

## NIKONYMS IN THE ONOMASTICS OF THE MODERN GEORGIAN LANGUAGE AND ITS FUNCTIONAL-THEMATIC FEATURES

ნიკონიმები თანამედროვე ქართული ენის ონომასტიკაში და მისი  
ფუნქციურ-თემატური თავისებურებანი

**Natela Phartenadze**

Doctor of Philological Sciences

Associate Professor of Batumi Shota Rustaveli State University,

Batumi, Rustaveli/Ninoshvili st., 32/35, 6010, Georgia,

+995 577 179 744, natia.phartenadze@bsu.edu.ge,

<https://orcid.org/0000-0001-7919-8635>

**Abstract.** The names of all eras have a sociological and ideological meanings that correspond to the specifics of the culture of that time. Anthroponyms, as part of the vocabulary, react vividly to social changes and are strongly influenced by fashion, since the name is a subject of spiritual culture.

In linguistics, there are a number of trends in the development of the modern anthroponymic system. Among them there is a formation of a new name, scientifically called *nikonym*.

In the field of Internet communications of Georgian linguistics, there is no term that denotes a user's name in the virtual space. We often come across the use of the term nickname or its abbreviated version *nick* (*nick* + *name*). It should be noted that the use of the term *nickname* is not very correct, since etymologically, in reality a nickname belongs to the sphere of a person's social life and is given to him by other people, while in the virtual space of names the user chooses a name for himself.

The term *personym* appears in the linguistic literature, although it is used to designate other realities and does not express the main characteristic of the name of a virtual user. Therefore, the best term for this descriptive event is the term *nikonym*, which comes from two roots: "nick" from English and "onym" from Greek - name.

The relevance of a particular *nikonym*'s function is determined by the area of communication, its genre features (forum, chat, blog or online diary, e-mail, guest notes...).

Analysis of linguistic material made it possible to identify the following types of *nikonyms*:

- *Nikonyms* of the nominative function, derived with the type "first name + last name" (tamta\_amaglobeli (instagram), nuki.koshkelishvili\_official (instagram), tina\_kakabadze (twitter), ninabendeliani 90@gmail.com; teona.mikeladze@gmail.com...);

- *Nikonyms*, derived with an initial letter of the name + last name (eg: t\_kakaladze, g.avaliani, T-KHundadze...);

- *Nikonym* presented only by name (simple or stem-doubled): with Latin transliteration (eg: maia-81@gmail.com, ikaika@gmail.com...);

- *Nikonym* presented only by last name (CHkhaidze, noghaideli)...

In this case, *nikonyms* completely or partially duplicate the anthroponyms that people have in real life.

There are also *nikonyms* that perform an identifying function, in particular, *nikonyms* that indicate traits and characteristics of a person's character:

1. Meliorative properties: the composition includes a proper name (eg: niko\_kind (ნიკო კეთილი), nini-simpo (ნინი სიმპო), anka-mze (ანკა მზე)....;

2. Peiorative (mocking, insulting) nominations, which include: a) proper name (vaja\_kursha (ვაჟა ყურშა), gocha\_kochli (გოჩა კოჭლი)...; b) English-language nominations (eg: bad\_girls - ცუდი გოგონები) Killer\_kenni (კენის მკვლელი)...;

3. Expressing a person's profession and position. The given subgroup includes the following cases: a) Georgian-language *nikonyms* written in Latin (for example: advocati (ადვოკატი), msakhiobi (მსახიობი), cisa fers (ცისა ფერს), gemtsamyvani (გემწამყვანი), phoeti (პოეტი), psiqologi (ფსიქოლოგი), astronomi (ასტრონომი)...; English-language *nikonyms* (eg: best-blogger

საუკეთესო ბლოგერი), crazy-reporter გიჟი რეპორტიორი...; ბ) გატაცება (ჰობი), უპირატესობები: Gurman (instagram), best-blogger); c) social role of a person: დაოჯახებული - married to (facebook), აქტიური დედა - active mother...; დ) წარმომავლობა, დაბადების ადგილი: nenia (ნენია), qeda (ქედა); khulo (ხულო); Kvashta (კვამტა)...

4) bearer of technical function: 111; 123 ...USER. The given examples consist of a simple set of numbers (111, 123), symbols (*qwerty* - the symbols of the first 6 upper letters of the English alphabet), and can also be semantically empty (მომხმარებელი *user* - from the English language) in virtual reality.

This phenomenon can be explained by the fact that more important thing for the user is not his own name, which is automatically duplicated when registering an entry, but the very fact of being in the sphere of communication. Therefore, such nicknames perform a painstaking technical function that brings them closer to the login.

Thus, a nikonym, being a necessary attribute of entering the virtual communication space, is a multifunctional anthroponymic category. Analysis of linguistic material has shown that nikonyms perform nominative, identification, contact and technical functions in virtual reality. It is important to note that Nikonym can perform several functions simultaneously, but in order to identify comparatively relative functions it is necessary to take into account the genre features of the communicative environment.

**Keywords:** proper names, nikonyms, anthroponyms, derivation of names, Internet communication.

#### ნათელა ფარტენაძე

ფილოლოგიის დოქტორი,  
ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
ასოცირებული პროფესორი,  
ბათუმი, რუსთაველი/ნინოშვილის ქ. 32/35, 6010, საქართველო,  
+995 577 179 744, [natia.phartenadze@bsu.edu.ge](mailto:natia.phartenadze@bsu.edu.ge),  
<https://orcid.org/0000-0001-7919-8635>

**აბსტრაქტი.** ყველა ეპოქის სახელებს აქვს სოციოლოგიური და იდეოლოგიური დატვირთვა, რომელიც პასუხობს ამ ეპოქის სპეციფიკურ კულტურას. ანთროპონიმები, როგორც ლექსიკის ნაწილები, ცოცხლად რეაგირებენ საზოგადოებრივ ცვლილებებზე, უკიდურესად ექცევიან მოდის ზემოქმედების ქვეშ. რადგან სახელი – ეს არის სულიერი კულტურის საგანი.

