



УДК 811.161.2'373.231:[004.738.5:316.472.4](045)
DOI 10.35433/philology.2(100).2023.208-217

ФУНКЦІЙНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІКНЕЙМІВ (НА МАТЕРІАЛІ САЙТУ KOLO)

І. В. Омелюх*

Нікнейм слугує засобом самопрезентації користувача в інтернет-комунікації. За допомогою мережевого імені людина створює нову віртуальну особистість, наділяє її вигаданими, частково або повністю, якостями, характеристиками та рисами. У статті на матеріалі нікнеймів із сайту фонду оперативної допомоги KOLO спеціального сервісу "Святкове KOLO" розглянуто функційно-прагматичні особливості мережевих імен, що зумовлені прагматичними потребами особистості автора.

Функційно-прагматичні властивості нікнеймів сайтів фондів допомоги, волонтерських організацій є особливим об'єктом аналізу, оскільки вони дають змогу відстежити процес функціонування та розвитку мови на сучасному етапі її існування. Під час створення мережевих імен комуніканти надають перевагу комунікативно-значущому сенсу "свій" над "чужим". Виявлено, що нікнейми постають маркерами довіри, впевненості, захопленості, е виразниками оцінних та емоційних суджень.

У процесі поєднання двох компонентів в один формується семантико-прагматичний потенціал нікнейма. Серед досліджуваного матеріалу виокремлено двокомпонентні мережеві імена, опорним словом у яких є іменник, а поширювачем (мікроконтекстом) – прикметник. Потрапляючи в різні мікроконтексти, той самий складник має різні прагматичні значення. Лексична сполучуваність компонентів нікнейма продукує появу функційно-прагматичних відтінків у значенні. У процесі дослідження мережевих імен з'ясовано, що типи зміщення пресупозицій у двокомпонентних нікнеймах є регулярними й пов'язані з тематичними групами опорних елементів.

Обґрунтовано, що для успішного трактування мережевих імен комуніканти повинні мати спільну базу немовних знань. З одного боку, учасники комунікації повинні розуміти лексичне значення окремих складників, а з іншого – трактувати їхній спільний функційно-прагматичний потенціал.

Ключові слова: нікнейми, мережеві імена, інтернет-комунікація, функційно-прагматичне значення, пресупозиція.

* аспірантка кафедри українського мовознавства
і прикладної лінгвістики
(Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького)
oteljuhiryna@vni.cdu.edu.ua
ORCID: 0000-0003-2551-8191

FUNCTIONAL AND PRAGMATIC FEATURES OF NICKNAMES (BASED ON THE MATERIAL OF THE KOLO WEBSITE)

Omeliukh I. V.

Nickname is a tool of self-presentation of the user in Internet communication. A new virtual personality is created with the help of a network name and by the person who endows it with fictional, partially or fully strands, characteristics and features. The functional and pragmatic features of network names are considered in the article on the material of nicknames from the website of the KOLO operational assistance fund of the special service "Holiday KOLO", which are determined by the pragmatic needs of the author's personality.

The functional-pragmatic features of the website's nicknames of aid funds and volunteer organizations are a special object of analysis, as they make it possible to trace the process of functioning and development of the language at the current stage of its existence. While creating network names, communicators prefer the communicatively significant meaning of "own" over "other". It was found that nicknames appear as markers of trust, confidence, enthusiasm, and are indicators of evaluative and emotional judgments.

In the process of combining two components into one, the semantic and pragmatic potential of a nickname is formed. Two-component network names are singled out among the studied material, the main word of which is a noun, and the extender (micro-context) is an adjective. Falling into different micro-contexts, the same constituent has different pragmatic meanings. The lexical conjugation of the components of a nickname produces the appearance of functional-pragmatic nuances in the meaning. In the process of researching network names, it was found that the types of displacement of presuppositions in two-component nicknames are regular and related to thematic groups of supporting elements.

It is substantiated that for the successful interpretation of network names, communicators must have a common base of non-linguistic knowledge. On the one hand, communication participants must understand the lexical meaning of individual components, on the other hand, they should interpret their common functional and pragmatic potential.

Keywords: nicknames, network names, Internet communication, functional-pragmatic meaning, presupposition.

Постановка наукової проблеми. В умовах складних соціально-політичних реалій набувають поширення нові форми інтернет-комунікації. На відміну від реального життя, де основними засобами самопрезентації постають прізвище, ім'я та по батькові людини, у віртуальній реальності цю функцію виконують нікнейми. В інтернет-просторі особистість не завжди справжня, вона може бути штучною, вигаданою, із частково або повністю новими якостями, рисами, характеристиками. Комуникант створює унікальний образ залежно від місця спілкування (сайт, соціальна мережа, чат, форум), мети (анонімність, феєричність, гра, реклама, робота, освіта), свого бажання та інших прагматичних чинників.

