

УДК 81-25

**Соков А.А.***Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых***АВТОНОМИНАЦИЯ КАК РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛИЗАЦИИ ЛИНГВОКРЕАТИВНОГО  
ПОТЕНЦИАЛА ВИРТУАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ XXI ВЕКА**

*Аннотация.* Статья посвящена описанию мотивировочных признаков самонаименования языковой личности в виртуальном дискурсе, а также самопрезентирующим и самоидентифицирующим составляющим автономиниации. Представлен анализ существующих точек зрения на трактовку термина «никоним», выявлены особенности его употребления в современной лингвистике. Описаны основные характерные черты никовимов как маркеров проявления и реализации лингвокреативного потенциала современной языковой личности. На основе анализа результатов лингвистического опроса выявлены основные принципы автономиниации виртуальной языковой личности.

*Ключевые слова:* дискурс-анализ, виртуальный дискурс, виртуальная языковая личность, автономиниация, мотивировочный признак, никовим.

**A. Sokov***Alexander and Nikolay Stoletov Vladimir State University***AUTONOMINATION AS A RESULT OF THE IMPLEMENTATION  
OF LINGUISTIC CREATIVE POTENTIAL OF VIRTUAL LANGUAGE  
PERSONALITY IN THE 21ST CENTURY**

*Abstract.* The article describes reasoning features for self-nomination of a language personality in the virtual discourse, as well as self-identification and self-presentation autonomination components. The paper gives a review of existing opinions on the interpretation of the term «nickname» and reveals the peculiarities of its use in modern linguistics. It identifies several basic characteristics of nicknames being markers of demonstration and implementation of linguistic creative potential of a modern language personality. The results of the linguistic survey make it possible to reveal the principles of autonomination of a virtual language personality.

*Keywords:* discourse-analysis, virtual discourse, virtual language personality, autonomination, reasoning feature, nickname.

Ни для кого не секрет, что в современном информационном обществе появляется множество новых атрибутов и маркеров, свидетельствующих об отражении общественно-политических, социально-экономических и национально-культурных изменений в жизнедеятельности человека XXI века. Кроме того, как справедливо отмечает Н.В. Юдина, новые средства коммуникации через сеть Интернет, включая чаты, форумы, электронную почту, ICQ и др., формируют собственные типичные языковые черты, обусловленные динамичностью, креа-

тивностью современного пользователя, и в результате оказывают заметное влияние на речевую культуру общества в XXI веке [10, с. 127].

В последние годы в научной лингвистической литературе всё чаще встречаются исследования, посвящённые наблюдению за функционированием языковой личности в виртуальном пространстве (см., например, работы Н.А. Ахреновой, Д.В. Галкина, Е.И. Горюшко, О.В. Дедовой, Е.И. Литневской, О.В. Лутовиновой, С.Н. Михайлова, М.С. Рыжова, М.Ю. Сидоровой, Г.Н. Трофимовой, А.А. Шмакова, О.Н. Шуваловой и др.). Пристальное внимание специалисты в области интернет-лингвистики уделяют изучению особого класса имён собственных, которые являются результатом автономии пользователя в виртуальном пространстве (см., например, работы Т.В. Аникиной, Е.В. Бусуриной, Е.И. Головановой, Д.И. Ермоловича, В.М. Капацинского, Л.С. Киселёвой, Н.А. Мишакиной, З.И. Резановой, В.И. Супруна, А.В. Ходоренко, Н.В. Чуйкиной и др.). Наиболее удачным обозначением для описываемого явления нам представляется термин **никоним**, образованный от двух корней: английского *nick* и греческого (что является традиционным для научной терминологии) *онома* – «имя». Данный термин, во-первых, учитывает связь с описываемым денотатом; во-вторых, дифференцирует характерное понятие общей лексики и научный термин; в-третьих, позволяет вписать термин в один ряд с другими смежными понятиями, относящимися к области ономастики (ср.: *антропоним*, *гидроним*, *ойконим* и др.). Интерес к относительно новым именованным категориям проявляют как отече-

ственные лингвисты, так и исследователи стран ближнего зарубежья.

