

Казяба В. В. Nicknamen international : на пути к Интернет-антропонимике / В. В. Казяба // Научный диалог. — 2019. — № 3. — С. 323—327. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-3-323-327.

Kaziaba, V. V. (2019). Nicknamen International: on the Way to Internet Anthroponymy. *Nauchnyi dialog*, 3: 323-327. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-3-323-327. (In Russ.).



УДК 81'373.231:004.738.5+81-115(049.32)

DOI: 10.24224/2227-1295-2019-3-323-327

Nicknamen international: на пути к Интернет-антропонимике

© Казяба Виктория Викторовна (2019), orcid.org/0000-0002-1777-1712, Researcher ID M-3663-2016, Scopus Author ID 55974397100, кандидат филологических наук, доцент, Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (Архангельск, Северодвинск, Россия), kazaba@yandex.ru.

Статья знакомит читателей с международной коллективной монографией «Nicknamen international. Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen», посвященной описанию корпусов никнеймов из социальных медиа 14 различных стран с последующим контрастивным анализом. Освещается идея и история возникновения труда, его структура, методология, стиль, язык и особенности изложения, состав авторского коллектива. Кратко резюмируются основные результаты, достоинства и недостатки исследования.

Ключевые слова: Интернет; антропонимика; никнейм; социальные медиа; контрастивная лингвистика.

В минувшем году исполнилось 20 лет крупному научному Интернет-порталу *mediensprache.net*, созданному под руководством немецких профессоров Ганноверского университета имени Г. В. Лейбница и Рейнско-Вестфальского технического университета Ахена. На просторах этой виртуальной платформы лингвисты со всего мира делятся теоретическими и прикладными исследованиями в области медиаязыка.

В честь юбилея участники портала выпустили 10-й том из серии книг «Sprache — Medien — Innovationen» при неизменном сотрудничестве с крупнейшим международным академическим издательством «Peter Lang». Коллективная монография «Nicknamen international. Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen» под редакцией П. Шлобински и Т. Зивера [Nicknamen international..., 2018] отличается от иных изданий

серии не только своим внушительным объемом (398 страниц), но и обширной «географией» языкового материала. Книга содержит результаты международного изучения никнеймов социальных медиа в 14 языках, а также контрастивный анализ национальных исследовательских корпусов. В период с 2015 по 2018 годы на платформе *mediensprache.net* исследователями из Великобритании, Германии, Голландии, Испании, Италии, Китая, Люксембурга, Марокко, Португалии, России, Хорватии, Швеции, Южной Кореи и Японии был успешно реализован научный онлайн-проект «Nicknamen in sozialen Medien», итоги которого нашли отражение в оригинальном коллективном издании, не имеющем аналогов.

Обращение авторов к никнейму как основной антропонимической единице Интернет-коммуникации, которая еще недостаточно изучена, свидетельствует об очевидной актуальности работы. Как справедливо отмечается во вступительной части монографии, никнеймы незаслуженно обделены вниманием и ономастологов, и Интернет-лингвистов. В этой ситуации сопоставительный крен в изложении материала придает изысканию высокую степень новизны и уникальности.

Книга содержит введение, 14 глав, обзорающих особенности никнеймов в пространстве Интернет-медиа того или иного национального языка, заключительную главу с контрастивным анализом материала и обобщениями, краткие биографии авторов. Все композиционные части книги написаны на немецком языке. Представляется, что англоязычный вариант монографии в большей степени соответствовал бы ее интернациональному характеру и существенно расширил бы круг читателей.

Во введении затронуты следующие вопросы: никнейм как объект исследований, общая характеристика задействованных в исследовании языков и систем письменности, методологический инструментарий. Отдельное внимание уделяется развернутому описанию процедуры сбора фактологического материала с массой иллюстраций. Построение корпуса примеров и анализ выполнялись авторами на специально разработанной электронной платформе сайта *mediensprache.net*. Автоматизация и унификация этих процессов позволили выстроить равновесные базы никнеймов и произвести их сравнение. Высокой оценки заслуживает не только прогрессивный способ обработки данных, но и включение в качестве вспомогательных материалов персональной информации о пользователях и мотивах их самономинаций, выявленных в ходе анкетирования. К сожалению, обычно подобным подходом пренебрегает большинство исследователей

никнеймов, хотя это могло бы гарантировать достоверную интерпретацию личных имен, выбираемых пользователями сети Интернет.

