

На последующем витке осмысления окружающего мира меняется вектор взаимодействия партиципантов. Анализируемые объекты уподобляются человеку: они функционируют как люди, персонифицируются. Этот процесс, в отличие от натурализации, является заключительным в цикле эволюционного познания: от человека к природе по пути анимации, оживления. Идентичный набор партиципантов („Человек” – „Природа”) по-разному представлен в процессах натурализации и персонификации. На I и II этапах осмысления природных явлений человек сливается с природой: Человек → Природа (Ч → П), Человек ← Природа (Ч ← П). Персонификация присуща третьему этапу осмысления природных явлений: Природа ← Человек (П ← Ч); этот вектор отмечен метафоризацией, уподоблением природы человеку (персонификацией). Ср. :

англ. *and the stars did wander darkling  
in the eternal space (Byron)  
the silent moon (Rossetty)  
symphony in yellow (O.Wilde)*

*звезды скитались без цели, без лучей  
(И.Тургенев)  
безмолвный полдень  
симфония в желтом (И.Д.Копостинская)  
[1, сс. 346, 347; 440, 441; 484, 485]*

В персонификацию вовлекаются разные части речи, среди которых особое место занимают глаголы, прилагательные – номинации действий, атрибутов поведения, например: *лес кудрявый поседел, свод небесный побледнел* [8, с.62]; *Скоро, скоро холод зимний рошу, поле посетит* [8, с.62]; *и в тишине прелестной* [8, с.70]; *в безмолвии ночи*[8, с.79]; *по небу крадется луна, на холме – тьма седеет* [8, с.83]; *все в таинственном молчанье; холм оделся темной, входит в облачном сеянье полумесяц молодой* [8, с.111]; *когда поля в час утренний молчали*[8, с.137]; *безмолвие таинственного леса* [8, с.140]; *минуту я заснул в неверной тишине*[8, с.141]; *безмолвно месяц покотился* [8, с.165].

Природные явления и физические тела оязыковляются в качестве героев ситуаций. Ср. укр. *поміж тими крутими горами сходила зоря; наступає чорна хмара та на білу хмару; ой, не світи, місяченьку, не світи нікому; ой, зайди, зайди, місяць на ту гору* [9, сс.183, 20, 242, 321]; рус. *Юный месяц идет к полуночи* [10, с.43]; *месяц в облачном тумане водит с тучами игру; задремали звезды золотые; зори меня веиние в радугу свивали; прячет месяц за овинами желтый лик от солнца ярого* [4, сс.18,23,20,64]; *там нежно царствует луна меж елей полусонных; месяц миром овладел; гаснет месяц молодой; луна богата силою виденья* [2, сс.51,53,56,76].

Каждый естественный язык создает свою языковую картину мира, особый способ и стиль мировосприятия, свою систему воздействия на человека. Перспективным представляется изучение номинаций природных явлений и физических тел в массиве дистантных языков.

#### Литература

1. Английская поэзия в русских переводах. – М.: Прогресс, 1981. – 686 с.
2. Бальмонт К. Стихотворения. – М.: ХЛ, 1990. – 398 с.
3. Гуревич В. В., Дозорец Ж.А. Краткий Русско-английский фразеологический словарь. – М.: Русский язык, 1988. – 543 с.
4. Есенин С. Избранное. – М.:ХЛ, 1952. – 271 с.
5. Квеселевич Д. И. Русско-английский фразеологический словарь. – М.: Русский язык, 1998. – 705 с.
6. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке. Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 555 с.
7. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь. – М.: Изд-во иностр. и национ. словарей, 1956. – 1455 с.
8. Пушкин А. С. Сочинения в трех томах. Том первый. – М.: ХЛ, 1985. – 735 с.
9. Українські народні ліричні пісні. - К.: АН УРСР, 1960. – 686 с.
10. Цветаева М. Сочинения в двух томах. Том первый. – Минск: Народная Асвета, 1989. – 542 с.

#### Шевченко И. С., Шевченко В. О.

#### ВЫБОР ИНТЕРНЕТ-ПРОЗВИЩА КАК ТАКТИКА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

Подавляющее большинство современных исследований Интернет- коммуникации связаны с анализом личностной идентичности, конструирования своего Я и представления себя другим. Такое кажущееся несоответствие доминирующего места личностного аспекта в виртуальной реальности, призванной по своей сущности, быть средством передачи информации, связано с важнейшей функцией Интернет-коммуникации – быть средством самовыражения личности пользователя. Одной из тактик, реализующих избранную пользователем стратегию самопрезентации, является его Интернет-прозвище – так называемый «ник», что свидетельствует об актуальности данной исследовательской проблематики и определяет выбор Интернет-прозвища объектом анализа в данной статье, а ее предметом – самооценочность «ника» как средства самопрезентации в Интернет-дискурсе.

