

*Шестакова С. О.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри державно-правових дисциплін та українознавства
Сумського національного аграрного університету*

ОСОБЛИВОСТІ НОМІНАЦІЇ УЧАСНИКІВ ВІРТУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ НІКОНІМІВ)

Анотація. У статті досліджується особливий вид власних назв віртуального дискурсу – ніконіми. Пропонується розмежовувати терміни «ніконім», «нікнейм», «логін». Для позначення адрес електронних поштових скриньок користувачів інтернет-мережі найбільш доцільним вважається термін «ніконім», утворений із двох коренів: англ. *nick* (псевдонім) і давн.-грец. *ὄνομα* за традиційною для ономастики моделлю. Під цим терміном автор пропонує розуміти перші частини адрес електронних поштових скриньок (до знака @), потрібні для реєстрації в мережі. Для найменувань учасників інтернет-спілкування (чати, блоги, соціальні мережі) більш доцільно використовувати термін «нікнейм». Доведено, що ніконім є первинним найменуванням, а логін і нік – вторинні, оскільки створення логіна чи ніка передбачає наявність у користувача зареєстрованої електронної поштової скриньки. Визначено особливості ніконімів, зумовлені вимогами інтернет-мережі. Досліджено найпоширеніші моделі створення ніконімів професійною групою викладачів і моделі, що обираються студентами. Найбільш поширеними моделями творення прямо мотивованих ніконімів обох досліджуваних груп є моделі «ім'я + прізвище» та «ім'я + прізвище + цифри», «прізвище + цифри», «прізвище + ініціали», «прізвище + місто проживання». При цьому цифри можуть означати рік народження, час створення поштової скриньки, важливу дату, вік, номер автомобіля, номер квартири, номер телефону тощо, а можуть узагалі бути випадковими, які пропонує ресурс із метою досягнення неповторності імені. Крім того, номінатор може використовувати такі знаки, як крапка, дефіс, суфікси, префікси. Доведено, що моделі ніконімів, які являють собою справжні імена та прізвища (ідентифікатори особистості), є більш доречними для професійного спілкування, оскільки офіційно-діловий стиль є регламентом цієї сфери. З'ясовано, що на вибір комунікантом ніконіма впливає низка екстралінгвістичних факторів: рівень загальної культури автора, його соціальний стан, сфера професійної діяльності й пізнавальних інтересів, вік, національність, гендерна належність, мета його використання (професійна чи особиста), бажання чи небажання анонімності тощо.

Ключові слова: ніконім, нікнейм, логін, електронна поштова скринька, інтернет-спілкування, віртуальний дискурс.

Постановка проблеми. Характерною рисою початку XXI століття є активний розвиток комп'ютерної техніки та інтернет-технологій, а також інтенсивний процес їх залучення до повсякденного життя через використання різноманітних гаджетів. Крім різних аспектів впливу цього факту на щоденні комунікативні практики, істотним є те, що інтернет-комунікації продовжують впливати на процес соціалізації

молодого покоління, визначення ним своєї соціальної ролі, реалізації комунікативних потреб, креативного потенціалу тощо.

Незаперечним є той факт, що сьогодні в суспільстві, за словами В.І. Штанько, формується покоління людей, які існують у двох соціальних просторах – просторі стійких соціальних структур та у віртуальному соціальному просторі. Віртуальна реальність і віртуальне спілкування сьогодні мають таке ж велике значення, як і реальна комунікативна практика [1, с. 12].

З огляду на те, що у віртуальному світі, на відміну від об'єктивної реальності, практично неможливо презентувати себе, не вступаючи в комунікацію, основним засобом представлення учасника спілкування буде його комунікативна поведінка. Тільки презентуючи себе під час спілкування, віртуальна особистість може бути помічена і визнана партнерами з комунікації, оскільки всю інформацію про себе, яка супроводжує особистість у реальному житті та впливає на її сприйняття іншими, вона залишає за межами віртуального світу, не демонструючи її іншим учасникам комунікації. Проте, перш ніж реалізувати себе у процесі комунікативної поведінки, учаснику віртуального дискурсу необхідно привернути до себе увагу партнерів із комунікації через ідентифікацію себе шляхом створення комп'ютерного імені.

