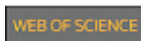




Научный диалог = Nauchnyi dialog = Nauchnyy dialog
ISSN 2225-756X, eISSN 2227-1295

Казяба В. В. Самономинации с функцией антропонима в Рунете / В. В. Казяба // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 7. — С. 212—230. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-7-212-230.

Kaziaba, V. V. (2022). Self-Nominations with Function of Anthroponym in Runet. *Nauchnyi dialog*, 11(7): 212-230. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-7-212-230. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-7-212-230

Самономинации с функцией антропонима в Рунете

Казяба Виктория Викторовна

orcid.org/0000-0002-1777-1712

кандидат филологических наук, доцент,
кафедра общего

и германского языкознания
kazaba@yandex.ru

Северный (Арктический) федеральный
университет имени М. В. Ломоносова
(Архангельск, Россия)

Self-Nominations with Function of Anthroponym in Runet

Viktoria V. Kaziaba

orcid.org/0000-0002-1777-1712

PhD in Philology, Associate Professor,
Department of General
and German Linguistics
kazaba@yandex.ru

Northern (Arctic) Federal University
(Arkhangelsk, Russia)

© Казяба В. В., 2022

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Анализируются самономинации с функцией антропонима (никнеймы, юзерники, пользовательские имена), принадлежащие пользователям русскоязычного сегмента интернет-коммуникации. Материал насчитывает 5000 примеров с личными метаданными коммуникантов и результаты более 350 опросов информантов. Источниками выступают социальные сети (ВКонтакте, Telegram, Профessionалы, LovePlanet), медиахостинги (Flickr, YouTube), новостные порталы (RT, Взгляд), онлайн-игра (World of Tanks) и специализированный форум (Cyberforum). Устанавливаются именные, морфологические, синтаксические, орфографические, фонетические, лексические, семантические свойства самономинаций. Дескриптивный анализ материала демонстрирует как актуальные особенности имятворчества, так и общие вербальные изменения в Рунете. Доказана тенденция к деанонимизации: больше половины самономинаций имеют автономное происхождение. Отмечается, что в псевдонимных самоименованиях реализуются креативные и игровые функции языка, обнаруживаются юмористические и самоироничные коннотации, имплицитно и эксплицитно запечатлеваются особенности внешности, статуса, политических взглядов. Показано, что структура виртуальных самономинаций тяготеет к усложнению, стремится к «отягощению» их дополнительными смыслами, информацией. Указывается, что растет число самоименований со сложной синтаксической структурой в виде словосочетаний, при этом графические средства и орфографические девиации утрачивают прежнюю значимость и популярность. Фиксируется устойчивость экспансии английского языка.

Ключевые слова:

самономинация; антропоним; никнейм; интернет; Рунет; виртуальная личность.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

Self-nominations with the function of an anthroponym (nicknames, yuzerniki, usernames) belonging to users of the Russian-speaking segment of Internet communication are analyzed. The material includes 5,000 examples with personal metadata of communicants and the results of more than 350 surveys of informants. The sources are social networks (Vkontakte, Telegram, Professionals, LovePlanet), media hosting sites (Flickr, YouTube), news portals (RT, Vzglyad), an online game (World of Tanks) and a specialized forum (Cyberforum). Nominal, morphological, syntactic, spelling, phonetic, lexical, semantic properties of self-nominations are established. A descriptive analysis of the material demonstrates both the actual features of name-creation and general verbal changes in Runet. A tendency towards deanonymization has been proven: more than half of the self-nominations are of an autonomous origin. In pseudonymous self-names, the creative and playful functions of the language are realized, humorous and self-ironic connotations are found, the features of appearance, status, and political views are implicitly and explicitly imprinted. It is shown that the structure of virtual self-nominations tends to complicate, "burden" them with additional meanings, information. It is noted that the number of self-names with a complex syntactic structure in the form of phrases is growing. It has been established that graphic means and spelling deviations are losing their former significance and popularity. It is concluded that the stability of the expansion of the English language is fixed.

Key words:

self-nomination; anthroponym; nickname; the Internet; Runet; virtual personality.



Самономинации с функцией антропонима в Рунете

© Казяба В. В., 2022

1. Введение = Introduction

Лингвистическое изучение и осмысление виртуального пространства и интернет-коммуникации немислимы в отрыве от функционирующих в них имен собственных, которые выступают не только своеобразными «ярлыками», но индексами объектов в Глобальной сети. Отдельный исследовательский интерес и одновременно проблему представляет отдельный класс интернет-онимов — виртуальные самономинации, призванные выполнять функции антропонимов в процессе компьютерно-опосредованной коммуникации. К таким виртуальным самономинациям относятся похожие по своей сути никнеймы, юзерники, юзернеймы, имена пользователей, баттлтеги, интернет-псевдонимы и их аналоги, которые служат эквивалентами элементов традиционного, реального антропонимикона в интернете. Данные единицы сближаются по своим свойствам с именами собственными, так как играют важную номинативно-дифференцирующую роль, маркируя авторство любых вербальных и невербальных действий интернет-пользователя. Благодаря им становится возможным создание виртуальных личностей и погружение последних в социальный контекст онлайн-взаимодействия на основе формируемой взаимосвязи «имя — образ — действия».

Иными функциями наделены такие элементы виртуального прототипа личности, как логин, имя учетной записи, ID, UIN. Несмотря на то что их выбор может осуществляться пользователем также самостоятельно, они присутствуют в качестве технических идентификаторов. Они находятся на периферии виртуальной личности, не вплетаясь непосредственно в активную коммуникативную деятельность, не обладая сколько-нибудь фатическим и, следовательно, антропонимическим потенциалом.

