

Казяба В. В. Никнеймы англоязычных пользователей подросткового возраста (на примере социальной сети Twitter) / В. В. Казяба, Д. Э. Бармина // Научный диалог. — 2020. — № 2. — С. 97—112. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-2-97-112.

Kaziaba, V. V., Barmina, D. E. (2020). Nicknames of English-Speaking Adolescent Users of Social Networks (on the Example of Twitter). *Nauchnyi dialog*, 2: 97-112. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-2-97-112. (In Russ.).



УДК 811.111'42:004.738.5+81'27:316.775.2

DOI: 10.24224/2227-1295-2020-2-97-112

## НИКНЕЙМЫ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОДРОСТКОВОГО ВОЗРАСТА (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ TWITTER)<sup>1</sup>

© **Казяба Виктория Викторовна (2020)**, orcid.org/0000-0002-1777-1712, ResearcherID 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.

© **Бармина Дана Эдуардовна (2020)**, orcid.org/0000-0002-2253-560X, студент, Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (Архангельск, Северодвинск, Россия), barmina.dana@mail.ru.

Рассматривается вопрос об особенностях самономинации англоговорящих подростков в интернет-коммуникации — в социальной сети типа микроблог Twitter. Фокус статьи составляют антропонимические единицы интернет-коммуникации — никнеймы, принадлежащие интернет-пользователям возрастной категории 12—17 лет. Актуальность работы определяется необходимостью восполнить исследовательские лакуны в социо-, психо- и онтолингвистике, а также неослабевающим вниманием филологов к антропоцентрическим аспектам интернет-коммуникации. Новизна заключается в комплексном подходе к рассмотрению особенностей, способов и средств именования себя подростками в Twitter. Анализируется номинативный потенциал никнеймов. В соответствии с характером конституирующей лексемы выделяются группы самономинаций анонимного, псевдонимного и переходных типов. Делаются выводы о характеристиках анонимности подростковых имен в Twitter (степени анонимности и ее выраженности). Авторы также останавливаются на структурном аспекте виртуальных индивидоименований, выявляя наиболее продуктивные модели имятворчества в виртуальном пространстве. Представлены результаты графического анализа исследовательского материала, сопровождаемые количественной характеристикой паравербальных средств. Проведенный анализ устанавливает корреляцию между психологическими новообразованиями лиц подросткового возраста и особенностями их никнеймов в Twitter. Показано, что противоречивость и своеобразие рассматриваемой стадии онтогенетического развития пользователей проецируется на их самономинации.

1 Статья подготовлена при поддержке гранта Германской службы академических обменов № 57440915 (Forschungsaufenthalte für Hochschullehrer und Wissenschaftler, 2019), а также при финансовом участии Северного (Арктического) федерального университета имени М. В. Ломоносова и консультативной помощи доктора, профессора кафедры немецкого языка Ганноверского университета имени Г. В. Лейбница Петера Шлобински.

Ключевые слова: никнейм; антропоним; самономинация; Интернет; социальная сеть; Twitter; подросток; коммуникация.

## 1. Введение

В современной действительности невозможно представить жизнь человека без ежедневного использования Интернета, который уже давно оформился как альтернатива каким-либо иным средствам общения [Ахренова, 2009а]. Различные виртуальные коммуникативные платформы, в частности социальные сети, набирают все большую популярность, особенно среди представителей прогрессивного подрастающего поколения. Социальные сети открыли эру массовой коммуникации, являясь Интернет-сервисами для общения и кооперации внутри виртуального пространства. Они позволяют пользователям создавать персональные профили и характеризуются интерактивностью, гипертекстуальностью, а также введением в речь различных новшеств.

Одной из наиболее активных категорий среди пользователей социальных интернет-платформ по праву можно считать лиц подросткового возраста. Тинейджеры постоянно находятся в поиске ресурсов для демонстрации своей личности, а социальные веб-сервисы предоставляют им весь спектр возможностей для того, чтобы показать себя и поделиться всеми волнующими и зачастую провокационными мыслями с окружающими. Ребенку в период пубертата впервые удастся полноценно погрузиться в виртуальный мир и познать его изнутри. Несмотря на существование определенных рисков приобретения интернет-аддикций, эмоционально-когнитивных сдвигов, заикленности на использовании отдельного веб-сервиса, именно в социальных сетях подростки склонны проявлять свою индивидуальность и собирать вокруг себя единомышленников или же присоединяться к таковым. Все это помогает им формировать свое уникальное мировоззрение и высказывать мнение в условиях отсутствия психологических барьеров и прямого давления со стороны взрослых [Алексеев, 2011].

## 2. Лингвистические исследования виртуальной самопрезентации подростков

Подростки 12—17 лет пребывают в сензитивном периоде формирования собственной идентичности, для них характерно диффузное представление о себе и своем положении в обществе, они чрезвычайно зависимы от социального одобрения [Харламенкова, 2007]. На переходной стадии от детства к взрослости оформляется интеллектуальный аппарат, постепенно и осознанно выстраивается личная система ценностей и «Я-концепция», отличающаяся особой неустойчивостью на данном этапе [Шильштейн, 2000].

Подростки стремятся найти каналы для эффективного самовыражения, это и вызывает огромный интерес к их вербальной самопрезентации в Интернете.