Саме віртуальне середовище зумовлює широке використання мережевих власних назв, проте їхній статус, особливості, закономірності творення та функціонування є ще не досить вивченими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні в науці вже наявна значна кількість праць, у яких розглядаються характеристики інтернет-комунікації як особливого середовища функціонування мови (Н.Г. Асмус, Н.О. Ахренова, А.С. Гусєва, О.І. Горошко, О.В. Лутовінова та інші). Питаннями класифікації власних назв віртуального простору, особливостями їх функціонування в мережі Інтернет займалися такі дослідники, як Т.В. Анікіна, Д.Т. Авчєєва, В.І. Супрун, М.Ю. Карпенко, С.О. Сазонова, Г.В. Ходоренко, К.В. Овчарова, М.Л. Якуніна й інші.

Метою статті є вивчення загальних і часткових особливостей номінації учасників віртуальної комунікації та виявлення специфіки і мовних особливостей деяких груп власних назв віртуального дискурсу.

Виклад основного матеріалу. Не викликає сумніву теза, згідно з якою інтернет-комунікація вирізняється унікальними, порівняно з відомими видами спілкування, особливостями та можливостями. Доступність зв'язку між користувачами, що перебувають на будь-якій відстані, надає можливість використовувати Інтернет не тільки як інструмент для пошуку інформації, але і як засіб для спілкування за допомогою електронної пошти, форумів, чатів тощо.

Наприклад, В.І. Супрун говорить про те, що «з появою віртуального простору Інтернету багато що змінилося в комунікативних можливостях і задоволенні комунікативних потреб людини. З'явилися невичерпні й постійно поповнювані обсяги інформації, які можуть бути передані в короткий час і пропущені через різноманітні й багатоцільові пошукові системи... Власними іменами пронизані всі тексти, іменами є назви елементів і одиниць, які функціонують усередині мережі» [2, с. 55].

Необхідно зазначити, що у світі нарахували понад 4 млрд інтернет-користувачів. В Україні, за даними дослідження, станом на 2018 рік налічувалося 25,6 мільйонів інтернет-користувачів, що становить 58% від кількості всього населення (дані сайту <https://hromadske.ua/posts/u-2018-internet-koristuvachiv-stalo-4-mlrd-z-nih-ponad-3-mlrd-koristuyutsya-socmerezhami-doslidzhennya>). Зрозуміло, що логічно припустити існування щонайменше 25,6 мільйонів (а реально значно більший показник) комп'ютерних імен.

З огляду на цей факт доречно говорити про наявність особливого інтернет-дискурсу, а відповідно – притаманного йому інтернет-ономастикону. До останнього, згідно з даними досліджень у галузі ономастики [3, с. 141], належить такий клас імен, як комп'ютероніми – власні назви об'єктів комп'ютерного буття, що поділяється на: файлоніми – назви файлів, софтоніми – назви програм, віртуаліфоніми – назви об'єктів віртуального світу комп'ютерної гри та інтернетоніми – назви інтернетівських об'єктів (які включають у себе сайтоніми – назви сайтів, ніконіми – онлайн-псевдоніми користувачів **та епістолоніми – адреси електронних поштових скриньок** (напівжирний шрифт – С. III).

Як бачимо, М.Ю. Карпенко, наслідуючи М.М. Торчинського, пропонує для найменувань адрес електронних поштових скриньок використовувати термін «епістолонім». Проте, як відомо, епістола – це жанр літератури XVIII – початку XIX ст. – **послання** у формі листа; заст., жарт. лист. З огляду на це вважаємо не зовсім доречним застосовувати термін «епістолонім» для позначення досліджуваної групи назв. До того ж треба зазначити, що й милозвучність згаданого терміна також викликає сумніви.

У різних джерелах знаходимо такі терміни для позначення учасників віртуального спілкування: «нікнейм», «комп'ютерне ім'я», «псевдопрізвисько», «віртуальне ім'я», «інтернет-псевдонім» [4], «логінонім» [5], «нетнейм» [6], «ніконім» [3; 5; 7], «нік» [10].