В этой связи предметом изучения оноματοлогов в подавляющем большинстве являются именно разнообразные виртуальные самономинации с антропонимической функцией [Aleksiejuk, 2013; Aleksiejuk, 2014; Gkoutzourelas, 2015; Kelley, 2012; NI, 2018; Szymański, 2013]. Вместе с тем исследования подобных самономинативных единиц русскоязычных интернет-пользователей хоть и вызывают неподдельный интерес языковедов, но находят пока лишь эпизодическое, непоследовательное отражение. Фундаментальные работы, посвященные русскоязычному сегменту интерне-

та — Рунету, были выполнены преимущественно в первом десятилетии XXI века и содержали научные размышления и краткий анализ человеческих интернет-имен как неотъемлемого компонента виртуальной коммуникации. Так, например, автор глобального исследования «Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства» Н. Г. Асмус посвящает часть своей работы описанию и анализу никнеймов как средств самопрезентации автора в интернете [Асмус, 2005]. Более скрупулезные изыскания обнаруживаются в трудах строго ономастического характера. Имеются работы, которые рассматривают общие теоретические проблемы никнеймов и их место в антропонимической системе русского языка [Журавлева и др., 2010], их функции и роли как средства самопрезентации виртуальной личности [Чабаненко, 2007; Яскина, 2002]. Известны территориальные исследования никнеймов, чей фокус составляют виртуальные антропонимиконы определенных областей Российской Федерации: сетевые имена Республики Дагестан [Авчиева, 2016], никнеймы Ханты-Мансийского автономного округа — Югры [Балкунова, 2011] и Ставропольского края [Любичская, 2005].

Исчерпывающая информация, всестороннее изучение и разнообразные классификации интернет-самономинаций русскоязычных пользователей представлены в работах Н. А. Ахреновой [Ахренова, 2009] и В. И. Супруна [Супрун, 2004]. Упомянутые ученые исследуют виртуальные «имена» из блогов, тематических чатов и форумов, социальных сетей, что позволяет наиболее полно представить состояние русской интернет-антропонимики. В меньшей степени русские лингвисты обращаются к сопоставительным исследованиям виртуальных антропонимиконов. Примером выступает работа Т. В. Аникиной [Аникина, 2010], где сравниваются никнеймы русско-, англо- и франкоязычных чатов.

Динамичная и постоянно меняющаяся интернет-среда, а вместе с ней виртуальные самономинации в функции антропонимов требуют к себе пристального внимания исследователей на каждом этапе своей языковой эволюции. Это подтверждается возобновлением исследований антропонимов в Рунете в последние годы [Врублевская, 2017; Климова, 2020; Галичкина, 2021; Зубарева, 2021; Кисель, 2022].

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

В предлагаемой статье предпринимается попытка описания пользовательских самономинаций, выполняющих функцию антропонима, в русскоязычном сегменте интернет-пространства. Цель исследования состоит в дескриптивном анализе языковых особенностей самономинативных единиц в Рунете. Полученные данные, как ожидается, позволят осуществить

не только оценку востребованных вербальных моделей самономинаций, но и регистрацию актуальных словообразовательных и лингвокреативных тенденций русского языка в Интернете, а также прольют свет на некоторые лингвокультурологические и психолингвистические особенности русскоязычных виртуальных личностей.

С целью соблюдения критерия исследовательской релевантности материала в качестве самономинаций с функцией антропонима отбирались никнеймы, имена пользователей, юзерники 10 популярных в России разножанровых интернет-служб и сервисов с разнообразными целеустановками и возможностями общения. Всего извлечено 5000 примеров: по 500 единиц вместе с персональными данными пользователей из каждого источника.

Данные извлекались прежде всего из социальных сетей, основным предназначением которых является реализация общения в виртуальном пространстве. Задействованы соцсеть ВКонтакте и кроссплатформенный мессенджер с элементами соцсети Telegram, общение в которых не регламентировано тематическими целеустановками самих сервисов. Также привлекались социальные сети определенной тематической и коммуникативной направленности: деловая социальная Профессионалы.ru и сетевой сервис для романтических знакомств LovePlanet.

Следующими источниками выступили сервисы фото- и видеохостингов (Flickr, YouTube), где пользователи не только хранят свои материалы, делятся ими, просматривают чужие данные, но и ведут полноценное общение как в личной переписке, так и в комментариях к видеороликам или фотографиям.

Аналогичные возможности для общения и выражения мнения предлагают пользователям и онлайн-СМИ. Поэтому следующие 500 никнеймов были извлечены с сайта российского информационного телеканала RT (ранее — Russia Today). Еще одним источником, пополнившим картотеку примеров, выступила интернет-газета «Взгляд». Издание позиционирует себя как деловая газета и публикует российские и мировые новости преимущественно политической и экономической направленности. Каждая опубликованная статья может быть прокомментирована авторизованным пользователем. При желании посетители сайтов онлайн-СМИ могут составить довольно развернутый портрет в своем аккаунте.

В отличие от обозначенных выше ресурсов еще один источник данных — сервис Cyberforum — ограничен в средствах конструирования виртуальной личности. Это русскоязычный компьютерный форум программистов, системных администраторов, администраторов баз данных. Высокая степень интерактивности и коммуникативности cyberforum.ru достигается за счет реализованных пользовательских блогов и общего форума для обмена мнениями и обсуждений.

Заключительная часть материала была извлечена из популярнейшей клиентской массовой многопользовательской онлайн-игры в реальном времени в жанре аркадного танкового симулятора World of Tanks. Игровой процесс подразумевает непрерывное общение членов команды, что усиливает роль самономинаций как идентификатора геймеров.

Сбор эмпирического материала проходил в период с января 2019 года по январь 2022 года согласно разработанному протоколу. Самономинации отбирались в случайном порядке. Их принадлежность именно русскоязычным пользователям проверялась добровольно предоставляемыми персональными данными (страна, город проживания, место рождения и так далее), а также посредством контент-анализа всего аккаунта в целом. Отметим, что русскоязычные пользователи охотно сообщают персональную информацию о себе и строят довольно объемный виртуальный образ. Наиболее трудным, но важным аспектом формирования вспомогательного исследовательского материала был поиск реальных имен пользователей. Реальные антропонимы рассматриваются нами обязательным, а подчас и единственно возможным условием для верного толкования виртуальных самономинаций.

Интернет-самономинации образуют довольно проблематичное в аналитическом и интерпретационном плане явление, ведь в их основе заложен комплексный психолингвистический механизм самоназывания человека с его языковыми, социолингвистическими и лингвокультурологическими особенностями. Поэтому в ходе сбора и анализа фактологических данных применялись удаленные опросы и интервью с авторами самономинаций. Более 350 пользователей вступили в контакт с автором статьи и дали собственные пояснения, а также комментарии относительно происхождения и значения своих виртуальных самоименований. Это позволило верифицировать результаты анализа и их интерпретации исследователем.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

Для получения целостной информации о составе и особенностях конструирования самономинаций с антропонимической функцией в Рунете проанализируем и опишем отобранные из указанных выше источников никнеймы и имена пользователей с точки зрения основных лингвистических аспектов и параметров.