На сегодняшний день в лингвистике ведется изучение как общих языковых черт коммуникации подростков в Сети [Доронина, 2017; Merchant, 2001; Tagliamonte, 2016; Vandekerckhove et al., 2010], так и частных: орфографии письменных текстов [Гусевская, 2019; Ивановская, 2014], словообразования [Почтарева и др., 2011], прагматических стратегий и тактик [Соловьева и др., 2015], тематических и лексико-семантических особенностей [Бондарькова, 2015]. Примечателен рост мультидисциплинарных работ, в фокусе которых — формирование подростковой языковой личности, способов самопрезентации и проявлений самосознания в интернет-пространстве [Гавриченко и др., 2008; Подгорная, 2010; Подгорная и др., 2016; Huffaker et al., 2005].

Важным фактором при изучении «языка» тинейджеров в Интернете, безусловно, является выбор их коммуникационной среды из множества разножанровых виртуальных платформ. Упомянутые выше исследования проводились преимущественно на материалах чатов и онлайн-дневников. Однако, на наш взгляд, именно социальные сети позволяют пользователям пубертатного возраста наиболее отчетливо и полно проявить и вербально реализовать большинство психологических новообразований данной стадии онтогенетического развития.

В этом смысле нужно и важно обратить внимание на интернет-имена коммуникантов социальных сетей, так как эти языковые единицы первыми привлекают к себе внимание при посещении веб-страниц пользователей, будучи своеобразными виртуальными «масками» и автопортретами языковых личностей подростков.

### **3. Никнейм как способ самовыражения подростков внутри социальной сети Twitter**

В рамках социальной сети каждый человек самостоятельно присваивает себе неповторимое сетевое имя — никнейм — виртуальную антропонимическую единицу, применяемую в процессе общения и взаимодействия в Интернете [Асмус, 2005]. Никнейм обладает всеми языковыми характеристиками антропонима, приобретенного с рождения, также можно проследить структурно-семантические и функциональные сходства с псевдонимами, прозвищами или всякого рода кличками [Балкунова, 2010]. Но все же никнейм как языковое явление оригинален и уникален. Об этом свидетельствуют исключительность контекста употребления, специфика структурного оформления, произвольность и свобода выбора данных сетевых онимов. Ограничения видятся порой лишь в желании, фантазии и креативности пользователей.

В предлагаемой статье рассматриваются никнеймы англоязычных подростков на примере одной из крупнейших в мире социальных сетей — Twitter, созданной в Калифорнии (США) программистами и предпринимателями Джеком Дорси, Эваном Уильямсом и Бизом Стоуном в 2006 году. Избранный для исследования социальный веб-сервис отличается от иных аналогичных ресурсов своей лаконичностью (например, ограничение количества символов в сообщениях — не более 280), надежностью и актуальностью (это быстрый, комфортный и эффективный способ распространения и получения необходимой информации) [Kwak, 2010]. Здесь может происходить как общение между пользователями, так и обмен фотографиями, видеороликами, аудиофайлами и т. д., а также производиться оценивание и обсуждение различного контента, могут создаваться отдельные группы (сообщества для общения) и паблики. Кроме того, по своей сути Twitter тематически нейтрален, что является преимуществом для данного исследования, поскольку становится возможным охватить пользователей с широким спектром интересов и предпочтений. Кроме того, Twitter имеет форму микроблога, что, по сути, роднит его с онлайн-дневником и подразумевает широкий инструментарий для авторского самовыражения. Никнейм для создания успешной самопрезентации и образа в Twitter играет, таким образом, одну из ключевых ролей. Данный микроблог позволяет создавать имена (в том числе повторяющиеся) длиной до 50 символов, с применением различных алфавитов, с использованием цифр и иных символов.

#### **4. Методика отбора и анализа материала исследования**

Процесс вычленения Twitter-страниц англоязычных подростков довольно трудоемок, так как пользователи этой категории неохотно сообщают о своем реальном возрасте и всячески его скрывают, что значительно затрудняет процесс отбора никнеймов. Исследовательская картотека формировалась в ходе случайной выборки и работы с информантами. Фактологический материал насчитывает 2000 никнеймов англоязычных пользователей Twitter подросткового возраста. Предварительно была осуществлена регистрация в социальной сети, а также проведена фильтрация пользователей с помощью заполнения геолокационного поля в расширенном поиске, где было выбрано «USA» и «UK». В качестве вспомогательных использовались методы контент- и дискурс-анализа, применяемые к изучению персональных учетных записей — страниц пользователей. Также был проведен ряд личных и онлайн-опросов информантов для сбора и верификации интересующих данных. Подобная тактика гарантировала отбор исключительно тех виртуальных англоязычных коммуникантов, для которых английский язык является родным. Отобранный материал позво-

лил провести многоаспектный анализ подростковых виртуальных антропонимов, результаты которого представлены далее.

## 5. Лингвистическая характеристика Twitter-никнеймов англоязычных подростков

Интернет пестрит разнообразными никнеймами, представляющими интерес в аспекте выявления способов их конструирования с учетом коммуникативных целей и интересов пользователей. Лингвисты разрабатывают классификации виртуальных онимов по различным признакам [Асмус, 2005; Ахренова, 2009б; Грушецкая, 2010; Bechar-Israeli, 1996; Federrath et al., 1998; Runkehl et al., 1998]. Для предлагаемого исследования избрана тактика описания никнеймов, включающая характеристику их номинативного потенциала, структуры и графического оформления.

