

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Педагогічний факультет романо-германської та української філології
Кафедра української філології

Кваліфікаційна робота
з української мови на тему:

«КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ НІКНЕЙМІНГУ
В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ»

студентки групи Сл53(укр)-21
педагогічного факультету романо-германської
та української філології,
форма здобуття освіти: денна,
за освітньою програмою «Українська мова і
література, англійська мова, редагування
освітніх видань»
спеціальністю 014 Середня освіта,
спеціалізацією 014.01 Українська мова та
література
Красько Оксани Олександрівни

Допущена до захисту
«__» ____ року

Завідувач кафедри

(підпис)

(ПІБ)

Науковий керівник:
доктор філологічних наук, професор
Баган Мирослава Петрівна

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY
Pedagogical Faculty of Romance, Germanic and Ukrainian Philology**

Department of Ukrainian Philology

**Master's Thesis
in Ukrainian Language on Topic:**

**«CONCEPTUAL PRINCIPLES OF NICKNAMEING
IN THE UKRAINIAN SPEAKING VIRTUAL SPACE»**

By student of group S1 53 (ukr)-21
Pedagogical Faculty of Romance,
Germanic and Ukrainian Philology,
full-time form of studies,
educational program «Ukrainian Language
and
Literature, English Language,
Editing of Educational Publications»,
speciality 014 Education
(014.01 Ukrainian language and literature)
Krasko Oksana Oleksandrivna

Approved for thesis defense
« ____ » ____ ____ year

Head of Department

(signature) prof. M.P. Bahan
(full name)

Academic Adviser:
Myroslava P. Bahan,
Doctor of Science (Philology), Professor

National grade _____
Mark _____
ECTS grade _____

Kyiv – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ НІКНЕЙМІВ У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ	7
1.1 Дискурсивна специфіка електронної комунікації.....	7
1.2 Нікнейм як особлива номінативна одиниця.....	14
1.3 Психологічні аспекти вибору нікнейму.....	18
Висновки до розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2. ПРИНЦИПИ Й СПОСОБИ НІКНЕЙМІНГУ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ	24
2.1 Лексична специфіка однокомпонентних нікнеймів.....	24
2.2 Прецедентні імена у структурі українських нікнеймів.....	32
2.3 Граматичні структури дво- та багатоконпонентних нікнеймів.....	36
2.3.1. Нікнейми у формі узгодженого словосполучення.....	40
2.3.2. Нікнейми у формі спонукального речення.....	40
2.3.3. Нікнейми на основі заперечення.....	41
2.3.4. Нікнейми у формі порівняльної конструкції.....	41
2.4 Регіональна специфіка нікнеймінгу в Україні.....	42
Висновки до розділу 2.....	43
РОЗДІЛ 3. СТИЛІСТИЧНІ СПОСОБИ УВИРАЗНЕННЯ НІКНЕЙМІВ	45
3.1 Тропеїстика українських нікнеймів.....	45
3.2 Функції стилістичних фігур в українських нікнеймах.....	48
3.3 Графічне увиразнення семантичних відтінків у нікнеймах.....	53
3.4 Нікнеймінг на основі змішування мов.....	56
3.4.1 Англізовані українські нікнейми.....	57
3.4.2 Нікнейми на базі українсько-російського суржику.....	59
Висновки до розділу 3.....	61

ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	67
SUMMARY	72

ВСТУП

Актуальність теми. Технічний прогрес ніколи не стояв на місці, проте в останні десятиліття розвиток інтернет-технологій значно розширив межі реальності, створивши унікальний віртуальний світ, що існує в інтернеті. Разом з цим почали створюватися нові соціальні групи, суспільства, які з кожним днем розвиваються ще більше. Нові віртуальні спільноти легко стають міжнародними. Незважаючи на те, що засоби та принципи спілкування в таких групах сильно розходяться з реальністю, у кожного користувача має бути свій ідентифікатор, який виділятиме його серед інших, а також створювати абсолютно нове «Я». Цей ідентифікатор позначається терміном «нікнейм».

Ураховуючи безмежність вибору, а також можливість повної модерації та ідеалізації віртуального «Я», користувачеві можна демонструвати свою віртуальну сутність абсолютно в будь-якому світлі. Інтернет надає безкрайне поле самопрезентації з позиції, яка безпосередньо залежить від особистості. Віртуальне середовище створює унікальний контекст, в якому людина може експериментувати з своїм образом.

Дослідженню різних класів імен віртуального дискурсу присвятили свої роботи Т. В. Анікіна, О. І. Голованова, М. В. Голомідова, М. Ю. Карпенко, О. В. Лутовина, О. А. Соков, О. В. Суперанська, В. І. Супрун, М. М. Торчинський та інші. Проте, незважаючи на наявність ґрунтовних досліджень, ця категорія найменувань потребує глибокого і всебічного вивчення.

Отже, актуальність вивчення концептуальних засад нікнеймінгу в українськомовному віртуальному середовищі зумовлена порівняно недавнім виникненням нікнеймів, важливою роллю цих онімних одиниць в самопредставленні учасників віртуального спілкування та недостатньо повним вивченням їх у роботах мовознавців.

Мета роботи – визначити концептуальні засади нікнеймів у українськомовному віртуальному просторі.

Поставлена мета зумовлює розв’язання таких **завдань**:

- дослідити специфіку електронної комунікації;
- схарактеризувати нікнейм як особливу номінативну одиницю;
- з’ясувати психологічні аспекти вибору нікнейму;
- визначити лексичну специфіку нікнеймів;
- систематизувати граматичні структури нікнеймів;
- проаналізувати графічні особливості нікнеймів;
- окреслити властивості нікнеймів на основі зміщення мов.

Об’єкт дослідження – нікнейми в українськомовному віртуальному просторі.

Предмет дослідження – концептуальні засади нікнеймінгу в українськомовному віртуальному просторі.

Матеріалом дослідження слугують лексичні одиниці, дібрані методом вибірки з україномовних соціальних мереж, форумів, сайтів тощо.

Для реалізації обраної мети і поставлених завдань використано такі **методи дослідження**: аналізу і синтезу інформації (для опрацювання теоретичних джерел із досліджуваної проблеми), описовий метод, зокрема прийом внутрішньої інтерпретації, метод компонентного аналізу (чому саме такі нікнейми використовують).

Наукова новизна роботи полягає в узагальненні теоретичних засад специфіки інтернет-дискурсу; визначенні психологічних аспектів вибору нікнеймів; детальному дослідженні принципів й способів нікнеймінгу в українськомовному віртуальному просторі; формулюванні стилістичних способів увиразнення віртуальних імен.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали кваліфікаційної роботи можуть бути використані для подальших наукових досліджень нікнеймів, для вивчення курсу «Сучасна українська мова» (розділ «Лексикологія»), при опануванні спецкурсів та на факультативах з української мови.

Апробація. Результати дослідження апробовано на міжнародній студентській науково-практичній відеоконференції «AD ORBEM PER LINGUAS», 25 травня 2022 року. На основі виступу опубліковано тези.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі змісту, вступу, трьох розділів з висновками після кожного, загальних висновків, списку використаної літератури і резюме англійською мовою. Загальний обсяг роботи становить 72 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ НІКНЕЙМІВ У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

1.1 Дискурсивна специфіка електронної комунікації

Поява в ХХ столітті мережі «Інтернет» як ще одного засобу передачі даних, а потім і як засобу масової комунікації спричинила не тільки появу глобального інформаційного середовища, а й виникнення особливого віртуального світу, культури та мови.

Серед багатьох форм впливу інтернету на повсякденне життя його користувачів однією з найважливіших вважається його вплив на мову. В інтернеті зароджуються нові особливості та форми спілкування, багато з яких згодом укорінюються і в побутовій мові.

Інтернет створює особливі умови комунікації, які впливають на структуру мови та її лексику. Такі зміни відбуваються з дуже високою швидкістю, тому віртуальному спілкуванню стало приділятися особливе місце у лінгвістичній науці.

Говорячи про електронну комунікацію, лінгвісти виділяють таке поняття, як інтернет-дискурс. Це особливий вид дискурсу, який має низку відмінних рис на морфемному, лексичному, синтаксичному та семантичному рівнях.

Спочатку термін «дискурс» використовувався в класичній філософії щодо дискурсивного мислення (послідовність понять та суджень), яке протиставлялося інтуїтивному мисленню (безпосереднє чуттєве сприйняття). У подальшій історії філософії це поняття активно інтерпретувалося, але загалом під ним малося на увазі знання, опосередковане через мову.

У лінгвістиці поняття «дискурс» почали вивчати нещодавно. До середини минулого століття лінгвісти розглядали мову з формального погляду – як абстрактну систему, яка досить «технічно» використовується людьми у певній ситуації відповідно до їхніх цілей. Дискурс підлягає формальному аналізу, але ним одним не може обмежитися. Функціоналісти розглядають не

тільки форму існування мови, але й функції, які вони виконують. Вони вважають, що мова має певну формальну структуру в залежності від цілей, для яких вона використовується. Формально-структурний підхід до вивчення мови дозволяв розібратися у тому, як мову влаштовано, але у другій половині ХХ століття проблемне поле науки розширилося, і лінгвісти почали вивчати функціонування мови. До 1970-80-х років на зміну формально-структурної прийшла функціонально-комунікативна парадигма, у якій враховується людський фактор, і мовні явища стали розглядатися з погляду особистісного підходу в контексті їх вживання.

У лінгвістиці термін «дискурс» вперше вжив американський вчений З. Харріс у статті «Аналіз дискурсу», яка була опублікована у 1952 році. У цій статті він поставив питання, як визначити, що таке текст. З. Харріс припустив, що в мові існує система, яка знаходиться на рівень вище за синтаксис, і поняття тексту відноситься до цієї системи. Дискурс-аналіз, за його словами, розглядає закономірності (структуру, організацію) мови у більших, ніж пропозиція, елементах. Дискурс він визначив як «послідовність висловлювань, написаних або вимовлених однією (або більше) людиною у певній ситуації» (З. Харріс 1952).

Поняття «дискурс» широко поширене не тільки у мовознавстві, а й у сучасній науці загалом, проте єдиного загальноприйнятого визначення досі немає. Що ж до лінгвістичного підходу до поняття дискурсу, то цій галузі існує безліч трактувань цього терміна, основну тенденцію яких можна звести до визначення дискурсу через поняття мови та мовлення. Мова і мовлення традиційно протиставляються в лінгвістиці з часів Ф. де Соссюра, швейцарського лінгвіста, одним з основних положень якого було розрізнення мовної діяльності мови та мовлення: «Поділяючи мову і мовлення, ми тим самим відокремлюємо: 1) соціальне від індивідуального; 2) суттєве від побічного та більш-менш випадкового».

Дискурс ставлять в один ряд із мовленням та мовою, знаходячи у понятті дискурсу риси і того, й іншого. Вважається, що дискурс схожий на мовлення

тим, що проявляється у дії, у процесі, і відрізняється від неї тим, що має такі системні ознаки, як організація та форма, видові відмінності.

Це зближує його з поняттям мови. Але мова при цьому, на відміну від дискурсу, є абстрактнішою системою. У зв'язку з цим одним із найпопулярніших висловлювань про дискурс, є образне визначення Н. Д. Арутюнової: «Дискурс – це мова, занурена в життя» (Арутюнова 2017).

Головною ж ознакою, що відрізняє дискурс від мови та мовлення, є наявність соціокультурного контексту, без якого це поняття не розглядається. Завдяки цьому аспекту дискурс став міждисциплінарним об'єктом дослідження. І навіть у рамках лінгвістичних наук його неможливо розглядати лише з позицій лінгвістики. Тому його вивчають ще й такі комплексні дисципліни, як соціолінгвістика, прагмалінгвістика та лінгвофілософія.

У лінгвістичних студіях XXI ст. найбільш вживаними є чотири значення терміну «дискурс»:

- 1) текст, висловлювання, занурені в конкретну соціокультурну ситуацію;
- 2) комунікативна ситуація, що інтегрує текст з іншими його складовими, «ситуація висловлювання», під якою поряд з текстом розуміється суб'єкт висловлювання;
- 3) тлумачення, що витікає з положення французької семіотичної традиції про тотожність дискурсу з мовленням, переважно усним;
- 4) тип дискурсивної практики (Селіванова 2002).

В останні роки особливу увагу привертає дискурс у зв'язку із новим комунікативним майданчиком – інтернетом. У роботах дослідників дискурс Мережі характеризується як глобальне міжкультурне явище, особливий різновид усно-письмового дискурсу, що існує в інтерактивній сфері (Сенько 2001).

З погляду дискурсу про Інтернет можна говорити і як про інформаційний канал, що поєднує в собі безліч різних дискурсів, і як про окремий вид дискурсу з набором власних унікальних особливостей. Так,

Є. Распопова говорить не про інтернет-дискурс, а про існуючий в інтернеті дискурсивний простір, який є складною семіотичною системою у вигляді текстів, зображень і звуків (аудіофайли та вбудовані відеоролики), структурно організованих для залучення користувачів у різні види дискурсів (Распопова 2010).

Інтернет-дискурс як окремий вид дискурсу є сукупністю різноманітних текстів, оформлених лінгвістичними та надлінгвістичними засобами та існуючих у певних умовах, які включають психологічні, соціальні та культурні фактори. Цей складний дискурс передбачає комплексний підхід до аналізу.

Часто інтернет розглядають як особливий вид усно-письмового дискурсу, оскільки він поєднує у собі риси усного та письмового типів дискурсу. Для опису мовлення у такому дискурсі найчастіше застосовується термін «письмова розмовна мова». В умовах інтернет-дискурсу ми спостерігаємо такий феномен мови, якому притаманні багато характеристик розмовної мови: непідготовленість, надмірність мовних засобів, часте використання жаргонізмів, скорочення. Цей феномен багато в чому пояснюється тим, що письмовий варіант російської існує в інтернеті в умовах інтерактивної комунікації, а темп промови часто максимально наближений до темпу усного спілкування. Також важливим є фактор неформальної обстановки багатьох комунікативних майданчиків в інтернеті, які у поєднанні з можливістю швидкого обміну повідомленнями забезпечують умови наближення мови до усної.

В сучасній лінгвістиці інтернет-дискурс трактується по-різному. Його розуміють як:

- когнітивно-комунікативний простір глобальної мережі, в якому засобами електронного каналу передачі даних і гіпертекстуального механізму їх структурації та маршрутизації за допомогою (пара)вербальних засобів здійснюється комунікативна взаємодія, що характеризується заміною реального образу вигаданим (Рижков 2010);

- текст, що побутує в інтернет-системі, в якому персуазивна комунікативна установка імпліцитно відображає суб'єктивноособистісну авторську позицію, змодельовану з врахуванням психологічних, лінгвістичних та технологічних факторів (Варламова 2006);
- процес створення текстів в сукупності з прагмалінгвістичними, соціокультурними, психологічними факторами; цілеспрямована соціальна дія, що включає взаємодію людей та механізми їх свідомості – когнітивні процеси (Ахренова 2009);
- складна текстова система, зумовлена екстралінгвістичними соціокультурними факторами і специфічною ситуацією вступу в мовленнєвий контакт за допомогою комп'ютера та інших електронних приладів як користувачів один з одним в мережі «Інтернет», так і користувачів з дискурсивним інтернет-простором (Распопина 2012).