ენათმეცნიერებაში გამოიყოფა რიგი ტენდენციებისა თანამედროვე ანთროპონიმური სისტემის განვითარების სფეროში. მათ შორისაა ახალი სახელური წარმოება, რომელმაც მეცნიერებაში ნიკონიმის სახელწოდება მიიღო.

ქართული ლინგვისტური მეცნიერების ინტერნეტკომუნიკაციის სფეროში არ არის ტერმინი, რომლითაც აღნიშნავდნენ მომხმარებლის სახელს ვირტუალურ სივრცეში. ხშირად შევხდებით ნიკ ნეიმის ტერმინის გამოყენებას ან მის შემოკლებით ვარიანტს ნიკ (ნიკ მეტსახელი, ნეიმ-სახელი). უნდა აღვნიშნოთ, რომ ტერმინი ნიკ ნეიმის გამოყენება არც თუ ისე კორექტულია, რადგან ეტიმოლოგიური „თიკუნი“ ანუ მეტსახელი მიეკუთვნება ადამიანის სოციალური ცხოვრების სფეროს რეალობაში და ეძლევა მას იგი სხვა ადამიანების მიერ მაშინ, როდესაც დასახელებების ვირტუალურ სივრცეში მომხმარებელი თვითონ ირქმევს.

ლინგვისტიკურ ლიტერატურაში გვხვდება ტერმინი პერსონიმი, თუმცა ის სხვა რეალიების აღსანიშნავად გამოიყენება და არ გამოხატავს ვირტუალური მომხმარებლის სახელის მთავარ ნიშნ-თვისებას. ამიტომ ყველაზე კარგი აღნიშვნა ამ აღსაწერი მოვლენისათვის ჩვენ წარმოგვიდგება ტერმინი ნიკონიმი, რომელიც წარმოქმნილია ორი ძირისგან: „ნიკ“ ინგლისურიდან და ბერძნულიდან „ონიმა“ - სახელი.

ამა თუ იმ ნიკონიმის ფუნქციის რელევანტურობა წინასწარ განისაზღვრება კომუნიკაციის არეალით, მისი ჟანრული თავისებურებებით (ფორუმი, ჩატი, ბლოგი ან ქსელური დღიური, ელ. ფოსტა, სტუმრების ჩანაწერები...).

ენობრივი მასალის ანალიზმა საშუალება მოგვცა გამოგვეყო ნიკონიმების შემდეგი ტიპები:

1. ნომინატიური ფუნქციის ნიკონიმები, აგებული ტიპით „სახელი + გვარი“ (tamta\_amaglobeli (instagram), nuki.koshkelishvili\_official (instagram), tina\_kakabadze (ტვიტერი), ninabendeliani 90@gmail.com; teona.mikeladze@gmail.com...);

ნიკონიმები, აგებული `სახელის საწყისი ასო+გვარი" (მაგ.: t\_kakaladze, g.avaliani, T-KHundadze...);

მხოლოდ სახელით წარმოდგენილი ნიკონიმი (მარტივი ან ფუძეგაორკვევებული): ლათინური ტრანსლიტერაციით (მაგ.: maia-81@gmail.com, ikaika@gmail.com...);

მხოლოდ გვარით წარმოდგენილი ნიკონიმი (CHkhaidze (ჩხაიძე), noghaideli (ნოღაიდელი)...

მოცემულ შემთხვევაში ნიკონიმები სრულად ან ნაწილობრივ დუბლირებენ ანთროპონიმებს, რომლებიც აქვთ ადამიანებს რეალურ ცხოვრებაში.

2. გამოიყოფა ასევე ისეთი ნიკონიმები, რომლებიც ასრულებენ მაიდენტიფიცირებელ ფუნქციას. კერძოდ, ნიკონიმები, რომლებიც მიუთითებენ ადამიანის ხასიათისთვის და თავისებურებას: ა. მელიორაციული თავისებულებები: შემადგენლობაში შედის საკუთარი სახელი (მაგ.: niko\_kind (ნიკო კეთილი), nini-simpo (ნინი სიმპო), anka-mze (ანკა მზე)...) ; ბ. პეიორატიული (დაცინვითი, აგდებითი) ნომინაციები: შემადგენლობაში შედის: საკუთარი სახელი (vaja\_kursha (ვაჯა ყურშა), gocha\_kochli (გოჩა კოჭლი)...) ; ინგლისურენოვანი ნომინაციები (მაგ.: bad\_girls - ცუდი გოგონები) Killer\_kenni (კენის მკვლელი)...

3. ადამიანის პროფესიისა და თანამდებობის გამომხატველი. მოცემულ ქვეჯგუფში შეიძლება გამოვყოთ შემდეგი შემთხვევები: ა) ქართულენოვანი ნიკონიმი, დაწერილი ლათინური შრიფტით (მაგ.: advocati (ადვოკატი), msakhiobi (მსახიობი), cisa fers (ცისა ფერს), gemtsamyvani (გემწამყვანი), phoeti (პოეტი), psiqologi (ფსიქოლოგი), astronomi (ასტრონომი)...) ; ინგლისურენოვანი ნიკონიმი (მაგ.: best-blogger საუკეთესო ბლოგერი), crazy-reporter გიჟი რეპორტიორი...; ბ) გატაცება (ჰობი), უპირატესობები: Gurman (instagram), best-blogger); გ) ადამიანის სოციალური როლი: დაოჯახებული - married to (facebook), აქტიური დედა - active mother...; დ) წარმომავლობა, დაბადების ადგილი: nenia (ნენია), qeda (ქედა); khulo (ხულო); Kvashta (კვაშტა)...

4. ტექნიკური ფუნქციის მატარებელი: 111; 123 ...USER. მოცემული მაგალითები შედგება ციფრების მარტივი ნაკრებისგან (111, 123), სიმბოლოებისაგან (qwerty - ინგლისური ალფავიტის პირველი 6 ზედა ასოთა რიგის სიმბოლო), აგრეთვე შეიძლება იყოს სემანტიკურად დაცლილი (user - ინგლისურიდან, მომხმარებელი) ვირტუალური რეალობის პირობებში.

