

## НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОНИМОВ В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Зоя Олеговна  
Овчинникова**

Тульский государственный педагогический  
университет им. Л. Н. Толстого  
Тула, Россия, zoayaovchinnikova@bk.ru  
<https://orcid.org/0009-0004-6137-197X>

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию проявления региональных языковых элементов в сетевой коммуникации, а именно изучению употребления и функционирования онимов в интернет-пространстве как инструмента отражения региональной идентичности в условиях цифровизации современного общества. Актуальность исследования обусловлена ростом интереса к проявлению региональных языковых элементов в онлайн-коммуникации, сохранению национальной идентичности в контексте развития современных технологий и самоидентификации в цифровом пространстве, а также необходимостью изучения трансформации традиционной ономастики под влиянием интернет-среды. Цель исследования – выявить, как онимы (топонимы, антропонимы, этнонимы, этниконы) находят свое отражение в цифровом пространстве, способствуют конструированию языка в интернет-среде и развитию особенностей устно-письменной формы речи.

Исследование опирается на работы отечественных ученых – В. И. Супруна и А. В. Суперансской, а также современных исследователей, таких, как М. А. Кронгауз и Е. И. Горошко.

На основе контент-анализа профилей и сообществ в социальных сетях «ВКонтакте» и «Телеграм», можно сделать вывод, что онимы выполняют важные функции в цифровой коммуникации: от самопрезентации и самоидентификации пользователей до продвижения локальных брендов. Особое внимание уделяется никнеймам и наименованиям локальных сообществ, имеющим в своем заглавии региональную лексику, этнокультурные и географические названия, которые демонстрируют уникальные языковые трансформации, предлагаемые пользователями.

Работа вносит вклад в исследование развития сетевой коммуникации, взаимодействия пользователей и регионоведение.

В статье предлагается возможная классификация сообществ в социальных сетях, которые имеют в своем названии регионализмы, а также на основе изученного теоретического материала и наблюдения за региональными языковыми элементами, их употреблением, трансформацией, выделяются некоторые функции онимов в сетевой коммуникации.

**Ключевые слова:** онимы, сетевая коммуникация, региональная идентичность, антропонимы, топонимы, этнонимы, этниконы, интернет-дискурс, культурное наследие.

**Для цитирования:** Овчинникова З. О. Некоторые особенности употребления и функционирования онимов в сетевой коммуникации // Тульский научный вестник. Серия История. Языкоzнание. 2025. Вып. 2 (22). С. 207–215. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2025-2-207-215>

**Сведения об авторе:** З. О. Овчинникова – ассистент, аспирант института русского языка как иностранного, Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого, Россия, 300026, Тульская область, г. Тула, проспект Ленина, 125.

Scientific Article  
UDC 81'373.2  
<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2025-2-207-215>

## SOME PECULIARITIES OF THE USAGE AND FUNCTIONING OF ONYMS IN ONLINE COMMUNICATION

**Zoya O. Ovchinnikova**

---

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University  
Tula, Russia, zoyaovchinnikova@bk.ru  
<https://orcid.org/0009-0004-6137-197X>

---

**Abstract.** The article investigates the manifestation of regional linguistic elements in online communication, specifically examining the use and functioning of onyms in the digital space as a tool for reflecting regional identity in the context of the digitalization of modern society. The relevance of the study is driven by the growing interest in the expression of regional linguistic elements in online communication, the preservation of national identity amid the development of modern technologies and digital self-identification, and the need to explore the transformation of traditional onomastics under the influence of the internet environment. The study aims to identify how onyms (toponyms, anthroponyms, ethnonyms, ethnicons) are reflected in the digital space, contribute to the construction of language in online environments, and shape the development of hybrid oral-written speech features.

The research draws on the works of Russian scholars, including V. I. Suprun and A. V. Superanskaya, as well as contemporary researchers such as M. A. Krongauz and E. I. Goroshko. Through content analysis of profiles and communities on the social networks *VK* and *Telegram*, it is concluded that onyms play significant roles in digital communication, ranging from user self-presentation and self-identification to the promotion of local brands. Special attention is given to usernames and titles of local communities that incorporate regional vocabulary, ethnocultural, and geographical names, which demonstrate unique linguistic transformations introduced by users.

