

IRENA KAŁUŻYŃSKA

CHIŃSKIE PSEUDONIMY INTERNETOWE

WSTĘP

Pojawienie się Internetu spowodowało ogromne zmiany w wielu dziedzinach życia. Szybki dostęp do informacji i znacznie sprawniejsza komunikacja wywarły wielki wpływ na ludzkie postrzeganie świata, myślenie i sposób wyrażania opinii. Internet, będący nową przestrzenią dla kreatywności i rozwoju, przyczynił się do powstania wielu nowych zjawisk społecznych. Przestrzeń internetowa znacznie ułatwiła też wytworzenie nowej formy językowej, nazywanej *netspeak* (Crystal 17), czyli języka pisanego używanego przez komunikujących się internautów. Specyfika kanału informacyjnego sprawia, że podstawowym kodem jest język pisany, ale teksty mają też cechy typowe dla przekazów mówionych. Charakterystyczną cechą komunikacji za pośrednictwem Internetu jest m.in. anonimowość i często brak pozajęzykowych wskazówek odnoszących się do płci, narodowości, tożsamości, osobowości czy nastroju osoby komunikującej (Grzenia 70-72; Herring 4; Siwiec 102).

Aktywne korzystanie z Internetu zwykle wymaga zalogowania się, czyli podania swojego sieciowego identyfikatora, inaczej loginu, nicka czy pseudonimu internetowego. Identyfikator to właściwie każdy rodzaj nazwy użytkownika, zarejestrowany w portalu internetowym, umożliwiający korzystanie z usług internetowych. W niniejszym artykule sieciowe nazwy chińskich użytkowników portali społecznościowych czy czatów będą nazywane pseudonimami internetowymi lub nickami i zostanie przedstawiona ich charakterystyka formalna i semantyczna.

Dr hab. IRENA KAŁUŻYŃSKA, prof. uczelniany – Uniwersytet Warszawski, Wydział Orientalistyczny, Zakład Sinologii; adres do korespondencji: ul. Krakowskie Przedmieście 1, 00-047 Warszawa; e-mail: i.s.kaluzynska@uw.edu.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6043-5557>.

1. KOMUNIKACJA INTERNETOWA – CHIŃSKIE STRONY INTERNETOWE I SIECI SPOŁECZNOŚCIOWE

Język chiński sytuuje się na drugim miejscu wśród najczęściej używanych języków w Internecie. Znaczny udział języka chińskiego w Internecie wiąże się faktem, że Chiny są państwem o największej liczbie użytkowników sieci na całym świecie. Według stanu na lipiec 2021 r. liczba chińskich użytkowników Internetu osiągnęła 1,01 mld. Wskaźnik penetracji Internetu osiągnął 71,6% („Liczba internautów”).

W Chinach zaczęto korzystać z Internetu nieregularnie już od 1989 r., utworzenie jednak pierwszego stałego połączenia z siecią datuje się na kwiecień 1994 r. Wtedy to Chiny, jako 77 kraj na świecie, uzyskały stały dostęp do Internetu. Wkrótce Internet rozpowszechnił się w kolejnych większych obszarach metropolitarnych, dopiero jednak w ciągu ostatniej dekady Internet stał się nieodłączną częścią życia codziennego większości Chińczyków. Za dostarczanie usług internetowych w Chinach odpowiadają obecnie głównie cztery wielkie korporacje, tzw. technologiczni giganci: Baidu, Alibaba, Tencent i Sina, zbiorowo określane akronimem BATS. Ze stworzonych przez nie mediów społecznościowych i platform e-commerce (handel internetowy) korzystają codziennie setki milionów chińskich użytkowników („How web-connected”).

Baidu (*Bǎidù* 百度) to firma technologiczna oferująca różne usługi internetowe, w tym najpopularniejszą chińską wyszukiwarkę Baidu.com, encyklopedię online Baike.baidu.com czy usługi związane z dostępem do map online na stronie map.baidu.com („Baidu”).

