

НІКІ: ПРАГМАТЫЧНЫ АСПЕКТ САМАНАЗВЫ

Нік – гэта найбольш яркі вербальны сродак самапрэзентацыі асобы ў інтэрнэт-камунікацыі. Па сутнасці, гэта псеўданім віртуальнай асобы, якую стварае аўтар падчас уваходжання ў чат ці блог.

Механізмы стварэння і бытавання нікаў у сеціве актыўна вывучаюцца амерыканскімі і расійскімі псіхолагамі і лінгвістамі. У беларускай навуцы гэты раздзел анамастыкі амаль не распрацаваны, нягледзячы на тое, што беларускі анамастыкон досыць шырока прадстаўлены ў байнэце.

Нікі заўсёды ствараюцца з пэўнымі камунікацыйнымі мэтамі: ці то для афіцыйнай перапіскі, ці то для рэгістрацыі на форуме, ці то для размовы ў чаче. Натуральна, для кожнага з гэтых відаў камунікацыі характэрныя свае нікі. Але для дадзенага даклада я абмежавалася нікамі, узятымі з беларускага сектару аднаго з найпапулярнейшых сайтаў www.livejournal.com (на красавік 2009 года налічваецца больш за 36 тысяч карыстальнікаў з Беларусі).

Ангельскае шматзначнае слова *journal* (дзённік, часопіс) было зразумета славянскімі карыстальнікамі па-рознаму. Нехта пабачыў у ім магчымасць весці публічныя дзённікавыя запісы, нехта зразумеў як пляцоўку для выражэння сваёй грамадзянскай пазіцыі або творчасці, нехта ж проста як разнавіднасць СМІ. Такім чынам мы бачым, што *livejournal* сам па сабе неаднародны. Кожны карыстальнік бачыць у ім свае функцыі і згодна з гэтым мадэлюе свой вобраз, найважнейшым мастацкім сродкам якога з’яўляецца нік.

У інтэрнэт-камунікацыі нік (ад англ. *nickname* – скарочанае, памяншальна-ласкальнае імя або мянушка) валодае наборам адметных рысаў, сярод якіх унікальнасць у межах аднаго дамена, матываванасць для носьбіта, сітуацыйнасць стварэння, лацінская графіка.

Адзінкавасць сеціўнага імя штурхае юзера на выдумку, бо найчасцей усе вядомыя формы імя, напрыклад майго *palina*, *paulina*, *paulinka*, *palina4ka* і інш. ужо занятыя. Тут паўстае праблема выбару ніка, творчы працэс самапрэзентацыі асобы праз саманазву. Паколькі нік – гэта “візітоўка, якая прадстаўляе юзера ўсёй інтэрнэт-супольнасці для ідэнтыфікацыі і прыцягнення ўвагі” [2], да яго выбару падыходзяць вельмі пільна і творча.

Найчасцей нікі прагматычна матываваныя, то бок маюць каштоўную для носьбіта ўнутраную форму і адмысловую гісторыю. У дадзенай працы мной было даследавана больш за 50 гісторый нікаў. У большасці выпадкаў сэнс, які закладваецца аўтарам у свой нік, значна глыбейшы ці нават іншы, чым падаецца на першы погляд. Вось, напрыклад, *ivan_da_marja* – чым не назва расліны? А тут не ўсё так проста. Гэта не толькі легенда, звязаная з паходжаннем гэтай кветкі, але і архетып гермафрадыта, паводле Юнга, анімус і аніма, мужчынскі і жаночы пачаткі, якія суіснуюць у кожным з нас.

Нікі падзяляюцца на перакладныя і транслітараваныя. Перакладныя нікі ўзніклі значна раней, калі ангельская мова ў інтэрнэт-прасторы была дамінантнай, напрыклад *raven* (крумкач), *nightingale* (салавей), *fluffy* (пухнаты) і г.д. Зараз да англамоўных нікаў ставяцца іранічна, як да збітых і заезджаных.