В качестве материала исследования послужили русскоязычные Интернет-форумы различной тематической направленности, которые можно сгруппировать в научно-технические, гуманитарные (литературные и артистические), популярные. Последняя группа оказывается наиболее размытой по тематике, поскольку предназначена для фатической метакоммуникации – («Форум друзей» и т. п.), то есть общения ради общения, разновидности виртуальной светской болтовни, не имеющей отношения к обсуждению информации, отмеченному на научно-технических и гуманитарных форумах.

Главная проблема данного анализа – выбор самопрезентации в Интернет – коммуникации и ее связь с реальной идентичностью человека – непосредственно связана с более глобальной проблемой стратегий презентации себя другим, рассматриваемой еще в трудах И. Гоффмана [Goffman]. С одной стороны, это требует обращения к проблеме идентичности, с другой – самопрезентации. В данной статье идентичность понимаем как синоним Я – концепции личности [Шевченко], как ее центральный конструкт. Самопрезентация представляет собой выражение эмоциональных и когнитивных элементов Я –концепции в дискурсивной практике (поведении) личности. Это

соответствует известной проблеме психологии: соотношение Я подлинного и мнимого, социальных ролей и Я-концепции личности, Я-для-других и Я-для-себя.

В исследованиях виртуальной реальности идентичность пользователя определяется сетевыми формами связи: социальные и психологические формы непосредственного воздействия в реальной коммуникации трансформируются в репрезентированные образы, характерные для виртуальной коммуникации. Хотя изучение человека в информационном социуме только начинается, уже достигнуты определенные результаты представителями социологии, психологии и других наук. В частности, отмечена «разорванность двух разных миров – реального социального бытия и бытия информационного» [ ]. Если первый объективен структурирован, служит источником самокатегоризации человека как социального объекта (выделяются такие социально-демографические параметры личности как пол, возраст, национальность, профессиональная принадлежность, место жительства и т.п.), то второй, информационный мир, оказывается теоретически не ограничен рамками реальности и представляет широкие возможности для выражения Я-концепции, переживаемого Я-для-себя. Тем самым через самовыражение в виртуальном мире личность осмысливает, конструирует себя, формирует представление о себе в виртуальном пространстве. Это позволяет человеку быть субъектом не только реального, но и виртуального мира, а исследователю-лингвисту (как и представителям смежных наук) дает возможность глубже понять личность через ее дискурсивные практики в виртуальной коммуникации.

В последние годы исследования языкового аспекта Интернет-коммуникации все больше привлекает внимание лингвистов. На данном этапе большинство работ посвящено анализу языка Интернет-текстов, специфике текстового структурирования, однако, вопросы языковой личности пользователя Интернета и, в частности, стратегий самопрезентации, еще ждут исследования. Поиск идентичности в новой информационной эре способствует решению более глобальной задачи, поставленной еще Э. Фроммом о связи типов идентичности личности с характеристиками социума.

По нашим данным, презентация себя в Интернет-коммуникации может быть двух разновидностей: эксплицитная, максимально соответствующая реальности презентация, имеющая целью достаточно полно раскрыть свои положительные качества (прежде всего профессиональные) с целью получения желаемой работы, карьерного роста и т.п. Такая самопрезентация представлена в виде резюме, CV и т.п. В этом случае идентичность (Я-концепция, Я-для-себя) максимально совпадает с социальной ролью (ролями) личности, с представлением Я-для-других.

Другой разновидностью самопрезентации в виртуальной среде является имплицитное сообщение своих данных, выражение скрытой идентичности, что совпадает с Я-для-себя, но может не совпадать с социальной ролью (ролями) человека. В Интернет-коммуникации такая дискурсивная практика наиболее полно представлена на форумах: потенциальная множественность виртуальной идентичности пользователя оказывается тем привлекательным моментом, который обеспечивает пользователям необходимый психологический комфорт в не-сенсорном общении и становится сутью нового канона Интернет-коммуникации.

Последнее качество – потенциальная множественность идентичностей – характерна для периода постмодернизма в целом (ср. постмодернистские формулы «человек и его эго – две большие разницы» и т.п.). С начала 70-х годов XX века в науке утвердилось разделение идентичности на социальную и персональную, однозначную и многозначную, однако именно Интернет-коммуникация делает эту идею особенно актуальной.