Крім того, дослідники вказують на необхідність розмежування таких найменувань інтернет-користувачів, як логін, ім'я домена, нікнейм або нік. На думку науковців, логін – послідовність символів, які ідентифікують користувача під час доступу до комп'ютерної системи; частина електронної адреси, що є власним ім'ям користувача. До логіна обов'язково додається пароль. Ім'я домена – це певна послідовність літер, яка позначає назву сайту чи назву електронних поштових скриньок (ukr.net, gmail.ru тощо). Кожне ім'я домена відповідає конкретній IP-адресі, яка являє собою цифровий еквівалент імені домена. Нікнейм – ім'я, яке використовується для спілкування на форумі чи в онлайн-чаті. Відмінність між цими поняттями полягає в тому, що логін зазвичай являє собою беззмстовну послідовність літер, а нікнейм використовується для самовираження номінатора і має певне змістове навантаження. Логін від пароля відрізняється тим, що він несе секретний, а від нікнейма тим, що він не є загальнодоступним [4, с. 38].

Ми не можемо погодитися з тезою, згідно з якою автор отожднює поняття «логін» і «частина електронної адреси». Здійснений нами аналіз дає змогу зробити висновок щодо відмінності цих найменувань: електронна адреса (ніконім) (sshestakova1@ukr.net), логін для входу на сайт Сумського НАУ (shestakova_so), логін для входу до порталу Сумського НАУ (shestakova), нікнейм (svitlana_2611). У цьому зв'язку слід зауважити, що адреса електронної поштової скриньки є первинним найменуванням, логін, нік – вторинні, оскільки створення останніх передбачає наявність електронної поштової скриньки.

Вважаємо, що для позначення адрес електронних поштових скриньок користувачів інтернет-мережі найбільш доцільним є термін «ніконім», утворений із двох коренів: англ. nick (псевдонім) і давн.-грец. ὄνομα за традиційною для ономастики моделлю (антропонім, топонім, ергонім, прагмонім тощо). Під цим терміном пропонуємо розуміти перші частини адрес електронних поштових скриньок (до знака @), потрібні для реєстрації в мережі. Для найменувань учасників інтернет-спілкування (чати, блоги, соціальні мережі) пропонуємо використовувати термін «нікнейм».

Як відомо, з технічного погляду будь-яке комп'ютерне ім'я являє собою неповторну послідовність символів (літер, цифр, графічних знаків). Особа, яка має намір користуватися мережею, повинна створити електронну поштову скриньку та ім'я для віртуального спілкування.

Під час реєстрації необхідно вказати своє ім'я, прізвище та іншу інформацію, але обов'язково, щоб ця інформація була правдивою, тому можуть траплятися випадки, коли електронні поштові скриньки створюються під вигаданими іменами, потім необхідно вказати ідентифікатор створюваної поштової скриньки (ніконім) і особистий пароль. Ідентифікатор повинен бути унікальним і легким для запам'ятовування. Унікальність означає, що він повинен відрізнятися від усіх інших імен, зареєстрованих на поштовому сервері, оскільки є «обличчям» людини в Інтернеті [4, с. 5]. Користувач одержує відмову в доступі, якщо в цій системі вже зареєстроване таке комп'ютерне ім'я. Отже, у межах одного віртуального середовища спілкування не може бути абсолютно однакових найменувань. Якщо система повідомляє, що така електронна адреса вже існує, номінатор повинен або додати якийсь знак (зокрема цифру чи символ), або частково змінити адресу електронної скриньки. До того ж система сама може пропонувати на вибір декілька унікальних варіантів найменувань.

Під час створення ніконіма номінатор може обрати власне ім'я, прізвище в будь-яких варіаціях або використати вигадане, часто зовсім немотивоване найменування. Не можна не погодитися з М.Л. Якуніною, яка зауважує, що на вибір комунікантом ніконіма впливає низка екстралінгвістичних факторів: рівень загальної культури автора, його соціальний стан, сфера професійної діяльності й пізнавальних інтересів, вік, національність, гендерна належність і т.д. [9, с. 219]. Слід додати, що створення назви для електронної поштової скриньки залежить також від мети її використання (професійна чи особиста), бажання чи небажання анонімності тощо.