З ростам нацыянальных сегментаў сеціва ўзнікаюць транслітараваныя нікі – беларускія словы, напісаныя пры дапамозе лацінкі, напрыклад *ptushka*, *bacian*, *basanozh*. Беларускія транслітараваныя нікі нацыянальна маркіраваны, што дазваляе юзерам ідэнтыфікаваць карыстальніка як беларуса. Пэўным знакам можа служыць разнавіднасць лацінкі (беларуская, польская, ангельская) і адлюстраванасць такіх беларускіх рысаў, як аканне, яканне і дзеканне, цеканне. Аднак беларускі нік не заўсёды сведчыць пра тое, што блог вядзецца на беларускай мове (напрыклад, *lemantar*, *spadar_tutejshy* па-руску).

Самаідэнтыфікацыя юзера адбываецца не толькі праз выбар мовы ніку або яго правапіс, але і праз падкрэсліванне сваіх нацыянальных пачуццяў: *gsbelarus*, *homielanin*, *kartouza_by*, *kurt_bielarus*, *dohtur_by*, *valery_brest_by*, *paleszuk*, *rechitsa1988*, *krywal*, *krewa* (актуалізацыя краіны, горада, вёскі) або праз атаясамленне сябе з гістарычнымі этнонімамі Беларусі: *albaruthenia*, *gorliwy_litwin*, *licvinka*, *maximlitvin*, *volny_licwin*, *radzimich*, *kryvies*, *kryw*. Нік шмат можа сказаць пра характар юзера, яго грамадзянскую пазіцыю і сацыяльны статус: *urban_surviver*, *anka_partyzanka*, *biespartyjny*, *palitekanom*, *maustra*, *dziaciuk*, *insurhent*, *yanka_patryjot*. Часта ў ніку заключаецца спецыфіка дзённіка: *naziranni*, *merkavanne*, *unutranjholas*, *fotaczka*, *antart*.

Даследчыца Ю. У. Чэпель класіфікуе нікі паводле спецыфікі кагнітыўнага вобраза, які ляжыць у яго аснове [3; 268]:

Вобраз “Я” – іменныя нікі, што паходзяць ад імя ці прозвішча аўтара і з’яўляюцца найбольш частотнымі на прасторах ЖЖ. Іх можна падзяліць паводле структуры на імя (*vadim_i_z*, *asya_17*, *budimir*, *adelka*), прозвішча (*malishevsky*, *malinov_ski*, *piatrovich*, *khadanovich*), імя+прозвішча (*tatyana_balash*, *olga_karatch*, *taras_tryzna*), каламбуры і моўная гульня з уласным імем (*robby+yana=robbyana*; *vladozer=vlad+бульдозер*).

Крыніцай знаходак унікальных нікаў сталі беларускія формы імёнаў (*franak*, *valodzi4ak*, *maryjka_*, *chviadot*, *kacia_kaciaryna*, *ganulechka*), а таксама розныя традыцыйныя звароты (*miss_solaris*, *la_dy_ashley*, *lady_z_shalomam*, *pan_demetrius*, *pani_janna*, *pan_tadeush*, *pan_vozny*, *pani_teklia*, *baba_bronia*, *spadar_tutejshy*).

Вобраз “Тып” адсылае да тыпу характару або знешнасці: *ryzhajavedma*, *volat*, *jubka*, *ya_exidna*, *racyjanalist*, *drapeznik*, *czerniec*, *brudny_mnich*.

Вобраз “Настрой” перадае эмацыйны стан юзера (*kachanak*), але яны рэдка сустракаюцца ў ЖЖ, бо ЖЖ – гэта доўгатэрміновы рэсурс, у якім змена імя – гэта падзея. Але прэцэдэнты здараліся. Напрыклад, юзерка *homochka*, прафесійны фатограф, змяніла свой нік на *olgavetrova*. Увогуле для тых, хто з’яўляецца публічнай асобай і выкарыстоўвае ЖЖ як пляцоўку для публікацыі свайго мастацтва (*adam_hlobus*, *ul_sciapan*, *andrej_voronin*, *paulantipov*) часцей за ўсё ужываюць ў якасці нікаў свае рэальныя імёны або псеўданімы.

Вобраз “Дзея” – дзейныя нікі адлюстроўваюць дамінантныя сферы дзейнасці, род заняткаў, хобі карыстальнікаў: *sveta_i_tancpol*, *chytachka*, *czyhunacznik*, *sergei_kochegar*, *praletar*.