В Интернет-коммуникации обнаруживается ее влияние на реальную идентичность. Во-первых, в Интернете существуют много сообществ – форумов, чатов, телеконференций и пр., которые предоставляют новые возможности для пользователя причислить себя к той или иной социальной категории, приписать себе ту или иную социальную роль. Во-вторых, анонимность Интернет-коммуникации порождает возможность экспериментов и конструирования собственной идентичности. Фактически, анонимность виртуальной среды стимулирует пользователя Интернета к созданию *сетевой идентичности*, которая отличалась бы от его *реальной идентичности*.

Как показывает проведенное исследование, выбор Интернет-прозвища как одна из тактик самопрезентации в виртуальном мире зависит от типа и характера виртуального сообщества. Специфика виртуального сообщества определяет важность демонстрации той или иной социальной роли пользователя Интернета. Так, научно-технические форумы предъявляют высокие требования к уровню осведомленности в специальных вопросах, в то время как гуманитарные и метакоммуникативные форумы не предъявляют таких требований.

По полученным данным, в обнаруженных «никах» уровень специальной осведомленности на научно-технических сайтах проявляется в подавляющем большинстве (более, чем 90%) примеров. В частности, в виде «ника» используются прямые названия механизмов, приборов, автомобилей и т. п.: =DGN=, st83, xc538, Lexus, Scooter, PSV, SND-n, Megavolt и т. п.

В отличие от научно-технических виртуальных сообществ, гуманитарные форумы характеризуются «никами», удовлетворяющими тактики позитивной вежливости (вежливости сближения) – «Демонстрирую принадлежность к группе» путем эксплуатации намеков, аллюзий, ассоциаций с теми или иными артефактами культуры, имеющими личностное и социальное значение для пользователя и Интернет-группы в целом. Обнаруженные прозвища на «Форуме друзей» как правило характеризуют личностно-психологические особенности пользователя. Это «ники», написаны как латиницей, так и кириллицей, типа *Боцман*, *Пятый элемент*, вымышленные имена личные и прозвища: *Sergo*, *Germanovna*, саморепрезентации в виде *Virus*, *Banner*, написанные латиницей русские слова *Кнопка*, демонстрация своей принадлежности к артистической среде – *Art*, *Neo*, *Frod* (возможно, искаженное от персонажа Р. Толкиена) и пр.

Благодаря своим тематическим особенностям форум «Русская литература. Фантастика» оказался наиболее соответствующим эксплицитной саморепрезентации: обнаружены «ники» в виде имен личных собственных, как на русском, так и на украинском языках: *Наташа*, *Андрій*, а также использование фамилий известных авторов фантастов – *Дяченко* (приведено с авторской орфографией).

Самопрезентация в виртуальном сообществе раскрывает также и личностные особенности пользователя Интернет. Как показывает выборка, много «ников» демонстрируют стремление выразиться по-английски,

ограниченное реальными возможностями пользователя: в авторской орфографии они имеют вид *Barabaas, Konkere, sherif, Mehanik, Awizard, Mr. Kazakoof, Jenie*.

По нашим данным, число «смайликов» в виде Интернет-прозвищ оказалось на удивление низким: обнаружено только :-/.

Среди «ников» форумов «Немного Звукотехники», «Наука, техника», IXBT.com, привлекает внимание чувство юмора посетителей: *tipchik, DARK Abbat, Metaleater*, а также окказонализмы, вполне соответствующие нормам английского языка: *IDIOD, Ремонт-NIK, Maniac\_inc.*, созданные как результат блендинга двух когнитивных пространств, причем во втором случае – разноязычных.

Приведенные данные демонстрируют значимость принадлежности пользователя Интернет определенным сетевым сообществам для выбора стратегии самопрезентации. Среди них обнаружены как позитивная/нейтральная самопрезентация, так и эпатажная самопрезентация, которая представлена в «никах», намеренно противопоставляющих пользователя виртуальному сообществу, содержащих славящие девиантного конфликтного поведения: *Kompros, Purgatory, Продукт Распада*. С точки зрения психологи, эпатажная самоидентификация служит средством преодоления неопределенной идентичности, когда человек предпочитает продемонстрировать негативную социальную идентичность, чем быть «ником». Немаловажным объяснением выбора таких стратегий самопрезентации служит и анонимность, безопасность виртуального общения, приводящая к определенной «мнимой» вседозволенности.

В заключение следует отметить, что создание сетевой идентичности, отличающейся от реальной, проявляется в различных стратегиях самопрезентации и демонстрирует сплав дискриптивной и оценочной информации, причем оба типа информации оказываются равно значимыми. Как положительная, так и отрицательная самооценка позволяет пользователю реализовать скрытые аспекты его Я и создать сетевую идентичность по своему выбору.