Прежде всего обратимся к номинативному потенциалу анализируемых сетевых имен. В данном случае анализ фактологического материала опирается на типологию, согласно которой никнеймы распределяются на три вида в зависимости от семантического источника — статуса языковых единиц, положенных в их основу: 1) никнеймы-автономы (образованные от реального антропонима коммуниканта); 2) никнеймы-псевдонимы (первоначально — нарицательные единицы или иные, «заимствованные» онимы, наделенные функциями виртуального имени); 3) никнеймы переходного типа (сочетание реального антропонима автора с именем нарицательным или «чужим» онимом) [Казяба, 2019].

С позиции номинативного потенциала никнеймы англоязычных подростков распределены следующим образом (рис. 1):

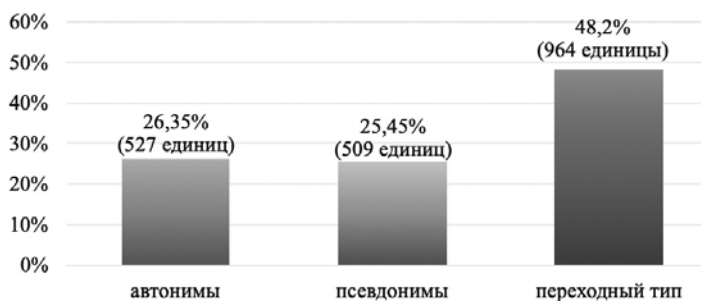


Рис. 1. Номинативный потенциал никнеймов англоговорящих подростков

Самым непродуктивным типом самономинации англоязычных пользователей подросткового возраста оказываются псевдонимы (25,45 %), такие

сетевые имена, как правило, избирают для себя коммуниканты 15—17 лет. Семантика виртуальных онимов в этой именной подгруппе немаловажна. Четверть подростков охотно заявляют о своей самобытности и бунтарской натуре: *Bandito\_baby101 (John Greyman)*, *BrEaKeR2441 (Kevin)*, *weirdodud3 (T. J. Robins)*, *\_lilthot* (имя отсутствует). 17,9 % тинейджеров сообщают нам о своем настрое или внутреннем состоянии через виртуальный оним. Например, никнейм *lostinruinn (Затеряна в руинах)* говорит о некоей моральной надломленности, потерянности его обладательницы — девушки *Abbie*. Пользовательница *Rachael* с помощью сетевого имени *childish\_nerd (Инфантильный чудик)* подчеркивает детскость, наивность своей натуры. Выбор ника при этом комментируется автором следующим образом: *I'm a 5 year old stuck in a 15 year old's body (Я — пятилетний ребенок, попавший в тело пятнадцатилетней девушки)* [Twitter, [https://twitter.com/childish\\_nerd](https://twitter.com/childish_nerd)]. 16-летняя девушка *Renee* с никнеймом *DearDIaryHi* дает нам понять, что она относится к своей странице в Twitter, как к своеобразному дневнику, в котором может рассказать обо всем происходящем своим друзьям и подписчикам. Отдельного внимания в этой группе никнеймов заслуживают сетевые имена девочек-подростков (14,3 %), которые почитают творчество известных людей: *CrazyForTheDolanTwins* (ник апеллирует к американскому комедийному дуэту The Dolan Twins), *loveAriana456* (самономинация продиктована любовью к творчеству певицы Арианы Гранде), *16samsmithfan* (имя принадлежит поклоннице британского автора-исполнителя Сэма Смита). Неудивительно, что описывают эти пользователи себя именно так: ... *your basic teenage fan girl with no life of her own (... твоя самая большая фанатка — подросток без собственной жизни)* [Ibid., <https://twitter.com/Veranah1>]. Некоторые подростки посредством никнейма подчеркивают заурядность собственной жизни и недовольство ею (10,7 %), например: *AverageTeen (Isaiah) — Среднестатистический подросток*, *MyRoutineLife (Hannah) — Моя ежедневная рутина*, *Ordinary\_Teen\_ (имя отсутствует) — Обыкновенный подросток*. Данный факт можно подтвердить подобной статусной репликой: *Just your everyday teenage girl trying to make it through the day (Просто очередная девочка-подросток, изо дня в день пытающаяся справиться со всеми проблемами)* [Ibid., [https://twitter.com/Ordinary\\_Teen\\_](https://twitter.com/Ordinary_Teen_)]. Редко, но при этом примерно в равном соотношении встречаются модели, отсылающие к наименованиям животных (*kittycat\_*, *cuteBear*, *pigeonbanna*) и продуктов питания (*morbidmushrooms*, *cool\_biscuit15*, *kiwi123*), — 9 % и 7,2 % единиц в выборке соответственно. Коммуниканты с никнеймами-псевдонимами стремятся к максимальной анонимности, они не хотят быть узанными, поэтому обычно или

указывают только свое реальное личное имя на странице, или совсем не дают никакого намека на собственный официальный антропоним.

Примерно тот же процент пользователей (26,35 %) избирают для самопрезентации в социальной сети Twitter виртуальные имена, образованные из собственных антропонимов. Среди никнеймов-автонимов около 58 % составляют образованные по модели «полное официальное имя коммуниканта + его фамилия» (компоненты могут меняться местами), например: *MarissaBreault2* (*Marissa Breault*), *walker\_beatrix* (*Beatrix Walker*), *TamiaHyman* (*Tamia Hyman*). Порядка 21 % пользователей этой группы сокращают или частично преобразовывают свое реальное имя и (или) фамилию, прибегая, как правило, к усечению и суффиксации: *katieha30184504* (*Kathleen Harris*), *Bri71387762* (*Brianna*), *GabbyRo10* (*Gabryele Rowan*). Четверть подростков в качестве никнейма используют только свое настоящее личное имя: *Abigail48892966* (*Abigail*), *Paula92021063* (*Paula*), *Chelsea74785269* (*Chelsea Dean*). Подобные модели сетевых онимов особенно популярны среди девочек 12—13 лет. Важно подчеркнуть, что, с гендерной точки зрения, такой тип никнейма, как автоним, в большей степени распространен у подростков женского пола, о чем свидетельствуют 75 % единиц в выборке. Основанием для создания никнейма-автонима, по признанию информантов, может служить ряд причин: отсутствие желания изобретать нечто новое, искренняя удовлетворенность и гордость собственным реальным именем, стремление облегчить процесс поиска конкретного человека в Интернете и отвержение анонимности.

