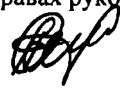


0-795221

На правах рукописи



**БАЛКУНОВА АЛЕКСАНДРА СЕРГЕЕВНА**

**РОЛЬ СЕТЕВОГО ИМЕНИ (НИКНЕЙМА)  
ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ СУБЪЕКТОВ  
ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Специальность 10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва - 2012

Работа выполнена на кафедре лингвистики и перевода гуманитарного факультета Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Нижевартовский государственный гуманитарный университет»

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, доцент  
**Рянская Эльвира Михайловна**

**Официальные оппоненты:** доктор филологических наук, профессор  
**Радченко Олег Анатольевич**

кандидат филологических наук, доцент  
**Ухова Лариса Владимировна**

**Ведущая организация:** **ФГБОУ ВПО «Иркутский  
государственный лингвистический  
университет»**

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ



0000787796

Защита состоится 25 апреля 2012 года в 11 часов на заседании диссертационного совета Д 850.007.08 по защите докторских и кандидатских диссертация по адресу: 105064, г. Москва, Малый Казенный пер., 5Б, ауд. 331.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГБОУ ВПО города Москвы «Московский городской педагогический университет».

Автореферат разослан «17» марта 2012 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Лягушкина Н.В.

Реферируемое диссертационное исследование посвящено изучению роли сетевых имен (никнеймов / ников) в процессе взаимодействия субъектов коммуникации в Интернет-чате.

Общение посредством Интернета особенно важно для тех людей, чья реальная жизнь по тем или иным причинам межличностно обеднена. Они используют Всемирную сеть как альтернативу своему непосредственному (реальному) окружению. Интернет (в частности чат) играет значительную роль в организации такого вида электронного общения как социальное взаимодействие между людьми. Интернет-чат (ICQ) – служба мгновенного обмена сообщениями в сети Интернет, а также вид диалоговой или полилоговой виртуальной коммуникации, где средством самопрезентации признано считать никнейм.

Изучение сетевого имени началось сравнительно недавно, однако уже намечены определенные направления в рассмотрении данного феномена в рамках коммуникативной лингвистики. Обращение к специфике никнеймов связано главным образом с исследованием проблем виртуального дискурса (Н.Г. Асмус, Н.А. Ахренова, К.С. Цибизов), искусственной номинации (Т.В. Аникина, Е.А. Кондесвитная, В.В. Мизин, Л.В. Шалина, А. Martin), Интернет-коммуникации (Н.Е. Бажайкин, А.В. Жичкина, И.И.Зубова, Н.Д. Чеботарева).

В отличие от существующих работ по проблеме функционирования сетевых имен данное исследование не ограничивается рамками описания лингвистических и прагмалингвистических особенностей никнеймов. Значимость рассматриваемой в работе темы определяется необходимостью изучения этого явления как языкового средства, способного помочь составить представление о структуре виртуальной личности как новой реалии в теории коммуникации.

**Актуальность исследования** определяется интересом к никнейму как перспективному объекту многоаспектного анализа, потребностью описания сетевого имени как новой ономастической единицы в виртуальной реальности (в чате, блоге, форуме, игре), недостаточной обоснованностью номенклатур разновидностей никнейма, также необходимостью изучения функциональных особенностей сетевого имени как малоизученного явления в виртуальной коммуникативной среде.

**Научная новизна исследования** заключается в том, что в нем представлен новый взгляд на статус никнейма как особой группы имен собственных, проведено полиаспектное функциональное исследование рассматриваемых языковых единиц, выявлены их фонетические, графические, орфографические, словообразовательные, морфологические, лексические, эмоционально-экспрессивные и функционально-стилевые, психолингвистические особенности. **Впервые**, на основе свободного ассоциативного эксперимента (САЭ), предпринята попытка представить виртуальную языковую личность коммуниканта в чате через процесс восприятия сетевого имени.

В основу настоящего исследования положена следующая **гипотеза**: глобальное распространение Интернет-коммуникации привело к

популяризации особой интерактивной среды общения (Интернет-чатов) в режиме он-лайн, где основным условием пользовательской идентификации является сетевое имя, которое выступает как языковой код, вербализующий образы, создаваемые в процессе кодирования и декодирования информации о виртуальной личности.

В результате исследования языковых единиц можно констатировать, что субъект «репрезентирующий» реализует ономаσιологический путь (от смысла к выражению), осуществляя выбор коммуникативных стратегий и тактик, субъект «воспринимающий» – семасиологический путь (от формы к декодированию смысла), опираясь на личный опыт, социально-психологические установки и стереотипы.

**Объектом исследования** является сетевое имя (синонимы: «никнейм», «ник», «виртуальное имя»), используемое пользователями Интернет в процессе виртуальной коммуникации.

**Предметом исследования** послужили обусловленные спецификой Интернет-коммуникации лингвистические особенности никнеймов и их функциональные свойства, выявляемые в условиях свободного ассоциативного эксперимента.

**Теоретической базой** исследования послужили отдельные теоретические положения, представленные в трудах специалистов в области отечественной и зарубежной лингвистики:

теория имени собственного (В.Д. Бондалетов О.Е. Вороничев, А.К. Матвеев, Д.Э. Розенталь, А.В. Суперанская, С.Н. Смольников) – особенности антропонимической лексики и конкретно-референтных собственных именовании;

теория номинации (В.Н. Белоусов, В.В. Виноградов, Л.А. Введенская, М.В. Голомидова, В.Г. Дмитриев, Е.А. Земская, В.П. Изотов, Е.С. Кубрякова, В.В. Лопатин, О.А. Радченко, Н.М. Шанский) – взаимосвязь пограничных языковых явлений в имятворчестве, ресурсы и средства именования;

теория лингвистического знака (Н.Ф. Алефиренко, Н.Г. Комлев, В.А. Пищальникова, И.В. Привалова, Е.В. Рахилина, В.М. Солнцев, В.Н. Телия, G.Frege) – структура и значение имени собственного как лингвистического знака;

теория коммуникации (К. Ажеж, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, Н.Г. Кобозева, В.В. Красных, З.Д. Попова, И.А. Стернин, В. Agger, L.Altman, M. Gauvain) – проблематизация понятий «языковая личность», «коммуникативная личность», «виртуальная языковая личность», механизмы взаимодействия субъектов коммуникации;

область психологии и психолнгвистики (В.П. Белянин, А.Е. Войскунский, И.Н. Горелов, А.В. Жичкина, А.А. Залевская, А.Н. Леонтьев, А.Л. Леонтьев, И.О. Мазирка, К.Ф. Седов, Р.М. Фрумкина, Charles E. Osgood, Thomas A. Sebeok) – проблемы коммуникативного взаимодействия, в том числе роль имени в восприятии личности.

Для иллюстрации теоретических положений, обоснованных в работе, применялись принципы ассоциативной экспериментальной методологии (К.И.

Белоусов, Р.К. Блэшфилд, Е.И. Горошко, Н.Г. Загоруйко, А.А. Залевская, Ю.Н. Караулов, И.Д. Мандель, М.С. Олдендерфер, И.Е. Привалова, Е.Ф. Тарасов, В.Г. Шуметов, Л.В. Шуметова).

**Материалом** для исследования послужила сплошная выборка 1000 никнеймов, извлеченных из каталога Интернет-программы ICQ (Айсикуью – 'I seek you' – 'Я ищу тебя') на территории Ханты-Мансийского автономного округа-Югры. Выбор региона вызван интересом к территории, характеризующейся своей обширностью (пятое место по площади среди других округов в России), удаленностью от центра страны, национальным разнообразием населения (русские украинцы, татары, башкиры, азербайджанцы, белорусы, ханты, чуваша, молдаване, манси, кумыки, лезгины, немцы, марийцы, чеченцы, армяне, мордва, таджики, узбеки, казахи, удмурты, коми, коми-пермяки и др.). Перечисленные факторы расширяют круг коммуникативных потребностей и могут служить основой для выявления специфических свойств взаимодействия коммуникантов обозначенного виртуального пространства.