Здійснений нами аналіз ніконімів працівників закладів вищої освіти (зокрема, Сумського НАУ), середній вік яких становить 35 років, дав змогу констатувати, що у 96% випадків ніконім являє собою повне або часткове дублювання

антропоніма користувача, написаний із урахуванням технічних особливостей ресурсу на латиниці.

Під час опитування респондентів з'ясувалося, що останні мотивують вибір прямим зв'язком віртуального найменування із самими собою: oleg-rogoenko@i.ua (Олег Роговенко), yuriy.i.danko@gmail.com (Юрій Данько), vitaliya.kunda@gmail.com (Віталія Кунда), kharchenko-inna@ukr.net (Харченко Інна), oshkodorova@ukr.net (Марина Ошкодьорова), nikolai.yasynok@yandex.ua (Микола Ясинок). Як уже зазначалося, оскільки система виключає можливість реєстрації абсолютно ідентичних імен, то користувачі використовують для створення ніконімів різні модифікації реальних антропонімів: zhmaylov_v@ukr.net (Валерій Жмайлов), valentina_tsurkan.27@mail.ru (Валентина Цуркан), tridel@ukr.net (Тетяна Рідель), tagoncharenko0228@gmail.com (Тетяна Гончаренко), tkachenkovita85@gmail.com (Ткаченко Віта), yana.yurchenko2009@gmail.com (Яна Юрченко), zapara2007@ukr.net (Запара Світлана), svagadzhanova@gmail.com (Агаджанова Світлана), yurkot@ukr.net (Юрій Котвяковський), kurylosomy@gmail.com (Микола Курило, м. Суми), knysh_sumu@ua.fm (Інна Книш, м. Суми) тощо.

Значно меншу частину проаналізованих ніконімів представників цієї професійної групи (4%) становлять назви із прихованим мотиваційним компонентом, які здаються незрозумілими і беззмістовними: qwerty657623@gmail.com (Шевель Анжеліка) – перші 6 літер верхнього рядка клавіатури, trussia@ukr.net (Пікулицька Людмила), lippe75@mail.ru (Канкаш Галина), legalstep@ukr.net (Валентина Нежевелю).

Аналіз ніконімів студентської аудиторії, середній вік якої 17–20 років, демонструє дещо інший результат. Зі 100 проаналізованих ніконімів 31% становлять ніконіми з прихованим мотивом номінації: dertfert12337@gmail.com (Ткаченко Сергій), murrka1999@ukr.net (Марія Корнієнко), mjaus2711@yandex.ua (Вікторія Мантула), neotmirasego@gmail.com (Марія Мартиненко), nvidiaryv@gmail.com (Ромашин Володимир), vaduk0806@gmail.com (Авласцов Вадим), vkb11318@gmail.com (Івасик Андрій), vivaket60@gmail.com (Вікторія Тимошенко), tt37930@gmail.com (Тетяна Ярмош), bgerard@ukr.net (Богдан Івашина) тощо.

Ніконімів, які прямо вказують на номінатора, у досліджуваній групі 69%: yaremenko713@gmail.com (Яременко Ірина), valentincernakov889@gmail.com (Валентин Черняков), choni.1999@ukr.net (Чоні Євген), stepenko_t@ukr.net (Степенко Таїсія), vadim678767@ukr.net (Рибась Вадим), valerija.kostjuchenko@ukr.net (валерія Костюченко), natalych911@gmail.com (Наталіч Богдан), nastya.martyn2525@gmail.com (Анастасія Мартиненко).

Як можна помітити, найбільш поширеними моделями творення прямо мотивованих ніконімів обох досліджуваних груп є моделі «ім'я + прізвище» та «ім'я + прізвище + цифри», «прізвище + цифри», «прізвище + ініціали», «прізвище + місто проживання». При цьому цифри можуть означати рік народження, час створення поштової скриньки, важливу дату, вік, номер автомобіля, номер квартири, номер телефону тощо, а можуть узагалі бути випадковими, які пропонує ресурс із метою досягнення неповторності імені. Крім того, номінатор може використовувати такі знаки, як крапка, дефіс, суфікси, префікси.

