

УДК 81'373.231
ББК 81.2-3

А.В. Зубарева

**НИКНЕЙМ
КАК ОСОБЫЙ ТИП
ОНИМОВ:
В ПОИСКАХ
ИНТЕГРАЛЬНОГО
ПРИЗНАКА**

Никнеймы (сетевые антропонимы) формируют особую ономастическую систему, которая по уровню общности сопоставима с системой традиционных личных имен, но обладает особым арсеналом прагматических, формальных, грамматических, смысловых и стилистических свойств. Единственным системным признаком никнеймов является сфера их использования (интернет-коммуникация), остальные свойства никнеймов создают дифференциацию внутри системы.

Ключевые слова: *никнейм, сетевое имя, никоним, антропоним, имя собственное, оним, интернет-коммуникация, ономастика.*

DOI 10.23683/1995-0640-2018-4-115-123

Зубарева Анастасия Валерьевна – преподаватель кафедры русского языка для иностранных учащихся Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета
Тел.: 8-928-104-23-24
E-mail: azubareva@sfedu.ru

© Зубарева А.В., 2018.

В современной отечественной лингвистике существует немало работ, посвященных интернет-антропонимам, в которых предпринимаются попытки описать языковой материал. А потому более важной и актуальной представляется задача осмысления полученных данных и предложенных точек зрения. Особенно актуальным это направление оказывается потому, что в современной лингвистике сложилась неверная тенденция отождествлять интернет-антропонимы с определенными частными типами онимов (псевдонимами, прозвищами, кличками и т. д.), а также акцентировать отдельные частные признаки сетевых имен (экспрессивность, анонимность, самоименование), превращая их в интегральные.

Внимание исследователей к ярким, уникальным, выделяющим никнеймы признакам представляется естественным: практика создания сетевых имен внесла чрезвычайно много нового в ономастику и поколебала представления о том, как может выглядеть имя собственное. Однако, как показывает языковой материал, сближения никнеймов с частными типами имен собственных и акцентирование отдельных свойств никнеймов в значительной степени искажают картину, удаляя нас от понимания сущности системы сетевых имен, которая является самостоятельным, подчиненным особой логике «доменом» внутри национального и глобального ономастиконтов.

В данной статье с опорой на конкретный языковой материал будут критически проанализи-

рованы основные способы осмысления интернет-антропонимов. Цель анализа заключается в демонстрации относительной самодостаточности и автономности системы сетевых антропонимов, свойства и возможности которой конституируются исключительно ее соотносительностью со сферой интернет-коммуникации.

1. Пожалуй, наиболее типичным для современной ономастики является отождествление никнейма с псевдонимом, т. е. вымышленным именем, которое существует в жизни человека наряду с настоящим или вместо него. По мнению В. К. Андреева, никнейм представляет собой результат автономизации и является частным случаем псевдонима наряду с литературными, сценическими, политическими, коллективными псевдонимами [Андреев, 2011]. Т. В. Шмелева называет никнеймы интернет-псевдонимами [Шмелева, 2013, с. 180]. М. В. Голомидова также исходит из сходства никнеймов с псевдонимами, понимая под первыми «имя условное или вымышленное, которое пользователь создает для компьютерного общения личного характера», но при этом отмечает, что если традиционный псевдоним является знаком авторства, то никнейм применяется в общении личного характера [Голомидова, 2005, с. 19 – 20]. С опорой на сокрытие личности и формирование виртуального образа никнейм описывают и другие исследователи [Аникина, 2010, с. 73; Москальчук, 2009, с. 246].