3.1. Общая характеристика самономинаций с антропонимической функцией в Рунете

Попытка произвести классификацию самономинаций русскоязычных интернет-пользователей позволяет увидеть две противоположные тенденции в виртуальном имятворчестве россиян. С одной стороны, обращает на себя внимание обилие автономных самономинаций, имеющих реаль-

ные антропонимы пользователей в своем составе (57 %): *Виктор Киреев; LaRiSa; Maria Ro*. В то же время порядка 42 % коммуникантов скрываются под многообразными псевдонимами, состоящими из апеллятивных или заимствованных онимических единиц: *Стервятник; Мортрес; Черныйгриб; дядя_байден; Killer; НаБерлин*. Чуть менее 1 % исследуемого материала не поддается анализу даже при наличии персональных данных пользователя. Мотивы создания и значение подобных никнеймов невозможно установить без непосредственных комментариев и объяснений их владельцев: *IIIhhh; nг_nг; knsqts; ФФ Аг*. Как правило, подобные виртуальные самономинации возникают очень спонтанно либо, напротив, имеют слишком личную, сложную историю возникновения и являются значимыми и понятными исключительно для самого пользователя либо очень узкого круга лиц.

Проведенный анализ выявил, что 2565 самономинаций (или 51,3 % всех примеров) имеют в своем составе личное имя, при этом подавляющее большинство — в форме полного личного имени (1975 единиц, 39,5 %): *Евгений; галина; Arsenyi*. Пользователи пытаются как-то разнообразить или снабдить дополнительной информацией такие самономинации, чтобы они уже на визуальном уровне отличались от аналогичных автонимных никнеймов: *~Sergey~; Н*А*Т*А*Л*И*Я; 66Роман99*. В 470 (9,4 %) случаях представлены краткие формы личных имен: *roma92; Света 247; Яся; иля*. Согласно статистике, подобные самономинации, как правило, принадлежат преимущественно лицам подросткового возраста. Малочисленными оказались примеры, в которых использовались инициалы личного имени (105 случаев, 2,1 %: *Панкратов А.; Rogozin_A*) или в которых содержалось второе личное имя (70 примеров, 1,4 %: *AnastasiaElena J; Марья Петр*).

Наличие отчества в самономинациях фиксируется редко (95 единиц, 1,9 %). В большинстве примеров наблюдается употребление отчества вместе с личным именем преимущественно в полной форме, что ведет к созданию никнеймов с подчеркнута официальной окраской: *_игорь петрович_; Максим Леонидович; ВерА Павловна†*. Подобные никнеймы и пользовательские имена наиболее типичны для лиц возрастного диапазона 45—60 лет. Подростки, именующие себя в интернете именем с отчеством, по их утверждениям, пытаются придать своему онлайн-образу ироничность или, напротив, повысить тем самым свою значимость и авторитетность.

Фамилия пользователя также играет важную роль в виртуальном самоименовании. Ее присутствие насчитывается в 2060 случаях (41,2 %): *Мягчеева; egoroff; Matveev*. В основной массе примеров (1696; 33,9 %) присутствует полная форма фамильного имени. Реже можно встретить неполные фамилии в виде сокращений или инициалов (364; 7,2 %): *Vladimir_P; Андрей Б-ов; Марина _ова*.

Важно отметить, что чаще всего интернет-самономинации, базирующиеся на реальных антропонимах, представляют собой соединение полных форм личного имени и фамилии: *Andrey Karpov*; *александр савельев*; *Елена Щукина*. Отличительной чертой подобных виртуальных индивидоименований является их максимально деанонимизированный характер. Их средой активного функционирования оказываются социальные сети (исключая сайт знакомств), а также форумы и дискуссии на сайтах онлайн-СМИ. Более 70 % примеров в рамках данных социальных СМИ конструируются из реального имени (или имен) пользователя. Такой результат, вероятно, объясняется тем обстоятельством, что социальные сети выступают имитационными платформами реальной жизни, следовательно, человек будет стремиться создать своего виртуального персонажа по образу и подобию своей действительной личности.

Относительно сайтов онлайн-СМИ, где ведется обсуждение политики, культуры, экономики, очевиден факт: комментарии авторов с «реальными», автонимными самономинациями выглядят убедительнее, весомее, иногда «экспертнее». Информанты неоднократно подчеркивали следующий эффект: если человек указывает свое настоящее имя (или даже кажущееся таковым), возникает уверенность, что он принимает ответственность за свои слова и / или знает, о чем говорит.

Псевдонимные самономинации, о которых речь шла выше, многообразны и неоднородны по своим языковым свойствам. Их основные особенности попытаемся представить в ходе структурного, графического и лексического видов анализа. Отметим, что подобные никнеймы и пользовательские имена чаще встречаются на просторах онлайн-игр, медиахостингов, форумах по интересам, где общение имеет демократичный характер, часто — с уклоном в карнавализацию [Асмус, 2005, с. 7].

Именной анализ указывает на определенное смещение самопрезентации виртуальных личностей в сторону деанонимизации. Транспарентность самономинаций, их превалирующий автонимный характер указывают на преодоление Рунетом «олбанской» эпохи [Антипов и др., 2008], что можно связать не только с меняющимся самосознанием пользователей, но и с ужесточающимися техническими требованиями к идентификации в Сети [Старцев и др., 2018, с. 87].

3.2. Особенности структуры самономинаций с антропонимической функцией в Рунете: морфолого-синтаксический анализ

Анализ морфологических свойств исследуемых единиц с позиций их частеречной принадлежности показывает значительное преобладание существительных (включая имена собственные), выполняющих роль виртуальной самономинации (4515 примеров, 90,3 %): *Chudik*; *kokos*; *ковидник*;

Человек; ~саранча~. Данный результат вполне предсказуем, ведь существительное, предназначение которого называть лица и предметы, находится в непосредственной близости с самим понятием имени. Иные части речи весьма скудно представлены в отобранном материале. В основном это немногочисленные примеры использования прилагательных: *Злой К; отбитый; Свободная! coronaВанный*; глаголов: *(((стесняюсь)))*; *Не повезло; Уже забыл*; междометий: *Апххх!; бдыц!*; числительных: *IIIпервыйIII, onetwo*. Интерес представляют и 18 примеров, которые являют собой окказионализмы и, следовательно, не могут быть достоверно интерпретированы без комментариев их владельцев: *kazgmV; unipoga7; roxidipa*. Большинство из них воспринимаются как существительные *inwalna; mimohar; KAROTEP; tcalvicktuhan*. Однако отсутствие верифицирующих данных об их значении и мотивированности делает морфологический анализ невозможным.

