

УДК 81'37:811.161.2'06

А. В. Попова
(Вінниця)

НІКНЕЙМ ЯК ОСНОВНИЙ ЗАСІБ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ВІРТУАЛЬНОЇ ОСОБИСТОСТІ В ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ: СЕМАНТИЧНА ПРИРОДА ТА КЛАСИФІКАЦІЯ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ)

Статтю присвячено вивченню становлення поняття «нікнейм», спричиненого розвитком Інтернет-комунікації. Увага приділяється різним підходам до семантичної класифікації нікнеймів, а також особливостям семантики українських Інтернет-антропонімів. У результаті дослідження сформульовано визначення поняття «нікнейм», мережеві імена проаналізовано з точки зору їхніх семантичних ознак та виявлено, що найбільш численною групою нікнеймів є преноніми – Інтернет-антропоніми, що складаються лише з імені користувача.

Ключові слова: антропонім, нікнейм, Інтернет-комунікація, віртуальна мовна особистість.

А. В. ПОПОВА. НИКНЕЙМ КАК ОСНОВНОЕ СРЕДСТВО САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ВИРТУАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В ИНТЕРНЕТ- КОМУНИКАЦИИ: СЕМАНТИЧЕСКАЯ ПРИРОДА И КЛАСИФИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ УКРАИНСКОГО ЯЗЫКА)

Статья посвящена изучению становления понятия «никнейм», обусловленного развитием Интернет-коммуникации. Уделяется внимание разным подходам к семантической классификации Интернет-антропонимов, а также особенностям семантики украинских никнеймов. В результате исследования сформулировано определение понятия «никнейм», сетевые имена проанализированы с точки зрения их семантических признаков. Наиболее численная группа никнеймов – пренонимы – Интернет-антропонимы, которые состоят только из имени пользователя.

Ключевые слова: антропоним, никнейм, Интернет-коммуникация, виртуальная языковая личность.

Постановка проблеми. У процесі спілкування в мережі Інтернет віртуальна особистість конструює власну ідентичність за рахунок самопрезентації. Основними способами самопрезентації є самоопис і самовираження. У першому випадку людина створює свій образ, використовуючи опис – створюється іконічний образ себе самого, максимально близький, на думку комуніканта, до його особистості. У другому випадку створений образ відрізняється від особистості, яку він репрезентує, і автор постає перед нами в непрямому, символічному вигляді (Єлькіна, 2012).

Мережеве ім'я, виступаючи способом саморепрезентації віртуальної особистості в Інтернет-комунікації, є відносно новим явищем в ономастиці, що зумовлює наявність великої кількості підходів до вивчення і визначення цього поняття, які, однак, мають багато спільних рис.

О. С. Балкунова, наприклад, визначає мережеве ім'я як «віртуальну власну назву, умовне або вигадане комп'ютерне ім'я, художній образ, який користувачі створюють для особистого спілкування в мережі» (Балкунова, 2012: 22).

На думку Н. Г. Асмус, мережевий антропонім це «вигадане неосновне ім'я, яке вибирає з уже наявних (імен «зірок», казкових персонажів, непересічних особистостей) або придумує собі комунікант для спілкування у віртуальному співтоваристві» (Асмус, 2005: 73).

У роботі Т. В. Анікіної зустрічаємо таке визначення: «нікнейм – це результат штучної номінації, для якої важлива наявність певної цілі та облік індивідуальних властивостей так званого об'єкта» (Анікіна, 2012: 57). Дослідницею також виявлено ряд факторів, які впливають на вибір і створення нікнейма: функціональні особливості ніків, емоційно-експресивна відміченість подібних власних імен, характер мовної ситуації і бажання бути кращим у замкнутому комунікативному середовищі. При створенні імені у віртуальному просторі чату особистість комуніканта грає першорядну роль. Вибираючи собі ім'я, користувач виділяє в собі ту чи іншу якість або особливість (Анікіна, 2012).