**Цель** диссертационной работы – рассмотрение специфики никнейма как основного средства самопрезентации виртуальной языковой личности в Интернет-чате, а также как посредника виртуальной коммуникации между субъектом «самопрезентации» и «познающим» субъектом.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1) определить статус никнейма, его место в ономастической системе языка как явления искусственной номинации, рассмотреть сетевое имя в ряду псевдонимов, окказионализмов и неологизмов;

2) проанализировать существующие классификации никнеймов, выявить их достоинства и недостатки, составить собственную (поуровневую) классификацию рассматриваемых языковых единиц;

3) уточнить структурно-графические, орфографические, словообразовательные, морфологические, лексические, эмоционально-экспрессивные, функционально-стилевые, психолингвистические особенности никнеймов;

4) рассмотреть понятие виртуальной языковой личности, ее структуру, специфику сетевого имени как ее языкового кода;

5) провести свободный ассоциативный эксперимент с использованием никнеймов в качестве слов-стимулов, проанализировать полученные данные, сопоставив ответы-реакции респондентов с информацией носителей сетевых имен;

6) исследовать в рамках свободного ассоциативного эксперимента процесс первичного восприятия субъекта саморепрезентации познающим субъектом посредством никнейма.

Методы и приемы анализа определяются поставленными задачами, теоретической и практической направленностью исследования, характером анализируемого материала. В процессе работы использовались следующие **методы и приемы исследования**: метод сплошной выборки, классификации, описательный (приемы: наблюдения, типологизации, обобщения,

интроспекции, интерпретации), свободный ассоциативный эксперимент, сопоставительный, семантико-стилистической, психолингвистический, статистический (количественный анализ данных).

Исследование носит междисциплинарный характер, включает данные лингвистического анализа, учитывает психолингвистический, социолингвистический, прагматический компоненты рассматриваемого языкового явления.

**Теоретическая значимость** работы заключается в дальнейшем развитии методики изучения новых языковых явлений в сфере виртуальной коммуникации, а также в рассмотрении проблемы функционирования сетевых имен в контексте компьютерно-опосредованного общения. Полученные результаты углубляют представление о специфике никнейма как способе идентификации языковой личности в виртуальной коммуникативной среде в рамках чата.

**Практическая ценность** настоящего исследования определяется возможностью использования его результатов в лекционных курсах и на практических занятиях по языкознанию, современному русскому языку, в спецкурсах по психолингвистике, межкультурной коммуникации, ономастике, социолингвистике, прагмалингвистике, компьютерной лингвистике, основам киберлингвистики.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Сетевое имя занимает особое место в ономастической системе языка как явление искусственной номинации, обладая рядом признаков, сближающих его с псевдонимами и по отдельным параметрам – с окказионализмами и неологизмами. Основными признаками, определяющими специфику никнейма, являются определенность номинации, наличие единичной референции, семантические и структурные особенности, большая эксплицированность коннотативного и прагматического компонентов, обусловленная коммуникативной направленностью.

2. Для описания никнеймов применим уровневый принцип (от формы к содержанию, от структурно-графического до функционального), позволяющий составить комплексную классификацию сетевых имен, отличающуюся от существующих, большинство которых ориентируется на классы псевдонимов.

3. Структура виртуальной личности, включающей в себя все признаки языковой и коммуникативной личности, представляет собой совокупность когнитивного, психологического, социального, прагматического и вербально-семантического (индивидуально-стилевого) компонентов. В зависимости от ментальных установок субъектов коммуникации (самоидентификация или «дешифровка») те или иные компоненты совмещаются, формируя основу концептов «Я» или «Он / Она».

4. Никнейм рассматривается как феномен двустороннего порядка, включающий механизмы кодирования и декодирования. Субъект «репрезентирующий» реализует посредством сетевого имени стратегии и тактики самоидентификации и воздействия на коммуникантов. Субъект «воспринимающий», опираясь на личный опыт и на социально-

психологические (оценочные, ценностные, стереотипные) установки, осуществляет благодаря никнейму идентификацию его носителя. Результатом когнитивной деятельности обоих субъектов является оформление разноплановых личностных образов.

5. Результаты свободного ассоциативного эксперимента свидетельствуют о том, что использование лексем, содержащих в своей структуре определенные модификаторы смысла или имплицитную экстралингвистическую информацию, является средством концептуальных преобразований, формирующих в сознании познающего субъекта новый образ (или образы) виртуальной личности.

**Апробация исследования.** Основные положения данного диссертационного исследования излагались автором в выступлениях на научных конференциях различного уровня, в том числе на IV Международной научно-практической Интернет-конференции «Открытые эволюционирующие системы» (Киев, сентябрь – ноябрь 2008 г.), VI Межвузовской Международной итоговой научно-практической конференции студентов «Студенческая наука: взгляд молодых» (Челябинск, ЮУИУиЭ, 9 июня 2009 г.), II Международной научно-практической Интернет-конференции «Гуманитарные науки в современном мире» (Тамбов, Тамбовский филиал ОРАГС, 26 октября – 8 ноября 2009 г.), VII Международной научной конференции «Деятельностное понимание культуры как вида человеческого бытия» (Нижевартовск, НГТУ, 3 декабря 2009 г.), Международной научной конференции молодых ученых «Научное творчество XXI века» (Красноярск, НИИЦ, 17 апреля – 28 апреля 2010 г.), Международной научно-практической конференции «Молодежь в социальном взаимодействии: социальная активность, интеграция» (Челябинск, ЧелГПУ, 1 декабря 2010 г.), III Международной научной конференции «Актуальные проблемы современного научного знания» (Пятигорск, ПятГФА, 11 – 12 января 2010 г.), II Всероссийской научной конференции с международным участием «Научное творчество XXI века» (Красноярск, НИИЦ, март 2010 г.), Всероссийской Межвузовской научной конференции «Герценовские чтения (Иностранные языки)» (Санкт-Петербург, РГПУ им. А.И. Герцена, 28 – 29 апреля 2010 г.), XVII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, 12 – 15 апреля 2010 г.), III Международной научно-практической Интернет-конференции «Гуманитарные науки в современном мире» (Тамбов, Тамбовский филиал ОРАГС, 1 ноября – 8 ноября 2010 г.), Международной заочной научно-практической конференции «Наука сегодня: теоретические аспекты и практика применения» (г. Тамбов, 28 октября 2011 г.), Международной научно-практической конференции «Современная психология: теория и практика» (Москва, НИИЦ ИСИ, 30 декабря 2011 г.).

Основные положения проведенного диссертационного исследования отражены в 19 публикациях общим объемом в 5,7 п. л. (из них 2,1 п. л. – в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки России).

Диссертация обсуждалась на заседаниях кафедр романо-германской филологии (2008, 2009 гг.), лингвистики и перевода (2010, 2011 гг.) ГОУ ВПО «Нижевартовский государственный гуманитарный университет».

**Объем и содержание работы.** Поставленная цель и задачи исследования определили структуру работы (объем 261 страница), состоящей из введения, двух глав, состоящих из разделов и сопровождающихся выводами; заключения, списка использованной литературы, включающего 220 наименований, в том числе 26 на иностранных языках, списка использованных словарей и справочной литературы, а также Интернет-ресурсов и Приложений.

**Во введении** обосновывается тема диссертации, ее актуальность, научная новизна, теоретическая значимость, практическая ценность, формулируются гипотеза работы, цель и задачи, используемые в ходе анализа методы и приемы, определяются объект и предмет исследования, приводятся положения, выносимые на защиту, теоретическая база и материалы исследования, намечаются возможности использования полученных результатов.