Словообразование никнеймов демонстрирует явную тенденцию к предпочтению многоморфемных лексем. Одноморфемные самоминации насчитывают в корпусе примеров лишь 2,7 % (135 случаев): *Когда?; н-е-т; Шимпанзе*. Среди многоморфемных наиболее употребительными оказываются лексемы, созданные путем словосложения (3345 примеров, 66,9 %): *Пандокрокодил; бульбахейтер; мухоежка7*. Их главная отличительная особенность заключается в том, что они способны концентрировать в себе разноплановую информацию, которую только возможно вместить в самоминацию. При этом русскоязычные пользователи предпочитают создавать сложные слова средствами английского языка: *burgerkiller; Meanbandit; BoyGirl*.

Иные способы словообразования значительно бледнее представлены в корпусе примеров. Присутствует использование диминутивных суффиксов: *slavianouchka; kotik; ваванчик*; контаминация слов: *яблочное ковидло* (← *ковид* + *повидло*); *barboris* (← *Boris* + *барбарис*); *TrIGER* (← *tiger* + *trigger* + *Игорь*); редупликация: *влад влад; vladimir_vladimir* и другие.

Важной структурной характеристикой самоминаций Рунета является ярко выраженный синтаксический характер. Это проявляется в том, что порядка 2770 примеров (55,4 %) оформлены в виде словосочетаний. Практически все они представляют собой грамматическое приложение: *bogdan_mag; танкист-чекист; Папаша Мюллер; Goga Pervyi*. Большинство подобных никнеймов сконструированы из лексем других языков, чаще — английского: *Mama Rabbit; robber_duckling; miss_cherie; sunburnt_hacker; serzh_warlock*. Обращает на себя внимание обилие примеров, в которых имеется приложение в виде указания на актуальное место проживания автора: *AlexTver; ириха москва; Питер Петька!*; или на титул, зачастую вымышленный, нарочито помпезный: *Настасья Царица*

Великоправедница Вторая; Великий Гроссмейстер потомок Лотоса; Сергей Первый Романов князь Мономах.

Иные самономинации, оформленные в виде словосочетания, насчитывают 170 примеров (3,4 %) и едва ли поддаются классифицированию в силу своей своего структурного многообразия: *хОрОш кАбАн; просто сергей; ПАР ИЗ БАНЬКИ; и вправду крокодил; в_добрый_путин; жадный йожыг*. И вновь прослеживается сильное влияние английского языка на процессы создания интернет-именований: *highly original; no_access; SO HOT*.

Всего 5 % всех исследуемых никнеймов и имен пользователей (250 примеров) оформлены как предложения: *mne stidno; кони тоже люди; и тут я_офигел; YA EDU NA BERLIN*. Из них около трети приходится на неполные предложения: *Не повезло; Уже забыл; а у меня зеленые*. Нетипичный для антропонимов характер таких самономинаций уже на визуальном уровне делает их броскими и выделяющимися. Вопреки сложности и нетривиальности оформления далеко не всегда такая синтаксическая громоздкость позволяет вложить в самономинацию больше смысла или гарантировать концентрацию разнородной информации о пользователе. Как правило, для обладателей таких виртуальных имен на первом месте стоит прагматический аспект. Данные самономинации обычно имеют ироничный, а порой даже сатирический характер и чаще представляют лишь один фрагмент информации об их обладателях — нередко с уклоном в политику. В качестве иллюстрации к сказанному могут служить никнеймы в виде простого предложения (*НА-ГОСУДАРЯ-ВОЛОДЮ-МОЛИМСЯ; я сдохну до пенсии*), сложного предложения (*бомбы улетели, осадочек остался*), повелительного предложения (*skazhi_Pu; !навальныивали!*), определённого предложения, осложнённого обращением (*дональд не уходи*).

Структурный анализ указывает на сохранение в Рунете тенденции к «словосочинительству», в том числе и на английском языке [Александрова, 2007]. Одновременно с этим самономинации приобретают более сложную, синтаксическую структуру с ярко выраженным коммуникативным характером и трансляцией неких метасообщений собеседнику еще до вступления в непосредственное взаимодействие.

3.3. Фонетико-орфографическое оформление самономинаций с антропонимической функцией в Рунете

Анализ орфографических и графических особенностей исследуемых единиц выявил, что порядка 38 % самономинаций (1901 случай) написаны строчными буквами: *пушистое одеялко; мегамозг; кингконг*. Пользователи игнорируют прописные буквы даже в собственных реальных именах: *колебакин; андюшка морозов; daria.parshikova; hasan husanov*. Демократичная среда интернета и сетевой «этикет» вполне допускают подобные орфо-

графические отклонения, особенно если речь идет о среде с пониженной степенью официальности, институциональности (хостинги, игры, чаты).

Значительно реже встречается прием полной капитализации — написания только прописными буквами (3,8 %, 190 примеров): *BESEDIN OLEG*; *ВИННИ ПУХ*; *М-И-Л-А*. Немногим более употребительной оказалась частичная капитализация (4,8 %, 242 примера), применяемая преимущественно для демонстрации границ слов-компонентов (*WineRisen*; *AlexMarkov*) или слов-«вкладышей» в самономинациях (*VasyOK!*; *T-IGER*).

Более половины всего материала тяготеет к узуальной, нормированной орфографической репрезентации. 53 % примеров (2650 единиц) написаны с заглавных букв: *Alex Buzian*; *Ирка Макарова*, *Алексей П.*; *Стерляжников А*. Тенденция к стандартному визуальному оформлению виртуальных имен отчетливо проявляется и в многоэлементных самономинациях, которые в подавляющем большинстве написаны раздельно: *artoodetoo RU*; *mister problemka*; *Ola Katz 12*; *Андрей Шмогрин*. Полностью слитное оформление обнаруживается у 1095 единиц (21,9 %): *AlexMarkov09*; *Sachazhuk*; *спросиуамы*.

