

## References

1. Radbil' T. B., & Marinova E.V. [i dr.] (2019). Aktivnye processy v jazyke interneta: lingvokognitivnyj i pragmaticeskij aspekty [Active processes in the Internet language: linguocognitive and pragmatic aspects]. Moscow: Nestor-history. (In Russ).
2. Kravcova Ju. V. (2011). Semanticheskie lingvometaforologicheskie issledovaniya rubezha XX – XXI vv. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nac. un-ta im. V. I. Vernadskogo. Ser. «Filologija. Social'nye kommunikacii»* [Semantic linguometaphorological studies of the turn of the XX - XXI centuries. *Scientific notes of the Tauride nats. V. I. Vernadsky University. Philology. Social communication*].24(63), 130–136. (In Russ).
3. Laguta O. N. Metaforologija: teoreticheskie aspekty. Ch.1 (2003).[*Metaphorology: theoretical aspects. Part I*] [Monography].Novosibirsk. (In Russ).
4. Lakoff Dzh., Dzhonson M.(2004). Metaforj, kotorymi my zhivem. [*Metaphors that we live by*]. Moscow: Tutorial URSS. (In Russ).
5. Starichjonok V. D. (2018). Obraz cheloveka v belorusskom jazykovom kontinuumе [*The image of a person in the Belarusian language continuum*]. Minsk: Kolorgrad. (In Russ).
6. Chudinov A. P. (2003).Metaforicheskaja mozaika v sovremennoj politicheskoy kommunikacii. [*Metaphorical mosaic in modern Political Communication*]. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University. (In Russ).
7. Shestak L. A. (2011).Zhivotrepeshhushhee slovo bytija Izvestija VGPU.[ *The burning word of Being. Filologija*]. [ Rec. in the book: Alefirenko, N. F. "Living" word: problems of functional lexicology]. 2, 148–149. (In Russ).

УДК 811.161.1'373.45

## ИНТЕРНЕТ-ПРОЗВИЩЕ В АСПЕКТЕ ГЕНДЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

**И.О. Ковалевич,**

доцент, кандидат филологических наук,  
заведующий кафедрой иностранных языков и методики преподавания иностранных языков  
Мозырского государственного педагогического университета имени И.П. Шамякина  
г. Мозырь, Республика Беларусь  
E-mail: irina\_kovalevich@list.ru

**Е.Л. Маркова,**

студентка 4 курса филологического факультета  
Мозырского государственного педагогического университета имени И.П. Шамякина  
г. Мозырь, Республика Беларусь  
E-mail: cm4rkova@yandex.ru

Статья посвящена анализу Интернет-прозвищ в аспекте гендерной лингвистики. Настоящее исследование проводится на материале англоязычных никнеймов, отобранных методом сплошной выборки из русскоязычного Интернет-пространства (ВКонтакте, Telegram, Instagram, Интернет-форумы). С применением сопоставительного, семантико-стилистического методов, метода структурного анализа, метода количественного подсчета были выявлены способы гендерной маркированности, установлены структурные, семантические и стилистические особенности мужских и женских Интернет-прозвищ.

**Ключевые слова:** Интернет-прозвище, никнейм, гендерная маркированность, Интернет-пространство, самоименование.

## NICKNAME IN THE ASPECT OF GENDER LINGUISTICS

**I.O. Kovalevich,**

Associate Professor, Cand. Phil. D., Head of the Department of Foreign Languages and Methods of Teaching Foreign Languages,  
Mozyr State Pedagogical University named after I.P. Shamyakin  
Mozyr, Republic of Belarus  
E-mail: irina\_kovalevich@list.ru

**E.L. Markova,**

4th year student of the Philology Faculty,  
Mozyr State Pedagogical University named after I.P. Shamyakin  
Mozyr, Republic of Belarus  
E-mail: cm4rkova@yandex.ru

The article is devoted to the analysis of Internet nicknames in the aspect of gender linguistics. This research is carried out on the basis of English nicknames selected by continuous sampling from the Russian-speaking Internet space (VKontakte, Telegram, Instagram, Internet forums). With the use of comparative, semantic and stylistic methods, the method of structural analysis, the method of quantitative calculation, ways of gender markedness were identified, structural, semantic and stylistic features of male and female Internet nicknames were established.