Однако ряд проблем при анализе описываемого явления остаётся пока за рамками научных изысканий. Так, в частности, малоисследованным представляется вопрос о том, руководствуется ли чем-то виртуальная языковая личность при выборе имени, если да, то возможно ли выделить общие принципы при создании имён в виртуальном пространстве? Наличие подобных вопросов и предопределяет *актуальность* настоящей работы. Обозначенными проблемами предопределяется и *цель исследования* – изучить процесс создания имени собственного в виртуальном пространстве и выявить его основные принципы. *Новизна исследования* заключается в изучении мотивировочных установок пользователя при самонаименовании. При этом исследование проводится методом лингвистического опроса. Таким образом представляется возможным сделать вывод о том, как образуется новая именная единица и какова связь между мыслительными механизмами при автономии и их языковым выражением. Эмпирической базой исследования послужили не только рефлексивные тексты респондентов, но и извлечённые из популярных для коммуникации Интернет-ресурсов 3054 лексические единицы.

Считается, что возникновение никонимов связано с появлением первых UNIX-систем, где никоним одновременно называл пользователя и был паролем для входа в систему [1, с. 4]. С развитием информационных технологий и возникновением новых форм функционирования пользователя в виртуальном пространстве процесс

создания имени собственного в этой сфере стал приобретать более осмысленный характер. Другими словами, с появлением больших возможностей для пребывания человека в интернет-пространстве усложняется и его самоидентификация, а следовательно, и самонаименование, или автономинация. При этом процесс автономинации приобретает всё больше характерных, в какой-то мере уникальных, черт, отличных от процесса номинации человека в реальной жизни.

Во-первых, автономинация, по мнению ряда учёных-исследователей в области теории коммуникации, становится непременным условием успешности процесса реального общения. Сложная совокупность интрасубъективных и экстрасубъективных факторов детерминирует выбор наименования своему «Я» говорящим субъектом в конкретной ситуации речевого общения. Изучение автореферентных номинаций будет способствовать раскрытию сущности процесса самоименования, выявлению его психологических, физиологических и социальных причин. Автореферентные номинации становятся ярким свидетельством самопринятия говорящего субъекта, уровня его самооценки и самоуважения. В то же время, как отмечает Е.Ч. Дахалаева, обращение к особенностям автореферентных номинаций должно способствовать решению основного вопроса человеческого бытия – вопроса о познании субъектом самого себя [4, с. 4].

Во-вторых, возникновение автономинации в виртуальном пространстве, по замечанию Е.В. Бусуриной и Н.В. Чуйкиной, носит императивный характер. «При желании быть не толь-

ко читателем, но и «писателем» в виртуальном мире, человек сталкивается с необходимостью зарегистрироваться на определённом виртуальном ресурсе, а первым и обязательным шагом такой регистрации является заполнение поля имени пользователя [2, с. 173]. Данный факт, с одной стороны, может сделать процедуру автономинации формальной, с другой – создать условия для реализации лингвокреативного потенциала языковой личности в интернет-пространстве. Е.Н. Ремчукова приписывает термину «лингвокреативность» два взаимосвязанных и взаимообусловленных значения, связанных с языком, – созидательность и художественность, творчество. Как представляется, использование именно этого термина позволяет адекватно представить как единое целое творческий потенциал языковой личности и творческий, созидательный характер самого языка, допускающего свободное использование «только в рамках своего характера» [7, с. 10].

В-третьих, если учитывать, что «всякий факт номинации является порождением двустороннего образования из идентифицирующего и дифференцирующего элементов» [5, с. 106], то при автономинации в интернет-пространстве дифференцирующим элементом дополнительно является техническая невозможность иметь абсолютно идентичный никоним на одном интернет-ресурсе коммуникации. Однако эти условия могут выступать в качестве мелиоративного фактора для закрепления созданного никонима за виртуальной языковой личностью как постоянной *самоидентифицирующей* и/или *самопрезентирующей* единицей. Однако, хотя эти понятия

зачастую относят к смежным при характеристике мотивации при выборе того или иного никонима, каждое из них нуждается в отдельном описании.

В работе М.А. Щербакова «Модель уровней самоидентификации личности» самоидентификация понимается как «отождествление себя с определённой социальной группой, образом, архетипом и т. д. Например, я – инженер; я – отец; я – мужчина и т. д.» [9].

Существует также мнение о том, что коммуникация в условиях виртуальной реальности предполагает, с одной стороны, необходимость самоидентификации, с другой – определённую свободу от самоидентификации в условиях «реальной» реальности. В виртуальной реальности существует возможность так называемой множественной идентификации, позволяющей проявиться некоторой субличности на правах целостной личности [6, с. 326].