Слід зазначити, що термінологічною назвою мережевих антропонімів, що є загальноприйнятою та використовується більшістю дослідників, є нікнейм (або ж нік). Однак трапляються різні варіанти цього терміна, серед яких юзеронім, ім'я-маска, інтернет-псевдонім, псевдо і т. д. (Сінельнікова, 2011).

Є. А. Сазонова вводить термін нетнейм (від англ. Net – мережа, name – ім'я) – слово, словосполучення чи речення, яке використовується віртуальною мовною особистістю під час Інтернет-спілкування для саморепрезентації, самопозиціонування (Сазонова, 2013: 85). Однак, у роботі підкреслено, що користувачі Інтернету (незалежно від географії їхнього перебування) частіше використовують слово нікнейм.

Мережеві імена є результатом мовної номінації і використовуються для позначення індивідів, оскільки володіють основними ознаками власних назв, перш за все, такими як одиничність і визначеність номінації, наявність референції, семантичної і структурної специфіки. При цьому як явище штучної номінації, тобто створені людиною з певною метою, нікнейми мають низку властивостей, що дозволяють говорити про їхнє особливе місце в ономастичній лексиці й відокремлення їх від власних імен (первинних), псевдонімів і прізвиськ (Балкунова, 2012).

За ознакою обов'язковий / факультативний псевдонім і прізвисько протиставляються імені. Однак за комунікативною спрямованістю псевдонім зближується з іменем в опозиції до прізвища, оскільки обидві категорії розраховані на широку аудиторію.

Традиційно псевдонім визначається в літературознавстві як вигадане ім'я, за допомогою якого створюється помилковий образ особи, що пише, щодо її статі, національності, професії, характеру або політичних уподобань (Асмус, 2005). Виходячи з цього визначення, Н. Г. Асмус констатує, що псевдонім орієнтований на спеціальні сфери діяльності, у яких результат роботи творчої свідомості втілюється засобами знакових систем (музика, образотворче мистецтво, літературна творчість тощо). Дослідниця також пише, що «псевдонім покликаний грати деяку роль, для позначення якої з тих чи інших причин не може бути використано звичайне ім'я. На відміну від інших антропонімів (імені та прізвища), псевдонім винаходить і привласнює собі сам автор як особливий засіб самовираження» (Асмус, 2005). Вигадування псевдоніма не викликається тією суспільною необхідністю, якою обумовлена поява й функціонування звичайних імен. При обранні псевдоніма автор керується своїми бажаннями незалежно від приватних причин (конспірація, наслідування моди і т. д.) (Асмус, 2005).

Основним мотивом створення псевдоніма є саморепрезентація, тому він дуже схожий із мережевим ім'ям. Крім того, їх схожість базується також на ознаках самоідентифікації, індивідуальної приналежності, обмеженості сфери вживання.

Незважаючи на свою характеристику вигаданого імені, що заміняє справжнє ім'я і є придуманим його носієм, нікнейм може бути віднесений до псевдонімів лише з певним застереженням: нікнейм відрізняється «більшою експліцитністю прагматичного компонента, що обумовлена сферою використання в мережі Інтернет як особливого виду комунікативного простору» (Балкунова, 2012: 94). Функціональна особливість нікнеймів, яка полягає в самонайменуванні, дозволяє відмежувати їх від прізвиць, хоча й ті, і інші характеризують та індивідуалізують об'єкт (особу) за певною, найчастіше, оцінною ознакою й мають властивість відкритого ряду, тобто невичерпність матеріалу для їх утворення.

Дослідження нікнейма як засобу ідентифікації у віртуальному середовищі має зв'язок не тільки з лексикою, але й із психологією та соціологією. Анонімність дозволяє проявити приховане сприйняття себе як особистості на підсвідомому рівні, що є відомим тільки користувачеві, часто несвідоме. Цим пояснюється зацікавленість психологів питанням створення і трактування нікнейма у віртуальному світі.