Інтернет-дискурсу як новому виду комунікації притаманні риси, що вирізняють його з поміж усіх інших видів дискурсу. Так, О. М. Галічкіна, розглядаючи комп'ютерно-опосередковане спілкування в цілому, виділяє його наступні конститутивні ознаки:

- 1) електронний сигнал як канал спілкування (головна умова існування будь-якої моделі комунікації – канал передачі. Саме він надає комунікантам засоби для створення та сприйняття інформації. В мережевій комунікації використовується штучний канал передачі, де з одного боку знаходиться комп'ютер, а з іншого – сучасні технології зв'язку);
- 2) віртуальність (знаковий, символічний характер комп'ютерно-опосередкованої взаємодії);
- 3) дистанційність (віддаленість учасників комп'ютерної комунікації один від одного і, як правило, відсутність безпосереднього візуального контакту між ними);

- 4) опосередкованість (дана характеристика комп'ютерного дискурсу впливає з самого терміна «комп'ютерно-опосередкована комунікація», оскільки спілкування між учасниками відбувається за допомогою технічних, електронних засобів зв'язку);
- 5) інтерактивність (реальна або потенційна);
- 6) гіпертекстуальність (відображає особливість композиції мережевого тексту (нелінійність побудови), коли текст являє собою окремі блоки, а порядок їх сприйняття залежить від самого користувача);
- 7) креолізованість (у мережевих текстах крім лінгвістичних також використовуються й паралінгвістичні засоби, такі як зображення, фотографії, а також активно використовуються різні шрифти, кольори, графічні символи тощо);
- 8) статусне рівноправ'я (учасники наділені певним комунікативним статусом, який виявляється, підтримується та обігрується в процесі комунікації через спеціальні прийоми та навички);
- 9) емоційність (за нестачі візуального контакту, передача емоцій та почуттів відбувається за допомогою «смайлів» та інших невербальних засобів комунікації);
- 10) інтеграція рис різних функціональних стилів (публіцистичного, наукового, офіційно-ділового, розмовно-побутового та художнього) (Галічкіна 2012).

Є. Горіна представила модель дискурсу інтернету, що поєднує в собі п'ять ознак: когнітивність, інтерактивність, варіативність, соціологічність і психологічність (Горіна 2015). Ці ознаки автор поділила на дві групи. До першої увійшли особливості, що демонструють внутрішню суть інтернет-дискурсу (когнітивність, інтерактивність, варіативність), а до другої групи належать ознаки, що демонструють зовнішні зв'язки мережевого дискурсу (соціологічність та психологічність). Друга група ознак показує як інтернет впливає на реальну дійсність, змінює поведінку користувачів і багато рис суспільства загалом. Розглянемо кожен з цих ознак:

1. Когнітивність

Під когнітивністю Є. Горіна має на увазі зв'язок між роботою свідомості та виникненням інтернет-дискурсу. Ця ознака демонструє, що інтернет є «життєподібним утворенням, в якому знаходить відображення дискурс життя». Підхід до вивчення інтернету, що заснований на цій ознаці, має на увазі аналіз когнітивних процесів користувачів та процесів мережі, спрямованих на покращення сприйняття змісту інтернету.

2. Інтерактивність

Ця властивість інтернет-дискурсу демонструє залучення користувачів у процес формування інформаційного поля інтернету. Ця характеристика передбачає функціонування таких форм комунікації, які дозволяють користувачам дати негайну реакцію на зміст інформаційних повідомлень.

3. Варіативність

Під варіативністю мається на увазі різноманітність форм та способів подачі інформації в мережі. Вивчення варіативності передбачає дослідження різноманітності та трансформації форм подачі повідомлень (до них відносяться форуми, чати, соціальні мережі, інтернет-ЗМІ тощо).

Ознаки з другої групи – соціологічність та психологічність – вивчають представники відповідних наук – соціологи, психологи, психолінгвісти. Вони приділяють увагу позитивним та негативним сторонам впливу інтернету на особистість та особливості сприйняття інформації, видах діяльності користувача в інтернеті (пізнавальна, ігрова чи комунікативна), формах самопрезентації особистості в мережі, мотивів різної мережевої діяльності, гендерних особливостей в інтернеті, а також феномену інтернет-залежності.

4. Психологічність

Під психологічністю мається на увазі можливість змін в особистості сучасної людини під впливом інтернету, а також наявність проблем психологічного характеру, з яким користувач стикається у віртуальному світі. Однією з головних проблем, пов'язаних із впливом інтернету, вважається складність сприйняття великого обсягу інформації.

5. Соціологічність

Ознака соціологічності вказує на питання, які в просторі інтернету вивчають соціологи: соціальна та демографічна динаміка користувачів, статистичні дані щодо культурних, політичних та інших переваг користувачів, а також загальна чисельність та структура інтернет-спільноти. Ця ознака показує особливості впливу інтернету на соціум загалом. Одним із проявів цього впливу є поява субкультур, що зародилися в мережі.

1.2 Нікнейм як особлива номінативна одиниця

Власні назви людей загалом, а неофіційні іменування осіб зокрема, посідають важливе місце в лексичному складі мови, адже антропонімія є невичерпним джерелом для вивчення і мови, і культури конкретного народу (Наливайко 2014). Справді, імена, ставши здобутком людства завдяки мові, є об'єктом досліджень різних мов, адже мова є невід'ємною частиною народу, його способу життя, культури та історії. Власні імена являють собою дуже важливу складову нашого життя. Без них неможлива ідентифікація та індивідуалізація людини (Довбня 2008). Власна назва (онім) є об'єктом дослідження особливої галузі лінгвістики – ономастики, що вивчає власні імена, їх функціонування в мові і суспільстві, закономірності їх утворення, розвитку і модифікацій. На відміну від інших філологічних наук, ономастика є досить молодого, тому багато її аспектів досі залишаються невивченими та привертають до себе увагу багатьох сучасних дослідників.

Одним з розділів ономастики є антропоніміка, що вивчає власні імена людей: патроніми (іменування по батькові), прізвища, родові імена, прізвиська і псевдоніми.

Антропонім – один із провідних термінів ономастики – є об'єктом, що неодноразово вивчався, втім продовжує розвиватися та становить інтерес для багатьох лінгвістів. Як лінгвістична категорія антропонім володіє низкою відмінних ознак (позначає імена людей, відрізняється семантичною єдністю

компонентів, наявністю лексичного фону, соціально-історичної обумовленістю), а також виконує ряд функцій, основна з яких – номінативна (Попова 2017). Поява інтернету дала новий поштовх розвитку антропонімів, а отже і їхньому вивченню.

Як антропонім нікнейм входить у ряд імен людей, представлених різними формами і типами. Володіючи основними ознаками власних назв, насамперед, такими як одиничність і визначеність номінації, наявність референції, семантичної та структурної специфіки, мережеві імена входять у сферу «актуальної антропонімії», тобто є результатом мовної номінації та використовуються для позначення індивідів. При цьому як явище штучної номінації (створені людиною з певною метою), нікнейми мають низку властивостей, що дозволяють говорити про їхнє особливе місце в ономастичній лексиці й відокремлення їх від власних імен (первинних), псевдонімів і прізвиськ. (Смольніков 2005).

Нікнейм, виступаючи способом самопрезентації віртуальної особистості в інтернет-комунікації, є відносно новим явищем в ономастиці, що зумовлює наявність великої кількості підходів до вивчення і визначення цього поняття.

Науковці по-різному трактують термін «нікнейм». Зокрема, О. С. Балкунова визначає мережеве ім'я як «віртуальну власну назву, умовне або вигадане комп'ютерне ім'я, художній образ, який користувачі створюють для особистого спілкування в мережі» (Балкунова, 2012).

На думку Н. Г. Асмус, мережевий антропонім це «вигадане неосновне ім'я, яке вибирає з уже наявних (імен «зірок», казкових персонажів, непересічних особистостей) або придумує собі комунікант для спілкування у віртуальному співтоваристві» (Асмус 2005).

У роботі Т. В. Анікіної зустрічаємо таке визначення: «нікнейм – це результат штучної номінації, для якої важлива наявність певної цілі та облік індивідуальних властивостей так званого об'єкта» (Анікіна 2012).

Слід зазначити, що термінологічною назвою мережевих антропонімів, що є загальноприйнятою та використовується більшістю дослідників, є

нікнейм (або ж нік). Однак трапляються різні варіанти цього терміна, серед яких юзеронім, ім'я-маска, інтернет-псевдонім, псевдо і т. д. (Сінельнікова 2011).

Є. О. Сазонова застосовує термін «нетнейм» (від англ. net – мережа, name – ім'я). На думку дослідниці, це слово (власна або загальна назва) або словосполучення (іноді – речення), яке використовує віртуальна мовна особистість під час інтернет-спілкування для саморепрезентації та самопозиціонування. Нетнейм – один з різновидів найменувань користувачів певних інтернет-жанрів. Уведення нового терміна необхідно для того, щоб розкрити та уточнити зміст цього поняття. (Сазонова 2013). Однак, у роботі підкреслено, що користувачі інтернету (незалежно від географії їхнього перебування) частіше використовують слово нікнейм.

На позначення імені користувача мережі «Інтернет» Отін запропонував термін юзеронім (від англ. «користувач») (Ярошенко 2009), що, як видається, не ввійшов у науковий обіг.

Нерідко нікнейм прирівнюється до псевдоніма або прізвиська – видів антропонімів, що існують у громадському житті людини поряд зі справжнім ім'ям або замість нього. Проте, варто зазначити, що різниця між ними суттєва: псевдонім має добровільний і стійкіший характер і служить носієві (у більшості випадків, це відома особа) досить довгий час; прізвисько також можуть використовувати протягом всього життя, але воно не є самономінацією, а присвоюється (іноді всупереч бажанню носія) сторонніми особами, тоді як нікнейм є самостійним номінативним актом у рамках віртуального спілкування.

А. Гусева пояснює, «що функціональна особливість ніконімів, яка полягає в самоназиванні, дозволяє відмежовувати їх від прізвиस्क, хоч і ті, й інші індивідуалізують особу за певною ознакою й мають невичерпний матеріал для їхнього утворення. Ніконім, як вигадане носієм ім'я, що заміняє справжнє, можна віднести до псевдонімів, але з певним застереженням. Основна їхня схожість базується на ознаках індивідуальної належності,

самономінації, самоідентифікації, мотивованості й обмеженості сфери вживання. Відмінність полягає в більшій експліцитності прагматичного компонента ніконімів, що зумовлено специфікою сфери використання цих онімів (комунікативний інтернет-простір)» (Гусєва 2013).

Про ніконім-псевдонім розмірковує й Ходоренко: «як і ніконім, псевдонім обирається його носієм, і в цьому їхня подібність. Однак функційне навантаження ніконіма і псевдоніма відрізняється, тому що ніконім служить насамперед для організації спілкування, тоді як псевдонім обирається для приховування справжнього імені з певною метою» (Ходоренко 2006).

На нашу думку, найбільш вдалим є термін нікнейм, що номінує реальні або вигадані імена користувачів мережі «Інтернет» у блогах, чатах, на інтернет-конференціях і в інтернет-коментарях.

Основна функція нікнеймів – ідентифікувати особистість. Сьогодні псевдонім у віртуальному просторі, мабуть, важливіший, ніж реальне ім'я та прізвище. Крім того, нікнейм може бути унікальнішим за справжнє ім'я, адже жодних обмежень у нікнеймінгу немає.

Однією з основних специфічних особливостей нікнеймів є, насамперед, середовище їхнього функціонування – інтернет-простір. Віртуальне середовище інтернет-комунікації, як і карнавальна культура, є «ідеальною зоною фамільярного контакту, що скасовує ієрархічні відносини та нівелює статусні відмінності співрозмовників» (Єрофєєв 2011). Однією з найважливіших ознак нікнейма є анонімність користувача. Особистісна позиція співрозмовника як така зникає, перетворюючись на одну з багатьох віртуальних ролей.

Під час створення нікнейма важлива мотивованість. Їх вигадують не тільки для того, щоб сховатися, але і щоб виділитися серед інших. Серед основних мотивів вибору нікнейма виокремлюємо такі: спробу реалізувати своє ідеальне «Я», яке найчастіше не збігається з реальним «Я»; уникнення бар'єрів, норм і правил, які супроводжують живе спілкування; бажання приховати справжнє ім'я; прагнення бути модним і підкреслити власну

оригінальність; намагання означити свої уподобання і зацікавлення, найкращі риси характеру, соціальний статус, походження тощо.

Отже, виникнення нікнеймів пов'язане з новим видом комунікації (мережі «Інтернет») і має на меті не тільки приховати реальну інформацію про себе, а й позиціонувати себе у віртуальному світі, підкресливши особистісні риси або створивши певний образ, найчастіше придуманий. Специфіка використання і створення нікнеймів пов'язана з тим, що інтернет-комунікація дозволяє встановити не односторонній, а взаємний контакт комунікантів. У зв'язку з цим нікнейм висловлює інформацію про співрозмовника, який прагне насамперед звернути на себе увагу, створити сприятливі умови для сприйняття можливого смислового відтінку нікнейма. При цьому найчастіше при виборі імені для віртуального простору людина намагається безпосередньо представити себе за допомогою реальних імен або дій, пов'язаних з його життям, але користувач може також творчо підійти до створення нікнейма, що може бути відображено як у його значенні, так і в графічному оформленні.

1.3 Психологічні аспекти вибору нікнейму

Останнім часом спілкування у формі віртуальної комунікації все частіше входить у наше життя та замінює реальну комунікацію, формує нову сферу інформаційної взаємодії, призводить до виникнення нових видів відносин. Усі користувачі спілкуються під вигаданими іменами - нікнеймами, основним мотивом створення яких є самопрезентація особистості.

Інтернет пропонує принципово нові умови спілкування, створює нову сферу інформаційної взаємодії, що породжує нові моделі суспільних відносин. Відкритість інтернет ресурсів, відсутність комунікативних бар'єрів, наявних у реальному житті, можливість не тільки спостерігати за подіями в режимі реального часу, а й долучатися до їх обговорення та брати участь у них, не розлучаючись із комп'ютером чи смартфоном, істотно впливають на самооцінку користувача. Усвідомлення власної значущості зростає, а бар'єри

у вираженні своєї думки мінімізуються, з'являється розкутість, упевненість, що сприяє легкому і швидкому встановленню зв'язків з іншими учасниками спілкування. У глобальній мережі люди об'єднуються в спільноти за інтересами, прагненнями, соціокультурними орієнтаціями тощо.