Зовнішні матеріальні зміни в суспільстві віддзеркалені в мовній системі загалом і в антропонімії

зокрема. Вимогою часу стають сайти фондів, які опікуються зібранням коштів для військовослужбовців та постраждалих у війні. Таким прикладом постає сайт фонду оперативної допомоги KOLO спеціального сервісу "Святкове KOLO".

6 березня 2022 року керівники компаній Kyivstar, Readdle, Parimatch, Reface, Vimeo, Projector, ЛУН, Wise об'єдналися та створили KOLO. Цей фонд зосереджений на постачанні для військовиків технічного обладнання: дронів, тепловізорів, рацій, броників. Основними напрямками діяльності є організація допомоги ЗСУ і транспортування обладнання на передові позиції.

Сайт фонду має підписки – KOLOна, KOLOси – та спеціальні сервіси: KOLOкава, Святкове KOLO, KOLOR. KOLOна – це ефективна підписка, учасники якої кожного дня донатять 200 гривень. KOLOси зорієнтовані на

юридичні компанії, спільноти. Головною умовою участі є те, що команда має задонатити не менше ніж \$10000 на місяць. KOLO-кава – це ранковий донат, що дорівнює ціні кави. Святкове KOLO – це подарунок на свято. KOLOR – це донат на власний кастомний скі (ім'я, логотип за авторським дизайном) на справжній бойовій машині. Донатити можна не лише з території України, а й з усього світу [22].

Пропоноване дослідження покликане простежити, який посил до аудиторії зафіксовано в нікнеймі; окреслити умови трансформації чи утворення нового функційно-прагматичного значення мережевого імені; визначити зміни орієнтирів у виборі нікнеймів на волонтерських сайтах у бік національних, патріотичних, героїчних мотивів та закликів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти проблеми висвітлено в дослідженнях семантичних особливостей нікнеймів. А. В. Попова розробила семантичну класифікацію нікнеймів залежно від інформації, яку вони містять [10; 11], та визначила основні ознаки антропонімів [11]. О. Г. Бледнова проаналізувала семантичні категорії нікнеймів на прикладі німецької інтернет-комунікації [5].

Процес появи, способи творення та графічного зображення нікнеймів привертала увагу багатьох сучасних дослідників. В. В. Старостіна визначила основні тенденції словотворення мережевих імен [16]. Л. В. Шитик та І. В. Омелюх дослідили структурні особливості нікнеймів [20]. Є. О. Сазонова диференціювала мережеві імена за графічним оформленням [13]. В. С. Користов запропонував класифікацію нікнеймів підлітків і юнаків, ураховуючи вікові та психологічні особливості [8].

Функційно-прагматична специфіка мережевих імен поставала предметом уваги А. С. Гусевої [7], Н. О. Ярошенко [21], О. М. Шестакової [19]. О. Є. Сазонова схарактеризувала

нікнейми як прецедентні імена й виокремила їхні групи за сферами запозичення [12]. Чинники, що впливають на вибір мережевих імен, та мотиви, якими можна пояснити вибір мовних засобів, досліджували А. С. Гусева [7], В. В. Старостіна [16].

Вагомим внеском у розвиток української антропонімії, зокрема й нікнеймів, є монографії В. Д. Соприкіної "Псевдонімікон української культурномистецької сфери початку ХХІ століття: лінгвістична інтерпретація" [15] та Л. Р. Безгулої "Від слова до діла: лінгвопрагматика дискурсу" [6].

Р. Екер досліджував історію створення нікнеймів в англійських чатах знайомств, поставивши запитання, на які респонденти відповідали за бажанням: "What does your nick mean? Why did you choose it? What is its history, background or the story behind it?" [23: 8].

Теоретичним підґрунтям наукової розвідки стали праці про прагматичну специфіку заголовків. Пресупозиції в заголовках та способи їх вираження вивчала М. О. Чадюк [18]. Семантичні і прагматичні особливості складних слів у заголовках аналізувала О. А. Попкова [9].

Як видно зі зробленого теоретичного огляду, в українському мовознавстві нікнейми досліджені переважно в структурно-семантичному аспекті, а функційно-прагматичні особливості мережевих імен залишилися поза увагою науковців, що й зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Мета дослідження – проаналізувати функційно-прагматичний потенціал нікнеймів на прикладі матеріалів із сайту фонду оперативної допомоги KOLO.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Швидкий темп розвитку науки, техніки, інформаційних та цифрових технологій, постійні зміни в соціальному й суспільно-політичному житті українців зумовили перехід

дійсності у віртуальну реальність. Остання стала місцем дистанційної роботи, освіти та науки, осередком розваг і комунікації молоді.

