

Ключевые слова: французский язык, канадский вариант, устная языковая норма, стандарт, английские заимствования.

Bazhanovska O.V. Formation of the Oral Language Norm of the French Language on the Example of the Canadian Variant.

The article examines scientific research and achievements of Canadian scientists over the past 70 years concerning the problem of the oral language standards of the Canadian variant of the French language. Scientists note that the use of the French language in Canada must conform to all corresponding requirements of the international French. Canadian scientists take in attention the objectivity of influence of the English language to French. In the framework of the standardization of the Canadian version of the French language, its oral language form is modernized, OLF in Canada publishes the list of terms relating not only to different spheres of the social and labour activities but local terms that reflect vernacular realities based on the own French foundation. For this purpose they develop measures to improve its terminology, the following principles in relation to English words are adopted: it is possible to eliminate the existing English borrowings, to refuse further borrowings from the English language as a way of forming new words even to refer to contemporary North American realities, to create new vocabulary exclusively on the basis of native French material. Considering the features of bilingualism in Canada, many scientists note the heterogeneity of the vocabulary of the French language in Canada.

Key words: French language, Canadian variant, oral language norm, standard, English borrowings.

Стаття надійшла до редакції 26.09.2018 р.

Стаття прийнята до друку 27.09.2018 р.

Рецензент – канд. пед. н., доц. О.М.Биндас

УДК 81:004.738.5

Бледнова О.Г.

**СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСОБИСТИХ ІМЕН В
СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ**

Інтернет є глобальною системою, що постійно розвивається, з її розвитком еволюціонують й Інтернет-комунікації. Черезнадзвичайні темпи розвитку ще не сформований єдиний підхід до їх вивчення. Стандартні мови в Інтернеті набувають нових рис і починають по-іншому використовуватись у комунікаційних системах. Виникають нові

функціональні різновиди писемних мов, які конкурують із процесами стандартизації та нормалізації мови, але щонайкраще пристосовані до сучасних медійних умов. Так, з одного боку літературні варіанти мов стають відповідним вираженням зміненої писемності на тлі комп'ютерної та мобільної техніки, а з іншого відбувається поступова відмова від основаної на орфографії системи знаків і надається перевага графічним знаковим системам. Саме тому **актуальність дослідження** зумовлена необхідністю проаналізувати семантичні особливості особистих імен в сучасній німецькій Інтернет-комунікації.

Підтвердження цього ми знайшли в роботах закордонних та українських дослідників даної теми: Х. Бехар-Ізраелі, Г. Дабірі і Д. Хельтен, К. Дюршайд, П. Шлобінські, Т. Анікіної, Г. Ходоренко, А. Балкунової, Н. Арутюнової, А. Суперанської, Ю. Карпенка, Н. Подольської, В. Горпиничата ін.

Зрозуміло, що семантичні особливості особистих імен в сучасній німецькій Інтернет-комунікації – це складна тема, яка не може бути розглянута в рамках однієї статті, тому **мета дослідження** – виділити семантичні особливості особистих імен як важливою складовою німецької комунікації в Інтернеті, ознайомившись з науковою літературою по даній темі, Інтернет-джерелами та науковими працями сучасних дослідників. Досягнення мети цієї роботи потребує вирішення наступного **завдання** – проаналізувати семантичні особливості особистих імен у німецькій Інтернет-комунікації.

Особисте ім'я в Інтернет-комунікації, або так званий «нікнейм» (англ. «nickname» – кличка, прізвисько) – особливий вид антропоніма, який використовується особою в Інтернеті для спілкування – є невід'ємною частиною Інтернет-комунікації і відіграє таку саме важливу роль, як особисте ім'я в умовах спілкування у реальному житті [Аникіна 2011: 69]. При цьому особисте ім'я в Інтернет-комунікації набуває нових особливостей, які постійно оновлюються і мають бути досліджені з різних аспектів.

Створення нікнейму є процесом, який дозволяє учаснику Інтернет-комунікації презентувати себе віртуальному суспільству і водночас продемонструвати свою унікальність. Одним із способів проявити фантазію за допомогою особового імені у віртуальному спілкуванні є експериментування із його структурою. Нікнейм як специфічний вид антропоніму, характерний тільки для віртуальної комунікації, має свою особливу структуру. Однією з особливостей нікнейму є те, що він не є словотворчим, тобто від нього не можуть бути утворені інші форми особистого імені. Нікнейм існує тільки і тій формі, яку вигадав користувач.