**Key words:** Internet nickname, gender markedness, Internet space, self-naming.

## **Введение**

С развитием информационно-коммуникационных технологий Интернет-общение стало неотъемлемой частью жизни современного человека. Интернет-форумы, чаты, блоги, гостевые книги, личные страницы в социальных сетях расширяют горизонты коммуникативного пространства и предоставляют человеку дополнительные возможности для самовыражения.

Интернет-коммуникация, прежде всего, характеризуется опосредованностью, так как протекает посредством технических средств связи. К другим важным характеристикам виртуального общения относятся анонимность, свобода языкового выражения, дистантность участников общения и др. [2, с. 12], [3] Все это определяет коммуникативное поведение человека в Интернет-пространстве. Погружаясь в параллельный мир виртуальной реальности, человек демонстрирует склонность к перевоплощению, реализации себя в новых ролях и коммуникативных сценариях, и данный процесс, как правило, сопровождается созданием нового виртуального имени. Главная цель – сохранить анонимность, остаться неузнанным – гарантирует свободу мысли и самовыражения.

Выбор имени не является стихийным процессом (за исключением несчастных случаев). Имя человека заключает определенный смысл, является источником информации о его носителе. Самоименование – это способ самоидентификации, когда человек получает возможность заявить о себе, акцентировать свои определенные качества, способности, склонности, позиционировать себя тем, кем бы хотел быть для окружающих. Таким образом, *никнейм* (также *интернет-прозвище*, *виртуальное имя*, *сетевое имя*) является вербальным обозначением виртуальной личности и представляет ценный материал для исследователей.

Традиция выбора для себя другого имени не является новой. Это явление достаточно распространено среди людей, связанных с литературным творчеством и журналистикой. Одним из наиболее креативных в данном отношении был Антон Павлович Чехов, который подписывал свои многочисленные работы, как *Z.*, *А.Ч.*, *А. Ч-х-в*, *Человек без селезёнки*, *Дяденька*, *Антоша Чехонте*, *Врач без пациентов*, *Вспыльчивый человек*, *Гайка №5<sup>3/4</sup>*, *Гайка № 6*, *Гайка № 9*, *Грач*, *Дон-Антонио Чехонте*, *Крапива*, *Прозаический поэт*, *Пурселепетанов*, *Шампанский*, *Юный старец*, *Архип Индейкин*, *Василий Спиридонов*, *Сволачев*, *Известный* и др. [4, с. 319–320]. Литературоведы насчитывают более сорока таких творческих имен. Свои псевдонимы также имели Н. В. Гоголь (*Г. Янов* (от Гоголь-Яновский), *П. Глечик*, *В. Алов*, *Пасичник Рудой Панько*, *оооо*, *N.N.N.*), И. А. Крылов (*Нави Вольрк*), А. С. Пушкин (*Феофилакт Косичкин*, *Иезуда Хламида*, *И.П.Белкин*), М. А. Булгаков (*М.Б.*, *Ф. Скитайкин*, *М. Ол-Райт*, *Иван Бездомный*, *Незнакомец*, *Маг*) и многие другие.

В настоящее время Интернет-пространство позволяет каждому человеку заявить о себе, независимо от его способностей, талантов, профессии, образования и т.д.

Никнеймы привлекают внимание лингвистов сравнительно недавно. Они исследуются, как правило, в аспекте Интернет-дискурса как его частное проявление (Н. Г. Асмус, Н. А. Ахренова, Н. Е. Бажайкин, А. В. Жичкина, И. И. Зубова, Н. Д. Чеботарева) либо вторичной номинации (Т. В. Аникина, В. В. Мизин, Л. В. Шалина). Имеются также работы, посвященные изучению данных ономастических единиц в рамках проблемного поля теории коммуникации и коммуникативной лингвистики (А. С. Балкунова) [1].

