не дает четко судить о смысловой составляющей никнейма), то в случае с кодифицированными никнеймами мы можем только догадываться о настоящих причинах отсутствия семантического ядра.

Одной из самых распространенных причин может являться так называемая автоматическая замена имени. Эта функция большинства программ, где пользователи вольны сами создавать свои никнеймы. Суть данной функции заключается в замещении одного лексического элемента на другой по определенным причинам и самой частой причиной является

нарушение условий пользования приложением. Зачастую под данную санкцию попадают никнеймы оскорбительного содержания.

Такая практика наблюдается практически повсеместно. «Некоторые игроки, зайдя на аккаунт, заметили, что их никнейм изменился на TEMP с числовой нумерацией. Оказалось, что Sony решила принудительно заменить те ники игроков, которые посчитала оскорбительными» [Playground, 2018]. Несмотря на то, что первой данную систему использовали в рамках игровых структур, где пользователи чаще всего создают девиантные формы имён, со временем эта система вошла в норму и стала использоваться в обычных мессенджерах.

Учитывая автоматизированность систем, которые вычисляют оскорбительные никнеймы благодаря виртуальному регистру имён и их возможных вариаций, данная процедура может считаться практически мгновенной. Иногда, пользователь, создавший никнейм обценного содержания, теряет свою уникальную созданную лексическую единицу уже через несколько минут. Платформа WeChat не стала исключением и из 200 единиц проанализированного материала, 9% оказались никнеймами, которые потеряли свою изначальную уникальную форму.

3. Никнеймы, с референсом на культурные элементы (имена персонажей, ссылки на культурные феномены и т.д.)

Китайская культура многообразна и уникальна, это непременно отразилось на никнеймах большинства пользователей. Если в случае с английскими никнеймами мы наблюдали явный перевес в сторону западной культуры, то китайские никнеймы имеют более высокую степень собственной культурной идентичности и отражают это в своем семантическом поле.

Мы обнаружили, что таких никнеймов в данной языковой группе 25% от общего числа и данная группа также делится на подгруппы, которые отличаются по источнику мотивировки для создания никнейма.

Крупнейшей подгруппой таких никнеймов стали никнеймы, которые заключают в себе информацию об исторических фактах, которые происходили на территории Китая или с участием Китая, например: 卢沟 (*lugou* – инцидент на мосту Лугоу — обстрел японцами моста Лугоу 7 июля 1937 года), 楊虎城 (*YángHǔchéng* – китайский генерал во время Эры милитаристов в Китае и гоминьдановский генерал во время Гражданской войны в Китае), 辛亥 (*xīnhài*, – дословно «год металлической свиньи». Это прямая отсылка к одноименной Синьхайской революции, которая произошла в конце эпохи династии Цинь) и т.д.

Интересен факт того, что китайские пользователи, которые используют никнеймы данной направленности, в большей степени уделяют внимание вопросу военных происшествий, революционных деяний, а также уделяют внимание личностям, которые так или иначе были связаны с китайской историей тех лет. Формула китайского патриотического духа может быть описана как крайне сильное сопряжение личности с теми событиями, которые предшествовали становлению современного Китая. Анализируя подробнее данные аккаунты, мы пришли к выводу, что их носителями являются китайцы старшей возрастной категории (от 40 лет), которые воспринимают мессенджер WeChat не только как средство установления контакта с другими людьми, но и как средство для отображения своей патриотической позиции, ввиду чего избирают подобный метод саморепрезентации.

Другой подкатегорией являются те никнеймы, с референцией на какого-либо выдуманного персонажа. Эта категория никнеймов свойственна молодым людям, которые хорошо осведомлены не только в своей современной культуре, но и хорошо знают иностранные культурные феномены. Молодые китайцы в возрасте от 15 до 30 лет часто используют в качестве никнейма персонажей иностранных фильмов, мистических

легенд, которые являются частью местного фольклора, а также большое внимание уделяют персонажам игр и фильмов. Среди таких никнеймов можно выделить: *独角兽 (Du Jiao Shou – имя мифического животного в западной китайской мифологии), 獬豸 (XieZhi – мифический персонаж, символ правосудия), 米奈希尔 (Mi Nai Xi Er – фамилия персонажа вселенной WarCraft), 瑞姬副官 (Rui Ji Fu Guan – Легат Рикке, персонаж вселенной The Elder Scrolls), 艾尔德利奇 (Ai Er De Yi Qi – Олдрик, имя персонажа вселенной Dark Souls).*