Цифры в своем составе имеют 625 самономинаций (12,5 %). Довольно часто пользователи сообщают свой год рождения (270 случаев, 5,4 %) с целью индивидуализации или обхождения технических запретов на одинаковые имена в рамках одного сервиса. Цифры, обозначающие год, могут занимать абсолютно разные положения в структуре самоименования: *19Андрей88*; *Катья87*; *199oberfuhrer*; *KIR1984 photos*. Иные функции и значения цифр многообразны, их анализ становится возможным лишь благодаря пояснениям самих пользователей: *_sugar3* (3 — *третий аккаунт пользователя*); *antirusofob134* (134 — *код региона Волгоградская область*); *qwerty7878* (7878 — *случайный выбор*).

Символьные элементы мало распространены в отобранных примерах (6,1 %). Наличие данных графических средств сигнализирует лишь об их эстетической функции в самономинациях, где они выступают визуальным украшением: *~Sergey~*; *†ПОБЕДИТЕЛЬ†*; *@Гуцко@*. Практически полное отсутствие смайлов и эмодзи свидетельствует о переносе эмоциональных проявлений пользователя в несамонимативные и неантропонимические области виртуальной личности: в продуцируемые тексты, статусные реплики, фотографии, аватарки и тому подобное.

Излюбленный в Рунете прием символично-цифрового замещения букв (*Leetspeak*) не отличается популярностью в сфере создания виртуальных имен, что подтверждает статистика: лишь 58 примеров (2,9 %) снабжены этим паравербальным средством. Частотными являются замены *4→ч* (*4istii_listo4ek*; *lapo4kin*), *@→а* (*M@ня44*; *@нтонов_мих@ил*), а также

имитация латиницей букв кириллического алфавита: *kclollla* (= *ксюша*); *BbIDRA* (= *выдра*).

Внимания заслуживают графические отступления с функцией фонетизации. Почти в 5 % единиц всего фактологического материала задействовано итерирование, заключающееся в повторении буквы или символа. Прием позволяет не только избежать дублирования имен в сервисах, где это запрещено (ср.: *Алина* и *АалинаА*; *captan* и *ссаарпиittaann*), но симитировать длительность некоторых звуков, интонации: *thewiiiiiinneriiiiii*; *Карrrrrрамба!*; *ВикаВааау*. В целом фонетические приемы не отличаются востребованностью в самономинативных процессах в Рунете. Всего в 174 (3,5 %) виртуальных именах прослеживается то или иное фонетическое явление. Встречаются случаи онома topoэтических никнеймов, сконструированных преимущественно на основе междометий: *шмяк-бряк*; *Тыдыцки-на!*; *кхекающий*. Фиксируется применение синкопы: *умри_пжлст* (← *умри пожалуйста*); *??СЫШ??* (← *слышишь*); *Ира мск* (← *Ира Москва*). Юмористическим эффектом обладают самономинации, представляющие собой автонимы, зарифмованные с другими лексемами: *Никанетника*; *Сергей(не гей)*; *Андрей Бармалей*.

Значительное снижение востребованности орфографических и фонетических приемов по сравнению с периодом развития Рунета в начале 2000-х годов [Александрова, 2007, с. 26] связано с развитием визуального медиаконтента. Поэтому русскоязычные пользователи предпочитают задействовать лексический, семантический ресурс для реализации игровой, юмористической и иных дополнительных интенций в процессе самономинации.

3.4. Лексико-семантические свойства самономинаций с антропонимической функцией в Рунете

Изучение лексико-семантических свойств позволит не только выявить строго лингвистические, вокабулярные особенности самономинаций Рунета, но и установить диапазон экстралингвистических факторов, оказывающих влияние на процесс выбора именования в онлайн-коммуникации. Анализ лексических особенностей обнаруживает активное использование иноязычных лексем (1092 случая; 21,8 %), прежде всего из английского языка (768 примеров; 15,4 %): *bad devil*; *DarkForce_44*; *Cawa girl*. Наибольшее влияние английского языка испытывают на себе Telegram, форум о компьютерной технике и медиахостинги, где практически каждый четвертый никнейм является собой англоязычную лексему. А вот в игре World of Tanks, имитирующей танковые сражения советской и нацистской армий, высок процент самономинаций с использованием средств немецкого языка (102 единицы; 2 %): *Uberpanzerwaffen2*, *Oleg_sturmenfuhrer*. Редко в корпусе примеров фиксируются лексемы из таких языков, как французский (*bileux*), турецкий (*selam selam*),

итальянский (*цыганка buona sera*) и др. По признанию самих носителей таких имен, к использованию иноязычных лексем в самоименах зачастую подталкивают технические требования онлайн-сервисов (например, строго регламентированное написание никнейма латиницей).

Еще одной лексической особенностью самоименаций является их конструирование с помощью «модных» слов, то есть лексем, которые воспринимаются носителями языка как престижные и отражают особенности их картины мира и культуры в определенное время. Иллюстрацией к сказанному служат следующие самоименации: *налегкихвайбах*; *Пожиратель хайпа*; *zhiza88*; *tvoi_zashkvar*. Подобные имена принадлежат, как правило, пользователям в возрастном диапазоне 13—20 лет. Люди старших возрастных групп в своем стремлении к оригинальным самоименованиям идут совершенно иным путем, о чем свидетельствует присутствие архаизмов как составных элементов виртуальных имен: *Ванька-супостат*; *Дщерь Сварога*; *зелобесит*.

Наряду с лексическими свойствами особую роль приобретает и семантический анализ лексем, из которых конструируются никнеймы и пользовательские имена. Изучение примеров демонстрирует очевидную востребованность следующих семантических категорий для имянаречения: «вымышленные персонажи», «черты характера», «природа», «профессия», «места», «предметы», «политика». В категорию вымышленных попали имена, принадлежащие героям литературных произведений, комиксов, мифов, компьютерных игр, фильмов (всего 516 единиц; 10,3 %). Среди них наибольшей популярностью пользуются антропонимы, заимствованные из литературных произведений (196 единиц; 3,9 %): *Новая Джульетта*; *Полиграф Шариков*; *печорин17*. В меньшей степени употребляются имена персонажей сказок (*дюймовочка Лиза*; *Бармалей*♣) и мифов (*AidAres9*; *Τερψιχόρη*). Индустрия кино и PC-игр также активно снабжает пользователей вариантами виртуальных самоименаций: *макс пэйн*; *Тони Камонте*; *Captain Jack Sparrow*. Превалирование данной семантической категории среди прочих объясняется не только довольно сильным влиянием литературы, ТВ и компьютерных технологий на человека, но и весьма обширными и разнообразными коннотациями, которые заключены в именах вымышленных героев, ставших подчас прецедентными или нарицательными. Именующиеся подобным образом пользователи могут косвенно, имплицитно, но весьма нетривиально самовыражаться и представлять себя через известный образ.

