

Научная статья
УДК 811.112.2
doi: 10.17223/19986645/91/5

Самономинации немецкоязычных мальчиков-подростков в интернет-коммуникации (на примере никнеймов): психолингвистический аспект. Статья 2

Виктория Викторовна Казяба¹

¹ *Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова,
Архангельск, Северодвинск, Россия, kazaba@yandex.ru*

Аннотация. На материале опросов немецкоязычных мальчиков-подростков исследуются особенности процесса самономинации в интернет-коммуникации с субъективно-авторских позиций. Раскрываются психолингвистические аспекты никнеймов как основных антропонимических единиц самономинации: мотивационный, номинативный, интенциональный, рефлексивный, когнитивный. Анализируется влияние половой и возрастной принадлежности пользователей на вербальную реализацию самономинативных актов. Устанавливаются лингвистические и экстралингвистические свойства и характеристики никнеймов исследуемой группы информантов.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, антропоним, никнейм, самономинация, самопрезентация, подростковый возраст, мальчик

Источник финансирования: исследование проведено при финансовой поддержке Германской службы академических обменов (Deutscher Akademischer Austauschdienst), проект № 57440915 «Personales Internet-Anthroponymikon (anhand von Beispielen deutschsprachiger Benutzer)».

Для цитирования: Казяба В.В. Самономинации немецкоязычных мальчиков-подростков в интернет-коммуникации (на примере никнеймов): психолингвистический аспект. Статья 2 // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2024. № 91. С. 84–103. doi: 10.17223/19986645/91/5

Original article
doi: 10.17223/19986645/91/5

Self-nominations of German-speaking adolescent boys in Internet communication (on the example of nicknames): A psycholinguistic aspect. Article 2

Viktoriya V. Kaziaba¹

¹ *Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Arkhangelsk,
Severodvinsk, Russian Federation, kazaba@yandex.ru*

Abstract. The article presents the psycholinguistic features of the self-nomination process in Internet communication among German-speaking adolescent boys aged be-

tween 11 and 17. The result of a self-nomination act is recognized as a virtual anthroponym – a nickname. The aim of the study is to identify and evaluate the manifestation of such extralinguistic factors as gender and age in the nicknames of German-speaking adolescent boys in Internet communications, as well as to determine the specifics of the self-nomination process from the subjective author's point of view. The research material was based on the results of three surveys of 239 informants. Questionnaires and interviews were conducted from 2019 to 2022 in Hannover, Germany, and online. The analyzed data includes both the nicknames themselves and user responses. The following questions were asked: *What nickname do you most often use on the Internet?; What Internet service do you use this nickname on?; What does your nickname mean?; How did you create the nickname? Describe the history of your nickname; Why did you call yourself that nickname with?; How do you evaluate your nickname? What is it like?; What do you think other users can understand about you based on your nickname, without knowing you personally?; How long have you had this nickname?; Have you thought about changing your nickname? If yes, for which one?.* The results show that the preferred functional environment for nicknames is communication-oriented Internet services. Thinking through and purposefully creating self-nominations is the most typical scenario for the emergence of nicknames. The motives for self-nomination are diverse, among them the following prevail: individualization/self-expression; improvement of the real image; satisfaction/pride in real autonomy; overcoming technical limitations of the service; showing originality/attracting attention. Most informants are satisfied with their nicknames, evaluating them positively or neutrally, and do not intend to change nicknames. The main intention of self-nominations is information delivery/transmission. The formal stability of nicknames over time was also revealed. The study confirms that the gender and age characteristics of Internet users are intentionally or unconsciously projected onto a virtual persona at the stage of choosing a nickname. Among the age-related characteristics of adolescence, reflected in the self-nominations of boys, the following were found: formation of the self-concept; need for individualization; positive or inflated self-esteem with an emphasis on masculine qualities; improvement of cognitive functions, maturation of the intellectual apparatus and critical thinking; need for recognition by a certain social group, especially in the field of gaming activity; tendency towards verbal aggression.

Keywords: Internet communication, anthroponym, nickname, self-presentation, self-nomination, adolescence, boy

Acknowledgements: The study was supported by the German Academic Exchange Service (DAAD), Project No. 57440915: Personales Internet-Anthroponymikon (anhand von Beispielen deutschsprachiger Benutzer).

For citation: Kaziaba, V.V. (2024) Self-nominations of German-speaking adolescent boys in Internet communication (on the example of nicknames): A psycholinguistic aspect. Article 2. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 91. pp. 84–103. (In Russian). doi: 10.17223/19986645/91/5

Вступление

Никнейм – антропонимическая составляющая виртуальной личности, представляющая собой результат самономинации пользователя в интернет-пространстве и служащая достижению многообразных самопрезентационных и коммуникационных целей своего автора. История изучения никнеймов в немецком языке имеет последовательный характер и берет свое

начало в конце прошлого столетия, когда впервые был предпринят анализ именного корпуса в чат-коммуникации [1]. Дальнейшее развитие тема получила в рассмотрении никнеймов онлайн-форумов [2], мессенджеров [3], социальных сетей и порталов [4, 5]. Акцент в указанных работах смещен в сторону влияния интернет-сервисов на акт самономинации. Экстралингвистические особенности интернет-пользователя и их специфическое влияние на процесс создания никнеймов до сих пор остаются в тени.

Непрерывное увеличение числа информационно-коммуникационных онлайн-платформ провоцирует постоянный рост массива никнеймов. Эта ситуация подталкивает ономастологов к отказу от прежних обобщенных описаний антропонимической системы Интернета в пользу рассмотрения конкретных особенностей процесса самономинации в Сети сквозь призму функционально-дискурсивных и экстралингвистических факторов. Изучению всё чаще стали подвергаться антропонимикона определенных интернет-сервисов [6, 7], а также связи между самономинацией пользователя и таких его персональных характеристик, как: гендер [8, 9], сексуальная ориентация [5] и даже психологические паттерны [10]. Подобное сужение исследовательского фокуса, с одной стороны, гарантирует более достоверные, глубокие и точные результаты дескриптивных анализов никнеймов, а также способствует объективации влияющих на их создание факторов и мотивов невербального плана. С другой стороны, направленное изучение отдельных антропонимических подсистем Интернета позволяет дать прогностические заключения о личностях авторов самономинаций еще на докоммуникативном уровне [11, 12], что приобретает особое значение для безопасного и успешного опосредованного виртуального взаимодействия.

Сказанное свидетельствует об актуальности затрагиваемой проблематики и задает предлагаемому исследованию вектор, который направлен на изучение виртуального антропонимикона немецкоязычных подростков. Цель настоящей статьи – выявить и оценить проявление таких экстралингвистических факторов, как пол и возраст, в никнеймах немецкоязычных мальчиков-подростков в интернет-коммуникации, а также определить специфику самого процесса самономинации интересующей нас группы пользователей с субъективно-авторских позиций. Новизна подхода заключается в фокусе на половозрастных особенностях самономинирования в Интернете, а также в извлечении и интерпретации данных, основанных на непосредственной работе с авторами-носителями никнеймов. Далее обоснуем обращение к немецкоязычным мальчикам-подросткам как к исследуемому контингенту пользователей.