Alibaba Group (*Ālibābā jítuán* 阿里巴巴集团) to jedna z największych na świecie platform e-commerce, a ponadto jedna z najwartościowszych globalnych marek chińskich. Firma obsługuje stronę Alibaba.com, będącą największym rynkiem transakcji biznesowych, serwer zakupów online dla klientów indywidualnych Taobao.com i rynek biznesowo-konsumencki Tmall.com („Alibaba”).

Najważniejszy projekt firmy Tencent to komunikator i portal internetowy Weixin (*Wēixìn* 微信), który swoją premierę miał w 2011 r. Jego anglojęzyczną wersję WeChat wypuszczono na rynek globalny w 2012 r. Do końca 2017 r. aplikacja była używana już przez 1 mld ludzi i swoją wartością rynkową przegoniła Facebooka, stając się pierwszą azjatycką korporacją o wartości rynkowej wynoszącej powyżej 500 mld dolarów. Drugą ważną platformą komunikacyjną i społecznościową stworzoną przez korpo-

rację jest komunikator Tencent QQ (*Téngxùn* 腾讯QQ), obsługujący czaty, mikroblogi, społecznościowe gry internetowe, zakupy online („Tencent”).

Założona w 1998 r. Sina (*Xīnlàng* 新浪) to kolejna wiodąca firma wśród chińskich technologicznych gigantów, obejmująca Sina.com, Sina mobile oraz Weibo, czyli portale gwarantujące użytkownikom dostęp do profesjonalnych mediów i treści online. Weibo znajduje się w czołówce platform mediów społecznościowych, założonych w celu tworzenia i udostępniania treści w języku chińskim. W prosty sposób pozwala na interakcję z innymi użytkownikami i ekspresję własnych myśli w czasie rzeczywistym („Sina”). Sina Weibo jest uznawane za chiński odpowiednik Twittera, a więc portalu służącego do publikacji krótkich postów o różnorodnej treści.

Lista najpopularniejszych w Chinach w 2020 r. dziesięciu stron internetowych w języku chińskim przedstawia się następująco („Top 10”):

- ♦ Tmall.com – strona biznesowa grupy Alibaba, oferująca platformę biznesową dla marek i detalistów, użytkowana przez przedsiębiorców chińskich i międzynarodowych.
- ♦ Baidu.com – chińska wersja globalnej wyszukiwarki Google, stworzona w 2000 r., obecnie największa chińskojęzyczna wyszukiwarka na świecie.
- ♦ QQ.com – oficjalna strona internetowa grupy Tencent, odwiedzana codziennie przez ponad 300 milionów użytkowników.
- ♦ Sohu.com – strona internetowa obsługująca kanały związane z gospodarką, rozrywką, sportem i wiadomościami ze świata.
- ♦ Taobao.com – chiński odpowiednik eBay, należący do grupy Alibaba, platforma chińskiego handlu elektronicznego, oferująca sprzedaż bardzo szerokiej gamy produktów bezpośrednio od sprzedawców.
- ♦ 360.cn – strona internetowa należąca do Qihoo 360, największej firmy zajmującej się bezpieczeństwem w Internecie w Chinach. Firma oferuje bezpłatne oprogramowania antywirusowe, bezpieczną przeglądarkę i sklep z aplikacjami mobilnymi.
- ♦ JD.com – centrum handlowe online, sprzedające dziesiątki tysięcy markowych produktów wysokiej jakości, m.in. sprzęt AGD, produkty cyfrowe, komputery, odzież czy książki.
- ♦ Sina.com.cn – chińska strona informacyjna, oferująca dostęp do wiadomości i treści związanych z rozrywką, sportem, edukacją, życiem czy historią w Chinach i na świecie.

- ♦ Weibo.com – wiodący w Chinach serwis społecznościowy z usługą mikroblogowania. Jest własnością korporacji Sina, został założony w 2009 r. i dzisiaj posiada ponad 368 milionów zarejestrowanych użytkowników na całym świecie.
- ♦ Xinhuanet.com – oficjalna strona internetowa Xinhua News Agency (*Xīnhuá Tōngxùnshè* 新华通讯社 ‘Agencja Informacyjna Nowe Chiny’), będącej największą agencją informacyjną w Chinach. Jest obsługiwana również w innych językach, np. angielskim, japońskim czy francuskim.

