

## ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ YOUTUBE-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ С ПОМОЩЬЮ НИКНЕЙМА

**Т. В. Олейников,**

*магистр педагогических наук, аспирант  
кафедры языкознания и лингводидактики  
Белорусского государственного педагогического  
университета имени Максима Танка*

Поступила в редакцию 16.10.20.

## PRAGMALINGUISTIC POTENTIAL OF SELF-PRESENTATION OF YOUTUBE USERS WITH THE HELP OF A NICKNAME

**T. Oleinikov,**

*Master of Pedagogy, Postgraduate Student  
of the Department of Linguistics and  
Linguodidactics, Belarusian State Pedagogical  
University named after Maxim Tank*

Received on 16.10.20.

В статье рассматриваются дефиниции, место, роль, типология никнеймов в интернет-пространстве. Устанавливаются и анализируются типовые группы YouTube-никнеймов на русском, английском и французском языках, выявляются языковые особенности избранных виртуальных имен. Определяется прагмалингвистический потенциал самономинии YouTube-пользователей с помощью сетевых имен.

*Ключевые слова:* никнейм, самопрезентация, номинатор, пользователь, YouTube, прагмалингвистические особенности.

The article considers the definition, place, role, typology of nicknames in Internet environment. It establishes and analyzes type groups of YouTube nicknames in the Russian, English and French languages, reveals the language features of the chosen virtual names. The article reveals the pragmalinguistic potential of self-nomination of YouTube users with the help of web names.

*Keywords:* nickname, self-presentation, nominator, user, YouTube, pragmalinguistic features.

Никнейм, или сетевое имя, является одним из самых уникальных новых языковых концептов, потому как используется адресантами интернет-коммуникации с целью индивидуализации, самоидентификации, самопрезентации, самоутверждения и самовыражения. «Интернет-псевдонимы» вызывают пристальный интерес ученых различных сфер: психологии, социологии, лингвистики, географии, истории, этнографии, политологии и др. Внутри виртуального пространства сформировано множество дискуссионных площадок (социальных сетей), количество которых, как и количество пользователей Всемирной паутины, ежегодно увеличивается. В виртуальном пространстве имена приобретают новые значения и функции: помимо самопрезентации, пользователю доступна возможность создания совершенно новой личности, живущей в виртуальной среде.

Слово *никнейм* вошло в современный русский язык посредством транслитерации с английского языка '*nickname*', восходящее от древнеанглийского *an eke name* 'другое имя', которое с помощью омонимии перешло в *a nick name*. В толковом словаре Е. Н. Шагаловой под *никнеймом* понимается «псевдоним, прозвище, гл. обр. уникальное имя пользователя сетевого ресурса» [1, с. 217]. По мнению М. Г. Чабаненко, никнейм – это «художественный образ из символов, создаваемый пользователем для общения и самопрезентации в чатах, социальных сетях и подобных ресурсах» [2, с. 11]. О. В. Лутовинова считает, что никнейм является «аналогом личного имени, по которому человека знают в реальной действительности» [3, с. 25]. Э. М. Рянская и А. С. Балкунова дают никнеймам следующую трактовку: «Это новые единицы из сферы ис-

кусственной ономастики или вторичной номинации, что осложняет интерпретацию их как знаковых единиц...» [4, с. 72]. Исследователи считают, что никнеймы относятся к онимам, ближайшие по значению к ним – псевдонимы.

Научные взгляды различных лингвистов на дефиницию никнейма (ника) совпадают или схожи, тогда как место и роль никнейма в интернет-дискурсе вызывают полифонию мнений. Одни ученые считают, что имя не имеет конкретного значения без связи с субъектом, объектом, лицом или вещью [5], другие утверждают, что в самом сетевом имени прослеживается связь с индивидуальностью, личностью его носителя [3; 6; 7], третьи полагают, что индивидуализация и самопрезентация могут реализовываться в конкретных ситуациях интернет-коммуникации, так как не все никнеймы уникальны и они могут совпадать у интернет-коммуникантов [4].