**В первой главе** «Общая характеристика никнеймов как части ономастической системы языка» решается вопрос о статусе сетевых имен: рассматриваются вопросы о месте никнеймов в ономастической системе языка, в ряду окказионализмов и неологизмов, о никнейме как явлении искусственной номинации; анализируются подходы к классификации никнеймов, предлагается поуровневое описание исследуемых языковых единиц.

**Во второй главе** «Никнейм как посредник виртуальной коммуникации между субъектом «самопрезентации» и «познающим» субъектом» дается характеристика никнейма как языкового кода виртуальной языковой личности, рассматривается понятие виртуальной языковой личности и ее структура, проявление структурных особенностей виртуальной языковой личности при участии сетевого имени; анализируются понятия «субъект репрезентирующий» и «субъект познающий»; описывается методика проведения свободного ассоциативного эксперимента, анализируются полученные данные экспериментального исследования о роли никнейма в формировании концептов «Я» и «Он / Она» в виртуальном коммуникативном пространстве; путем сопоставительного анализа выявляются особенности кодирования и декодирования информации, содержащейся в никнейме; дается характеристика ассоциативного поля восприятия сетевых имен, анализируются языковые факторы, формирующие образ «Он / Она».

**В заключении** обобщаются результаты и подводятся итоги проведенного исследования, намечаются перспективы дальнейшей работы.

**Приложение** содержит таблицу никнеймов, извлеченных из каталога Интернет-программы ICQ, расшифровки никнеймов их носителями, карточку участника свободного ассоциативного эксперимента, ассоциации на слова-стимулы.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Сетевое имя (никнейм, ник) как виртуальное имя собственное, условное или вымышленное компьютерное имя, художественный образ, который пользователи создают для личного общения в сети, представляет собой достаточно новое явление в ономастике, поэтому статус его окончательно не определен. В немногочисленных исследованиях, посвященных этому явлению номинации, никнейму отводится место в ряду различных единиц: псевдоним, кличка, прозвище, *sobriquet*, *urnom*, *byname*, *moniker* и т.д. [Аникина 2010: 74; Ахренова 2009: 5; Башаева 2007; Вальтер, Мокиенко 2005: 64; Волкова 2004: 11; Голомидова 2005: 11; Концесвитная 2003: 136; Робустова 2009: 10; Цибизов 2009: 233; Шалина 2005: 43; Fabre 1998, Martin 2006].

Как антропоним никнейм входит в ряд имен людей, представленных как различными формами, так и отдельными типами, рассматриваемыми с позиций ресурсов именования. Обладая основными признаками имен собственных, прежде всего, такими как единичность и определенность номинации, наличие референции, семантической и структурной специфики, сетевые имена входят в сферу «актуальной антропонимии» [Смольников 2005: 29], т.е. являются результатом речевой номинации и используются для обозначения индивидов. При этом как явление искусственной номинации никнеймы обладают рядом свойств, позволяющих говорить об их особом месте в ономастической лексике. Единичность и определенность номинации никнеймов проявляется в том, что они являются результатом самономинации: носители виртуальных имен являются их авторами. Семантические особенности никнеймов определяются конкретными признаками, которые имплицитно выводятся самим коммуникантом, исходя из собственных интенций.

Функциональная особенность никнеймов, заключающаяся в самонаименовании, позволяет отграничивать их от прозвищного лексикона, хотя и те, и другие характеризуют и индивидуализируют объект (лицо) по определенному, чаще всего, оценочному признаку и обладают свойством открытого ряда, т.е. неисчерпаемостью материала для их образования.

По своей характеристике вымышленного имени, заменяющего настоящее имя и придуманного его носителем, никнейм может быть отнесен к псевдонимам, но с определенной оговоркой. Основное их сходство базируется на признаках индивидуальной принадлежности, самоназвания, самоидентификации, мотивированности, ограниченности сферы употребления. Отличие состоит в большей эксплицитности прагматического компонента, обусловленной сферой использования в сети Интернет как особого вида коммуникативного пространства.

Сравнительный анализ сетевых имен со смежными явлениями в номинации – окказионализмами и неологизмами выявил ряд общих признаков: необщепринятость, яркость и изобразительность, экспрессивность (*МИФ ДРЕВНИХ*, *БеСтИя*, *MaPиH4иk*, *Настена=*), *про100ОЛЯ*, *love-me-not?* *Шветка*). Окказиональный характер никнейма проявляется в том, что он

существует в том контексте, где появился, и сохраняет связь с автором имени, т.е. является продуктом его творчества.

Итак, сопоставление пограничных единиц номинации позволило выдвинуть на первый план ряд признаков, характеризующих никнеймы как особую разновидность антропонимов, функционирующих в ограниченной среде виртуального коммуникативного пространства: индивидуальная принадлежность, самоназывание, самоидентификация, мотивированность, высокая степень эксплицитности прагматического компонента.

Интерес к специфике сетевых имен неизбежно приводит к проблеме изучения их разновидностей. Анализ имеющихся классификаций сетевых имен, предпринимаемых как лингвистами [Голомидова 2005; Вальтер 2005; Мизин 2007; Цибилов 2009; Никифорова 2009; Аникина 2010; Зубова 2010], так и самими носителями никнеймов, позволяет судить о нечеткости критериев или смешении подходов к их описанию, об отсутствии унифицированной терминологии. Проявляется тенденция к использованию в качестве основы для классификации принципов описания классов псевдонимов.

В реферируемой работе для решения задач исследования был выбран уровневый принцип классификации, включающий фонетический, структурно-графический, словообразовательный, лексико-семантический, стилистический, функциональный анализ, который позволяет увидеть комплексную картину формирования и употребления никнеймов.

Рассмотрение фонетических, структурно-графических и орфографических особенностей ников позволило установить следующее:

а) преобладает группа однословных никнеймов (*Малыш, Кадриль, Катюха*);

б) широко используется в графическом облике ников латиница вместо кириллицы, смешение английских и русских слов, их частей, свободное соединение кириллицы с латиницей, связанное с распространением английского языка в мире как языка науки, техники и Интернет-технологий (*drug, everest, podushka, poluncew, CanyPuk*);

в) с целью привлечения внимания в никах часто применяются графические символы, наблюдается намеренное пренебрежение действующими орфографическими нормами русского языка (эратив), например, *aleskarmatedov* (имя и фамилия написаны без пробела), *либёнок, красавчег* (вместо «красавчик»), "::*Naden'ka*::";

г) большинство никнеймов благозвучны (*Татьяна, Принцесса, bercut*);

д) средняя длина ника – три слога, как и в большинстве слов русского языка (*Дашечка, marusa, newuser*).

Грамматические особенности никнеймов состоят в преобладании имен существительных. Имена прилагательные, местоимения, числительные, глаголы, именные словосочетания, а также звукоподражательные слова, сочетания «частица + существительное» представлены в значительно меньшем количестве. Каждая часть речи, представленная в никнеймах, имеет свою систему словообразовательных средств – совокупность словообразовательных моделей.

Процентное соотношение словообразовательных типов наглядно демонстрирует Диаграмма 1.

Диаграмма 1.

**Количественное соотношение словообразовательных моделей  
(по способам их образования)**



Как видно из диаграммы, самая продуктивная группа никнеймов – суффиксальные именные образования (самые регулярные и продуктивные словообразовательные единицы: *-к-* (80%), *-ик-* (18%), *-er-/-or* (2%). В основном это имена существительные с уменьшительно-ласкательным значением, обычно с оттенком положительной оценки (*Клубничка, киска*). Кроме этого используются сочетания с оценочными прилагательными (*Сочная Ленка, Sweet cat*). Уступает суффиксальному и по количеству продуктивных моделей, и по богатству экспрессивных оттенков префиксальный способ словообразования (*Неангел*).