Самая многочисленная группа никнеймов в выборке (48 %) — никнеймы переходного типа, однако смысловая нагрузка подобных сетевых имен не отличается разнообразием. Здесь можно найти номинативные модели виртуальных онимов, состоящих из настоящего антропонима, дополненного каким-либо прилагательным или словосочетанием, например: *charmed\_noelle* (*Emily Noelle*), *simplegirleviee* (*Eviee Brooke Evans*), *starlightalex3* (*Alex*), *TinyJacGravell* (*Jack Gravell*). При этом порядка 80 % никнеймов переходного типа содержат подлинное имя пользователя в сочетании с названиями рода деятельности, любимых видов активности или желаемых будущих профессий: *ItsJosh\_UTUBE* (*Josh*, снимает видео на популярном видеохостинге), *DrewPlayz3* (*Andrew*, игроман), *MakeupByAbiD* (*Abi Drinkell*, рассказывает о трендах в макияже), *swiftdesigns\_\_* (*Swift*, дизайнер компьютерной графики), *PoppyPresents* (*Poppy*, ведущая на телевидении), *dancerlivsimone* (*Liv Simone*, танцовщица), *MusicJayne* (*Gracie Jayne*, певица, участница музыкального проекта «Voice»), *RepublicanMatt* (*Matt Hernandez*, увлекается политикой и мечтает стать известным государ-

ственным деятелем). Подобный тип никнейма предоставляет подросткам возможность сохранить приемлемую степень анонимности, что гарантирует большую свободу коммуникации. Одновременно с этим тинейджеры строят имидж на именной основе своей реальной идентичности, постигая ее грани, что также запечатлевается в никнейме и придает виртуальному образу информативность и объемность.

Обращаясь к вопросу структурного оформления никнеймов (рис. 2), можно выделить как однокомпонентные, так и двухкомпонентные и поликомпонентные модели в зависимости от количества лексем, образующих то или иное сетевое имя.

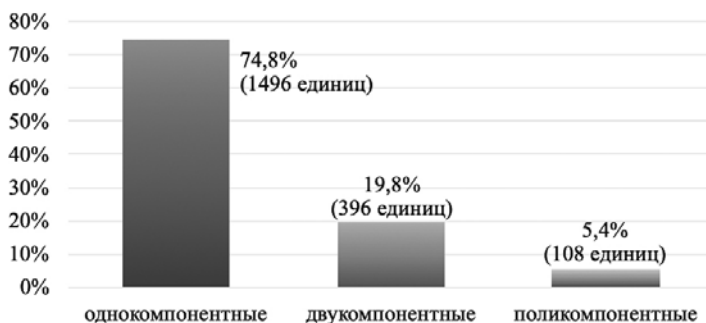


Рис. 2. Структура никнеймов англоговорящих подростков

Наименее популярные в выборке поликомпонентные виртуальные онимы представлены только псевдонимами, созданными с помощью разноплановых словосочетаний и предложений: *Coffee\_the\_fox*, *i\_like\_to\_dance*, *Through the eyes of a Valleys Boy*, *love\_e\_and\_g* и т. д. Двусложные модели распространены более широко — 19,8 % виртуальных имен, среди них: 55 автонимов, состоящих из полного официального имени и фамилии пользователя, разделенных нижним подчеркиванием (*kyle\_smith131*, *kirstin\_rawle*), 123 псевдонима — словосочетания из прилагательного и существительного с графическим разделителем (*nuclear\_furball*, *sylveon\_ninja*, *Sunny\_Sprout*) и 218 никнеймов переходного типа — композиция существительного и реального личного имени коммуниканта (*babygirl\_lila10*, *holly\_butterfly*, *Firefli\_Madi*). Свое предпочтение англоязычные подростки однозначно отдают однокомпонентной структуре (74,8 %) независимо от типа никнейма. Подавляющее большинство односложных никнеймов представляют собой уникальные окказиональные образования. В случае с автонимами это сочетание настоящего имени и фамилии подростка, на-



писанных слитно: *AddisonGould5*, *SadieSoderborg*, *benazelart* и т. п. Однокомпонентные псевдонимы преимущественно состоят из композиции прилагательного и существительного (*thatweirdgal03*, *BlueNose4*, *pinkblood*) либо из предложного словосочетания (*lostinruinn*, *crazyforMusic*). А односложные виртуальные имена переходного типа образуются по моделям «прилагательное + личное имя» (*GreatererEmily*, *TinyJacGravell*, *random-jay12*) или «существительное + личное имя» (*MusicJayne*, *Zobear0726*, *elliottkarting*, *BoamytheBeast*). Такой результат может объясняться склонностью подростков к простоте, лаконичности выражения мысли, но при этом и желанием выделиться посредством изобретения оригинальной и неповторимой «обложки» для собственной страницы.