2. IDENTYFIKATORY SIECIOWE

Jak już wspomniano (zob. s. 59), korzystanie z różnego rodzaju usług internetowych wymaga zalogowania się, czyli podania swojego sieciowego identyfikatora, inaczej loginu, nicka czy pseudonimu internetowego. Chińskimi odpowiednikami tych terminów są (w kolejności od najbardziej oficjalnego do najpowszechniejszego): *hùliánwǎng yònghù zhànghào míngchēng* 互联网用户账号名称 ‘nazwa rachunku użytkownika Internetu’, *yònghù míng* 用户名 ‘nazwa użytkownika’, *wǎngmíng* 网名 ‘nazwa internetowa’. Pewne różnice dotyczące znaczenia i funkcji terminów odnoszących się do identyfikatorów sieciowych były już wielokrotnie opisywane (zob. Chyryński 117-130; Czopek-Kopciuch 106-111; Siwiec 103). W niniejszym artykule sieciowe nazwy chińskich użytkowników portali społecznościowych czy czatów będą nazywane pseudonimami internetowymi lub nickami.

Pseudonim internetowy to indywidualna osobowa nazwa własna, antroponim, identyfikująca użytkownika Internetu i używana na potrzeby komunikacji w Internecie. Jest to nazwa motywowana, przekazująca informację o treści pojęcia i jego miejscu w systemie onomastycznym (Siwiec 103).

Najpopularniejszym sposobem komunikowania się w Internecie pozostaje prowadzenie „konwersacji pisanej” w różnych portalach internetowych (Chyryński 117), czyli czatowanie. Czaty grupowe (ang. *chatgroups*) zostały opisane przez Crystala (11) jako dyskusje na określony temat, mające swoje konkretne miejsce w sieci, dające możliwość wymiany myśli i opinii między różnymi użytkownikami. Grupy czatów mogą być synchroniczne i asynchroniczne, globalne i lokalne, moderowane przez redaktora i niekontrolowane.

Bardzo rzadko, szczególnie w czatach, ktoś posługuje się w Internecie własnym prawdziwym imieniem i nazwiskiem, ceniona jest anonimowość

i kreowanie tożsamości, stąd pseudonim internetowy jest pierwszą dostępną informacją o czatującej osobie. Odpowiedni pseudonim internetowy może odegrać bardzo ważną rolę przy wyborze partnera kontaktu internetowego, jest jak pierwsze wrażenie przy spotkaniu z kimś twarzą w twarz w świecie rzeczywistym.

Na podstawie wniosków badaczy (zob. Chyrzyński; Grzenia; Naruszewicz-Duchlińska; Siwiec) treść i funkcje pseudonimów internetowych oraz ich relacje z nosicielami, szczególnie w czatach, mogą być skrótowo przedstawione jak poniżej:

- (1) brak stałego związku między nosicielem a nazwą, internauta może mieć kilka pseudonimów internetowych;
- (2) możliwość ukrycia własnej tożsamości, brak możliwości identyfikacji osoby wirtualnej z osobą w świecie realnym;
- (3) poczucie anonimowości zachęca internautów do eksperymentowania z nazwą;
- (4) możliwość budowania przez internautę swojego sieciowego wizerunku poprzez nazwę, internauta sam dokonuje emotywniej i intelektualnej oceny samego siebie, ustala, jakie cechy chce wyeksponować przez swoje autookreślenie;
- (5) nazwa funkcjonuje jako autoreklama, zachęta do nawiązania kontaktu;
- (6) pseudonim internetowy pełni funkcję informacyjną i emotywną;
- (7) daje możliwość bycia poprzez nazwę oryginalnym, niekonwencjonalnym, prowokacyjnym;
- (8) stwarza możliwość wykazania się kreatywnością przy tworzeniu czy wybieraniu dla siebie nazwy internetowej;
- (9) umożliwia wykorzystywanie elastyczności językowej do utworzenia nazwy oryginalnej, niekonwencjonalnej.