В исследуемом материале также встретились следующие словообразовательные модели: сращение, сложение, аббревиация, например, *hotstuff* (от англ. *hot+stuff* – хороший игрок, распутница), *Dron'n'bass* (от англ. *Dron and bass* – Андрей и бас), *BMW*). Среди безаффиксных образований преобладают усеченные формы: *irinkasim* (Ирина Касимова), *Oksi* (Оксана), *greg* (Григорий).

Анализ словообразовательных моделей показал не только традиционные способы (суффиксальный, безаффиксальный, префиксальный) создания виртуального имени вебличности, но и творческий подход к изобретению новых слов. Основной чертой Интернет-коммуникации является свобода индивидуального словотворчества. К креативному словообразованию (чаще с установкой на языковую игру), прибегают с целью привлечь к себе внимание новых собеседников. Креативные сетевые имена таким образом приобретают оригинальность, шутливость, яркость, запоминаемость. Разговорную, просторечную окраску словообразовательным формам никнеймов придает многообразие суффиксов, позволяющих выразить различные оттенки эмоционально-экспрессивной оценки и подчеркнуть функционально-стилевую особенность никнейма как языковой единицы.

В основу тематической классификации никнеймов в работе положены значения слов, выявленные с помощью словарей [Ожегов 2003; Субботина 2004; Кулсон 2004], в ряде случаев информация получена путем опроса самих носителей сетевых имен. Тематическая классификация никнеймов показала, что преобладают ники-пренонимы, среди которых распространены: полная форма, сокращенная форма, уменьшительно-ласкательная форма,

трансформированные имена. Другими наиболее частотными группами являются ники, выраженные именами нарицательными, шуточные ники, ники-зоонимы, ники-геронимы, ники-титлонимы, ники-френонимы, ники-эйдонимы, ники-мифонимы, ники-аллонимы. Количественная характеристика тематических разновидностей никнеймов представлена в Таблице 1.

Таблица 1

### Тематические группы никнеймов

№	Название группы	Количество (%)
<b>Имена собственные</b>		<b>50,1</b>
1.	Ники-пренонимы (личные имена)	38,6
2.	Ники-геронимы (имена персонажей)	5,0
3.	Ники-аллонимы (реальные фамилии)	3,1
4.	Ники-паронимы (измененные фамилии)	1,0
5.	Ники, образованные от названий марок автомобилей	0,6
6.	Ники-геонимы (от географических названий)	0,6
7.	Ники-патронимы (отчества)	0,5
8.	Ники-инициалы	0,5
9.	Ники-гидронимы (названия водных объектов)	0,2
<b>Имена нарицательные различных тематических групп</b>		<b>48,7</b>
1.	Шуточные ники	7,3
2.	Ники-зоонимы (именования животных)	6,7
3.	Ники-титлонимы (род занятий, звание и т.д.)	4,9
4.	Ники-френонимы (черты характера и т.п.)	4,9
5.	Ники-эйдонимы (наружность человека)	4,5
6.	Ники-мифонимы (мифологические имена)	4,3
7.	Ники-этнонимы (нац. принадлежность)	3,7
8.	Ники-фитонимы (наименования растений)	3,2
9.	Ники-физионимы (явления природы)	2,4
10.	Ники-хроматонимы (наименования красок)	1,9
11.	Ники-орнитонимы (названия птиц)	0,9
12.	Ники-названия различных продуктов	0,8
13.	Ники-энтонимы (названия насекомых)	0,6
14.	Ники-отвлеченные понятия	0,5
15.	Ники-всчества	0,4
16.	Ники-фразы	0,4
17.	Ники-научные понятия	0,3
18.	Случайный набор букв, цифр	0,3
19.	Ники-звукоподражания	0,2
20.	Ники-латинизмы	0,2
21.	Ники-ихтионимы (названия рыб)	0,2
22.	Ники, образованные от названий одежды	0,1
<b>Все остальные</b>		<b>1,2</b>

По типу номинативности большинство никнеймов употреблены в переносном значении. По типу мотивированности значения Ники можно разделить на мотивированные и немотивированные для реципиента (для носителя Ника они являются мотивированными). В ряде случаев вызывает затруднение принадлежность никнеймов к той или иной группе в силу их многозначности и отсутствия информации от их носителей о причинах выбора никнеймов. Большинство никнеймов носят эмоционально-экспрессивный характер. С точки зрения происхождения встречаются русские слова и заимствованные из английского, французского, латинского, немецкого и других языков. Стилистой закрепленности слова способствует его тематическая отнесенность (в том числе связь с научным языком, официально-деловой, разговорной, просторечной лексикой).

Значения и формы личных сетевых имен определяются кругом их практического применения и понимания той среды, в которой общаются носители. Никнеймы, выполняя функцию самоназвания, представлены лексемами, которые, претерпевая определенные сдвиги на всех уровнях языка, испытывают преобразование языкового знака и приобретают некий символизм.

Для исследования роли сетевого имени как посредника субъектов коммуникации значимым является обращение к особенностям реализации никнеймом функции языкового кода виртуальной языковой личности.

Ономастическая лексика, как любая языковая единица, соотносимая с объектом действительности, представляет собой знак, который может быть описан. Ее относят к безэквивалентной лексике (реалиям) [Ражина 2007: 6], определяют как единственный символ-знак отдельного объекта, обладающего социально-дистинктивной важностью [Комлев 2006: 85], как обозначающую отдельный объект (референт), принадлежащий классу предметов, индивидуально выделяемых из него [Алефиренко 2005: 203]. Никнеймы – это новые единицы из сферы искусственной ономастики или вторичной номинации, что осложняет интерпретацию их как знаковых единиц. Все никнеймы либо единичны, неповторимы, следовательно, безэквивалентны и соотносимы с конкретным носителем, либо индивидуальны в условиях конкретной ситуации интернет-общения.

Наиболее дискуссионным является вопрос о наличии значений у индивидуальных имен. Довольно распространенное мнение, по заключению Н.Г. Комлева, состоит в том, что имя собственное значения не имеет до тех пор, пока оно не связано с определенным объектом – лицом или вещью [Комлев 2006: 85]. Наше исследование подтверждает, что имя вызывает определенные ассоциации и не остается пустым знаком, во всяком случае, в условиях общения в чате. В сигнификативном компоненте ономастического значения отражаются наши знания, представления и единичные понятия об отдельном объекте – конкретном носителе виртуального имени. Исходя из положения Н.Ф. Алефиренко о том, что оним является результатом процесса дифференциации и по своей сути сходен с дейктическим значением, т.е. служит средством идентификации и индивидуализации [Алефиренко 2005: 205–206],

можно констатировать, что тип номинативной функции никнейма – репрезентативно-дифференцирующий, обусловленный сферой использования. Опираясь на эти положения, приходим к выводу, что репрезентативно-дифференцирующая функция никнейма связана с выбором десигната как особого культурно-знакового кода.

Имя собственное в качестве «лингвосоциального артефакта» интегрирует и денотат, и концепт [Ражина 2007: 4]. С этой точки зрения никнейм можно рассматривать как знак, содержащий не просто придуманный образ, но и мировоззрение, социальный статус и другие признаки целого концепта «Я», представляющего своего рода слепок с нового образа самосознания. Концепт «Я» является основой осознания человеком его личностной идентичности [Телия 2005: 31], поэтому выбор формы выражения самоидентификации позволяет носителю (автору) никнейма позиционировать те качества, которые его характеризуют или создают воображаемый образ.

