

Чыонг Тхи Суан Хьонг, Киселева Алина

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НИКНЕЙМОВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕНДЕРНО-НЕЙТРАЛЬНЫХ НИКНЕЙМОВ МОЛОДЕЖЬЮ НА ВИРТУАЛЬНЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ПЛОЩАДКАХ

Статья посвящена описанию одного из динамично развивающихся направлений современной лингвистики – виртуальной антропонимики, которая рассматривается в системе социокультурных изменений. Анализируются особенности создания никнеймов. При помощи эксперимента анализируются основные особенности гендерно-нейтральных никнеймов.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/7-1/45.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 7(73): в 3-х ч. Ч. 1. С. 167-170. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/7-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 1751

Статья посвящена описанию одного из динамично развивающихся направлений современной лингвистики – виртуальной антропоники, которая рассматривается в системе социокультурных изменений. Анализируются особенности создания никнеймов. При помощи эксперимента анализируются основные особенности гендерно-нейтральных никонимов.

Ключевые слова и фразы: никнейм; ник; никоним; антропоним; лингвоперсонология; социолингвистика.

Чьюнг Тхи Суан Хыонг

*Московский педагогический государственный университет
xuanhuong203@gmail.com*

Киселева Алина

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
yapluss@yandex.ru*

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НИКНЕЙМОВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕНДЕРНО-НЕЙТРАЛЬНЫХ НИКНЕЙМОВ МОЛОДЕЖЬЮ НА ВИРТУАЛЬНЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ПЛОЩАДКАХ

Желание или необходимость скрыть в письменном сообщении имя отправителя или представить его в кодовом виде, известном либо только самому автору, либо узкому кругу доверенных лиц, давно использовалось в литературе.

В настоящее время в связи с масштабным развитием Интернета в письменных сообщениях все чаще встречается использование никнейма. Присущие ему черты и особенности его функционирования не случайно привлекают к себе в настоящее время все более широкий круг исследователей и заставляют посмотреть на них с научной точки зрения.

Целью нашей работы является сравнительно-сопоставительное исследование предпочтений в выборе никнеймов.

На сегодняшний день анонимность в Интернете является весьма актуальной темой для большинства пользователей сети, в этой связи пользователи социальных сетей оказываются в наименьшей безопасности, так как на данных ресурсах принято представляться под настоящими именами. Однако различные форумы, сайты, блоги не требуют указания настоящего имени и/или фамилии, там их в большинстве случаев заменяют на так называемые «никнеймы» (от англ. *Nickname* – «прозвище») – сетевые имена.

Никнейм (ник, никоним) – это псевдоним, используемый автором на своей странице блога или для общения на форумах в качестве личного сетевого имени, а стало быть, никнейм представляет собой сформировавшийся вид антропонима. Многие современные лингвисты считают никнейм лишь виртуальным антропонимом, но являющимся «микросистемой со своими внутренними закономерностями» [1, с. 24].

По мнению казахстанского исследователя Т. Т. Джарасовой, никнейм «часто является производным от собственного имени или фамилии, имени мифических персонажей или героев, предметов или животных или имеет символическое образное значение» [3, с. 99-100].

Новозеландские исследователи Донна Старкс и Керри Тэйлор считают, что никонимы в Интернете зачастую передают настоящие прозвища их владельцев в реальном мире, которые характеризуются по разным аспектам: весу, росту или цвету волос пользователей, личным привычкам и чертам характера, часто – по способностям или по их отсутствию [22, р. 87].

Характерной особенностью использования никнеймов является частая их смена «носителем», в связи с чем некоторые исследователи считают, что постоянное использование никнеймов в чатах способствует в некотором смысле размытию идентичности [13, р. 110].

По мнению российских исследователей, в частности 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”» [9].

Тем не менее пользователь в любое время может изменить его, как отмечает В. В. Казяба, даже во время непосредственной коммуникации [4, с. 87].

Как отмечает украинский исследователь Е. В. Церахто, исследовавшая классификацию никонимов, «самыми распространенными категориями являются автонимы (собственные имя и фамилия пользователя), ателонимы (сетевое имя, полученное в результате пропуска части букв имени или фамилии) и эйдонимы (сетевое имя, характеризующее наружность автора)» [12].