В научной литературе по сей день существует множество взглядов и подходов к терминологическому оформлению и определению возрастных границ интересующей нас стадии онтогенетического развития человека. Наиболее часто используют понятия: *подростковый возраст*, *переходный период*, *отрочество*, *юность*, *пубертат*, *Jugend*, *Jugendalter*, *Jugendphase*, *Adoleszenz*, *Pubertät*. Мы отдаем предпочтение термину *подростковый воз-*

раст, фигурирующему в основной массе фундаментальных работ по возрастной психологии и психофизиологии [13, 14]. Пубертат, как правило, имеет прежде всего медицинское, биологическое значение, так как обозначает начало полового созревания, объективных физиологических изменений в теле подростка [15]. Терминам *отрочество* и *юность* свойственен в большей степени религиозно-художественный контекст и размытые возрастные рамки, а понятие *переходный период* используется преимущественно для маркировки только психологических преобразований, волнообразно происходящих с подростком [16. С. 18–20]. Подростковый возраст является объединяющим все обозначенные выше феномены и представляет собой переход от детской модели к взрослой, характеризующийся особенностями биологического, психического, социального и культурного развития [17. Р. 62].

Наряду с физиологическим развитием подростки переживают социально-эмоциональные и когнитивные изменения. В подростковый период завершается созревание интеллектуального аппарата, формируется индивидуальное мировоззрение, происходит становление системы ценностей и развитие образа «Я», пока еще неустойчивого на данной стадии [18]. Сказанное обуславливает интерес к вербальной самопрезентации людьми в подростковом возрасте, когда случается первый опыт взаимодействия в виртуальной коммуникации. У подростков начинается эффективное формирование языковой личности, активизируется ее языковая инкультурация, впервые появляются стремления не просто выразить мысль, а донести ее до понимания визави [17. Р. 63]. Интернет-пространство предоставляет подросткам широкие возможности для наработки коммуникативных и речевых практик. Дети дошкольного и младшего школьного возраста, как правило, индифферентны к общению в Сети, и если они действительно имеют разрешенный родителями доступ к Интернету, то используют его преимущественно для игр и прочих развлечений. Подростки же, напротив, стремятся к установлению контактов в виртуальном пространстве, что делает создание собственного онлайн-портрета особенно значимым для этой возрастной категории пользователей. Важность интернет-общения для мальчиков-подростков Германии подтверждает статистика. Согласно данным Юго-западной исследовательской ассоциации медиаобразования «JIM-Studie», которая проводит ежегодное исследование потребления Интернета среди пользователей Германии 12–19 лет, чуть более трети своего времени в Сети подростки тратят на общение. При этом карантинные ограничения последних лет привели к настоящему скачку популярности мессенджеров и социальных сервисов, замещающих общение, среди молодежи [19. Р. 32–34]. Любопытно отметить значительно возросшую с 2021 г. коммуникативную активность юношей подросткового возраста, для которых обычно в приоритете была игровая и развлекательная деятельность в Интернете [20. Р. 35].

Обращение к мужскому полу обусловлено также и тем, что у мальчиков многие проявления подросткового возраста имеют специфические особенности. Анализ их связи с языковыми реализациями никнейма способствует

обнаружению половозрастных маркеров в самономинациях, которые выступают неотъемлемой частью виртуальной личности в интернет-пространстве. Именно на этом докоммуникативном уровне самопрезентации фиксируется самосознание пользователя: отражаются внутренний мир, ментальные, интеллектуальные и эмоциональные состояния [21. С. 421]. Следовательно, имена, за которыми в Интернете скрываются мальчики-подростки, содержат как языковые, так и экстралингвистические особенности, связанные с данной фазой онтогенетического развития.

Материал исследования

Материалом исследования послужили результаты опросов немецкоязычных мальчиков-подростков в возрасте 11–17 лет (взяты усредненные возрастные рамки возрастного периода, предшествующие официальному совершеннолетию в Германии). В качестве анализируемых данных выступают как сами никнеймы, так и ответы информантов на вопросы. Сбор материала проводился в период с октября 2019 г. по март 2022 г. в ходе интервьюирования и опросов информантов как в удаленном режиме на протяжении более трех лет исследования, так и на территории Германии в городе Ганновер в 2019 г. в рамках научно-исследовательской стажировки в Ганноверском университете им. Г.В. Лейбница. Всего было осуществлено три опроса: анкетирование при участии 114 информантов, а также 32 личных и 93 онлайн-интервью. Во всех случаях опросы проводились при посредничестве государственных образовательных учреждений Ганновера среди мальчиков-подростков, чьи законные представители дали разрешение. Выборка опрошенных составила 239 человек и является статистически репрезентативной при доверительном интервале 5% и доверительной вероятности 90% в условиях генеральной совокупности в объеме чуть менее 2,4 миллиона немецкоязычных мальчиков-подростков Германии [22]. Расчет размера выборки выполнен с помощью программного пакета Statgraphics¹.

Процедура анкетирования включала введение, инструкции и вступительную информацию для формирования интереса и включенности у информантов. Анкета подразумевала два блока:

1) метаданные о реальной личности: добровольное предоставление персональных данных (имя, возраст, место рождения и проживания, родной язык);

2) данные о виртуальной личности с акцентом на открытые вопросы о самономинациях в виде никнейма. Представим последние в переводе на русский язык:

1. *Каким никнеймом ты наиболее часто пользуешься в Интернете?*
2. *В каком интернет-сервисе ты используешь этот никнейм?*
3. *Что значит твой никнейм?*

¹ Диалоговый статистический пакет для PC Statgraphics Centurion XVII for 64-bit Windows (Version 17.2.07), Statgraphics Technologies, Inc. The Plains, Virginia.

4. Как возник твой никнейм? Опиши историю возникновения твоего никнейма?

5. Почему ты назвал себя таким никнеймом?

6. Как ты оцениваешь сам свой никнейм? Какой он?

7. Как ты думаешь, что могут понять о тебе другие пользователи по твоему никнейму, не зная тебя лично?

8. Как долго у тебя этот никнейм?

9. Ты задумывался о смене никнейма? Если да – то на какой?

Целью данных вопросов было не только получить объективные данные о механизмах и способах создания никнеймов мальчиками-подростками, но и выявить субъективно-авторский взгляд на именную часть своих виртуальных личностей. Значимым в ходе опросов было побудить респондентов к глубинной рефлексии и, как следствие, искренним и развернутым ответам об истинной мотивации и интенциях их самономинаций в Интернете. Известные автору крупные изыскания в области никнеймов практически всегда опираются исключительно на интерпретации самих исследователей и почти никогда – информантов. Это, на наш взгляд, не может гарантировать адекватность и достоверность выводов, касающихся лингвистических и экстралингвистических параметров интернет-самономинаций. Процедура офлайн- и онлайн-интервьюирования базировалась на вопросах анкеты, однако само интервью носило фокусированный, полустандартизованный характер, варьируемый в зависимости от каждого информанта. Ответы личных интервью записывались в аудиоформате с последующей расшифровкой.