Действительно, контекст интернет-общения создает условия для сокрытия личности. Можно выделить несколько стратегий, используемых для реализации этой цели. Во-первых, это выбор имени другого (известного) человека, которое очевидно не является настоящим именем пользователя: *ахмадинежад* (фамилия президента Ирана), *Кот Бегемот* (имя литературного персонажа), *Нуриэль Рубини* (имя американского экономиста), *KevinKostner* (имя актера), *kirk_johnson* (имя боксера), *drfaust* («доктор Фауст», имя персонажа средневековых легенд и литературных произведений), *vasya_pupkin* (русское имя-экземплификант, которое используется для указания на неизвестного или типичного человека). Во-вторых, это выбор сочетаний букв или знаков, мотивация которых не ясна: *И.*, *ANR*, *asgasg11*, *avk*, *h578b1bde*, *eSyr*, *lmx2315*, *o-*, *ox55ff*, *SAR*, *SeTSeR*, *SerSim*, *vaa*, *wxw*, *XMs*, *Zkvxz*. Наконец, в-третьих, это выбор апеллятива или любой языковой конструкции, которые имеют более или менее очевидную смысловую мотивировку, но не соотносятся напрямую с реальным именем: *Баба Яга в молодости*, *БабаЯгаПротив*, *завхоз*, *Море любви*, *Незлопамятный сисадмин*, *Офицер*, *Пасечник*, *Шальная баламутка*, *avanturist*, *buratino*, *Dobryak*, *Maori*, *Napilnik*, *ne_vlezay*, *Persefona*, *sova*, *Virtuos86*, *Zlo*, *Ancient* («древний, старинный»), *beastie* («насекомое»), *chinarulezz* (букв. «китайрулит»), *Godiva* (god «бог» + diva «дива, примадонна»), *It's me!* («Это я!»), *MrClon* («Мистер Клон»), *Shadow* («тень»), *shaft* («копье»), *yellow_raven* («желтая ворона»).

Впрочем, никнеймы последней категории, модель образования которых предоставляет максимально широкие возможности для вымысла и творчества, все-таки могут отражать характер, род занятий, привычки,

внешние признаки его носителя; даже если такой никнейм соотносится с идеальным образом его носителя (ср. *Добряк*, *Море любви*, *Godiva*), вряд ли правомерно утверждать, что целью создания имени является сокрытие личности. В последнем случае «криптографичность» сводится лишь к тому, что никнеймы не отсылают ни к реальному имени, ни к другим анкетным данным пользователя.

Однако никнейм далеко не всегда направлен на сокрытие личности. Прежде всего, имеется немало никнеймов, построенных по схемам «имя» (*Владимир*, *Диана*, *Нелля*, *Нюра*, *@nna*, *_Sasha_*), «имя + фамилия» (*Гималаев Илья*, *Елена Москаленко*, *Роман Бобов*, *Соколов Алексей*, *alena telepneva*, *alexsafonov*, *AndreySubbotin*), «имя + отчество» (*Светлана Михайловна*). Некоторые никнеймы основаны на реальных именах (*AndreyK-AV*, *andreyu*, *Serg924*, *vovagubin1987*, *Vsevolod-linuxoid*) и даже содержат дополнительную информацию о личности пользователя, например, о его возрасте или месте проживания. Так, никнейм *megaruslan1998tokar* содержит не только имя, но и компоненты, которые, вероятнее всего, отсылают к возрасту и профессии носителя. Согласно данным О.В. Врублевской, полученным в результате анализа 2 000 сетевых имен, никнеймы, образованные от личного имени, составляют 13%, никнеймы, построенные по модели «имя + фамилия» – 3% [Врублевская, 2016, с. 95]. Общая частотность никнеймов данных категорий составляет 16%, что вряд ли дает основания считать этот способ образования никнейма периферийным, а тем более незначимым.

Информативность никнейма и его «криптографичность» целесообразно рассматривать не как самостоятельные, а как конкурирующие модели или стратегии. Правильность такого решения подтверждается одновременным проявлением этих двух стратегий в одном никнейме: *Ирина Евгеньевна Сэ*, *Евгений Ш*, *НатальяС.*, *Oleg K*. Имеются все основания считать, что эти никнеймы основаны на реальных именах, а, следовательно, в них личность не скрывается. Но тенденция сокрытия имени проявляет себя в использовании сокращений – первых букв фамилии (или, возможно, отчества).

Разумеется, в контексте интернет-коммуникации имя, заявляемое пользователем, нельзя считать абсолютно достоверной информацией. Тем не менее, значимость моделирования вымышленной виртуальной личности исследователями несколько преувеличена, такое поведение – лишь одна из возможностей, реализуемых системой интернет-антропонимов. В этом контексте нельзя не упомянуть никнеймы – имена компаний. Например, на форуме портала «Банки.ру» в обсуждениях деятельности кредитных организаций участвуют официальные представители данных структур, которые отвечают на вопросы и критику. Их никнеймы порождаются на основе названий организаций (*qiwirussia*, *Тинькофф Банк*, *Сбербанк России*), и нельзя исключить, что за ними может скрываться несколько сотрудников. Однако их носители ведут себя как обычные пользователи. При этом корпоративные никнеймы также не исключают персонализации (ср. *Максим TouchBank*). Этот пример по-

казывает, что на современном этапе интернет – это среда, в которой создаются и поддерживаются деловые контакты, которые по определению противоречат анонимности.