В этой связи любопытной представляется работа В.К. Андреева, в которой обращается внимание на рассмотрение формы и содержания автономии в корпоративных языках молодёжи. Автор анализирует никонимы с точки зрения создания их в коммуникативных условиях различных молодёжных субкультур. В частности, исследователь приводит пример функционирования никонимов в «субкультуре рэперов, любителей и исполнителей музыки в стиле рэп (речитатив, исполняемый под ритмический или ритмомелодический аккомпанемент). Маркер *Mc* в никнеймах *Kor(Mc)*, *Опух(Mc)*, *Мелкий(Mc)*, *ДОБРЫЙ SKIFF(Mc)*, *Tef(Mc)* не только свидетельствует о принадлежности автора интернет-псевдонима к данно-

му субкультурному сообществу, но и сообщает о том, что он сам исполняет, «читает» рэп; такого рэпера называют *эмси*, а графически обозначают как *Mc* (от англ. *Master of Ceremony*). В соответствии же с мировоззрением гóтов (субкультура, связанная с романтической идеализацией смерти) «никнеймы должны вызывать «мрачные ассоциации». Поэтому часто ники гóтов – это номинации «сил зла» (*САТАНА*, *Дьявол*, *Демон*, *Владыка Ночи*) и других мистических персонажей (*Вампир*, *вамп*, *Призрак*)» [1, с. 4-7].

Следует отметить, что наличие «сцепленного» с коммуникативным интернет-пространством субкультуры никонима не исключает отличных проявлений автономии виртуальной языковой личности в иных коммуникативных сферах. Это подтверждает мысль о том, что в виртуальной реальности существует возможность множественной самоидентификации.

Что же касается самопрезентации, то, по мнению исследователей, при создании никонимов, как и псевдонимов, основную роль играет другая функциональная задача онима – дифференциация, уникальность конкретной языковой личности. Именно поэтому большинство никонимов является результатом индивидуальной самопрезентации. Хотя иногда может наблюдаться и контаминация в вербальном выражении самопрезентации и самоидентификации [2, с. 173].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что при автономии необходимо учитывать социальные характеристики личности, её уникальность, принадлежность к какой-либо социальной группе, лингвокреативный потенциал, а также прагматическую составляющую

восприятия никонима другими пользователями и психологическую мотивацию при самоидентификации и/или самопрезентации. Это связано с тем, что в процессе создания никонимов, по справедливому замечанию Е.И. Головановой, «актуализируется важный когнитивный механизм, связанный с саморефлексией автора, активизацией и мобилизацией его языкового опыта, языковой, коммуникативной и культурной компетенции, а также с осмыслением личных ценностных ориентиров и приоритетов» [3, с. 346].

Обращение исследователей к мотивировочным признакам как элементарной единице неосознаваемого уровня, по замечанию А.А. Трапезниковой, обусловлено «спецификой номинативного акта: процессы, предворяющие появление отдельной единицы, происходят в сознании моментально, а в акте номинации используется готовая модель, существующая в ономастическом континууме для объектов одного класса» [8, с. 8].

Выявление принципов автономии представляется возможным посредством проведения лингвистического интервьюирования, эксплицирующего номинативный акт в целом, включая мотивационную установку номинатора.

С целью получения рефлексивных текстов нами был проведён опрос ста Интернет-пользователей, которым было предложено ответить на следующие вопросы:

- 1) укажите Ваши фамилию, имя и отчество;
- 2) укажите Ваш ник в блоге «Живой журнал» (<http://www.livejournal.com>);
- 3) укажите, что означает Ваш ник;
- 4) укажите, с чем связан выбор данного ника;

5) предположите, как воспринимается Ваш ник остальными пользователями.

«Живой Журнал» является самой распространённой блог-платформой для ведения онлайн-дневников (блогов). Платформа предоставляет возможность пользователю публиковать свои и комментировать чужие записи, вести коллективные блоги и следить за записями других Интернет-пользователей. Важно отметить, что ввиду ряда технических и жанровых особенностей данной сферы коммуникации в виртуальном пространстве в различной степени проявляется способность к самопрезентации, самоидентификации и реализации лингвокреативного потенциала языковой личности.

