

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИМЁН СОБСТВЕННЫХ В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЯЗЫЧНОЙ ИНТЕРНЕТ- КОММУНИКАЦИЯХ

XXI век — век новых технологий и открытий. С появлением Интернета создалась принципиально новая ситуация в системе имён собственных [1].

Цель данного исследования — представить функционирование имени собственного в китайском и русскоязычном Интернете. *Задачи:* 1) проанализировать лингвистические особенности имён собственных в интернет-коммуникации; 2) выявить общее и различное в именах собственных в китайской и русскоязычной интернет-коммуникациях. Используются методы структурного и сравнительного анализа, описательный метод.

Для именованя пользователей интернет-коммуникации используются три формы компьютерного имени собственного: логин, никнейм (или ник), доменное имя. В данной работе будут рассмотрены первые два. *Логин* — это имя учётной записи пользователя. Как правило, это часть электронного адреса (представляет имя пользователя) [2]. Сравните:

адреса русскоязычных пользователей	адреса китайцев
<p>elenatarakanova2013@yandex.ru fna2007@mail.ru holod10@mail.ru yangjun@mail.ru zcineoc@rambler.ru olesiavinogradova@rambler.ru sto0906@mail.ru basia.zawadzka1@gmail.com kozahmetova_1979@mail.ru KLC28 <klc28@mail.ru levickie@mail.ru</p>	<p>bht2652885@qq.com 阿兰德隆 199250530@qq.com 樱花雪·乔巴 wuqilin571@qq.com 刘晓梅 liujiaxuan1971@126.com 670858257 670858257@qq.com 冰雪融化成春 liutianqi_123@qq.com 960048619@qq.com 597456369@qq.com</p>

При создании логина (или префикса почтового ящика) используются цифры, буквы латинского алфавита и разрешённые символы. У русскоязычных пользователей в основе созданной последовательности символов могут быть настоящие имя или фамилия, определённая дата, увлечение, случайный набор знаков и т.д. [3] Китайские пользователи ограничены в своём выборе логина. Ещё с марта 2012 г. по китайскому законодательству пользователям Интернета запрещено брать псевдонимы. При регистрации на любом китайском сайте требуется ввести настоящие паспортные данные, адрес и телефон. По мнению китайских властей, данная мера укрепит контроль государства над Сетью и поможет экономическому росту страны. В настоящее время в Китае заблокирован доступ к сервисам Twitter, Youtube, Facebook, ICQ. Поэтому

логин китайских пользователей как правило состоит из случайной комбинации цифр, которые они автоматически получают при регистрации, или настоящих фамилии и имени, переданных латиницей. Чтобы получить хороший (счастливый, особенный) номер, нужно заплатить определённую сумму [4].

Никнейм – искусственно созданное имя собственное в сети Интернет (нейминг – наименование чего-либо, ник – имя собственное в сети Интернет). Никнейм – это своеобразная визитная карточка лица в Интернете. Виртуальные собеседники не видят ничего, кроме ника и иногда – аватарки (небольшой картинке рядом с ним). С помощью никнейма пользователь создаёт себе определённый образ в блогах, чатах, на форумах. При создании никнейма принято соблюдать определённые требования: 1) никнейм должен соответствовать среде, в которой будет использован; 2) для удобства ник должен быть коротким; 3) желательно, чтобы ник имел смысл; 4) ники из одних цифр и символов (@#%@) сложны для чтения и восприятия; 5) ник должен привлекать внимание. Сравните:

	никнеймы русскоязычных пользователей	никнеймы китайцев
нейтральные	<i>IvanVasilev, OlgaLesnova</i>	<i>Wu Yuanyuan, Zhang hairong</i> 涛涛 (тао тао) – так зовут мою собаку.
связаны с работой	<i>Good-SEO, Vasilii-Copywriter, Хипупе</i>	中国制造 – китайское производство
хобби	<i>Flower-maniac, Shopogolic, Biker</i>	泡沫 (пао мо) – название песни
персонаж	<i>Don Quixote, Van Helsing</i>	<i>Super Man</i>
типаж	<i>Boss, Vedmo4ka, Happy-Hippy-Woman</i>	
характер	<i>NoCompromise, Best-for-me, Nice</i>	