Все перечисленные категории никнеймов, не направленных на сокрытие личности, несомненно, различаются, поскольку информация о личности представлена в них в разном объеме. Однако вряд ли может вызывать сомнения, что пользователи своими никнеймами часто хотят сообщить о себе некоторую информацию. Это подтверждается продуктивностью рассмотрения никнеймов как инструментов самопрезентации [Анферова, 2014; Лунгуль, Славкина, 2016], что явно противоречит «криптографической» функции, приписываемой никнеймам. Однако наличие никнеймов, не несущих информации о реальном имени или качествах лица и возможность формирования посредством никнейма виртуальной личности, показывает, что самопрезентация также не является интегральной функцией данного типа антропонимов.

Таким образом, приведенные данные позволяют сделать вывод, что никнейм как особый тип антропонимов не предполагает обязательного сокрытия реального имени, а никнеймы, основанные на реальных именах или включающие реальные имена в качестве компонента, функционируют наравне с никнеймами-псевдонимами в том же коммуникативном пространстве.

2. Использование в качестве никнеймов реальных имен или их модификаций не позволяет считать интегральным такой признак, как самоименование [Андреев, 2011, с. 4 – 7; Аникина, 2010, с. 74; Москальчук, 2009, с. 246 – 248; Киселева, 2013, с. 115 – 120], особенно если понимать под ним придумывание себе имени пользователем. Данная модель реализуется лишь в случае с «креативными» никнеймами, а также с никнеймами, которые создаются под давлением требования уникальности имени, исходящего от создателей интернет-площадок. Однако если пользователь приводит свое реальное имя, то о самоименовании в полном смысле слова (т.е. конструировании, создании имени-псевдонима) говорить вряд ли правомерно.

Самоименование – это также один из возможных вариантов, доступный участнику интернет-коммуникации. Этот вариант в сетевом общении оказывается более частотным, чем в реальной коммуникации, однако интегрального признака интернет-антропонимов не формирует. По крайней мере, применительно к никнеймам представление о самоименовании должно быть переосмыслено: пользователь вправе выбирать из очень широкого набора имен (или моделей создания сетевого имени), а реальное имя вместе с возможными, но не обязательными модификациями является важным, но далеко не единственным элементом этого набора. И понимание самоименования как выбора из множества вариантов существенно расширяет объем данного понятия, которое перестает ограничиваться созданием необычного, оригинального, яркого или «криптографического» имени.

3. Существует отчасти обоснованное мнение, что в интернет-коммуникации никнейм – это единственный источник информации о человеке [Аникина, 2011, с. 199], чем можно объяснить большое количество «говорящих» никнеймов, которые как бы компенсируют нехватку информации о человеке. В действительности это не так. Как на форумах, так и в социальных сетях имеется информация о пользователе, которая либо располагается на его личной странице, либо приводится под его именем и аватаром при каждом его сообщении. Данная информация может включать как анкетные данные (пол, возраст, место проживания), так и данные, отражающие статус пользователя, его репутацию, степень участия (количество оставленных сообщений, дата регистрации). Например, на политическом форуме «Глобальная авантюра» отображаются возраст, количество сообщений, статус, зависящий от степени участия («Слушатель», «Практикант», «Специалист»), «карма» (совокупная оценка сообщений пользователя другими пользователями), дата регистрации, количество сообщений, количество «читателей» (других пользователей, отслеживающих активность данного пользователя). На основании этих данных нетрудно составить более полное представление о пользователях, в том числе оценить степень, в которой они могут вызывать доверие.