The study contributes to research on the evolution of online communication, user interaction, and regional studies. The article proposes a potential classification of social media communities featuring regionalisms in their titles and identifies key functions of onyms in digital communication, based on theoretical analysis and observation of regional linguistic elements, their usage, and transformation.

**Keywords:** onyms, online communication, regional identity, anthroponyms, toponyms, ethnonyms, ethnicons, internet discourse, cultural heritage.

**For citation:** Ovchinnikova, ZO 2025, 'Some Peculiarities of the Usage and Functioning of Onyms in Online Communication', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 2 (22), pp. 207–215, [http://doi.org/10.22405/2712-8407-2025-2-207-215](https://doi.org/10.22405/2712-8407-2025-2-207-215) (in Russ.)

---

**Information about the Author:** Zoya O. Ovchinnikova – Teaching Assistant, Postgraduate Student of the Institute of Russian as a Foreign Language, Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, 125, Lenin Prospect, Tula, 300026, Russia.

---

## Введение

В условиях цифровизации современного общества сетевая коммуникация является неотъемлемой частью повседневной жизни. Современное информационное общество активно развивается благодаря цифровым технологиям. Виртуальное общение охватывает различные сферы взаимодействия пользователей: от личных бесед до деловой и образовательной деятельности. Платформы, социальные сети, форумы и мессенджеры представляют собой среду общения, которая отражает различные аспекты языка, формирует некоторые закономерности его развития, фиксирует изменения. Региональный аспект языка также не является исключением и находит своё отражение в сетевой коммуникации. Изучение онимов в цифровом пространстве позволяет глубже понять механизмы онлайн-коммуникации, выявить закономерности формирования интернет-культуры и рассмотреть влияние языковых единиц на виртуальное взаимодействие. Именно поэтому исследование данной темы является актуальным и значимым в современном мире. Статья рассматривает проявление некоторых региональных языковых особенностей, а именно отражение использования онимов, в сетевом общении, их функции, особенности трансформаций, влияние на восприятие передаваемой информации и роль в цифровом общении.

## Основные понятия

В переводе с древнегреческого «оним» означает «имя». А. В. Суперанская, лингвист, классик советской и российской ономастики, исследует понятие «ономастика» и в своем научном труде «Общая теория имени собственного» отмечает, что эта наука является самостоятельной дисциплиной, обладает своим материалом и методикой исследования. Доминирующий компонент этой науки – слово, развивающееся по законам языка [13, с. 7]. В нашем исследовании мы обратимся к наблюдению за трансформацией и употреблением слова «онима» в сетевой коммуникации.

Согласно определению, данному в Большой советской энциклопедии, ономастика рассматривается как раздел языкоznания, изучающий имена собственные, историю их возникновения и преобразования в результате длительного употребления в языке-источнике или в связи с заимствованием из других языков [2].

Шмелева Т. В. рассматривает ономастику в соответствии с двумя значениями, первое из которых «научное» – ономастика как особая лингвистическая дисциплина и второе «предметное» – совокупность имен собственных, прежде всего русского языка [15, с. 6].

Традиционно к онимам относят имена собственные, которые обозначают уникальные объекты окружающей нас действительности: антропонимы (имена людей), топонимы (названия географических объектов), урбанонимы (названия внутригородских топографических объектов), этнонимы (названия народов и этносов), храматонимы (названия предметов материальной культуры), ойконимы (названия населенных пунктов), этниконы (названия жителей регионов) и др. [10].

Российский лингвист Супрун В. И. подчеркивает, что «ядром русской ономастики являются антропонимы, в сопоставлении с которыми определяется ономастика других единиц» [14, с. 6].

Имена собственные представляют собой особый пласт лексики, в котором заключены особенности естественного языка – специфика его семантики, структуры, его связей с сознанием и культурой народа.

Современная сетевая коммуникация является уникальным лингвистическим феноменом, где язык выступает не только инструментом передачи информации, но и объектом трансформации, изменяющимся под влиянием цифровых технологий. Взаимодействие пользователей в сети способствует формированию гибридных язы-

ковых форм – от сокращений и эмодзи до специализированных дискурсов (например, IT-сленга), отражающих социокультурные особенности виртуальных сообществ.