Такі дослідники як А. Ага (Agha, 2007), К. Манн (Mann, 2000) розглядають сучасну мову мережі Інтернет із точки зору психології і приходять до висновку про

Попова А.В. Нікнейм як основний засіб самопрезентації віртуальної особистості в інтернет-комунікації: семантична природа та класифікація (на матеріалі української мови)

стереотипність поведінки й вираження думок через мовні засоби. П. Уеллес (Wallace, 1999) вивчає варіативність поведінки, створення «масок» і вигаданих образів, проводить аналіз реакцій користувачів на різні нікнейми з точки зору сприйняття того, хто ховається за ніком користувача як особистості. Віртуальна мережа дозволяє створити не тільки нове ім'я, а й новий образ, який може бути використаний абсолютно анонімно й не мати очевидних зв'язків із реальним користувачем. Створення ніка пов'язує креативність і свідомість людини з мовними засобами для вираження думки і закріплення її в письмовій формі (Хорікова, 2010).

Особливості віртуального мовлення впливають не лише на структуру мережевого імені, але й на його форму, тобто внутрішню організацію, або семантику. Саме тому семантична природа мережевих імен є найбільш складною і розкриває їх значення.

Об'єктом пропонованого дослідження виступають нікнейми в українській мові.

Предметом дослідження є семантичні особливості зазначених лексичних одиниць.

Мета дослідження полягає у виявленні та аналізі особливостей семантики власних назв у мережі Інтернет (нікнеймів) на матеріалі української мови.

Мета дослідження передбачає вирішення таких **завдань**:

- виявити особливості семантичної структури українських мережевих імен;
- класифікувати нікнейми за семантичними ознаками;
- провести аналіз кількісних результатів дослідження.

Для вирішення поставлених завдань у роботі використані такі **методи** лінгвістичного аналізу, як описовий метод, метод компонентного аналізу, а також кількісний метод дослідження мовних одиниць. Як допоміжну дослідницьку операцію було використано прийом систематизації.

Матеріалом для дослідження слугують 500 лексичних одиниць, дібраних методом суцільної вибірки з україномовних інтернет-форумів.

У сучасному суспільстві більшість мов знаходяться під прямим впливом Інтернет-комунікації, тому антропонім в Інтернет-просторі продовжує активно вивчатися у різних аспектах. Українська мова не є виключенням, однак відсутність теоретичних праць, присвячених всебічному дослідженню нікнеймів в українській мові в цілому, а також їхніх семантичних особливостей зокрема, зумовлюють **актуальність** теми пропонованого дослідження.

Новизна роботи полягає у тому, що вперше було зроблено спробу проведення комплексного семантичного українських нікнеймів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У нікнеймі зашифрована інформація про самого користувача: крім особистого імені, це може бути вік, стать, професія, хобі, особливості зовнішності або характеру людини, її емоційний стан, уподобання тощо. Через такий широкий спектр інформації, закладеної в сутність нікнейма, існує величезна кількість найрізноманітніших класифікацій і різновидів віртуальних імен, запропонованих різними дослідниками з метою якомога більш точно розкрити зміст мережевих імен.

Слідом за дослідницею Є. О. Сазиною для розкриття семантичної природи нікнеймів здається доречним використовувати класифікацію псевдонімів, запропоновану В. Г. Дмитрієвим у монографії «Скрывшие своё имя», адже нікнейми мають багато спільних рис із псевдонімами (Дмитрієв, 1977).

В основу класифікації, запропонованої В. Г. Дмитрієвим покладено спосіб їхнього утворення. Відповідно до цієї класифікації відібрані лексичні одиниці можна об'єднати у такі основні групи:

1. Автонім (грец. Autos — сам) — справжнє ім'я людини.
2. Алонім (грец. Allos — інший), або гетеронім – прийняті як псевдонім прізвище або ім'я реально існуючої особи (письменника, актора, співака, політичного діяча і т.д.).
3. Геонім (грец. Geo — земля) або топонім (грец. Topos — місце) — псевдонім, пов'язаний із географічним положенням.
4. Геронім — прийняте як псевдонім прізвище літературного персонажа або міфологічної істоти.
5. Зоонім (грец. Zoon — тварина) — підпис, в основу якого покладено назву тварини.
6. Пренонім (лат. Prae — перед) — підпис, що складається лише з імені автора.
7. Титлонім (лат. Titulus — титул) — псевдоніми, що вказують на професію автора, так само як і на його суспільний статус, звання, посаду, хобі.
8. Фізіонім (грец. Physis — природа) — псевдонім, в основу якого покладено назву явища природи.