Отдельной составляющей являются никнеймы китайских пользователей, которые связаны с японской культурой. Родственность языковых знаков и долгое соседство двух стран привело к интеграции элементов одной культуры в другую. Важно отметить, что степень принятия чужеродного в Китае всегда была острым вопросом, поэтому, когда в начале 80-х годов японская культура стала активно распространяться по всему миру, в Китае случилось её отторжение. Однако спустя более, чем 30 лет ситуация поменялась и теперь две соседние азиатские культуры стали оказывать сильное влияние друг на друга. Это отражается в никнеймах молодых китайцев, которые используют в своих именах лексические заимствования из японского языка, но отметим интересный факт, что в никнеймах можно встретить упоминание японских культурных явлений с положительной коннотацией, что является уникальным феноменом 21 века. Больше всего молодые люди используют в качестве своих никнеймов имена знаменитых мифических персонажей, богов японского пантеона и персонажей аниме, которое является особым видом японской мультипликации. Также стоит отметить, что как правило японские имена пользователи записывают при помощи китайских иероглифов. При условии того, что иероглифы японцы заимствовали у китайцев, один и тот же иероглиф японец и китаец прочтет по-разному.

Например: 山田太郎 (Ямада Таро) китаец прочтет примерно как «ШантьенТаиланг», а 鳩山由紀夫 (Хатояма Юкио) – «ДжиушанЁуджифу», но при этом внешняя форма иероглифов остается идентичной. Среди таких никнеймов: 月亮 (*кит. Yue Liang; яп. Kaguya*); 黑崎一護 (*кит. HeiqiYihu; яп. IchigoKurasaki*); 緒方精次 (*кит. XufangJingci; яп. SeijiOgata*).

На данный момент китайские пользователи активно контактируют с западной культурой и никнейм, как один из способов демонстрации заинтересованности пользователей в том или ином культурном феномене, позволяет нам обнаружить уникальное сочетание родной и иностранной культуры. Среди всех никнеймов данного типа больше половины являются именами, которые отсылают к китайским культурным феноменам от исторических событий до имен персонажей китайских легенд. Степень западной интеграции не высокая, однако периодически встречаются пользователи, которые выбрали для самоидентификации имя, которое связано с западным или японским культурным пластом.

4. Никнеймы, указывающие на личностные характеристики пользователя

Эта категория составляет 9% от всего количества никнеймов. На создание никнеймов данной категории оказывает сильное влияние изобразительно-выразительная функция китайского языка. Среди большого набора выразительных средств пользователи часто прибегают к метафорическому иносказанию для передачи личностных характеристик, например: 笑里藏刀 (*xiao li cangdao* – досл. *за улыбкой прятать нож*), 吹毛求疵 (*chuimaoci ci* – досл. *«раздувать шерсть животного, ища болячки» в значении придираться ко всему подряд*), 闭月羞花 (*biyuexiuhua* - досл. *даже заставит затмить луну и цветы в своей красоте*) или зооморфные метафоры по типу 变色龙 (*bian se long* – хамелеон, человек быстро адаптирующийся к различным условиям).

Несмотря на богатство изобразительного инструментария, пользователи чаще прибегают к трактовке личных характеристик с помощью простых эпитетов, среди таких никнеймов: 敏锐的耳朵 (*min rui de er duo* – досл. чуткое ухо), 奸笑 (*jian xiao* – досл. коварная усмешка).

Как правило, никнеймы данной группы можно разделить на имена с положительной и негативной коннотацией. В случае же с китайскими никнеймами, замечена двойственность значений тех или иных прилагательных, которые используются для описания личности, а именно 敏锐 может иметь значение не только «чуткий, внимательный», но и «заносчивый», а некоторые метафорические никнеймы и вовсе сложно отнести к конкретной коннотативной категории, например 变色龙 не только выступает в значении «человек, способный адаптироваться к разным условиям», но и «человек, быстро меняющий свое мнение и союзников». Однако несмотря на это большая часть никнеймов, которые были образованы с использованием простых прилагательных для описания личностной характеристики человека, относятся к никнеймам с явной положительной коннотацией.