Лутовинова О. В. подчеркивает, что интернет – это новая социокультурная среда, накладывающая отпечаток на все стороны общения, включая и язык, являющийся основным средством общения, орудием выражения мыслей и чувств [9]. С одной стороны, она ускоряет развитие языка, с другой – становится инструментом сохранения языкового разнообразия.

Как отмечает А. В. Рубанов, сетевая коммуникация представляет собой форму межличностной коммуникации, осуществляющейся в глобальной информационной сети, имеющей отличительные особенности: сетевая коммуникация выходит за рамки физического контакта, при сетевом взаимодействии теряют значение ограничения (пространственные, социальные, временные и др.), возрастают размеры социальных групп, вовлеченных в совместное общение и взаимодействие, пользователь приобретает практически неограниченную свободу в установлении своих виртуальных социальных контактов, а также развитие сетей создает новые возможности для вовлечения пользователей в различные сетевые сообщества и инициативы [11, с. 119].

Сетевая коммуникация выступает частью виртуальной коммуникации, которая конкретизируется в следующих аспектах: общение посредством компьютерной сети; общение посредством интернета (социальных сетей); обмен информацией в условиях отсутствия пространственно-временных ограничений; коммуникация на основе информационных ресурсов [6, с. 57].

В современной лингвистике активно обсуждается специфика интернет-коммуникации. Как отмечает Красовская Н. А., «современная сетевая коммуникация – это определенная форма письменно-устной речи, которая имеет ряд региональных и этнических особенностей» [5, с. 174]. Данный тезис подчеркивает актуальность изучения цифрового взаимодействия, объединяющего черты письменной и устной речи, а также его зависимость от культурного контекста диалога.

Таким образом, вопросы изучения особенностей сетевой коммуникации, региональных проявлений рассматривали такие ученые-лингвисты, как Е. И. Горошко, М. А. Кронгауз, Н. А. Красовская, О. В. Лутовинова, А. В. Рубанов, В. И. Супрун, А. В. Суперанская и др.

Современные исследователи, такие, как М. А. Кронгауз и Е. И. Горошко, отмечают, что интернет-пространство трансформирует традиционные языковые явления, создавая новые гибридные формы самовыражения [4; 7]. В то же время классики отечественной ономастики – В. И. Супрун, А. В. Суперанская – заложили основы для анализа связи имен собственных с культурным контекстом [13; 14]. Это позволяет рассматривать онимы в сетевой коммуникации не как случайный набор лексем, а как осознанный выбор пользователей, отражающий региональные особенности, культурный контекст и одновременно подчеркивающий их самоидентификацию.

### **Материалы исследования**

В качестве основного материала исследования выступают названия, заголовки, никнеймы, содержащие региональные онимы, а также изучаются профили пользователей, открытые для публичного доступа, с акцентом на тех, кто явно указывает свою региональную принадлежность, комментарии и языковые региональные вкрапления в текстах комментариев, создаваемых пользователями социальных сетей «Вконтакте» и «Телеграм».

В отличие от традиционной коммуникации, где антропонимы и топонимы имеют устойчивые значения, в сетевой среде онимы подвержены трансформации, они могут меняться, приобретать новые смысловые оттенки. Таким образом, изучение онимов в цифровом пространстве позволяет проанализировать и частично понять механизмы самопрезентации и самоидентификации пользователей в сети.

В цифровой среде имена собственные (антропонимы, топонимы, этнонимы, гидронимы и др.) приобретают новые функции и формы. Их использование отражает как стремление к локальной идентичности, так и глобальные тенденции цифровой коммуникации.

Одним из видов антропонимов в сетевой коммуникации являются никнеймы. Многие пользователи таких известных социальных сетей, как «Телеграм», «Вконтакте», включают в свои никнеймы и учетные записи отсылки к месту проживания, этнической или культурной принадлежности. Например, в социальной сети «Телеграм» были выявлены телеграм-каналы пользователей, включающие в себя этниконы и этнонимы.

Этниконы или катойконимы – номены для обозначения жителей по названию места жительства (оттопонимические образования) [10, с. 64]. Мы в нашем исследовании будем придерживаться термина «этникон». Примеры этников: *Москва – москвич, Тула – туляк, Екатеринбург – екатеринбуржец*.