Коммуниканты веб-пространства вольны внедрять графическую игру в собственную письменную речь, а также использовать ее при создании своей именной «маски», это актуально и для пользователей подросткового возраста. Среди отобранного массива никнеймов параграфемные средства были обнаружены в 1651 антропонимической единице (во всех типах никнеймов), что составило 82,55 % от общего числа (рис. 3).

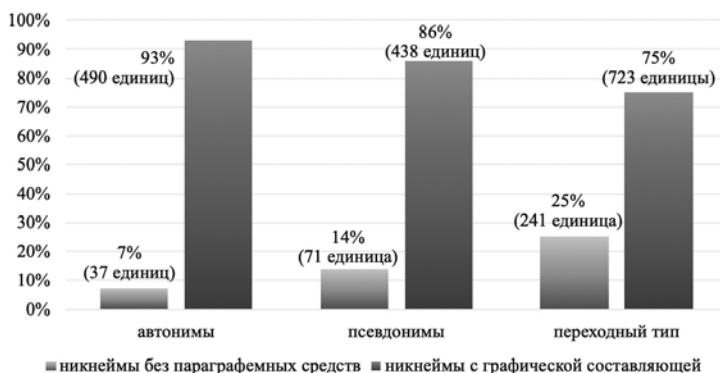


Рис. 3. Графическая характеристика никнеймов англоговорящих подростков

Этикет Интернета и узус онлайн-текстов уже давно демонстрируют тенденцию к написанию всего желаемого исключительно буквами строчного регистра, в том числе и имен собственных. Поэтому любые встречающиеся виртуальные имена с присутствием прописных букв привлекают внимание, особенно если речь идет о ненормированном использовании заглавных литер — капитализации. Данный прием весьма востребован среди подростков, о чем свидетельствует статистика: 53,2 % единиц содержат капитализацию. Проиллюстрируем примерами: *X\_KING\_WICK3D\_X*, *ItsWatsonYT*,

*BrEaKeR2441*, *HEYTHEREITSAME*, *ErikaAmErika121*. Как видно, данный паравербальный прием призван реализовать делимитативную функцию, указывая на границы компонентов имени. Однако наиболее часто капитализация используется подростками, прежде всего, в целях повышения привлекательности и оригинальности виртуального имени. Аналогичную роль выполняет и менее распространенный прием итерирования (9 % случаев), который многократным повторением какой-либо буквы или символа позволяет пользователю расставить в своем антропониме необходимые акценты и сделать никнейм визуально броским: *WillxBaileyyy*, *ba\_bby\_*, *meltyzzer*.

Следующим востребованным параграфемным приемом оказались цифры. Через числовые модели никнеймов (27 % выборки) наиболее ярко осуществляется информативная функция, так как пользователь в таких сетевых антропонимах нередко сообщает год своего рождения или собственный возраст (как правило, показатель не обновляется и остается неизменным с момента регистрации), например: *Britt2002020*, *MiaThorne9*, *Munk\_11*. Данное явление встречается только в никнеймах-автонимах. В социальных сетях никто не застрахован от возможности совпадения виртуальных имен, в таких случаях очень часто можно заметить прибавление к имени пользователя случайных или мотивированных личными авторскими интенциями цифр: *becky02470548*, *itz\_emily\_02*, *DrewPlayz3*, *PlasmaAdam529*, *CerysEngland1*.

Порядка трети никнеймов (30 % единиц) содержат в себе графические разделители в виде нижних подчеркиваний, что довольно типично для веб-сервиса Twitter. Этот прием помогает выделить сетевое имя своеобразной «рамкой» или раздробить односложный никнейм на две части и более, что придает наглядность и определяет границы составляющих имени пользователя. Подобные паравербальные модели зафиксированы и в автонимах, и в псевдонимах, и в никнеймах переходного типа: *\_JamesHolloway\_*, *\_ALEXPLAYS\_*, *lxl\_joseline*, *bruh\_its\_lissy*, *MattMerc\_*.

Также в картотеке фиксируются случаи символично-цифрового замещения букв («leetspeak») в 21 % никнеймов. Данный прием создает подобие ребуса, который привлекает внимание посторонних и, соответственно, оказывается удачным способом конструирования сетевого имени. Наиболее частотными выявленными графическими заменами являются следующие:  $0 \rightarrow o$  (*Its0llie\_*),  $1 \rightarrow i$  (*art1c\_ow*),  $3 \rightarrow e$  (*Awesom3\_Eric*),  $4 \rightarrow for$  (*Koalas4life14*). Подобный феномен наглядно подтверждает гипотезу о стремлении подростков к обособлению от внешнего мира различными способами, в том числе и средствами языка с целью демонстрации некой неординарности и загадочности, особенности и неповторимости.

Зачастую тинейджеры комбинируют в своем никнейме несколько правербальных средств одновременно, нами был выведено следующее процентное соотношение: 41,4 % (218 единиц) автонимов, 39,3 % (200 единиц) псевдонимов и 28,3 % (273 единицы) никнеймов переходного типа. Чаще всего сочетаются капитализация и графические разделители: *Sunny\_Sprout*, *Flaming\_Jewel*, *Im\_YOUNG\_Prodig*.