Мы это объясняем тем, что в контексте общения, люди создают в первую очередь комфортную среду для коммуникации, а использование никнеймов с репрезентацией негативных аспектов личности мешало бы этому процессу. Помимо этого, в китайской культуре важно сохранять своё «лицо» даже в условиях интернет-коммуникации из-за чего пользователи пытаются заведомо сконструировать положительный образ виртуальной личности.

5. Никнеймы, включающие географические данные (место проживания, рождения и т.д.)

Всего таких никнеймов 7% от общего числа. Никнеймы данной категории представляют особый интерес с точки зрения их устройства.

Китай не только большая страна, но и огромная территория, поделенная на большое количество областей, районов, волостей и провинций. Этот фактор непременно находит своё отражение в никнеймах пользователей в мессенджере WeChat.

Среди данных никнеймов выделяются те, которые образованы с указанием той государственной территориальной единицы, к которой пользователь относится. Как правило, они образованы посредством приставочных морфем 省 (*sheng* – провинция), 地区 (*diqu* район), 州 (*zhou* – область), но это не обязательное условие. Среди таких никнеймов: 澄江州 器 (*chengjianzhouxiao* – Сяо из Чэнцзяна), 豫北 44 (*yubei* – Северный Хэнань 44), 从辽中县 (*liaozhongxiang* – Некто из Ляочжуна).

Интересно то, что некоторые пользователи используют устаревшие наименования тех или иных географических зон. Например, 辽中 (Ляочжун) на данный момент преобразован в район городского подчинения, однако пользователь употребил данное выражение с приставочной морфемой 县 (уезд), каким он был несколько десятков лет назад.

Пользователи не только говорят о географической локации, но и часто в никнеймах описывают их, создавая на основе своего никнейма особые семантические условия. Так, никнеймы 遂宁香艳 (*suiningxiangyan* – досл, благоухающий, свежий Сунин), 夜上 (*ye shang* – досл, ночной Шанхай) описывают данные регионы при помощи простых эпитетов. Для жителей больших стран очень часто идентификация сквозь призму условий того региона, в котором они проживают является верным способом заранее обозначить границы коммуникации. Пользователь, описывающий Сунин как район с хорошим, чистым воздухом, создает определенный перечень условий, при которых становится очевидно, что услышать что-то негативное в адрес этого района он не хочет.

Кроме никнеймов, которые описывают географический Китай, также встречаются такие имена, которые отсылают пользователя к наименованиям других стран, континентов, например: *X 加拿大 X* (*jiana da* – *XКанадаX*), *嗨奥里根* (*haiao li gen*, досл. – *Привет, Орегон*. В данном случае *嗨(hai)* является фонологической заменой английского *Hi* (*привет*)).

6. Никнеймы, отражающие занятость (работа, хобби, увлечение, интересы и т.д.)

Это самая маленькая категория из всех, таких никнеймов лишь 4% от всего проанализированного материала. Никнеймы данной категории можно разделить на две подгруппы, где первая репрезентирует профессиональную занятость пользователя, а вторая – его увлечения, хобби и интересы.

При рассмотрении семантического значения подобных никнеймов удается выделить несколько полей, которые формируют определенный образ при первичном контакте с тем или иным никнеймом. Например, никнейм *抽大麻鬼* (*chou da ma* – *человек, курящий каннабис*) является типичным представителем второй группы. Такой никнейм, использованный для самоидентификации, создает ассоциации, связанные с курением, зависимостью, нездоровым образом жизни благодаря сочетанию слов *抽* (*курить*) и *大麻* (*трава*), при этом эмоционально настраивающую функцию выполняет морфема *鬼* (*бес, черт*) в конце никнейма, которая по своему принципу придает выражению негативную коннотацию. Эта морфема также часто употребляется и в других никнеймах как идентификатор самоироничного отношения к своему занятию: *档彻底的酒鬼* (*dang chedi de jiugui* – досл, *законченный алкоголик/забойный пьяница Дан*), *永恒的馋鬼* (*yongheng de changui* – досл, *вечный обжора*).