У віртуальній реальності використання нікнейму є обов'язковим для кожного члена інтернет-спільноти. Вибір оригінального нікнейму – одне з основних правил мережевої поведінки. Ігровий характер інтернет-комунікацій накладає відбиток і на особливості функціонування імені в мережі. Співрозмовник, який підтримує спілкування в інтернет-просторі, безособовий: не відомі ні його зовнішність, ні характер, ні моральні орієнтири. Все, що знають співрозмовники одне про одного, це ім'я. На відміну від прізвища, імені та по батькові, яке може збігатися повністю у різних людей, мережеве ім'я можна придумати собі унікальне, що відображає стан та світовідчуття користувача.

Дослідження нікнейма як засобу ідентифікації у віртуальному середовищі має зв'язок не тільки з лексикою, але й із психологією та соціологією. Анонімність дозволяє проявити приховане сприйняття себе як особистості на підсвідомому рівні, що є відомим тільки користувачеві, часто несвідоме. Цим пояснюється зацікавленість психологів питанням створення і трактування нікнейма у віртуальному світі. Дослідники А. Ага та К. Манн розглядають сучасну мову мережі «Інтернет» із точки зору психології і приходять до висновку про стереотипність поведінки й вираження думок через мовні засоби. А. Коваль вивчає варіативність поведінки, створення «масок» і вигаданих образів, проводить аналіз реакцій користувачів на різні нікнейми з точки зору сприйняття того, хто ховається за ніком користувача як особистості (Коваль, 1988).

Нікнейм є одиницею штучної номінації. Віртуальна реальність дозволяє людині, минаючи всі заборони та обмеження реального життя, повною мірою реалізувати свій творчий потенціал, втілити у віртуальному житті те, що є недосяжним або неприпустимим у реальному. Привласнюючи собі нік,

учасник керується низкою мотивів, якими можна пояснити вибір мовних засобів.

Віртуальна комунікація в мережі надає людині максимальні можливості для самопрезентації, а такі особливості інтернету як анонімність, дистантність, відсутність тілесного маркера, дозволяють користувачу самоконструюватися (Девтеров 2012).

Утаємниченість особи, відсутність безпосереднього контакту із співрозмовником, перебування у віртуальному просторі, який ніби продовжує внутрішній світ людини з його фантазіями і мріями, розгальмовують свідомість та відчужують первинну ідентичність внаслідок чого проявляються приховані властивості психіки.

Особливо варто зазначити наявність можливості для учасників інтернет-комунікацій не співвідноситися з тією чи іншою віковою, статевою, етнічною, соціальною, професійною групою, що дуже активно сприяє стиранню кордонів та форм соціальної комунікативної поведінки. Інтернет-простір через наростаючу глобалізацію сучасного світу є полікультурним, оскільки у спілкуванні можуть брати участь представники різних етнічних та соціальних культур.

Під час створення образу комунікант реалізує пізнавальне та творче особистісне начало. Пізнавальний компонент виявляється у прагненні спрогнозувати реакцію та відгук на нікнейм в інтернет-комунікації. Творчість проявляється в бажанні придумати цікаве, небанальне ім'я, що запам'ятовується, проявивши індивідуальність і неповторність (Чепель 2008). Через створений образ користувач може представляти різні аспекти своєї особистості: наявні якості, характер, особливості настрою та поведінки, захоплення, життєві правила, наприклад: *Добряк; Живу в своє задоволення; Колюча троянда.*

Відповідність такого нікнейма реальній особистості може бути непередбачуваною: користувачі «змінюють» стать, вік, професію, національність, характер, ім'я, що не дозволяє вгадати будь-які ознаки носія.

Саме через це інтернет-спілкування створює умови та можливості для різноманітних способів самопрезентації особистості, «багатоликості» користувачів у мережі. У реальному соціумі людина обмежена в можливостях управління інформацією про себе. В інтернеті ж, за словами самих користувачів, «все залежить від твого вміння і бажання бути різним».

Більшість дослідників зазначає, що інтернет як інша соціальна реальність надає унікальну можливість зміни ідентичності за допомогою самопрезентаційної поведінки користувачів мережі. І тут самопрезентацію особистості зазвичай розуміють як поведінкове вираження емоційних і когнітивних елементів Я-концепції, а ідентичність – як її синонім.

Причинами зміни ідентичності найчастіше вважаються:

- компенсація: незадоволеність користувача певними сторонами реальної ідентичності;
- самоактуалізація: люди не мають можливості у реальній взаємодії висловити всі сторони свого багатогранного «Я», в той час як мережева комунікація їм таку можливість надає;
- здобуття нового досвіду, цікавість;
- формування певного образу Я; експерименти зі своєю ідентичністю;
- прагнення пожартувати та повеселитися (Антонова 2010).

Однак деякі люди не схильні змінювати ідентичність і стратегію самопрезентації залежно від ситуації спілкування. Власне, інтернет-комунікація дає користувачам виняткові можливості створювати мережеву ідентичність повністю на свій вибір.

Нікнейм виконує роль первинного комунікативного ставлення до співрозмовника. Саме тому під час створення свого образу людина може керуватися різними причинами: бажанням виділитися, показати свою унікальність та індивідуальність; прагненням позиціонувати себе як активіста або послідовника певних поглядів чи переконань, вказати на свої уподобання та захоплення. Для реалізації якихось із вищеназваних цілей автор намагається зробити свій нік і образ, що за ним стоїть повним і неповторним, що привертає

увагу решти учасників спілкування: *Українська бімбо; Оленка Зміючка; Футбол головного мозку.*

Через такий широкий спектр інформації, закладеної в сутність нікнейма, існує величезна кількість найрізноманітніших класифікацій і різновидів віртуальних імен, запропонованих різними дослідниками з метою якомога більш точно розкрити зміст мережевих імен.

Віртуальне ім'я можна розглядати як результат саморефлексії, воно відображає внутрішній світ особистості, дозволяє уявляти себе так, як хочеться: приховати або показати особливості характеру, описати настрій, акцентувати увагу на зовнішніх даних, розповісти про уподобання.

Висновки до розділу I

Отже, мережа «Інтернет» – це популярний засіб комунікації, який все більше впливає на більшість сфер людського життя, у тому числі й на мову.

Інтернет-дискурс істотно вирізняється серед інших видів дискурсів низкою ознак: електронний сигнал як канал спілкування, віртуальність, дистанційність, опосередкованість, інтерактивність, гіпертекстуальність, креолізованість, статусне рівноправ'я, емоційність, інтеграція рис різних функціональних стилів, когнітивність, варіативність, соціологічність, психологічність.

Нікнейм – це своєрідна віртуальна оболонка особистості користувача, яка може не збігатися з реальним образом людини, але ґрунтується на поглядах, уподобаннях людини та створює емоційний фон спілкування.

Інтернет, зменшуючи соціальний тиск, допускаючи анонімність, сприяє багатогранному вияву особистості, розвитку креативності. Людина здобуває можливість створювати безліч своїх віртуальних мовних образів під різними іменами (нікнеймами) та підтримувати їх функціонування, оминаючи соціально зумовлені норми і правила реального життя. Анонімність дає змогу легко змінювати формальні атрибути, соціальні ролі, діяти в ігровій манері.

Можна зробити висновок, що нікнейм є певним соціальним кодом, що позначає роль або спосіб життя. Він може бути своєрідною самопрезентацією особистості, певною візитною карткою, яка пред'являється віртуальній інтернет-спільноті в першу чергу для ідентифікації, а в другу – для привернення уваги до своєї персони.

РОЗДІЛ 2

ПРИНЦИПИ Й СПОСОБИ НІКНЕЙМІНГУ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

2.1. Лексична специфіка однокомпонентних нікнеймів

Уже багато років інтернет є невід’ємною частиною життя кожної сучасної людини, яка використовує комп’ютер, телефон, планшет тощо. Для одних спілкування в інтернеті – чудова можливість підтримувати зв’язки з близькими, друзями, знайомими, для інших – чудовий шанс розширити своє коло знайомств та віднайти нові контакти. Можна виділити декілька причин, чому сучасне суспільство продовжує шукати можливості спілкуватися в мережі:

- 1) пошук однодумців, відсутність яких в реальному житті негативно позначається на особистісних показниках;
- 2) розширення кола спілкування за рахунок високого рівня комунікабельності;
- 3) бажання отримати або, навпаки, поділитися знаннями, розширити свої професійні контакти та можливості;
- 4) пошук товаришів через неможливість завести такі стосунки в реальному житті.

Українці, які використовують щоденно мережу «Інтернет», мають своє віртуальне ім’я, або іншими словами – нікнейм. Нікнейм – це спеціальне ім’я людини, яке вона присвоює собі для того, щоб інші могли її розпізнавати у всесвітній мережі. Такі імена можуть використовуватися на форумах, чатах, соціальних мережах тощо. Також людина використовує свій нікнейм для того, щоб зареєструватися на сайтах та мати можливість завантажувати фільми, музику тощо.

Нікнейм – унікальний ідентифікатор індивіда на певному ресурсі або в цілому в мережі «Інтернет». Це певне прізвисько, семантика якого в певній мірі зберігає етимологію вихідних слів – адже саме вони в основному застосовуються у якості додаткового ідентифікатору особи в неформальному

спілкуванні. Однак в цих поняттях є певні відмінності: прізвиська та клички зазвичай людина отримує від оточення за якісь певні яскраві особливості, через смішні ситуації, у які вона потрапляла тощо. В той самий час нікнейм – представляє собою самоназву, яка застосовується для того, щоб самопрезентуватися та віддзеркалює швидше те, яким користувач мережі хоче себе бачити та відчувати. Водночас зарубіжні дослідники доволі часто не розмежовують такі поняття, як «нікнейм», «прізвисько», «кличка» – усе це розуміється під одним загальним поняттям «nickname».

Нікнейм – псевдонім, який застосовується в мережі «Інтернет» користувачами. Доволі часто він є похідним від власного імені чи прізвища. Також можуть використовуватися імена міфічних персонажів, героїв, тварин чи предметів або ж символічне образне значення.

Нікнейми можуть віддзеркалювати фізичні особливості користувача, наприклад, його зріст, вагу, колір очей, волосся, риси обличчя тощо, відсутність чи наявність певних звичок чи навичок; бути пов'язаними з певною особистою історією, культурним або расовим тлом.

Користувач здійснює вибір свого нікнейму під впливом різноманітних факторів із долученням мовного матеріалу. Віртуальна реальність дає змогу особистості оминати обмеження та заборони, які існують в реальному житті, реалізувати власний творчий потенціал, у віртуальному житті проживати життя, яке не вдається в реальному. Обмеження емоційного контакту та анонімність дає змогу особистості творчо підходити до вибору свого нікнейму, які можуть бути незвичайними та яскравими, негативними та позитивними, рідковживаними та популярними тощо. Вигадуючи нікнейм, користувач керується певними мотивами, якими можна пояснити вибір мовних засобів.

Віртуальний простір дає змогу людині обрати собі ім'я за своїм смаком, за його допомогою визначити свою індивідуальність. Як уже було зазначено, нікнейм характеризується як «прізвисько», що пов'язане з етимологією цього слова. Справді, нікнейм, як і прізвисько, виступає в ролі додаткового самоідентифікатора індивіда під час неофіційного спілкування, але, на відміну

від нікнейму, не представляє собою спосіб самопрезентації користувача, тому що прізвисько дається людині за якісь особливі риси характеру чи зовнішності і може виникнути спонтанно. Відмінною рисою псевдоніма є те, що джерелом його появи виступає сама людина. В той час, коли людина вигадує собі нікнейм чи псевдонім, вона ідентифікує себе та створює певний образ. Наприклад, нікнейм *самотній котик* асоціюється з образом хлопця, який, можливо, прагне познайомитись з дівчиною або знайти собі нових друзів; нікнейм *щаслива22безмежно* асоціюється із позитивною, життєрадісною, оптимістичною людиною.

Отже, нікнейм представляє собою унікальне явище у сфері особистої номінації, яке має свою специфіку і є мовним знаком культури. Існують певні спільні ознаки між псевдонімом та прізвищем, однак беззаперечним є факт особливого статусу таких мовних одиниць. Нікнейм – це специфічний образ, код, певна характерна роль, яка була взята «напрокат». Це так звана презентація, яка пред'являється віртуальному суспільству для своєї власної ідентифікації.

На вибір нікнейму можуть впливати негативні настанови на особистість, і тоді вона запиняється на виборі такого імені, яке компенсує її незадоволеність собою. Наприклад, жінка, яку в школі чи університеті називали «гідким каченям», може обрати собі нікнейм, наприклад *красуня* і так далі. Варто зазначити, що у більшості випадків нікнейми є нейтральними і тільки деякі з них мають експресивне вираження.

Питання індивідуальної вербальної презентації займає особливе місце в інтернет просторі, віддзеркалює тенденції розвитку мови у віртуальному просторі, виступає головним способом виявлення прагматичних факторів мовного знаку. Відповідно до своєї структури, нікнейми можуть бути однокомпонентними та багатокомпонентними. В цьому пункті мова піде саме про однокомпонентні нікнейми.

Лексико-граматичні особливості застосування нікнеймів в мережі «Інтернет» такі:

- 1) різноманіття функцій, значень та смислових нюансів нікнейма зосереджується в його стилістичному, семантичному, етимологічному вигляді, наприклад, «редиска»:
 - овочева однорічна рослина родини хрестоцвітих, яка має їстівний невеликий коренеплід червоного, інколи білого кольору та круглої чи довгастої форми;
 - погана людина.
- 2) використання імен у різних варіантах та формах типове для різноманітних ситуативних сфер, однією з яких виступає ситуація самоназивання 1-ї особи під час знайомства та представлення без посередника, наприклад, *Саня* (Олександр), *Марійка* (Марія);
- 3) найбільш продуктивним способом під час утворення нікнеймів українською мовою виступає суфіксальний зі зменшено-пестливих значенням, доволі часто з відтінком позитивної оцінки, наприклад: *красунька*, *Оленка*, *Денчик*;
- 4) префіксальних способів словотворення дещо поступається суфіксальному за багатством експресивних відтінків та за кількістю продуктивних моделей: *_антитіло*, *_мінікот*²²;
- 5) серед безафіксних способів переважають наступні скорочення: *док* (Доктор), *Яр* (Ярослав), *Міла* (Людмила);
- б) серед нікнеймів похідних слів значно більше, ніж непохідних: *полуничка* (від слова «полуниця»).

Однокомпонентні імена були проаналізовані за додатковими складниками та за способами графічного передавання.

Однокомпонентні нікнейми, за наявністю додаткових складників можна поділити на такі:

1. Неускладнені, які не мають додаткових компонентів: *Ната*, *Вікторія*, *Подольк*.
2. Ускладнені додатковими голосними літерами: *Шрина*, *Якименкоо*, *Даарина*.