Попова А.В. Нікнейм як основний засіб самопрезентації віртуальної особистості в інтернет-комунікації: семантична природа та класифікація (на матеріалі української мови)

9. Фітонім (грец. Phytōn — рослина) — псевдонім, в основу якого лягла назва рослини.

10. Френонім (від грец. Fren — розум) — псевдонім, який указує на головну рису характеру автора.

11. Хроматонім (грец. Chrōma — колір, фарба) — псевдонім, в основу якого покладено назву кольору.

12. Ейдонім (грец. Eidos — зовнішність) — імена, що характеризують авторів з фізичного боку.

Семантичні типи нікнеймів, виявлені на основі 500 лексичних одиниць, представлені в Таблиці 1.

Таблиця 1

Семантичні типи нікнеймів в українській мові

№ з/п	Семантичний тип	Кількість одиниць		Приклади
		Абсолютна	Відносна	
1	Пренонім	112	22,4 %	<i>AliSa, Ленка, Ксюшенька</i>
2	Титлонім	78	15,6 %	<i>Старійшина, Генеральний писар, Тітонька Етту</i>
3	Геронім	50	10 %	<i>Фарбований Лис, Білосніжка, медуза горгона</i>
4	Зоонім	36	7,2 %	<i>Їжачок, білочка-пустунка, вівця-</i>
5	Френонім	32	6,4 %	<i>Нечупара, Мрійниця, Шалена Капелюшниця</i>
6	Фітонім	27	5,4 %	<i>Жоржина, Магнолія), конвалія</i>
7	Геонім/топонім	20	4 %	<i>СРСР, Киянин, львів'янка</i>
8	Алонім/гетеронім	19	3,8 %	<i>ТОДОСЬ ОСЬМАЧКА, Наполеон34, Цезар</i>
9	Автонім	15	3 %	<i>Максим Стюфляєв, Микола Шевченко, Сергій Вакуленко</i>
10	Фізионім	15	3 %	<i>ВеСеЛкА, ГРАД, Сонечко</i>
11	Ейдонім	17	3,4 %	<i>Зеленоока, Кароока, красивий українець</i>
12	Еттонім	6	1,2 %	<i>-Українець-, ukrainer, Венгер</i>
13	Хроматонім	5	1 %	<i>Біла миша, БлакитнаНіч, Біла киця</i>
14	Залишкова група	68	13,6 %	<i>Бульбашка..., Гринджолята, Аура</i>
	Усього	500	100 %	

Як демонструє проведене дослідження, в українській Інтернет-антропоніміці автоніми трапляються не часто (3% від загальної кількості одиниць). Це можна пояснити тим, що автонім — це справжнє ім'я людини, а основна мета мережевого імені — приховати справжнє ім'я користувача, дати якомога менше достовірної інформації про учасника Інтернет-комунікації.

До групи автонімів також належать українські мережеві імена, виражені ім'ям та ім'ям по батькові, оскільки це є практично повною формою традиційного українського імені, і дослідники не об'єднують подібні випадки в окрему групу.

Геоніми, імена, пов'язані з географічними назвами, у більшості випадків указують на приналежність людини до певного місця проживання або народження. Серед українських мережевих імен поряд із зрозумілими, що не вимагають пояснень, нікнеймами (*Володимир Одесса, Київ92*) були виявлені такі, до яких необхідно дати коментар. Наприклад, до цієї класифікаційної групи належить нікнейм *Гуцул*, що означає представника етнічної групи українців, які проживають в Карпатах. Мережеве ім'я *Слобожанка* також належить до групи геонімів, бо означає жителя Слобідської України, тобто сучасних територій Харківської та Сумської областей.

