

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕРЕЖЕВИХ ІМЕН В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ АНТРОПОНІМІЦІ

А. В. Попова

Під антропонімікою розуміємо науку, що вивчає імена, імена по батькові, прізвища, прізвиська, псевдоніми людей [4 : 66].

У результаті дослідження було з'ясовано, що 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 семантичним єдністю компонентів, наявністю лексичного фону, соціально-історичної обумовленістю), а також виконує ряд функцій, основна з яких – номінативна

Поява Інтернету дала новий поштовх розвитку антропонімів, а отже і їх вивченню. Володіючи низкою особливостей, серед яких суб'єктивність інформації, що передається та отримується, гіпертекстуальність, глобальність, анонімність, специфічність мови, Інтернет-простір створив особливий мікросоціум, представлений мовними особистостями [1 : 128]. Способом саморепрезентації стало ім'я власне, піддане певним модифікаціям, обумовленим особливостями комунікацій в Інтернет-просторі.

Нікнейм став віртуальним аналогом імені власного. Аналіз досліджень за темою дозволяє зробити висновок, що нікнейм – це одиниця штучної номінації, створена мовною особистістю для саморепрезентації в Інтернет-просторі [3 : 77].

Семантична природа мережових імен є найбільш складною та розкриває їх значення. Дуже часто в нікнеймі зашифрована інформація про самого користувача: крім особистого імені це може бути вік, стать, професія, хобі, особливості зовнішності або характеру людини, її емоційний стан, вподобання, тощо [5 : 111]. 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 мережових імен.

Зважаючи на схожість нікнеймів і псевдонімів, для розкриття їх семантичної природи вважаємо доречним використовувати класифікацію псевдонімів, запропоновану В. Г. Дмитрієвим в монографії «Скрывшие своё имя», в основу якої покладено спосіб їх семантичного творення (наприклад, геронім – прийняте в якості псевдоніма прізвище літературного персонажа або міфологічної істоти, зоонім – підпис, в основу якого покладено назву тварини, та ін.) [2 : 135].

У ході дослідження було виявлено, що серед англійських нікнеймів провідна позиція належить значному відсотку нікнеймів (189 од., 37,8 %), які не належать до жодної із запропонованих груп в даній класифікації, адже є незрозумілими іншим комунікантам і вимагають пояснення самого користувача для того, щоб була можливість визначити семантичну сутність мережового імені, напр., англ. *sgpnclsla*, *br34st*, *zaagabriel*, *dvwfqabtk*. Серед мережових імен, чия семантична природа піддається аналізу, найбільш чисельну групу складають преноніми, тобто нікнейми, що складаються лише з імені користувача, напр. англ. *Maria*, *Robbie*, *Aleisha15*, *Alice* (112 од., 22,4 %). Варто зазначити, що дана група виявилася домінуючою й серед українських мережових імен, напр. укр. *Ленка*, *Ксюшенька*, *Марічка*, *Денис* © (63 од., 12,6 %). Це може бути обумовлено тим, що тільки особисте ім'я (без середнього імені та прізвища) найчастіше використовується при зверненні до людини, при знайомстві, а також є швидким і лаконічним способом найменування мовної особистості у віртуальному просторі, чого і вимагає Інтернет-простір. Пренонім дуже схожий на автонім (справжнє ім'я людини), проте останній становить невеликий відсоток мережових імен (20 од., 4 % в англійській мові та 15 од., 3 % в українській мові), імовірно тому, що являє собою більш формальний, офіційний варіант особистого імені, і тому не є

притаманним віртуальному простору, напр. англ. *josephevans*, *johnsmith30*, *SophiaGreen*; укр. Максим Стюфляєв, Микола Шевченко, Сергій Вакулєнко.