Нікнейми є важливим складником будь-якої частини інтернет-простору: сайту, соціальної мережі, чату, блогу, форуму, адже саме вони прогнозують, чи зацікавить автор інтернет-користувачів, чи приверне увагу й змусить запам'ятати себе, чи буде впізнаваним. Мережеві імена важливі для користувачів, оскільки ідентифікують людину в інтернет-комунікації, створюють певний образ. Автори, обираючи джерело для свого мережевого імені, ураховують найрізноманітніші асоціації. На вибір впливає специфіка сайту (розважальний, інформаційний, волонтерський, комерційний, освітній), соціальної мережі (правила соціальної мережі, її контент, формат, засоби і способи спілкування), аудиторія, на яку зорієнтований нікнейм (вік, стать, національність, соціальний та сімейний статус, уподобання, захоплення). Важливими є мета, призначення мережевого імені, прагматичні чинники, стереотипи, уявні та ідеальні образи, досвід, психологічні особливості, які враховує автор.

Поява мережевого імені продиктована прагматичними потребами, оскільки нікнейми – результат свідомої, творчої роботи автора (*Най паде ворог, Antikatzar*). Кожен складник багатокomпонентного нікнейма має семантику; поєднуючись, вони формують семантико-прагматичний потенціал. Наприклад, у нікнеймі *ТопДонат2* перший складник *топ* позначає "найвищий, головний", другий – *донат* – "благодійний внесок". Загалом *ТопДонат* – це людина, яка надіслала найбільший донат, а цифра *2* вказує, що волонтер перевершив попередній внесок. У мережевому імені *Тиловий посіпака* перший компонент *Тиловий* зафіксований у "Словнику української мови" в 11 т. зі значенням "який знаходиться, перебуває в тилу; який обслуговує тил" [14], другий – *посіпака* – "прислужник, готовий

допомагати в будь-яких діях" [14]. Загалом *Тиловий посіпака* – людина, яка, перебуваючи на вільній території, у всьому допомагає військовикам.

Услід за Ф. С. Бацевичем, уважатимемо значеннєві аспекти "свій / чужий", "добро / зло" фактами мови й водночас фактами мовлення, оскільки "вони виникли в результаті суб'єктивного ставлення носіїв мови до певної особи, поняття, явища, події, факту" [2: 33]. Волонтери на сайті фонду оперативної допомоги КОЛО надали перевагу комунікативно-значущому сенсу "свій" над "чужим".

"Своєю" є зброя, за допомогою якої ми обов'язково отримаємо перемогу, напр.: *Чарівний NASAMS, Полум'яний байрактар, Гордий NLAW, Швидкий джавелін, Безжалісний хаймарс, Капітан Хаймарсюк, Бандерський мавік*. "Своїми" є визначні впливові постаті сучасності та історичні діячі, які вже стали символами боротьби українського народу за волю й незалежність (*КОЛОсальний Бандера, Незалежний Степан, Святковий Джонсонюк, Бунтівний Борис*), військові чини та звання (*Розлючений генерал, Гарячий майор*), військові професії (*Жовто-блакитний сапер*). "Своїм" є *Патрон* – український пес-шукач вибухівки. До категорії "своїх" також належать узагальнені образи героїв, що сформувалися у свідомості українців упродовж історії (*Бандерський козак, Бунтівна козачка, Зважений визволитель*), а також образи сучасних героїв (*Романтичний волонтер, Жовто-блакитний Привид*).

Без відповідного коментаря автора складно трактувати нікнейм *Підпалюк*. З одного боку, можна вважати цей новотвір похідним від *Палій* (серед дібраного матеріалу зафіксовано такий нікнейм). Отже, перше значення *Підпалюк* – той, хто підпалює. З іншого боку, Богдан Підпалюк – це прізвище *Сварога*, черкаського воїна, який загинув на війні під час виконання бойового завдання. Богдана нагороджено Орденом "За мужність" III ступеня. Отже, у другому значенні *Підпалюк* – воїн, герой сучасності, за

цим критерієм нікнейм належить до категорії "свій".

Мережеві імена є контекстуально залежними, оскільки їхній посыл до аудиторії зумовлений авторським контекстом. Розуміння висловлення передбачає тлумачення термінів і враховує загальний контекст та семантику складників. З огляду на конститутивні чинники забезпечення впливу на аудиторію, важливо з'ясувати умови добирання й використання нікнеймів [3: 251].

