

Латипова Азиза Лачиновна

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НИКНЕЙМОВ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

В последние десятилетия Интернет значительно расширил грани реальности, создав уникальный виртуальный мир со своими социальными группами, сообществами. Каждый из интернет-пользователей, являясь частью того или иного сообщества в сети Интернет, должен иметь свой идентификатор, выделяющий его среди других и в то же время помогающий ему выразить себя в виртуальном пространстве. В результате этого появляется новый лингвистический феномен - никнейм, используемый для общения в сети Интернет. Данная статья посвящена процессу образования никнеймов в сети Интернет. Целью нашего исследования являются изучение и классификация лингвистических средств, используемых для создания того или иного никнейма для интернет-коммуникации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2017/3/16.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2017. № 3 (117). С. 57-59. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2017/3/

© 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: almanac@gramota.net

УДК 81-26

Филологические науки

В последние десятилетия Интернет значительно расширил грани реальности, создав уникальный виртуальный мир со своими социальными группами, сообществами. Каждый из интернет-пользователей, являясь частью того или иного сообщества в сети Интернет, должен иметь свой идентификатор, выделяющий его среди других и в то же время помогающий ему выразить себя в виртуальном пространстве. В результате этого появляется новый лингвистический феномен – никнейм, используемый для общения в сети Интернет. Данная статья посвящена процессу образования никнеймов в сети Интернет. Целью нашего исследования являются изучение и классификация лингвистических средств, используемых для создания того или иного никнейма для интернет-коммуникации.

Ключевые слова и фразы: имена собственные; никнейм; аватар; ники-антропонимы; ники-топонимы; ники-зоонимы.

Латипова Азиза Лачиновна

*Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова, г. Нальчик
aziza25052011@gmail.com*

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НИКНЕЙМОВ
В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ**

Имена собственные являются одной из языковых универсалий. Они необходимы для выделения объекта из класса ему подобных и для идентификации и индивидуализации этого объекта. Имена собственные давно являются предметом исследования многих ученых – историков, литературоведов, психологов, этнографов, географов и, наконец, в большей степени – языковедов.

С развитием Интернета и интернет-коммуникации имена собственные приобретают особое значение – они помогают интернет-пользователям выражать себя в виртуальном пространстве. В результате этого появляется новый лингвистический феномен – никнейм, используемый для общения в сети Интернет: никнейм; англ. *nickname* /'nikneɪm/ – первоначально «кличка», «уменьшительное имя»; также сетевое имя – псевдоним, используемый пользователем в Интернете, обычно в местах общения (чате, форуме, блоге), не всегда совпадает с именем, данным родителями при рождении. Семантика никнейма понятна окружению его обладателя.

Данная статья посвящена исследованию английских никнеймов, используемых в процессе интернет-общения. Благодаря проведенному анализу, удалось выявить личные имена и составить классификацию по различным признакам.

В процессе интернет-коммуникации использование никнейма обязательно для каждого пользователя Сети. Выбор оригинального никнейма – одно из основных правил интернет-коммуникации. Некоторые исследователи отождествляют понятия «никнейм» и «логин», однако мы считаем, что такое отождествление неверно: логин – это идентификатор, который используется для входа в защищенную систему и не выполняет функцию самопрезентации личности. В отличие от логина, никнейм всегда несёт в себе смысл.

Никнеймы – это целый культурный феномен. По никнейму можно сказать многое о человеке. Сам человек может что-то рассказать о себе с помощью никнейма. Огромное значение при выборе имени имеет личное отношение к нему как к образу в целом. К нему относятся либо серьёзно, как к средству идентификации, либо весело, как к ерунде, о которой не стоит и говорить. Некоторые пользователи убеждены, что никнейм, как псевдоним, имеет какое-то своё особое, тайное значение, и считают, что он отображает самого человека: его характер, психологию, внешность и т.д. Ник представляет собой тот образ, в виде которого человек хочет быть воспринят другими, привлечь внимание.

Процесс изучения никнейма как средства идентификации личности в виртуальной среде тесно связан не только с лексикой, но и с психологией и социологией. Исследователи А. Ага [2], М. Форестер [4], К. Манн и Ф. Стюард [7] рассматривают современный язык сети Интернет с точки зрения психологии и приходят к выводу о стереотипности поведения и выражения мыслей посредством языковых средств. П. Уоллес [8] изучает вариативность поведения, создания «масок» и вымышленных образов, проводит анализ реакций пользователей на различные никнеймы с точки зрения восприятия скрывающегося за ником пользователя как личности.