მოცემული მოვლენა შეიძლება აიხსნას იმით, რომ მომხმარებლისთვის მნიშვნელოვანია საკომუნიკაციო სფეროში ყოფნის ფაქტი და არა საკუთარი სახელი, რომელიც დუბლირდება ავტომატურად ჩანაწერის რეგისტრაციისას, ამიტომ ასეთი სახის ნიკონიმები ასრულებენ ზედმიწევნით ტექნიკურ ფუნქციას.

**საკვანძო სიტყვები:** საკუთარი სახელები, ნიკონიმები, ანთროპონიმები, სახელური წარმოება, ინტერნეტკომუნიკაცია.

**შესავალი.** მიუხედავად იმისა, რომ ონომასტიკა, როგორც მეცნიერება, შედარებით დიდი ისტორიის მქონეა, საკუთარი სახელის განმარტებაზე დღემდე არ არსებობს საერთო აზრი. მაგ.: აკაკი შანიძის განმარტებით - „საკუთარია ისეთი სახელი, რომელიც ჰქვია ერთ რომელიმე საგანს: ქვეყანას ან კუთხეს, სოფელს ან ქალაქს, მთას, ადგილს, მდინარეს, ტბას და სხვა“ (შანიძე, 1980: 38). მკვლევარი იქვე დასძენს: „საკუთარ სახელებად ითვლება აგრეთვე ადამიანთა სახელები და გვარებიც. ჩვეულებრივ საუბარში „ლუარსაბი“ სახელია და „თათქარიძე“ - გვარი, გრამატიკაში კი ერთიც სახელია და მეორეც. ენათმეცნიერებაში პირველთ ტოპონიმები ეწოდება, მეორეს - ანთროპონიმები, მათს შემსწავლელ მეცნიერებას კი ონომასტიკა ჰქვია“ (შანიძე, 1980: 39).

ადამიანის საკუთარ სახელს ევოლუციის რთული გზა აქვს გავლილი. მათი უმეტესობა უნდა მომდინარეობდეს მეტსახელებისაგან. როგორც შენიშნულია, „ქართველ ტომებში ძველთაგანვე გავრცელებული ყოფილა ადამიანისათვის მეტსახელის შერქმევა, რაც დღესაც არ მისცემია დავიწყებას“ (ლლონტი, 1967: 24).

ონომასტიკური სივრცე ცოცხლად რეაგირებს დროის გამოწვევებზე, კერძოდ, ენის სფეროში, ვრცლად კი ადამიანის შეგნებასა და სოციუმში. ამ აქტიური პროცესების ზემოქმედებით შეუძლებელია, რომ მან არ განიცადოს ცვლილება. ამ დროს აუცილებელია მივაქციოთ ყურადღება არამარტო იმ ცვლილებებს, რომლებიც გამოწვეულია ისტორიული მოვლენებით, არამედ იმ კულტურულ სივრცეს, რომელშიც ვითარდება სოციუმი და ფუნქციონირებს ენა.

როგორც ცნობილია, ენის მთავარი რეალიზაცია მეტყველებაა, ამიტომ აქტიური პროცესების აღწერისას, რომელიც ხდებოდა მეოცე საუკუნის ქართულ ენაში, არ შეიძლება არ გავითვალისწინოთ ის ცვლილებები, რომლებიც ხდება თანამედროვე ენის მატარებლის მეტყველებაში.

ამასთანავე, კიდევ ერთი აქტიურად განვითარებული სინამდვილე, რეალობაა ინტერნეტი და ინფორმაციული ტექნოლოგიები. გლობალური კომპიუტერული ქსელის შექმნით იქმნება კომპიუტერული ურთიერთობის ახალი ფორმები და მეთოდები. შედარებით ახალი მოქმედების ტიპი არ შეიძლება არ აღიბეჭდოს ენაში. ინტერნეტკომუნიკაციაში, ისევე როგორც სხვებში, იქმნება მომხმარებლის იდენტიფიკაციისა და თვითიდენტიფიკაციის აუცილებლობა. ამიტომაც კანონზომიერი განსაკუთრებული სახელური მარკერის წარმოქმნა, რომელმაც ჯერ კიდევ ვერ მიიღო ზუსტი ტერმინოლოგიური მნიშვნელობა თანამედროვე ონომასტიკურ მეცნიერებაში. სხვადასხვა წყაროებში მოცემულ ლექსიკურ ერთეულს ეწოდება „ნიკონიმი“ „ნიკომი“ „ნიკ-ნიმი“ (ინგლისურიდან nic name მეტსახელი, თიკუნი) „ქსელური სახელი“ ან „ვირტუალური საკუთარი სახელი“. ერთიანი აზრი კომუნიკაციის წრის სიახლის გათვალისწინებით წარმოქნილი ტერმინის განსაზღვრისთვის ჯერ კიდევ არ არსებობს.

მიუხედავად ამისა, ნომინაციის ეს ნაირსახეობა განსაკუთრებულ ადგილს იკავებს ყველა ენის ონომასტიკურ სივრცეში და ექვემდებარება თანამედროვე ონომასტიკის აღწერას. ძალიან ხშირად ხდება განხილვა მათი დაპირისპირებით ონომასტიკურ სივრცეში ერთი თანრიგის ერთეულებთან, კონკრეტულად - ანთროპონიმებთან. ცნობილია, რომ პიროვნების პრეზენტაციის თანამედროვე ანთროპონიმული ფორმულა წარმოდგენილია ქართულ ენაში შემდეგნაირად—ადამიანის სახელით, მამის სახელითა და გვარით. გვარისა და მამის სახელის არჩევანი მკაცრად რეგლამენტირებულია. საკუთარი სახელი მიეცემა ადამიანს დაბადებისას მშობლების მიერ და ასახავს მათ სურვილს დაანახონ თავიანთ შვილებში ის ღირსებები, რომლებიც ტრადიციულად ამ სახელებშია

ჩადებული. ანთროპონიმები (ბერძნულიდან „antropos – ადამიანი, onoma – სახელი) – ონიმის სახეა, ნებისმიერი საკუთარი სახელი, რომელიც შეიძლება ჰქონდეს ადამიანს (ან ადამიანების ჯგუფს) პიროვნული სახელი, მამის სახელი, გვარი, ფსევდონიმი, მეტსახელი.