В інтернет-комунікації вдалим комунікативним ходом можна вважати правильний вибір чи добір нікнейма. Таким він буде тоді, коли відповідатиме меті та поставленим цілям, коли забезпечить одержання певного результату, який прагне досягнути особа. Наприклад, мережеві імена стають маркерами довіри, рівноваги (*Вірний Залужний, Зважений палій*), упевненості (*Незалежний Залужний, Смертоносний палій*), захоплення (*Сміливий Підпалюк*), виражають оцінні (*Стрімкий Залужний, Бунтівний Залужний, Гордий Підпалюк*) та емоційні (*Романтичний палій, Гарячий майор*) судження, сигналізують про нову інформацію (*КОЛОсальний палій, Бандерський козак*), відому (*Бунтівний козак, Сміливий козак*), очікувану (*Генерал Залужний*) чи неочікувану (*Чарівний Підпалюк, Розлючений Джонсонюк, Вітчизняний Джонсонюк*).

Мережеві імена, особливо на сайтах фондів та волонтерських організацій, створені на вимогу часу, відповідають суспільним, соціально-політичним викликам доби, співвідносні з конкретними історичними подіями, особами, діями. Прикладом слугує нікнейм *Генерал Залужний*, який асоціюється з Головнокомандувачем Збройних сил України Валерієм Залужним, чия постать уже закарбована у свідомості українців. Мережеві імена *Сміливий козак, Бунтівна козачка* не корелюють із конкретною чи історичною подією, адже козак у свідомості українців – це

узагальнений образ героя, визволителя, захисника. Серед досліджуваного матеріалу виокремлено нікнейми, що, на нашу думку, стали стійкими асоціаціями під впливом пісенної творчості. Зокрема, асоціація *Джонсонюк* – Борис Джонсон – виникла в пісні "Добрий день Everybody" (Мюслі UA). Асоціації *Розлючений байрактар, Сміливий байрактар, Швидкий байрактар, Стрімкий байрактар* з'явилися під впливом пісні "Байрактар" Тараса Боровка. Зміни в сприйнятті функційно-прагматичного змісту нікнеймів зумовлені соціальними зрушеннями (*Патрон* походить від назви боєприпасів, а нині асоціюється із псом, який розмінує територію і рятує з-під завалів людей).

Ф. С. Бацевич тлумачить комунікативний смисл як "інформаційний компонент спілкування, що формується як результуюча домінанта комунікативних стратегій усіх учасників кооперативного спілкування в межах певного контексту і ситуації із застосуванням вербальних, невербальних і паравербальних засобів" [2: 35]. Проілюструвати це положення можна прикладом нікнейма *Тилова варта* [волонтер допомагає військовикам, перебуваючи на вільній території].

Формування і створення нікнеймів можливе на ґрунті вже наявного мовного матеріалу (*Україна перемаже, Грім з небес*). Трактуючи нікнейми, створені за допомогою засобів живої мови, урахуємо поняття "пресупозиції". У широкому значенні пресупозиція – це "спільний фонд знань учасників спілкування про світ, його організацію, місце людини в ньому", "спільний фонд знань про конкретну ситуацію, у межах якої відбувається спілкування". Вузьке розуміння цього терміна "стосується комунікативних смислів, якими обмінюються учасники інтеракції з використанням засобів живої мови" [1: 101–103]. Ф. С. Бацевич розрізняє семантичну і прагматичну

пресупозиції. Прагматична пов'язана із суб'єктивним чинником – препозиційною установкою. У процесі комунікації можливе однакове, часто неусвідомлюване, ставлення адресанта й адресата до певної особи, предмета, явища в межах однієї лінгвокультури [1: 108].

Потрактуюмо пресупозиції у двокомпонентних нікнеймах, опорним елементом яких є іменник, а поширювачем – прикметник, що водночас слугує мікроконтекстом для опорного слова. М. О. Чадюк визначає пресупозитивний потенціал і в прикметниках, оскільки "їх категорійна семантика – вираження ознаки предмета" [18: 39]. Прикметник вияскравлює певну рису особи, предмета чи явища й привертає до неї увагу, уточнює номінацію. Тлумачення ознаки прикметника через ознаку іншої особи, предмета чи явища сприяє появі пресупозиційного потенціалу [там само].

А. А. Таран уважає розширення, звуження та асоціації універсальними закономірностями, які забезпечують перенесення значень з одних об'єктів на інші [17: 184]. Для створення нових, унікальних, запам'ятовувальних, яскравих нікнеймів адресанти використовують уже наявний мовний компонент й ознаку, яку він містить.