В любом случае, функции самопрезентации и воздействия, без сомнения присущие никнейму, реализуются только в начальной стадии контакта. По мере укрепления контакта значимость буквальной семантики имени довольно быстро стирается, сходит на нет, заменяясь представлениями, полученными в опыте непосредственного взаимодействия/наблюдения, и на первый план выступает и начинает преобладать идентифицирующая функция, благодаря которой данного пользователя узнают другие пользователи. По справедливому мнению А. К. Матвеева, имена могут рассматриваться как «звуковой материал, смысловое неонамастическое содержание которого, иногда очень существенное в момент возникновения имени, может быть затем утрачено безо всякого ущерба для его функционирования» [Матвеев, 2004, с. 9]. Этот процесс представляется неизбежным и естественным, поскольку основная функция имени собственного – это идентификация уникального, единичного объекта (в том числе человека).

4. Многие исследователи обращают внимание на экспрессивность, яркость, нестандартность сетевых имен. Например, Т. В. Аникина отмечает такие качества никнеймов, как 1) оригинальность и уникальность, 2) способность вызывать ассоциации, 3) способность привлекать внимание, вызывая положительную или ироничную реакцию у других пользователей [Аникина, 2012, с. 59]. Как интегральный признак никнеймов рассматривает экспрессивность К. С. Цибизов [Цибизов, 2009].

Действительно, для никнеймов характерны многие формальные свойства, которые делают их экспрессивными и способными привлекать внимание или оказывать воздействие. Помимо «креативных» никнеймов с мотивированным смыслом, примеры которых приводились ра-

нее, существуют сетевые имена, в основе которых лежит языковая игра. В частности, пользователи обыгрывают многозначность, в силу чего создаваемые ими никнеймы больше похожи на загадки или головоломки. Так, никнейм *kshmr* может быть интерпретирован и как «кашемир», и как «кошмар», и как «Кашмир», и как имя индо-американского диджея и продюсера, известного под псевдонимом KSHMR. Для никнеймов характерно использование как алфавитных, так и неалфавитных знаков, как латиницы, так и кириллицы, причем в отдельных случаях в виде их смешения. Например, никнейм *_ТАРАНТИО_*, включающий в свой состав неалфавитные знаки (нижние подчеркивания), одновременно имитирует средствами латинской графики русское написание фамилии известного кинорежиссера, и именно этим объясняется появление заглавной латинской буквы *I*, поскольку русской заглавной букве *И* в латинском алфавите графического соответствия нет. Особо следует упомянуть никнеймы, формально представляющие собой предложения: *Даня Рад*, *He весело*, *It's me!*, *ne_vlezay* и под. Разумеется, встречаются случаи одновременного использования нескольких средств, как в никнейме *ВсеМ_Привет*, который представляет собой русское этикетное выражение в форме высказывания, передаваемое средствами латинской графики.

Тем не менее, как свидетельствует языковой материал, подобная яркость и экспрессивность присуща лишь подмножеству никнеймов. Приведенные ранее никнеймы, основанные на реальных именах (в том числе модифицированных и/или сокращенных), а также никнеймы с неясной смысловой мотивацией свидетельствуют о том, что модели лингвистически необычного, экспрессивного, образного никнейма не являются универсальными. Существуют никнеймы, которые ограничиваются идентифицирующей функцией.

5. Особого обсуждения требует такой признак, как закрепленность никнейма за человеком. Т. В. Аникина указывает, что пользователь может иметь неограниченное число никнеймов, с которыми он вступает в коммуникацию, а также может сменить никнейм в любой момент [Аникина, 2011, с. 199]. Отчасти это верно, такие возможности действительно создаются интернет-коммуникацией. Но такая оценка явно преувеличивает необязательность связи между никнеймом и его носителем.

В данном случае создание виртуального образа, ради которого выбирается никнейм, – это также лишь одна из возможных стратегий. С этой точки зрения может быть выделено два крайних случая. С одной стороны, никнейм может создаваться для решения конкретной задачи, и в этом отношении показательны примеры никнеймов, приводимых А. А. Соковым: *Пригласи в гости!*, *Я бы влюбился!*, *Ищу красивую* [Соков, с. 71]. Такие никнеймы, по всей видимости, в силу своей ситуативности и функциональности быстро исчерпывают себя; более того, в определенный момент они должны быть оставлены, поскольку могут ввести в заблуждение, когда цель, заявленная в имени, уже решена.