Как языковые знаки, неотделимые от процесса коммуникации, никнеймы приобретают прагматическую и коннотативную значимость – способность передавать различные эмоционально-оценочные оттенки. Основными факторами порождения коннотаций являются двойственная природа языкового знака и его полифункциональность [Герасименко 2008: 155]. Применительно к никнеймам тезис о связи коннотации и вторичной номинации весьма актуален. Под влиянием лингвистических и экстралингвистических факторов, к которым, в нашем случае, можно отнести и самопрезентацию носителя виртуального имени (т.е. влияние языковой личности), в процессе вторичной номинации формируются эмоционально-образные и эмоционально-оценочные компоненты. Происходит транспозиция кодовых элементов – «погашение предметно-практических смыслов и порождение смыслов, возникающих в системе жизненно значимых отношений человека и среды его обитания» [Алефиренко 2002: 67]. Прием вторичной номинации позволяет выразить как положительную, так и отрицательную самооценку за счет использования имен нарицательных различных тематических групп: *Боец, Next, симпатияшка, зном*. Шуточные никнеймы (пайзонимы) имеют целью произвести комический эффект: *kolhozman, Пуговка, нунс, Кадриль, Babanja, podushka, Prizrakprizrakov*.

Проведенный анализ знаковой структуры никнейма позволил заключить, что данная языковая единица несет в себе основные характеристики знака-онима и при этом обладает рядом особенностей, отличающих ее от остальной ономастической лексики: индивидуальность в условиях конкретной ситуации интернет-общения; полифункциональность (цель – замаскировать «Я» или, наоборот, позиционировать себя); наполненность сигнификативного содержания различными компонентами, формирующими образ «Я»; высокая степень выраженности и мотивированности прагматических и коннотативных смыслов; активное использование в качестве имени слов во вторичной номинации; связь репрезентативно-дифференцирующей функции с выбором десигната как особого культурно- и личностнозначимого языкового кода.

Рассмотрение сетевого имени как языковой единицы, используемой для раскрытия личностной концептосферы, потребовало уточнения понятия

виртуальной языковой личности. Само определение «виртуальная» говорит об обязательной отнесенности явления к коммуникативной сфере Интернет-пространства. В связи с этим в реферируемой работе анализируются термины «виртуальная личность», «языковая личность» и «коммуникативная личность». Рассмотрение проблемы соотношения данных понятий позволяет объединить существующие точки зрения [Караулов 1989; Карасик 2004; Асмус 2005; Красных 2006; Попова, Стернин 2007; Лутовинова 2009] и определить виртуальную языковую личность как обобщенный образ носителя языковых знаний и индивидуального языкового стиля, культурнозначимых ценностей, коммуникативно-деятельностных установок. Реализуя свои коммуникативные потребности посредством сетевого имени, виртуальная языковая личность проявляет свои языкотворческие способности.

В работе взятое за основу трехуровневое представление о языковой личности, предложенное Ю.Н. Карауловым, дополняется психологическими свойствами характеристики «личности в общении» и социальной ролью. В своей совокупности рассматриваемая нами структура виртуальной языковой личности включает следующие характеристики: владение определенными знаниями и представлениями, интерпретативно-оценочное осмысление действительности (когнитивный компонент); психологическая и социальная сторона проявления личности; наличие коммуникативных потребностей (прагматический компонент); индивидуальный стиль (вербально-семантический компонент).

**Когнитивный** аспект свойств личности проявляется в рамках коммуникативного пространства, которое дает широкие возможности для реализации образа «Я», для создания своего индивидуального речевого имиджа [Асмус 2005: 43], для расширения сферы оценочности, поскольку независимо от намерения носителя виртуального имени – раскрыть свою сущность или создать придуманный образ – при имитаторстве проявляется интерпретативно-оценочное осмысление себя. **Психологический** аспект характеристики виртуальной языковой личности также связан с проблемой самовыражения. Интернет как особая культурная среда способствует развитию самосознания как высшей психической функции [Чудова 2002], поскольку его специфика дает свободу выбора любого набора характеристик. Ученые отмечают снижение психологического риска, включая аффективную раскрепощенность [Виноградова 2004: 63]; снятие психологических барьеров и высвобождение творческого «Я» [Асмус 2005: 33]; раскрепощенность коммуникативного поведения [там же: 42]; необходимость компенсации «эмоционального дефицита» [Виноградова 2004: 64]. Наряду с личностными характеристиками авторское «Я» обнаруживает и **социальные** стороны проявления личности. Социальная «маска» – это, возможно, нереализованные амбиции, планы, желания. С другой стороны, социальная роль, выраженная в никнейме, является демонстрацией своих интересов, увлечений, занятий, принадлежности к профессии, места в какой-либо социальной группе или сообществе. Наибольшее внимание в исследованиях, посвященных виртуальной языковой личности, уделяется **прагматическому** аспекту.

Прагматизм предполагает наличие коммуникативных потребностей, к которым относят: представление наиболее информативных свойств [Асмус 2005: 125]; необходимость реализации личностных качеств [Виноградова 2004: 63]; формирование собственной идентичности [Леонтович 1994]; желание произвести впечатление, запомниться [Асмус 2005: 43]; проигрывание ролей [Виноградова 2004: 63]; стремление реализовать свои творческие возможности [Гришкова 2005]. Из всех коммуникативных потребностей чаще выделяют намерение автора виртуального имени произвести впечатление на коммуникантов. Применительно к сетевым именам мы можем говорить о лично-ориентированной и статусно-ориентированной ролях языковой личности [Куликова 2006: 180, 206] или, если использовать термины В.И. Карасика, о «недемонстративной» или «демонстративной» личности [Карасик 2004: 85]. Данные проведенного опроса свидетельствуют о том, что только 10% носителей никнеймов хотели бы привлечь внимание, большинство же (87%) не ставили такой цели, т.е. выбирали «свой знак», руководствуясь намерением самоидентификации. Реализация творческих возможностей проявляется в стремлении авторов подбирать необычные имена – *Чутатель снов, Svet...v tvoem okne* (настоящее имя автора – Светлана), *МИФ ДРЕВНИХ, Crazyhazy, Миффанька* (от Мишенька), *Bul-bul* и формирует *индивидуальный стиль* личности. Проведенный анализ языковых средств, используемых при создании никнеймов, позволяет выделить творческий и стереотипный стили.

Современная теория коммуникации предполагает, что суть общения заключается во взаимодействии субъектов, а не в одностороннем воздействии на собеседника [Макаров 2003: 38–43]. Коммуникативная сфера электронной среды включает как минимум двух участников общения, а в реальности число их может быть неограниченным. Помимо виртуальной языковой личности, вовлеченной благодаря специфике коммуникативной сферы Интернета в процесс имитации творчества, существует личность воспринимающая, познающая. Этот факт вызывает необходимость обратиться к проблеме соотношения интенций пользователя Интернета посредством сетевого имени и восприятия («дешифровки») данного языкового кода другими коммуникантами. Главные отличия на уровне образа носителя никнейма со стороны «репрезентанта» («Я») и познающего субъекта («Он / Она») обусловлены разными коммуникативными стратегиями – самопрезентации и познания, идентификации. Когнитивная активность обоих субъектов коммуникации проявляется в создании личностного образа разнонаправленного характера. В результате наблюдается параметризация «собственного» и «чужого».

Важно отметить, что коммуникативная стратегия самопрезентации при построении концепта «Я» реализуется в прагматической информации языкового знака – никнейма, в то время как стратегия познания оперирует когнитивной памятью, благодаря которой интерпретируется смысловая характеристика языкового знака [Воркачев 2001: 65–66].