## **Цели и задачи**

На наш взгляд, представляется интересным продолжить исследование и никнейма как способа выражения языковой личности, характеризующейся определенным набором

признаков и качеств. В этом отношении является актуальным проведение сравнительного анализа традиции самоназвания в аспекте гендерной лингвистики и установление структурных, семантических, стилистических особенностей мужских и женских Интернет-прозвищ.

### **Методы и материал исследования**

Материалом для исследования послужили англоязычные никнеймы, отобранные методом сплошной выборки из русскоязычного Интернет-пространства (ВКонтакте, Telegram, Instagram, Интернет-форумы: <http://kuli4kam.net>, <https://alsiti.net>, <https://lady.mail.ru/forum/>, <https://auto.mail.ru/forum/> и др.). Отобранные единицы анализировались по наличию в их структуре гендерно маркированного элемента.

В процессе работы использовались следующие методы и приемы исследования: метод сплошной выборки, описательный, структурный анализ, сопоставительный, семантико-стилистический, метод количественного подсчета.

### **Результаты и их обсуждение**

Проанализировав 256 мужских и женских Интернет-прозвищ, мы пришли к выводу, что в 45 % случаев гендерная маркированность выражается посредством лексических единиц, которые обозначают лицо соответствующего пола: *man*, *boy*, *girl*, *lady*, реже *woman*, например: *ArtMa<sup>1</sup>n*, *Computer-man*, *automan*, *Football boy*, *cool\_boy\_*, *Secret girl*, *♪musical girl♪*, *Crazy\_girl* ♪, *SWEET GIRL*, *Lazy girl*, *Candy-Girl*, *♥Sexy♥girl♥*, *Angry\_girl*, *Pretty Lady*, *Golden lady*, *Woman-in-red*, *Cheri Lady*.

Как видно из представленных примеров, по своей структуре данные никнеймы представляют собой либо словосочетания по типу ADJ + S, либо композиты по типу S + S. Первый структурный компонент имени выступает в качестве характеризующего, в то время как второй является гендерно маркированным в соответствии с лексическим значением данной единицы. Акцентуализация возрастного признака в данном случае является вторичной. Характеристика лица может осуществляться по роду деятельности либо увлечению (ср.: *Computer-man*, *automan* и др.), что наиболее характерно для Интернет-пользователей мужского пола. Среди женской половины интернет-коммуникантов наиболее распространены виртуальные имена с компонентами, выражающими внешние и внутренние качества (ср.: *Lazy girl*, *Pretty Lady* и др.).

Кроме того, в женской речи нами были зафиксированы случаи употребления аллюзивных имен собственных: *Woman-in-red* (из текста песни Криса де Бурга «The Lady in Red» с заменой компонента *lady* на *woman*), *Cheri Lady* («Cheri Cheri Lady» группы Modern Talking).

Менее употребительными гендерно маркированными компонентами Интернет-имени выступают лексические единицы со значением социального статуса и титула: *queen*, *king*, *prince*, *knight*, *princess*. По своей структуре данные никнеймы представляют собой сочетание имени нарицательного со значением титула и имени собственного: *Queen Kate*, *@queen\_vicky*, *King Leon*, *Prince RomaN*, *Knight Nick*, *Princess Natali*, *Princess Arishka*. Как видим, в данных примерах наблюдается нарушение стилистической сочетаемости лексических единиц, т.к. в соответствии с традицией в подобных синтаксических структурах употребляется полное имя человека: *Queen Elizabeth*, *King Charles* и др.