При анализе никнеймов, которые репрезентируют профессиональную занятость, справедливо будет отметить, что таких никнеймов сравнительно меньше. Имена, содержащие информацию о профессии пользователя, часто

граничат с реальным именем и графически соединяются вместе. Например: 张工 (*zhang gong* – инженер Чжан), 燕厨下儿 (*yan chu xiaer* – повар Янь), 深圳局域网管理员 (*Shenzhen juyu wanguan li yuan* – администратор МСС, Шэньчжэн). Как и деловой стиль в целом, такие никнеймы не изобилуют выразительными средствами и формируются по стандартизированной модели.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Проведенный анализ эмпирического материала позволяет наблюдать растущую тенденцию к открытости пользователей в сети. Обнаружено, что в американском мессенджере Discord и в китайском мессенджере WeChat участники активно прибегают к методу использования своего настоящего имени в качестве никнейма для саморепрезентации. При этом соотношение никнеймов-настоящих имен в китайской и англоязычной среде оказалось примерно равно: 40% (80 единиц) в американском мессенджере и 46% (92 единицы) в китайском мессенджере. Интернет-сообщество становится более открытым в силу усовершенствования степени защиты виртуальных систем общения.

Относительно способа образования никнейма, пользователи больше предпочитают никнеймы, образованные путем сложения. Это характерно для обоих языковых регионов и соотношения полученных результатов выглядит следующим образом: 44% (88 единиц) в американском мессенджере и 41.3% (82 единицы) в китайском мессенджере. В структурных категориях «Никнеймы с графическими символами» и «Никнеймы со знаком «нижнее подчеркивание» установлена значительная разница. В обоих случаях количество никнеймов из американского мессенджера превалирует, что позволяет сделать вывод о комфортности данного метода для англоязычных пользователей.

Английский язык лучше адаптируется под правила интернет-среды. В то время для китайского языка не характерны примеры в категориях «Никнеймы, образованные путем использования разделения многосложных слов нижним подчеркиванием» и «Никнеймы, образованные путем изменения регистра написания (использование прописных и строчных букв)», английский язык доминирует в обоих случаях. Правила построения слова в китайском языке просто не позволяют получить достаточного

инструментария для создания большого количества уникальных имен в таких категориях. Его ограниченность выражается в специфике взаимодействия на морфемном уровне и в сочетании фонологических элементов. Никнеймы, созданные в рамках китайского языка, очень часто используют способ словосложения, поскольку данная лексикологическая модель построения слова является нормой в китайском языке и распространена наиболее сильно. Особенности китайской письменности всегда заключались в том, что различные морфемы могут быть соединены друг с другом логически и эта тенденция закрепились в китайском никнейминге сильнее всего.

Кроме того, выделена новая категория «скрытых» никнеймов. Данная категория показала результаты, которые могут быть эксплицированы процессами деперсонализации и анонимизации. Если в английском языке скрытые никнеймы составляют 9% (12 единиц), то в китайском языке только 3% (6 единиц).

Учитывая основания для сокрытия или замены никнейма, очевидно, что китайская интернет-культура выглядит менее агрессивной по отношению к внутренним пользователям, поскольку основной причиной сокрытия никнейма является автоматическое замещение или удаление имени программой цензуры. Зачастую, это никнеймы, наполненные обценной лексикой, которые автоматически удаляются из внутреннего регистра приложения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Никнейм представляет собой сложный феномен, который имеет уникальный характер. Научное понимание никнейма сводится к определению его природы сквозь призму ономастики и трактуется как особый антропоним, который реализуется в интернет-коммуникации и служит первичным репрезентатором личности в виртуальном пространстве. Никнейм есть продукт мысленной деятельности человека, задача которого дать определенную информацию о пользователе, которая сокрыта в семантической периферии виртуального имени.

Интернет-коммуникация понимается как одна из современных форм взаимодействия адресанта и адресата. Интернет является недавно сформированным принципиально новым миром, в котором взаимодействуют несколько миллиардов человек. Данное обстоятельство способствует становлению интернета как мощного лингвистического фактора, что привело к значительному расширению лексического состава многих языков. Интернет-коммуникация обладает рядом важных особенностей для нашего исследования, среди которых анонимность и высокая степень лингвистической креативности позволяют утверждать, что именно интернет-коммуникация является основным местом реализации никнейма.

Интернет-коммуникация, как и обычная коммуникация всегда представляет собой способ самовыражения, самопрезентации как процесса представления самого себя, собственных качеств другим людям, чтобы сформировать то или иное отношение к себе со стороны окружающих. Одним из важнейших инструментов для реализации данной программы выступает именно никнейм.

В настоящем исследовании выявлены и проанализированы характерные структурно-семантические особенности никнеймов на

материале двух мессенджеров: американского Discord и китайского WeChat. Выбранные мессенджеры наиболее сильно выделяются на фоне других как кладезь национальной идентичности пользователей.