3. CHIŃSKIE PSEUDONIMY INTERNETOWE – MATERIAŁ BADAWCZY

Chińskie pseudonimy internetowe w znacznej mierze ukazują i wykorzystują specyficzne cechy języka chińskiego, zwłaszcza cechy języka chińskiego Internetu, oraz cechy chińskich internautów – ludzi młodych, aktywnych, przedsiębiorczych, kreatywnych, dążących do wyróżnienia się poprzez nazwę spośród setek milionów innych podobnych do siebie (zob. Roczek).

Omawiane w tym artykule zasady tworzenia chińskich pseudonimów internetowych są oparte głównie na pracy chińskiego badacza Lina (1-11).

Zebrany przez niego materiał nazewniczy stał się podstawą opracowanej przezeń klasyfikacji formalnej i semantycznej chińskich pseudonimów internetowych. Ta klasyfikacja, zmodyfikowana, uzupełniona i uproszczona, stała się kanwą niniejszych rozważań dotyczących formy i treści chińskich nicków, tendencji w ich tworzeniu i funkcjonowaniu. Dane Lina, liczące łącznie 350 nicków (spośród nich są analizowane 332), pochodzą z Internetu od przypadkowych użytkowników grup QQ (komunikatora Tencent QQ, chiń. *Téngxùn* 腾讯QQ) i forów dyskusyjnych. Pewną grupę porównawczą do ukazania ewolucji chińskich pseudonimów internetowych stanowi 180 nicków zebranych i przekazanych przez K. i O. Uziembłów na potrzeby tego opracowania 29 września 2021 r. z trzech chińskich portali komiksowych ([Portal komiksowy 1]; [Portal komiksowy 2]; [Portal komiksowy 3]).

Chińskie nicki internetowe mogą składać się z ograniczonej liczby znaków. W komunikatorze Tencent QQ można użyć najwyżej 12 znaków pisma chińskiego lub 24 litery czy cyfry. W portalach komiksowych najdłuższe nicki liczyły 14 znaków. Pseudonimy internetowe są dłuższe niż tradycyjne nazwy chińskie (zob. Kałużyńska, *Contemporary* oraz *Chinese*), najczęściej złożone z dwóch lub trzech morfemów/wyrazów/znaków.

Wielu internautów posługuje się wieloma różnymi nickami, nawet w jednym serwisie, np. użytkownik QQ o numerze 250938491 (Lin 3) używał następujących pseudonimów internetowych: 天黑了 (*tiān hēi le* ‘niebo pociemniało’); 四叶草 (*sìyècǎo* ‘czterolistna koniczyna’); 此生非你不可 (*cǐ shēng fēi nǐ bùkě* ‘to życie jest niemożliwe bez ciebie’). Zdarza się też, że internauci dobierają sobie pseudonim znaczeniowo dopasowany do pseudonimu osoby, z którą chcą konwersować.

Niektóre z używanych przez internautów nicków przybierają najdziwniejsze formy, niemożliwe do odczytania czy zrozumienia motywacji ich twórców. Według Lina (3) na analizowane 332 pseudonimy jedynie w przypadku 278 (ok. 80%) można stwierdzić, jaka była ich prawdopodobna motywacja nazewnicza.

4. KATEGORIE FORMALNE CHIŃSKICH PSEUDONIMÓW INTERNETOWYCH

Lin (4-6) wyróżnił 16 form chińskich nicków. Omówione przez niego zasady tworzenia chińskich pseudonimów internetowych i wykorzystany materiał nazewniczy stały się podstawą do stworzenia klasyfikacji prezento-

wanej w niniejszym artykule. Klasyfikacja ta obejmuje 14 różnych kategorii formalnych chińskich nicków (z pięciu form wyodrębnionych przez Lina utworzono jedną kategorię, dodano dwie formy przez Lina nieuwzględnione jako kategorie odrębne). Chińskie terminy określające różne rodzaje form pochodzą z pracy Lina, przekład terminów i interpretacja przytoczonych przykładów stanowią wkład własny autorki niniejszego opracowania. Przybliżone dane procentowe są oparte na wyliczeniach z opracowania Lina, mają jedynie orientacyjnie informować o popularności wskazanych form. Kategorie formalne chińskich pseudonimów są przedstawione i omówione poniżej, przykłady nazw są rozdzielone średnikami lub zakończone kropkami, te znaki interpunkcyjne nie stanowią elementu nazwy.