Спираючись на структурну класифікацію прізвиськ Д. Єрмоловича [Єрмолович 2001: 91-96] та структурно-функціональну класифікацію нікнеймів Т. Анікіної [Аникіна 2011: 34] виділимо наступні категорії особистих імен в німецькій Інтернет-комунікації:

1. Антропонімічні нікнейми – такі, що утворені від реальних особистих імен користувачів або від імен відомих особистостей, героїв літературних творів, комп'ютерних ігор тощо. Нікнейми цієї групи в свою чергу поділяються на:

- односкладні, або утворені від одного імені: *_Andy_, Anii..!, Andreas, Arsen, Kristin*, Melanie, Simon;*
- складені, або утворені від двох або більше імен чи прізвищ: *cobainkurt, -AndyAndy-, GustavGans, BradPitt, kloi*rosi, CharlieBraun;*
- скорочені, або утворені за допомогою зменшувально-пестливих суфіксів: *Nikko, Detty, Miyalein, kathrinchen, CaraLein;*
- імена, що поєднані із артиклем: *DerGerhard, Der_ThomasD.*

Слід зазначити, що використання імен з артиклями не є типовим для літературної німецької мови, проте характерне для розмовної мови і неформального спілкування, і як наслідок активно використовується у німецькій Інтернет-комунікації.

Окрім того, для антропонімічних нікнеймів у німецькій Інтернет-комунікації характерне поєднання імені з цифрами. Зазвичай це пов'язане з тим, що користувач з таким ім'ям вже зареєстрований в обраному чаті, форумі тощо. Так, аналізуючи нікнейми користувачів чатів, ми доходимо до висновку, що в першу чергу вони комбінують імена з наступними числовими значеннями:

- день, місяць або рік народження: *andre_1973, Andreas1204, lisa2403, sophie-94, Samir 87, Shakira82;*
- вік: *Gerri40, Jenny28w, Kira-21;*
- дата реєстрації нікнейму: *ille2013;*
- улюблені чи важливі для користувачі числа, телефонний код тощо: *Slevin7, Viktor77, Maria 0815, dani9987.*

2. Змішані нікнейми – такі, що містять антропонім і загальну назву, яка оцінює чи характеризує комуніканта. Подібні нікнейми досить популярні серед користувачів різноманітних сфер віртуального спілкування. Найчастіше обирають наступні комбінації антропоніму та загальної назви:

- антропонім + зоонім: *>The>Spider>Silva<, bella_maus, katze.lisa, MariaMaus;*
- антропонім + ріддіяльності, захоплення: *~DJ-Alex~, DJ_Juro, MuttiEllen;*
- антропонім + характеристика власника: *Vanessalustig, Curly_Sue*, darkmargo, EinfachEVA.*

Окремо у цій категорії слід виділити нікнейми наступного виду: **Miss*Jacky*, MissGaia, Mr.Garibaldi, mr.jack&jones, DonCrawallo.* Комбінуючи антропонім з іншомовним звертанням до своєї особи, користувачі тим самим підкреслюють свою значущість, ніби ставлять себе вище за інших.

3. Апелятивні, або загальні – такі, що містять тільки характеризуючі елементи. Нікнейми цієї категорії можуть бути виражені будь-якою частиною мови: іменником, прикметником, дієсловом, числівником, прислівником, вигуком тощо. За структурою їх можна сортувати наступним чином:

- односкладні: *SightUnseen*, *-eclipse-*, *Ansage!*, *haferbrei*, *Engelchen*, *anwesender*, *prinz!!!*, *angenehm777*, *Birne*, *exxekutor*, *dreamer*, *-mainstream*;

- двоскладні – нікнейми у вигляді словосполучень або слів-комполітів. Їх можна сортувати наступним чином:

- сполучення двох іменників: *highway_star*, *Italia_Diamant*, *SunSearcher*, *Harmony_Corruption*, *Zigeunerjunge*, *Müslischüssel*, *engelhase24*, *DaimlerGuy1996*;

- сполучення прикметника та іменника: *Skillloser_Vollidiot*, *süßesteufelchen*, *BadManners*, *Frenchkiss*, ***Hässlich-Er***;

- інші словосполучення: *alles_crazy*, *click-clack*, *ÄHM.JAA!*, *psychoaktiv*, *chilledgreen*.