Характеристики двух субъектов виртуальной коммуникации могут быть наглядно представлены в виде сравнительной таблицы:

Таблица 2

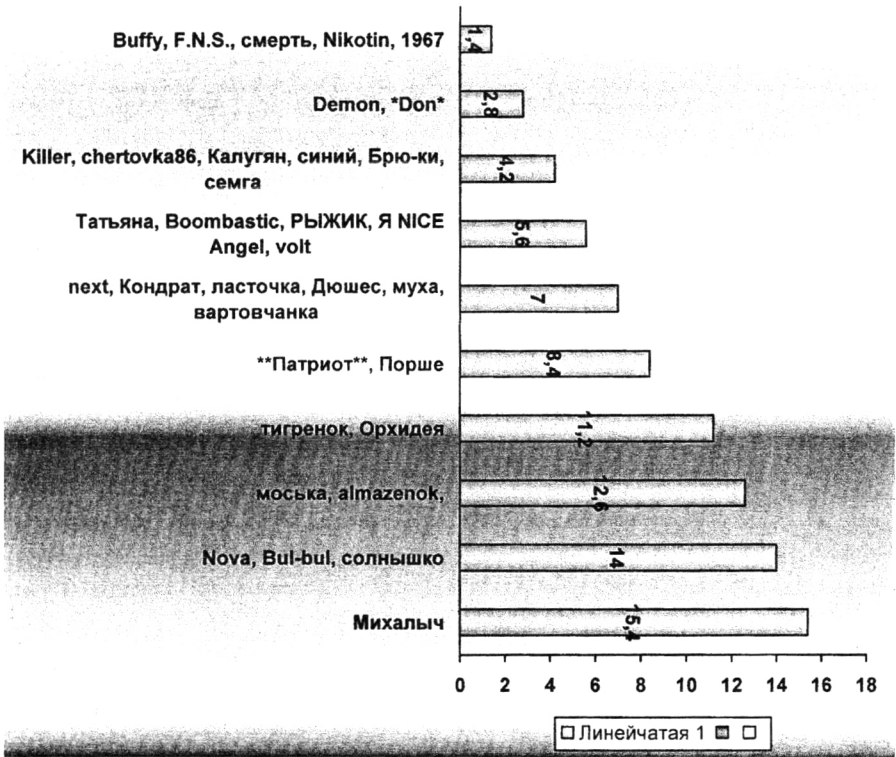
**Сравнительная характеристика субъектов коммуникации –  
«репрезентирующего» и «воспринимающего»**

Субъект «репрезентирующий» (автор никнейма)	Субъект «воспринимающий» (коммуникант)
реализует <i>ономазиологический</i> путь: от смысла к выражению	реализует <i>семасиологический</i> путь: от сообщения (формы) к декодированию смысла
само моделирование личностного образа = <i>самоидентификация</i>	создание своего образа, представления о носителе никнейма = <i>идентификация личности</i>
осуществление выбора имени на основе коммуникативных стратегий и тактик	ожидание предполагаемых (желаемых) качеств в партнере по коммуникации
намеренные воздействия на собеседников, установления первичного контакта	реакция на имя – создание образа виртуального собеседника на основе личного опыта, привнесение своих стереотипов, социально-психологических установок
ограниченность информативного и эмоционально-оценочного содержания кода – никнейма	неограниченность проявления воображения, интерпретативных оценок
роль «автора в себе», «автора для других» создатель концепта «Я»	роль «интерпретатора», «наблюдателя» создатель концепта «Он / Она»

Применение в исследовании свободного ассоциативного эксперимента имело целью сравнить стратегии репрезентации с результатами восприятия виртуальной языковой личности посредством сетевого имени. Экспериментальным материалом послужили 35 никнеймов (слов-стимулов) из различных тематических групп. Участниками стали 100 респондентов разного пола, возраста – мужчины от 16 до 63 лет (44%), женщины от 17 до 55 лет (56%), социального статуса, для которых в разной степени актуальны компьютерно-опосредованное общение и взаимодействие в сети Интернет.

Использованная в диссертационном исследовании методика проведения свободного ассоциативного эксперимента представляет собой процедуру, во время которой респонденты после прочтения (восприятия) слова-стимула (никнейма) фиксируют возникшие ассоциации с учетом того, что фактор спонтанности реакции важен при анализе полученных данных.

Результаты статистической обработки данных о процентном соотношении положительных, отрицательных, нейтральных реакций (оценок) респондентов, а также о степени привлекательности предложенных никнеймов для испытуемых свидетельствуют о том, что на восприятие сетевых имен оказывают влияние различные факторы, включая языковые особенности слова-стимула, личный опыт, знания, психологические особенности и эмоциональное состояние участников эксперимента. Представленная ниже диаграмма наглядно демонстрирует, что в пятерку лидирующих слов-стимулов входят никнеймы с положительным значением. Высокий процент положительных реакций получило слово-стимул *Михалыч*. Выбор данного имени иллюстрирует эффективность приема кодирования, используемого для привлечения к себе внимания посылом «я – один из вас» [Леонтьев 2008: 152–157].



Особенность проведенного ассоциативного эксперимента заключается в том, что он основан на первичном восприятии стимула-никнейма. Раскрытие глубинного уровня возможно в процессе последующего общения, однако специфика виртуальной среды вносит свои ограничения: отсутствие реального контакта не позволяет объективно идентифицировать собеседника. Один и тот же языковой знак – виртуальное имя соотносим с концептом «Я» и концептом «Он / Она».

Сопоставительный анализ мотивов выбора сетевого имени самими носителями и ассоциативных реакций участников эксперимента позволил обозначить ряд особенностей взаимодействия субъектов коммуникации. Сферы пересечения поля «самопрезентации» и поля «восприятия» определены по следующим параметрам: личные качества, черты характера, гендерный признак, социальный статус, профессия, занятие, прецедентность, связь с животным или растительным миром, природными явлениями. В качестве точек соприкосновения граней образов «Я», «Он / Она» можно отметить и такую черту как стереотипность. Материал исследования показал, что выбор имен на основе стереотипных представлений позволяет ожидать предсказуемые ассоциативные реакции (ник *\*\*Патриот\*\** – ассоциат *Родина*).

Наглядным примером может служить никнейм *муха*, автор которого объясняет возникновение имени, во-первых, случайно возникшим ассоциативным рядом «Мария-Маша-Маха-мУха», во-вторых, объективно существующей связью с ее внешностью – маленьким ростом. Носитель никнейма не склонна считать, что это имя может соответствовать ее характеру. Следовательно, образ «Я» предполагает в основном наличие параметра «внешние данные». В описаниях «Он/Она» представлены эмоционально-оценочная характеристика, личные качества, черты характера, возраст, внешние данные, гендерный признак, субъективный ассоциативный образ. Возрастные и гендерные параметры неоднозначны: *парень, девушка, женщина*. Доминируют два образа, созданных испытуемыми: активный человек с позитивными чертами (*шустрая, забавный, быстрая, целеустремленный, общительный*) и также достаточно активный, обладающий негативными характеристиками (*назойливая девушка, надоедливый (ая), грубая, неугомонная женщина, наглая, всюду сует свой нос, сварливая, верткая*). Таким образом, пересечение сфер репрезентанта и познающего субъекта ограничивается одним общим параметром, но при этом ассоциативные связи со смысловыми характеристиками имени в реакциях испытуемых очевидны.

Проведенный анализ позволяет согласиться с тем, что имя пользователя несомненно оказывает влияние и на самоидентификацию, и на идентификацию виртуальной языковой личности, в результате развивается псевдоидентичность [Леонтович 1994]: в коммуникативном пространстве предстает не реальная личность, а та, которую хочет представить носитель никнейма и та, которую создают в своем воображении другие коммуниканты. Находит подтверждение точка зрения В.И. Карасика, согласно которой самооценка людей не соответствует действительности, часто мнение людей о себе является завышенным [Карасик 2004: 74]. Изучение ответов носителей никнеймов подтверждает эту тенденцию. Невозможность реального общения с виртуальным собеседником затрудняет получение истинной информации и побуждает к воображению, к созданию своего образа виртуального «визави». Более того, один и тот же стимул-никнейм порождает разнообразные и даже противоположные коннотации: *Я NICE Angel – скромняга, нежная девушка, милая, ангелочек и самовлюбленная девушка, дурра, девушка-нарцисс, сильно сказано*. Личностное восприятие познающего субъекта строится на основе своей собственной системы ценностей, своей мотивации в оценке (допустимо, недопустимо; одобряю, не одобряю и т.д.). Таким образом, подтверждается также идея, высказанная О.А. Корниловым, о примерной эквивалентности на уровне концептов и абсолютной неэквивалентности на уровне образов [Корнилов 2003: 157].