## 7. Выводы

Итак, проведенное исследование дало возможность выявить несколько тенденций в самономинании англоязычных пользователей подросткового возраста. С одной стороны, тинейджеры дорожат своими реальными именами, полученными при рождении, поэтому в большинстве случаев включают их в собственные никнеймы, но, с другой стороны, очевидно и стремление выделиться, отойти от шаблона. Как следствие, юные пользователи предпочитают обрамлять, дополнять свое сетевое имя каким-либо иным компонентом. Подростки чаще всего избирают односложную модель виртуального имени, создавая таким способом ни на что не похожее окказиональное языковое образование. Параграфемные средства среди представителей 12—17 лет достаточно популярны, хотя особой разноплановостью и вариативностью не отличаются. Так, изученный материал позволяет нам подтвердить общепринятое положение о стремлении подростков к дистанцированию, к демонстрации своей уникальности и неповторимости. Одновременно с этим в картотеке материала наблюдается однообразие моделей никнеймов подростков (схожесть семантики, шаблонность структур, одни и те же графические средства), что доказывает неустойчивую Я-концепцию представителей подрастающего поколения, только начавшую полноценно и осознанно оформляться.

## Источник

*Twitter*. — Access mode : <https://twitter.com/>.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : автореферат диссертации ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / Н. Г. Асмус. — Челябинск, 2005. — 24 с.
2. Алексеев О. Г. Личностные особенности подростков, склонных к Интернет-аддикции / О. Г. Алексеев // Вестник бурятского государственного университета. — 2011. — № 5. — С. 185—189.
3. Ахренова Н. А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление : автореферат диссертации ... доктора филологических наук : 10.02.19 / Н. А. Ахренова. — Москва, 2009а. — 35 с.

4. *Ахренова Н. А.* Лингвистические особенности сетевых имен / Н. А. Ахренова // Вестник Челябинского государственного университета. Сер. «Филология. Искусствоведение». — 2009б. — № 34 (172). — Выпуск 36. — С. 5–10.
5. *Балкунова А. С.* Место никнейма в ономастике / А. С. Балкунова, Э. М. Рянская // Вестник Нижневартковского государственного университета. — 2010. — № 3. — С. 17–22.
6. *Бондарькова А. В.* Конструирование собственной идентичности современными подростками при Интернет-коммуникации : тематический и лексико-семантический аспекты / А. В. Бондарькова // Вопросы психолингвистики. — 2015. — № 23. — С. 221–232.
7. *Гавриченко О. В.* Особенности самопрезентации в Интернет-дневниках подростков и молодежи [Электронный ресурс] / О. В. Гавриченко, Т. В. Смолякова // Психологические исследования : электронный научный журнал. — 2008. — № 1 (1). — Режим доступа : <http://www.psystudy.ru/index.php/num/2008n1-1/79-gavrichenko1.html>.
8. *Грушецкая Ю. А.* Никнейм как часть русского культурного пространства / Ю. А. Грушецкая // Материалы XVII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». Секция «Филология». — Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2010. — С. 153–155.
9. *Гусевская О. В.* Влияние Интернет-сленга на грамотность речи современных подростков : опыт изучения / О. В. Гусевская // Современные исследования социальных проблем. — 2019. — № 4—2. — С. 53–61.
10. *Данилов А. В.* Социальные сети как интернет-игра : правила, формы организации, динамика / А. В. Данилов // Вестник Мордовского университета. — 2011. — № 1. — С. 195–197.
11. *Доронина П. Д.* О языке подростков в социальных сетях / П. Д. Доронина // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. — 2017. — № 3 (56). — С. 136–143.
12. *Ивановская О. Г.* Орфографические ошибки и семантический резонанс у молодых людей, подростков и детей на общение в сети Интернет / О. Г. Ивановская // Вестник Тверского государственного университета. Серия : Педагогика и психология. — 2014. — № 4. — С. 58–67.
13. *Казяба В. В.* Вербальная самопрезентация немецкоязычных инфлюенсеров в Instagram / В. В. Казяба // Научный диалог. — 2019. — № 9. — С. 88–102.
14. *Подгорная Е. А.* Влияние Интернет-коммуникации на формирование образов языкового сознания подростка (по данным психолингвистического эксперимента) диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / Е. А. Подгорная. — Кемерово, 2010. — 275 с.
15. *Подгорная Е. А.* Языковое сознание подростка и Интернет-коммуникации / Е. А. Подгорная, К. А. Демиденко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2016. — № 6—3 (60). — С. 125–130.
16. *Почтарева О. В.* Словообразовательные особенности Интернет-речи подростков (на примере образования «ников») / О. В. Почтарева, Е. Н. Кашина // Актуальные проблемы современного словообразования : сборник научных статей. Выпуск 4. — Кемерово : [б. и.], 2011. — С. 439–443.
17. *Соловьева С. А.* Манипулятивные коммуникативные тактики подростков в интернете / С. А. Соловьева, О. В. Мурашова // Череповецкие научные чтения — 2014 :

материалы Всероссийской научно-практической конференции. — Череповец : ЧГУ, 2015. — С. 143—145.

18. *Харламенкова Н. Е.* Самоутверждение подростка / Н. Е. Харламенкова. — Москва : Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. — 384 с.

19. *Шильштейн Е. С.* Особенности презентации Я в подростковом возрасте / Е. С. Шильштейн // Вопросы психологии. — 2000. — № 2. — С. 69—70.

20. *Bechar-Israeli H.* FROM «Bonehead» TO «cLoNehEAd» : NICKNAMES, PLAY, AND IDENTITY ON INTERNET RELAY CHAT [Electronic resource] / H. Bechar-Israeli // Journal of Computer-Mediated Communication. — 1995. — Volume 1, Issue 2. — Access mode : <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00325.x>, access from Wiley Online Library.