Определено, что никнеймы в данных мессенджерах можно четко разделить на 2 основных классификации, каждая из которых состоит из 6 адаптивных под языковой материал категорий.

Классификация по структурным особенностям образования никнеймов:

- 1) никнеймы, образованные по классическим канонам языка;
- 2) никнеймы, образованные путем словосложения;
- 3) никнеймы, образованные путем внедрения различных цифровых и графических символов;
- 4) никнеймы, образованные путем изменения регистра написания через использование прописных и строчных букв;
- 5) никнеймы с использованием нижнего подчеркивания;
- 6) никнеймы, содержащие в себе нарушение норм орфографии (английские никнеймы) / никнеймы, записанные полностью латинскими или иными средствами записи, но полностью исключаящие из своего структурного элемента иероглифику (китайские).

Классификация по семантическим особенностям образования никнеймов:

- 1) никнеймы, которые указывают на настоящее имя пользователя;
- 2) никнеймы скрытые системой;
- 3) никнеймы, с референцией на культурные элементы (имена персонажей, ссылки на культурные феномены и т.д.);
- 4) никнеймы, указывающие на личностные характеристики пользователя;
- 5) никнеймы, включающие географические данные (место проживания рождения и т.д.);

б) никнеймы, отражающие занятость (работа, хобби, увлечение, интересы и т.д.).

Каждая из выявленных категорий имеет свою специфику самопрезентации. Так, для категории никнеймов, репрезентирующих реальное имя пользователя свойственна открытость и отсутствие намерения к деиндивидуализации в интернет-пространстве. Для скрытых никнеймов же напротив свойственна либо анонимность, либо наличие агрессивного обценного семантического элемента, который привел к сокрытию данного никнейма системой цензуры той или иной программы. Для никнеймов из категорий, репрезентирующих увлечение или занятость пользователя свойственна определенная манера общения. Никнеймы с семантическим элементом «личность» представляют собой персонализацию личности, где никнейм графическими методами закрепляет в себе одну из характеристик данной личности и может выступать в качестве показателя жизненного опыта, личных качеств, таких как юмор, дружелюбие, стрессоустойчивость и т.д.

Выделенные классификации структурного типа проявляют сильную зависимость от исследуемого языка. Если в английском языке превалируют цифро-графические вариации никнеймов, то в китайском языке больше никнеймов созданы по моделям словосложения. В обоих языках наблюдается тенденция к использованию фиксированных литературной нормой слов, тем самым пользователи создают никнеймы в согласии с канонами английского и китайского языка.

Также установлены следующие факторы создания никнейма как:

- политические взгляды пользователя;
- социальный уровень пользователя;
- религиозные взгляды пользователя.

Кроме классификаций, которые рассмотрены в данной работе, также представляется интересным изучить другие возможные классификации и

стратегии номинации в новых форматах коммуникации. Более того, исследование может быть продолжено в рамках анализа популярных форматов самопрезентации в других лингвокультурах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева К.С. Анонимность и её влияние на саморепрезентацию личности в виртуальном пространстве. М.: Изд-во МГУ, 2017. С. 5 – 6.
2. Балкунова А.С. Роль сетевого имени (никнейма) во взаимодействии субъектов виртуальной коммуникации. Нижневартовск.: Изд-во НГЯ, 2012. 261 с.
3. Балкунова А.С., Рянская Э.М. Место никнеймов в ономастике [Электронный ресурс]. Вестник НВГУ. 2010. Выпуск.3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-nikneymov-v-onomastike> (дата обращения: 03.04.2020)
4. Васильева Н.В., Виноградов В.А., Шахнарович А.М. Краткий словарь лингвистических терминов. М., 2003. С. 16 – 17.
5. Сызранова Г.Ю. Ономастика: учеб. пособие. Тольятти: Изд-во ТГУ, 2013. С. 6 – 10.
6. Иванов Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста. М., 2006. С. 11 – 18.
7. Каркищенко Е.А. Виртуальная личность подростка: гендерный аспект: учеб. пособие. Кемерово: Изд-во КГА, 2013. С. 4 – 7.
8. Компанцева Л.Ф. Дискурс анализ поведения мужчин и женщин в интернете: Луганский государственный педагогический университет им. Т. Г. Шевченко, 2004. С. 11 – 15.
9. Котлярова В.В., Куцова Э.Л. Трансформация языка в пространстве интернет-коммуникации // Журнал Манускрипт, город Тамбов, 2017. Выпуск 2. С. 3 – 4.
10. Котлярова В.В. Информационно-коммуникационные технологии в ценностном пространстве современной культуры // Современные проблемы межкультурных коммуникаций: язык, культура,

общество: материалы Всерос. науч.-практ. конф. (11–13 мая 2009 г.) / ФГОУ ВПО «ЮФУ». Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ АПСН, 2009. Вып. 6. С. 140 – 144.