Дискуссионным представляется выбор источники материала и его количество. В качестве социальных медиа заявлены 5 Интернет-сервисов: фотохостинг Flickr, микроблог Twitter, национальные ресурсы — ТВ- и IT-форум, сайт газеты. Перечисленные онлайн-ресурсы располагают разными техническими, а следовательно, самопрезентационными и самономинативными возможностями. Кроме того, имеет место неодинаковая доступность источников в разных странах. Например, ввиду того, что в Китае заблокированы Flickr и Twitter, лингвисты Джиа Жу и Яо Жанг были вынуждены заменить эти сервисы на их китайские аналоги. Подобные отклонения фиксируются в марокканском, японском, корейском, люксембургском и шведском корпусах. Также на фоне амбициозной идеи и масштаба всей монографии представляется несколько малым объем каждой языковой картотеки — всего 500 никнеймов (по 100 из каждого источника). Впрочем, руководители и идейные вдохновители работы П. Шлобински и Т. Зивер признают нерепрезентативность таких выборок даже в их общей сумме 6800 единиц, одновременно указывая на то, анализ все-таки позволил выявить определенные тенденции в Интернет-самоименованиях [Nicknamen international..., 2018, S. 17].

Все последующие главы посвящены никнеймам социальных медиа той или иной страны и единообразно структурированы: рассматриваются особенности конкретного национального языка, степень изученности проблемы в отечественной литературе, обозначается эмпирическая база, поэтапно анализируется корпус примеров. Никнеймы подвергаются описанию с точки зрения их номинативного потенциала, морфологических, синтаксических, орфографических, графостилистических, фонетических, лексических, семантических свойств. Каждый уровень рассмотрения подкрепляется подробной статистической информацией и множеством языковых иллюстраций. Главы завершаются выводами и списками литературы. Представление результатов исследования по установленному плану способствует нивелировке индивидуально-авторской манеры письма и придает монографии единый стиль и слог, что в значительной степени облегчает восприятие столь эклектичного изыскания.

Заключительная глава содержит автоматически сгенерированные таблицы со статистическими данными всех языков абсолютно по всем заявленным аналитическим параметрам. Полученные результаты лаконично комментируются П. Шлобински и Т. Зивером. Удивительным образом, несмотря на очевидную разницу лингвокультур и языковых систем, обна-

руживаются общемировые тенденции в создании никнеймов: предпочтительное использование личного имени и сложных существительных для виртуальной самономинации, частое оформление последних в виде словосочетаний, спад интереса к применению графических средств, игнорирование фонетических приемов, активная экспансия англоязычных лексем. Значительная диффузность данных проявляется лишь на семантическом уровне описания никнеймов.

Самобытность работе придается благодаря пестрому поколенческому и академическому авторскому коллективу, в состав которого вошли как аспиранты, так и научные сотрудники, доценты и профессора.

Уникальный многоязычный материал, прогрессивная методика его извлечения и обработки, четко спланированный протокол анализа данных, работа с информантами и обширная теоретическая база исследования позволяют говорить о монографии «Nicknamen international. Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen» как о прорывном труде, дающем множество научных импульсов для мирового языкознания и закладывающем фундаментальные основы для нового направления — Интернет-антропонимики.

Литература

Nicknamen international : zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen / P. Schlobinski, T. Siever (eds.). — Berlin : Peter Lang GmbH, 2018. — 398 S. — ISBN 978-3-631-74809-1.

Nicknamen International: on the Way to Internet Anthroponymy

© Kaziaba Viktoria Viktorovna (2019), orcid.org/0000-0002-1777-1712, Researcher ID M-3663-2016, Scopus Author ID 55974397100, PhD in Philology, associate professor, Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov (Arkhangelsk, Severodvinsk, Russia), kazaba@yandex.ru.

The article introduces readers to the international collective monograph “Nicknamen international. Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen” devoted to the description of nickname corpora from social media in 14 different countries, followed by a contrastive analysis. The article covers the idea and history of the work, its structure, methodology, style, language and features of the presentation, members of team of the authors. The main results, advantages and disadvantages of the study are briefly summarized.

Key words: Internet; anthroponymy; nickname; social media; contrastive linguistics.

References

Schlobinski, P., Siever, T. (eds.). (2018). *Nicknamen international: Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen*. Berlin : Peter Lang GmbH. ISBN 978-3-631-74809-1. (In Germ.).