Наступны клас “Папулярнасць” уключае такія кагнітыўныя вобразы, як прэцэдэнтныя імёны і аб’екты фанацкага захаплення. Прэцэдэнтнасць у ніках

прадстаўлена вельмі шырока, асабліва калі ўлічыць, што нік ствараецца сітуацыйна, пад уплывам прагледжанага фільма ці прачытанай кнігі. Так, у наступных ніках *malenki_prync*, *belyklyk*, *ramsesus*, *anka_upala*, *pan_tadeush*, *onegina*, *maszeka*, *lizdejka*, *rahnieda_m*, *gedymin*, *don_kihott*, *robinngud*, *rikki_t_tavi*, *yaryla*, *kipryda* прысутнічаюць адсылкі да гістарычных асоб, міфалагічных і літаратурных герояў. Кагнітыўным вобразам для стварэння ніка часта з'яўляецца аб'ект фанацкага захаплення: *shakirashakira* (спявачка Шакіра), *j_sparrow_t* (пірат Джэк Верабей), *cesc0* (футбаліст Франчэска Тоцці).

Вобраз “Натура” – кагнітыўныя вобразы раслін, жывёл і прыродных з’яў, якія з’яўляюцца сімвалічнымі і шмат у чым характарызуюць аўтара: *amfibija*, *amioba*, *zuraviel*, *ptushka*, *ya_exidna*, *maryna_kvietka*, *frezija*, *giacinte*.

Але сярод беларускіх нікаў часта сустракаюцца такія, якія не ўпісваюцца ў дадзеную класіфікацыю. Часцей за ўсё гэта прыгожыя беларускія словы *farba4ka*, *lemantar*, *brazgotka*, *hustaczka*, *basanozh*, *burbalka*, *kapialush*, *raabapal*, якія набываюць для аўтара таемны сэнс, метафарызуюцца і сімвалізуюцца.

Паводле Яўгена Горнага, “віртуальная асоба ёсць форма рэалізацыі паэтычнай стратэгіі самастварэння” [1], таму стваральнікі нікаў вельмі часта прымяняюць розныя мастацкія прыёмы, напрыклад гукапіс (*mara_amura*), рыфму (*lamma_tamma*), каламбуры (*shakaladkava* = *шакалад* + *кава*, *annahonda* = *anna* + *honda* і *анаконда*), моўную гульню (*alyrik* – анаграма ад Кірыла), устойлівыя выразы (*elka_motalka*, *nondatur*), метафары (*browar_dryhvu*, *belaya_mara*), ланцужкі асацыяцый, шматзначнасць (*secondhead*), самаіронію (*durakdurakom*, *glupstva*). Аднак у падобным даследаванні нельга абаярацца толькі на сваё філалагічнае пачуццё, трэба абавязкова кансультавацца з носьбітам ніка.

Вось, напрыклад, якія ў вас асацыяцыі выклікае нік *lady_z_shalomam*? Мне ўяўлялася дзяўчына-рыцар накітават міцкевічаўскай Гражыны. Аказваецца, усё зусім не так. Аўтарка гэтага ніку ў часы рэгістрацыі ў ЖЖ займалася артураўскім міфам і ўсім, што з гэтым звязана. І, не маючы больш арыгінальных ідэяў, яна выбрала ў якасці ніку лэдзі Шалом (магчыма, праз любоў да Альфрэда Тэнісана і яго лэдзі Шалот), а дакладней, “лэдзі з шаломам”. Такім чынам, атрымалася двайная гульня, “лэдзі з прыветам” і “лэдзі Шалот”. А калі я паведаміла аўтарцы пра маё ўласнае ўспрыняцце яе ніку, яна была шчыра ўражаная. Часцей за ўсё не важна, што ты ўкладаеш у свой нік, галоўнае як яго ўспрымуць чытачы. Індыйская даследчыца Індра Сінга піша: “Твой перасанаж не з’яўляецца толькі тваім тварэннем. Ён ствараецца і пераствараецца табой і тваім партнёрам супольна” [4; 120]. Такім чынам, нік – гэта постмадэрнісцкі твор, у якім памірае аўтар і нараджаецца чытач.