Благодаря виртуальной сети создается не только новое имя, но и новый образ, который может быть использован абсолютно анонимно и не иметь очевидных связей с реальным пользователем. Процесс создания ника связан с креативностью и знанием человеком языковых средств, необходимых для выражения мысли и закрепления ее в письменной форме. Выбор ника во многом определяется той целью, с которой человек приходит на просторы виртуального мира. Очень редко ник выбирают случайно или чисто технически (зачастую именно по странным никам в виде бессмысленного сочетания букв и цифр можно заподозрить, что на форуме объявился очередной бот). Впрочем, это может оказаться и вполне реальный пользователь, который не придаёт особого смысла своей регистрации и заглянул на просторы Интернета лишь погостить. Впрочем, такой ник может скрывать за собой и слишком занятого человека, у которого нет времени на излишние обдумывания столь несущественного для него вопроса. Чаще всего ники пользователей бывают связаны с их увлечениями или профессиональными интересами, поскольку люди стремятся найти своих единомышленников и пообщаться на интересующие их темы. Примерно 35% людей обычно используют в качестве ника

для общения в Сети своё настоящее имя в определённых его вариациях (часто в уменьшительно-ласкательной форме или же с прибавкой даты рождения). Такой же процент людей выбирает себе ник, с которым у него возникают ассоциации себя (название каких-либо животных, имена популярных киногероев или даже наименования известных технических брендов). У многих никнейм для общения в Интернете довольно часто из области виртуального общения переходит в реальную жизнь в качестве прозвища, которое известно многим знакомым и используется не меньше, чем настоящее имя. Существует много классификаций, в рамках которых выделяются различные типы никнеймов. В. С. Хорикова, например, предлагает следующую классификацию:

1. Ники, в которых пользователи используют свое реальное имя.
2. Ники, в которых пользователи указывают свои личные качества.
3. Ники, связанные с технологиями и данными.
4. Ники, связанные с флорой и фауной.
5. Ники, связанные с известными личностями.
6. Ники, несущие сексуальный и провокационный характер.
7. Звукоподражания, перифразы [1, с. 64-68].

Х. Бехар-Израели, исследовав ники посетителей чатов, выделяет 14 типов никнеймов. Согласно его исследованию, 45% пользователей выбирают ники, характеризующие их личные качества, что служит способом индивидуальной категоризации и попыткой уточнить важнейший аспект их личности и привлечь потенциального собеседника. 8% пользователей пользуются своими реальными именами, 6% называют себя именами героев сказок, фильмов, книг [3].

Никнейм – придуманное имя, под которым пользователь «живет» в виртуальном мире. Именно по этой причине созданию ника отводится особое значение: ник должен максимально точно характеризовать человека, выражать его внутреннее душевное состояние или создавать вымышленный образ, выделяющий пользователя в виртуальной среде. Выбранное имя становится частью общего представления о пользователе. Таким образом, ник, выбираемый пользователем для собственной идентификации в виртуальном мире и предполагающий определенную расшифровку со стороны других пользователей, выступает элементом не прямой коммуникации и не исключает вероятности значительного количества возможных интерпретаций.

В процессе работы нами была выработана классификация никнеймов, основанная на наличии в них общих признаков.

1. Ники-антропонимы
SaraViennetta; karla; DavidMartin; alessandro_gunti; gianluccavacchi.
2. Ники-топонимы
Chicago Blackout; The China Wall; Irish_Matt; italianguy; FunnySpanishgirl.
3. Ники, содержащие название профессии, хобби
Breadmaker; Toolmaker; computerman; Guitarplayer; Bad Golfer.
4. Ники-зоонимы
The Flying Mouse; Cheeky monkey; Dair-Bear; Skyrose.
5. Ники, в которых содержится описание внешности пользователя
angel eyes; Snake Eyes; babyfaceboy.
6. Ники, в которых содержится описание черт характера пользователя
Accidental Genius; Mad Irishman; Chocolate Thunder; Mad Jack; Sofa King; Zero Charisma.
7. Ники, указывающие на возраст пользователя
K-9; Mr. 44; laura98; toni41; cuteguy21.
8. Ники, подчеркивающие интеллект пользователя
Lady Professor42; Clever.Man.
9. Ники, в которых содержится номинация пола пользователя
Lady Killer; Lord Pistachio; Mad Irishman; African Queen; Mr. Gadget.
10. Ники, представляющие собой имена героев сказок, фильмов, мультипликации и т.д.
Papa Smurf; Prometheus; Bearded Angler; Joker's Grin; Sherwood Gladiator; adonis; Annbelle Lee.
11. Ники-имена реальных известных личностей
Flo-Rida; Jilly Bean; Miny Mouse; Marilyn Monroe.
12. Ники, содержащие элементы языковой игры
Cutesy Whootsie; Cutie Patootie; D-Jay.

Исследовав данные различных сайтов и социальных сетей, мы обнаружили, что в интернет-коммуникации ник обладает набором таких черт как уникальность в границах одного домена и мотивированность для носителя. Ники заменяют людям их личные имена и позволяют показать себя более раскрепощенным и независимым в интернет-пространстве. Именно виртуальное пространство позволяет личности создавать себе индивидуальное имя по своему желанию, комбинируя различные буквенные и графические символы.