Дополнительно в онлайн-работе с информантами применялись методы фокус-группы и включенного наблюдения, необходимые для выявления устойчивости/вариативности самономинаций во временной перспективе.

Все используемые в работе данные добровольно предоставлены информантами с разрешением последующей публикации. Полученный таким образом материал используется в научно-исследовательских целях, что не нарушает Общий регламент защиты персональных данных в Европейском союзе (EU-Datenschutz-Grundverordnung, 2018), а также Федеральный закон о защите данных Федеративной Республики Германия (Bundesdatenschutzgesetz, 2018).

Результаты

Представим результаты проведенных опросов 239 информантов. Полностью на все заданные вопросы ответы дали 76% анкетированных (87 респондентов) и 94% (118 респондентов) интервьюируемых мальчиков-подростков. Дальнейшее исследование предоставленных ответов в научных целях разрешили абсолютно все информанты. Согласие на возможную фрагментарную публикацию ответов анкетирования и интервью дали 72% всех респондентов. Качественный анализ данных осуществляется на основе типологизации предоставленной в ответах информации.

Вопросы *Каким никнеймом ты наиболее часто пользуешься в интернете?; В каком интернет-сервисе ты используешь этот никнейм?; Что значит твой никнейм?* задавались с целью сбора именных единиц исследования и их верной лингвистической характеристики в сопоставлении с мета-данными пользователей. Остальные вопросы также способствовали корректной интерпретации полученных данных, но были направлены прежде всего на раскрытие интенций самономинаций, а также стоящих за ними половозрастных особенностей создания виртуального образа на уровне никнейма. Статистическое распределение используемых мальчиками-подростками интернет-платформ выглядит следующим образом.

Таблица 1

**Интернет-сервисы с активным функционированием никнеймов
немецкоязычных мальчиков-подростков**

№ п/п	Интернет-сервис	Распространенность, абс. (%)
1	Instagram ¹	49 (20,5%)
2	TikTok	34 (14%)
3	Facebook ²	30 (12,5%)
4	Steam	28 (12%)
5	YouTube	27 (11%)
6	Snapchat	23 (10%)
7	Pinterest	20 (8%)
8	Twitter ³	19 (8%)
9	Другие	9 (4%)

Сами никнеймы опрошенных пользователей позволяют охарактеризовать себя с различных лингвистических позиций. Представим полученные результаты в виде распределения самономинаций согласно их номинативному потенциалу и семантике, что представляется наиболее значимым в рамках настоящей работы. В зависимости от языковых единиц, лежащих в основе акта самономинирования, никнеймы могут быть трех типов [З. Р. 329]: никнеймы-автонимы (содержат только реальные антропонимы автора), никнеймы-псевдонимы (содержат апеллятивные или заимствованные онимы), гибридные никнеймы (являются композицией двух предыдущих типов). Все три типа в различной степени обнаружены в ходе опросов информантов и представлены языковыми единицами различного номинативного потенциала и широкой семантики (табл. 2).

¹ Деятельность социальной сети Instagram признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

² Деятельность социальной сети Facebook признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

³ Деятельность социальной сети Twitter ограничена Роскомнадзором на территории Российской Федерации за распространение незаконной информации.

Таблица 2

**Номинативно-семантическая характеристика никнеймов
немецкоязычных мальчиков-подростков**

Семантический тип	Распространенность, абс. (%)	Номинативно-семантическая характеристика составляющих	Примеры
Никнеймы-автонимы	100 (42%)	Личное имя (в полной, краткой, усеченной форме), фамилия (в полной и усеченной форме), комбинация личного имени и фамилии в различных вариациях)	<i>Michael_08_ (Michael Kius); manumanumanu (Manuel Schlöt); Buergi (Konstantin Bürgersteuer); kArDick (Karl Dickmeier)</i>
Никнеймы-псевдонимы	77 (32%)	Апеллятивные единицы, обозначающие качества и свойства личности, внешность и интеллектуальные способности, лиц мужского пола по профессии, роду занятий, лексика геймерской и аниме культур, антропонимы известных реальных и ирреальных персон, словосочетания, предложения-метасообщения	<i>//Stippig\ ; PEDANT; crazy mind; totaler.kluge; dein.inspektor.666; oliking; minecraftboy1; Naruto Jorg; Harter Cheff; leavemeplzalone</i>
Гибридные никнеймы	62 (26%)	Соединение полной или краткой формы личного имени с единичным или множественным антропонимом, топонимом, эргонимом, апеллятивными единицами мелиоративной или маскулинной семантики	<i>d!rk te\$la; Harald_Potter_0_0; ALOISxNETFLIX; alexander_ausrichtig; Driver Maxo,</i>

Отвечая на вопрос *Как возник твой никнейм? Опиши историю возникновения твоего никнейма?*, лишь 5 респондентов (2%) признались, что выбор никнейма принадлежит третьим лицам (друзьям, родителям) или системе автоматического генерирования. Ответы остальных информантов позволяют определить три основных сценария самономинации:

1. Случайная самономинация – 6%. Такой сценарий предполагает, что никнейм является результатом произвольной самономинации. Пользователь не тратил времени или каких-либо усилий на создание никнейма, избрав в качестве него первое, что пришло в голову. Проиллюстрируем ответом информанта: *drauf bin ich zufällig gekommen*¹ (*мне случайно пришло в голову*).

2. Использование готового, существующего автонима – 16%. В этом случае пользователи утверждают, что воспользовались готовой антропонимической продукцией: полностью перенесли свой автоним (имя, фамилию,

¹ Здесь и далее фрагменты письменных ответов респондентов приведены с оригинальной пунктуацией и орфографией авторов или представлены в виде стенограммы аудиозаписей личных интервью.

прозвище) из реальной коммуникации в виртуальное пространство, не производя в нем никаких изменений: *Ich habe nur meine Vor- und Nachnamen verwendet* (Я просто использовал свои имя и фамилию).

3. Продумывание и целенаправленное создание самономинации – 76%. Данный сценарий объединяет случаи самономинации, когда пользователями намеренно создавались никнеймы, продумывалось их содержание, оформление, воздействие на партнеров по коммуникации и т.п. Также к этому сценарию причислены никнеймы, созданные из пользовательских реальных автоименов, которые вынужденно или умышленно были подвергнуты преобразованиям: *Ich war wirklich auf der Suche nach etwas Passendem und Originellem* (Я действительно искал что-то подходящее и оригинальное); *Einen Benutzer mit meinem Namen gab es im Netz schon. so mußte ich was erfinden* (В Сети уже был пользователь с моим именем, поэтому я должен был что-то придумать). Среди факторов, которые подталкивали пользователей к этому сценарию самономинации, выделяются: индивидуальные коммуникативные цели пользователей, специфика конкретной коммуникативной среды и ее нетикет, ситуативный или событийный контекст.