11. Киселева А.В. Особенности формирования никнеймов и использование гендерно-нейтральных никнеймов молодежью на виртуальных коммуникативных площадках, М., 2017. 117 с.

12. Лейчик В.М. Терминоведение. Предмет. Методы. Структура. М.: Либроком, 2009. 256 с.

13. Маслова В.А. Язык и культура: проблемы взаимодействия: СПб., 2015. С. 17 – 20.

14. Матвеев А.К. Апология имени // Вопросы ономастики. 2004. Вып. 1. С. 14 – 18.

15. Подгорнова А.В. Определение понятия «селфоним» в современной антропонимике: Казань, Изд-во Казанский вестник, 2019. 23 с.

16. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии: М.: Наука, 1978. АН СССР, Ин-т языкознания. Вып. 2. 199 с.

17. Сон Л.П. Лингвистический статус языка интернет-коммуникации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. Вып. 2. С. 3–7.

18. Тараканова Т.С. Политико-коммуникативные технологии в интернет-пространстве: Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, 2011. С. 10 – 13.

19. Тугузбаева О.В. О некоторых особенностях интернет имен // Журнал Наука и современность, город Уфа. 2011. ИЦ БГУ, – Т. 16. Вып. 1. – С. 2 – 5.

20. Тюленева В.Н., Шушарина И.А. Язык интернета: характеристика, особенности и влияние на речь // Вестник Курганского государственного университета, город Курган, 2018. Вып. 1. (48). С. 3 – 5.

21. Усманова М.И. Об одной из тенденций развития языка интернета // Журнал Academy, Ташкентский Государственный технический университет им. Ислама Каримова, город Ташкент, 2019. Вып. 4. С. 3 – 4.

22. Чабаненко М.Г. Молодежный дискурс как реализация типовой и индивидуальной языковой личности: Кемерово, 2007. Вестник Поморского университета. Вып. 4. С. 2 – 4.

23. Юдина Т.В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации // Язык средств массовой информации. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. Вып. 4. С. 654 – 658.

24. Якунина М.Л. Особенность интернет-коммуникации, никнейм как лингвокультурный феномен // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. 2013. Вып. № 3. С. 12 – 13.

25. Bechar-Israeli H. From to: Nicknames, play, and identity on Internet Relay Chat. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 2. [Электронный ресурс]. URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue2/becher.html> (дата обращения: 09.05.2021).

26. Turkle S. Life on the screen: Identity in the age of the internet. New York: Simon&Schuster, 1995. 347 p.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Большой Китайско-русский онлайн словарь «БКРС» [Электронный ресурс]. URL: <https://bkrs.info/> (дата обращения: 11.03.2021).
2. 新华字典 Китайский словарь Синьхуацзыдянь, [Электронный ресурс]. URL: <http://xh.5156edu.com/> (дата обращения: 06.05.2021).
3. Словарь компьютерных терминов Proacton [Электронный ресурс]. URL: <https://www.proacton.ru/about-internet/terms-glossary> (дата обращения: 02.05.2021).
4. Толковый словарь Ушакова [Электронный ресурс]. URL: <https://ushakovdictionary.ru/> (дата обращения: 19.04.2021).
5. 中华大字典 Китайский словарь Чжунхуадацзыдянь [Электронный ресурс]. URL: <http://xh.514636edu.com/> (дата обращения: 13.05.2021).