Опорні складники нікнеймів, потрапляючи в різні мікроконтексти, стають носіями різних прагматичних значень: *Привид (Привид Києва* – герой сучасності, український пілот-ас російсько-української війни; збірний образ пілотів 40-ї бригади тактичної авіації Києва), *Зважений Привид* [ухвалює виважені рішення в критичних ситуаціях], *Полум'яний Привид* [підпалює, знищує ворожу авіацію], *Вільний Привид* [у небі ні від кого не залежить], *Бунтівний Привид* [налаштований на кардинальні, рішучі дії]; *Козак* ("вільна людина; парубок, юнак взагалі; відважний, завзятий, хоробрий чоловік" [14]), *Хвостатий козак* [очевидно, як і тварини, вірний своєму народові; своїм переконанням], *Чарівний козак* [творить дива; виконує

роботу, що перевищує людські можливості], *Сміливий козак* [який не знає страху, не боїться небезпеки], *Бунтівний козак* [пронизаний героїчним духом українців], *Святковий козак* [створює свято; наближає перемогу], *Бандерський козак* [мужній, патріотичний, незламний], *Хтивий козак* [ненаситний, жадає крові й смерті ворогів], *КОЛОсальний козак* [виконує надзвичайно велику роботу]; *Байрактар* – безпілотний літальний апарат, *Розлючений байрактар* [завдає нищівної шкоди ворогові], *Вільний байрактар* [у небі його ніщо не може зупинити], *Хтивий байрактар* [жадає смерті ворогів], *Полум'яний байрактар* [підпалює ворожу техніку], *Сміливий байрактар* [який не боїться перешкод], *Швидкий байрактар* [швидко й непомітно виконує завдання], *Стрімкий байрактар* [швидко й непомітно виконує завдання].

Контекст уживання компонентів нікнейма, їхня лексична та синтаксична сполучуваність продукують появу семантичних відтінків, а отже, і функційно-прагматичних значень [17: 188]. Наприклад, слово *стрімкий* зафіксоване в "Словнику української мови" в 11 т. зі значенням "має велику швидкість" [14], а лексема *смертоносний* має семантику "який призводить до смерті; згубний, небезпечний, загрозливий" [14]. У складі нікнеймів вони реалізують свій функційно-прагматичний потенціал: *Стрімкий Залужний* [якнайшвидше здобуде перемогу], *Стрімкий байрактар* [швидко й непомітно підлітає до ворога, знищує його], *Стрімкий палій* [швидко спалює], *Стрімкий Підпалюк* [швидко виконує свою роботу], *Смертоносний палій* [знищує ворогів, завдає їм шкоди], *Смертоносний волонтер* [допомагає військовикам знищити ворога], *Смертоносний Підпалюк / Підпалючка* [професійний військовик, який знищує ворога, від його дій горить техніка й окупанти], *Смертоносний Шаман* [професійний військовик, який знищує

ворога], *Смертоносний Джонсонюк* [сприяє постачанню зброї, амуніції для армії], *Смертоносний Мавік* [зброя, яка несе смерть ворогам].

Типи зміщення пресупозицій регулярні, вони пов'язані з різними тематичними групами опорного компонента. Наприклад, у нікнеймах з опорним словом-назвою особи (*Вільний Привид*, *Вільний Джонсонюк*, *Вільний визволитель*, *Вірний Залужний*, *Вільний сапер*, *Вірний Підпалюк*, *Вірний Джонсонюк*, *Вірна волонтерка*) складник *Вільний* має пресупозицію [сам ухвалює рішення, а не підвладний іншим], *Вірний* – [вірний, відданий народові України]. У нікнеймах на позначення зброї (*Вільний байрактар*, *Вільний NLAW*, *Вірний хаймарс*) ці поширювачі мають дещо інший комунікативний сенс: *Вільний* [у небі його ніщо не обмежує і ніщо не може зупинити], *Вірний* [служує зброєю для ЗСУ]. Зафіксовано прагматичні кліше, які є результатом "дії багатьох чинників, пов'язаних із пізнавальною діяльністю людини" [1: 85]: *Генерал Залужний* [шана, повага], *Бунтівний козак* [пронизаний героїчним духом].

Нікнейми "відсилають" адресатів до сфери немовних знань. Для успішного трактування мережевих імен учасники комунікації повинні знати лексичне значення окремих складників та розуміти їхній спільний функційно-прагматичний потенціал. Наприклад, для того щоб зрозуміти нікнейми *Сміливий Підпалюк*, *Полум'яний Привид*, *KOLOсальний Джонсонюк*, *Святковий Шаман*, потрібно з'ясувати лексичне значення кожного складника й тільки потім визначити пресупозицію мережевого імені: прикметник *сміливий* зафіксований у "Словнику української мови" в 11 т. зі значенням "не знає, не боїться небезпеки" [14], без відповідного коментаря автора складно трактувати нікнейм *Підпалюк* (див. вище). *Сміливий Підпалюк* [не боїться небезпеки, здатний віддати життя для виконання завдань]. *Полум'яний* "який яскраво горить, палає; відзначається пристрасною відданістю справі" [14], *Привид* –