Список источников

1. **Хорикова В. С.** Когнитивный анализ никнеймов пользователей сети Интернет // Вопросы когнитивной лингвистики. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2010. № 3. С. 64-68.
2. **Agha A.** Language and Social Relations. N. Y.: Cambridge University Press, 2007. 446 p.
3. **Bechar-Israeli H.** From “Bonehead” to “cLoNehEAd”: Nicknames, Play and Identity on Internet Relay Chat [Электронный ресурс]. URL: <https://www.medienSprache.net/archiv/pubs/2035.html> (дата обращения: 21.02.2017).

4. Forrester M. A. Psychology of Language. A Critical Introduction. L.: Sage Publications, Ltd., 1996. 224 p.
5. http://listofcutenicknames.com/a_to_z (дата обращения: 21.02.2017).
6. <http://www.anvari.org/nicknames/> (дата обращения: 21.02.2017).
7. Mann C., Steward F. Internet Communication and Qualitative Research. A Handbook for Researching Online. L.: Sage Publications, Ltd., 2000. 272 p.
8. Wallace P. The Psychology of the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 264 p.

FEATURES OF ENGLISH-LANGUAGE NICKNAMES FORMATION IN THE INTERNET DISCOURSE

Latipova Aziza Lachinovna

*Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov in Nalchik
aziza25052011@gmail.com*

In recent decades the Internet has greatly expanded boundaries of reality having created a unique virtual world with its social groups and communities. Each of the Internet users being a part of this or that community on the Internet must have his/her own identifier, which distinguishes him/her from others and at the same time helps to express himself/herself in virtual space. As a result there appears a new linguistic phenomenon – the nickname – used for communication on the Internet. This paper focuses on the process of nicknames formation on the Internet. The aims of our research are the study and classification of linguistic means used for creating this or that nickname for the Internet communication.

Key words and phrases: proper names; nickname; avatar; nicknames-anthroponyms; nicknames-toponyms; nicknames-zoonyms.

УДК 316.013

Социологические науки

Статья посвящена изучению рекламы элитного жилья. Использование контент-анализа позволило наполнить конкретным содержанием основные признаки жилых домов повышенного качества и составить социальный портрет их желаемых обитателей. Полученный результат позволяет сделать следующие выводы. Благодаря средствам контроля, огражденное общественное пространство элитного жилья становится пронизываемым. Однородность социального состава обитателей элитных домов делает общение между ними, с одной стороны, искусственным, с другой – приводит к появлению человеческого типа, отдающего дань внешним формам, но не имеющего глубины.

Ключевые слова и фразы: жилье повышенного качества; бизнес-класс; элитный класс; контент-анализ; социальное неравенство; ограждение; эксклюзия; безопасность.

Мельников Михаил Васильевич, к. соц. н.

*Новосибирский государственный университет экономики и управления
Новосибирский государственный технический университет
Halkidon_N@list.ru*

ЭДЕМЫ ДВАДЦАТЬ ПЕРВОГО ВЕКА: ЭЛИТНЫЕ ДОМА И ИХ ОБИТАТЕЛИ

Слово «Эдем» (Эден, Едем), переводимое у Д. В. Щедровицкого как «наслаждение», традиционно используется как название райского сада, находившегося где-то на далеком Востоке и укрытого от взора и доступа недостойных [12, с. 54]. В христианском искусстве на полотнах, представлявших Деву Марию с Младенцем Иисусом, сад Эдема изображался как Запертый Сад [2, с. 241]. На картине Л. Кранаха «Золотой Век» (ок. 1530 г.) мы видим, может быть, не сам Эдем, но его подобие. В укромном, окруженном кирпичным забором месте беззаботно танцуют люди, цветут и плодоносят деревья, журчат ручьи, гуляют львы и олени [10, с. 160].

В нашей статье слово «Эдем» используется как общее, нарицательное и одновременно ироничное название новостроек жилья повышенного качества, возводимого и предлагаемого для продажи в ряде городов России. Специалисты по недвижимости относят к группе жилья повышенного качества бизнес-класс и элитный класс [5]. Основными признаками отнесения дома к жилью повышенного качества являются наличие ограждений, стационарного поста охраны, видеонаблюдения над придомовой территорией, а часто и внутри самого дома. Эдемы нашего времени – это огражденные и охраняемые от нежелательного вторжения жилые дома, комплексы и коттеджные поселки. На огражденной территории жителям нередко предлагается расширенное обслуживание их разнообразных потребностей – сервисные службы, рестораны, салоны красоты, тренажерные залы, бассейны, магазины, детские сады.

Новые Эдемы – зримый признак высокого социального неравенства в современной России. По словам П. Бурдые, «ничто так не далеко друг от друга и так невыносимо, как социально далекие друг другу люди, которые оказались рядом в физическом пространстве» [3, с. 47]. Чтобы максимально уменьшить эту возможность, застройщики придумывают совершенные средства защиты от доступа на огражденную территорию людей, чье присутствие рассматривается ими как невыносимое для состоятельных жителей.