- (1) Nicki składające się wyłącznie z wyrazów chińskich zapisywanych znakami pisma chińskiego, tradycyjnymi lub uproszczonymi (*dānchún Hànzì* 单纯汉字); wyrazy chińskie stanowią ok. 50% nicków komunikatora QQ (Lin 4), zazwyczaj zapisane są znakami uproszczonymi; w portalach komiksowych ([Portal komiksowy 1]; [Portal komiksowy 2]; [Portal komiksowy 3]) nicki składające się wyłącznie z chińskich wyrazów/znaków stanowią ok. 42% takich nazw, np.

此生非你不可 (*cǐshēng fēi nǐ bùkě* ‘życie bez ciebie jest niemożliwe’);

四叶草 (*sìyècǎo* ‘czterolistna koniczyna’);

天黑了 (*tiān hēi le* ‘niebo pociemniało’);

河畔一朵花 (*hépàn yīduǒ huā* ‘kwiat na brzegu rzeki’);

孔雀哥哥 (*kǒngquè gēge* ‘starszy brat paw’);

小不点 (*xiǎobùdiǎn* ‘maleńki/ka’).

- (2) Nicki utworzone wyłącznie z wyrazów obcych o obcym zapisie, najczęściej występują wyrazy angielskie i japońskie (*dānchún wàiyǔ* 单纯外语, ok. 3%); np.

Domoto Kiko;

Sunrise;

Andy;

Capricorn;

Somebody;

we are young;

TenohHaruka;

そう.

- (3) Nicki utworzone wyłącznie z cyfr/liczb (*dānchún shùzì* 单纯数字, ok. 2%), są tu liczby przypadkowe, liczby oznaczające datę, numer telefonu i inne, np.

7456;
39671362;
03-5321;
0455466;
12348538.

Cyfry arabskie, głęboko nacechowane różnymi znaczeniami w kulturze chińskiej, zyskały znaczną popularność także w komunikacji wirtualnej. Internauci wspomagają się homofonią konkretnych cyfr brzmiących jak niektóre sylaby/wyrazy języka chińskiego, tym samym sugerując znaczenie, jakie mają zastępować (Roczek 46-48), np.

58006 (*wǔ bā líng líng liù* – stosowane do oddania znaczenia *wǒ bùlǐ nǐ le* 我不理你了 ‘ignoruję cię’);
520 (*wǔ èr líng* – odpowiednik wyrażenia *wǒ ài nǐ* 我爱你 ‘kocham cię’);
59430 (*wǔ jiǔ sì sān líng* – kod liczbowy skracający zapis *wǒ jiùshì xiǎng nǐ* 我就是想你 ‘ tęsknię za tobą’).

- (4) Nicki utworzone wyłącznie z symboli (*dānchún fúhào* 单纯符号, ok. 1,5%), są tu znaki przestankowe, znaki matematyczne i znaki specjalne, np.

★★☆☆;
...;
⊗@;
---;
X∕i n∟.

- (5) Nicki utworzone z tzw. wyrazów marsjańskich (*huǒxīngwén* 火星文, ok. 20%); są to formy, których praktycznie nie można odczytać, na ogół też trudno doszukać się motywacji nazewniczej, np.

∟♡---R;
藎藎∟ 藎;
觀月ゆき(つω`*;
き♀冰翼♂ぎ;
じò蓮びé;
.: ∟从泚销矢A;
じòびé;

oO心絢氣あ ;
 123蔡嘸戰 ;
 78δ莼い .