Однако в исследовании российских ученых А. А. Лунгуль и И. А. Славкиной отмечается, что «среди сетевых имен преобладают никнеймы, созданные по модели словосочетаний и содержащие производные лексические единицы» [5, с. 332].

Гендерные особенности выбора никонима определяются ролевыми стереотипами, различием у мужчин и женщин мотивировок для именованья [2, с. 115].

Тем не менее и для российских, и для англоязычных интернет-форумов характерно культурологическое влияние представления своей личности в Интернете. Например, в исследовании А. Цепковой, изучившей 6000 прозвищ в британском и американском обществе, отмечается, что 38% прозвищ в британской выборке и 54% в американской относятся к культуре конкретных экстралингвистических явлений материального и психического типов, притом что предметы материальной культуры отражены в 64,6% британских прозвищ и в 67% американских [23, p. 832].

Следуя за Л. С. Савицкой, утверждающей, что большинство никнеймов в интернет-форумах несут в себе два противоположных намерения: конспирацию и привлечение внимания [10, с. 60], мы исследовали несколько популярных блогов России, Великобритании, США и Вьетнама (в частности *LiveJournal* (Живой Журнал) [16], *TechCrunch* [19], *Lifehacker* [18], *Gawker* [14], *Mashable* [15], *Twitter* [20] (среди русскоязычных и англоязычных пользователей), *Vietnamesecuisine* [21], *Zalo* [17] (среди вьетнамоязычных пользователей)), чтобы проверить, сохраняется ли эта тенденция.

На сегодняшний день произошло существенное изменение предпочтений в выборе никнеймов, все чаще предпочтение отдается гендерно-нейтральным никам. Так, среди самых часто встречаемых никнеймов в русскоязычных блогах являются следующие онимы: Солнце и Ангел. И если первая лексема характерно выделяется грамматическим родом, то вторая акцентируется на смысловом значении: ангел – нечто неземное, нежное, небесное и бесполое.

Характерной чертой вьетнамских пользователей коммуникативных площадок является широкое использование англоязычных лексем в качестве псевдонимов, при этом никнеймы нередко являются двухсоставными, в составе которых может содержаться настоящее имя человека: *Cường Seven* (*Cường* – имя, *Seven* – никнейм), *Tiên Cookie* (*Tiên* – имя, *Cookie* – никнейм), *Anna Truong* (использование иностранного имени в качестве никнейма, а *Truong* – фамилия).

Другой особенностью в выборе никнеймов среди вьетнамских пользователей форумных интернет-площадок является использование китайского языка, который по-прежнему сохраняет культурное влияние на соседнюю страну. Такими примерами могут стать следующие никнеймы вьетнамоязычной аудитории Интернета: *Hà Băng* («летний снег»), *Lệ Băng* («красивый лед»), *Vân Du* («плывущее облако»).

Отметим, что большое количество никнеймов во вьетнамской зоне сети Интернет носит гендерно-нейтральный оттенок: *Thanh Tâm* («чистое сердце»), *BlueSky*, *Vô Danh* («человек без имени»).

В английском языке отсутствие грамматической категории рода приводит к еще большему числу гендерно-нейтральных 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 имянаращения своей виртуальной личности, вроде *Wind* (Ветер), *River* (Река), *Stone* (Камень), *Sun* (Солнце), ничего нам не говорят о поле человека.

Однако по-прежнему большое количество никнеймов на англоязычных форумных площадках и блогах все же носит характерный гендерный оттенок: *Balls* (Яйца), *TheTrunk* (Торс), *Shift* (Сорочка).

Такой же оттенок носят никонимы на вьетнамских сетевых площадках: *hoàng tử cô đơn* («мальчик»), *cô nàng đồng dãnh* («девочка»).

Примечательно, что, уходя от подобных (во многом сексистских) сетевых антропонимов, современная молодежь предпочитает использовать гендерно-нейтральные никнеймы, иногда перенося их в реальный мир. Это в равной степени характерно как для англоязычных, так и для русскоязычных и вьетнамоязычных пользователей форумных площадок и блогерства.