Вопрос *Почему ты назвал себя таким никнеймом?* во многом способствовал раскрытию истинных мотивов самономинации, которые могут быть типологизированы (табл. 3) и соотнесены с преобладающими семантическими типами никнеймов. Также отметим, что в 32% случаев в основе акта самономинации находились два и более мотивов. Затруднились ответить на данный вопрос 2% респондентов.

Таблица 3

Мотивы интернет-самономинаций немецкоязычных мальчиков-подростков

Мотив	Частотность, %	Свойственный тип никнейма	Примеры фрагментов ответов респондентов
Индивидуализация / самовыражение	29	Автоименный, гибридный	<i>Nathan the Chilling – das passt mir am besten</i> (это мне подходит больше всего)
Улучшение реального образа, имиджа	21	Гибридный, псевдонимный	<i>geilerkeks – wollte imba hier sein</i> (я хочу быть здесь самым превосходным)
Удовлетворенность / гордость собственным реальным автоименом	17	Автоименный	<i>Henning 🐱 Hier – Mein echter Name find ich top</i> (я нахожу клевым мое настоящее имя)
Преодоление технических ограничений сервиса	17	Автоименный, гибридный	<i>#:flori@n14# – mein name war schon belegt, so habe ich mein alter hinzugefügt. und noch was</i> (мое имя было уже занято, поэтому я добавил возраст. и еще кое-что)
Деанонимизация	16	Автоименный	<i>albert.weinhart – Ich heiße ich. So ist es für Freunde am einfachsten, mich hier zu finden</i> (Я это я. Так проще всего друзьям здесь меня отыскать)

Мотив	Частотность, %	Свойственный тип никнейма	Примеры фрагментов ответов респондентов
Проявление оригинальности / привлечение внимания	14	Псевдонимный	†CHRIST† i.a.n – <i>Das ist auffallend. abnormal (Это бросается в глаза. Необычно)</i>
Анонимизация	14	Псевдонимный	S.AMURA.I – <i>Samurai hinterlässt keine Spuren. Samurai ist immer inkognito ☺)</i> (Самурай не оставляет следов. Самурай всегда инкогнито)
Идентификация с определенной группой лиц, деятельностью	13	Псевдонимный	_waffenschmied07 – <i>Ich habe mich an meinen Beruf in Minecraft erinnert (Я вспомнил мою профессию в Майнкрафте)</i>
Агрессия/ устрашение / оскорбление	10	Псевдонимный	ikillyaall – <i>Scheiß auf Noobs! Ich fresse sie alle (Да пошли нубы! Я сожру их всех)</i>
Сопричастность значимому событию, явлению, тренду	8	Гибридный, автонимный	DON OMIKRON – <i>Ich habe meinen alten Benutzernamen geändert, weil alle um mich herum krank waren und nur über Covid sprachen (Я сменил свой старый никнейм, так как все вокруг болели и говорили только о ковиде)</i>
Юмор / самоирония	7	Псевдонимный	ha.ha.habenichts – <i>Das ist LOL! (Это смешно!)</i>

Ответы на вопросы *Как ты оцениваешь сам свой никнейм? Какой он?* демонстрируют преимущественно позитивную оценку самономинаций своими авторами – 52%. Приведем зафиксированные в материале примеры, особенность которых заключается в коллоквиальной и эмоциональной окраске используемых в ответах лексем, в том числе заимствованных из английского языка: *cool (клевый), geil (классный), top (лучший), super (супер), fetzig (прикольный)*. Также среди положительных оценок выделяются оригинальность и неординарность никнейма: *originell (оригинальный), genial (гениальный), eigenartig (своеобразный)*. Нейтрально воспринимают свою самономинацию 39% опрошенных, подчеркивая ее нормальность или типичность: *normal (нормальный), okay (в порядке), neutral (нейтральный), typisch (типичный)*, в иных случаях – безэмоционально констатируя определенную характеристику никнейма: *kurz (короткий/ краткий), klar (понятный), kompliziert (сложный)*. Отрицательная оценка отмечается у 7% респондентов и выражается в негативных характеристиках, часто посредством разговорных и даже грубых слов: *blöd (тупой), doof (дурацкий), idiotisch (идиотский)*. Нейтральные лексемы используются для констатации недовольства какими-либо свойствами никнейма: *zu lang (слишком длинный), nicht originell genug (недостаточно оригинальный)*. В 2% случаев пользователи затруднились с ответом.

Рефлексия информантов в ответах на вопрос *Как ты думаешь, что могут понять о тебе другие пользователи по твоему никнейму, не зная тебя*

лично? позволяет определить содержательную сторону коммуникативно-прагматических интенций самономинаций, среди которых отчетливо обнаруживаются следующие: сообщение информации (60%) и ее сокрытие (17%), а также воздействие (9%) и общение (3%). Сообщение информации как ведущая интенция подростковой самономинации позволяет, по мнению информантов, узнать о них следующее: персональные данные (имя, пол, возраст, место проживания, национальность); увлечения, хобби; качества личности, черты характера, интеллектуальные способности; особенности внешности; настроение, эмоциональное состояние, темперамент; кумиры, предпочтения; жизненные обстоятельства. Проиллюстрируем высказываниями информантов: *96hannover96 – ehmm...dass ich FC Hannover 96 Fan bin (эмм... что я фанат футбольного клуба Ганновер96); _fOtto_/ – alles klar – ich heiÙe Otto und ich mag Foto XD (все очевидно – меня зовут Отто, и я люблю фото ха-ха)*. Интенция сокрытия информации практически во всех случаях сопряжена со стремлением к анонимизации: *burgerbuerger – Hoffentlich versteht man nix. Wenigstens ist damit nicht verständlich, ob ich ein Junge und 13 bin (надеюсь, никто ничего не понимает. По меньшей мере не ясно, являюсь ли я 13-летним мальчиком)*. Интенция воздействия, как правило, реализуется в никнеймах, являющимися окказиональными лексико-грамматическими структурами в виде слов-сдвигов и предложений, часто с негативным и даже агрессивным, оттенком: *S_h_u_t_u_p; fingerwegvonhier*. Интенция общения выступает сигналом готовности автора никнейма к взаимодействию: *chatmonster – man kapert dadurch, ich will chatten (благодаря ему (никнейму. – В.К.) понимают, что я хочу чатиться)*.

Результаты обработки ответов на вопрос *Как долго у тебя этот никнейм?* демонстрируют, что подавляющее большинство информантов (89%) создали никнейм, находясь уже в подростковом возрасте. Средняя продолжительность существования интернет-самономинаций опрошенных мальчиков-подростков составила 3,6 года, а средний возраст создания никнейма – 12,7 года.