Аналогичным целям служат самоименации семантической подгруппы «черты характера» (356 примеров; 7,1 %), однако в этом случае их авторы конкретно и прямо сообщают о себе информацию, которая и ложится в основу никнейма или юзерника. Примечательно преобладание положительных качеств, что указывает на стремление пользователей к на-

меренному улучшению виртуальных образов в Рунете: *Законопослушный Гражданин*; *верная жена*; *honestsheriff2*. Нейтральные характеристики многообразны по своим значениям. Так, запечатлеваются черты характера, описывающие манеру поведения (*Неспеишный*; *mr.molchun*) или мышления (*Фани Фантазерка*; *ChaoticMind75*), указания на увлеченность чем-либо (*meloman_andy*; *FISHER IR*). Отрицательные или негативные свойства практически не встречаются.

Также в актах интернет-самономинации русскоязычными коммуникантами задействуется семантическая категория «природа» (170 случаев; 3,4 %). Примерно в одинаковой пропорции используются названия представителей как флоры (*Чертополох Петрович*; *oduvan4ik*; *black_rose_87*), так и фауны (*дикая кошка*; *Бобр-Нюхач*; *dead_cat*). При этом мужчины предпочитают лексемы, номинирующие животных, которые ассоциируются в русской лингвокультуре с силой, независимостью: *мустанг_мустанг*; *Снежный Барс*; *Papa_bear*. Женщины именуют себя названиями милых и безобидных животных, чтобы смягчить свой образ: *Твой Хомячок*; *шиншиллка15*.

В никнеймах и пользовательских именах присутствуют и названия профессий (146 примеров; 2,9%). В половине случаев профессиональная принадлежность носит правдивый характер, что подтверждается информацией из аккаунта или словами самого пользователя: *MEDCECTPA*; *Бармен Батя*; *Russian Advertizer*. С другой стороны, фиксируются не реальные, а желаемые профессии авторов, которые стремятся, как правило, завысить свой статус: *замминистра*, *Злой Директор*; *commander*.

Часто самономинации в Рунете содержат географическое название в виде компонента (101 пример; 2 %). В основном пользователи сообщают свой город проживания или рождения: *Игорь Казань*; *Natalia_from_Kolomna*; *Alexey Tyumen*, *Marfa Samarra*; страну: *Kirill78 RU*; *mark_ukraine2*. Опрос информантов выявляет сосредоточенность владельцев подобных самономинаций на коммуникации именно с пользователями-земляками (будь то дружеское, романтическое, деловое или иное общение).

Интернет-самоименования с предметно-бытовой семантикой (93 случая; 1,8 %) не поддаются упорядочению ввиду своей разнородности: *Табуретка©*; *нешкольный ранец*; *Serga1978*. Иная ситуация наблюдается среди самономинаций с явным политическим подтекстом (90 единиц; 1,8 %). У ряда обнаруженных имен данной категории мотивом создания выступила ситуация на Украине, а также последующие за ней политические перипетии с участием России, США и других стран: *Грыцко Колораденко*; *Путенский укропанк*; *Nato_i_vata*. Подобные самономинации изобилуют политической сатирой: *Петро Пораженко*; *бонбы улетели, осадочек остался*; *кремльскиевишницы*. Также в никнеймах и пользовательских

именах запечатлен «сирийский вопрос»: *Bashar Putin*; *trumpsavessyria*. Не обошлось без упоминания оппозиционера А. Навального: *новичок-чок-чок*; *олексей отвалный*; *dead like navalny*. Подобные самономинии встречаются преимущественно на форумных платформах интернет-СМИ, где и разворачивается обсуждение политических новостей. Обладатели такого рода никнеймов еще на докоммуникативном уровне сигнализируют потенциальным визави о своих политических позициях и взглядах только лишь с помощью «говорящего» виртуального имени.

4. Заключение = Conclusions

Итак, дескриптивный анализ самономиний в разножанровых сервисах русскоязычного интернет-сегмента позволяет констатировать, что виртуальные именованья, а вместе с ними и русский сетевой этикет указывают на определенные лингвистические особенности и предпочтения пользователей, а также претерпевают некоторые трансформации.

Во-первых, Рунет постепенно стремится к деанонимизации: большая часть пользователей называет себя в Сети своими реальными именами, что в некоторой степени свидетельствует о готовности открыто выражать и отстаивать свое мнение, нести ответственность за сказанное. Типичной средой автонимных самономиний оказываются социальные сети, форумы интернет-СМИ. Количество оригинальных и в то же время анонимных (псевдонимных) интернет-имен превалирует в коммуникативной сфере онлайн-игры, медиа-хостингов, интернет-форума о компьютерной технике. Для этих примеров характерны юмористические и самоироничные коннотации.

Во-вторых, очевидна тенденция к усложнению виртуальных самономиний, «отягощению» их дополнительными смыслами, информацией. Данный эффект достигается за счет роста никнеймов и юзерников со сложной синтаксической структурой в виде словосочетания, что ранее было менее распространено в Рунете.

В-третьих, графические средства и орфографические девиации утрачивают свою значимость и популярность, все больше пользователей предпочитают нормированное написание виртуального имени. Неизменным остается пристрастие к использованию латиницы и английского языка. При этом русскоязычные пользователи стали более уверенно и креативно обращаться с английским языком, не просто заимствуя из него лексемы для самоименования, но создавая оригинальные композитные образования с помощью средств данного языка.

Таким образом, можно заключить, что русскоязычные интернет-коммуниканты подходят к процессу самономинии в Сети одновременно творчески, достаточно внимательно и с большей ответственностью, чем

прежде, см.: [Профессионалы; LovePlanet; World of Tanks]. В пользу этого тезиса говорит и малое количество виртуальных имен, не поддающихся анализу. Есть все основания полагать, что для пользователей Рунета самономинация в функции антропонима действительно выступает важным элементом их виртуальных личностей, формирующих восприятие самономинации сообществом Глобальной сети еще на докоммуникативном уровне.