ყველა ეპოქის სახელებს აქვს სოციოლოგიური და იდეოლოგიური დატვირთვა, რომლებიც პასუხობს ამ ეპოქის სპეციფიკურ კულტურას. ამასთანავე, არ შეიძლება არ გავითვალისწინოთ ის ფაქტი, რომ ანთროპონიმები, როგორც ლექსიკის ნაწილები, ცოცხლად რეაგირებენ საზოგადოებრივ ცვლილებებზე, უკიდურესად ექცევიან მოდის ზემოქმედების ქვეშ. რადგან სახელი – ეს არის სულიერი კულტურის საგანი.

**მეთოდები.** ნაშრომი ეფუძნება კვლევის შემდეგ მეთოდებს: ლინგვისტური მასალის სტრუქტურული ანალიზი, შედარება, აღწერა და სინთეზი.

**შედეგი.** გაგაანალიზეთ ნიკონიმების, როგორც საკუთარი სახელების განსაკუთრებული ჯგუფის ფუნქციონირება ვირტუალურ დისკურსში ლინგვოპრაგმატული ასპექტის პოზიციიდან. კერძოდ: შევადარეთ სხვადასხვა მიდგომა თანამედროვე საკუთარი სახელების გამოკვლევას, ამის საფუძველზე აღვნიშნოთ ნიკონიმების ადგილი ოცდამეერთე საუკუნის ქართული ენის ონომასტიკურ სივრცეში; გამოვავლინეთ ვირტუალურ დისკურსში ნიკონიმების ფუნქციურ-თემატიკური თავისებურებები.

**მსჯელობა.** ენათმეცნიერებაში გამოიყოფა რიგი ტენდენციებისა თანამედროვე ანთროპონიმური სისტემის განვითარების სფეროში. კერძოდ: 1. საკმაოდ შემცირებულია ხშირი და პოპულარული სახელების სია, სახელების ფონდის საორგანიზაციო ბირთვი, ის განპირობებული იყო იმ გავრცელებული ტრადიციით, რომლის მიხედვითაც რომელიმე ნათესავის სახელი ახალშობილზე გადაჰქონდათ; 2. ეკლესიური სახელის დარქმევის ტრადიციის ნიველირება; 3. აქტიური ზრდა ახალი ჟარგონული ნაირსახეობისა და ახალი მეტსახელის წარმოქმნა, რომელიც გამოწვეულია სხვადასხვა სუბკულტურის არსებობით; 4. ახალი სახელებითი მნიშვნელობის წარმოქმნა და სხვა (Голомидова, 2005: 13-19).

ბოლო ტენდენცია, ჩვენი აზრით, უნდა მივაკუთვნოთ ახალ სახელურ წარმოებას, რომელმაც მეცნიერებაში **ნიკონიმის სახელწოდება მიიღო.**

ქართული ლინგვისტური მეცნიერების ინტერნეტკომუნიკაციის სფეროში არ არის ტერმინი, რომლითაც აღნიშნავდნენ მომხმარებლის სახელს ვირტუალურ სივრცეში. ხშირად შევხდებით ნიკ ნეიმის ტერმინის გამოყენებას ან მის შემოკლებულ ვარიანტს ნიკ (ნიკ მეტსახელი, ნეიმ-სახელი). უნდა აღვნიშნოთ, რომ ტერმინი ნიკ ნეიმის გამოყენება არც თუ ისე კორექტულია, რადგან ეტიმოლოგიური „თიკუნნი“ ანუ მეტსახელი მიეკუთვნება ადამიანის სოციალური ცხოვრების სფეროს რეალობაში და ეძლევა მას იგი სხვა ადამიანების მიერ მაშინ, როდესაც დასახელებების ვირტუალურ სივრცეში მომხმარებელი თვითონ ირქმევს. ამავე მიზეზით არც თუ ისე წარმატებულია ტერმინი ფსევდო მეტსახელი. ვირტუალურ სივრცეში შეიძლება შევხვდეთ მომხმარებლის სახელის აღსანიშნავად სიტყვათა შეთანხმებას „ქსელური სახელი.“ მისი ნაკლი ისაა, რომ საკმაოდ მუქადაა დაწერილი, ფართო მოცულობა აქვს (შედარებით, კომპიუტერის ქსელური სახელი, პრინტერის ქსელური სახელი და სხვა). გოლოვანოვის მიერ შემოთავაზებული **პერსონიმი** გვხვდება ლინგვისტიკურ ლიტერატურაში, სხვა რეალიების აღსანიშნავად. აგრეთვე არ გამოხატავს ვირტუალური მომხმარებლის სახელის მთავარ ნიშნ-თვისებას (Сидорова & Шувалова, 2006: 346). ყველაზე კარგი აღნიშვნა ამ აღსაწერი მოვლენისათვის ჩვენ წარმოგვიდგება ტერმინი ნიკონიმი, რომელიც წარმოქმნილია ორი ფესვისგან: ნიკ ინგლისურიდან და ბერძნულიდან ონიმა სახელი.

ტრადიციული მეცნიერული ტერმინოლოგიისთვის აღნიშნული ტერმინი პირველ რიგში ითვალისწინებს კავშირს აღსაწერ დენოტატთან და ასევე დიფერენცირებას უკეთებს საერთო ლექსიკისთვის დამახასიათებელ გაგებას და მეცნიერულ ტერმინს. ის ასევე შესაძლებელს ხდის ჩაწეროს ტერმინი იმ დებულების რიგში, რომელიც მიეკუთვნება ონომასტიკის სივრცეს (შდრ.: ანთროპონიმი, ჰიდრონიმი, ოიკონიმი და სხვა).