Словосполучення також можуть бути фантазійними, тобто такими, що позначають не існуючі в природі явища чи об'єкти: *Neonschwarzes_Vieh*, *Kaffeezombie*, *BananenHipster*, *Schnuggl~Schnecke*.

- складені – нікнейми, які складаються із декількох слів: *DerLangeAusTetris*, *'His_Billie_Jean_<3*, *iamsweetgirl*.

- нікнейми-речення: *MannSuchtNetteFrau*, *musik_is_my_life*, *A.New.Day.To.Change!*, *omgichbinsoemotional*, *404.file.not.found*.

Останні дві групи включають нікнейми, що мають у своєму складі декілька слів. З точки зору їх структури та семантики вони становлять найбільший інтерес, адже створюючи такий нікнейм, користувач докладає найбільше зусиль, проявляє фантазію, виокремлює себе серед інших користувачів, демонструє свою неповторність.

Апелятивні нікнейми часто зумовлені прагненням користувача до анонімності. Приховуючи реальне особисте ім'я за загальними назвами, комунікант обирає для себе своєрідну соціальну маску, за допомогою якої він відіграє ту чи іншу роль. Таким чином, спілкування перетворюється на гру, де співрозмовники привертають до себе увагу незвичною структурою своїх віртуальних особистих імен і дізнаються реальну інформацію тільки в процесі комунікації.

4. Буквено-числові – такі, що складаються із комбінацій цифр та літер. До цієї ж категорії ми відносимо абрєвіатурні нікнейми – утворені шляхом скорочення до перших літер імен або загальних назв. Подібні нікнейми дуже важко аналізувати, адже механізм їх творення і зміст відомий тільки їх власникам. Так, **\$Bling*LH*\$* містить слово «bling», що у молодіжній мові означає блискучу прикрасу. Проте встановити природу інших символів цього нікнейму встановити неможливо. *'23.10.2013.<3'* містить дату, яка відома тільки власнику.

123456! – це послідовний ряд чисел, вибір яких може говорити про небажання власника гаяти час на вигадання складного нікнейму, але він не виказує жодних характерних ознак власника. Нікнейм *m1985@ku* ймовірно є електронною поштою власника, можна припустити що 1985 є датою народження власника, а позначення «ku» може означати домен, щовикористовують мешканці Курдистану. Але слід зазначити, що це тільки гіпотези, виведені шляхом аналізу окремих складових нікнейму. Реальне походження цього особистого імені відоме тільки його власнику, як і користувачам із наступними нікнеймами: *MoOhn, ZzZ, axq, sph, D3C3PT3BLY*.

З даної класифікації стає очевидним, що учасники німецької Інтернет-комунікації необмежені у виборі нікнеймів, адже кожен має змогу повідомити іншим стільки інформації, скільки він вважає за потрібне: від повного імені та прізвища до незначних деталей, які забезпечують його анонімність. Так, за нікнеймом *Wiesaul* може приховуватись дівчина або хлопець будь-якого віку, професії, з будь-якими інтересами тощо. Не виключено, що вибір таких анонімних нікнеймів зумовлений простим прагненням до віртуальної комунікації, якою компенсується відсутність реального спілкування. Ймовірно, людина не має бажання підтримувати зв'язок у повсякденному житті і як наслідок не повідомляє своєї особистої інформації.