Привид Києва, пілот-ас; збірний образ пілотів, *Полум'яний Привид* [підпалює ворожу авіацію, а також відданий справі]. Використання компонента *KOLOсальний* "надзвичайно великий, величезний" [14] зумовлене сайтом, на якому створено нікнейм, *Джонсонюк* (Борис Джонсон – британський політик та колишній журналіст, колишній прем'єр-міністр Великої Британії), *KOLOсальний Джонсонюк* [має великий вплив на міжнародній політичній арені]. Вибір автором поширювача *Святковий* зумовлений сайтом і спеціальним сервісом, на якому створений нікнейм; *Шаман* має декілька значень: 1) за СУМом, *шаман* – служитель культу, знахар [14]; 2) батальйон "Шаман" – підрозділ спеціального призначення; 3) Євген Шамалюк – командир десантно-штурмового підрозділу, позивний "Шаман"; *Святковий Шаман* [створює свято; знає, як наблизити перемогу].

Простежено зміну орієнтирів у виборі нікнеймів тяжінням до національних (Українець), патріотичних (Жовто-блакитний Джонсонюк, Жовто-блакитний Залужний, Най паде ворог, ТопДонат2), Україна переможе), героїчних (Бандерський козак, Бандерський джавелін, Сміливий козак, Розлючений Бандера, Бунтівна козачка) мотивів та закликів.

Висновки й перспективи дослідження. Отже, інтернет-комунікація – це особлива реальність, що виражає суб'єктивно-особистісний світ та визначає духовний стан комунікантів. Людина сама створює віртуальну особистість на основі мережевого імені. Функційно-прагматичні особливості нікнеймів сайтів фондів допомоги, волонтерських організацій є особливим об'єктом аналізу, оскільки вможливають простежити процес розвитку мови, сучасний етап її функціонування.

На вибір нікнейма впливають не тільки власні вподобання автора, а й специфіка сайту, соціальної мережі, мета та призначення. Створюючи мережеві імена, волонтери надають

перевагу комунікативно-значущому сенсу "свій" над "чужим". Посил до аудиторії, зафіксований у нікнеймі, зумовлений авторським контекстом. Мережеві імена слугують маркерами довіри, упевненості, захопленості, виражають оцінні та емоційні судження. Вони створені на вимогу часу, зумовлені суспільними й соціально-політичними подіями в країні.

Опорний компонент мережевого імені, потрапляючи в різний

мікроконтекст, змінює прагматичне значення. Лексична та синтаксична сполучуваність продукують появу функційно-прагматичних значень. У досліджуваних нікнеймах типи зміни пресупозицій – регулярні й пов'язані з різним лексичним значенням опорного компонента. Учасники інтернет-комунікації обирають мовні кліше джерелом свого мережевого імені.

Перспективи дослідження вбачаємо в прагматичному аналізі нікнеймів у соціальних мережах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної прагматики. Київ: Академія, 2011. 304 с.
2. Бацевич Ф. С. Лінгвістична прагматика: спроба обґрунтування проблемного поля і дослідницької одиниці. *Мовознавство*. 2009. № 1. С. 9–37.
3. Бацевич Ф. С. Проблеми і термінологічний апарат сучасної лінгвістичної прагматики. *Вісник: Проблеми української термінології*. 2008. № 620. С. 250–253.
4. Белова О. Г. Графічні особливості особистих імен в сучасній німецькій інтернет-комунікації. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка: Педагогічні науки*. 2019. № 2 (325). С. 65–72.
5. Бледнова О. Г. Семантичні особливості особистих імен в сучасній німецькій Інтернет-комунікації. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка: Філологічні науки*. 2018. № 7 (321). С. 11–17.
6. Від слова до діла: лінгвопрагматика дискурсу: колективна монографія / відп. ред. Безгула Л. Р. Вінниця: Нова Книга, 2020. 368 с.
7. Гусева А. С. Мовна особистість в умовах віртуальної комунікації: номінація користувача як мовний код. *Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия "Филология. Социальные коммуникации"*. 2013. Т. 26 (65). № 4. С. 58–64.
8. Користов В. Комп'ютерні ніки як засіб самопрезентації у віртуальному просторі. *Актуальні проблеми психології в закладах освіти*. 2022. № 6. С. 67–72.
9. Попкова О. Семантика і прагматика okazіональних складних слів у заголовках сучасних українських газетних публікацій. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. 2022. № 1. С. 45–58.
10. Попова А. В. Нікнейм як основний засіб самопрезентації віртуальної особистості в інтернет-комунікації: семантична природа та класифікація (на матеріалі української мови). *Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах*. 2017. № 33–34. С. 49–58.
11. Попова А. В. Семантичні особливості мережевих імен в англійській та українській антропоніміці. *Матеріали наукової конференції (2015–2016 рр.). Секція "Порівняльно-історичне мовознавство"*. 2017. С. 35–36.
12. Сазонова Є. О. Віртуальний нікнейм як прецедент. *Лінгвістика*. 2012. № 2. С. 264–271.
13. Сазонова Є. О. Графічна природа інтернет-імен. *Лінгвістичні студії: збірник наук. праць*. 2012. № 25. С. 31–34.
14. Словник української мови: в 11 т. / гол. ред. І. К. Білодід. Київ: Наукова думка, 1970–1980.
15. Соприкіна В. Д. Псевдонімікон української культурномистецької сфери початку ХХІ століття: лінгвістична інтерпретація. Харків: ХНПУ: ХІФТ, 2021. 264 с.