Літаратура

1. Горный Е. Онтология виртуальной личности // Бытие и язык: Сб. статей по материалам международной конференции. Новосибирск: Новосибирский институт экономики, психологии и права (Новосибирский классический институт); Новосибирское книжное издательство, 2004. – С. 78-88. <http://www.netslova.ru/gorny/selected/ovl.html>

2. Нестеровы В. и Е. Карнавальная составляющая как один из факторов коммуникативного феномена чатов // Язык. Этнос. Сознание. Материалы международной

научной конференции (24–25 апреля 2003 года). Т. 1. – Майкоп: редакционно-издательский отдел АГУ, 2003, - 212 с. <http://www.mytests.ru/articles/367>

3. Чепель, (Флерчук) Ю.В. Вербальные средства самопрезентации личности в интернет-коммуникации [Текст] / Чепель (Флерчук) Юлия Владимировна // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И.Герцена. - СПб., 2008. - N 12(85): Общественные и гуманитарные науки (философия, история, социология, политология, культурология, искусствоведение, языкознание, литературоведение, экономика, право). С. 267-271. ftp://lib.herzen.spb.ru/text/chepl_12_85_267_271.pdf

4. Sinha, Indra: The Cybergypsies: A Frank Account of Love, Life and Travels on the Electronic Frontier. London, Scribner, 1999.

Д.А. Міськевіч

РОЛЯ АНТРАПОНІМАЎ У АСЭНСАВАННІ МАСТАЦКАГА ТЭКСТУ

Працэс намінацыі рэчаў і з’яў з’яўляецца адным з ключавых працэсаў мыслення чалавека і вельмі цесна звязаны з мовай. Аднымі з найбольш частотнымі словамі ў мове кожнага народа з’яўляюцца онімы. Уласныя імёны мастацкіх твораў даследуе **паэтычная анамастыка**. У сваю чаргу гэты раздзел мовазнаўства падзяляецца на **тапаніміку** і **антрапаніміку**. Мы ж спынім сваю самую пільную ўвагу на ўласна **антрапонімах**, а калі казаць яшчэ больш вузка, то на ўласных імёнах галоўных герояў і другасных персанажаў, іх мянушках. У прыватнасці, паспрабуем акрэсліць ролю антрапонімаў і назвы твора ў разуменні мастацкага тэксту, іх істотнасць для раскрыцця галоўнай ідэі і тэмы твора.

Безумоўна, нельга не пагадзіцца, што заўсёды для разумення мастацкага тэксту важнай з’яўляецца сістэма ўласных імён, створаная аўтарам. Часцей за ўсё імёны герояў не з’яўляюцца выпадковымі, аўтары шукаюць аптымальныя рашэнні сваіх задум у тым ліку і абіраючы імёны для сваіх герояў, для назвы для месца дзеяння. Менавіта ў імёнах адлюстроўваецца бачанне аўтарам характараў, дзеянняў, учынкаў яго персанажаў. Канечне, нярэдка намінацыі адбываюцца інтуітыўна, але нават ў гэтым выпадку нешта кіруе аўтарам пры выбары менавіта данага канкрэтнага назову з шэрагу астатніх. Гэта адбываецца на падсвядомым ўзроўні, і тут ужо можна казаць пра яшчэ адзін аспект разгляду нашай тэмы – псіхалагічны. Тым не менш, вельмі часта выбар імені для героя – працэс мэтанакіраваны і свядомы. Часта аўтары звяртаюцца да этымалогіі імён, да іх гучання і асацыятыўнага рада, які выклікае найменне. Письменнікі клапацяцца пра адпаведнасць абраных імён гістарычнай праўдзе і рэальнасці. Нават Эміль Заля ў свой час казаў, што *“імя становіцца ў нашых вачах як бы душою персанажа”* (Цыт. па: Роголёв А.Ф. Имя и образ: художественная функция имён собственных в литературных произведениях и сказках. С.32).

Менавіта таму нам падалося мэтазгодным разглядаць найменні асоб твора ў трох аспектах :

1) Магчымая прамая этымалогія антрапоніма – словы, з якіх можна аб’ектыўна вывесці значэнні імён і прозвішчаў. У дадзеным выпадку мы спасылаемся на этымалагічны слоўнік Макса Фасмера.