Так, действительно существующие онимы *Lux* (Люкс), *Juno* (Джуно), *Reyes* (Рейес), *Amaro* (Амаро), *Willow* (Ива) благодаря социальной сети *Instagram*, использующей данные лексемы в качестве названий фильтров к фотографиям, стали популярны среди американских, британских, вьетнамских, даже российских родителей.

Таким образом, суждение о том, что составление пользователем никнеймов несет в себе два противоположных намерения: конспирацию и привлечение внимания, – не всегда правомерно для современных пользователей блогов и форумов, где часто используют в качестве ника автоним.

С другой стороны, как уже отмечалось выше, на виртуальных коммуникативных площадках увеличивается число гендерно-нейтральных никнеймов.

Для проверки нашего замечания о тенденциозности данного явления, а также для изучения особенностей образования никонимов мы провели эксперимент, в котором приняли участие студенты и аспиранты социологического факультета МГУ и института иностранных языков МПГУ в количестве 48 человек – все активные акторы коммуникативных процессов в Интернете, представляющие 3 страны – Россию, Вьетнам, Великобританию. Каждую страну представляло 16 участников (студенты вышеуказанных учебных заведений в равном количестве – по 8 человек от каждого университета). Все три страны представлены одинаковым количеством мужчин и женщин. Возраст участников 21-26 лет. Эксперимент заключался в самостоятельном имянаращении своей виртуальной личности никонимом для молодежного интернет-форума. На выбор никнейма отводилось 24 часа. Опрос проводился на площадке социальных сетей «ВКонтакте» [6], «Фейсбук» [7] и посредством системы опросов «Google Forms» [8]. Результаты эксперимента мы приводим ниже.

В ходе эксперимента многие его участники выбрали никнеймы, так или иначе указывающие на их пол, среди которых, например, были следующие антропонимы: Радость, Агонь, КРОТ и Кактус (все указывают на категорию рода).

Некоторые никнеймы отображали явления природы и тела окружающего мира – Солнце, Небо, Агонь (15% никнеймов по результатам эксперимента); другие – эмоциональные состояния человека – Счастье, Радость, Неболь (10%).

Часть никонимов в ходе эксперимента трансформировались из сочетаний лексических единиц: Клетчатые Штаны; в некоторых отчетливо различались предикаты локализации: Полярный Мишка; в других – отсылка на миф: *tóc kỳ diệu* («волшебные волосы») (количество таких никнеймов по результатам эксперимента составило 15%).

Некоторые никнеймы полностью соответствуют общепринятым онимам (именам и фамилиям), но в русском языке имеющим гендерно-нейтральную коннотацию: Мишель, Адем, Витель, *Sagan*. В некоторых случаях никоним полностью соответствовал имени человека: Ариэль, Саша, *Deli*, Айлы (20% от общего числа никнеймов).

В образовании новых онимов или «новом имятворчестве» [11, с. 25] отчетливо просматривается тенденция упрощения имени, благодаря чему появляются никнеймы, этиология которых ясна только их владельцам: +, =, Кря, Яя, *Nix*, *Trix* (таких примеров набралось 7% от общего числа никнеймов).

Среди вьетнамских студентов отмечалось частое использование зоонимов: *Mèo mun* («черная кошка»), *Cún yêu* («милая собачка»), *Thỏ xinh* («милый кролик») (их набралось также 7%).

Также характерной чертой вьетнамоязычных студентов, участвовавших в эксперименте, было использование никонимов с отсылочным значением на миф: *Tóc Tiên* («волшебные волосы»), *Vân Du* («парящий в облаке»), процентное соотношение таких никонимов составляет порядка 40% среди никнеймов, которые были образованы из сочетаний лексических единиц (см. выше).

Исследовав выбранные в ходе эксперимента студентами никнеймы, мы выяснили, что 53% никнеймов действительно являются гендерно-нейтральными, 47% так или иначе указывали на гендер человека (если брать во внимание наряду с семантическим значением и категорию рода в русском языке).