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица 1. Классификация англоязычных никнеймов по структурным признакам

Тип	Примеры	Кол-во	%
Никнеймы, образованные по классическим канонам языка	<i>Solo, Moonshine, Muller, Typical, Abomination, Cod, Flag to wave Darina, Letting, Seldom, Friesland Canon, Impermanence, sakura, Cappie, Cassie, Davith, Dog, Shiba Tatsuya, Pacuma, Northerg, Norbi, Noob, Lukas, Luan, Guilherme Muller, Friendly Guy, Edyan, Laughing, Rosa, mohamed zabbar</i>	51	22.5
Образованные путем словосложения	<i>KinGGrown, MRlamm, HowTF, EVERKNOW, Hikingseel, oneShoT, AxisModdes, AntiLOTe, SetOn, Geminispirit, DiscoAndrzej, PenguinPuff, Stalkingyourcrush, Lucasmatosl, FrancisCrisp/□□, rypTodaniel, hfarhadhossain7,</i>	88	44
Образованные путем изменения регистра написания (использование прописных и строчных букв)	<i>M1lvarRIO, KannotDD'S, HollL, ERIKd, #Dixxel, OffGrace, çATouRne, GirTar-SHM, indeX, LiliaL, Snoopy_WzE SuiSadGuy, TurguTReis, ySpaceP</i>	32	16
Образованные путем внедрения различных цифровых и графических символов	<i>\$\$alvarRIO}, Kannot&DD'S, Holly(11), !6!6EVERIK, #Dixxel!, OffGrace122? S4MtheSir, {(G)old-Idiot-Box}, yassin21, uWu, çATouRne;), Silver322, sanket3dx, Nyaki1337, Marvel stud10s, R4PT0R, D4MIEN, m4r1o8bit, thfarhadhossain47, Geralt2</i>	18	9

Образованные путем нарушения норм орфографии	<i>WildHant, Roker, Ok&Sobar, TheDamon, versosThWorld, _Eyecontacd, YourEmemy, dedcrown</i>	12	6
Образованные путем использования разделения многосложных слов нижним подчеркиванием	<i>how_why, lot_Dodo, So_cruel, FOX_13, Keywan_1901, my_knee_got_dirty, So_fia, Snoopy_WzE, Sir_Alireza</i>	8	4

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица 2. Классификация китайскоязычных никнеймов по структурным признакам

Тип	Примеры	Кол-во	Процент
никнеймы, образованные по классическим канонам языка	焉, 草, 弯, 腐败, 駟, 驷, 壹, 塌, 瓠, 虞, 搏, 翼, 心, 易拉, 暖, 海, 音, 船, 世界, 小天, 音, 字, 腐, 悠遊, 添電, 刀我, 可慢, 我討	58	29%
никнеймы образованные путем словосложения	网虫, 菜单, 水桶, 小虫, 菜鸟, 飞虫, 浏览器, 几楼, 亮骚, 卖萌, 粘贴, 剪切, 回复, 返回, 点击, 保存, 给力, 死机, 扫屏, 盖楼, 灌水, 收声, 打铁, 蹿红, 更新, 刷新, 网恋, 网站, 脑残, 泪崩	82	41%
никнеймы, образованные путем внедрения различных цифровых и графических символов	11 崩, 9(蹿), S11 扫, 0 小 0, 4-盖-4, 1 点 Rc 存 98, hu1 回 hu1	12	6%
никнеймы, образованные путем изменения регистра написания (использование прописных и строчных букв)	CHei 長 R, AqtilX 收收, 打铁打铁 MooER, ZaDiXiAAO 返	10	5%

<p>никнеймы, записанные полностью латинскими или иными средствами записи, но полностью исключают из своего структурного элемента иероглифику</p>	<p><i>Weltry, Semideo, Goliaz, Rennik, XiaoGan, Lun, Weihuaer, Engtint, Lood, KweilirSKu, Mershi, KratXiao, Deimai(seq, Lewit, DengDeng, Kanshi, Masj, Wolak, RedKicker</i></p>	<p>28</p>	<p>14%</p>
<p>никнеймы, образованные путем использования разделителя многосложных слов нижним подчеркиванием</p>	<p>掌_控, 垄_断, 飞_虎, -偶_- 其-</p>	<p>8</p>	<p>4%</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица 3. Классификация англоязычных никнеймов по семантическим признакам