Указанные лексические единицы могут также употребляться и в других сочетаниях: ADJ + S (титул) (*Sleepy Princess*); S (титул) + предлог of + S (топоним – вымышленный или реальный): *King\_of\_ural\_*, *Queen of ShopperNet*. В последнем случае языковая игра достигается посредством образования окказионального слова, созвучного с известным Internet. *Shoppernet* может выражать значение 'Интернет-пространство для совершения покупок'.

---

<sup>1</sup> Здесь и далее сохраняется графическое оформление имени.

Довольно часто в качестве Интернет-прозвищ выступают имена персонажей литературных произведений и кинофильмов. Среди мужских виртуальных имен встречаются *Shreck, Dracula, Hulk, Spiderman, Iceman, Rocky* – положительные и отрицательные персонажи, которые ассоциируются с физической силой, мощью, сверхчеловеческими способностями. Женские имена, как правило, выражают позитивные коннотации (например, *Cinderella, Alice\_in\_Wonderland, SnowWhite, Ariel*) и ассоциируются с такими качествами, как доброта, красота, мягкость, нежность, наивность, непосредственность и т.д. Хотя зафиксированы также случаи употребления имен, соотносимых с отрицательными персонажами, например, *witch* (ср. русск. *ведьма*), *monster*. При этом может создаваться эффект оксюморона посредством сочетания данных лексических единиц с прилагательными, выражающими положительные характеристики: *sweet witch, Little witch, soft\_monster(●●)* и др.

В Интернет-дискурсе прослеживается устойчивая тенденция к созданию анималистических имен. При этом представители сильного пола традиционно соотносят себя с хищниками как воплощением сильного мужского начала: *Fiery Tiger, Mark-teethy-shark, Eagle, lonely))wolf*. Женский Интернет-именник включает онимы с такими компонентами, как *fox, fish, butterfly*. Данные единицы, как правило, употребляются в сочетании с прилагательными и / или именами собственными: *Cute\_marina\_fox* (ср. русск. *милый*), *Golden Fish, Butterfly Mary*. В данной группе Интернет-онимов также зафиксированы случаи создания стилистического эффекта посредством оксюморона: *Good Cobra*.

Основу номинации может составить также традиционный для языкового узуса метонимический перенос по принципу часть – целое (а именно, часть тела человека – человек): *@BigHeadVictor, Brainy head* (мужские никнеймы); *Sweet cheek, Sunny\_eyes, ☺ smiling\_little\_face ☺* (женские никнеймы). Как видно из представленных примеров, для мужчин в данном случае показательно акцентировать внутренние качества, ум, а для женщин – внешние.

Для женщин характерной особенностью является создание «цветочных» имен. Наиболее употребительным компонентом является лексическая единица *rose*, ассоциирующаяся с женской красотой и молодостью: *Sweet Rose, red\*rose\*, Golden Rose*. Также зафиксированы случаи употребления наименований других цветов: *Sunflower*.

К особенностям коммуникации женщин можно отнести также создание имен собственных на основе гастрономической лексики *Strawberry Nat, Juicy\_cherry\_Mary, SweetBerry, Sugar Kate, vanilla cake*. Как видно из представленных примеров, женщины ассоциируют себя с кондитерскими изделиями, ягодами. Имена прилагательные выражают, как правило, вкусовые характеристики «сладкий» «сочный» «ванильный». Данная тенденция отчетливо прослеживается и в языке на уровне фразеологии: *пальчики оближешь, в самом соку, кровь с молоком, лакомый кусочек*.

Интернет-пространство содержит также имена, как правило, женские, соотносимые с тематическим полем «Игрушки». В качестве наиболее употребительного гендерно маркированного элемента выступает лексема *doll* (русск. *кукла*): *Candy doll, dolly\_doll, Sunny Doll, Sugar doll Nastya, Popdoll*.

Гендерная маркированность может также выражаться посредством средств словообразования. Мы зафиксировали единичный случай создания ономастической единицы посредством суффикса *-ess*, который употребляется в английском языке для образования дериватов со значением женскости от основ существительных, называющих представителей мужского пола: *Monstress\_Lolo*.

