

## ЛІТАРАТУРА

- 1 Бугаёў, Дз. Дасягнутае і страчанае / Дз. Бугаёў // Польшмя. – 1993. – № 12. – С. 229–248.
- 2 Назараў, В. Ф. Эвалюцыя сатыры Андрэя Мрыя ў апавадваннях 1920-х гадоў / В. Ф. Назараў // Весн. Мазырскага дзярж. ун-та, 2006. – № 12. (15) – С. 107–114.

## ИМЯ И СЛОВО В КОНТЕКСТЕ СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ ЯЗЫКА

**С. С. АНУФРИЕВА**

Беларусь, Витебск

### ПРИНЦИПЫ И СПОСОБЫ НОМИНАЦИИ КОММУНИКАНТОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

*Мы ники выбираем, как имя  
кораблям,  
Они – и смысл, и случай, и примета.  
(из Интернета)*

Имена и названия всегда играли особую роль. С выяснения имени начинается знакомство людей друг с другом. Собственные имена чрезвычайно важны для общения и взаимопонимания людей.

Очевиден тот факт, что имя является своеобразной визитной карточкой его носителя. Имя отождествляется с человеком, через него он познает сам себя и общается с окружающими, и если уже звучание имени способно вызвать в людях какое-либо чувство, то это чувство будет автоматически переноситься на обладателя имени. Отметим, что имена роботизированные, зафиксированные графически определенным образом и представляемые в таком виде потенциальному коммуниканту, обладают теми же свойствами.

Рассмотрим прагматические возможности имени собственного как способа номинации Интернет-коммуникантов, а также укажем некоторые факторы, позволяющие раскрыть природу функционирования имени собственного в рамках сетикета (сетевого этикета). Идеология Интернета не подразумевает обязательного “подписывания” собственной фамилией или именем, атрибутирующими тот текст, который размещается в сетевом пространстве, что

создает благоприятные условия для частичной деструкции авторского начала, его маскировки, возможности варьирования и т.п.

Интернет, являясь принципиально новым средством массовой коммуникации, охватывающим миллионы людей по всему миру несомненно, предоставил безграничные возможности для пользователей сети, но и породил ряд глобальных вопросов, требующих и внимания лингвистов в том числе.

Известно, что Интернет создает продуктивные условия для формирования виртуального плана общения, зачастую параллельно реальному во времени, пространстве, и самое главное, сознании коммуникантов.

В качестве практического материала проведем анализ способов номинации мужчин на основе профайлов мужского населения Беларуси в следующих возрастных категориях: 21–30 лет, 31–40 лет, 41–50 лет, размещенных ими на одном из многочисленных и столь популярных сейчас сайтах знакомств [gambler.ru](http://gambler.ru). Как известно, это один из наиболее технически развитых сайтов.

Очевидно, что самая общая инициальная цель посещения данного сайта определяется его названием: человек желает расширить внешний круг общения. Будем причислять к внешнему кругу общения людей, которые хотя бы однажды вступали в коммуникативные отношения (коими можно считать, на наш взгляд, даже обмен подмигиваниями как формой выражения симпатии или использованием данного приема с аттрактивной целью).

Знакомство с потенциальным коммуникантом начинается с предъявления его имени или ника.

Выбор способа самопрезентации коммуниканта на данном сайте в большей степени определяется сознательными факторами, идущими от самого субъекта-номинатора.

Имя можно рассматривать как условный набор некоторых звуков и графических знаков (букв), который осознается как единое целое. Имя собственное присваивается его носителю в индивидуальном порядке и отличается универсальностью его функционирования даже при изменении языковой среды.

Человек может взять в качестве ника свое реальное имя, фамилию или прозвище, тогда эта мотивация исходит от других людей, но также не лишена рационального зерна.

В любом случае способ номинации, избранный потенциальным коммуникантом для представления себя в сети Интернет, является продуктом индивидуального и намеренного имятворчества, характеризующимся личными

доминативными усилиями и проявлением ситуативности и контекстуальности оправданности выбора.

В любом случае процесс создания и присвоения ника относится к акту искусственной номинации для представительства и функционирования в новой языковой среде: в сфере межличностных контактов в виртуальной реальности со своей идеологией и субкультурой.

Имя здесь совсем не обязательно должно отличаться повторимостью или уникальностью.

Считается, однако, что в виртуальном мире происходит дискреционное личностное, ликвидируются психологические барьеры, сменяются акценты с результата на процесс их создания (потребление текстов). Отсюда некоторые общие тенденции в функционировании имени коммуникантов на сайте знакомств: некоторая деперсонализация и акцентуированный ник или нарочитая самопрезентация (например, *Герой, Мужчина, Богач, Сексуален* и т.п.). Такого героя сайта знакомств, подписывающегося ником, можно считать героем нашего времени, героем с точки зрения современной культуры, феноменом которой и является знакомство в сети.

Проанализировав разновозрастные категории коммуникантов, мы пришли к следующим выводам: в большинстве случаев естественная номинация остается предпочтительным вариантом представления коммуникантов; ники коммуникантов, которым приписывается определенное значение при искусственной номинации, характеризуют либо внешность, либо внутренне состояние референта (причем реализуется это значение и на уровне формы, и на уровне содержания).

В рамках естественной номинации: наиболее традиционны в представлении мужчины в возрастной группе от 41 до 50 лет. Они чаще всего используют вариант “фамилия+имя”, например, *Александр Антоин, Изотов Петр*; возрастная категория от 31 до 40 лет использует в большей степени полные имена: *Александр, Дмитрий, Сергей, Алексей*; мужчины 21-30 лет предпочитают использовать естественную номинацию с многочисленными вариантами: *Евгений, Женя, Женечка, Женька, Яугенечка* или *Сергей, Серёга, Серёжа, Серис*.