Источники и принятые сокращения

1. Взгляд — *Взгляд.ру* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://vz.ru/> (дата обращения 13.06.2022).
2. Вконтакте — *ВК* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.vk.com/> (дата обращения 13.06.2022).
3. Профессионалы — *Профессионалы.ру* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.professional.ru/> (дата обращения 10.01.2022).
4. Cyberforum — *Форум программистов и сисадминов Киберфорум* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.cyberforum.ru/> (дата обращения 13.06.2022).
5. Flickr — *Flickr* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.flickr.com/> (accessed 10.06.2022).
6. LovePlanet — *LovePlanet* [Electronic resource]. — Access mode : <https://loveplanet.ru/> (accessed 14.06.2022).
7. RT — *Russia Today* [Electronic resource]. — Access mode : <https://russian.rt.com/> (accessed 14.06.2022).
8. Telegram — *Telegram* [Electronic resource]. — Access mode : <https://web.telegram.org/k/> (accessed 14.06.2022).
9. World of Tanks — *World of Tanks* [Electronic resource]. — Access mode : <https://worldoftanks.ru/> (accessed 14.06.2022).
10. YouTube — *YouTube RU* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.youtube.com/> (accessed 14.06.2022).

Литература

1. Авчиева Д. Т. Структурно-семантические особенности никнеймов современного русского языка полиэтнического города : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / Д. Т. Авчиева. — Махачкала, 2016. — 235 с.
2. Александрова О. А. Языковые особенности современной сетевой субкультуры / О. А. Александрова // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. — 2007. — № 43. — С. 25—27.
3. Аникина Т. В. Имя собственное в Интернет-коммуникации / Т. В. Аникина // Известия Уральского государственного университета. Серия 1, Проблемы образования, науки и культуры. — 2010. — № 2 (75). — С. 71—76.
4. Антипов А. Г. О так называемых подонках / А. Г. Антипов, Е. А. Штифель // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2008. — № 2. — С. 98—101.
5. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : автореферат диссертации ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / Н. Г. Асмус. — Челябинск, 2005. — 24 с.
6. 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, 2009. — 36 с.



7. Балкунова А. С. Роль сетевого имени (никнейма) во взаимодействии субъектов виртуальной коммуникации : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / А. С. Балкунова. — Нижневартовск, 2011. — 261 с.
8. Врублевская О. В. Языковая мода в русской ономастике : диссертация ... доктора филологических наук : 10.02.01 / О. В. Врублевская. — Волгоград, 2017. — 430 с.
9. Галичкина Е. Н. Виртуальная личность как объект изучения антропологической лингвистики / Е. Н. Галичкина // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2018. — № 2. — С. 28—38. — DOI: [10.29025/2079-6021-2021-2-28-38](https://doi.org/10.29025/2079-6021-2021-2-28-38).
10. Журавлева Е. А. Никнейм как особая антропонимическая категория / Е. А. Журавлева, А. А. Корнелюк // Сборник материалов международного форума студенческой и учащейся молодежи «Первый шаг в науку — 2009». — Минск : Беларуская навука, 2009. — Т. 1. — С. 45—49. — ISBN 978-985-08-2079-2.
11. Зубарева А. В. Онимы в интернет-коммуникации: новые явления и функции / А. В. Зубарева // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2021. — № 1. — С. 120—136. — DOI: [10.29025/2079-6021-2021-1-120-136](https://doi.org/10.29025/2079-6021-2021-1-120-136).
12. Кисель О. В. Место никнейма как знака идентификации в ономастической системе языка / О. В. Кисель // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. — 2021. — № 4 (43). — С. 43—48. — DOI: [10.36622/AQMPJ.2021.29.39.006](https://doi.org/10.36622/AQMPJ.2021.29.39.006).
13. Климова М. А. Никнеймы игроков Dota 2 и психические границы языка в эпоху глобализации / М. А. Климова // Вопросы психолингвистики. — 2020. — № 1 (43). — С. 36—53. — DOI: [10.30982/2077-5911-2020-43-1-36-53](https://doi.org/10.30982/2077-5911-2020-43-1-36-53).
14. Любичкая Е. В. Сленг : региональные черты и процессы англизации : на материале речи молодежи г. Ставрополя и Красногвардейского района Ставропольского края : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / Е. В. Любичкая. — Ставрополь, 2005. — 282 с.
15. Старцев А. А. Идентичность и идентификация личности в социальных сетях / А. А. Старцев, Н. В. Гришанин, Н. В. Кириллина // Коммуникология. — 2018. — № 6 (4). — С. 76—87. — DOI: [10.21453/2311-3065-2018-6-4-76-87](https://doi.org/10.21453/2311-3065-2018-6-4-76-87).
16. Супрун В. И. Развитие ономастического пространства Интернета / В. И. Супрун // Ономастика Поволжья : материалы IX международной конференции по ономастике Поволжья. — Москва : ИЭА, 2004. — С. 53—58. — ISBN 5-201-14617-1.
17. Чабаненко М. Г. Молодежный дискурс как реализация типовой и индивидуальной языковой личности : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / М. Г. Чабаненко. — Кемерово, 2007. — 198 с.
18. Яскина Л. А. Феномен речевого взаимодействия в сети : имя как самопрезентация / Л. А. Яскина // Язык. Время. Личность. Международная научная конференция. — Омск : ОмГУ, 2002. — С. 301—305. — ISBN 5-7065-0243-9.
19. Aleksiejuk K. Internet Names as an Anthroponomastic Category / K. Aleksiejuk // Annex Secció. — 2014. — № 3. — Pp. 243—255. — DOI: [10.2436/15.8040.01.29](https://doi.org/10.2436/15.8040.01.29).
20. Aleksiejuk K. Personal names on the internet : usernames as address terms / K. Aleksiejuk // Language and society. — 2013. — Iss. 4. — Pp. 187—198.
21. Gkoutzourelas G. Nicknamen in sozialen Medien. Der Fall von Twitter und PlanetRomeo [Electronic resource] / G. Gkoutzourelas // Mediensprache. — Access mode : <http://www.mediensprache.net/de/websprache/2.0/nicknames/> (accessed 12.06.2022).
22. Kelley J. B. Gay Naming in Online Gaming / J. B. Kelley // Names. — 2012. — Vol. 60. — № 4. — Pp. 193—200.



23. NI — *Nicknamen international*. Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen / Hrsg. von P. Schlobinski, T. Siever. — Berlin : Peter Lang GmbH, 2018. — 400 S. — ISBN 978-36-3174-809-1.