Ми встановили, що структура нікнейму зумовлена сферою його функціонування. Наприклад, у соціальних мережах типу Facebook вимогою до усіх користувачів є реєстрація під реальним ім'ям, тобто для такої сфери комунікації характерні антропоніми. У мережах типу Google+ можлива реєстрація під іншим ім'ям, проте заборонене використання символів у імені, отже, допускаються змішані чи апелятивні антропоніми, проте не буквено-числові. У блогах типу Twitter, Blogger та Інтернет-аукціонах як EBay користувачі можуть вести свій блог та читати інші анонімно, продавати чи купувати товари, приховавши своє реальне особисте ім'я за вигаданим нікнеймом. У чатах типу Spin.de користувачі найчастіше обирають характеризуючі нікнейми, повідомляють про свої інтереси, рід діяльності, наміри, проте не більше того. Отже, у таких сферах спілкування реалізуються усі категорії вищезазначеної структурної класифікації особистих імен в Інтернет-комунікації. Слід зазначити, що чим більш неформальний, ігровий характер несе спілкування у віртуальному просторі, тим більше користувачі схильються до приховання особистої інформації.

На прикладі нікнеймів німецьких чатів спробуємо проаналізувати співвідношення антропонімічних, змішаних, апелятивних та буквено-числових нікнеймів. Отже, з чотирьохсот вибраних нікнеймів 79 антропонімічних, 28 змішаних, 272 апелятивних, 21 буквено-числових.

Отже, найбільше користувачів чатів (68%) використовують апелятивні нікнейми, п'ята частина користувачів (20%) обрала антропонімічні нікнейми, і лише деякі учасники комунікації обрала

змішані та буквено-числові нікнейми (7% та 5% відповідно). Ми припускаємо, що така очевидна перевага апелятивних нікнеймів пов'язана з тим, що комуніканти прагнуть будь-яким чином привернути до себе увагу і вдаються для цього до утворення нових креативних особистих імен. Так, у чаті може бути декілька користувачів з однаковими іменами: *andre_1973*, *Andreas*, *Andreas1204*, проте тільки один із нікнеймів *was_zum_naschen*.

Слід зазначити, що структура нікнеймів із часом змінюється у зв'язку з поширенням віртуальної комунікації. Якщо на початку свого існування Інтернет-спілкування мало скоріше діловий характер і передбачало використання реальних особистих імен, то із появою Інтернету у кожному домі віртуальне спілкування набуло невимушеного, неформального формату, надає комунікантам більше свободи. Як показало дослідження співвідношення різних структурних категорій нікнеймів, користувачі активно користуються можливістю приховати свою особистість і реалізувати себе у віртуальному просторі спілкування з бажаної сторони: підкреслити свої захоплення, риси характеру, рід діяльності, вік тощо або ж зіграти роль особи, якій такі риси притаманні.

Література

- Аникіна 2011** – Аникіна Т. В. Сопоставительное исследование виртуального антропонимиконаанглоязычных, русскоязычных и франкоязычных чатов: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.20 / Аникіна Татьяна Вячеславовна. - Екатеринбург, 2011. – 224 с.;
- Ермолович 2001** – Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур: заимствование и передача имён собственных с точки зрения лингвистики и теории перевода / Д. И. Ермолович. – Москва: Р.Валент, 2001. – 133 с.;
- Чернейко 2002** – Чернейко Л.О. Имя собственное как результат индивидуального творчества и как объект авторского права / Л. О. Чернейко // *Изобретательство*. – № 8. – 2002. – С. 69–79.;
- Шабшин 2005** – Шабшин И. О психологических особенностях общения в интернете / И. Шабшин // *Консультативная психология и психотерапия*. – М., 2005. – № 1. – С. 162 – 164.;
- Beißwenger 2006** – Beißwenger M. Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektive auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld / M. Beißwenger (Hrsg.). – Stuttgart: ibidem, 2001. – S. 79–138.

Бледнова О.Г. Семантичні особливості особистих імен в сучасній німецькій Інтернет-комунікації.

У статті розглянуто семантичні особливості особистих імен в сучасній німецькій Інтернет-комунікації. За даними класифікації стало очевидним, що учасники німецької Інтернет-комунікації необмежені у виборі нікнеймів, адже кожен має змогу повідомити іншим стільки

інформації, скільки він вважає за потрібне: від повного імені та прізвища до незначних деталей, які забезпечують його анонімність. Вибір таких анонімних нікнеймів зумовлений простим прагненням до віртуальної комунікації, якою компенсується відсутність реального спілкування. Людина не має бажання підтримувати зв'язок у повсякденному житті і як наслідок не повідомляє своєї особистої інформації. Отже, найбільше користувачів чатів використовують апелятивні нікнейми, п'ята частина користувачів обрала антропонімічні нікнейми, і лише деякі учасники комунікації обрала змішані та буквено-числові нікнейми. В межах дослідження було визначено, що така очевидна перевага апелятивних нікнеймів пов'язана з тим, що комуніканти прагнуть будь-яким чином привернути до себе увагу і вдаються для цього до утворення нових креативних особистих імен.