3. Ускладнені додатковими приголосними літерами: *Павло, Ссоня, Артем.*
4. Ускладнені поєднанням додаткових приголосних та голосних літер: *_маріінкка_.*
5. Ускладнені вживанням цифр замість літер: *Красото4ка, _вла9ка_, Вово4ка.*
6. Ускладнені додатковими ненормативними розділовими знаками, а саме рисками, крапками: *Ді_ __, Д_а_ш_а, Хью.Стон.*

За способом графічного передавання однокомпонентні нікнейми поділимо за такими підгрупами:

- 1) створені з використанням маленьких літер: *морозенко кіріл, машковська о., світлячок.маша, сашко.глушко;*
- 2) створені за допомогою маленьких та великих літер: *Наталя.Подоляк, нІкІта Іванчук;*
- 3) сформовані за допомогою малих чи великих літер або їх поєднання із застосуванням ненормативних символів та знаків: *А.Марина, _леді_Ді_, Алінка.Одеса.*

Нікнейми в мережі «Інтернет» представляють собою надзвичайно цікаву та багатоаспектну тему, яку доречно розглядати із погляду психології, соціології, ономастики, історії та географії. Зазвичай нікнейм – це самоназва, тому він може виявитися доволі корисним інструментом для того, щоб здійснити аналіз профілю користувача та багато про нього розповісти. В певних випадках необхідно розрізняти такі поняття, як «логін» та «нікнейм», особливо якщо мова йде про корпоративні та офіційні ресурси. Нікнейм – це явище, яке є невідривним від середовища, у якому він характеризує свого носія, тому для дослідження його семантики та зовнішньої форми потрібно в першу чергу розглядати екстралінгвальний та лінгвальний контекст.

Отже, було проаналізовано 1000 нікнеймів в українськомовному віртуальному просторі.

Однокомпонентні нікнейми представляють собою лексеми різних частин мови:

1. Іменники: *супермен, Полковник, Пасічник, Пташка, Лялька, Діамант, Серденько, Краля, Захисник, Манюня, Майстер, Магазин, Морячка, Моряк, Цуценя, Цукерка, Котик, Мишка, Світло, Бджілка, Геройка. Педіатр, Лікар, Волонтерка, Прем'єрміністерка, Психолог, Кав'ярня, Видавець, Менеджер, Блогер, Красуня, Диявол, Жінка.*
2. Прикметники: *Сонячна, Ласкава, Мужній, Сильна, Незалежна, Квіткова, Швидка, Кохана, М'якенька, Хоробра, Зла, Святковий, Тремтлива, Найкраща, Хитромудрий, Найщасливіша, Багатообіцяючий, Запальна.*
3. Займенники: *Я-я-я, Той, Інша, Твоя.*
4. Прислівники: *Світло, Зимно, Міцно, Сильно.*
5. Дієслова: *Лікую, Кохаю, Навчаю, Співаю, Займаюсь, Працюю, Навчаюсь, Посміхаюсь.*
6. Вигуки, звуконаслідування: *Мурррр, Ох, Вау, Гей.*

В якості ніків переважають іменники:

- 1) власні назви: *Аллуся, Микита, Світлана, Катруся;*
- 2) загальні назви: *Пірат, Переможець, Майстер, Хірург;*
- 3) істоти: *Гном, Фея, Батько, Королева;*
- 4) неістоти: *Гроза, Вітер, Веселка, Вірус, Всесвіт, Зіронька.*

Загальні результати однокомпонентних нікнеймів подано в таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Частини мови	% з 1000 проаналізованих нікнеймів
Іменники	53%
Прикметники	28%
Займенники	8%
Дієслова	8%

Вигуки, звуконаслідування	3%
---------------------------	----

В. Дмитрієв запропонував тематичне групування нікнеймів, в основу яких покладено семантику іменування:

1. Автоніми – справжнє ім'я людини: *Зоряна, Трубіна Ірина, Наталія Філіпович* тощо. Це говорить про те, що користувачі не прагнуть приховати свою особистість. Таку особу набагато легше знайти за допомогою пошукової системи, тож автоніми є найбільш популярними серед нікнеймів. Також варто зазначити, що до автонімів належать особові імена та по батькові, тому що це є формою традиційного українського офіційного іменування: *Семене Петрович, Олена Владиславівна, Артем Васильович, Наталя Ігорівна, Ірина Володимирівна*.
2. Алоніми – псевдонім, ім'я або прізвище реальної особи (співака, актора, письменника тощо): *Джек Лондон* (ім'я відомого американського письменника), *Анжеліна Джоли* (відома американська акторка). Також можуть виникнути непорозуміння через такі нікнейми, як *Зінченко, Костенко, Шевченко*. Це доволі розповсюджені віртуальні імена, вони можуть вказувати як на відомих людей, тобто бути алонімами, так і можуть належати і звичайному користувачу, тобто бути автонімами.

Серед алонімів В. Дмитрієв також виділяє напівалоніми – нікнейми, які складаються із поєднання реального ім'я людини з чужим прізвищем і навпаки, наприклад: *Оля Кінг (оля.кінг.книжки)*. У цьому прикладі перша частина нікнейму «Оля» – справжнє ім'я користувача, «кінг» – прізвище відомого американського письменника Стівена Кінга. Потрібно зазначити, що в перекладі з англійської мови «кінг» значить «король», але в цьому випадку слово «книжки» свідчить про те, що *Кінг* – це саме прізвище користувача та що він цікавиться творчістю Стівена Кінга та, можливо, здійснює продаж книжок.

3. Геоніми – нікнейми, які пов'язані з географічними положеннями. У більшості ситуацій вони вказують на місце проживання чи перебування особи: *Максим Харків, Оля Одеса тощо*.
4. Героніми – прізвище персонажів фільмів, літературних персонажів, міфологічних істот. Доволі часто користувачі обирають нікнейми, взявши за основу ім'я літературного героя: *Попелюшка* (персонаж казки Шарля Перо), *Гаррі Поттер* персонаж казки Джоани Роллінг); ім'я персонажів фільму: *Скарлет О'Хара* (персонаж твору Маргарет Мітчел) тощо.
5. Зооніми – в нікнейм покладено назву тварин: *Вовк, Лисиця, Засць* (але може і бути реальними прізвищами користувачів), *Тигр*, назви комах: *Шалена Бджілка, Комарик Дзюбрик*, назви птахів: *Ластівка, Пташка, Орел*, назви морських тварин: *Рибка, Кит, Піранья*.
6. Преноніми – нікнейм складається лише з імені користувача. Вони найбільш поширені серед осіб жіночої статі: *Софія, Ірина, Тетяна, Люся, Маргарита*. В цій групі існує велика кількість зменшувально-пестливих форм імені, а саме: *Маринка* (від Марина), *Ганнуся* (від Ганна), *Наталонька* (від Наталя).
7. Титлоніми – нікнейми, які вказують на професію користувача, його статус в суспільстві, звання, хобі, посаду: *вчителька, юрист, спортсмен*. Мета таких нікнеймів – повідомити інших користувачів про коло своїх спеціалізацій та знаходження користувачів з подібними інтересами, роботою.
8. Фізіоніми – нікнейми, в основу яких покладено назви природних явищ. Такі псевдоніми використовуються найрідше: *Буря, Дощик, Хурделиця, Сонечко*.
9. Фітоніми – в основі нікнеймів назви рослин: *Троянда, Волошка, любисток_05, орхідея11*.
10. Френоніми – нікнейми, які вказують на основні риси характеру: *Скромний, Весела, Розумашка*.

11. Ейдоніми – нікнейми, в основі яких містяться фізичні особливості користувача: *Силач, Маленька тощо.*

Також було виділено групу нікнеймів, які передають особливості емоційного стану користувачів: *найщасливіша_01, _одиначка_, с.умна,* що позначають продукти харчування: *Цукерочка, Булочка. Пиріжечок, кавунчик* абстрактні поняття: *Смерть, Любов, _ти.ша_*, назви одягу: *кепка, рукавич.ка, сукні, взуття* тощо.

Загальні результати нікнеймів відповідно до класифікації В. Дмитрієва подано в таблиці 2.2:

Таблиця 2.2

Найменування	% з 1000 проаналізованих нікнеймів
Автоніми	42%
Алоніми	11%
Геоніми	5%
Героніми	3%
Зооніми	3%
Преноніми	18%
Титлоніми	9%
Фізіоніми	1%
Фітоніми	3%
Френоніми	4%
Ейдоніми	1%

2.2. Прецедентні імена в структурі українських нікнеймів

Власне ім'я – це повноцінна лінгвістична одиниця, яка характеризується прагматичними та структурно-семантичними ознаками. Прагматичні смисли антропонім отримує, визначаючи історичні, загально інформаційні, психолінгвістичні, емоційні, культурологічні, експресивні, соціологічні

конотації. Вперше поняття «прецедентний» був вперше використаний Ю. Карауловим, який досліджував функціонування та структуру мовної особистості.

Зрозуміло, що прагматика власного імені в інтернет-комунікації має тісні зв'язки з його функціонуванням, де під час різноманітних ситуацій власні назви в різному ступені реалізують свій змістовний потенціал.

Прецедентні імена позначають конкретних людей, місця, події та сприяють формуванню класу індивідуальних імен. Статус прецедентності мають лише ті індивідуальні імена, які входять до когнітивної бази, тобто вони є спільними для всіх членів лінгвокультурної спільноти та сприймається у вигляді зразку тих властивостей, які мають цілу групу об'єктів та які при цьому не втрачають свою індивідуальність.

Прецедентні імена є лише групою всередині власних назв, вони не займають окремого місця в кваліфікаційній таблиці мовних одиниць. Проте вони представляють собою особливі одиниці дискурсу. Особливістю семантики є те, що прецедентні імена не просто зазначають конкретного індивіда, але й позначають певну кількість об'єктів, виконуючи тим самим дефінітивну функцію.

Таким чином, прецедентні імена тісно пов'язані зі своїм носієм та мають інформацію про нього, а з іншого – мають певну самостійність та спроможність приписувати користувачам певні ознаки. Така здатність є наслідком закріплення за прецедентними іменами певного значення, яке в основному складається з 3-х компонентів:

- 1) номінативне значення – називає об'єкт, який позначений іменем;
- 2) денотативне значення – має типові риси, які відображають культурно-історичні відомості, які часто фіксуються в словниках культури;
- 3) сигніфікативне значення – воно пов'язане з наявністю в імені понятійного компоненту.

Зазвичай такі нікнейми відображають особисті інтереси та вподобання людини, її обізнаність, рідше – зовнішність, риси характеру, хобі тощо. За

нашими спостереженнями, в українському віртуальному просторі переважають нікнейми у формі прецедентних імен зі світової історії й культури (*Юлій Цезар; Медуза Горгона; Франкенштейн; Леді Гага*). Обмеженіше представлені нікнейми на основі імен вітчизняних відомих осіб та персонажів (*Батько Махно; Івасик Телесик; Зміючка Оленка*).

Також, серед прецедентних нікнеймів доволі часто можна зустріти назви книжок: *«Галя без голови», «П'ятнадцятирічний капітан», «Наталка-Полтавка», «Воно»,* пісень: *«Україна», «Світ», «Я»,* музичних груп: *«Агонь», «Бумбокс», «Тартак», «ДахаБраха», «Казка».*

Відповідно до Г. Калашникової, прецедентні нікнейми можна розділити на такі групи, які належать до наступних сфер:

1. Телебачення та література. Через те, що доволі часто літературні твори екранізуються, до цієї групи можна віднести:
 - імена героїв мультфільмів та кінофільмів: *Капітошка, Бармалей, Гарфілд, Джеймс Бонд, Темінатор, Чебурашка, Котопес, Умка, Фунтік, Рембо, Барбі;*
 - прізвища та імена відомих акторів: *Адріано Челентано, Монро;*
 - прізвища та імена відомих письменників: *Кінг, Ролінг, Стус;*
 - імена літературних героїв: *Дракула, Лоліта, Зорро, Мауглі, Буратіно, Попелюшка.*
 - Музика та шоубізнес. До цієї групи можна віднести імена відомих співаків, музикантів, громадських діячів, музичних гуртів тощо, наприклад: *Лобода, Кузьма, Мадонна, Потап, Ротару тощо.*
 - Політична, філософська, історична сфера. Використовуються назви історичних подій, імена відомих історичних, політичних діячів, філософів: *Македонський, Меркель, Буш, БаракОбама, Аристотель, Наполеон, Сократ, Піфагор тощо.*
 - Міфологія та релігія: *Афродіта, Фараон, Клеопатра, Цербер, Посейдон, Спарта, Гера, Нептун тощо.*

- Спорт: *Каспаров, Шумахер, Кличко, Тайсон, Марадонна, Роналду, Шева, Шевченко* та ін.
- Змішана сфера, до якої можна зарахувати назви та імена відомих торгівельних марок, які не входять до вищезазначених сфер: *Ковбой, ТантумВерде, Юніонком, Рошен, КімКат, Шанель, Лореаль, Ейвон, тощо.*

Таким чином прецедентні власні імена здатні передавати великий спектр прагматичних та емоційно-оцінних смислів. Прагматичний зміст віртуального нікнейму визначається в умовах інтернет-спілкування та має складну структуру, яка зумовлена компонентами ситуації комунікації.

Отже, прецедентні імена в структурі українських нікнеймів подано у вигляді таблиці 2.3:

Таблиця 2.3

Тематичні групи назв	% з 1000 проаналізованих нікнеймів
Телебачення та література	30,4%
Актори	9,5%
Письменники	4,2%
Літературні герої	7,7%
Музика та шоубізнес	12,5%
Політична, філософська, історична сфера	8,0%
Міфологія та релігія	9,9%
Спорт	2,4%
Інші	15,4%

Таким чином, як свідчить проведене дослідження, в українській інтернет-комунікації найбільшу кількість нікнеймів від загальної кількості назв складають назви фільмів та літературних творів. Це можна пояснити тим, що ця сфера є найпопулярнішою серед людей та допомагає знайти якомога більше однодумців.

2.3. Граматичні структури дво- та багатокomпонентних нікнеймів

Структура нікнейму виступає засобом реалізації щодо його ідентифікаційної та комунікативної функції, одним зі способів привернути увагу, увиразнити, зробити незвичне, індивідуальне ім'я в мережі інтернет, надати йому необхідної форми. Специфічну функцію виконує зовнішня форма нікнейму, яке позначає ім'я та прізвище, тому що саме вона здатна надати оригінальності нікнейму.

Дослідження показали, що нікнейми є неоднорідними за своєю структурою. За кількістю компонентів можуть бути виділені однокомпонентні найменування, наприклад: *С_Соня*, *_анастейшаа_*, *Якііменко*, та багатокomпонентні, наприклад: *_зара_даша_*, *смакова_лі*, *настя_темницька*.