В данной статье анализу подвергаются частотные типовые группы сетевых имен пользователей YouTube на русском, английском и французском языках, которые ведут активную интернет-коммуникацию, оставляют комментарии под видео на русском и французском языках образовательного и творческого содержания. Определим прагмалингвистический потенциал избранных никнеймов, классифицируя и ранжируя их по частотности, опираясь на уже существующие классификации сетевых имен.

**Никнеймы-личные имена и/или фамилии, отчества:** 1) полные формы имен и фамилии: *Victoria Ruchkina, Анастасия Тараторина, Евгения Грищенко, Алла Соловьева, Melanie Murphy, Tim Jan\$\$ens, George David Fisher, Олег Минцев, Сергей Горный, Rebecca Sanchez*; 2) имена и фамилии с диминутивом:

вовка ильичев, Иванчик Чалый, Денчик Савельев, Томту Tompkins; 3) полные формы имен: Александр, Светлана, Kevin, Melanie; 4) полные и краткие формы имен с диминутивом: Уапочка, Владек, Иванчик; 5) фамилии: Яхнович, SMITH, БОРЗОВА; 6) полные формы отчеств: Андреевна, сергеевич; 7) коннотативно окрашенные формы имен собственных: Оксандра, Dimon; 8) краткие формы отчеств: Палыч, Саньччч; 9) полные формы имен с частичной реконструкцией идентичности: Фарид7654321, Antonio\_111; 10) фамилия в сочетании с инициалами: GOGONOVA N.

У данного типа избранных никнеймов отмечаем следующие языковые особенности: написание русских имени и фамилии; написание имен и фамилий без использования строчных букв; отказ от прописных букв в имени и фамилии; использование полной формы имени в сочетании с диминутивом; замена буквы *s* знаком доллара; совмещение в написании кириллицы и латиницы; употребление второго личного имени в сетевом имени; нарушение языковой нормы в создании диминутивной формы имени; реконструкция идентичности пользователя с помощью добавочных цифровых и буквенных знаков и морфемных элементов. Данная типовая группа сетевых имен является средством прямой самопрезентации, объективной самоидентификации и прямой номинации YouTube-пользователей, воссоздание ими «Я» реального, большинство из которых имеет официальную форму представления. Кроме формальной самоидентификации, выраженной именем и фамилией, YouTube-пользователи в своем никнейме используют упомянутые выше графические элементы, которые выполняют аттрактивную функцию. Помимо того, функция привлечения внимания и интенция воздействия на потенциального коммуниканта реализуются пользователями с помощью использования диминутива при самоназвании, где видится общая особая модальность: YouTube-пользователи с помощью ласкательных имен демонстрируют свой реальный или психологический возраст, характер, игнорируют нейтральную форму имени и фамилии как типичного и невыразительного. Данный тип номинации носит наименее эмоционально-экспрессивный характер в лексическом аспекте, однако графически ему свойственен эмоционально-оценочный эффект.

**Прецедентные имена:** 1) известных персонажей: *Ирен Адлер* (персонаж сериала «Шерлок»), *Хан Соло* (персонаж медиафраншизы «Звездные войны»), *Ronald Weasley* (герой серии книг и фильмов о Гарри Поттере), *Donald Faunthleroy Duck* (персонаж серии мультфильмов студии Walt Disney), *Cuddy M.D.* (героиня телесериала «Доктор Хаус» доктор Лиза Кадди); 2) известных людей: *Stroma* (псевдоним), *V. Eilish*, *егор летов*, *Dion C.*; 3) известных

личностей с языковой игрой: *куртка бейна* (от Курт Кобейн). Данный тип никнеймов менее насыщен дополнительными графическими элементами. Имядатели осуществляют выбор виртуального имени в контексте коммуникативной стратегии, связанной с интенцией суггестивного характера, направленной на конкретную группу людей-единомышленников, которых объединяет интерес к конкретным известным личностям и персонажам. Здесь очевидна конспирация, которая маскирует «Я» реального пользователя YouTube, однако в контексте посетителя видеохостинга является мотивированной: на YouTube представлено большое количество трейлеров, обзоров, полных версий фильмов, мультфильмов и сериалов, рецензий и обзоров на книги. Здесь пользователь видит возможность создать новое «Я», которое наделено качествами и характеристиками предпочитаемых персонажа или известной личности, которое притягивает других пользователей-единомышленников. Таким образом, снова наблюдаем, как коммуникативными целями становятся две противоположности: конспирация и аттрактивность.