### **Выводы**

Таким образом, можем заключить, что Интернет-прозвища могут характеризоваться гендерной маркированностью, которая выражается посредством средств лексики и словообразования. Как для мужчин, так и для женщин является показательным акцентировать

ровать половую отнесенность посредством соответствующих лексем (ср.: *boy, girl, woman, man, lady*), при этом для некоторых единиц показатель пола может быть вторичным (ср.: *queen, king, knight, princess*). Основу Интернет-прозвища могут составить имена героев кинофильмов и литературных произведений, зоонимы, менее употребительны наименования частей тела. Женский Интернет-именник характеризуется большим тематическим многообразием за счет включения в состав имени лексических единиц, соотносимых с тематическими полями «Цветы», «Игрушки», «Кондитерские изделия», «Ягоды». По своей структуре Интернет-прозвища представляют собой, как правило, сочетания имени прилагательного с именем существительным либо имени нарицательного с именем собственным. Для мужчин является показательным выражение внутренних качеств (ум, сила, смелость), в то время как женщины акцентуализируют как внешние, так и внутренние качества (красота, доброта, нежность и др.). Основу номинации может составить языковая игра, что наиболее характерно для женского Интернет-именника (ср.: *Good Cobra*).

#### Литература

1. Балкунова, А. С. Роль сетевого имени (никнейма) во взаимодействии субъектов виртуальной коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. С. Балкунова ; Нижневарт. гос. гуман. ун-т – М., 2012. – 28 с.
2. Горошко, Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры / Е. И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М. : Наука : Флинта, 2012. – С. 9–52.
3. Рянская, Э. М. Сетевое имя (никнейм) как языковой знак [Электронный ресурс] / Э. М. Рянская, А. С. Балкунова // Вестник НВГУ. – 2011. – №4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevoe-imyа-nikneym-kak-yazykovoy-znak>. – Дата доступа: 07.09.2021.
4. Чехов, А. П. Полное собрание сочинений и писем в 30-ти томах / А. П. Чехов. – М. : Наука, 1988. – Т. 18. – С. 319–320.

#### References

1. Balkunova A.S. (2012) *Rol setevogo imeni (nikneyma) vo vzaimodeystvii subyektov virtualnoy kommunikatsii* [The role of a network name (nickname) in the interaction of subjects of virtual communication] [Author's abstr. cand. philol. diss.]. Moscow. (In Russ).
2. Goroshko E.I. (2012) *Sovremennaya internet-kommunikaciya: struktura i osnovnye parametry* [Modern Internet communication: structure and basic parameters]. Moscow. (In Russ).
3. Ryanskaya E. M., & Balkunova A. S. (2011) *Setevoe imya (niknejm) kak yazykovoj znak*. *Vestnik Nizhnevartovskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta* [Network name (nickname) as a language sign. *Bulletin of Nizhnevartovsk State Humanitarian University*]. Retrieved September 7 2021 from: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevoe-imyа-nikneym-kak-yazykovoy-znak>. (In Russ).
4. Chekhov A. P. (1988) *Polnoe sobranie sochinenij i pisem v 30-ti tomah* [Complete works and letters in 30 volumes]. Moscow: Science. (In Russ).

УДК 811.161.1

## ЯЗЫК ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ КАК ОТРАЖЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ В РУССКОЙ РЕЧИ

**С.Ю. Нагорная,**

кандидат филологических наук, доцент Института иностранных языков  
Цзилиньского университета,  
г. Чаньчунь, Китайская Народная Республика  
E-mail: [sjnagornaya@yandex.ru](mailto:sjnagornaya@yandex.ru)

В статье анализируются языковые особенности Интернет-комментариев, отражающих реальные речевые манифестации носителей русского языка в письменной фиксации. С применением функционального, семантического и структурного методов на материале аутентичных текстов, не подвергавшихся ранее