Тип	Пример	Кол-во	Процент
Никнеймы, которые указывают на настоящее имя пользователя	<i>Greg, Mortis, Mich, Denis, BOBBY, Sahil, BBea, Lukas, IbnLaAhaad, Robert, Clavdius, Herry, Aloy, Batista, TimTim, Sarah, Archer, Sam, Damian, Ethan</i>	80	40
никнеймы, скрытые системой анонимизации	User19882, User2101, U-02, U-34, User 11.8	6	3
никнеймы, указывают на культурные элементы (имена персонажей, ссылки на культурные феномены и т.д)	<i>KorvoDishonored, cptPRICE, DMC(Vergile), DemiGOd, Castaricis-Demolisher, Diablo(III), Geraltofrivia, Jean D'arc, GustavusAdolfusII, Marco_Polo, Grosser-kurfurst, FriederichIV, Duca Abruzzi, severTheKING, Bismarck, Gustav Lutjens, IRONduke, KingGeorgeV, ISOROKU, Henri The Fourth, Qilin, ChristoforosCC, GustavusAdolfusII, Marco_Polo, AdaLovelace, Copernicus, ElieWiesel, FrederickDouglass, Rooseveltu</i>	68	34
никнеймы, указывающие на личностные	<i>OFFmedown, people=shit, SuiCideIN, @lone, OverSADNESS, UR_RottenToACorE, BeckyMA, IIIInto Fire, Knowpain, Collapsed,</i>	16	8

характеристики пользователя	<i>ME/'Dispirited, AGONy, Theres_NO_good, All>welcome, NiceDUDE, NotEvil, Daogoody, weLLminded(S), nice2meet</i>		
никнеймы, указывающие на географические данные (место проживания рождения и т.д)	<i>17NYcentral, Madridgo, Pragueboi, arabiJerusalim, Georgian, DallasGilde, Dez- moines(IW), Levanto, Honduras, MoonEteo, Holl_y_Wood, GeorgiaU, UKmrs, DallasExt, 11Polaris</i>	12	6
никнеймы, которые указывают на определенную занятость (работа, хобби, увлечение, интересы и т.д)	<i>VolleyballCOURT, ArchitectSresearch, StalkAbandones, KERRY-drummer, JustPlayingVG, BodyguardSan, ScienYogaMaster, Cheaf-seaman</i>	18	9

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

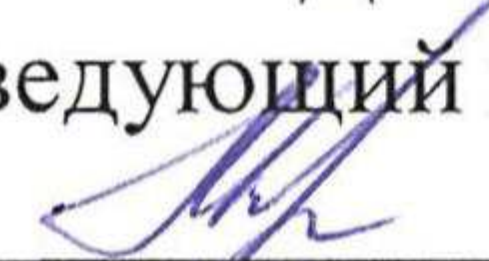
Таблица 4. Классификация китайскоязычных никнеймов по семантическим признакам

Тип	Пример	Кол-во	Процент
Никнеймы, которые указывают на настоящее имя пользователя	李大伟 (Li dawei), 周畅 (Zhou chang), 李立伟 (Li liwei), 桂音 (Gui yin), 赵赛 (Zhao sai), 李峰 (Li feng), 小爱 (Xiao ai), 王汗 (Wang han), 吴立森 (Wu lisen)	92	46
никнеймы, которые скрыты системой анонимизации	User 10191, User 292107, User 21992, User 211, User 92, User 0110	18	9
никнеймы, которые указывают на культурные элементы (имена персонажей, ссылки на культурные феномены и т.д)	卢沟, 杨虎城, 辛亥, 独角兽, 獬豸, 米奈希尔, 瑞姬副官, 艾尔德利奇, 山田太郎, 鳩山由紀夫, 月亮, 黑崎一護, 緒方精次	50	25
никнеймы, указывающие на личностные характеристики пользователя	笑里藏刀, 吹毛求疵, 闭月羞花, 变色龙, 敏锐的耳朵, 奸笑, 敏锐, 变色龙	18	9
никнеймы, указывающие на географические	潞江州器, 豫北44, 从辽中县, 遂宁香艳, 夜上, X加拿大X, 嗨奥里根, 嗨	14	7

данные (место проживания рождения и т.д)			
никнеймы, которые указывают на определенную занятость (работа, хобби, увлечение, интересы и т.д)	抽大麻鬼, 大麻, 档彻底的酒鬼, 永恒的饕鬼, 张工, 燕厨下儿, 圳局域网管理员	8	4

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
 О.В. Магировская

« 22 » июня 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**НИКНЕЙМИНГ КАК СПОСОБ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ
В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ
АМЕРИКАНСКИХ И КИТАЙСКИХ МЕССЕНДЖЕРОВ)**

Выпускник



А.Н. Лутков

Научный руководитель



канд. филол. наук, Н.О. Кузнецова

Нормоконтролер



М.В. Файзулаева

Красноярск 2021