21. *Federrath H.* Anonymität, Authentizität und Identifizierung im Internet / H. Federath, A. Pfitzmann // Neues Recht für neue Medien, Informationstechnik und Recht 7, Schriftenreihe der DGRI / M. Bartsch, B. Lutterbeck (Hrsg.). — Köln : Verlag Dr. Otto Schmidt, 1998. — S. 319—328.

22. *Huffaker D. A.* Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs [Electronic resource] / D. A. Huffaker, S. L. Calvert // Journal of Computer-Mediated Communication. — 2005. — Volume 10, Issue 2. — Access mode : <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00238.x>, access from Oxford Academic.

23. *Kwak H.* What is Twitter, a social network or a news media? / H. Kwak, C. Lee, S. Moon, H. Park // Proceedings of the 19th international conference on World wide web, ACM New York, NY, USA. — 2010. — Pp. 591—600.

24. *Merchant G.* Teenagers in cyberspace : an investigation of language use and language change in internet chatrooms / G. Merchant // Journal of Research in Reading. — 2001. — № 24 (3). — Pp. 293—306.

25. *Runkehl J.* Sprache und Kommunikation im Internet : Überblick und Analysen / J. Runkehl, P. Schlobinski, T. Siever. — Opladen ; Wiesbaden : Westdt. Verl., 1998. — 242 S.

26. *Tagliamonte S. A.* So sick or so cool? The language of youth on the internet / S. A. Tagliamonte // Language in Society. — 2016. — Volume 45, Issue 1. — Pp. 1—32.

27. *Vandekerckhove R.* Code eclecticism : Linguistic variation and code alternation in the chat language of Flemish teenagers / R. Vandekerckhove, J. Nobels // Journal of Sociolinguistics. — 2010. — Volume 14, Issue 5. — Pp. 657—677.

## NICKNAMES OF ENGLISH-SPEAKING ADOLESCENT USERS OF SOCIAL NETWORKS (ON THE EXAMPLE OF TWITTER)<sup>1</sup>

© **Viktoriya V. Kaziaba (2020)**, [orcid.org/0000-0002-1777-1712](https://orcid.org/0000-0002-1777-1712), ResearcherID M-3663-2016, Scopus Author ID: 55974397100, PhD in Philology, associate professor, Northern (Arctic) Federal University (Arkhangelsk, Severodvinsk, Russia), [kazaba@yandex.ru](mailto:kazaba@yandex.ru).

1 This article was prepared with the support of a grant from the German Academic Exchange Service No. 57440915 (Forschungsaufenthalte für Hochschullehrer und Wissenschaftler, 2019), as well as with the financial assistance of the Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov and the advisory assistance of a doctor, professor of the German language department of the University of Hanover G. V. Leibniz Peter Schlobinsky.

© **Dana E. Barmina (2020)**, orcid.org/0000-0002-2253-560X, student, Northern (Arctic) Federal University (Arkhangelsk, Severodvinsk, Russia), barmina.dana@mail.ru.

The features of the self-nomination of English-speaking adolescents in Internet communication — in a social network such as Twitter microblogging are discussed in the article. The focus of the article is the anthroponymic units of Internet communication — nicknames belonging to Internet users of the age group of 12-17 years. The relevance of the study is determined by the need to fill up research gaps in socio-, psycho- and ontolinguistics, as well as the unflagging attention of philologists to the anthropocentric aspects of Internet communication. The novelty lies in an integrated approach to the consideration of the features, methods and means of naming teenagers on Twitter. The nominative potential of nicknames is analyzed. In accordance with the nature of the constitutive token, self-nomination groups of autonomous, pseudonymous, and transitional types are distinguished. Conclusions are drawn about the characteristics of the anonymity of teenage names on Twitter (the degree of anonymity and its expressiveness). The authors also dwell on the structural aspect of virtual individual names, identifying the most productive models of property creation in virtual space. The results of a graphical analysis of the research material are presented, accompanied by a quantitative characteristic of paraverbal means. The analysis has established a correlation between the psychological new formations of adolescents and the characteristics of their nicknames on Twitter. It is shown that the inconsistency and originality of the considered stage of the ontogenetic development of users is projected onto their self-nomination.

Key words: nickname; anthroponym; self-nomination; Internet; social network; Twitter teenager; communication.

## MATERIAL RESOURCES

*Twitter*. — Available at: <https://twitter.com/>.

## REFERENCES

- Akhrenova, N. A. (2009a). *Internet-diskurs kak globalnoye mezhkulturnoye yavleniye i yego yazykovoye oformleniye: avtoreferat dissertatsii ... doktora filologicheskikh nauk*. Moskva. (In Russ.).
- Akhrenova, N. A. (2009b). Lingvisticheskiye osobennosti setevyx imen. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo yuniversiteta. Ser. «Filologiya. Iskysstvovedeniye»*, 34 (172)/ 36: 5—10. (In Russ.).
- Alekseyevets, O. G. (2011). Lichnostnyye osobennosti podrostkov, sklonnykh k Internet-addiktzii. *Vestnik buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 5: 185—189. (In Russ.).
- Asmys, N. G. (2005). *Lingvisticheskiye osobennosti virtyalnogo kommunikativnogo prostanstva: avtoreferat dissertatsii ... kandidata filologicheskikh nauk*. Chelyabinsk. (In Russ.).
- Balkunova, A. S., Ryanskaya, E. M. (2010). Mesto nikneyma v onomastike. *Vestnik Nizhneartovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 3: 17—22. (In Russ.).
- Bechar-Israeli, H. (1995). FROM «Bonehead» TO «cLoNehEAd»: NICKNAMES, PLAY, AND IDENTITY ON INTERNET RELAY CHAT. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1 (2). Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00325.x>, access from Wiley Online Library.