Науковці зазначають, що складників нікнейма може бути невизначена кількість, але в центрі перебуває сама особи-

стість, яка створила ніконім. Саме у власній назві, створеній із метою самопрезентації, відображаються індивідуальні характеристики особи, її загальнокультурні знання, рівень освіти, ієрархія пріоритетів, мета створення, модні тенденції. Як тільки важливість якогось чинника зменшується, номінатор може змінити ніконім на більш актуальний і доцільний із його погляду.

Здійснене дослідження дало змогу констатувати, що під час створення ніконімів помітними є два підходи – творчий (результат – креативне найменування) або стереотипний (результат – традиційна назва). Останній використовують номінатори з чітко визначеною метою – для професійного спілкування. Прямо мотивовані, створені за традиційними моделями ніконіми відповідають очікуванням учасників ділової комунікації. Ніконіми neotmirasego@ukr.net, murrka1999@ukr.net, як нам видається, не здатні викликати довіру до власника поштової скриньки у професійному спілкуванні.

На важливість врахування мети створення поштової скриньки вказує і М.В. Голомідова: «Велике значення для загальної характеристики комп'ютерних імен має сфера їх застосування. Віртуальна реальність встановлює свої правила як щодо форми, так і щодо іменної денотації: тут легко варіюються і комбінуються набори графічних символів... у комп'ютерних іменах послідовно розвивається диференційна функція імені, з нею пов'язане й інше функціональне завдання – бути засобом індивідуалізації і вербальним знаком людської унікальності, людського «я» у його протиставленні іншим» [10, с. 19–20].

Творчий підхід до творення ніконімів полягає в доборі «незвичайних» імен. Якщо в ніконімах, створених за традиційною, стереотипною моделлю, ми можемо визначити певну інформацію про персону: ім'я, прізвище, рік народження, місто проживання тощо, то в креативних ніконімах майже вся інформація про номінатора є прихованою. Слід зазначити, що опитування студентської аудиторії дало змогу зробити висновок, згідно з яким під час створення ніконімів із прихованим мотивом номінації здебільшого номінатори здійснювали спробу вирішення проблеми самовираження, намагалися реалізувати комунікативну функцію ніконіма – привертання уваги чи приховування реального імені. До того ж на вибір тієї чи іншої назви представниками цієї досліджуваної групи впливали інтереси, настрої, знання іноземних мов, смаки та вподобання, вік, психологічні особливості тощо.

Висновки. Отже, здійснений аналіз дає змогу зробити висновок, що у віртуальному дискурсі основною умовою ідентифікації, презентації користувача є наявність інтернет-імені – ніконіма. Створення останнього не можна вважати просто творчим чи технічним актом, оскільки ніконім має відповідати очікуванням учасників віртуальної комунікації, допомагаючи їм встановити взаємний контакт і досягнути мети спілкування. Не маючи матеріальної оболонки, віртуальна особистість складається виключно з ніконіма, нікнейма, знаків, дій, думок, які виникають у комунікантів.

Результати проведеного дослідження дають змогу стверджувати, що моделі ніконімів, які являють собою справжні імена та прізвища (ідентифікатори особистості), є більш доречними для професійного спілкування, порівняно з неінформативними найменуваннями, оскільки офіційно-діловий стиль є регламентом цієї сфери. Більшість користувачів, які

створюють ніконім для професійного спілкування, дотримуються суворості, офіційності та нейтральності.

Отже, з одного боку, ніконім є непостійною, швидко змінною, залежною від багатьох суб'єктивних чинників номінативною структурою, з іншого – саме формула імені зберігає інформацію про цього користувача в базі знань носіїв мови, а тому є досить консервативною. З огляду на це потрібними є ґрунтовні наукові дослідження власних назв віртуального дискурсу й новітні підходи до осмислення сучасної ономастичної ситуації.