Симпликационные никнеймы и никнеймы, составленные по модели словосочетания (*АРТК, imperativ. kategoricheskyyi*, смотря о чем форум, *Youth network* (Молодежная сеть), Всевидящее Око), участниками были придуманы, вероятно, для того, чтобы привлечь внимание к своей виртуальной личности. Данную группу никнеймов мы также отнесли к гендерно-нейтральным. Таким образом, общие правила образования никнеймов характерны и для гендерно-нейтральных никонимов, однако при продумывании псевдонимов в Интернете данная группа никонимов полностью отказалась от стереотипных лексем, несмотря на то, что использование категории рода в составлении никнеймов для эксперимента позволялось.

Особенностью вьетнамских никонимов по-прежнему остается использование одного из своих настоящих имен наряду с соседствующим с ним никнеймом, а также широкое использование в качестве никнеймов словосочетаний, часто мифологизированных. Еще одной характерной чертой вьетнамоязычных пользователей сети Интернет является использование зоонимов, хотя эта тенденция характерна и при составлении никнеймов на других языках (например, англоязычные никнеймы: *Spider* (Паук), *Sunnyrabbit* (Солнечный кролик)). Использование китаизмов в качестве никнеймов особенно четко прослеживается у жителей северной и центральной частей Вьетнама, в которых сохраняется влияние китайской культуры (хотя это в целом свойственно и для столичного региона). Использование англоязычных никнеймов отмечается и у вьетнамских, и у российских пользователей сети.

В ходе исследования выяснилось, что гендерно-нейтральные никнеймы имеют довольно большую популярность у молодежи, особенно это заметно на примере англоязычных пользователей сети.

Таким образом, тенденция к росту числа гендерно-нейтральных никонимов в Интернете сохраняется, по-видимому, вместе с изменениями социального характера – трансформацией ценностей и идентичностей молодежи.

Список источников

1. Авчиева Д. Т. Структурно-семантические особенности никнеймов современного русского языка полиэтничного города: автореф. дисс. ... к. филол. н. Махачкала, 2016. 25 с.
2. Аникина Т. В. Сопоставительное исследование виртуального антропонимикона англоязычных, русскоязычных и франкоязычных чатов: дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2011. 224 с.
3. Джарасова Т. Т. Псевдонимы как особый вид антропонимов // Вестник Казахского национального университета. 2012. № 3 (137). С. 96-100.
4. Казяба В. В. Структурно-семантические особенности никнеймов немецкоязычной ICQ-коммуникации (на материале никнеймов девочек-подростков) // Вестник Поморского университета. 2011. № 2. Серия «Гуманитарные и социальные науки». С. 86-89.
5. Лунгуль А. А., Славкина И. А. Лексико-грамматические особенности никнеймов // Научный альманах. 2016. № 4 (18): в 4-х ч. Ч. 4. С. 330-332.
6. Опрос в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] // Личный архив авторов Чьонг Тхи Суан Хьонг, А. Киселевой. URL: https://vk.com/alik2010?z=photo396083580_456239072%2Fphotos396083580 (дата обращения: 28.02.2017).
7. Опрос в социальной сети «Facebook» [Электронный ресурс] // Личный архив авторов Чьонг Тхи Суан Хьонг, А. Киселевой. URL: <https://www.facebook.com/huong.truong.982/posts/1585716921446778> (дата обращения: 28.02.2017).
8. Опрос посредством социального сервиса «Google Формы» [Электронный ресурс] // Личный архив авторов Чьонг Тхи Суан Хьонг, А. Киселевой. URL: https://vk.com/photo396083580_456239073 (дата обращения: 22.03.2017).
9. Рянская Э. М., Балкунова А. С. Сетевое имя (никнейм) как языковой знак [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik.nvsu.ru/arhiv/27/174.pdf> (дата обращения: 20.03.2017).