Заключительный вопрос *Ты задумывался о смене никнейма? Если да – то, на какой?* у 11% респондентов вызвал затруднение и остался без ответа. Столько же опрошенных высказали желание изменить свой актуальный никнейм, при этом никто из них не сформулировал альтернативную самономинацию: *vielleicht würde ich was cooleres jetzt gewählt (возможно, я бы выбрал сейчас что-то покруче)*. Лишь 6 информантов указали, что хотели бы переименовать себя никнеймом, более подходящим их нынешнему образу и самосознанию: *Ja, es ist die Zeit. Ich bin aus dem alten Nick herausgewachsen. Jetzt klingt er dumm (Да, время пришло. Я вырос из старого ника. Теперь он звучит глупо)*. Абсолютное большинство подростков (78%) ответили на данный вопрос отрицательно.

В рамках изучения никнеймов мальчиков-подростков также была оценена степень устойчивости интернет-самономинаций. С этой целью на протяжении всего исследования осуществлялось динамическое наблюдение за 40 случайно отобранными из исследовательского материала аккаунтами. Ежемесячная перепроверка данной фокус-группы продемонстрировала, что

36 самономинаций устойчивы и остаются неизменны, в то время как 4 никнейма (10% фокус-группы) подвергаются варьированию со стороны их авторов. Изменения никнеймов касались преимущественно замены автономных самономинаций: они либо полностью заменялись на псевдонимные (*tobias.bartsch.13* → *carramba13*; *Lars Grt* → *RABAUKE*; *diekmann_004* → *freewind_004*), либо подвергались разнообразным трансформациям своей исходной формы: *der.florian* → *flo.w.rian.*; *Adrian Hmmm* → *Mr. Dri*).

Обсуждение и выводы

Результаты опроса немецкоязычных мальчиков-подростков указывают на то, что предпочтительной функциональной средой никнеймов являются интернет-сервисы коммуникативной направленности. С одной стороны, это можно связать с психовозрастными новообразованиями подросткового периода – возрастающей потребностью в социализации и поиске референтной группы [23. С. 23–24]. С другой стороны, виртуальные площадки с высоким коммуникативным тоном предлагают многообразные самопрезентационные возможности – от самономинации до портретирования с помощью указания метаданных, что позволяет конструировать полноценную виртуальную личность и реализовывать любые сценарии самовыражения.

Важность никнейма как элемента коммуникации и самопрезентации подростков в интернет-пространстве подтверждается и ранним возрастным дебютом самономинативной деятельности в Сети, а также высокой степенью мотивированности создаваемых никнеймов, их устойчивостью, неизменяемостью во временной перспективе. Целенаправленность и продуманность самономинативного процесса у подростков подчеркивают не только значимость создаваемых интернет-антропонимов, но и готовность их авторов к определенным языковым усилиям для достижения своих номинативных интенций: *Eine ganze Ewigkeit hab ich den Nick ausgedacht* (Я придумывал ник целую вечность); *Es war ein Haufen von Varianten, die ich schafte und wählte und verarbeite* (=) (Была куча вариантов, которые я создавал, и выбирал, перерабатывал). Выявленная удовлетворенность никнеймом, порой граничащая с гордостью, отсутствие желания и потребности в его смене свидетельствуют о неслучайном характере самономинаций: *total zufrieden damit. nichts zu ändern* (полностью доволен. нечего менять); *Defenitiv ist dieser NN auf Dauer, er passt und gefällt* (Определенно этот никнейм надолго, он подходит и нравится). Пользователям 11–17 лет важнее создать скорее долговременный, узнаваемый партнерами по коммуникации виртуальный образ, нежели играть с постоянным переименованием и «мистификациями». Этот фактор также отчасти обуславливает наметившуюся тенденцию к деанонимизированному характеру подростковых самономинаций в виртуальном пространстве.

Сопоставление полученных результатов с половозрастными маркерами мальчиков-подростков позволяет установить наличие связи между интернет-самономинациями и экстралингвистическими свойствами личности

рассматриваемой стадии онтогенетического развития лиц мужского пола. На конструирование никнейма оказывает очевидное влияние базовая черта подросткового возраста – становление Я-концепции, интегрирующей в себе когнитивный, оценочный и поведенческий компоненты. Активное использование автонимов в никнеймах объясняется возникающим в подростковом возрасте чувством взрослости, стремлением к самостоятельности, отрицанием своей принадлежности к детям, а кроме этого – бурным развитием рефлексии и самосознания, частью которого является имя [23. С. 24]. Проиллюстрируем сказанное комментариями респондентов: *So wirkt es cooler (так круче)*; *ich bin groß genug, um keine spiele zu spielen (я достаточно взрослый, чтобы играть в игры)*. Использование реальных имен в Интернете – своеобразный манифест взросления, сигнал готовности нести ответственность за свои слова, поступки, осознание и признание себя конкретной реальной личностью даже в виртуальном пространстве: *mein name = ich (мое имя = я)*; *ich bin ich (я есть я)*.

Становление Я-концепции характеризуется у подростков не только построением интегрального представления о себе, но желанием индивидуализировать свою личность. Вследствие этого самовыражение как способ демонстрации индивидуальности оказывается самым распространенным мотивом самономинаций мальчиков-подростков. Его актуализация в исследуемом материале обнаруживается, с одной стороны, в виде гибридных и псевдонимных никнеймов, многообразных по своим лексико-семантическим и структурно-грамматическим характеристикам. По данным опросов информантов, полное или частичное сокрытие реального имени продиктовано скорее желанием придать никнейму оригинальность, заключить в нем дополнительную, характеризующую информацию, некое «послание» о себе другим коммуникантам. Анонимизация личности в данном случае вторична и, по мнению большинства опрошенных, оказывается не таким важным основанием. Например, подросток *Andreas Förster* с никнеймом *andy_vanilla_gorilla* именуется в социальных сетях сочетанием личного имени с прозвищем «Vanilla Gorilla», которое принадлежит кумиру мальчика – выдающемуся американо-канадскому рестлеру Brock Lesnar. Таким образом, по убеждению мальчика, он обозначает не только реальное имя, сферу своих увлечений и идола в мире спорта, но и создает забавный никнейм, смысл которого будет ясен не всем и не сразу. С другой стороны, индивидуализация присутствует и в никнеймах-автонимах. Пользователям подросткового возраста удастся наделить дополнительными смыслами даже такой тип самономинаций. Так, подросток с реальным именем *Carsten* полагает, что никнейм *Car_STEN* должен помочь коммуникантам понять не только его настоящий антропоним, но и увлечение автомобилями (*car* – англ. *автомобиль*) и оружием (*STEN* – британский пистолет-пулемет).