В свою очередь этнонимы – это слова, обозначающие названия народов, этнических групп, племён (например: *русские, татары, маори*) [10].

Таким образом, основной функцией этников является указание на принадлежность жителя к тому или иному населенному пункту, а основная функция этнонимов – указание на этническую принадлежность.

В социальной сети «Телеграм» нами были выявлены и рассмотрены следующие никнеймы в названиях телеграм-каналов: «ЯКУТИНКА», «якутка печатает...», «Yakutyanka\_na\_dony». Прежде чем перейти к анализу, стоит пояснить, что, согласно словарю, *якуты* – это традиционное название якутского народа, который сам называет себя *саха* [1, с. 415], данное явление имеет свой термин: автоэтноним – самоиздание народа [12]; *якутяне* – название жителей, проживающих на территории Якутии [3, с. 342]. Соответственно, этноним в названии телеграм-канала «якутка печатает ...» говорит о том, что пользователь относит себя к народу саха, а этникон в названии канала «ЯКУТИНКА» говорит о территориальной принадлежности пользователя региону. В первом приведенном нами примере пользователь употребляет заглавные буквы в передаче письменной речи, что, скорее всего, передает стремление к привлечению внимания других пользователей и подчеркивает важность, значимость своей принадлежности к территории Якутии.

Таким образом, употребление этников и этнонимов в данном примере позволяет прояснить разницу между территориальной и этнической принадлежностью, а также передает культурную и региональную идентичность пользователей – представителей разных народов в социальном общении.

Еще одним интересным примером использования этникона для жительницы Якутии является название телеграм-канала «Yakutyanka\_na\_dony» – мы можем отметить в никнейме сочетание двух ономов: этникона *Yakutyanka*, что говорит о самоидентификации пользователя как жителя того или иного региона, в данном случае Якутии; и вторая часть топонима *Ростов-на-Дону - na\_dony*, может позволить нам предположить, что пользователь хотел подчеркнуть свою принадлежность к определенной территории, на которой он проживает или на которую переехал. Также данный лингвистический пример интересен для нас тем, что является отражением некоторых особенностей устно-письменной речи. В приведенном примере мы можем отметить проявление фонетического письма: во-первых, языковые единицы русского языка передаются латинскими буквами: произносительная сторона одного языка (русского) на письме отображается через другой (английский). Другими словами, пользователь применяет переводческий приём транскрипции, основанный на принципе передачи звукового облика заимствуемого слова. Во-вторых, пользователь не сохраняет использование заглавной буквы в лексеме *\_dony* (Дону). В-третьих, мы

можем обратить внимание на последнюю букву этой лексемы (пользователь не использует англоязычный вариант Rostov-na-Donu), а как будто переносит букву *у* из русского языка, что также свидетельствует об отражении особенностей устно-письменной речи в сети.

М. А. Кронгауз подчеркивает, что устная и письменная речь сосуществуют в интернет-коммуникации, а степень проявления соответствующих признаков зависит от ее жанра [8].

Также в социальной сети «Телеграм» нами были выявлены следующие телеграм-каналы, содержащие в себе региональные элементы: *Забайкальский энгельсит*, *Архангелогородцы*, *DANIIL\_SIBIRYAK*, *novotorchiki*, *buryatk\_sayany*, *Буряткатум*, *Коренной екатеринбуржец*, *Невероятные приключения кимовчан*, *Тула лайв*, *Новости Тула и Область*, *Будни тулгушника*, *мгушник*, *Тульский ПряничеГЪ*, *Москвитянин*, *Казанцы в Абхазии*, *Томбовский волк*.

Данные лингвистические примеры, содержащие в себе региональные языковые вкрапления, находят отражение особенностей языка сетевой коммуникации и проявлений устно-письменной речи, таких как, например, использование заглавных букв (*DANIIL\_SIBIRYAK*), ошибочное написание слов (*Томбовский волк*), гибридизация (*Буряткатум*, *ТульскийПряничеГЪ*), использование приемов транскрипции и транслитерации для передачи языковых единиц одного языка посредством использования письменных знаков другого (*SIBIRYAK*, *novotorchiki*, *buryatk\_sayany*).