Значимым для исследования процесса восприятия является характер ассоциативных реакций в целом. В ходе анализа результатов эксперимента были выявлены наиболее встречающиеся типы ассоциативных связей: *солнышко – теплая, яркая* (слово-синоним), *Nova – новая, РЫЖИК – рыжий парень, Калугян – житель Калуги* (созвучность), *Демон – Шменон, Boombastic – зубастик, РЫЖИК – пыжик* (рифма), *ласточка – птица, семга –*

*рыба* (отношения «выше – ниже», или гипоним – гипероним), *Я NICE Angel* – *самовлюбленная девушка, задиристый, неуверенный, Bul-Bul* – *непáдежный, обманщик* (смысловая противопоставленность); *вартóвчанка* – *жительница Севера, женщина из города Вартовска* (отношения «часть – целое» и «целое – часть»).

Важным показателем специфики восприятия сетевых имен могут служить как антропологические параметры созданных виртуальных образов, так и психологические: когнитивные, включающие определенные знания, опыт, стереотипы и пр. (*Калугян* – *житель Калуги, любит свой город; армянин из Калуги*) и аффективные, отражающие эмоциональные реакции: *девчонка, ты че! (Buffy)* «*вот он я*», «*посмотрите на меня*» (*Killer*). Прослеживается гендерная маркированность: мужские реакции на слово-стимул *Порше* – *выпендрейщик, знает все и везде, автолюбитель*; женские – *студент-мечтатель, любитель роскоши, гламура*.

Наиболее характерными особенностями ассоциативного поля восприятия сетевых имен, по данным анализа присвоенных словам-стимулам (никнеймам) оценок, являются следующие.

**Эмоционально-оценочные** характеристики в ответах респондентов содержат эпитеты или словосочетания, принадлежащие разным языковым стилям и отражающие реакции на никнейм, в основном позитивные. Особенность восприятия по **гендерным** признакам проявляется в том, что даже очевидные женские имена или существительные определенного рода могут трактоваться иначе. В случае неуверенности относительно принадлежности автора к тому или иному полу испытуемые прибегают к обозначению «человек». **Характеристики-высказывания** могут представлять собой краткое описание возникшего образа (*рэпер с золотой цепью на шее*), выражать свое отношение к персонажу (*хочет всех затмить*), краткое замечание (*пока что ребенок*), предположение (*наверное, он себя таким видит*), оценку (*прикольный чувак*=). Ассоциативные образы делятся на **стереотипные**, ожидаемые (ник *Рыжик* – ассоциат *мальчик как из мультика про Антошку*) и **субъективные**, личные (ник *моська* – ассоциат *классный руководитель*). Среди ассоциативных связей с **животным, растительным миром** или **природными явлениями** преобладают первые. При этом их основой является, как правило, субъективное восприятие или личный опыт (ник **РЫЖИК** – ассоциат *кот, преданное животное*; ник *муха* – ассоциат *моя кошка*).

Интерес представляют ассоциаты, характеризующие **отношение** испытуемых к **выбору** никнейма. В этой группе можно выделить следующие реакции: понимание, ясность мотива выбора ника: *знает себе цену (моська)*; понимание шуточного оттенка никнейма: *таких ников мало, с чувством юмора (Брю-ки)*; одобрение: *кликху одобряю (Михалыч)*; неодобрение, сомнение в соответствии самопрезентации реальному человеку: *типа ангелочек* (=), *сильно сказано (Я NICE Angel)*; предположение: *у него машина такая (Порше)*; понимание условности имени: *скрывается за маской (Killer)*; замечание-реплика: *расшифровывается по настроению, непонятная аббревиатура (F.N.S.)*. Особый вид ассоциатов – так называемый **язык «падонкаф»**,

компьютерный сленг, «олбанский язык», демонстрирующий пренебрежение к действующим нормам языка: «деффченка» (*Орхидея, солнышко*), «тоцанчик» (*Калузян*), «нормуль так девчонка» (*Я NICE Angel*).

Соответствие реальному обозначению встречается редко, поскольку однозначных никнеймов немного, например, из рассмотренных нами это: *F.N.S.* (ассоциат – *Ф. И. О.*), *1967* (ассоциаты *дата рождения, родившийся в 1967 году*).

Одним из результатов исследования явилось установление факторов, влияющих на восприятие сетевых имен и создание образа его носителя. Для идентификации нового слова наиболее значимым является внутренний микроконтекст, взаимодействие перцептивного, когнитивного, эмоционально-оценочного опыта [Тогоева 1989: 10]. Феномен ассоциативной связи определен культурой, знаниями, опытом, в том числе – чувственным [Залевская 1999: 106, Красных 1998: 262, Сергиева 2009: 16], бытием человека [Горелов, Седов 1997: 33], социализацией индивида [Леонтьев 1975: 75], а также зависит от ситуации [Белянин 2008: 135].

Характер самого языкового кода также относится к одному из значащих звеньев познавательного процесса. Как показал эксперимент, особенности сетевого имени оказывают решающую роль в «дешифровке» скрывающейся за ним личности. Исследуемый материал позволил выявить следующие языковые факторы воздействия на формирование образа виртуальной языковой личности: фоносемантика, семантика слова, образная метафора, форма имени, прецедентность имени, значение суффиксов, языковая игра, потенциальная сочетаемость, гипоним – гипероним, комбинация слов.

В качестве смыслосозидающих выступают отдельные фонемы и фоносинтагмы [Борботько 1998, Михалев 1995; Радченко 2006: 158-159; Пищальникова 2009]: пример с никнеймом *Vuffy* показывает механизм развития образов от перцептивного восприятия звука (*огромный, громоздкий*) к эмоционально-оценочному (*громоздкая женщина, толстушка*). «**Фоносемантическое значение**» возникает из ассоциативного сближения звуковых обликов слов и определенных чувственных представлений [Пищальникова 2009: 79]. Воздействие **семантики слова** опирается на узнавание, т.е. выделение признаков, по которым языковая единица соответствует уже имеющемуся в языковом сознании эталону или образу [Попова, Стернин 2007: 320]. Так, никнейм *<Nikotin>* породил стереотипный ассоциативный ряд *наркоман, алкоголик, куряга* и образ борца против вредных привычек. С помощью **метафорического переноса** автором программируется вероятностное восприятие слова: *Орхидея* в соответствии с внешними признаками цветка воспринимается как *нежная, милая, цветущая женщина*. **Форма языкового знака** может порождать личностно-обусловленные смыслы, с другой стороны, создается ограничение языкового творчества, уменьшение экспрессивности, появление клишированности [Карасик 2004: 47]. О подобной связи креативного и стереотипного, стандартного свидетельствуют примеры никнеймов *Татьяна, Маришка, Калузян, Кондрат, Михалыч*. Так, имя

собственное Татьяна создает стереотипный ассоциативный образ – воспринимается как прецедентное имя Татьяна Ларина (отсюда ассоциаты *простота, милая, скромная*) или Святая Татьяна – *покровительница студенчества*. В центр **прецедентного феномена** входят постоянно наблюдаемые в коммуникации компоненты инварианта, которые первыми «всплывают» при восприятии [Красных 2003: 171]. Результаты нашего ассоциативного эксперимента показывают, что в инварианты восприятия ника *Детоп* входят такие характеристики как *таинственный, сатана, страшный человек, опасный, Люцифер*, однако в других реакциях встречаются внешние данные (*черноволокный, голубоглазый красавец*), личностные характеристики (*любитель игр, романтик-мыслитель, образ философа, грустный, без юмора*). **Языковая игра** занимает особое место как в самопрезентации, так и в интерпретации никнеймов познающим субъектом. Такой пример дают расшифровки необычного сетевого имени *Брю-ки*: *брюнет с киви, брюнетка, ки-Брю. Аббревиатура (F.N.S.)* вызывает разнообразные варианты «декодирования», тем не менее, доминирует инвариантный образ, в котором «Он / Она» – *зашифрованный, любитель загадок, аббревиатурный, закрытый, непонятный, скрытый* и т.д.