Результаты проведённого опроса показали, что в 28% случаев при автономии никоним Интернет-пользователя представляет собой полное или частичное дублирование антропонима человека в реальной жизни, написанное ввиду технической особенности ресурса (невозможность при регистрации использования кириллицы) на латинице (ср., например, *antongribanov* – «*всё просто – имя и фамилия Антон Грибанов*», *karzanovboris* – «*мои фамилия и имя Карзанов Борис*», *e\_lukuanova* – «*первая буква имени и фамилия*» и др.). Респонденты мотивируют выбор подобных никонимов прямой связью созданного виртуального образа с самим собой (ср., например, ответ «*Просто мои имя и фамилия. Это ж я блог веду*» или «*Позиционирование себя именно по фамилии*»). В 14% случаев никоним частично дублирует антропоним пользователя или производный от него. Другая часть представляет-

ся отражением иной информации о человеке или создаётся под воздействием субъективных психолингвистических факторов (ср., например, *lukovnikova33* – «фамилия и код региона», *Verun\_Murun* – «Первое-производное от имени, второе – по созвучию подставила» и др.). Большинство никонимов (57% от общего числа) не имеют связи с антропонимом и являются вымышленными или отсылают к прецедентным именам (ср., например, *K\_Enchanteur*, *umi\_no\_inu*, *suvlehim\_takas* и др.).

Результаты ответов на вопросы типа «укажите, с чем связан выбор данного ника» и «предположите, как воспринимается Ваш ник остальными пользователями», – позволяют выделить следующие принципы автономии языковой личности в виртуальном пространстве:

- 1) стремление к прямой самопрезентации;
- 2) использование в наименовании реалий, связанных с биографией пользователя (год рождения, место проживания и др.);
- 3) стремление отразить особенности внешности пользователя;
- 4) апелляция к прецедентным именам из сферы литературы, кино, музыки;
- 5) стремление отразить тематику создаваемых текстов;
- 6) проявление лингвокреативного потенциала посредством языковой или графической игры;
- 7) связь никонима с профессиональной деятельностью пользователя.

Итак, при автономии в виртуальном коммуникативном пространстве языковая личность руководствуется широким спектром мотивационных установок. При этом

в большинстве случаев при выборе имени собственного в виртуальном пространстве языковая личность стремится к прямой самопрезентации или использует реалии, напрямую связанные с его биографией. Кроме того, пользователь, создавая себе имя в виртуальном пространстве, зачастую подходит к этому творчески, что является отражением складывающейся тенденции к проявлению лингвокреативного потенциала виртуальной языковой личности.

Таким образом, результаты проведенного опроса свидетельствуют о необходимости дальнейшего изучения вопросов автономии, что позволит в русле современных научных антропологических парадигм приблизиться к познанию человека XXI века.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Андреев В.К. Автономия в корпоративных языках молодёжи: форма и содержание // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». Волгоград, 2011. – №5 (59). – С. 4-7.
2. Бусурина Е.В., Чуйкина Н.В. Стратегия самопрезентации языковой личности в условиях виртуальной коммуникации (на материале автономии в никах российских и эстонских компьютерных сообществ) // XII конгресс Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы «Русский язык и литература во времени и пространстве». – Т. 1. – Шанхай, 2011. – С. 172-177.
3. Голованова Е.И. Персоним как элемент языка компьютерного общения // Социальные варианты языка – V: материалы Междунар. науч. конф. – Нижний Новгород, 2007. – С. 346-349.

4. Дахалаева Е.Ч. Семантика и прагматика автореферентных номинаций в ситуации речевого общения в современном французском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Иркутск, 2005. - 19 с.
5. Мартынов В.В. Номинативные единицы языка и их системное описание // Актуальные проблемы лексикологии (тезисы докладов лингвистической конференции). Вып. 2, ч. 1. - Новосибирск, 1969. - С. 103-110.
6. Резанова З.И., Мишакина Н.А. Способы языкового выражения самоидентификации личности в виртуальном дискурсе (на материале чатов) // Европейские исследования Сибири: материалы Всерос. науч. конф. - Томск: Изд-во ТГУ, 2004. - С. 325-335.
7. Ремчукова Е.Н. Креативный потенциал русской грамматики: морфологические ресурсы языка: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. - М., 2005. - 40 с.
8. Трапезникова А.А. Ономастическое сознание современного горожанина (на материале эргонимии Красноярска): автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Красноярск, 2010. - 21 с.
9. Щербakov М.А. Модель уровней самоидентификации личности [Электронный ресурс]. URL: [http://www.ipd.ru/articles/ident\\_article.shtml](http://www.ipd.ru/articles/ident_article.shtml) (дата обращения: 20.04.2014).
10. Юдина Н.В. Русский язык в XXI веке: кризис? эволюция? прогресс? - М.: Гнозис, 2010. - 293 с.