Окрему увагу слід приділити алонімам серед українських мережевих імен. Як зазначалося вище, алонім є прийнятим як псевдонім прізвищем або ім'ям реально існуючої особи (письменника, актора, співака, політичного діяча і т.д.). У деяких випадках з українськими нікнеймами буває проблематично визначити, чи належить прізвище або ім'я відомій людині або ж є справжнім прізвищем або ім'ям мовної особистості, яка бере участь у процесі комунікації. Наприклад, досить нескладно розібратися з нікнеймом *Мессі* (Ліонель Мессі—аргентинський футболіст), *Махно* (Нестор Махно — український політичний і військовий діяч), *даВІНЧІ* (Леонардо да Вінчі — італійський художник). Однак, труднощі виникають за аналізу таких прізвищ як *Шевченко* чи *Зварич*, оскільки вони є дуже поширеними й цілком можуть належати учаснику Інтернет-комунікації так, як і вказувати на відомих персоналій (*Шевченко*: від Тарас Шевченко — український поет, чи Андрій Шевченко — український футболіст, *Зварич*—український політичний діяч).

За аналізу алонімів було знайдено кілька окремих випадків, які дослідник Дмитрієв називає напівалонімами. Це псевдоніми, що складаються з поєднання реального прізвища з чужим ім'ям, і навпаки. Наприклад, нікнейм *Дарця_Борхес* можна вважати напівалонімом, тому що перший його компонент — ім'я мовної особистості

Попова А.В. Нікнейм як основний засіб самопрезентації віртуальної особистості в інтернет-комунікації: семантична природа та класифікація (на матеріалі української мови)

(Дарця— Дар'я), а другий — Борхес – прізвище аргентинського письменника Хорхе Луїса Борхеса. Таке поєднання реального імені користувача з прізвищем відомої людини свідчить про особисті переваги, смаки, вподобання Інтернет-користувача, і, як наслідок, використовується віртуальною особистістю з прагматичною метою: повідомити інших користувачів про свої смаки й таким чином знайти потенційних співбесідників зі схожими вподобаннями.

Серед зоонімів можна зустріти окремі види, що є підгрупами цієї групи нікнеймів, наприклад, нікнейми, побудовані на назвах комах — ентомоніми (*Бамблбі* від англійського «*bumble-bee*» - *джміль*), риб — іхтіонім (*Карасик*), птахів — орнітонім (*Ластівочка*). Оскільки ці мережеві імена представлені в дослідженні лише поодинокими випадками, вбачається доцільним не виділяти їх в окремі групи, а об'єднати під заголовком «Зооніми».

Особливістю пренонімів як різновиду мережевих імен в українській мові є наявність великої кількості зменшувально-пестливих форм (*Марічка* — від *Марія*, *Анюта* — від *Анна*, *Ксюшенька* — від *Ксенія*). Характерною рисою цієї групи мережевих імен можна вважати наявність як слов'янських імен, так і іноземних.

Подібний випадок спостерігається серед фітонімів — імен, в основі яких лежить назва рослини: українські назви (*Магнолія*, *Конвалія*) трапляються поряд з англійськими (*Сатоміле* — у перекладі з англійської «ромашка»).

Окремий випадок титлонімів був виявлений серед мережевих імен, що вказують на професію автора, так, як і на його суспільний статус, звання, посаду, хобі, а саме аристонім. Аристонім — це ім'я з додаванням титулу, що найчастіше авторові не належить. Наприклад, нікнейми *Князь Вітольд* або *Його Величність Дмитро* належать до цієї категорії.

У ході дослідження було знайдено 68 одиниць, які є мережевими іменами з різною семантикою, що не належать до певної групи. Серед них варто виділити групу Інтернет-антропонімів, які за своєю семантикою є сумішшю автоніма з пренонімів, адже представлені у вигляді повної форми імені та прізвища, скороченого до однієї літери, або ж у вигляді повної форми прізвища та імені, скороченого до однієї літери (*Володимир_В*, *Павло З.*, *Дана К*, *А. Мертвий*, *К. Савур*).