Багатокomпонентні нікнейми можуть бути розділені в групи за способом утворення, написання та кількістю компонентів, способом графічного передавання, за видами розділових знаків та їх призначенням:

1. За способом написання можна виділити такі групи:

- нікнейми, що написані разом, коли відсутні будь-які відступи чи інші знаки, які б вказували на відстань між ними: *Вікторіясергіївна*, *стебліналена*, *КарінаКороленко*, *ірамаксим*, *вовочерненко22*;
- нікнейми, які становлять проміжну ланку між написанням окремо та разом. Всі компоненти графічно написані разом, але на межу між ними вказують розділові знаки: *Ярослава_це_я*, *_щаслива_назавжди_*, *Бодя_Мен*, *яна_левченко2202_*; *лілі.анісімова*, *м.анна.а.*, *_інні.черненко*, *і.сергійчук2022*, *даша.зін4енко*, *маша.сергій*;
- нікнейми, які пишуться окремо, між компонентами присутні відступи, які чітко визначають межу: *Містер Семченко*, *Супер Марина*, *Влад Симоненко*, *тут моя душа*, *Сем 1522*.

За кількістю компонентів та за способом утворення віртуальні імена розподілено на підгрупи та визначено головні моделі творення. Також до уваги взято наявність або відсутність цифр.

Багатокомпонентні нікнейми, у складі яких відсутні цифри, мають різну кількість слів:

- поєднання двох слів, де обидва з них написані повністю: *анастасія_сергіївна, ольга.середа, ярослав_соколов, Максим Несміянов, Інна.Василенко*; перше слово написано повністю, а інше – скорочено: *юлія.мі, карінка_пов, соня_Кру, Катя.б.*; перше слово написано скорочено, а інше повністю: *ю.пустовіт, Мр.семен, лі_ламенчук*; обидва компоненти представлені у вигляді скорочень: *срг.ів, ан.кпк*;
- поєднання трьох слів, де усі три слова прописані повністю: *семенко_валентина_іванівна, світланка.цукерка.київ*; перше та третє слова написані в скороченому вигляді, а друге – повністю: *с.олена.с., т_ганна_св.*; всі три слова скорочені: *мак.св.мак, _С.М.М_*.

Багатокомпонентні нікнейми, у складі яких містяться цифри, розподілено за такими критеріями:

1) за місцем розташування цифр по відношенню до слова:

- нікнейми із препозитивним словом та постпозитивними цифрами: *костенко23, давідік.10, Сидорчук 2001, даша_2313, Серафіма777, Ігор007, інна_1515, Космос.19, русланка_21_12*;
- нікнейми з препозитивними числами та постпозитивними словами: *02руслан*;
- нікнейм, утворені за моделлю «цифра – слово – цифра або цифри»: *02_дашка_02, 22.алінка.32, 12семенюк10*;
- нікнейми, які відповідають моделі «слово – число – слово»: *оля22семчук;настя2202київ*;
- нікнейми, які побудовані за допомогою моделі «число – слово – слово – число»: *12_солодка_квітка_13*.

2) за кількістю цифр:

- нікнейми, утворені поєднанням слова та однієї цифри: *мен.16, юля_12, даша.маринюк.00, щаслива100*;

- нікнейми, в складі яких є слово та 2 цифри: *зірка12, руслана_27, анастасія 22, Космос.17;*
- нікнейми, які представляють собою поєднання слова та двох цифр, де одна цифра розташована перед словом, а інша – після: *1_тимошевський_08;*
- нікнейми, які поєднують слово та три цифри, які розташовані після слова: *стефанія545, Богиня777, семенівна 123, анастасія.тимошенко562;*
- нікнейми, у складі яких є слово та чотири цифри, які можуть йти після слова та перед та після слова: *яценко2337, 21настя21, 02_дана_00.*

3) за способом написання:

- нікнейми, у яких два слова написано повністю: *анастасія.мовчан.17, яна_левченко02_, Бодя.Мен9, данік 7770777, андрейченко16, щаслива.Інесса5, дарина.семніна;*
- нікнейми, у яких перше слово написано повністю, а інше скорочено: *юлія_т7_, віта.мал1., юля_с2000, дашка.зін.55;*
- нікнейми, у яких перше слово написано скорочено, а друге – повністю: *м.мельник09, к.юлія19, настік.пік.12;*
- нікнейми, у яких два слова мають скорочену форму: *і.мо_00.*

За способом графічного відтворення багатокomпонентні нікнейми можна поділити на такі:

- нікнейми, які написані малими літерами, без цифр, розділових знаків та відступів: *стеблінаолена, шамкавалерія, улянацап, машкакоо, стиліствізажист;*
- нікнейми, які створені за допомогою маленьких літер, розділових знаків та/або відступів: *купити_тут, андрій.юрій, потужна машина, світло.темрява;*

- нікнейми, які графічно передані за допомогою поєднання малих літер та цифр: *н.а.т.а.л.і_с.е.м.ч.у.к, _бандітка22_, анастасія_мовчан_01, данік2202; 24права7, нат_75, машуля.007, 06_аліса_06, солдатик0_1.*

Результати аналізу подано у вигляді таблиці 2.3:

Таблиця 2.3

Характеристика нікнеймів	% з 1000 проаналізованих нікнеймів
1. За наявністю додаткових складників	32,4%
2. За способом графічного передавання	13,5%
3. За способом написання	7,2%
4. За способом утворення та кількістю компонентів	5,7%
5. За місцем розташування цифри щодо слова	8,2%
6. За кількістю цифр	8,0%
7. За способом написання	6,2%
8. За способом графічного відтворення	10,4%
9. За видами розділових знаків та їх призначенням	8,4%

Серед нікнеймів українців присутня велика кількість імен, які представлені різними морфологічними конструкціями, тому такі нікнейми доречно віднести до окремої групи. До подібних конструкцій відносяться ті одиниці, які побудовані за наступними схемами:

- 1) прикметник та іменник: *Білий_Коотик, червоне_серденьКО, сучасний супермен, кароокий чоловік, кохана_дівчина, залізниймакс, Міцний Воїн;*
- 2) вигук, прикметник та іменник: *О Боже мій;*
- 3) прислівник та іменник: *коло хати;*
- 4) займенник та дієслово: *я_хочу;*
- 5) частка та іменник: *неХлопець;*
- 6) дієслово та іменник: *читаЮ_книгу, кохаю_шоколад.*

2.3.1. Нікнейми у формі узгодженого словосполучення

Під узгодженням мається на увазі такий спосіб підрядного зв'язку, за якого залежне слово використовується в тому самому роді, числі, відміні, як і головне слово, тобто залежне слово узгоджується з головним.

Нікнейми у формі узгодженого словосполучення мають свої переваги, зокрема, дозволяють конкретніше охарактеризувати носіїв.

На просторі українськомовної мережі «Інтернет», можна знайти такі приклади: *яскрава квітка22*, *місто_суми*, *цікаві книжки*, *перший.альбом*, *червонатроянда*, *професор Карповська*, *шаслива.дівчина.одеса*, *15крутий.перець22*, *_чорна_пантера_*, *хоробрий.воїн*, *мелодія_природи*, *весела_пані_22*, *Міцний Горішок*, *Українська Асоціація*, *легендарна волонтерка*, *народний Герой*, *сучасні героїнки*, *хижа кішка*, *сучасна.українка.22*, *український_мандрівник*, *_гарна_ вишиванка_*, *футболісти Києва*, *_Солодка_Цукерочка_15*, *квіткова_малеча*, *Сучасні Новини*, *веселий.клоун*, *Щаслива Матуся*, *Молода Б@буся*, *веселий_веселун*, *Гармонійний Інтер'єр*, *квіткове.поле*, *ВолошковеПоле_1*, *Волога блакить*, *Осінній.Настрій*, *_вечірній_муд_*, *Зелений хом'як*, *пухнастий_коотик*, *український супермен*, *блек мен_07*.

2.3.2. Нікнейми у формі спонукального речення

Спонукальні речення – це ті речення, які у формі наказу, запрошення, застереження, заклику виражають волю мовця з метою здійснити вплив на інших людей або намір до дії самого мовця. Найбільш частіше спонукування виражається за допомогою дієслів наказового способу та неозначеною формою.

Нікнейми у формі спонукального речення менш уживані, але більш орієнтовані на взаємодію носія з іншими учасниками віртуального спілкування. Часто вони використовуються з метою продати свій

інформаційний продукт та свої послуги. Під час аналізу нікнеймів у формі спонукального речення в українськомовному віртуальному просторі було виявлено такі: *заспіваємо разом, Напиши мені, давай купимо, замов вже сьогодні, отримай свій бонус, поїхали на екскурсію разом з нами, Краще приїжджай до мене, худнемо разом, отримай подарунок, замов сьогодні і отримай завтра, запитай у нас, запрошуємо на відкриття, напиши в Дірект, дізнайся подробиці вже зараз, Запишись на пробний урок, Люби мене, _роби_, Ходімо зі мною.*

2.3.3. Нікнейми на основі заперечення

Заперечення в українській мові представляють собою лексико-граматичну категорію, яка означає відсутність зв'язків між певними об'єктами.

Нікнейми на основі заперечення вживають досить часто. У такий спосіб користувач хоче повністю приховати свою особу та уникнути небажаних знайомств. Проте іноді заперечні нікнейми, навпаки, зацікавлюють та привертають увагу, напр.: *не_твоя_малишка_22, не відповідаю на повідомлення, НедоступнаКішечка, Н.е.б.е.з.п.е.ч.н.а., неозброєний_ковбой, Без Обмежень, Антиреклама, Не психолог, не_лікую, антихудожник в ділі, дисгармонійні стосунки, Не Колишня А Сьогоднішня, Недолюблена.бунтарка, Несподіваний Сюрприз, Антимонопольний комітет, невідомий.художник, _ластівка_не_пташка.*

2.3.4. Нікнейми у формі порівняльної конструкції

Порівняльний зворот представляє собою сполучення слів, яким через образне порівняння характеризується певна дія, стан будь-кого та будь-чого.

Нікнейми у формі порівняльної конструкції вживаються не зовсім часто. Це зумовлено тим, що більшість користувачів прагнуть до коротких та

влучних самоназв, а за допомогою порівняння цього досягти дуже важко. Під час аналізу нікнеймів у формі порівняльної конструкції було виявлено такі: *велетенський.як.скала*, *Весела_22_мов_квітка*, *Мов Королева_28*, *зрію.як.сонце*, *Холодна_Як_Лід*, *навчу.як.вчитель*, *немов.Хмаринка*, *ДалекаЯкТвояМрія*,

2.4. Регіональна специфіка нікнеймінгу в Україні

Нікнейми, які використовуються українськими користувачами мережі «Інтернет», мають свої певні відмінності залежно від регіону проживання. Західний регіон України характеризується тим, що користувачі доволі часто використовують імена, наприклад, угорського, німецького, польського, чеського, румунського запозичення: *пішта*, *жужжа12*, *Йовишк@*, *Ферррі_11*, *власта_львів*, *юзик15закарпаття*, *ляна_киця*, *вілі_19*, *Руді.манюня*, *Теофій4ернівці*, *омелько26*, *Кузьма_1*.

Під час створення нікнейму користувачами, які проживають в Харківському напрямку, можна побачити в назвах такі діалектизми: *трепель оптом*, *Сашка_сявка*, *Купуй Локони*, *чинки.для.чоловіків*, *п'ята марка*, *Алюся_чинка_25*.

Для донецького регіону притаманні такі діалекти під час створення нікнеймів: *поребрик.швидко.недорого*, *Корисний ТоррррозОК*, *Мішаня_порожняк*, *купання.В.баку. подорож на Лайбі*.

Для Галицьких користувачів притаманна чиста українська мова з певними вкрапленнями німецької, польської, угорської мов, тож нікнейми доволі відрізняються, наприклад: *таня_любаска*, *цьомчик_26*, *залізка18*, *_когут_22*, *1000канап*, *краща.газдиня*, *смачненькабульба*, *_к_о_ц_и_к*, *кращі мешти*, *чарочка_іфр*, *файна.коліжанка*.

В Одеському регіоні можна зустріти нікнейми, які характеризують саме цей південний регіон: *маша.молдованка*, *о.одеса22*, *фіма.деребасівська*, *шая.з.трамвая*, *каструльщик12-57*, *рачок.привоз*.

Висновки до розділу 2

На основі здійсненого дослідження теоретичних джерел та практичного матеріалу можна зробити такі висновки. Під час спілкування в мережі віртуальна особистість будує свою власну ідентичність за рахунок самопрезентації. Основним способом самопрезентації, який надає інформацію ідентифікації про користувача, виступає його ім'я – нікнейм. Нікнеймом може бути слово, словосполучення або речення, яке застосовується за допомогою віртуальної мови індивідом під час спілкування в інтернеті, який дозволяє особистості самопрезентуватися та позиціонувати себе. За своїми функціями нікнейм дуже подібний до псевдоніму, але існують певні особливості, які відрізняють їх. Семантична природа нікнеймів має складний характер і розкриває їхнє значення. Більш часто в нікнеймі зашифрована інформація про самого користувача: крім імені, це може бути стать, вік, хобі, професія, особливості характеру чи зовнішності людини, її вподобання, емоційний стан тощо.

Було проаналізовано 1000 нікнеймів, які використовуються користувачами в україномовному інтернет просторі. Проведене дослідження засвідчило, що в українській інтернет-комунікації найбільшу кількість нікнеймів від загальної кількості назв складають автоніми. Це можна пояснити тим, що автонім є справжнім ім'ям людини і сучасні користувачі не прагнуть приховати своє справжнє ім'я, а прагнуть до відкритості та хочуть дати якомога більше інформації про себе. І лише невелика кількість користувачів використовує фізіоніми для створення свого нікнейму.

Дослідження структурних особливостей нікнеймів дало можливість виокремити багатокомпонентні інтернет-імена. Найпоширенішими підгрупами багатокомпонентних найменувань виступають нікнейми, які ускладнені додатковими голосними літерами та які містять малі чи великі букви або ж їх поєднання, а також ненормативні знаки та символи. Серед

багатокомпонентних мережових імен продуктивними є нікнейми, що становлять проміжну ланку щодо написання між разом та окремо, утворені поєднанням двох слів, найменування, що мають цифри, нікнейми, які об'єднують маленькі літери, розділові знаки та/або відступи, імена, які містять нижні підкреслення.

РОЗДІЛ 3

СТИЛІСТИЧНІ СПОСОБИ УВИРАЗНЕННЯ НІКНЕЙМІВ

3.1. Тропеїстика українських нікнеймів

Тропи – слова, які вживаються у переносному значенні для характеристики певного явища за допомогою вторинних смислових значень. Під час моделювання окремих тропів можна спостерігати актуалізацію граматичних засобів, які супроводжується породженням оцінних відтінків значення. Інколи прослідковується синкретизм засобів тропеїстики, що сприяє посиленню прагматичного ефекту.

Під тропами розуміють багатоаспектне поняття з огляду на те, що у філософії та логіці вони виступають своєрідним способом пізнання вже відомих категорій, порівняння у психології та соціології – це метод дослідження загального та одиничного, у літературознавстві й риторичі – це художньо-стилістичний прийом, у мовознавстві – тип синтаксичних конструкцій і мовна категорія.