Пограничным между первой и второй группой типом никнеймов являются виртуальные имена, в которых сочетаются **реальные имена или фамилии пользователей с именами или фамилиями известных людей или персонажей, названиями известных групп**: *Диана Фицджеральд* (реальное имя пользователя в сочетании с фамилией известного американского писателя), *Максим Духовны* (личное имя и фамилия американского актера), *Dasha Way* (личное русское имя пользователя на латинице в сочетании с фамилией американского музыканта), *вика кац* (реальное имя пользователя в сочетании с фамилией российского общественного деятеля и обозревателя), *Йода Веремейчук* (имя персонажа «Звездных войн» в сочетании с реальной фамилией пользователя), *Станислав Сплин* (личное имя пользователя в сочетании с названием российской рок-группы), *Dmitriy Wachowski* (реальное имя пользователя в сочетании с фамилией известных американских кинорежиссеров и сценаристов), *Anastasia Skillet* (автоним в сочетании с названием американской рок-группы).

Данной группе никнеймов характерна частичная конспирация, так как это переходный тип сетевых имен, находящийся между автонимами и псевдонимами. Коммуникативным мотивом данной типовой группы виртуальных имен видится интенция YouTube-пользователей на дополнение «Я» реального «недостающими», «желанными» характеристиками; стремление указать единомышленникам на общность интересов (интерес к конкретной известной личности, группе), привлечь их внимание, но без сокрытия «Я» реального, показателем которого является автоним-индивидуализатор.

Обратим внимание, что большинство избранных для имятворчества фамилий известных личностей является американскими, что демонстрирует распространенность английского языка и американской культуры в интернет-пространстве.

**Юмористические и креативные никнеймы:** *сонька квасонька* (языковая игра, в которой автор дублирует диминутивную форму личного имени, добавляя к ней лексему *квас*, при которой происходит интерференция морфов), *Лысина Валюева* (никнейм-словосочетание, где главное и зависимое слова сближаются по своей формуле с типичной формулой имени женского рода в именительном падеже и фамилии с *-ева*; детализация внешности известной личности в юмористическом ключе), *Delovaya kolbasa* (характеристика человека на латинице с иронией), *ума палата* (ирония), *putin na ave* (в никнейме на латинице содержится информация об аватаре YouTube-пользователя), *добби свободен* (содержится пресуппозиция из Вселенной «Гарри Поттера» о домашнем эльфе; второй элемент никнейма сближается по своей формуле с фамилиями/прилагательными мужского рода), *Пишу Ник* (никнейм-предложение, в котором содержится временная информация – момент создания самого сетевого имени), *котлетки с пюрешкой* (никнейм-мем), *Топ @tour 'Твоя любовь'*, *Have no Name 'Нет Имени'*, *imamasic* (сочетание английского языка с русским окказионализмом на латинице, что расшифровывается как *'я есть мазик'* (майонез)). Имядатели данной типовой группы виртуальных имен реализуют свои творческие возможности и творческое мышление, их никнеймы уникальны и выразительны. Коммуникативной целью данных никнеймов являются конспирация и привлечение внимания потенциальных коммуникантов через выделение из общей массы; кроме того, они стремятся к получению позитивной реакции. Никнеймы типа *Have no Name* и *Пишу Ник* демонстрируют анонимность имядателей, но в то же время выделяются и привлекают внимание. На всех уровнях языка (по большей части в графике и морфологии) в юмористических и креативных никнеймах прослеживается эмоциональность и экспрессивность. Как видится, такие сетевые имена созданы с коммуникативной целью установить первичный контакт и произвести впечатление.