В целом предпринятое исследование показало правомерность выдвинутой гипотезы о том, что в интерактивной среде общения основным условием пользовательской идентификации является сетевое имя (никнейм), выступающее и как способ самопозиционирования, и как языковой код воспринимаемой виртуальной личности. Опосредованный характер коммуникации ограничивает объективность процесса познания, что порождает неэквивалентность образов «Я» и «Он / Она».

Теоретическое осмысление потенциальных свойств сетевых имен дает возможность дальнейшей разработки проблемы социального взаимодействия в Интернет-пространстве. Перспективным остается применение для целей подобных исследований экспериментальных данных. Продолжение исследований специфики никнеймов подводит к актуальной проблематике современной прикладной лингвистики – кодирование и декодирование информации вербальными средствами в виртуальном коммуникативном пространстве.

Основные положения диссертации отражены в следующих *публикациях*:

**Научные статьи, опубликованные в ведущих российских периодических изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:**

1. Балкунова А.С. Никнейм – окказионализм или неологизм? [Текст] / Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». – 2011. – №1 (7). – С. 92-96 (0,6 п.л.).

2. Балкунова А.С. Формирование личностного образа при выборе виртуального имени (никнейма) [Текст] / **Вестник Сургутского государственного педагогического университета.** – 2011. – №4 (15). – С. 38-41 (0,5 п.л.).
3. Балкунова А.С. Языковые факторы, влияющие на формирование образа носителя никнейма // **Теория и практика общественного развития** [Электронный ресурс]. – 2012. №1. Режим доступа: <http://www.teoriapRACTICA.ru/-1-2012/philology/balkunova.pdf> (0,6 п.л.).
4. Балкунова А.С. Ценностные составляющие концепта «Я» языковой личности интернет-пространства [Текст] // **Ценности и смыслы.** – №1 (17). – С. 99-105. (0,4 п.л.).

#### Статьи, опубликованные в сборниках научных трудов

5. Балкунова А.С. Проблема классификации никнеймов [Электронный ресурс] // Открытые эволюционирующие системы: Четвертая международная научно-практическая Интернет-конференция (сентябрь – ноябрь 2008 г.). Секция «Язык как эволюционирующая система». – Киев, 2008. Режим доступа: [http://openevolvingSystems.narod.ru/2008\\_OESIV/IV\\_OES\\_FromRjanskaya.htm](http://openevolvingSystems.narod.ru/2008_OESIV/IV_OES_FromRjanskaya.htm) (0,3 п.л.).
6. Балкунова А.С. Фонетико-графические особенности никнеймов [Текст] // В мире научных открытий. – №3. – Часть 2. Периодическое научное издание. – Красноярск: НИИЦ, 2009. – С. 11-12 (0,2 п.л.).
7. Балкунова, А.С. Психолингвистический аспект выбора никнейма [Текст] // Труды VI Межвузовской Международной итоговой научно-практической конференции студентов «Студенческая наука: взгляд молодых» (9 июня 2009 г.). Секция психологии и лингвистики. – Челябинск: ООО Полиграф-Мастер, 2009. – С. 440-443 (0,3 п.л.).
8. Балкунова А.С. Никнейм как особая группа имен собственных [Текст] // Гуманитарные науки в современном мире: материалы Второй Международной научно-практической Интернет-конференции 26 октября– 8 ноября 2009 года / Под общ. Ред. М.А. Литовченко. – Тамбов: Изд-во ИП Чеснокова А.В., 2010. – С. 35-37 (0,1 п.л.).
9. Балкунова А.С. К вопросу о социально-лингвистических особенностях никнейма [Текст] // Деятельностное понимание культуры как вида человеческого бытия: Материалы VII Международной научной конференции (г. Нижневартовск, 3 декабря 2009 года) / Отв. ред. В.И. Полищук. – Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2010. – С. 82-84 (0,1 п.л.).
10. Балкунова А.С. Молодежь в информационно-коммуникационном пространстве [Текст] // Молодежь в социальном взаимодействии: социальная активность, интеграция // Сборник материалов конференции 1 декабря / научный редактор Р.С. Димухаметов. – Челябинск: Изд-во Челябинского государственного педагогического университета, 2010 г. – С. 187-191(0,25 п.л.).

11. Балкунова А.С. Суффиксальный способ образования никнеймов-существительных [Текст] // Актуальные проблемы современного научного знания: материалы III международной научной конференции. Ч.1 / под общ. ред. Н.А. Стадульской. Секция «Прикладная лингвистика». – Пятигорск, 2010. – С. 43-47 (0,3 п.л.).
12. Балкунова А.С. Семантическое разнообразие никнеймов-существительных [Электронный ресурс] // XVII Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». Секция «Иностранные языки и регионоведение», подсекция «Лингвистика и МКК» (12 – 15 апреля, 2010 г.). – Москва, 2010. Режим доступа: [http://lomonosov-msu.ru/uploaded/200/42\\_741\\_8442.pdf](http://lomonosov-msu.ru/uploaded/200/42_741_8442.pdf) (0,1 п.л.).
13. Балкунова А.С., Рянская, Э.М. Место никнеймов в ономастике [Текст] // Вестник Нижневартовского государственного гуманитарного университета. №2. – Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманитар. ун-та, 2010 – С. 17-22 (0,4 п.л.).
14. Балкунова А.С. Эмоционально-экспрессивные и функционально-стилевые особенности никнеймов [Текст] // Герценовские чтения. Иностранные языки: материалы межвузовской научной конференции, 28–29 апреля 2010 г. – СПб.: Изд-во ГГПУ им. А.И. Герцена, 2010. – С. 53-55 (0,1 п.л.).
15. Балкунова А.С. К вопросу о социально-лингвистических особенностях никнейма (ник) (на примере ХМАО-Югры) [Текст] // В мире научных открытий. – №4 (10). – Часть 2. Периодическое научное издание. – Красноярск: НИИЦ, 2010. – С. 98-100 (0,3 п.л.).
16. Балкунова А.С. К вопросу о лексических группах никнеймов (на примере г. Нижневартовска) [Текст] // Гуманитарные науки в современном мире: материалы III Международной научно-практической Интернет-конференции 1 ноября – 8 ноября 2010 г.). Секция: Филология (родной и иностранные языки, языкознание) / Под общ. ред. М.А. Литовченко. – Тамбов: Изд-во ИП Чеснокова А.В., 2011. – 38-40 (0,25 п.л.).
17. Балкунова А.С. Проблема классификации никнеймов [Текст] // Научные труды аспирантов и соискателей Нижневартовского государственного гуманитарного университета. Вып. 8 / Отв. ред. Д.А. Погоньшев. – Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гуманитар. ун-та, 2011. – С. 67-72 (0,5 п.л.).
18. Балкунова А.С. Интернет-чат как форма общения в электронной коммуникации [Текст] // Сборник научных трудов Международной заочной научно-практической конференции «Наука сегодня: теоретические аспекты и практика применения» (28 октября 2011 г.). – Тамбов, 2011 – С. 21-22 (0,1 п.л.).
19. Балкунова А.С. Социально-психологический компонент никнейма (на примере ICQ) [Текст] // Материалы международной научно-практической конференции «Современная психология: теория и практика» (30.12.2011 г.). – М., 2011 – С. 24-28 (0,4 п.л.).







102

Заказ № 238. Объем 1 п.л. Тираж 100 экз.  
Отпечатано в ООО «Петроруш».  
г.Москва, ул.Палиха 2а.тел.(499)250-92-06  
[www.postator.ru](http://www.postator.ru)