ზოგიერთი მეცნიერი ნიკონიმებს ათანაბრებს ფსევდონიმებთან. ფსევდონიმი (ბერძნულიდან „ფსევდო“- ცრუ და ონიმა „სახელი“) გამოგონილი სახელი, რომელიც არსებობს სოციუმში მის ნამდვილ სახელთან ერთად ან მის ნაცვლად.

დიმიტრიევი თავის წიგნში „თავიანთი სახელის დამფარველები“ ფსევდონიმების წარმოქმნის მიზეზებს შორის გამოყოფს შემდეგს: 1. მცდელობა შეცვალონ ძალიან გრძელი სახელი უფრო მოკლე და დასამახსოვრებელი სახელით; 2. ცდილობენ აიღონ „მოლაპარაკე სახელი“, რომელიც შეეფერება ამორჩეულ საქმიანობას, საკუთარ შემოქმედებით ან მოქალაქეობრივ პოზიციას, ეპოქის ესთეტიკურ უპირატესობებს; 3. მცდელობა დამალონ წარმოშობა, კერძოდ, ნაციონალობა სახელის მატარებლისა; 4. მცდელობა „დაშორდეს“ სახელებში სხვა ადამიანს, რომელიც მოქმედებს ამავე სფეროში და ატარებს იმავე ან მსგავს სახელს (Дмитриев, 1977: 99).

რა თქმა უნდა, ამ ჩამოთვლილი დანიშნულებებიდან რომელიმე შეიძლება იყოს გამოყენებული ნიკონიმებთან მიმართებით, მაგრამ მთავარი განსხვავება ამ ორ დებულებას შორის არის ის, რომ ფსევდონიმი ირჩევა ავტორის ნებით, როდესაც ნიკონიმის შექმნა არის აუცილებელი. თავისებური ქსელური წესი მომხმარებლისა ვირტუალურ რეალობაში, რომელიც გამოწვეულია ნიკონიმის ტექნიკური ფუნქციებით, ემსახურება სისტემაში ავტორიზაციას ანუ შესვლას. გარდა ამისა, ნიკონიმი არის ვირტუალური პიროვნების აუცილებელი ენობრივი ატრიბუტი, პიროვნების ლინგვოკრეატიული პოტენციალის რეალიზაციის საშუალება და ყოველთვის არ ემსახურება მის „დამალვას“.

თუ ვისაუბრებთ ნიკონიმების და მასთან მომიჯნავე მოვლენების დიფერენციაციაზე, უნდა შემოვიფარგლოთ აგრეთვე ცნებით „ლოგინი“ (ინგლისურიდან login-სისტემაში შესვლა „რეგისტრაციის სახელი“) – სახელი, მომხმარებლის მიერ სისტემაში შესასვლელად. ამ ცნების განსხვავება ნიკონიმისგან იმაში მდგომარეობს, რომ ლოგინი ეს არის იდენტიფიკაციური, როგორც პაროლი და გამოიყენება დაცულ სისტემაში შესვლისათვის და არ ატარებს თავის თავში თვითპრეზენტაციის ფუნქციას. ხშირი ცვლილება ამ ცნებებისა შეგვიძლია ავხსნათ იმით, რომ ნიკონიმი ხშირად შეიცავს იდენტიფიკატორის ფუნქციას სისტემაში.

როგორც აღვნიშნეთ, ნიკონიმი ვირტუალური რეალობის პირობებში ასრულებს რამდენიმე ფუნქციას:

- თვითპრეზენტაციის (ნიკონიმი არის პიროვნების თვითგამორკვევის, თვითგანსაზღვრის ნიშანი);
- დისკურსულ (სახელით აღნიშნული მოსაუბრის სახე დეტერმინირებს მის ენობრივ ქცევაზე);
- კონტაქტის დამამყარებელის (ნიკონიმი, რომელიც ფორმითა და შინაარსით ატარებს ადრესატის და მოსაუბრის საერთო ფონური ცოდნის განსაზღვრულ სისტემას, გამოდის როგორც მაკოდირებელი ნიშანი სუბიექტის პოზიციიდან და დემაკოდირებელი ადრესატის პოზიციიდან);
- ემოციურ-ექსპრესიულ (გარკვეული ნიკონიმის არჩევით სუბიექტი ზემოქმედებს ადრესატზე);
- სათამაშო ფუნქციას (ნიკონიმით პიროვნების დაფარვა საშუალებას იძლევა ააგოს ენობრივი ქცევის საკუთარი ხაზი და არ ემინოდეს რეპუტაციის შელახვის) (Чабаненко, 2007: 4-5).

ჩვენი აზრით, ჩაბანენკოს მიერ მოყვანილი ნიკონიმების ფუნქციები არ შეიძლება მივაკუთვნოთ უნივერსალურს. მაგალითად, ნიკონიმი 111, რომელიც გამოიყენება ფორუმებსა ან სტუმრების კომენტარებში, არ შეიძლება მივაკუთვნოთ არცერთ ზემოჩამოთვლილ ფუნქციას. მოცემულ შემთხვევაში მისი ფუნქცია ტექნიკურია (გამოიყენება სისტემაში შესასვლელად), ხშირად აახლებს ამ ნიკონიმის ლოგინს. გარდა ამისა, შეიძლება ეჭვქვეშ დავაყენოთ ნიკონიმის სადისკუსიო ფუნქციაც. ავტორი მიგვანიშნებს, რომ ნიკონიმი განსაზღვრავს ვირტუალური პიროვნების ურთიერთობის ფორმისა და ხასიათის არჩევას. ჩვენი აზრით, ნიკონიმი წარმოადგენს თავისებურ პროდუქტს, ვირტუალურ-ენობრივი პიროვნების შემოქმედებითი, ლინგვოკრეატიული პოტენციალის რეალიზაციის შედეგს, რომელიც გამოხატავს იმ ადამიანის თვისებებს, ნიკონიმის უკან რომ დგას. ამიტომ არჩეული ნიკონიმი ენობრივი პიროვნების ფსიქოლოგიური და მეტყველება-ქცევითი მახასიათებლების ერთობლიობის შედეგია და არა მიზეზი. მაგალითად, ნიკონიმი „ვარსკვლავი“ ან „მოდური“ არ შეიძლება დეტერმინირებდეს პიროვნების ენობრივ ქცევასთან.