Укажем на некоторые намеренные отклонения коммуникантов в графическом облике имен, относящихся к способам естественной номинации: *Ваван, Валоденька, Пафлик, Олеган, Александер*. Вероятнее всего, такие очевидные отклонения от нормативных вариантов можно объяснить стремлением носителей таких имен привлечь внимание потенциального собеседника среди многочисленных традиционно упомянутых профайлов представителей своей возрастной группы. Иногда это может свидетельствовать также о социальном статусе владельца

профайла или принадлежности его к определенной профессиональной группе.

Отметим тот факт, что среди имен представителей возрастной категории до 30 лет лидирующие позиции занимают следующие имена или их варианты: *Александр, Сергей, Андрей, Дмитрий*. Примечательно, что такая количественная характеристика подтверждает данные профессора А.М. Мезенко, свидетельствующие о частотности использования данных имен при имянаречии младенцев, начиная с 1976 г., именно эти имена входили в число самых популярных имен того времени [1, с. 54–55].

В рамках искусственной номинации (сознательной, вторичной, следовательно, обусловленной определенным набором факторов): многие мужчины в условиях повышенной конкуренции, которую искусственно порождает сеть, полны решимости создать собственное “Я” в интернете. Поскольку потенциальные коммуниканты видят лишь ник и фотографию как “одежку”, то по ним и встречаются. Всем известно, что хороший ник привлекает внимание. Для этого он должен содержать какую-то недосказанность, оставлять вопросы. При анализе ника следует обязательно посмотреть на факт его восприятия, т.е. что можно подумать о человеке под тем или иным именем. Притом расшифровка ника тоже должна быть, исключение составляет лишь случай, когда используется имя, кличка, фамилия, место жительства, профессия в различных сочетаниях.

Ники можно разделить на две большие группы: исторические и социальные. Исторические ники можно рассматривать в русле теории интертекстуальности, сюда же можно отнести ники, выбранные по имени литературного (иногда сказочного) героя, героя фильмов, телесериалов и компьютерных игр: *Джеймс Бонд, агент 007, Lancelot, Kolumb, Раскольников, Гоблин* и др.

К социальным никам относятся ники, являющиеся производными от профессии владельца: *Доктор, Стилист, Шофёр, Учитель*. Следует учитывать тот факт, что профессии могут подразумевать метафорическое наполнение и могут быть восполнены следующим образом: *Доктор человеческих душ, Учитель жизни и т.п.*

Иногда ник отражает характер или черту характера человека, внешность: *Рыжий, Храбрый, Одинокий, Застенчивый* и т.п. Однако нужно иметь в виду, что иногда коммуникант желаемое выдаёт за действительное, чтобы спровоцировать общение.

Анализ плана выражения требует отдельного рассмотрения, так как имя может быть набрано как русскими буквами (кириллицей), так и латинскими (латиницей). В большинстве случаев использование латиницы

при предъявлении имени собственного не оправдано и может быть объяснено лишь влиянием тенденций стиля и моды.

Интернет генерирует, продуцирует и потребляет форматы взаимодействия и представления нового типа и выстраивает вокруг себя специфическую форму культуры, которую нельзя игнорировать, но можно, волею, направлять и формировать.

## ЛИТЕРАТУРА

1 Мезенка, Г. М. Беларуская анамастыка / Г. М. Мезенка. – Мінск : Выш. школа, 1997.

**С. Ф. БУТ-ГУСАІМ, І. М. МАЦКЕВІЧ**

Беларусь, Брэст

### **ВАРЫЯТЫЎНАСЦЬ І ПРАГМАТЫЧНАЯ ЗНАЧНАСЦЬ УЛАСНЫХ АСАБОВЫХ ІМЁНАЎ У КАНТЭКСТЕ ТВОРАЎ ГЕОРГІЯ МАРЧУКА**

Ствараючы партрэты нашых сучаснікаў, аналізуючы чалавечыя тэрасункі ў цяперашнім грамадстве, Георгій Марчук умела выкарыстоўвае прагматычны патэнцыял уласных асабовых імёнаў – яркага паказчыка статусу чалавека ў сацыюме і дзейснага прагматычнага рэгулятара ўзаемаадносінаў паміж людзьмі.

Як вядома, адметнасць зместавай прыроды моўнай адзінкі фарміруецца пад уплывам яе ролі ў паведанні. Антрапонімы, у асаблівасці, асабовыя імёны, выконваюць у выказванні ідэнтыфікуючую функцыю. Яны найперш устанаўліваюць сувязь з канкрэтным аб'ектам рэальнага свету, а не з паняццем пра яго. “Гіпертрафіравана намінацыйнае” (пагодле азначэння А.А. Рэфармацкага), уласнае імя не мае семіялагічных уласцівасцей. Пазбаўленае значэння (семантыкі), асабовае імя выступае своеасаблівым пасведчаннем (пашпартам) асобы. Яно нясе інфармацыю пра пол, узрост, нацыянальнасць, веравызнанне, і, што самае галоўнае, форма асабовага імя з’яўляецца паказчыкам аўтарытэту, вагі, значнасці асобы ў грамадстве.

Падзеі, што разгортваюцца ў творы, адбываюцца ў пэўную гістарычную эпоху, у пэўным сацыюме. І пісьменнік, называючы сваіх герояў, выбірае адпаведныя ўмовам *эчасу*: часу, месцу, узаемаадносінам герояў, аўтарскай іх адэнцы – варыяцый імёнаў, беручы іх непасрэдна з жыцця, будуючы па вядомых у мове мадэлях. Кожная з разнавіднасцяў уласнага асабовага імя з’яўляецца носьбітам сацыяльнай інфармацыі. Так,