Китайские никнеймы могут состоять из иероглифов, обозначающих какое-либо выражение: 心碎大叔 – дядя с разбитым сердцем; 卖火柴的小女孩 – все знают о сказке; 你丑的拖网速 – так зовут меня; 人比黄瓜瘦 – человек хуже чем огурец, потому что очень худой; 别信我, 我在说谎 – не верь мне, я вру; 我什么都有, 就是没钱 – у меня всё есть, только денег нет.

Можем сделать *выводы*: 1) логины и никнеймы – это имена, применяемые для личного общения в виртуальном коммуникативном пространстве; 2) логин и никнейм обладают набором отличительных черт; 3) логины и никнеймы участников китайской и русскоязычной интернет-коммуникаций имеют как общие, так и отличительные черты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кучников, Т.В. Общение в Интернете / Т.В. Кучников. – М.: 2004.
2. Свободная Интернет-энциклопедия Wikipedia // en.wikipedia.org.

3. Иванов, Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста / Л.Ю. Иванов // Словарь и культура русской речи [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: www.faq-www.ru/lingv.htm. – Дата доступа: 20.11.2014.

4. [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://china-sky.ru/guide/tradition/magia-chisel>. – Дата доступа: 20.11.2014.

А Ланьделун
УО БГЭУ (Минск)

ЧИТАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

Сегодня от людей старшего поколения очень часто можно услышать, что современная молодёжь не читает. Её обвиняют в отсутствии интереса к литературе и излишнем увлечении компьютером и другими техническими новшествами. Цели данного исследования: 1) выяснить отношение студенческой молодёжи к книге, как явлению культуры; 2) проанализировать уровень читательской культуры современной молодёжи.

Для решения поставленных целей было проведено небольшое социологическое исследование «Молодёжь и книги». В опросе приняли участие более 100 белорусских и иностранных студентов 1-5 курсов различных вузов Минска. Все участники опроса были разделены на три группы: белорусские студенты (52), китайские студенты (31), туркменские студенты (28).

В исследовании был использован метод анкетного опроса. Опрашиваемым было предложено ответить на следующие вопросы анкеты: 1. Что Вы делаете в свободное время? 2. Читаете ли Вы книги (любые, хотя бы иногда)? 3. Какие книги Вы читаете чаще всего? 4. Как часто Вы читаете книги? 5. В каком виде Вы читаете книги? 6. Слушаете ли Вы аудиокниги? 7. Что лучше: прочитать книгу или посмотреть по ней фильм? 8. Вы посещаете библиотеку? 9. Какую последнюю книгу Вы прочитали? 10. Вы можете жить без книг?

По результатам исследования были сделаны следующие выводы.

Главный вывод – большинство студентов читают книги: белорусы – более 90%, китайцы – более 80%, туркмены – более 95%. Причём своё свободное время многие из них одинаково предпочитают проводить с книгами, компьютером или друзьями. В свободное время читают около 60%, общаются с друзьями более 60%, сидят за компьютером более 50%. Около 70% белорусов ещё и слушают музыку (иностранцы меньше – около 30%).

На вопрос, почему Вы читаете, студенты чаще всего отвечали: люблю читать и надо по учебной программе. 79% белорусов, которые любят читать, – лучшее подтверждение того, что молодёжь и книги пока ещё вместе. Довольно частый выбор второго ответа (надо по учебной программе) тоже не случаен: в опросе участвовали только студенты. Среди ответов были и несколько неожиданные: около 48% китайцев сказали, что читают, потому что хотят казаться умными; а 16% туркмен заставляют читать родители.

На вопрос, какие книги Вы читаете, студенты выбирали наиболее популярные жанры: учебники, приключения, исторические книги, классику. Несколько неожиданным было увидеть то, что студенты по-разному относятся