**Никнеймы с самопозиционированием,** самооценкой или выражающие жизненную позицию: *I'm unstoppable 'Я неостанавливаемый/ая'*, *Broken mind 'Сломанный разум'*, *Нормальная но Нереальная*, *Обычная Даша*, *Exotique 'Экзотический/ая'*, *Lana Beloved 'Лана Любимая'*, *Skovana*, *Wasted life 'Потраченная жизнь'*, *Neotsyda Ya*, *Макс просто*, *Только Вперед*. Эта группа никнеймов, помимо реализации атрактивной функции и конспирации, обладает

модальностью саморефлексии через самопознание, самопозиционирование и самооценку. Некоторые имядатели данной группы стремятся не к позитивной реакции коммуникантов, а дистанцированию и демонстрации своего пессимистичного взгляда на мир: *Broken mind*, *Skovana*, *Wasted life*. Сетевые имена данной типовой группы по коммуникативным намерениям можно условно разделить на 3 подгруппы: привлекающие внимание через демонстрацию своей уникальности и особенности с потенциальной позитивной реакцией коммуникантов (*Exotique*, *Нормальная но нереальная*, *Neotsyda Ya*); демонстрирующие свою простоту, обычность (*Обычная Даша*, *Макс просто* и др.); жизнеутверждающие: *I'm unstoppable*, *Только Вперед*. Номинаторы выбирают именно те яркие качества своего характера или аспекты своего мировоззрения, которые хотят донести до потенциальных коммуникантов.

**Никнеймы с показателем социальной роли человека:** *Академик Фролов*, *П@п@ из Интернета*, *Stroyudoma*, *Какой-то Фермер*, *Baptiste* (пер. с франц. *Баттист*), *Vash\_Restorator*, *Крумик*☺. Часть никнеймов этой группы насыщена дополнительными графическими знаками (в том числе эмодзи), у другой части они полностью отсутствуют. Здесь для номинаторов видится значимой самоидентификация, в которой имеется социальный показатель: роль в обществе, род занятий, сфера деятельности. Таким образом, кроме «именной» конспирации и привлечения внимания, имядатели нацелены на самоидентификацию или идентификацию в обществе.

**Никнеймы-призывы:** *Поставь лайк, Help me to reach 50K subscribers with no video* (пер. с англ. *Помогите мне достичь 50 тысяч подписчиков без видео*), *Посмотри Меня*. Здесь прослеживается демонстрация императивности коммуникативной ситуации, где никнейм становится директивом, а имядатель – каузаторм. Выбор такого сетевого имени мотивирован самим механизмом видеохостинга YouTube, на котором пользователь может быть не только наблюдателем, критиком или собеседником, но в первую очередь создателем контента для всеобщего внимания.

**Выводы.** Виртуальные имена, являясь лексическим номинациями и приобретая для номинатора новую мотивировку, проходя через преобразования на всех уровнях языка, обретают некоторый символизм. Среди избранных никнеймов самыми частотными являются: 1) реальные имена пользователей; 2) прецедентные имена; 3) сочетающие реальные имена или фамилии пользователей с прецедентными именами, названиями известных групп; 4) юмористические и креативные номинации; 5) номинации с самопозиционированием, самооценкой или выражающие жизненную позицию.

Основными прагмалингвистическими особенностями YouTube-никнеймов являются: коммуникативная полифункциональность (от конспирации до аттрактивной функции, в том числе их сочетание); коммуникативное намерение номинаторов установить первичный контакт и получить позитивную реакцию от потенциальных коммуникантов (как правило); коммуникативная интенция на привлечение внимания