Оценочный компонент образа «Я» запечатлевается в единицах с коннотативно окрашенной семантикой. Количество никнеймов положительной семантики, транслирующих позитивное самовосприятие, значительно пре-

вышает число как нейтральных, так и негативных, самокритичных самономинаций. Результат согласуется с переживаемой в подростковом возрасте критической фазой в формировании самооценки [24, Р. 128]. Один из ведущих мотивов самономинаций – улучшение реального образа, имиджа – проявляется в обращении подростков к мелиоративной лексике, языковым единицам, маркирующим человеческие достоинства. Вербализация в никнеймах самоуверенности, самостоятельности, собственной идеальности, безупречности, порой граничащей с нарциссизмом, отражает подростковую переоценку возросших возможностей [25, 26]. Конструирование «идеального Я» в Сети снимает массу психологических барьеров и ограничений реальной жизни: *Maxi ist geil/alle sollen das begreifen* (Макси клевый/все должны это понять); *im netz kann man alles sein* (в сети можно быть всем). Никнеймы, обозначающие отрицательные качества личности, немногочисленны и, как правило, описывают интеллектуальные способности и внешние черты: *Dumpfbacke Pepe*; *stippig_7*. Согласно утверждениям респондентов такие никнеймы – это проявление самоиронии и юмора: *Ich wollte nur herumalbern* (Я просто хотел подурочиться); *Was soll ich tun, wenn ich fett bin XD!!!* (Что поделать, если я жирный ха-ха!!!). Вместе с тем это может быть и очередной психовозрастной манифестацией самокритичности и болезненного самолюбия [24, Р. 129]. Подобные самономинации в большей массе принадлежат мальчикам 11–13 лет, в том время как никнеймы, транслирующие положительные и часто завышенные характеристики, свойственны подросткам 15–17 лет.

Поведенческий компонент формирующейся Я-концепции представлен в никнеймах проявлением агрессивности. Практически каждый десятый информант в качестве одного из мотивов самономинации отмечал негативное отношение, агрессию, проявляющуюся в угрозах, оскорблении, ненависти или гнве по отношению к другим людям, а иногда даже к себе самому. Об этом свидетельствует выбор как лексики, так и структурной организации никнейма: *be well in heeeell*; *DIE DEAR – NO FEAR*; *f!ck d!ch*. Проявление агрессивности у подростков традиционно связывают с недостаточным количеством знаний об отношениях между людьми, с отсутствием опыта понимания и принятия неоднозначности человеческих поступков и действий, ребенок затрудняется выражать собственное мнение и отстаивать его. Агрессивное вербальное поведение становится неким ответом подростка на давление окружающей среды, способом дать ей отпор и даже «наказать» обидчика [26], что эксплицитно проявляется и на уровне самономинаций в Интернете. Кроме того, у 17% опрошенных респондентов в ответах содержалось указание на наличие определенных проблем и конфликтов в школе, дома и виртуальном пространстве. Пользователь *Maik* (15 лет) довольно оскорбительно обращается с помощью никнейма *Hallo Scheißleute* к своим одноклассникам, с которыми у него отсутствует взаимопонимание: *ich vertrage mich mit meinen klassenkameraden total nicht. die nerven mich in der Schule. ich nerve sie im netz* (я вообще не выношу своих одноклассников. они бесят меня в школе. я бешу их в сети). Другой подросток (*Gabriel*, 16

лет) с никнеймом *ich_hasse_euch* объясняет негативный характер самономинативных конфликтами с родителями, которые контролируют деятельность мальчика в социальных сетях: *Ich mag meinen Nick sehr. Er ist wichtig für mich, denn er ist mein Manifest, meine Message an die Eltern, die alles kontrollieren möchten: was ich poste, mit wem ich chatte, wo ich surfe. Cringe!* (Я очень люблю свой никнейм. Он важен для меня, так как это мой манифест, послание родителям, которые все хотят контролировать: что я пишу, с кем я переписываюсь, какие сайты посещаю. Крижж!).

Анализ самономинативных указывает еще на одну особенность подросткового самосознания, которая проявляется в акцентировании мальчиками их гендерной принадлежности, и в частности маскулинности. Это соотносится с существенными трансформациями половозрастных моделей и зачастую является следствием внутриличностных конфликтов, характерных для данной стадии онтогенетического развития подростков [25. С. 221–222]. Данный тезис подкрепляется доминированием маскулинности как дифференциального признака в самономинативных, в использовании гендерно маркированной лексики, в предпочтении имен маскулинного антропонимикона, в том числе в случаях именной транспозиции, в рамках которой акты трансантропонимизации характеризуются переносом имен денотатов мужского пола. Таким образом, подростковый возраст, являясь сензитивным периодом бурного развития гендерной идентичности личности [17, Р. 65], может обуславливать подчеркнута маскулинный характер самономинативных: *ein cooler name für 'n coolen guy* (клевое имя для клевого парня); *der* (никнейм. – В.К.) *muß brav, männlich, grell sein* (он (никнейм. – В.К.) должен быть славным, мужественным, броским).

Интенциональность самономинативных также детерминирована подростковой потребностью в индивидуализации. Обилие никнеймов, которые нацелены на сообщение некоей информации, позволяет отметить, что мальчики 11–17 лет именуются единицами, маркирующими или отражающими актуальные события, происходящие в культурной, политической, социальной жизни мирового сообщества. В подростковых самономинативных запечатлелись: выход Великобритании из Евросоюза (*brexitbro*), завершение длительного периода правления Ангелы Меркель (*ciao_merkel_ferkel*) и появление нового канцлера – Олафа Шольца (*Oli Scholzi*), выборы президента в Америке (*in.trump.we.trust*), всплеск общественного движения Black Lives Matter (*Michael_BLM*), отравление российского оппозиционера (*now_it_schok* 😊). Среди прочих событий, довольно сильно повлиявших на создание юношеских никнеймов, оказались: эпидемия ковида и новые штаммы коронавируса (*С●®●№4C14u\$*), запуск космического корабля «Crew Dragon» компанией Илона Маска (*crew_dragon16*), смерть солиста культовой группы Prodigy – Keith Charles Flint (*Lars(ripkeith)Mo*) и мн. др. Эти и аналогичные самономинативные иллюстрируют не только персональные интересы, но и в целом включенность подростков в контекст общественной жизни, что явля-

ется естественным результатом возрастного усовершенствования когнитивных функций, обуславливающего тенденцию к критическому мышлению, которое направлено как на внешний мир, так и на самого себя [27. Р. 118].