С другой стороны, пользователь сети имеет возможность «культивировать» свой никнейм, добиваясь его последовательного отождествления с собой в сознании других людей. При условии постоянного использования одного и того же никнейма на разных интернет-площадках и сервисах данное имя собственное приобретает идентифицирующую функцию. В качестве примера можно привести никнейм *Rinaldus*, которое использует Петр Свирщевский. На личном сайте, название которого также образовано от никнейма, содержится не только биографическая информация с указанием реального имени, но и мотивировка выбора никнейма: «...потом я придумал себе ник Ринальдус, взял его из игры King's Bounty. <...> В интернете меня знают в основном как Ринальдуса» (<http://rinaldus.ru/>). Под этим именем данный пользователь зарегистрирован на таких ресурсах, как Youtube, Github, Picabu, Twitter, «ВКонтакте» (*Петр Ринальдус Свирщевский*), на сайте Linux.org.

Приведенные примеры позволяют сделать вывод, что «жизненный цикл» никнейма может быть как очень коротким, так и длительным, и зависит это от воли и стратегии пользователя.

Таким образом, как показывает комплексный анализ материала, не существует структурных (формальных), прагматических, смысловых или стилистических признаков, которые позволяли бы противопоставить никнейм другим типам онимов. Единственный признак, на основании которого никнейм (интернет-антропоним) может быть выделен, – это сфера использования. Именно это делает необходимым системное рассмотрение никнеймов в противоположность выявлению интегральных признаков данного типа онимов. И именно поэтому при описании сетевых имен системообразующие свойства, которые формируют границу системы сетевых имен с другими системами, следует противопоставлять внутрисистемным свойствам, т.е. свойствам, которые создают разнообразие внутри системы. Если отвлечься от системообразующего свойства (сферы применения), то любые другие признаки никнеймов (самоименование, официальность / неофициальность, конвенциональность / неконвенциональность, экспрессивность / информативность, «криптографичность», анонимность, самопрезентация и т. п.) описывают лишь дифференциацию внутри системы, т.е. те возможности, выбор между которыми система сетевых имен предлагает пользователю.

Литература

Андреев В. К. Автономияция в корпоративных языках молодежи: Форма и содержание // Изв. Волгоградского гос. пед. ун-та. 2011. № 5 (59). С. 4 – 7.

Аникина Т. В. Виртуальный антропоним в системе современной коммуникации // Уральский филол. вестн. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2012. № 2. С. 56 – 60.

Аникина Т. В. Имя собственное в интернет-коммуникации // Изв. Уральского гос. ун-та. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 2. С. 71 – 76.

Аникина Т. В. Политизированные никнеймы в ономастическом пространстве чатов // Политическая лингвистика. 2011. № 1 (35). С. 198 – 201.

Анферова К. Н. Никнейм как средство самопрезентации в персональном интернет-дискурсе // Междунар. аспирантский вестн. Русский язык за рубежом. 2014. № 1. С. 8 – 14.

Врублевская О. В. Антропонимическая периферия как зона активности языковой моды // Вестн. Рязанского гос. ун-та им. С.А. Есенина. 2016. № 2 (51). С. 90 – 101.

Голомидова М. В. Русская антропонимическая система на рубеже веков // Вопросы ономастики. 2005. № 2. С. 11 – 22.

Киселева Н. Ю. Стратегии самонаименования в сетевом дискурсе // Вестн. Кузбасской гос. пед. академии. 2013. № 2 (27). С. 115 – 120.

Лунгуль А. А., Славкина И. А. Никнейм как способ самопрезентации в интернете // Научный альманах. 2016. № 5-2 (19). С. 360 – 363.

Матвеев А. К. Апология имени // Вопросы ономастики. 2004. № 1. С. 7 – 13.

Москальчук А. А. Никнейм – виртуальное имя человека // Записки Горного ин-та. 2009. Т. 182. С. 246 – 248.

Соков А. А. Никоним в виртуальном дискурсе: лингвопрагматический аспект: дис. ... канд. филол. наук. Владимир, 2014. 169 с.

Цибизов К. Анонимность и экспрессивность как условия речевого поведения в част-дискурсе // Изв. Российского гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. 2009. № 97. С. 231 – 235.

Шмелева Т. В. Русский рэп как пространство языкового креатива // Лингвистика креатива. Екатеринбург, 2013. С. 176 – 193.