16. Старостіна В. В. Ім'я (нікнейм) як самопрезентація у віртуальних конференціях. *Студентські наукові записки. Серія "Філологічна"*. 2012. № 5. С. 182–184.
17. Таран А. А. Зміна змістового обсягу слів як спосіб неосемантизації. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*. 2022. № 3 (98). С. 183–191.
18. Чадюк М. О. Засоби втілення імпліцитної інформації в новинних заголовках. *Наукові записки НаУКМА. Мовознавство*. 2019. Т. 2. С. 36–43.
19. Шестакова О. М. Нікнейм як засіб конструювання віртуальної ідентичності в електронному дискурсі чата. *Вісник СумДУ*. 2009. С. 135–138.
20. Шитик Л. В., Омелюх І. В. Структура нікнеймів у соціальних мережах. *Мовознавчий вісник: збірник наук. праць*. 2021. № 31. С. 18–26.
21. Ярошенко Н. О. Антропоніми та логіноніми: наслідки міжвидової трансонімізації. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія "Мовознавство"*. 2009. № 15. Т. 2. С. 173–177.
22. Сайт фонду оперативної допомоги KOLO. URL: <https://www.koloua.com/about-us> (дата звернення: 27.03.2023).
23. Ecker R. Creation of Internet Relay Chat Nicknames and Their Usage in English Chatroom Discourse. *Linguistik Online*. 2011. 50 (6). P. 3–29.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Batsevych, F. S. (2011). *Vstup do linhvistychnoi prahmatyky [Introduction to Linguistic Pragmatics]*. Kyiv: Akademia. 304 p. [in Ukrainian].
2. Batsevych, F. S. (2009). *Linhvistychna prahmatyka: sprobа obgruntuvannia problemnoho polia i doslidnytskoi odyntsi [Linguistic Pragmatics: an Attempt at Defining the Problematic Field and the Unit of Research]*. *Movoznavstvo*. No. 1. P. 9–37. [in Ukrainian].
3. Batsevych, F. S. (2008). *Problemy i terminolohichniy aparat suchasnoi linhvistychnoi prahmatyky [Problems and terminological mean of modern linguistic pragmatics]*. *Visnyk: Problemy ukrainskoi terminolohii*. No. 620. P. 250–253. [in Ukrainian].
4. Belova, O. H. (2019). *Hrafichni osoblyvosti osobystykh imen v suchasniy nimetskii internet-komunikatsii [Graphical features of first names in modern German Internet-communication]*. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka: Pedagogichni nauky*. No. 2 (325). P. 65–72. [in Ukrainian].
5. Blednova, O. H. (2018). *Semantychni osoblyvosti osobystykh imen v suchasniy nimetskii Internet-komunikatsii [Semantic Features of Personal Names in Modern German Internet Communication]*. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka: Filolohichni nauky*. No. 7 (321). P. 11–17. [in Ukrainian].
6. Bezghula, L. R. (Ed.). (2020). *Vid slova do dila: linhvoprahmatyka dyskursu: kolektyvna monohrafiya [From word to action: linguopragmatics of discourse: collective monograph]*. Vinnytsia: Nova Knyha. 368 p. [in Ukrainian].
7. Husieva, A. S. (2013). *Movna osobystist v umovakh virtualnoi komunikatsii: nominatsiia korystuvacha yak movnyi kod [Language identity within virtual communication: user's nomination as a language code]*. *Uchenie zapiski Tavricheskogo natsionalnogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Seriya "Filologiya. Sotsialnie komunikatsii"*. Vol. 26 (65). No. 4. P. 58–64. [in Ukrainian].
8. Korysto, V. (2022). *Komp'uterni niky yak zasib samoprezentatsii u virtualnomu prostori [Computer nicknames as a means of self-presentation in virtual space]*. *Aktualni problemy psykholohii v zakladakh osvity*. No. 6. P. 67–72. [in Ukrainian].
9. Popkova, O. (2022). *Semantyka i prahmatyka okazionalnykh skladnykh sliv u zaholovkakh suchasnykh ukrainskykh hazetnykh publikatsii [The semantics and pragmatics of occasional compound words in the headlines of modern ukrainian newspaper publications]*. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. No. 1. P. 45–58. [in Ukrainian].