Выводы

Привлеченные к анализу данные опросов немецкоязычных мальчиков-подростков 11–17 лет демонстрируют не только конкретные лингвистические тенденции в конструировании никнеймов, но и способны дать представление об экстралингвистических факторах, оказывающих влияние на процесс самономинирования в интернет-пространстве и его восприятие с субъективно-авторских позиций. Половая принадлежность и стадия онтогенетического развития пользователей обнаруживают взаимосвязь с их вербальным воплощением, в частности, на уровне создаваемых никнеймов. Самономинация становится актом добровольного самовыражения и способом самоидентификации, саморефлексии и самопрезентации в рамках интернет-коммуникации. Так, немецкоязычные мальчики-подростки придают довольно большое значение своему никнейму, затрачивая для его создания довольно много времени и прикладывая существенные языковые усилия на его создание. Подростковая самономинация в виртуальном-пространстве обладает разнообразной мотивацией, но в большинстве случаев нацелена на сообщение и трансляцию некой информации о ее авторе. Довольно ранний возраст пользователей, впервые создающих никнейм, а также преобладание коммуникативных интернет-платформ в качестве функциональной среды самономинаций указывают на важность виртуальных антропонимов как современного средства социализации подростков. Удовлетворенность никнеймом и его устойчивость во временной перспективе – показатели стремления к стабильной виртуальной личности с продуманными атрибутами и самопрезентационной стратегией.

Вместе с тем исследование позволяет составить обобщенный докоммуникативный портрет немецкоговорящих мальчиков-подростков 11–17 лет на основе анализа их интернет-самономинаций и предоставленных ответов. Это виртуальные личности с отчетливо маскулинными проявлениями самопозиционирования, склонные к положительной самооценке с тенденцией к ее завышению, вербальной агрессии, испытывающие потребность во включенности интересующий проблемный, культурный или субкультурный контекст. Пользователи в большей степени склонны к деанонимизации личности в интернет-пространстве, что, однако, не исключает попыток «карнаваллизации» и маскировки их реального образа. В обоих случаях крайне важным оказывается перенос исходных самономинативных намерений в никнейм, как правило, с целью провозглашения и артикуляции формирующейся «Я»-концепции. Зафиксированные характеристики, транслируемые в изучаемых самономинациях, отображают черты лиц мужского пола, которые характерны для стадии психофизиологического развития лиц 11–17 лет. Ска-

занное позволяет сделать вывод о существовании достоверной связи половозрастных особенностей мальчиков-подростков с их интернет-самоидентификациями.

Список источников

1. *Jens R., Schlobinski P., & Siever T.* Sprache und Kommunikation im Internet // *Muttersprache. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache.* № 2. P. 97–109.
2. *Stommel W.* Mein Nick bin ich! Nicknames in a German Forum on Eating Disorders // *Journal of Computer Mediated Communication.* 2007. № 13 (1). P. 141–162.
3. *Kaziaba V.* Namensmasken im Internet // *Muttersprache.* 2013. № 4 (123). P. 327–339.
4. *Nicknamen international. Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen* / hrsg. von P. Schlobinski, T. Siever. Berlin : Peter Lang GmbH, 2018. 386 p.
5. *Gkoutzourelas G.* Nicknamen in sozialen Medien. Der Fall von Twitter und PlanetRomeo // *Mediensprache.* 2015. URL: <http://www.mediensprache.net/de/websprache/2.0/nicknames/>
7. *Старцев А.А., Гришанин Н.В., Кириллина Н.В.* Идентичность и идентификация личности в социальных сетях // *Коммуникология.* 2018. № 6 (4). С. 76–87. doi: 10.21453/2311-3065-2018-6-4-76-87
6. *Климова М.А.* Никнеймы игроков Dota 2 и психические границы языка в эпоху глобализации // *Вопросы психолингвистики.* 2020. № 1 (43). С. 36–53. doi: 10.30982/2077-5911-2020-43-1-36-53
8. *Koch, S.C., Mueller B., Kruse L. etc.* Constructing gender in chat groups // *Sex Roles.* 2005. № 53. P. 29–41. doi: 10.1007/s11199-005-4276-7
9. *Lange B.P., Zaretsky E., Euler H.A.* Pseudo names are more than hollow words: Sex differences in the choice of pseudonyms // *Journal of Language and Social Psychology.* 2016. № 35 (3). P. 287–304. doi: 10.1177/0261927X15587102
10. *Buffardi L.E., Campbell W.K.* Narcissism and social networking web sites // *Personality and Social Psychology Bulletin.* 2008. № 34 (10). P. 1303–1314. doi: 10.1177/0146167208320061
11. *Lange B.P., von Andrian-Werburg M.T.P., Adler D.C. etc.* The Name Is the Game: Nicknames as Predictors of Personality and Mating Strategy in Online Dating // *Frontiers in Communication.* 2019. Vol. 4. doi: 10.3389/fcomm.2019.00003
12. *Thomson R., Murachver T.* Predicting gender from electronic discourse. *British Journal of Social Psychology.* 2001. № 40. P. 193–208. doi: 10.1348/014466601164812
13. *Выготский Л.С.* Педология подростка. М. : Изд-во БЗО при педфаке 2-го МГУ, 1929. 172 с.
14. *Эльконин Д.Б.* Избранные психологические труды: Проблемы возрастной и педагогической психологии / под ред. Д.И. Фельдштейна. М. : Международная педагогическая академия, 1995. 224 с.
15. *Meyers D.G.* Meyers Psychologie. Heidelberg : Springer Medizin Verlag, 2005. 1034 p.
16. *В мире подростка* / под ред. А.А. Бодалева. М. : Медицина, 1982. 296 с.
17. *Bohleber W.* Grundzüge adoleszenter Entwicklung: Psychoanalytische Perspektiven // *Das adoleszente Gehirn* / P.J. Uhlhaas, K. Konrad (Hrsg.). Stuttgart : Kohlhammer, 2011. P. 61–66.
18. *Штильштейн Е.С.* Особенности презентации «Я» в подростковом возрасте // *Вопросы психологии.* 2000. № 2. С. 69–79.
19. *Feierabend S., Rathgeb Th., Kheredmand Th. etc.* JIM-Studie 2021: Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. 2021, Stuttgart : MPFS. 74 S. URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf
20. *Feierabend S., Rathgeb Th., Kheredmand Th. etc.* JIM-Studie 2020: Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. 2020, Stuttgart :

MPFS. 78 p. URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf

21. Величко Н.В. Самономинация и самохарактеристика в письмах А.П. Чехова Ялтинского периода // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: Филология. 2004. Т. 20 (59), № 4. С. 420–424.

22. Statista – das Statistik-Portal: Statistiken, Marktdaten & Studie. 2022. URL: <https://de.statista.com/statistik/suche/?q=Anzahl+der+Internetnutzer+in+Deutschland+&Suche=&qKat=search&newSearch=true&p=1>

23. Остапова А.В. Психологические особенности подросткового возраста // Евразийский научный журнал. 2015. № 7. С. 23–26.

24. Winter R. Sexuelle Gesundheit männlicher Jugendlicher – Indikatoren männlicher sexueller Jugendgesundheit // Sexualität von Männern / Stiftung Männergesundheit (Hrsg). Gießen : Psychosozial-Verlag, 2017. P. 127–142. doi: 10.23668/psycharchives.3447

25. Чижова Е.А. Полоролевая идентичность мальчиков-подростков с нарушениями поведения // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2011. № 3. С. 218–228.