10. Савицкая Л. С. Никнейм (ник) как средство выражения модуса высказывания (на материале интернет-дневников) // Мир русского слова. 2009. № 1. С. 58-61.
11. Суперанская А. В. Как вас зовут? Где вы живете? М.: Наука, 1964. 94 с.
12. Церахто Е. В. Семантические особенности никнеймов (на материале англоязычных спортивных форумов) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sworld.com.ua/konferm1/190.pdf> (дата обращения: 17.03.2017).
13. Asmolov A. G., Asmolov G. A. From We-media to I-media: identity transformations in the virtual world // Psychology in Russia: State of the Art. M.: Russian Psychological Society, Lomonosov Moscow State University, 2009. Vol. 2. P. 101-123.
14. <http://gawker.com> (дата обращения: 24.03.2017).
15. <http://mashable.com> (дата обращения: 25.03.2017).
16. <http://www.livejournal.com> (дата обращения: 22.03.2017).
17. <http://zalo.me> (дата обращения: 22.03.2017).
18. <https://lifehacker.ru> (дата обращения: 22.03.2017).
19. <https://techcrunch.com> (дата обращения: 22.03.2017).
20. <https://twitter.com> (дата обращения: 23.03.2017).
21. <http://vietnamese-cuisine.com> (дата обращения: 21.03.2017).
22. Starks D., Taylor-Leech K. A research project on nicknames and adolescent identities // New Zealand Studies in Applied Linguistics. 1997. № 17(2). P. 87-97.
23. Tsepkova A. Nicknames and culture: Analysing anthroponymic nicknames, reflecting cultural realia // Name and Naming: proceedings of the second International Conference on Onomastics: onomastic in contemporary public space (Baia Mare. May 9-11. 2013). Cluj-Napoca: Argonaut, 2013. P. 831-838.

PECULIARITIES OF NICKNAMES FORMATION AND USING GENDER-NEUTRAL NICKNAMES BY YOUNG PEOPLE ON VIRTUAL COMMUNICATIVE PLATFORMS

Chyong Tkhi Suan Khyong

*Moscow State Pedagogical University
xuanhuong203@gmail.com*

Kiseleva Alina

*Lomonosov Moscow State University
yapluss@yandex.ru*

The article is devoted to the description of one of the dynamically developing areas of modern linguistics – virtual anthroponomy, which is considered in the system of sociocultural changes. The peculiarities of creating nicknames are analyzed. With the help of the experiment the main features of gender-neutral nickonyms are analyzed.

Key words and phrases: nickname; nick; nickonym; anthroponym; linguopersonology; sociolinguistics.

УДК 81:38

В статье раскрывается семантический механизм комического. Автор рассматривает условия, необходимые для того, чтобы возник комический эффект (наличие у дискурса двух семантических планов; приятность скрытого смысла реципиенту, наличие творческого акта, совершаемого реципиентом; наличие у автора дискурса и реципиента общей апперцептивной базы), а также демонстрирует основные приемы комического.

Ключевые слова и фразы: комическое; комический эффект; семантический механизм комического; приемы комического; юмор; смех.

Шоков Николай Николаевич, к. филол. н., доцент

*Белгородский университет кооперации, экономики и права
nikos1954@mail.ru*

СЕМАНТИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ И ПРИЕМЫ КОМИЧЕСКОГО

Когда человек смеется, его на мгновение захлестывает ощущение счастья, поэтому комическое высоко ценится людьми и находит широкое применение и в устном бытовом общении, и в литературных текстах.

Комическое – это способность дискурса вызывать у адресата бурную радость, порождающую смех.

Под дискурсом мы понимаем не только вербальное высказывание, но и воспринятый и осмысленный реципиентом эпизод из реальной жизни или из фильма.

Существуют десятки теорий комического [3]. Многие из них содержат зерна истины, но ни одна из них не дает исчерпывающего объяснения всех случаев смешного. Цель нашей статьи – описать семантический механизм и приемы комического.

Чтобы возник комический эффект, необходимо наличие нескольких условий.

Первое – наличие у дискурса минимум двух семантических планов: буквальный поверхностный смысл и скрытый глубинный смысл. Буквальный смысл, складывающийся из значений слов, образующих высказывание, является знаком (признаком, деталью) скрытого смысла. Приведем пример.