24. Szymański L. Aspects of morphology and character choice motivation in Internet nickname constructions [Electronic resource] / L. Szymański. — Access mode : https://www.academia.edu/64357171/Aspects_of_morphology_and_character_choice_motivation_in_Internet_nickname_constructions (accessed 12.06.2022).

Material resources

Flickr. Available at: <https://www.flickr.com/> (accessed 10.06.2022).

Forum of programmers and sysadmins Cyberforum. Available at: <https://www.cyberforum.ru> (accessed 13.06.2022). (In Russ.).

Look.<url>. Available at: <https://vz.ru/> (accessed 13.06.2022). (In Russ.).

LovePlanet. Available at: <https://loveplanet.ru/> (accessed 14.06.2022).

Professionals.ru. Available at: <http://www.professional.ru> (accessed 10.01.2022). (In Russ.).

Russia Today. Available at: <https://russian.rt.com/> (accessed 14.06.2022).

Telegram. Available at: <https://web.telegram.org/k/> (accessed 14.06.2022).

VK. Available at: <http://www.vk.com/> (accessed 13.06.2022). (In Russ.).

World of Tanks. Available at: <https://worldoftanks.ru/> (accessed 14.06.2022).

YouTube RU. Available at: <https://www.youtube.com/> (accessed 14.06.2022).

References

Akhrenova, N. A. (2009). *Internet discourse as a global intercultural phenomenon and its linguistic design*. Author's abstract of Doct. Diss. Moscow. 36 p. (In Russ.).

Aleksiejuk, K. (2013). Personal names on the internet: usernames as address terms. *Language and society*, 4: 187—198.

Aleksiejuk, K. (2014). Internet Names as an Anthroponomastic Category. *Annex Secció*, 3: 243—255. DOI: 10.2436/15.8040.01.29.

Alexandrova, O. A. (2007). Linguistic features of the modern network subculture. *Bulletin of the Novgorod State University named after Yaroslav the Wise*, 43: 25—27. (In Russ.).

Anikina, T. V. (2010). Proper name in Internet communication. *Proceedings of the Ural State University. Series 1, Problems of education, science and culture*, 2 (75): 71—76. (In Russ.).

Antipov, A. G., Shtifel, E. A. (2008). About the so-called scum. *Bulletin of the Kemerovo State University*, 2: 98—101. (In Russ.).

Asmus, N. G. (2005). *Linguistic features of the virtual communicative space*. Author's abstract of PhD Diss. Chelyabinsk. 24 p. (In Russ.).

Avchieva, D. T. (2016). *Structural and semantic features of nicknames of the modern Russian language of a multiethnic city*. PhD Diss. Makhachkala. 235 p. (In Russ.).

Balkunova, A. S. (2011). *The role of a network name (nickname) in the interaction of subjects of virtual communication*. PhD Diss. Nizhnevartovsk. 261 p. (In Russ.).

Chabanenko, M. G. (2007). *Youth discourse as the realization of a typical and individual linguistic personality*. PhD Diss. Kemerovo. 198 p. (In Russ.).

Galichkina, E. N. (2018). Virtual personality as an object of study of anthropological linguistics. *Actual problems of philology and pedagogical linguistics*, 2: 28—38. DOI: 10.29025/2079-6021-2021-2-28-38. (In Russ.).



- Gkoutzourelas, G. Nicknamen in sozialen Medien. Der Fall von Twitter und PlanetRomeo. *Mediensprache*. Available at: <http://www.mediensprache.net/de/websprache/2.0/nicknames/> (accessed 12.06.2022). (In Germ.).
- Kelley, J. B. (2012). Gay Naming in Online Gaming. *Names*, 60 (4): 193—200.
- Kisel, O. V. (2021). The place of a nickname as an identification sign in the onomastic system of the language. *Actual issues of modern philology and journalism*, 4 (43): 43—48. DOI: 10.36622/AQMPJ.2021.29.39.006. (In Russ.).
- Klimova, M. A. (2020). Nicknames of Dota 2 players and mental boundaries of language in the era of globalization. *Questions of psycholinguistics*, 1 (43): 36—53. DOI: 10.30982/2077-5911-2020-43-1-36-53. (In Russ.).
- Lyubitskaya, E. V. (2005). *Slang: regional features and processes of Anglicization: based on the speech of the youth of Stavropol and Krasnogvardeysky district of Stavropol Krai*. PhD Diss. Stavropol. 282 p. (In Russ.).
- Schlobinski, von P., Siever, T. (2018). *Nicknamen international. Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen*. Berlin: Peter Lang GmbH. 400 S. ISBN 978-36-3174-809-1. (In Germ.).
- Startsev, A. A., Grishanin, N. V., Kirillina, N. V. (2018). Identity and identity identification in social networks. *Communicology*, 6 (4): 76—87. DOI: 10.21453/2311-3065-2018-6-4-76-87. (In Russ.).
- Suprun, V. I. (2004). Development of the onomastic space of the Internet. In: *Onomastics of the Volga region: proceedings of the IX International Conference on Onomastics of the Volga region*. Moscow: IEA. 53—58. ISBN 5-201-14617-1. (In Russ.).
- Szymański, L. *Aspects of morphology and character choice motivation in Internet nickname constructions*. Available at: https://www.academia.edu/64357171/Aspects_of_morphology_and_character_choice_motivation_in_Internet_nickname_constructions (accessed 12.06.2022).
- Vrublevskaya, O. V. (2017). *Language fashion in Russian onomastics*. Doct. Diss. Volgograd. 430 p. (In Russ.).
- Yaskina, L. A. (2002). The phenomenon of speech interaction in the network: name as self-presentation. In: *Language. Time. Personality. International Scientific Conference*. Omsk: OmSU. 301—305. ISBN 5-7065-0243-9. (In Russ.).
- Zubareva, A. V. (2021). Onyms in Internet communication: new phenomena and functions. *Actual problems of philology and pedagogical linguistics*, 1: 120—136. DOI: 10.29025/2079-6021-2021-1120-136. (In Russ.).
- Zhuravleva, E. A., Kornelyuk, A. A. (2009). Nickname as a special anthroponymic category. In: *Collection of materials of the international forum of students and students "The first step into science — 2009", 1*. Minsk: Belorusskaya navuka. 45—49. ISBN 978-985-08-2079-2. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию 14.06.2022,
одобрена после рецензирования 29.07.2022,
подготовлена к публикации 19.09.2022.