26. Якиманская И.С. Гендерные особенности агрессивности и адаптивности подростков // Мир науки: Педагогика и психология. 2021. № 1 (9). URL: <https://mir-nauki.com/PDF/28PSMN121.pdf>

27. Fend H. Entwicklungspsychologie des Jugendalters (3. durchges. Auflage). Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2003. 524 p.

References

1. Jens, R., Schlobinski, P., & Siever, T. Sprache und Kommunikation im Internet. *Muttersprache. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache*. 2. P. 97–109.

2. Stommel, W. (2007) Mein Nick bin ich! Nicknames in a German Forum on Eating Disorders. *Journal of Computer Mediated Communication*. 13 (1). pp. 141–162.

3. Kaziaba, V. (2013) Namensmasken im Internet. *Muttersprache*. 4 (123). pp. 327–339.

4. Schlobinski, P. & Siever, T. (eds) (2018) *Nicknamen international. Zur Namenwahl in sozialen Medien in 14 Sprachen*. Berlin: Peter Lang GmbH, 386 p.

5. Gkoutzourelas, G. (2015) *Nicknamen in sozialen Medien. Der Fall von Twitter und PlanetRomeo*. Mediensprache. [Online] Available from: <http://www.mediensprache.net/de/websprache/2.0/nicknames/>

7. Startsev, A.A., Grishanin, N.V. & Kirillina, N.V. (2018) Identity and Identity Identification in Social Networks. *Kommunikologiya*. 6 (4). pp. 76–87. (In Russian). doi: 10.21453/2311-3065-2018-6-4-76-87

6. Klimova, M.A. (2020) Nicknames of Dota 2 Players and Mental Language Boundaries in the Age of Globalization. *Voprosy psikholingvistiki*. 1 (43). pp. 36–53. (In Russian). doi: 10.30982/2077-5911-2020-43-1-36-53

8. Koch, S.C. et al. (2005) Constructing gender in chat groups. *Sex Roles*. 53. pp. 29–41. doi: 10.1007/s11199-005-4276-7

9. Lange, B.P., Zaretsky, E. & Euler, H.A. (2016) Pseudo names are more than hollow words: Sex differences in the choice of pseudonyms. *Journal of Language and Social Psychology*. 35 (3). pp. 287–304. doi: 10.1177/0261927X15587102

10. Buffardi, L.E. & Campbell, W.K. (2008) Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 34 (10). pp. 1303–1314. doi: 10.1177/0146167208320061

11. Lange, B.P. et al. (2019) The Name Is the Game: Nicknames as Predictors of Personality and Mating Strategy in Online Dating. *Frontiers in Communication*. 4. doi: 10.3389/fcomm.2019.00003

12. Thomson, R. & Murachver, T. (2001) Predicting gender from electronic discourse. *British Journal of Social Psychology*. 40. pp. 193–208. doi: 10.1348/014466601164812
13. Vygot'skiy, L.S. (1929) *Pedologiya podrostka* [Pedology of a teenager]. Moscow: Izd-vo BZO pri pedfake 2-go MGU.
14. El'konin, D.B. (1995) *Izbrannye psikhologicheskie trudy: Problemy vozrastnoy i pedagogicheskoy psikhologii* [Selected psychological works: Problems of age and educational psychology]. Moscow: Mezhdunarodnaya pedagogicheskaya akademiya.
15. Meyers, D.G. (2005) *Meyers Psychologie*. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
16. Bodalev, A.A. (ed.) (1982) *V mire podrostka* [In the World of a Teenager]. Moscow: Meditsina.
17. Bohlbecker, W. (2011) Grundzüge adoleszenter Entwicklung: Psychoanalytische Perspektiven. Uhlhaas, P.J. & Konrad, K. (eds.) *Das adoleszente Gehirn*. Stuttgart: Kohlhammer. pp. 61–66.
18. Shtil'shteyn, E.S. (2000) Osobennosti prezentatsii "Ya" v podrostkovom vozraste [Features of the Presentation of the "Self" in Adolescence]. *Voprosy psikhologii*. 2. pp. 69–79.
19. Feierabend, S. et al. (2021) *JIM-Studie 2021: Jugend, Information, Medien*. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: MPFS. [Online] Available from: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf
20. Feierabend, S. et al. (2020) *JIM-Studie 2020: Jugend, Information, Medien*. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: MPFS. [Online] Available from: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf
21. Velichko, N.V. (2004) Samonominatsiya i samokarakteristika v pis'makh A.P. Chekhova Yaltinskogo perioda [Self-nomination and self-characterization in A.P. Chekhov's letters of the Yalta period]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo. Seriya: Filologiya*. 20 (59):4. pp. 420–424.
22. Statista – das Statistik-Portal: Statistiken, Marktdaten & Studie. (2022) [Online] Available from: <https://de.statista.com/statistik/suche/?q=Anzahl+der+Internetnutzer+in+Deutschland+&Suche=&qKat=search&newSearch=true&p=1>
23. Ostapova, A.V. (2015) Psikhologicheskie osobennosti podrostkovogo vozrasta [Psychological characteristics of adolescence age]. *Evrasiyskiy nauchnyy zhurnal*. 7. C. 23–26.
24. Winter, R. (2017) Sexuelle Gesundheit männlicher Jugendlicher – Indikatoren männlicher sexueller Jugendgesundheit. In: Männergesundheit, S. (Hrsg.) *Sexualität von Männern*. Gießen: Psychosozial-Verlag. pp. 127–142. doi: 10.23668/psycharchives.3447
25. Chizhova, E.A. (2011) Polorolevaya identichnost' mal'chikov-podrostkov s narusheniyami povedeniya [Gender-role identity of adolescent boys with behavioral disorders]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sotsiologiya*. 3. pp. 218–228.
26. Yakimanskaya, I.S. (2021) Gendernye osobennosti agressivnosti i adaptivnosti podrostkov [Gender characteristics of aggressiveness and adaptability of adolescents]. *Mir nauki: Pedagogika i psikhologiya*. 1 (9). [Online] Available from: <https://mir-nauki.com/PDF/28PSMN121.pdf>
27. Fend, H. (2003) *Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (3. durchges. Auflage). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Информация об авторе:

Казяба В.В. – канд. филол. наук, доцент кафедры общего и германского языкознания Северного (Арктического) федерального университета им. М.В. Ломоносова (Архангельск, Северодвинск, Россия). E-mail: kazaba@yandex.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

V.V. Kaziaba, Cand. Sci. (Philology), associate professor, Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov (Arkhangelsk, Severodvinsk, Russian Federation). E-mail: kazaba@yandex.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 15.06.2023;
одобрена после рецензирования 21.03.2024; принята к публикации 30.09.2024.*

*The article was submitted 15.06.2023;
approved after reviewing 21.03.2024; accepted for publication 30.09.2024.*