Серед інших семантичних груп нікнеймів виявлено наступні: титлоніми – імена, що вказують на посади, професії, соціальні статуси, напр. англ. *model_wife* (*wife* ‘дружина’), *chef1414* (*chef* ‘шеф’), *monk90* (*monk* ‘монах’) (31 од., 6,2%); укр. *Старійшина*, *Генеральний писар*, *Опозиціонер* (78 од., 15,6%); героніми – нікнейми, що позначають імена літературних героїв та назви міфічних істот, напр. англ. *Aurora* (‘давньоримська богиня ранкової зорі’), *MagWitch* (*witch* ‘відьма’), *aryielle* (‘янгол в іудаїзмі’) (29 од., 5,8%); укр. *Фарбований Лис* (головний герой однойменної казки Івана Франка), *Білосніжка*, *Попелюшка* (50 од., 10%); ейдоніми – нікнейм, що містить у собі інформацію про зовнішність користувача, напр. англ. *baby_blue_eyes* ‘малюк блакитні очі’, *browneyed* ‘кароокий’, *sweetlips220* (27 од., 5,4%); укр. *зеленоока*, *Кароока*, *красивий українець* (17 од., 3,4%); зооніми – нікнейми-назви тварин, напр. англ. *TheFish* (*fish* ‘риба’), *SilentWolf* (*wolf* ‘вовк’), *Menthol_Penguin* (*penguin* ‘пінгвін’) (27 од., 5,4%); укр. *їжачок*, *білочка-пустунка*, *вівця-перевертень* (36 од., 7,2%); френоніми – Інтернет-імена, що вказують на певні риси характеру користувача, напр. англ. *mad_girl* ‘божевільна дівчина’, *shy_guy85* ‘сором’язливий хлопець’, *Mr.Dreadful* ‘Містер Жахливий’ (27 од., 5,4%); укр. *Нечупара*, *Мрійниця*, *Найрозумніша* (32 од., 6,4%); топоніми – нікнейми, які містять у собі географічну назву, напр. англ. *Glasgowghirl* (Гласго — ‘найбільше місто Шотландії’), *texas_diva* (Техас — ‘штат у США’), *Kent_Man25* (Кент — ‘графство в Англії’) (26 од., 5,2%); укр. *СССР*, *Киянин*, *львів’янка* (20 од., 4%); хроматоніми – мережеві імена, які містять у собі назву кольору, напр. англ. *red hair 29* ‘руде волосся’, *DarkBlueGirl* ‘темно-синя дівчина’, *the_orange_witch* ‘помаранчева відьма’ (13 од., 2,6%); укр. *Біла миша*, *БлакитнаНіч*, *Біла киця* (5 од., 1%); алоніми або гетероніми – обрані в якості нікнейма імена відомих особистостей, напр. англ. *MissKimKardashian*, *dante2008* (10 од., 2%); укр. *ТОДОСЬ ОСЬМАЧКА* (український письменник), *Устим Кармелюк* (український національний герой), *Наполеон34* (19 од., 3,8%); фітоніми – нікнейми, що позначають назву рослини, напр. англ. *ScarletRose* (*rose* ‘троянда’), *poisonivy60* (*ivy* ‘плющ’), *apple124* ‘яблуко’ (7 од., 1,4%); укр. *Жоржина*, *Магнолія*, *конвалія* (27 од., 5,4%).

Однак, класифікаційні категорії Інтернет-імен, виявлені під час аналізу в англійській та українській мовах, відрізняються не лише за кількісними показниками їхніх складових. Так, наприклад, серед українських нікнеймів знайдено такі, що відсутні в англійській антропоніміці, і тому формують окрему групу, наприклад, етроніми — імена, які вказують на національність автора, напр. укр. *-Українець-*, *ukraïner*, *Венгер*, *я Циган*, *Українка 2012* (6 од., 1,2%).

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що найбільш продуктивними групами в обох мовах є групи пренонімів, титлонімів та геронімів, у той час як найменш продуктивними – аноніми та фітоніми, а також етроніми в українській мові.

Література

1. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.19 / Нина Геннадьевна Асмус. — Челябинск, 2005. — 191 с.
2. Дмитриев В. Г. Скрывшие своё имя: из истории псевдонимов и анонимов / В. Г. Дмитриев. — М. : Наука, 1977. — 312 с.
3. Сазонова Є. О. Антропонім в Інтернет-комунікації (на матеріалі української, англійської та італійської мов): дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.15 / Євгенія Олександрівна Сазонова. — Донецьк, 2013. — 190 с.
4. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. — М. : Наука, 1983. — 367 с.
5. Crystal D. Language and the Internet / D. Crystal // Cambridge University Press, 2004. — 272 p.