აუცილებელია აღვნიშნოთ, რომ ნიკონიმების ესა თუ ის ფუნქცია შეიძლება იყოს პირველადი ან საერთოდაც არ ჰქონდეს. ჩვენი აზრით, ამა თუ იმ ნიკონიმის ფუნქციის რელევანტურობა წინასწარ განისაზღვრება არა მარტო და არა იმდენად ადამიანის მიერ შეგნებულად, არამედ კომუნიკაციის არეალით, მისი ჟანრული თავისებურებებით (ფორუმი, ჩატი, ბლოგი ან ქსელური დღიური, ელ. ფოსტა, სტუმრების ჩანაწერები). ამიტომ საჭიროა უფრო დაწვრილებით განვიხილოთ ვირტუალური დისკურსის ტექსტების ჟანრობრივი თავისებურებები.

ივანოვი გლობალური ქსელის პირველადი გამოყენებისთვის იყენებს გლობალური ქსელის თემატიკის შესახებ მონაცემებს, რადგანაც, როგორც მეცნიერი აღნიშნავს, „ყოველ თემატურ ჯგუფს ემსახურება გლობალური ქსელის არსებობის პერიოდში შექმნილი ჟანრების ერთობლიობა“ (Иванов, 2000: 112). ამასთან ერთად მკვლევარი გამოყოფს გლობალური ქსელის ჟანრებს ურთიერთობის სხვა სფეროების ანალოგიურად.

- საერთო ინფორმაციული და ახალი ამბების ჟანრები (წარმოდგენილია, როგორც საკუთრივ მასობრივი ინფორმაციის ელექტრონული საშუალებების საიტებით, აგრეთვე მასმედიით, რომელთაც გააჩნიათ „ქალაქის“ ან აუდიოვიზუალური ანალოგიები);

- სამეცნიერო-საგანმანათლებლო და სპეციალური საინფორმაციო ჟანრები (ელექტრონული, სამეცნიერო და სასწავლო გამოცემები: მონოგრაფიები, კრებულები, ცალკეული სამეცნიერო სტატიები, სახელმძღვანელოები, ცნობარები, ინტერაქტიული სასწავლო კურსები);

- სამეცნიერო-ლიტერატურული ჟანრები (წარმოდგენილია ელექტრონული ბიბლიოთეკების, ფორმირებული უკვე დაბეჭდილი ლიტერატურული ნაწარმოებების, აგრეთვე ლიტერატურული ნაწარმოებების საიტებით, რომლებიც თავიდანვე იწერება ქსელში („ქსელური ლიტერატურა“). პოპულარულია მიმოხილვები, ანოტაციები და რეცენზიები, როგორც ქსელური, ასევე ტრადიციული ლიტერატურული ნაწარმოებები);

- გასართობი ჟანრი შეიძლება შეერწყას მხატვრულ-ლიტერატურულ ჟანრს, მათ შორის იუმორისტულ ან სხვა მიმართულების ჟანრს. ესაა მრავალრიცხოვანი ანეკდოტები, იუმორისტული მოთხრობები, ხშირად ანიმაცია, სიტყვათა თამაში, ფარული განცხადებების დაფა, ცალკეული იუმორისტული ციტატები და მათი ნაკრები, ეპიგრაფები საიტებისთვის და ბოლოს, იუმორისტული საიტები, როგორც ჟანრობრივ-კომპოზიციური ერთობლიობა;

- ჟანრები არასპეციალური, არაპროფესიონალური ურთიერთობის გაფორმებისთვის (ყველანაირი სადისკუსიო ჯგუფები, ჩატები ან IRC MUD-ში (MUD ანუ multiuser domains-სფეროში, სადაც ერთდროულად შეუძლია ბევრ მომხმარებელს ურთიერთობა), სასტუმრო წიგნი, ელ. ფოსტის წერილები, რჩეული საფოსტო გზავნილები და ა.შ.);

● საქმიანი და კომერციული ჟანრი (პროფესიონალური და არაპროფესიონალური განცხადებების დაფა, ბაზრისა და დარგების ანალიტიკური მიმოხილვა (მაგ.: ფასიანი ქაღალდების ბაზრის, მეტალურგიული ან ნავთობის სფერო), საინფორმაციო წერილები და თემატური ჟურნალები ბიზნესის ცალკეულ მიმართულებებში, ინფორმაციები მსხვილი კომპანიების საიტებზე (კორპორაციული ქსელი), რომელსაც არამარტო სარეკლამო, არამედ ტექნიკური და შემეცნებითი ხასიათი აქვს, საბირჟო საინფორმაციო ბიულეტენები, განცხადებები შრომითი მოწყობის სამსახურებში, გლობალურ ქსელში ყველგანმყოფი სარეკლამო დროშები, ბანერები... (Иванов, 2000: 113).

ივანოვი აღნიშნავს აგრეთვე, რომ გამოყოფილი ჟანრების დიფერენციაცია შეიძლება გლობალურ ქსელში მათი წარმოშობის შესახებ, ე.ი. თვით ენის გამოყენებით ქსელში შექმნილი ჟანრები და ისეთი ჟანრები, რომლებიც ნასესხებია გლობალური ქსელით ურთიერთობის სხვა სფეროებიდან. პირველს მიეკუთვნება არასპეციალური ურთიერთობის ჟანრები – ჩატი და სადისკუსიო ჯგუფები. მეორეს – სამეცნიერო – ტექნიკური სტატიების ანოტაციები ან ელექტრონული მედიის მოწინავე სტატიები" (Иванов, 2000: 114).

ეს დებულება არის საფუძველი და კრიტერიუმი ნიკონიმების ფუნქციურ – თემატური კლასიფიკაციისთვის, რომლის პარამეტრები კვლევისას შევკრიბეთ.