10. Popova, A. V. (2017). Nikneim yak osnovnyi zasib samoprezentatsii virtualnoi osobystosti v internet-komunikatsii: semantychna pryroda ta klasyfikatsiia (na materialy ukrainskoi movy) [Nickname as the main means of self-presentation of a virtual personality in Internet communication: semantic nature and classification (based on the Ukrainian language)]. *Typolohiia movnykh znachen u diakhronichnomu ta zistavnomu aspektakh*. No. 33–34. P. 49–58. [in Ukrainian].
11. Popova, A. V. (2017). Semantychni osoblyvosti merezhevykh imen v anhliiskii ta ukrainskii antroponimitsi [Semantic features of network names in English and Ukrainian anthroponymy]. *Materialy naukovoï konferentsii (2015–2016 rr.)*. Sektsiia "Porivnialno-istorychne movoznavstvo". P. 35–36. [in Ukrainian].
12. Sazonova, Ye. O. (2012). Virtualnyi nikneim yak pretsedentn [Virtual nickname as a precedent]. *Linhvistyka*. No. 2. P. 264–271. [in Ukrainian].
13. Sazonova, Ye. O. (2012). Hrafichna pryroda internet-imen [Graphic nature of Internet names]. *Linhvistychni studii: zbirnyk nauk. prats*. No. 25. P. 31–34. [in Ukrainian].
14. *Slovnyk ukrainskoi movy (1970–1980) / Bilodid, I. K. (Ed.)* [Dictionary of the Ukrainian language]: in 11 vol. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].
15. Soprykina, V. D. (2021). Pseudonimikon ukrainskoi kulturnomystetskoï sfery pochatku XXI stolittia: linhvistychna interpretatsiia [Pseudonymicon of the Ukrainian cultural and artistic sphere of the beginning of the 21st century: linguistic interpretation]. Kharkiv: KhNPU: KhIFT. 264 p. [in Ukrainian].
16. Starostina, V. V. (2012). Imia (nikneim) yak samoprezentatsiia u virtualnykh konferentsiiakh [Name (nickname) as self-presentation in virtual conferences]. *Studentski naukovy zapysky*. Seriia "Filolohichna". No. 5. P. 182–184. [in Ukrainian].
17. Taran, A. A. (2022). Zmina zmistovoho obsiahu sliv yak sposib neosemantyziatsii [Changing the content of words as a way of neosemanticism]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*. Filolohichni nauky. No. 3 (98). P. 183–191. [in Ukrainian].
18. Chadiuk, M. O. (2019). Zasoby vtilennia implitsytnoi informatsii v novynykh zaholovkakh [Means of implicit information implementation in news headlines]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Movoznavstvo*. Vol. 2. P. 36–43. [in Ukrainian].
19. Shestakova, O. M. (2009). Nikneim yak zasib konstruiuvannia virtualnoi identychnosti v elektronnomu dyskursi chata [Nickname as a means of virtual identity designing in electronic chat discourse]. *Visnyk SumDU*. P. 135–138 [in Ukrainian].
20. Shytyk, L. V., Omeliukh, I. V. (2021). Struktura nikneimiv u sotsialnykh merezhakh [Structure of nicknames in social networks]. *Movoznavchyi visnyk: zbirnyk nauk. prats*. No. 31. P. 18–26. [in Ukrainian].
21. Yaroshenko, N. O. (2009). Antroponimy ta lohinonimy: naslidky mizhvydovoi transonimizatsii [Anthroponyms and loginonyms: implications of interspecies transonymization]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu*. Seriia "Movoznavstvo". Vol. 2. No. 15. P. 173–177. [in Ukrainian].
22. Sait fondu operatyvnoi dopomohy KOLO [Web Site of the KOLO rapid assistance fund]. URL: <https://www.koloua.com/about-us> (reference date: 27.03.2023) [in Ukrainian].
23. Ecker, R. (2011). Creation of Internet Relay Chat Nicknames and Their Usage in English Chatroom Discourse. *Linguistik Online*. 50 (6). P. 3–29. [in Switzerland].

Стаття надійшла до редколегії: 29.04.2023

Схвалено до друку: 26.05.2023