Особливості моделювання тропів для вираження оцінних відтінків значення завжди були в полі зору мовознавців. Дослідники визначали спроможність тропів здійснювати оцінну функцію загалом, а також концентрувалися на специфіці окремих з них: способах репрезентації оцінної семантики в мовленнєвому іронічному акті, функційно-прагматичних можливостей оксиморонів для вираження емоцій, в оцінній та маніпулятивній функціях дисфемізмів та евфемізмів тощо. В зазначеному ракурсі, граматичні особливості виступали об'єктом аналізу набагато рідше – сучасні науковці досліджували окремі аксіологічні аспекти граматичних метафор.

Використання тропів, відповідно до використання засобів лексичної синонімії, призводить до порушення автоматизму сприйняття та ще в більшому ступені реалізує ефект словесної несподіванки. Характер емоції, які

викликаються тропом, слугує для оцінки того явища, яке позначається через нього, деформує нейтральність його смислового значення й веде у сторону його пониження або ж підвищення.

Основні різновиди тропів наступні:

1. Порівняння – троп, який полягає у тому, щоб пояснити один предмет через інший, подібний до нього, за допомогою єднальних спільників, наприклад, *як, мов буцім, ніби та ін.* або предиката: *подібний, схожий, нагадує, здається та інші.* Серед нікнеймів зустрічалися наступні з таким тропом: *солодка.мов.цукерка, ніби твоя, схожа на мрію.*

2. Алгоритія – за її допомогою відбувається передача абстрактної ідеї (риси характеру тощо) за допомогою використання образу. Значення алгоритії, на відміну від багатозначного символу, однозначне та відділяється від образу. Зв'язок між образом та значенням встановлюється за своєрідною подібністю: *підступна.зміючка, ХитраЛисичка.*

3. Алгоритичний образ – все зображене має переносне значення. основа алгоритичного образу полягає в тому, що він виступає в якості відтворення якоїсь сторони життя: *амур15, Феміда, П.Прометей, ягня та вовк, коник_стрибунець.*

4. Символ – умовний образ, дещо споріднений з алгоритією троп. Символи розвинулися з усної народної творчості на основі проведення паралелей: *дівчинка_калинка, сокіл.антон.*

5. Метафора – словосполучення чи слово, яке розкриває сутність одних предметів, явищ через інші відповідно до своєї контрастності чи, навпаки, схожості: *ЗіркаПодіуму, твоє серце .*

6. Уособлення – образний вислів, в якому ознаки живої людини чи істоти переноситься на неживий предмет чи явище: *розгульний вітер, тихе_сонечко, сміливаберезка.*

7. Метонімія – значення цього слова переноситься на найменування іншого предмета, яке пов'язане з властивими для цього слова предметом у відповідності до своєї природи. Метонімію доволі часто порівнюють з

метафорою або розглядають як її різновид. Проте, метонімічне зіставлення предметів, на відміну від метафори, відбувається не за ознакою їх подібності, а за ознакою їх схожості, належить до одного кола явищ, а також до понять одного порядку, що пов'язані часовими, причинно-наслідковими, просторовими відношеннями.

8. Синекдоха – один із методів, який дозволяє увиразнити поетичне мовлення. Заснований на кількісному зіставленні явищ та предметів. Використання однини у значенні множини та навпаки, зазначеного числа замість невизначеного, видового поняття замісто родового.

9. Перифраз – образний вислів, в якому назва явища чи предмета замінюється описом його ознак.

10. Оксюморон – поєднання слів, які протилежні за своїм значенням, що полягає у поєднанні протилежного за змістом, за контрастними поняттями, які разом дають нове поняття: *живий.труп, холодне_полум'я*.

11. Епітет – виступає одним з основних тропів поетичного мовлення, він призначений для того, щоб підкреслювати характерні риси, визначає якість. Потрапивши в нове семантичне поле, збагачує його новими смисловими нюансами чи емоціями, передає свої другорядні лексичні значення на головні. Цим він відрізняється від звичайних ознак: *зелена.травичка, Хлопець_Молодець, ясна.зоря, тиха.річка*19.

12. Гіпербола – навмисне перебільшення для того, щоб посилити виразність та підкреслити висловлену думку: *море.сліз*.

13. Літота – різновид метонімії, де міститься художнє зменшування сили, величини, істотного зображення явищ чи предметів.

Результати проаналізованих нікнеймів подано в таблиці 3.1:

Таблиця 3.1

Тропеїстика українських нікнеймів

Тропеїстика нікнеймів	% з 1000 проаналізованих нікнеймів
-----------------------	------------------------------------

Порівняння	26%
Алегорія	12%
Алегоричний образ	9%
Символ	5%
Метафора	1%
Уособлення	21%
Метонімія	0%
Синекдоха	0%
Перифраз	0%
Оксюморон	8%
Епітет	15%
Гіпербола	3%
Літота	0%

3.2. Функції стилістичних фігур в українських нікнеймах

Стилістичні фігури – це незвичні синтаксичні звороти, котрі порушують мовні норми та використовуються для того, щоб оздобити мовлення. Стилістичні фігури покликані індивідуалізувати мовлення та увиразнити художнє зображення, збагатити його емоційними нюансами. Стилістичну фігуру, яка ще має назву – фігура поетичного мовлення, потрібно відрізнити від тропів, які будуються не за синтаксичними принципами. Створюючи нікнейм, користувач здійснює вибір мовних засобів відповідно до стилістичної тональності, базуючись на комунікативній ситуації характері користувача, середовища функціонування і так далі.

Стилістичні фігури, які ще називаються фігурою поетичного мовлення, потрібно відрізнити від тропів, що не будуються за синтаксичним принципом.

Приклади стилістичних фігур подано у вигляді таблиці 3.2:

Таблиця 3.2

Види стилістичних фігур

Назва стилістичної фігури	Характеристика
Анаколуф	синтаксична конструкція, яка не відповідає загальноприйнятим нормам, вона полягає в неузгодженості членів речення. Як стилістична фігура вживається для комічного ефекту, задля посилення експресії мовлення, надання особливого колориту, виступаючи в якості різновидів свободи.
Анафора	одна із стилістичних фігур, він вживається на початку віршових рядків лексичний, звуковий повторення продовж цілого твору чи його частини строфічних, синтаксичних структур. Як стилістичний прийом анафора дуже близька до анаколуфа. Доволі часто анафора виконує важливу композиційну функцію.
Градація	стилістична фігура, яка полягає в тому, щоб поступово нагнітати засоби художньої виразності задля пониження чи підвищення їх емоційно-сміслової значимості. Градація розрізняється за просторовими, часовими, інтонаційними, емоційними, психологічними ознаками.

Продовження таблиці 3.2

Еліпс	<p>наявний пропуск у висловлюванні певних структурних елементів, які мають додумуватися за контекстом. Еліпс може виступати у ролі механізму утворення нових лексичних одиниць. Еліпс, як стилістична фігура, полягає в тому, що відбувається опущення певного члена речення або словосполучення, які доволі легко відновлюються за змістом мовлення. Така стилістична фігура використовується для того, щоб досягнути стислості та динамічності вираження думки та напруженості дій, відрізняючись цим від обірваної фрази, вмовчування.</p>
Епіфора	<p>стилістична фігура, яка є протилежною анафорі, представляє собою повторення однакових слів, словосполучень, звукосполучень в кінці рядків віршів, строф поетичних творів чи фраз у драмі або прозі. В основному застосовується для того, щоб зробити художнє мовлення більш цікавим.</p>
Інверсія	<p>ця стилістична фігура полягає в незвичному розташуванні слів в реченнях з істотними порушеннями синтаксичної конструкції для того, щоб передати емоційно-сміслове</p>

	увираження змісту. Використовується в основному в ліриці. Деякі автори проявляють високий рівень схильності до інтерсованих сполучень, які в повній мірі характеризують їх мовний стиль.
--	--

Продовження таблиці 3.2

Кільце	стилістична фігура, яка полягає в тому, щоб здійснити повторення звуків, строф, лексем, коли нібито зникаються епіфора та анафора.
Паралелізм	виконує композиційну функцію, зв'язує певні мотиви або елементи стилю у художньому творі, особливого значення набуває в ліричних сюжетах. Він побудований на основі прямого тематично-синтаксичного паралелізму.
Хіазм	полягає у переставленні головних членів речення для того, щоб урізноманітнити мовлення. Можуть зустрічатися звукові хіазми у якості різновидів анаграми.

За своєю природою нікнейми багаті на стилістичні фігури. Аналізуючи нікнейми, було зафіксовано застосування таких стилістичних прийомів та фігур, як мовна гра, гіпербола, антитеза, рима, повтор, метафора, епітет. Широковідомим є той факт, що мовна гра сприяє підвищенню рівня невимушеності, створенню образності та експресивності вираження думки. Під мовною грою мається на увазі усвідомлене порушення норми. В основі мовної гри знаходиться прагнення досягнути своєрідного ефекту естетичного

впливу за допомогою порушення нормативного канону сприйняття творчого використання мовних засобів та мовних одиниць.

Для мовної гри застосовуються ресурси всіх мовних рівнів:

- 1) фонетика,
- 2) графіка,
- 3) орфографія,
- 4) морфологія,
- 5) словотвір,
- 6) синтаксис.

Гра слів дозволяє передавати експресивно-стилістичну інформацію, яка віддзеркалює авторське емоційно-оцінне ставлення до предмету чи реалізовує експресивно-пізнавальну установку подібного мовного оформлення думки.

Для того, щоб створити виразний яскравий образ можна застосовувати антитезу, тобто прийом протиставлення. Це допомагає підкреслити існуючий нікнейм та виділити його позитивні якості. Доволі часто та в основному, протиставлення відображається за допомогою антонімів.

Періодично використовується гіпербола – засіб інтенсифікації наміру користувача ідеалізувати якість та характеристики свого нікнейму. Проте авторам таких нікнеймів потрібно бути обережним із перебільшенням, щоб не справити враження занадто настирливого навіювання.

Нерідко під час створення нікнейму користувачі застосовують прийом лексичного повтору. У лінгвістиці повтор розглядається як універсальний прийом стилістики, за допомогою якого є змога створювати нові стилістичні фігури та засоби, тому що може охоплювати мовні одиниці всіх рівнів:

- 1) звуки,
- 2) морфеми,
- 3) форми слова,
- 4) словосполучення,
- 5) речення,
- 6) фрази.

На фонетичному рівні під час створення нікнеймів періодично використовують різноманітні звукові повтори. В опрацьованих нікнеймах було помічено використання алітерації та асонансу. Такий стилістичний прийом, як алітерація полягає в повторенні однорідних приголосних звуків задля того, щоб підвищити інтонаційну виразність нікнейму, для емоційного поглиблення його змістового зв'язку. Розгляньмо приклади вживання: *Весела Віка, СмішнаСоня, Хоробрий Хом'як*. Більш рідше застосовується асонанс – повторення однакових голосних звуків: *Марійка24, Маркооо, ека.еврідей*. Повторюючись, певний звук, справляє позитивний ефект. За допомогою використання алітерації та асонансу нікнейм стає більш ритмічним, що робить його набагато легшим для запам'ятовування та повторення.

Доволі часто в нікнеймах зустрічається застосування рими. Як відомо, рима – представляє собою співзвуччя в закінченні двох чи кількох слів, повторення того самого звука або схожих їх комбінацій. Підтвердження цього – такі нікнейми: *Маринка-пір'їнка, Мішка.Мишка*.

3.3. Графічне увиразнення семантичних відтінків у нікнеймах

За графічними способом написання та особливостями було виділено нікнейми, які в своєму складі мають літери від різних алфавітів та різні стилі написання, також можуть використовуватися різноманітні знаки, цифри, спеціальні символи та смайлики. Загалом, серед проаналізованих нікнеймів було виділено наступні групи графічного увиразнення:

- 1) позначаються виключно маленькими літерами: *чорний_хлопець, кохана.дівчина, олюсічка, залізнийпоршень, наталі_стаднік, ск.аліна, таня_лем, віталікккк, зоряна.холоднюк*. Серед всіх проаналізованих нікнеймів саме ця група виявилася найбільшою;
- 2) позначаються виключно великими літерами: *БАУНТІ29, ПОЛІНА18, МІССІС_МАКАРОВА, ПОЛІАННА, ДАНАС.12, _ЧОРНА_ПАНТЕРА_, ХОРОБРІЙ.ВОЇН;*

- 3) позначаються і маленькими, і великими літерами, які можуть писатися і в кінці, і в середині, і на початку нікнейму: *СкарлеТ, ХаНдРiДс, МаринаАкімова, Скарлет_ЙохансОН, АльбінаГолонько, Мармелажова СОНЯ*;
- 4) позначаються великими та маленькими літерами, з використанням чисел: *айфон12, капучіно12_Змолоком, про4еловека, майклджексон50, ромашка48*;
- 5) позначаються літерами та числами з використанням додаткових символів та знаків, таких як, наприклад, дефіси, крапки, три крапки, знаки оклику чи питання, лапки: *КонтрСтрайк-4, /справжнійМен/, «Пірат», твоє_сонечко*;
- б) позначаються числами та літерами з використанням різноманітних смайликів: *👑Королева👑, Наталка♥Полтавка, Ангеліна☺, ♣козирний_король♣*;

Класифікація нікнеймів за графічними особливостями подана у вигляді рисунку 3.1:

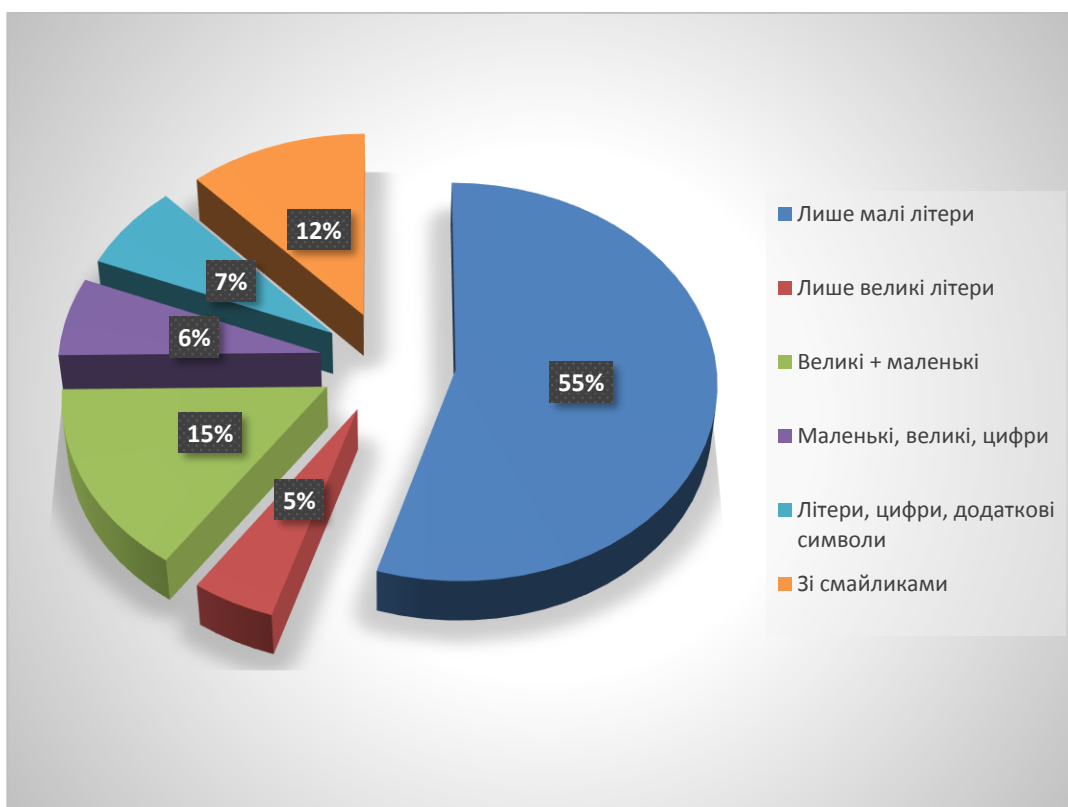


Рис. 3.1. Класифікація нікнеймів за графічними особливостями

Особливістю графічної передачі українських нікнеймів виступає те, що з розвитком та розповсюдженням мережі «Інтернет», користувачі застосовують латиницю для того, щоб передати графічну оболонку свого нікнейму. Таким чином, можна виділити такі тенденції:

1) передача українських слів за допомогою застосування латиниці: *Maryna12, kotusya_45, Andriy.Semenov4;*

2) повністю запозичене іноземне слово, в основному з англійської мови: *the_best_woman, You&Me;*

3) змішування літер з українського та іноземного алфавітів: *твоя_Cat; КапучіноWithMilk;*

4) застосування слова з іноземного словника в якості нікнейму з передачею його графічної форми із використанням українських літер: *Барбі, Самсунг, Кока_Кола.*

Таке різноманіття застосування знаків та символів, змішування малих та великих літер характеризується особливостями інтернет-простору, в якому функціонують нікнейми та пояснюється бажання користувачів, що виступають мовними особистостями віртуального світу, виділитися серед великої кількості інших користувачів. Також може використовуватися з ціллю того, щоб привернути увагу аудиторії, зацікавити її. Серед нікнеймів можна спостерігати активне застосування знаків, які відносяться до особливої семіотичної системи, яка зазвичай функціонує у віртуальному просторі – смайликів чи символів.

Смайлик – це схематичне зображення обличчя, яке використовується для того, щоб мати змогу передати певну емоцію. Елемент масової культури, який з'явився разом із розповсюдженням мережі інтернет серед населення. Смайлики активно використовують під час спілкування в інтернеті. При чому стандартний смайлик у вигляді усміхненого обличчя, може замінюватися однією дужкою, яка відкрита в ліву сторону: *Катруся), Місс Геніальність).*

Сучасне покоління виявляє неабияку креативність під час вибору псевдонімів та широко використовує для цього не тільки загальновідомі графічні символи, а й так званий Alt-код – смайли, стрілки та усілякі фігури у будь яких комбінаціях (*синя*)0); ****зірочка****; Я:-:i:-:a; †оля†, Злата☼).

Окрім цього, доволі часто застосовується характерний знак так званого «равлика» або «собачки» – @. Його дуже часто використовують для того, щоб замінити літеру «А»: М@вк@.

Графічний аналіз власних назв, які використовуються в соціальних мережах засвідчує, що нікнейми в українській мові суттєво відрізняються від традиційних імен. Вони можуть передаватися із використанням лише буквених символів (малих або великих). Також варто зазначити, що слово може починатися навіть з маленької літери, містить велику літеру в середині або на кінці, що істотно суперечить правилам та нормам писемного мовлення і зумовлюється особливостями віртуальної мережі як особливої форми комунікації та сфери функціонування власної назви.

Подібне розмаїття застосування символів, знаків, поєднання великих та маленьких літер обумовлене особливостями інтернет-простору та пояснюється бажанням користувачів, що виступають віртуальними мовними особистостями, вирізнятися серед великої кількості інших користувачів або ж застосовується з метою отримання більшої уваги. До того ж, в залежності від застосування таких орфографічних одиниць можна зробити певні висновки про емоційний стан носія нікнейму: розділові знаки, смайлики у вигляді двокрапки і правої дужки або тільки правої дужки дають можливість іншим користувачам схилитися до думки, що такий носій імені позитивно налаштований на спілкування.

3.4. Нікнеймінг на основі змішування мов

Поява інтернету дала новий поштовх розвитку досліджень нікнеймів, а також їхньому вивченню. Маючи певні особливості, серед яких суб'єктивність інформації, яка передається та отримується, анонімність, гіпертекстуальність,

специфічність, глобальність, мови, інтернет-простір створив особливий мікросоціум, що представлений мовними особистостями. Способом самопрезентації виступає власне ім'я, що піддається певним модифікаціям, обумовленим особливостями комунікацій у всесвітній мережі.

Аналіз власних назв в інтернеті показав, що нікнейми, на основі змішування мов, істотно відрізняються від традиційних імен.

3.4.1. Англійзовані українські нікнейми

Особливістю передачі англійзованих українських нікнеймів виступає те, що під впливом західної цивілізації, з появою, та розвитком інтернету, українськомовні особистості застосовують латиницю для того, щоб передати графічну оболонку нікнейму. Тож серед проаналізованих нікнеймів, спостерігається чотири особливості:

1) українське слово передається за допомогою латиниці: *Mal.va, Lesia22, koty.goroshko, Anatol_Kukula01*;

2) повне використання іноземного слова з англійської мови: *05.Scorpion.05, _key_, Lady_of_the_Flowers*;

3) змішання літер з двох алфавітів – англійського та українського: *РафіноVаний, КукуруDза, ZipcovaNe_дівчисько*;

4) застосування іноземного слова в якості нікнейма, передаючи його графічну форму за допомогою українських літер: *анпредіктебл, білий_мен, осінній.муд, кукумбер*.

Як і за графічним зображенням, нікнейми англійської мови відрізняються від традиційних особових імен за своєю морфологічною будовою. Проведений аналіз дає змогу зробити висновок про те, що, не дивлячись на те, що кількісні результати виявляються різними, так як деякі групи є більш численними та менш численними, що пояснюється певними відмінностями в морфологічних структурах англійської мови, все ж набагато найчастіше як українські користувачі мережі інтернет використовують англійськомовні іменники в якості нікнейма: *T.Thinker, Pea.nut, truthseeker12*,

_monk_9. Це можна пояснити тим, що саме іменники слугують для того, щоб назвати предмет, який співвідноситься з функціями мережевого імені. Відмінною рисою цієї групи нікнеймів в англійській мові виступає наявність артикля, що надає слову додаткової характеристики (вказує на те, що це одиниця або підкреслює узагальненість або ж унікальність предмету).

Інша численна група серед англійських нікнеймів – використання прикметника з іменником: *purple_jenny*, *black_widow_2005*, *Undisclosed12Desires*, *Silent_Wolf10*

Найменш численну групу склало поєднання дієслова та прислівника в англійських нікнеймах, мабуть це можна пояснити тим, що дієслово вказує на дію, але воно не викликає асоціації з найменуванням предмету чи людини: *talk_quietly*, *ask111frie*, *Follow_Now*.

Серед проаналізованих англійських нікнеймів було знайдено переважено велику кількість імен, що представлені різними морфологічними конструкціями, які було об'єднано групу. До подібних конструкцій відносяться одиниці, які були побудовані за наступними схемами:

- 1) вигук, прикметник, іменник: *_Oh_My_Gosh_*;
- 2) прислівник, (артикль) іменник: *Just.A.Girl*;
- 3) прислівник, займенник: *Only.Me*;
- 4) займенник, дієслово: *You15Say*;
- 5) частка, іменник: *Not_Midas*.

Здійснений аналіз показує, що найбільш часто користувачі мережі інтернет обирають ті нікнейми, які представлені одним словом, наприклад: *Polly_01*, *The_Apprentice25*. Проте, імена-конструкції також мають істотний відсоток від загальної кількості лексичних одиниць. Словосполучення зустрічаються значно частіше, ніж, наприклад, речення, що пояснюється, лаконічністю та стислістю віртуального простору, та технічно обмеженими можливостями створювати довгі імена.

Що стосується мережевих імен, виражених реченням, то їх кількість суттєво менша. Серед нікнеймів-речень були знайдені в основному ті, що

представляють собою просте речення: Who?, It_was_a_dark&stormy_night, im.the.one69.

3.4.2. Нікнейми на базі українсько-російського суржику

Загалом, можна виділити наступні групи нікнеймів, які виникли на базі українсько-російського:

- 1) написані тільки маленькими літерами: *містер.шифанер, _маскаль_, альонка, випускніца2021;*
- 2) написані повністю великими літерами: *НАТАЛІ.ОДЕССА, ВОЛОШКИ_В_ПОЛЄ;*
- 3) написані великими і маленькими літерами: *мАскаль_я, света.Б., Сама.Собі.Сазяйка*
- 4) написані великими або маленькими літерами з використанням цифр: *сімпатюлька22, солодка_конфетка_1996, славік24*
- 5) написані з використанням додаткових символів та знаків (наприклад, дефіси, крапки, лапки, нижні пробіли, три крапки, знаки питання: *іменно_я!, между.2 міров, директор_007, твій.ідеал.*

Серед нікнеймів українсько-російського суржику можна також спостерігати активне застосування знаків особливої семіотичної системи, що в основному функціонує в мережевому просторі – емотиконів, чи смайликів: *Денис©, Мій€Телеграм*. При цьому іноді стандартний смайлик у вигляді усміхненого обличчя замінюється однією дужкою, що відкрита в ліву сторону: *каршошечка_із_салом), Йа)).*

У багатьох випадках в нікнеймах із застосуванням суржика, що складаються з декількох слів, відсутні пробіли між його компонентами: *ТемнаНоч, лічітьМенеНеНадо.*

Проведений аналіз дає змогу зробити висновок, що, незважаючи на те, що кількісні результати виявилися різними одні групи українсько-російського суржику є більш численними, і менш численними, що пояснюється певними відмінностями в структурах двох мов – російської та української, все ж

найчастіше користувачі мережі «Інтернет» використовують іменник в якості нікнейму: *село_2020, Твій.Тіго, школьник2020*. Це пояснюється тим, що саме зазначена частина мови слугує для того, щоб називати предмет, який повністю співвідноситься з функціями мережевого імені.

В українсько-російському суржику другою за кількістю лексичних одиниць визначено групу мережевих імен, що виражені поєднанням двох іменників, наприклад: *крапелька.дождя, андрей.ільков, света_конфета*. Можна припустити, що це відбувається тому, що більшу частину групи займають нікнейми, які складаються з імені та прізвища: наприклад *Света Тарасенко, Шевченко Лев, Марина Хмільченко* або імені та по батькові: *Артём Александровіч, Наталя Ніколаєвна* мовної особистості, які морфологічно виступають в якості двох іменників. Значна частка нікнеймів в даній групі представлена двома іменниками в різних відмінках: *капля.дощу, внучкаПосейдона, жена_офіцера*, рідше – іменниками в одному відмінку: *Света.Света*.

Найменшу за своєю чисельністю групу в україно-російському суржику складають нікнейми, які виражаються за допомогою прикметників. Це пояснюється природою самого прикметника, який дає атрибутивну характеристику предмету, має змогу виражати його ознаки, але в той самий час, на відміну від іменника, не називає його: *спонт.Анна.Я, весьолоя*.

Серед нікнеймів-суржиків також можна виділити групи нікнеймів з різними компонентами. До неї можна віднести наступні поєднання:

- 1) іменник, прикметник, іменник: *ліля.зоряне.небо*,
- 2) дієслово, іменник: *ЛюблюМелочі*,
- 3) займенник: *Йа*
- 4) прислівник займенник: *Просто йа*.

Нікнейми українсько-російського суржику можуть мають більш різноманітні синтаксичні характеристики щодо способу вираження. Вони можуть бути представлені словосполученням, реченням або ж словом.

Здійснений аналіз засвідчує, що найбільш часто користувачі вибирають нікнейм, представлений одним словом: *Сельодка25, пірожене, голольод*. Проте, імена-конструкції також можуть складати значний відсоток від загальної кількості лексичних одиниць. Словосполучення зустрічаються значно частіше, ніж, наприклад, речення. З одного боку це пояснюється, стислістю та лаконічністю віртуального простору, але з іншого – технічно обмеженою можливістю створювати довгого імені, наприклад, *ГолубаНіч, кофе з молоком*.

Висновки до розділу 3

Отже, стилістичні фігури та прийоми, зокрема, метафора, епітет і різні повтори, – найпродуктивніші та найбільш часто уживані в процесі створення нікнеймів. Завдяки використанню стилістичних засобів нікнейм, формує позитивне враження про користувача, відображає його ідентичність. Проте серед 1000 проаналізованих нікнеймів практично не було зафіксовано таких, які б містили синекдоху, метонімію, оксиморон, порівняння. Очевидно, автори нікнеймів не знайшли доцільним використовувати ці стилістичні засобів. За своєю природою нікнейми багаті на стилістичні фігури. Аналізуючи нікнейми, ми зафіксували приклади таких стилістичних прийомів та фігур, як мовна гра, гіпербола, антитеза, рима, повтор, метафора, епітет.

Графічний аналіз власних назв, які встановлюються в соціальних мережах засвідчує, що нікнейми в українській мові суттєво відрізняються від традиційних імен. Вони можуть передаватися із використанням лише буквених символів. Також варто зазначити, що слово може починатися навіть з маленької літери, містити велику літеру в середині або в кінці, що істотно суперечить правилам та нормам писемного мовлення і зумовлюється особливостями віртуальної мережі як особливої форми комунікації та сфери функціонування власної назви.

Підбиваючи підсумки проведеного структурного аналізу нікнеймів в англійській, українській мовах, а також українсько-російського суржику,

можна зробити висновки про те, що рівні графічного зображення нікнеймів суттєво відрізняються від традиційних імен: вони можуть бути графічно відображені тільки маленькими літерами, тільки великими літерами, великими і маленькими літерами, великими або маленькими літерами з додаванням чисел, а також додаткових знаків і символів

Щодо морфологічних форм нікнеймів, серед них домінують іменники, рідше – прикметник чи дієслово з прислівником.

На рівні синтаксису найчастіше користувачі мережі «Інтернет» обирають нікнейм, який представлений одним словом. Однак, імена-конструкції також складають великий відсоток від загальної кількості лексичних одиниць.

ВИСНОВКИ

Розвиток інтернет-спілкування, систематичне зростання кількості користувачів мережі, а значить і поява нових нікнеймів дає базу для наступних досліджень в цій галузі. Система нікнеймів містить в себе різного роду явища за складом, за походженням, за відсутністю чи наявністю експресії. Нікнейм у мережі – це один з методів самоідентифікації серед користувачів, а у процесі спілкування віртуальна особистість будує свою власну ідентичність за рахунок своєї самопрезентації. Найчастіше в нікнеймі зашифрована інформація про самого користувача: крім власного імені, це може бути стать, вік, хобі, професія, особливості характеру або зовнішності людини, її вподобання, емоційний стан тощо.