В социальной сети «Вконтакте» можно также обнаружить множество сообществ, объединяющих пользователей по региональному или территориальному признаку, в названиях которых также представлены этниконы, этнонимы или топонимы, например, «Мексиканцы в России», «Китайцы в Питере/СПб», «Буряты в Москве». Можно предположить, что многие представители других народов или малых народов переезжают в крупные города или за границу, где сталкиваются с ассимиляцией и утратой связи со своей культурой. Объединение пользователей в данные сообщества помогает сохранить связь с родными корнями, по этниконаам и этнонимам найти своих земляков в социальных сетях, а также сохранять свой национальный язык и культуру, транслируемые через эти сообщества. То есть основная функция региональных онимов в названиях сообществ – это идентификация себя с определенной группой, принадлежность к народу, которому присуща своя культура, язык, которому знакомы и понятны социокультурные факты, региональные явления, которые имеют свои названия и находят отражение в языковой картине мира того или иного народа.

Например, в сообществе «Буряты в Москве», «Якутяне в Санкт-Петербурге» наряду с русским языком можно встретить языковые вкрапления национальных языков.

Мы можем предположительно выделить некоторые основные группы социальных сообществ «Вконтакте», в которых находят своё отражение этнонимы и этниконы: 1) информационные сообщества, содержащие сведения о культуре, населении, языке, национальных особенностях разных народов, например, «Настоящие буряты»; 2) сообщества, объединяющие землячества и служащие для коммуникации представителей того или иного этноса, например, «Мексиканцы в России»; «Буряты в Краснодаре»; 3) локальные новостные, информационные сообщества «Подслушано в Туле», «Подслушано Бурят-Янгути»; 4) официальные сообщества «Вести Бурятия», «Республика Бурятия» 5) сообщества юмористического характера, например, «Тула в мемах», «Якутская мемная Республика».

В сообществах первой группы может быть найдена информация культурного характера, посты, содержащие информацию о традициях и культуре народа. Сообщества второй группы больше направлены на взаимодействие между пользователями.

ми, которые стремятся найти других представителей своего этноса на определенной территории или решить некоторые бытовые вопросы, связанные с адаптацией. Третья и четвертая группы – новостные сообщества, освещающие актуальные события, происходящие в регионе, однако сообщества третьей группы по обыкновению ведутся жителями города, что позволяет посмотреть на событие с бытовой точки зрения. Посты часто содержат в себе эмоциональную оценку происходящего, в связи с чем в сообществах этой группы часто возникают оживленные дискуссии и обсуждения. Сообщества четвертой группы отличаются тем, что ведутся официальными пресс-службами, им присущи использование официально-делового стиля речи, лаконичность, логичность и точность информации, а также почти отсутствует эмоционально-оценочный компонент.

Подобные сообщества являются не просто группами по интересам, а важным инструментом сохранения культурного наследия и национальной идентичности. Они помогают людям чувствовать связь с родными корнями, сохранять язык и традиции, а также развивать межкультурный диалог в цифровую эпоху.

Названия жителей также могут использоваться в рекламных целях при упоминании локальных брендов городов, создании туристической привлекательности. Например, этноны в рекламных объявлениях «Петербуржцы приглашают гостей на белые ночи», «Туляки – пряники лепить ловки» могут служить для популяризации культуры, традиций, кухни того или иного региона.

Проведенный нами анализ никнеймов, названий сообществ и других языковых явлений, содержащих региональные элементы, может позволить выделить некоторые функции онимов, находящие своё отражение в сетевой коммуникации.

1. Функция идентификации – появление онимов в сетевой коммуникации помогает пользователям выявить принадлежность сообщества или другого пользователя к тому или иному региону, географическому объекту.

2. Функция самоидентификации – использование онимов пользователями социальных сетей с целью подчеркивания своей территориальной или этнической принадлежности в интернет-пространстве.

3. Коммуникативная функция – объединение пользователей в сообщества по территориальному или этническому признаку с целью взаимодействия.

4. Функция сохранения культуры – способствует сохранению и трансляции национального языка и традиций с помощью региональных языковых вкраплений в социальных сетях.

5. Рекламная функция – использование региональных языковых элементов с целью продвижения локальных брендов региона.