Література:

1. Штанько В.І. Людина в знаково-символічному просторі віртуальної реальності. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія : «Теорія культури і філософія науки»*. 2016. Вип. 54. С. 9–21. URL: http://openarchive.nure.ua/bitstream/document/3931/1/%D0%92%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%202016_%D0%BA%D0%B0%D1%84%D0%B5%D0%B4%D1%80%D0%B0%20%D1%84%D1%96%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%BE%D1%84%D1%96%D1%97%20%D0%92%D0%B8%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BA%2054-009-021%20backup.pdf (дата звернення: 20.01.2020).
2. Супрун В.И. Развитие ономастического пространства Интернета. *Ономастика Поволжья* : матер. IX Междунар. конф. по ономастике Поволжья. Москва, 2004. С. 53–58. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24154493> (дата звернення: 20.01.2020).
3. Карпенко М.Ю. Словотвір англословних сайтонімів. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Мовознавство*. 2017. № 1 (27). С. 141–146. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/8362/1/Karpenko.pdf> (дата звернення: 14.01.2020).
4. Аникина Т.В. Сопоставительное исследование виртуального антропонимикона англоязычных, русскоязычных и франкоязычных чатов : дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2011. URL: <https://www.twirpx.com/file/2242036> (дата звернення: 20.01.2020).
5. Гусева А.С. Мовна особистість в умовах віртуальної комунікації: номінація користувача як мовний код. *Ученые записки Таверического национального университета имени В.И. Вернадского. Серія : «Филология. Социальные коммуникации»*. 2013. Т. 26 (65). № 4. Ч. 2. С. 58–64.
6. Сазонова С.О. Нікнейміка як нова галузь сучасної антропоніміки. *Studia Linguistica*. 2014. Вип. 8. С. 399–403. URL: <http://philology.knu.ua/files/library/stud-ling/stud-ling-8/65.pdf> (дата звернення: 18.01.2020).
7. Ваулина Е.Ю., Скляревская Г.Н., Ткачева И.О., Фивейская Е.А. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / Под ред. Г.Н. Скляревской. Москва : ЭКСМО, 2006.
8. Ходоренко Г.В. Найменування осіб у російськомовній інтернет-комунікації: структурний і семантичний аспекти : автореф. дис.

на ... канд. филол. наук : 10.02.02 – «Російська мова». Дніпропетровськ, 2006. 18 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/2656096> (дата звернення: 20.01.2020).

9. Якунина М.Л. Особенности интернет-дискурса: никнейм. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2013. № 3 (21) Ч. 2 С. 218–221. URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2013/3-2/59.html> (дата звернення: 14.01.2020).
10. Голомидова М.В. Русская антропонимическая система на рубеже веков. *Вопросы ономастики*. 2005. № 2. С. 11–22. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/1920/1/VO-2005-02-02.pdf>.

Shestakova S. Nomination features of participants' virtual communication (on the materials of nickonyms)

Summary. The article deals with the special kind of proper nouns of virtual discourse – nikonyms. It is proposed to distinguish between the terms “nikonym”, “nickname”, “login”. According to the traditional onomastics model the term “nikonym” formed from two roots: English “nick” (alias) and Greek “ὄνομα” is considered the most appropriate to refer the e-mail addresses of Internet users. By this term the author suggests to understand the first parts of the e-mail addresses (up to @ sign) required to register online. For the names of participants in online communication (chats, blogs, social networks) it is more appropriate to use the term “nickname”. It has been proved that nikonym is the primary name, login, nickname are secondary since creating a login or nickname provide for the presence of the user’s registered e-mailbox. The peculiarities of the nikonyms are determined by the requirements of the Internet network. The most common nikonym models creating by professional group of teachers and models chosen by students have been investigated. The most widespread models of directly motivated nikonys of both studied groups are the models “first name + last name” and “first name + last name + numbers”, “last name + numbers”, “last name + initials”, “last name + city of residence”. In this case the numbers may indicate the year of birth, the time of the mailbox creation, an important date, age, car number, apartment number, telephone number, etc., and may in general be random, provided by the resource to achieve the unique name. In addition, the nominator can use such signs as dot, hyphen, suffixes, prefixes. It has been proved that nikonym models, which represent real names (personal identifiers) are more appropriate for professional communication as the official-business style is the regulation in this sphere. It has been found that the choice of a communicator is influenced by a number of extralinguistic factors: the level of the author’s general culture, his or her social status, sphere of professional activity and cognitive interests, age, nationality, gender, purpose of use (professional or personal), desire or unwillingness of anonymity etc.

Key words: nikonym, nickname, login, e-mail, online communication, virtual discourse.