единомышленников, а также произведение на них впечатления; смысловая неопределенность, неоднозначность прагматического выбора определенных грамматических элементов при номинации пользователей; модальность саморефлексии и самооценки (никнеймы с самопозиционированием); директивная форма никнейма-послания, побуждающая к ознакомлению с информацией внутри аккаунта номинатора-каузуатора.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Шагалова, Е. Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века / Е. Н. Шагалова. – М. : АСТ, 2011. – С. 217.
2. Чабаненко, М. Г. Молодежный дискурс как реализация типовой и индивидуальной языковой личности [Электронный ресурс] / М. Г. Чабаненко // Человек и наука. – 2007. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/molodezhnyy-diskurs-kak-realizatsiya-tipovoy-i-individualnoy-yazykovoy-lichnosti>. – Дата доступа: 07.09.2020.
3. Лутовинова, О. В. Языковая личность в виртуальном дискурсе : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 [Электронный ресурс] / О. В. Лутовинова // ВГСПУ. – Волгоград, 2013. – Режим доступа: [http://vgpu.org/sites/default/files/disfiles/avtoreferat\\_lutovinovo\\_o.v..pdf](http://vgpu.org/sites/default/files/disfiles/avtoreferat_lutovinovo_o.v..pdf). – Дата доступа: 18.03.2020.
4. Рянская, Э. М. Сетевое имя (никнейм) как языковой знак / Э. М. Рянская, А. С. Балкунова // Вестник Нижневартковского государственного университета. – 2011. – № 4 – С. 72–76.
5. Комлев, Н. Г. Компоненты содержательной структуры слова / Н. Г. Комлев. – М. : КомКнига, 2006. – 192 с.
6. Алефиренко, Н. Ф. Спорные проблемы семантики / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Гнозис, 2005. – 326 с.
7. Ражина, В. А. Ономастические реалии: лингвокультурологический и прагматический аспекты [Электронный ресурс] / В. А. Ражина // Электронная библиотека диссертаций. – <https://www.dissercat.com/onomasticheskie-realii-lingvokulturologicheskii-i-pragmaticheskii-aspekty>. – Дата доступа: 12.07.2020.

#### REFERENCES

1. Shagalova, E. N. Samyj novejsnij tolkovyj slovar' russkogo jazyka XXI veka / E. N. Shagalova. – M. : AST, 2011. – S. 217.
2. Chabanenko, M. G. Molodezhnyj diskurs kak realizacija tipovoj i individual'noj jazykovoj lichnosti [Elektronnyj resurs] / M. A. Chabanenko // Chelovek i nauka. – 2007. – Rezhim dostupa: <http://cheloveknauka.com/molodezhnyy-diskurs-kak-realizatsiya-tipovoy-i-individualnoy-yazykovoy-lichnosti>. – Data dostupa: 07.09.2020.
3. Lutovinova, O. V. Jazykovaja lichnost' v virtual'nom diskurse : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk : 10.02.19 [Elektronnyj resurs] / O. V. Lutovinova // VGSPU. – Volgograd, 2013. – Rezhim dostupa: [http://vgpu.org/sites/default/files/disfiles/avtoreferat\\_lutovinovo\\_o.v..pdf](http://vgpu.org/sites/default/files/disfiles/avtoreferat_lutovinovo_o.v..pdf). – Data dostupa: 18.03.2020.
4. Rjanskaja, Je. M. Setevoe imja (niknejm) kak jazykovoj znak / Je. M. Rjanskaja, A. S. Balkunova // Vestnik Nizhnevartovskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2011. – № 4. – S. 72–76.]
5. Komlev, N. G. Komponenty soderzhatel'noj struktury slova / N. G. Komlev. – M. : KomKniga, 2006. – 192 s.
6. Alefirenko N. F. Spornye problemy semantiki / N. F. Alefirenko. – M. : Gnozis, 2005. – 326 s.
7. Razhina V. A. Onomasticheskie realii: lingvokul'turologicheskij i pragmaticheskij aspekty [Elektronnyj resurs] / V. A. Razhina // Jelektronnaja biblioteka dissertacij. – Rezhim dostupa: <https://www.dissercat.com/onomasticheskie-realii-lingvokulturologicheskii-i-pragmaticheskii-aspekty>. – Data dostupa: 12.07.2020.