На основі здійсненого дослідження теоретичних джерел та практичного матеріалу можна зробити такі висновки. Під час спілкування в мережі віртуальна особистість будує свою власну ідентичність за рахунок самопрезентації. Основним способом самопрезентації, який надає інформацію ідентифікації про користувача, виступає його ім'я – нікнейм. Нікнеймом може бути слово, словосполучення або речення, яке застосовується за допомогою віртуальної мови індивідом під час спілкування в інтернеті, який дозволяє особистості самопрезентуватися та позиціонувати себе. За своїми функціями нікнейм дуже подібний до псевдоніму, але існують певні особливості, які відрізняють їх. Семантична природа нікнеймів має складний характер і розкриває їхнє значення. Зазвичай у нікнеймах зашифрована особиста інформація користувача.

У кваліфікаційній роботі проаналізовано 1000 нікнеймів українськомовного інтернет-простору. Виконане дослідження засвідчило, що в українській інтернет-комунікації найбільшу частку нікнеймів від загальної кількості назв становлять автоніми. Це можна пояснити тим, що автонім є справжнім ім'ям людини і сучасні користувачі не намагаються приховати своє

справжнє ім'я, а прагнуть до відкритості, хочуть дати якомога більше інформації про себе. І лише невелика кількість користувачів використовує фізіоніми для створення свого нікнейму.

Дослідження структурних особливостей нікнеймів дало можливість виокремити багатокomпонентні інтернет-імена. Найпоширенішими підгрупами багатокomпонентних найменувань виступають нікнейми, які ускладнені додатковими голосними літерами та які містять малі чи великі букви або ж їх поєднання, а також ненормативні знаки та символи. Серед багатокomпонентних мережових імен продуктивними є нікнейми, що становлять проміжну ланку щодо написання між разом та окремо, утворені поєднанням двох слів, найменування, що мають цифри, нікнейми, які об'єднують маленькі літери, розділові знаки та/або відступи, імена, які містять нижні підкреслення.

Стилістичні фігури та прийоми, зокрема, метафора, епітет і різні повтори, – найпродуктивніші та найбільш часто уживані в процесі створення нікнеймів. Завдяки використанню стилістичних засобів нікнейм справляє позитивне враження про користувача, формує його ідентичність. Проте серед проаналізованих нікнеймів практично не було зафіксовано таких, які б містили синекдоху, метонімію, оксиморон, порівняння. Очевидно, вони заскладні для користувачів інтернету, не достатньо придатні для самопрезентації. За нашими спостереженнями, нікнейми особливо багаті на такі стилістичні фігури, як мовна гра, гіпербола, антитеза, рима, повтор, метафора, епітет.

Графічний аналіз власних назв, які застосовуються в соціальних мережах засвідчує, що нікнейми, в українській мові, суттєво відрізняються від традиційних імен. Вони можуть передаватися із використанням лише буквених символів. Також варто зазначити, що слово може починатися навіть з маленької літери, містити велику літеру в середині або на кінці, що істотно суперечить правилам та нормам писемного мовлення і зумовлюється особливостями віртуальної мережі як особливої форми комунікації та сфери функціонування власної назви.

Підбиваючи підсумки проведеного структурного аналізу нікнеймів в українській мові, можна зробити висновки про те, що користувачі тяжіють до компактних однокомпонентних назв або до назв у формі невеликих словосполучень на основі узгодження, керування та прилягання. Нікнейми – речення представлені обмежено.

Серед морфологічних форм однокомпонентних нікнеймів українці віддають перевагу іменникам, рідше обирають прикметник, дієслово чи прислівник. Зовсім обмежено представлені займенники та інші частини мови.

Проведене дослідження свідчить, що користувач соціальної мережі не прагне приховати свою особистість, навпаки він хоче якнайбільше реалізувати себе у віртуальному спілкуванні як особистість комунікативну, незвичайну, цікаву, яскраву, соціально активну, відкриту до спілкування і знайомств. Люди використовують найрізноманітніші ніки для презентації себе як особистості, підкреслюючи риси характеру, уподобання, захоплення, свої ідеали, таланти, професійну сферу тощо.

Існує велика кількість класифікацій мережевих імен, які побудованих за різними принципами. В нашій роботі зібрані нікнейми були прокласифіковані за графічним зображенням та структурою, частиномовною та тематичною належністю. На рівні графічного зображення нікнейми суттєво відрізняються від традиційних імен: вони можуть бути графічно відображені: тільки маленькими літерами, тільки великими літерами, великими і маленькими літерами, великими або маленькими літерами з використанням цифр, а також додатковими знаками та символами.

Українська молодь схильна утворювати нікнейми на основі англійських слів, утворюючи гібридні назви з різномовними компонентами. У такий спосіб вона засвідчує своє знання інших мов, проєвропейську орієнтацію, намагання бути модним, оригінальним, сучасним. Водночас виявлено низку нікнеймів на основі українсько-російського суржику. Такі власні назви вказують на непретензійність користувача, його бунт проти мовних правил, низький рівень культури.

Таким чином, аналіз мережевих імен соціальних мереж показав, що нікнейм – новий сучасний різновид антропонімного найменування, яким репрезентується користувач у віртуальному просторі, і який передає риси та оригінальність особистості, якими вона заявляє про себе у соціумі.

Виконане дослідження відкриває перспективи для подальшого вивчення мовних форм віртуального спілкування, його відмінності від реального.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Анікіна Т. В. Віртуальний антропонім в системі сучасної комунікації. Філологічний вісник. 2012. №2. С. 56–59
2. Антонова Н.В., Одинцова М.С. «Интеграционная модель исследования идентичности в контексте интернет-коммуникации», М., 2010 год;
3. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.
4. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.19 / Нина Геннадьевна Асмус. – Челябинск, 2005. – 191 с.
5. Баган М.П. Заперечна стратегія самопредставлення в сучасному українськомовному віртуальному просторі // Баган М.П. Заперечення в сучасному українському комунікативному просторі: традиції і новаторство: монографія. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2021. С.161 – 166.
6. Баган М. П. Конотації зоонімів у сучасному молодіжному мовленні і традиційній українській лінгвокультурі: константи і динаміка сприйняття. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Філологія. 2021. Вип. 1 (45). С. 51–57.
7. Балкунова А. С. Роль сетевого имени (никнейма) во взаимодействии субъектов виртуальной коммуникации: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: спец.10.02.19 «Теория языка» / А. С. Балкунова. – М., 2012. – 26 с.
8. Бучко, Д., Ткачова, Н. (2012), Словник української ономастичної термінології. Харків.
9. Галичкина Е. Н. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство. Волгоград: Парадигма, 2012. 322 с.
10. Горина Е. В. Конституирующие признаки дискурса Интернета. – Екатеринбург, 44 2015.

11. Горошко О. І. Гендерні аспекти інтернет-комунікацій: автореф. дис. На здобуття наук. ступеня докт. соціол. наук : спец. 22.00.04 – «Спеціальні та галузеві соціології.» / О. І. Горошко. – Харків. – 2009. – 35с
12. Гусєва, А. С. (2013), Мовна особистість в умовах віртуальної комунікації: номінація користувача як мовний код. В: Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». 4 (2), 58–64.
13. Девтеров, І. В. Соціалізація людини у кіберпросторі: монографія / І. В. Девтеров. – Київ : НТУУ «КПІ», ВПІ ВПК «Політехніка», 2012. – 360 с.
14. Довбня І. П. Власні імена в когнітивно-ономасіологічному аспекті / І. П. Довбня // Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». – 2008. – №16. – С. 316–319.
15. Ерофеев Ю.В. Проблема анонимности и авторства в немецкоязычных интернет-анекдотах про женщин / Ю.В. Ерофеев // Известия Самарского научного центра РАН. – 2011. – Т. 13, №2–4. – С. 937–939.
16. Коваль А. П. Життя і пригоди імен. К., 1988. 256 с.
17. Компанцева Л. Ф. Інтернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти : автореф. дис. ...д-ра філол. наук : 10.02.02. Київ, 2007. 36 с.
18. Компанцева Л. Ф. Український філологічний Інтернет – новий комунікативний досвід. Українська мова й література в середній школі, гімназіях, ліцеях та колегіумах. 2004. № 3. С. 129–139.
19. Мудрова Н. В. Мовна гра як засіб поетики власних назв : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / Н. В. Мудрова. – Донецьк, 2008. – 18 с.
20. Наливайко М. Я. Сучасні прізвиська жителів Львівщини / М. Я. Наливайко // Слов'янський збірник. – 2014. – №18. – С. 75–83.
21. Нові слова та значення: словник / Ін-т укр. Мови НАН України; уклад. Л.В. Туровська, Л.М. Васількова. К. : Довіра, 2009. 271 с.
22. Переломов А.Ю. Інтернет як канал зв'язку переклад-опосередкованої комунікації в мультилінгвальних та мультикультурних контекстах / А.Ю. Переломов// Філологічні трактати. –Том 2. – 2010. – №3. – С. 183–187.

23. Попова А. В. Нікнейм як основний засіб самопрезентації віртуальної особистості в інтернет-комунікації: семантична природа та класифікація (на матеріалі української мови). Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах. Вінниця, 2017. Вип. 33–34. С. 49–58
24. Попова А. В. Структурні особливості нікнеймів в англійській та українській антропоніміці. Актуальні питання вивчення германських, романських і слов'янських мов і літератур та методики викладання іноземних мов. Донецьк, 2017. С. 62–67.
25. Сазонова Є. О. Антропонім в Інтернет-комунікації (на матеріалі української, англійської та італійської мов) : дис. ...канд. філол. наук : 10.02.15. Донецьк, 2013. 190 с. Сазонова Є. О. Віртуальний нікнейм як прецедентний. Лінгвістика. 2012. Вип. 2. С. 264–271.
26. Сазонова Є. О. Графічна природа Інтернет-імен. Лінгвістичні студії : зб. наук. праць. Донецьк, 2012. Вип. 25. С. 31–34.
27. Сазонова Є. О. Лексико-граматичні характеристики нікнеймів (на матеріалі української та англійської мов). Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Луганськ, 2010. Вип. 18 (205). С. 76–80.
28. Сазонова Є. О. Нікнейміка як нова галузь сучасної антропоніміки. *Studia linguistica*. Київ, 2014. Вип. 8. С. 399–403.
29. Сазонова Є. О. Феномен веб-особистості. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна. Острог, 2017. Вип. 66. С. 81–82
30. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія/ О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля – К, 2010. – 844с.
31. Сенько Е.В. Теоретические основы неологии. Владикавказ: Изд-во Сев.-Осет. гос. ун-та, 2001. 107 с
32. Серажим К. Дискурс як соціо-лінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [на матеріалах суч. газетн. публіцистики]: монографія / К. Серажим. — К., 2002. – 392 с
33. Синельникова Л. Н. Языковая личность vs дискурсивная личность: отношения дополнительности или новая категоризация / Л. Н. Синельникова // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе:

- межвуз. сб. науч. тр. / ФГБОУ ВПО «ОГИИК». — Орёл : Изд. ООО «Горизонт», 2011. — Вып. 9. — С. 37–44.
34. Смольников С. Н. Актуальная и потенциальная русская антропонимия / С. Н. Смольников // Вопросы ономастики. — 2005. — № 2. — С. 23–35.
35. Сосюр Ф. де Курс загальної лінгвістики. - Київ : Основи, 1998. — 324 с.
36. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови : монографія. Хмельницький :Авіст, 2008. 548 с.
37. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови : монографія. Хмельницький :ХНУ, 2009.Ч. 2. 374 с.
38. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови :автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2010. 35 с
- 39.Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англомовному дискурсі: [монографія]/ І. Є. Фролова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – 344с.
40. Ходоренко, Г. В. Найменування осіб у російськомовній інтернет-комунікації: структурний і семантичний аспекти: автореферат дис. ... канд. філол. наук. Дніпропетровськ, 2006.
41. Чепель Ю. В. Актуальные проблемы исследования концепта в современной лингвистике. – 2008
42. Якунина, М. Л. (2013), Особенности интернет-дискурса: никнейм. В: Филологические науки. Вопросы теории и практики. 3 (21), 218–221.
43. Ярошенко, Н. О. (2009), Антропоніми та логіноніми: наслідки міжвидової трансонімізації. В: Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство». 15 (2), 173–177.
44. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації: [монографія]/Т. В. Яхонтова. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. –420 с.
45. Baron N. S. Language of the Internet / N. S. Baron // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.american.edu/cas/lfs/faculty-docs/upload/N-Baron-Language-Internet.pdf>

46. Chandler, D. Personal Homepages and the Construction of Identities on the Web [Электронный ресурс]. – 1998. – Режим доступа: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html#C>
47. Crystal D. Language and the Internet / D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 2004. – 272 p.
48. Harris Z. Discourse analysis // Language. – 1952. – V. 28. – No 1. – P. 1–30.
49. Herring S. S. Computer-Mediated Discourse // S. S. Herring // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.let.rug.nl/redeker/herring.pdf>
50. Longman / Langenscheid Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ldoceonline.com> .
51. Scheidt L.A. Avatars and Nicknames in Adolescent Chat Spaces [Электронный ресурс]. – 2001. – Режим доступа: http://loisscheidt.com/working_papers_archive/Avatars_and_Nicknames.pdf
52. Wallace P. The Psychology of the Internet. – Cambridge, 1999. – 29 p.

SUMMARY

Krasko O. O. Conceptual principles of nicknameing in the Ukrainian speaking virtual space.

The master's thesis is devoted to the study of ways of self-presentation of participants of virtual communication on the Internet.

The Internet provides an endless field of self-presentation from a position that directly depends on the individual. The virtual environment creates a unique context in which a person can experiment with his image.

The relevance of studying the conceptual foundations of nicknames in the Ukrainian-speaking virtual environment is determined by the relatively recent emergence of nicknames, their important role, and insufficiently thorough study of them in the works of linguists.

The purpose of the work is to determine the conceptual basis of nicknames in the Ukrainian-speaking virtual space.

The object of the research is nicknames in the Ukrainian-speaking virtual space.

The work consists of theoretical and practical parts and conclusions.

The study shows the specifics of electronic communication, characterizes the nickname as a special nominative unit, and clarifies the psychological aspects of choosing a nickname.

1,000 nicknames were analyzed, as a result it was possible to determine the lexical specificity of nicknames, systematize the grammatical structures of nicknames, analyze the graphic features of nicknames, and outline the properties of nicknames based on mixing languages.

The results of the study can be used for further scientific research of nicknames, for studying the course “Modern Ukrainian Language” (section “Lexicology”), when mastering special courses and electives on the Ukrainian language.

Key words: *nicknames, virtual communication, Internet, the structure of nicknames, onyms.*