ენობრივი მასალის ანალიზი საშუალებას გვაძლევს გამოვყოთ ნიკონიმების შემდეგი ტიპები:

1. ნიკონიმები, რომლებიც ასრულებენ ნომინატიურ ფუნქციას. მათ მიეკუთვნება:

ა) ნიკონიმები, აგებული ტიპით „სახელი + გვარი“. მაგ.: tamta\_amaglobeli (instagram), nuki.koshkelishvili\_official (instagram), tina\_kakabadze (ტვიტერი), [ninabendeliani90@gmail.com](mailto:ninabendeliani90@gmail.com); teona.mikeladze@gmail.com...

ბ) ნიკონიმები, აგებული `სახელის საწყისი ასო+გვარი" (მაგ.: t\_kakaladze, g.avaliani, T\_KHundadze...);

გ) ნიკონიმი, წარმოდგენილი მხოლოდ სახელით (მარტივი ან ფუძეგაორკეცებული): ლათინური ტრანსლიტერაციით (მაგ.: [maia-81@gmail.com](mailto:maia-81@gmail.com), [ikaika@gmail.com](mailto:ikaika@gmail.com)...;

დ) ნიკონიმი, წარმოდგენილი მხოლოდ გვართ – Chkhaidze (ჩხაიძე), noghaideli (ნოღაიდელი)...

როგორც მაგალითებიდან ჩანს, მოცემულ შემთხვევაში ნიკონიმები სრულად ან ნაწილობრივ დუბლირებენ ანთროპონიმებს, რომლებიც აქვთ ადამიანებს რეალურ ცხოვრებაში.

ზემომოყვანილი ნიკონიმების ფუნქციონირების ძირითად სფეროს წარმოადგენს: ბლოგები ან ქსელური დღიურები, ელ. ფოსტა ან ჩატები. მოცემული მაგალითების ანალიზიდან შეიძლება დავასკვნათ, რომ ვირტუალური პიროვნებისთვის მნიშვნელოვანია კომუნიკაციის მოცემულ სფეროში საკუთარი სახელის პოზიცირება.

2. ნიკონიმები, რომლებიც ასრულებენ მაიდენტიფიცირებელ ფუნქციას.

მოცემულ მაგალითებში შეიძლება გამოვყოთ ქვეჯგუფები:

ა) ნიკონიმები, რომლებიც მიუთითებენ ადამიანის ხასიათის თვისებებსა და თავისებურებებს.

ბ) მელიორაციული თვისებები:

შემადგენლობაში შედის საკუთარი სახელი (მაგ.: niko\_kind (ნიკო კეთილი), nini-simpo (ნინი სიმპო), anka-mze (ანკა მზე)...

გ) პეიორატიული (დაცინვითი, აგდებითი) ნომინაციები:

შემადგენლობაში შედის: ა) საკუთარი სახელი (vaja\_kursha (ვაჟა ყურშა), gocha\_kochli (გოჩა კოჭლი)...

დ) ინგლისურენოვანი ნომინაციები (მაგ.: bad\_girls - ცუდი გოგოები) Killer\_kenni (კენის მკვლელი)...

3. ნიკონიმები, რომლებიც მიუთითებენ:



ა) ადამიანის პროფესიას ან თანამდებობას. მოცემულ ქვეჯგუფში შეიძლება გამოვყოთ გამოყენების შემდეგი შემთხვევები:

– ქართულენოვანი ნიკონიმი, დაწერილი ლათინური შრიფტით (მაგ.: *advocati* (ადვოკატი), *msakhiobi* (მსახიობი), *cisa fers* (ცისა ფერს), *gemtsamyvani* (გემწამყვანი), *phoeti* (პოეტი), *psiqologi* (ფსიქოლოგი), *astronomi* (ასტრონომი))...

– ინგლისურენოვანი ნიკონიმი (მაგ.: *best-blogger* საუკეთესო ბლოგერი), *crazy-reporter* გიჟი რეპორტიორი...

ბ) გატაცება (ჰობი), უპირატესობები, მაგალითად, *Gurman* (instagram), *best-blogger*;

გ) ადამიანის სოციალური როლი, მაგალითად, დაოჯახებული - *married to* (facebook), აქტიური დედა - *active mother*;

დ) წარმომავლობა, დაბადების ადგილი: *nenia* (ნენია), *qeda* (ქედა), *Khulo* (ხულო)...

მოცემული სახის ნიკონიმების ფუნქციონირების ძირითადი სფერო ჩატი და ფორუმებია. მათ თავისებურებას წარმოადგენს ის, რომ პიროვნება იყენებს მსგავს ნიკონიმს კონტაქტის დასამყარებლად საკუთარი თავის შესახებ ინფორმაციის ნაწილის მიწოდების გზით, რაც აუცილებელია მოცემულ საკომუნიკაციო სფეროში (ზედსართავი სახელების ან საკუთარი სახელების გამოყენებით, რაც იწვევს ასოციაციის წარმოქმნას).

ტრადიციული გაგებით საკუთარ სახელებს არ აქვთ და არ შეუძლიათ შეასრულონ საკომუნიკაციო ფუნქცია (Бондалетов, 1983: 22). თუმცა, ნიკონიმები შეიძლება მივაკუთვნოთ სამეტყველო აქტის შემადგენელ ნაწილს: კომუნიკაცია – მოსაუბრის მიზანი, ლოკუცია – გამოთქმის პერფორმაცია (ეს შეიძლება იყოს წარმოთქმა), ჩვენი ენობრივი მასალისთვის ლოკუციური აქტი წარმოდგენილია სახელწოდებით, პერლოკუცია – ეს არის მსმენელზე ენობრივი ზეგავლენის შედეგი (Ходоренко, 2007: 87).

ზემომოყვანილი ენობრივი მასალა ამტკიცებს წამოყენებულ ჰიპოტეზას. როგორც მაგალითებიდან ჩანს, ყველა ისინი მოიხმარება ჩატში. ნიკონიმი, რომელიც შეიცავს ზმნურ ფორმას, ემსახურება კომუნიკაციას, პოტენციურ მონაწილეებს შორის კონტაქტის დამყარებას, რაც მნიშვნელოვანია ურთიერთობის მოცემულ სფეროში.