### **Выводы**

Исследование онимов в сетевой коммуникации подтверждает их значительную роль в региональной идентичности цифровой эпохи. Онимы как отражение региональности выступают не только лингвистическими маркерами места, но и инструментами создания определенного культурного пространства в сетевой коммуникации. Через никнеймы, названия сообществ, языковые вкрапления национальных языков, рекламные слоганы пользователи транслируют культурные ценности, свою идентификацию, создают уникальную языковую картину своего региона в сетевой коммуникации.

Исследование показывает, что онимы способствуют сохранению культурного наследия через интеграцию региональных вкраплений в онлайн-среду, формированию сообществ, объединенных общей географической или этнической идентичностью.

Таким образом, сетевая коммуникация представляет собой динамичную и постоянно развивающуюся систему, в которой проявляется широкий спектр лингви-

стических явлений, включая региональные языковые особенности. Эти явления, формирующиеся и эволюционирующие в онлайн-пространстве, требуют детального изучения. Такой анализ может способствовать раскрытию механизмов цифрового взаимодействия между пользователями, выявлению закономерностей развития языка в сетевом пространстве и влияния языковых единиц на отражение идентичности пользователей.

Исследование данных процессов позволяет не только зафиксировать особенности языка в сетевой коммуникации, но и проследить, как региональный аспект трансформируется в глобальном цифровом контексте, при этом отражая связь с культурой и традициями.

### ***Список источников и литературы***

1. Агеева Р. А. Какого мы роду-племени? Народы России: имена и судьбы : словарь-справочник. М.: Academica, 2000. 422 с.
2. Большая советская энциклопедия. Электрон. версия. URL: <https://bse.sci-lib.com/> (дата обращения: 07.04.2025). Доступ на сайте Sci-lib.com.
3. Городецкая И. Л., Левашов Е. А. Русские названия жителей : словарь-справочник. М.: АСТ, 2003. 360 с.
4. Горошко Е. И. Цифровая идентичность в социальных сетях: лингвистический аспект // Вопросы психолингвистики. 2016. № 3. С. 78–92.
5. Красовская Н. А. Проявление региональных и этнолингвистических особенностей в русскоязычных социальных сетях // Этнолингвистика. Ономастика. Этимология : материалы IV Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 9–13 сентября 2019 г.). Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. С. 172–175.
6. Курбатов В. И. Виртуальная коммуникация, виртуальное сетевое мышление и виртуальный язык // Гуманитарий юга России. 2013. № 4. С. 56–68.
7. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М.: АСТ, 2008. 256 с.
8. Кронгауз М. А. «Лытдыбр» от блогера, или Как интернет-язык делает письменную речь формой существования разговорного языка // Русский Мир.ru. 2009. № 6. Электрон. версия печ. изд. URL: <https://rusmir.media/2009/06/01/internet/> (дата обращения: 10.04.2025).
9. Лутовинова О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2008. № 71. С. 58–65.
10. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1988. 192 с.
11. Рубанов А. В. Виртуальная сетевая коммуникация и социальный капитал // Организационная коммуникация : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 23–24 апр. 2014 г.) / ред. О. В. Терещенко. Минск: Изд. центр БГУ, 2014. С. 117–120.
12. Статьи на букву "А" // Словарь социолингвистических терминов. URL: <https://sociolinguistics.academic.ru> (дата обращения: 08.04.2025). Доступ на сайте Словари и энциклопедии на Академике.
13. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. 368 с.
14. Супрун В. И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал : дис. в форме науч. доклада ... д-ра филол. наук : 10.00.02 / Супрун Василий Иванович. Волгоград, 2000. 76 с.
15. Шмелева Т. В. Ономастика : учеб. пособие. Славянск-на-Кубани: Изд-во филиала КубГУ, 2013. 161 с.

### ***References***

1. Ageeva, RA 2000, *Kakogo my rodu-plemeni? Narody Rossii: imena i sud'by : slovar'-spravochnik* (What Clan-Tribe Are We From? Peoples of Russia: Names and Destinies: A Reference Dictionary), Academica Publ, Moscow. (In Russ.)