Поднятая проблема представляется перспективной для анализа различных стратегий самопрезентации как в эксплицитном, так и в имплицитном представлении себя в Интернет-дискурсе.

#### Литература

1. Goffman E. Interactional ritual: essays on face to face behavior. – N.Y.: Anchor/ Doubleday, 1967.
2. Шевченко І.С. Прагматичні прояви Я-концепції мовця у дискурсі// Вісник Харків. нац. ун-ту. ім. В.Н. Каразіна. 2001. –537. – С. 11-17

#### Шеховцова Е. А.

#### ПРОИСХОЖДЕНИЕ И СТРУКТУРА ИСПАНСКИХ ЛИЧНЫХ ИМЕН

В настоящее время существует ряд серьезных исследований, посвященных изучению лексической системы испанского языка. Основные из них принадлежат Г. В. Степанову [12], В. С. Виноградову [2], Г. Я. Туроверу [13], Н. Н. Курчаткиной [7,8], А. В. Супрун [8], Н. М. Алесиной [15], Н. М. Фирсовой [14], А. А. Иваницкой [5,16], И. М. Зваде [15], М. М. Ворониной [17]. В трудах Г. В. Степанова, Н. М. Фирсовой, М. И. Былинкиной [1], А. В. Сиянского [10] раскрываются особенности национальных вариантов испанского языка в странах Иberoамерики. Вопросы испанской фразеологии рассматривались Н. Н. Курчаткиной, А. В. Супрун, Г. И. Джалиловой [3]. Огромная работа проделана составителями единственного на сегодняшний день Испанско-русского фразеологического словаря [9] – Э. И. Левинтовой, Е. М. Вольф, Н. А. Мовшович, И. А. Будницкой. Полученные в ходе исследований материалы легли в основу учебных пособий по испанскому языку и теории перевода, которые сегодня можно считать классическими. Вместе с тем, изучение антропонимической системы испанского языка не нашло достаточного отражения в работах отечественных исследователей. *Актуальность* темы данной статьи обусловлена необходимостью решения ряда теоретических и практических задач в области изучения испанского ономастикона и антропонимической системы в частности. *Целью* настоящего исследования является рассмотрение испанской системы антропонимов как специфической части не только лексики, но и культуры в целом. В этой связи была поставлена *задача* – охарактеризовать существующую антропонимическую модель и проанализировать корпус личных имен с точки зрения происхождения и структуры. Материалом исследования послужили испанские личные имена (1037 единиц), взятые из испанско-русского словаря под ред. Б. П. Нарумова и баз данных испанских интернет-сайтов.

Современная антропонимическая модель испанского языка варьирует в зависимости от сферы применения. Так, официальная формула включает в свой состав личное имя, получаемое при крещении (простое или составное) и обязательную двойную фамилию, первым элементом которой является первая фамилия отца, а вторым – первая фамилия матери: *Julio Nestor Juan Rancel Villamandos* (первые три компонента – личные имена, два последующие – фамилия). В повседневном регистре общения выбор личного имени из ряда закрепленных за индивидом произволен, а в качестве узусального компонента фамилии обычно выступает первый компонент, т.е. фамилия отца. Таким образом, приведенное выше собственное имя может быть сведено к форме *Julio Rancel* или *Julio N. Rancel*. Из поколения в поколение по мужской линии передается фамилия по отцу, в то время как фамилия матери наследуется лишь в первом колене. Наряду с простыми двучленными фамилиями существуют сложные фамилии. В этом случае каждый (или один) из элементов фамилии включает два, а иногда и более, компонента: *Fernandez-Gonzalez, Sancho-Ronda*.

В качестве антропонимических формантов [4, с. 185] выступают титульные приставки *don/doña, señor/señora, señořita*. Наиболее древним почтительным обращением является *don*, этимологически восходящее к латинскому *dominus* “господин, хозяин”. Первоначально данный аппелятив употреблялся в функции королевского титула, позднее став приставкой перед именами аристократии [11, с. 142]. Если обращения *señor/señora* используются либо с полным именем, либо только с фамилией, то *don/doña* – только с личным именем. Имена многих литературных и исторических персонажей не мыслятся без приставки: *Don Quijote, Don Juan, Doña Jimena, Doña Perfecta, Doña Urraca, etc.* Существует ряд нарицательных имен, в которых приставка является обязательным компонентом и привносит дополнительные коннотативные смыслы: *Don Comodo* – эгоист, избалованный