4) ნიკონიმები, რომლებიც ასრულებენ ტექნიკურ ფუნქციას. მათ მიეკუთვნება: 111; 123 ...USER. მოცემული მაგალითები შედგება ციფრების მარტივი ნაკრებისგან (111, 123), სიმბოლოებისაგან (*qwerty* - ინგლისური ალფავიტის პირველი 6 ზედა ასოთა რიგის სიმბოლო), აგრეთვე შეიძლება იყოს სემანტიკურად დაცლილი (*user* - ინგლისურიდან, მომხმარებელი) ვირტუალური რეალობის პირობებში.

მოცემული მოვლენა შეიძლება აიხსნას იმით, რომ მომხმარებლისთვის მნიშვნელოვანია საკომუნიკაციო სფეროში ყოფნის ფაქტი და არა საკუთარი სახელი, რომელიც დუბლირდება ავტომატურად ჩანაწერის რეგისტრაციისას, ამიტომ ასეთი სახის ნიკონიმები ასრულებენ ზედმიწევნით ტექნიკურ ფუნქციას, რომელიც მათ აახლოებს ლოგინთან.

მსგავს მაგალითებს, კვაზი – საკუთარ სახელებთან ერთად ანალოგიით, რომელიც 1958 წელს გამოყო დანიელმა ლინგვისტმა სიორენსენმა (*Суперанская*, 2009: 84), შეიძლება ვუწოდოთ კვაზი–ნიკონიმები (ლათინური სიტყვიდან *quasi*, რაც ნიშნავს „თითქოსდა, ვითომ“). მოცემულ შემთხვევაში კვაზი–ნიკონიმები ეს არის თავისებური წერტილი ვირტუალური სივრცის კოორდინატთა სისტემაში.

**დასკვნა.** ამგვარად, ნიკონიმი, რომელიც ვირტუალურ საკომუნიკაციო სივრცეში შესვლის აუცილებელი ატრიბუტია, წარმოადგენს პოლიფუნქციურ ანთროპონიმურ კატეგორიას. ენობრივი მასალის ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ნიკონიმები ვირტუალურ რეალობაში ასრულებენ ნომინატიურ, საიდენტიფიკაციო, საკონტაქტო და ტექნიკურ ფუნქციებს. ამასთანავე მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ, რომ ნიკონიმს შეუძლია ერთდროულად რამდენიმე ფუნქციის შესრულება, მაგრამ იმისთვის, რომ გამოავლინოს შედარებით რელატიური, აუცილებელია გავითვალისწინოთ საკომუნიკაციო გარემოს

ჟანრობრივი თავისებურებები.

### გამოყენებული ლიტერატურა

- შანიძე, ა. (1980). *თხზულებანი*. III, თბილისი.
- ღლონტი, ალ. (1967). *ქართველური საკუთარი სახელები*. თბილისი.
- Бондалетов, В. (1983). *Ономастика*. Москва: Издательство «Наука».
- Голомидова, М. В. (2005). Русская антропонимическая система на рубеже веков. *Вопросы ономастики*. №2. Москва.
- Дмитриев, В. Г. (1977). *Скрывшие своё имя (Из истории анонимов и псевдонимов)*. Москва: Издательство «Наука».
- Иванов, Л. Ю. (2000). *Язык Интернета. Заметки лингвиста*. <http://www.ivanoff.ru/rus/OZHWEB.htm>, свободный
- Сидорова, М. Ю., & Шувалова, О. Н. (2006). *Интернет-лингвистика: вымышленные языки*. Москва.
- Суперанская, А. В. (2009). *Общая теория имени собственного*. Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ».
- Чабаненко, М. Г. (2007). *Молодёжный дискурс как реализация типовой и индивидуальной языковой личности*. Автореферат диссертации кандидата филологических наук.
- Ходоренко, А.В. (2007). *Структурное оформление речевых актов в именах пользователей сетью Интернет*. Дніпропетровськ: Вид-во ДНУ.

### REFERENCES

- shnidze, a. (1980). *tkhzulebani [Essays]*. III. Tbilisi.
- ghlont'i, al. (1967). *kartveluri sak'utari sakhelebi [Georgian proper names]*. Tbilisi.
- Bondaletov, V. (1983). *Onomastika [Onomastics]*. Moscow: Publishing House «Nauka».
- Golomidova, M. V. (2005). Russkaja antroponimicheskaja sistema na rubezhe vekov [Russian anthroponymic system at the turn of the century]. *Voprosy onomastiki [Questions of Onomastics]*. №2. Moscow.
- Dmitriev, V. G. (1977). *Skryvshie svojo imja (Iz istorii anonimov i psevdonimov) [Those who hid their name] (From the history of anonymous people and pseudonyms)*. Moscow: Publishing House «Nauka».
- Ivanov, L. Ju. (2000). *Jazyk Interneta. Zаметki lingvиста [Language of the Internet. Notes from a linguist]*. <http://www.ivanoff.ru/rus/OZHWEB.htm>, svobodnyj
- Sidorova, M. Ju., & Shuvalova, O. N. (2006). *Internet-lingvistika: vymyshlennye jazyki [Internet linguistics: fictional languages]*. Moscow.
- Superanskaja, A. V. (2009). *Obshhaja teorija imeni sobstvennogo [General theory of proper names]*. Moscow: Book House «LIBROKOM».
- Chabanenko, M. G. (2007). *Molodjozhnyj diskurs kak realizacija tipovoj i individual'noj jazykovej lichnosti [Youth discourse as the realization of a typical and individual linguistic personality]*. Dissertation Abstract of Candidate of Philological Sciences.
- Hodorenko, A.V. (2007). *Strukturnoe oformlenie rechevyh aktov v imenah pol'zovatelej set'ju Internet [Structural design of speech acts in Internet user names]*. Dnipropetrovsk: View of DNU.