References

Andreev V. K. Avtonominatsiya v korporativnykh yazykakh molodezhi: Forma i sodержaniye. *Izv. Volgogradskogo gos. ped. un-ta*, 2011, no. 5 (59), pp. 4–7. (In Russian).

Anikina T. V. Virtual'nyy antroponim v sisteme sovremennoy kommunikatsii. *Ural'skiy filol. vestn. Seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa*, 2012, no. 2, pp. 56-60. (In Russian).

Anikina T. V. Imya sobstvennoye v internet-kommunikatsii. *Izv. Ural'skogo gos. un-ta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*, 2010, no. 2, pp. 71-76. (In Russian).

Anikina T. V. Politizirovannyye nikneymy v onomasticheskom prostranstve chatov. *Politicheskaya lingvistika*, 2011, no. 1 (35), pp. 198-201. (In Russian).

Anferova K. N. Nikneym kak sredstvo samoprezentatsii v personal'nom internet-diskurse. *Mezhdunar. aspirantskiy vestn. Russkiy yazyk za rubezhom*, 2014, no. 1, pp. 8-14. (In Russian).

Vrublevskaya O. V. Antroponimicheskaya periferiya kak zona aktivnosti yazykovoy mody. *Vestn. Ryazanskogo gos. un-ta im. S. A. Esenina*, 2016, no. 2 (51), pp. 90-101. (In Russian).

Golomidova M. V. Russkaya antroponimicheskaya sistema na rubezhe vekov. *Voprosy onomastiki*, 2005, no. 2, pp. 11-22. (In Russian).

Kiseleva N. Yu. Strategii samonominatsii v setevom diskurse. *Vestn. Kuzbasskoy gos. ped. akademii*, 2013, no. 2 (27), pp. 115-120. (In Russian).

Lungul' A. A., Slavkina I. A. Nikneym kak sposob samoprezentatsii v internete. *Nauchnyy al'manakh*, 2016, no. 5-2 (19), pp. 360-363. (In Russian).

Matveev A. K. Apologiya imeni. *Voprosy onomastiki*, 2004, no 1, pp. 7-13. (In Russian).

Moskal'chuk A. A. Nikneym – virtual'noye imya cheloveka. *Zapiski Gornogo instituta*, 2009, tom 182, pp. 246-248. (In Russian).

Sokov A. A. *Nikonim v virtual'nom diskurse: lingvopragmaticheskiy aspekt: dis. ... kand. filol. nauk*. Vladimir, 2014. 169 p. (In Russian).

Tsibizov K. Anonimnost' i ehkspressivnost' kak usloviya rechevogo povedeniya v chast-diskurse, *Izv. Rossiyskogo gos. ped. un-ta im. A. I. Gertsena*, 2009, no. 97, pp. 231-235. (In Russian).

Shmeleva T. V. Russkiy rep kak prostranstvo yazykovogo kreativa. *Lingvistika kreativa*. Ekaterinburg, 2013, pp. 176-193. (In Russian).

Anastasia V. Zubareva (Rostov-on-Don, Russian Federation)

Nickname as Special Type of Onym: in Search of Integrated Sign

Nicknames (network names) form special onomastic system which on the level of community and differentiation is comparable to the system of traditional personal names, but possesses a special arsenal of pragmatical, formal, grammatical, semantic and stylistic properties. The main system sign of nicknames is the sphere of their using (Internet communication). Other properties of nicknames are private and create differentiation in system. Attempts at the description of system of network names to give the integrated status to such signs as a pseudomination, anonymity, self-presentation, expressivity, informational content, weak extent of contact with the carrier, significantly simplify a picture, hiding universality and flexibility of network names system. A set of the models available to Internet users allows to realize the most various strategy by means of the choice of a name now – to hide own personality or to present it brightly, to report the real qualities or to create a fictional image, to show creative abilities during creation of a name or to choose more standard form, to create to itself a momentary name mask or to cultivate own name, acquiring popularity and reputation. Most likely, such flexibility of system of network names is caused by rapid development of the Internet communication incorporating and developing the most various forms of social interactions and the relations.

Key words: *nickname, network name, nickonym, anthroponym, proper name, onym, Internet communication, onomastics.*

Anastasia V. Zubareva – lecturer. Institute of Philology, Journalism and Cross-cultural communication. Southern Federal University. Phone: 8-928-104-23-24; e-mail: azubareva@sfedu.ru