Ключові слова: Інтернет-комунікація, комуніканти, користувач, нікнейм.

Бледнова О.Г. Семантические особенности личных имен в современной немецкой Интернет-коммуникации.

В статье рассмотрены семантические особенности личных имен в современной немецкой Интернет-коммуникации. По данным классификации стало очевидным, что участники немецкой Интернет-коммуникации ограничены в выборе никнеймов, ведь каждый имеет возможность сообщить другим столько информации, сколько он считает нужным: от полного имени и фамилии в незначительных деталях, которые обеспечивают его анонимность. Выбор таких анонимных никнеймов обусловлен простым стремлением к виртуальной коммуникации, которой компенсируется отсутствие реального общения. Человек не желает поддерживать связь в повседневной жизни и как следствие не сообщает своей личной информации. Итак, больше всего пользователей чатов используют апелятивные никнеймы, пятая часть пользователей выбрала антропонимический никнейм, и только некоторые участники коммуникации выбрали смешанные и буквенно-числовые никнеймы. В рамках исследования было определено, что такое очевидное преимущество апелятивных никнеймов связана с тем, что коммуниканты стремятся любым способом привлечь к себе внимание и прибегают для этого к образованию новых креативных личных имен.

Ключевые слова: Интернет-коммуникация, коммуниканты, пользователь, никнейм.

Blednova O.H. Semantic Features of Personal Names in Modern German Internet Communication

In the article semantic features of personal names in modern German Internet communication are considered. According to the classification it became obvious that the participants of German Internet communication are limited in the choice of nicknames, because everyone has the opportunity to

inform others as much information as he or she sees fit: from full name and surname in minor details that ensure his or her anonymity. The choice of such anonymous nicknames is due to a simple desire for virtual communication, which compensates for the lack of real communication. A person does not want to keep in touch in everyday life and as a result does not report his or her personal information. So, most users of chat rooms use the appealing nicknames, a fifth of users chose an anthroponymic nickname, and only some of the participants in the communication chose mixed and alphanumeric nicknames. In the framework of the study, it was determined that such an obvious advantage of appealing nicknames is due to the fact that communicants tend to attract attention to themselves in any way and resort to forming new creative personal names for this.

Key words: Internet communication, communicant, user, nickname.

Стаття надійшла до редакції 26.08.2018 р.

Стаття прийнята до друку 27.08.2018 р.

Рецензент – док. філ. н., проф. О.І.Кобзар

УДК 811.111'42

А.О. Пікалова

СПЕЦИФІКА ЗМІСТОВНОГО ПРОСТОРУ АНГЛОМОВНОГО ДИТЯЧОГО ПОЕТИЧНОГО ДИСКУРСУ В ПРОЕКЦІЇ НА ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

Актуальність. У вивченні такого феномену як дитяча література науковці послуговуються тими ж принципами та підходами, що є поширеними на дослідження літератури загалом. Тобто дитяча література в усіх її аспектах (критерії виокремлення, онтології та генезису, особливості студіювання і поетики, художня цінність, лінгвістичні параметри тощо) залишається відкритим питанням для дискусійного обговорення у різних наукових напрямках, зокрема окремого розгляду дослідження потребує дитяча поезія. Вищезазначене зумовлене тим фактом, що дитячу літературу прийнято розглядати як органічну частину усієї художньої літератури, як складний культурний феномен.

Дитяча поезія відрізняється від поезії загалом на жанровому, тематичному, образному рівнях, оскільки поезія охоплює епічні, ліричні, ліро-епічні, драматичні твори, тоді як дитяча поезія зрідка репрезентує лірику у чистому вигляді. Предмет дитячої поезії зумовлений не змістом внутрішнього життя поета, а подіями та обставинами, що відбуваються у зовнішньому світі, тобто націлена не на суб'єкт, а на об'єкт. Однією з