2. *Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya* (Great Soviet Encyclopedia) 1969–1978, viewed 07 April 2025, <https://bse.sci-lib.com/> (In Russ.)
3. Gorodetskaya, IL & Levashov, EA 2003, *Russkiye nazvaniya zhiteley: slovar'-spravochnik* (Russian Names of Inhabitants: A Reference Dictionary), AST Publ, Moscow (In Russ.)
4. Goroshko, EI 2016, 'Tsifrovaya identichnost' v sotsial'nykh setyakh: lingvisticheskiy aspekt' (Digital Identity in Social Networks: A Linguistic Aspect), *Voprosy psicholingvistiki* (Issues in Psycholinguistics), no. 3, pp. 78–92. (In Russ.)
5. Krasovskaya, NA 2019, Proyavleniye regional'nykh i etnolingvisticheskikh osobennostey v russkoyazychnykh sotsial'nykh setyakh (Manifestation of Regional and Ethnolinguistic Features in Russian-Language Social Networks) in *Etnolingvistika. Onomastika. Etimologiya* (Ethnolinguistics. Onomastics. Etymology: Proceedings of the IV International Scientific Conference), Yekaterinburg, September 9–13, 2019, Izd-vo Uralskogo Universiteta Publ, Yekaterinburg, pp. 172–175. (In Russ.)
6. Kurbatov, VI 2013, 'Virtual'naya kommunikatsiya, virtual'noye setevoye myshleniye i virtual'nyy yazyk' (Virtual Communication, Virtual Network Thinking, and Virtual Language), *Gumanitariy yuga Rossii*, no. 4, pp. 56–68. (In Russ.)
7. Krongauz, MA 2008, *Russkiy yazyk na grani nervnogo sryva* (The Russian Language on the Verge of a Nervous Breakdown), AST Publ, Moscow. (In Russ.)
8. Krongauz, MA 2009, «Lytdybr» ot blogera, ili Kak internet-yazyk delayet pis'mennuyu rech' formoy sushchestvovaniya razgovornogo yazyka' ("Lytdybr" from a Blogger, or How Internet Language Turns Written Speech into a Form of Spoken Language), *RusskiyMir.ru*, no. 6, viewed 10 April 2025, <https://rusmir.media/2009/06/01/internet/> (In Russ.)
9. Lutovinova, OV 2008, 'Internet kak novaya «ustno-pis'mennaya» sistema kommunikatsii' (The Internet as a New "Oral-Written" Communication System), *Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsen*, no. 71, pp. 58–65, viewed 10 April 2025, <https://clck.ru/3LQYTp> (In Russ.)
10. Podolskaya, NV 1988, *Slovar' russkoy onomasticheskoy terminologii* (Dictionary of Russian Onomastic Terminology), Nauka Publ, Moscow. (In Russ.)
11. Rubanov, AV 2014, 'Virtual'naya setevaya kommunikatsiya i sotsial'nyy kapital' (Virtual Network Communication and Social Capital) in OV Tereshchenko *Organizatsionnaya kommunikatsiya* (Organizational Communication: Proceedings of the International Scientific-Practical Conference), Minsk, 23–24 April 2014, BSU Publ, Minsk, pp. 117–120. (In Russ.)
12. Stat'i na bukvu "A" (Entries starting with "A"), *Slovar' sotsiolingvisticheskikh terminov* (Dictionary of Sociolinguistic Terms), viewed 08 April 2025, <https://sociolinguistics.academic.ru> (In Russ.)
13. Superanskaya, AV 1973, *Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo* (General Theory of Proper Names), Nauka Publ, Moscow. (In Russ.)
14. Suprun, VI 2000, Onomasticheskoye pole russkogo yazyka i yego khudozhestvenno-esteticheskiy potentsial (Onomastic Field of the Russian Language and Its Artistic-Esthetic Potential), viewed 10 April 2025, <https://clck.ru/3LQYUD> (In Russ.)
15. Shmeleva, TV 2013, *Onomastika : ucheb. posobiye* (Onomastics: A Study Guide), KubSU Branch Publ, Slavyansk-on-Kuban. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию: 19.05.2025  
Одобрена после рецензирования: 23.06.2025  
Принята к публикации: 23.06.2025

The article was submitted: 19.05.2025  
Approved after reviewing: 23.06.2025  
Accepted for publication: 23.06.2025