- Bondarkova, A. V. (2015). Konstruirovaniye sobstvennoy identichnosti sovremennymi podrostkami pri Internet-kommunikatsii: tematicheskiy i leksiko-semanticheskiy aspekty. *Voprosy psikhologingvistiki*, 23: 221—232. (In Russ.).
- Danilov, A. V. (2011). Sotsialnyye seti kak internet-igra: pravila, formy organizatsii, dinamika. *Vestnik Mordovskogo universiteta*, 1: 195—197. (In Russ.).
- Doronina, P. D. (2017). O yazyke podrostkov v sotsialnykh setyakh. *Vestnik Ryazanskogo gosudarstvennogo universiteta im. S. A. Esenina*, 3 (56): 136—143. (In Russ.).
- Federrath, H., Pfitzmann, A. (1998). Anonymität, Authentizität und Identifizierung im Internet. In: *Neues Recht für neue Medien, Informationstechnik und Recht 7, Schriftenreihe DGRI*. Köln: Verlag Dr. Otto Schmidt. 319—328. (In Germ.).
- Gavrichenko, O. V., Smolyakova, T. V. (2008). Osobennosti samoprezentatsii v Internet-dnevnikakh podrostkov i molodezhi. *Psikhologicheskiye issledovaniya: elektronnyy nauchnyy zhurnal*, 1 (1). Available at: <http://www.psystudy.ru/index.php/num/2008n1-1/79-gavrichenko1.html>. (In Russ.).
- Grushetskaya, Yu. A. (2010). Nikneyam kak chast' russkogo kulturnogo prostranstva. In: *Materialy XVII Mezhdunar. konf. studentov, aspirantov i molodykh uchenykh «Lomonosov»*. Sektsiya «Filologiya». Moskva: Izd-vo Mosk. un-ta. 153—155. (In Russ.).
- Gusevskaya, O. V. (2019). Vliyaniye Internet-slenga na gramotnost' rechi sovremennykh podrostkov: opyt izucheniya. *Sovremennyye issledovaniya sotsialnykh problem*, 4—2: 53—61. (In Russ.).
- Huffaker, D. A., Calvert, S. L. (2005). Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (2). Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00238.x>, access from Oxford Academic.
- Ivanovskaya, O. G. (2014). Orfograficheskiye oshibki i semanticheskiy rezonans u molodykh lyudey, podrostkov i detey na obshcheniye v seti Internet. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika i psikhologiya*, 4: 58—67. (In Russ.).
- Kazyaba, V. V. (2019). Verbalnaya samoprezentatsiya nemetskoyazychnykh inflyuenserov v Instagram. *Nauchnyy dialog*, 9: 88—102. (In Russ.).
- Kharlamenkova, N. E. (2007). *Samoutverzhdeniye podrostka*. Moskva: Izd-vo «Institut psikhologii RAN». (In Russ.).
- Kwak, H., Lee, C., Moon, S., Park, H. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? In: *Proceedings of the 19th international conference on World wide web, ACM New York, NY, USA*. 591—600.
- Merchant, G. (2001). Teenagers in cyberspace: an investigation of language use and language change in internet chatrooms. *Journal of Research in Reading*, 24 (3): 293—306.
- Pochtareva, O. V., Kashina, E. N. (2011). Slovoobrazovatelnyye osobennosti Internet-rechi podrostkov (na primere obrazovaniya «nikov»). In: *Aktualnyye problemy sovremennogo slovoobrazovaniya: sbornik nauchnykh statey*, 4. Kemerovo: [b. i.]. 439—443. (In Russ.).
- Podgornaya, E. A. (2010). *Vliyaniye Internet-kommunikatsii na formirovaniye obrazov yazykovogo soznaniya podrostka (po dannym psikhologingvisticheskogo eksperimenta) dissertatsiya ... kandidata filologicheskikh nauk*. Kemerovo. (In Russ.).
- Podgornaya, E. A., Demidenko, K. A. (2016). Yazykovoye soznaniye podrostka i Internet-kommunikatsii. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 6—3 (60): 125—130. (In Russ.).

- Runkehl, J., Schlobinsk, P., Siever, T. (1998). *Sprache und Kommunikation im Internet: Überblick und Analysen*. Opladen; Wiesbaden: Westdt. Verl. (In Germ.).
- Shilshteyn, E. S. (2000). Osobennosti prezentatsii Ya v podrostkovom vozraste. *Voprosy psikhologii*, 2: 69—70. (In Russ.).
- Solovyeva, S. A., Murashova, O. V. (2015). Manipulyativnyye kommunikativnyye taktiki podrostkov v internete. In: *Cherepovetskiye nauchnyye chteniya — 2014: materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Cherepovets: ChGU. 143—145. (In Russ.).
- Tagliamonte, S. A. (2016). So sick or so cool? The language of youth on the internet. *Language in Society*, 45 (1): 1—32.
- Vandekerckhove, R., Nobels, J. (2010). Code eclecticism: Linguistic variation and code alternation in the chat language of Flemish teenagers. *Journal of Sociolinguistics*, 14 (5): 657—677.