Крім того, серед мережевих імен з різною семантикою були знайдені імена, що називаються патронімами — псевдоніми, які складаються з імені по батькові автора

(Миколаївна, Васильович), а також нікнейми, які можна віднести до інкогнітонімів — імен, які підкреслюють, що автор хоче залишитися невідомим (*АнонімАнонім, мене тут нема, Чи не має значення хто, Просто я, Йа*).

Висновки. На основі проведеного дослідження теоретичних джерел і практичного матеріалу можна зробити такі висновки. У процесі спілкування в мережі віртуальна особистість конструює власну ідентичність за рахунок самопрезентації. Основним засобом самопрезентації, який надає ідентифікаційну інформацію про користувача, є його ім'я (нік). Нікнейм – слово, словосполучення чи речення, яке використовується віртуальною мовною особистістю під час інтернет-спілкування для саморепрезентації і самопозиціонування. За функціями нікнейм дуже схожий на псевдонім, але існує низка особливостей, яка відрізняє їх. Семантична природа мережеских імен є складною і розкриває їхнє значення. Найчастіше в нікнеймі зашифрована інформація про самого користувача: крім особистого імені, це може бути вік, стать, професія, хобі, особливості зовнішності або характеру людини, її емоційний стан, вподобання тощо. Існує багато класифікацій мережеских імен, побудованих за різними принципами. Використана у дослідженні класифікація дозволила виявити в українській мові 13 семантичних типів нікнеймів. Найбільш численною групою є преноніми, тобто Інтернет-антропоніми, що складаються лише з імені користувача.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. *Аникина Т. В.* Виртуальный антропоним в системе современной коммуникации / Т. В. Аникина // Уральский филологический вестник. – 2012. – №2. – С. 56–59.
2. *Асмус Н. Г.* Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.19 / Нина Геннадьевна Асмус. – Челябинск, 2005. – 191 с.
3. *Балкунова А. С.* Роль сетевого имени (никнейма) во взаимодействии субъектов виртуальной коммуникации: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / А. С. Балкунова. – М., 2012. – 26 с.
4. *Дмитриев В. Г.* Скрывшие своё имя: из истории псевдонимов и анонимов / В. Г. Дмитриев. – М. : Наука, 1977. – 312 с.
5. *Елькина О. М.* Лингво-социокультурные особенности речевой деятельности в сфере компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале англоязычных блогов) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Ольга Михайловна Елькина. — Пятигорск, 2012. — 198 с.
6. *Сазонова Є. О.* Антропонім в Інтернет-комунікації (на матеріалі української, англійської та італійської мов): дис. ... кандидата філол. наук: 10.02.15 / Євгенія Олександрівна Сазонова. – Донецьк, 2013. – 190 с.
7. *Синельникова Л. Н.* Языковая личность vs дискурсивная личность: отношения дополнительности или новая категоризация / Л. Н. Синельникова // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. / ФГБОУ ВПО «ОГИИК». — Орёл : Изд. ООО «Горизонт», 2011. — Вып. 9. — С. 37–44.
8. *Хорикова В. С.* Когнитивный анализ никнеймов пользователей сети Интернет / В. С. Хорикова // Вопросы когнитивной лингвистики. — Тамбов : Изд. Дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2010. — № 3. — С. 64–68.

Попова А.В. Нікнейм як основний засіб самопрезентації віртуальної особистості в інтернет-комунікації: семантична природа та класифікація (на матеріалі української мови)

9. Agha A. Language and Social Relations / A. Agha. — New York :Cambridge University Press, 2007. — 446 p.

10. Bechar-Israeli H. From «Bonehead» to «cLoNehEAd»: Nicknames, Playsand Identity on Internet Relay Chat / H. Bechar-Israeli // Journal of Computer-Mediated Communication. — 1998. — Vol. 1. — № 2. — P. 145–167.

11. Mann C. Internet Communication and Qualitative Research. A Handbook for Researching Online / C. Mann, F. Seward. —London :Sage Publications Ltd., 2000. — 272 p.

12. Wallace P. The Psychology of the Internet / P. Wallace. —Cambridge :Cambridge University Press, 1999. — 264 p.

Стаття надійшла до редакції 20.06.2017