Huǒxīngwén 火星文 ‘skrypt/zapis marsjański’ to nazwa funkcjonująca jako określenie typu chińskiego języka internetowego, ukształtowanego z połączenia różnego rodzaju językowych zapisów, jak transkrypcja *pinyin*, standardowe i niestandardowe znaki pisma chińskiego, litery innych alfabetów (też języka japońskiego i koreańskiego), specjalne symbole, emotikony, znaki interpunkcyjne itp. Ponieważ taki typ zapisu znacząco różni się od języka używanego w komunikacji nieinternetowej, posiada własne specyficzne cechy i trudno go zrozumieć, został obwołany językiem marsjańskim, czyli „pochodzącym nie z tego świata”. Ten typ słownictwa miał swoje początki na Tajwanie, z biegiem czasu pojawił się też w Hongkongu, a w końcu także w ChRL i wśród chińskiej diaspory na całym świecie („*Huǒxīngwén*”).

Wydzielona tu kategoria nicków utworzonych z tzw. wyrazów marsjańskich obejmuje kilka form wyróżnionych przez Lina i udokumentowanych przykładami, a mianowicie:

- (a) nicki utworzone wyłącznie z wyrazów marsjańskich (*chún huǒxīngwén* 纯火星文), np. き♀冰翼♂ぎ ;
- (b) nicki będące połączeniem liczb i wyrazów marsjańskich (*shùzì jiā huǒxīngwén* 数字加火星文), np. 123蔡嘸戰 ;
- (c) nicki będące połączeniem symboli i wyrazów marsjańskich (*fúhào jiā huǒxīngwén* 符号加火星文), np. ---個囚✕兩輩爻 ;
- (d) nicki będące połączeniem wyrazów chińskich i marsjańskich (*Hànyǔ jiā huǒxīngwén* 汉语加火星文), np. =☆o鈹殞o☆ (*xīn* 鈹 ‘gadolin’, *fán* 殞 ‘roślina podobna do cibory’);
- (e) nicki będące połączeniem wyrazów obcych i marsjańskich (*wàiyǔ jiā huǒxīngwén* 外语加火星文), np. じòびé.

Połączenie tych pięciu form (a, b, c, d, e) w jedną kategorię wynikało z uznania, że wyrazy marsjańskie z definicji są kategorią mieszaną, obejmującą różne rodzaje językowych zapisów i ewentualnie można tylko wskazać, jakie elementy językowe dominują w danej formie. Przykłady przytoczone przez Lina jako ilustrujące wyróżnione kategorie zmuszają do zastanowienia, czym według niego są „wyrazy marsjańskie”, jakie mają cechy charakterystyczne, różniące je od innych wyrazów czy form językowych. W prezentowanej klasyfikacji znalazła się też wyodrębniona przez Lina kategoria 14 (nicki jako formy mieszane wieloelementowe), mająca wiele cech wspólnych z wyrazami marsjańskimi, a może nawet z nimi tożsama.

- (6) Nicki będące połączeniem wyrazów chińskich i obcych (*Hànyǔ jiā wàiyǔ* 汉语加外语, ok. 3%), np.

李小米 Wingle;

Stacey 迦雨;

千の夜をこえ.

- (7) Nicki będące wyrazami chińskimi w łączonym zapisie znakowym i w zapisie transkrypcją *pinyin* (grupa niewyodrębniona przez Lina, ale przykłady takich nazw pojawiają się w materiale nazewniczym), np.

Qing空 (*qíngkōng* 晴空 ‘jasne, bezchmurne niebo’; *qīngkōng* 清空 ‘opróżnić’);
幸福De小调 (*xìngfú de xiǎodiào* ‘szczęśliwa melodia’, *de* 的 ‘partykuła strukturalna determinacji’);

好re儿 (*hǎorèr* 好热儿 ‘gorący’).

- (8) Nicki będące wyrazami chińskimi, w zapisie znakowym rozdzielającym elementy poszczególnych wyrazów/znaków (grupa niewyodrębniona przez Lina, ale przykłady takich nazw pojawiają się w materiale nazewniczym), np.

ネ 斤ネ 寿 (*qǐdǎo* 祈祷 ‘modlić się’);

言午日王 (*xǔwàng* 许旺 ‘mogący kwitnąć; Schwann (od komórek Schwanna)’;

女乃糸绿 (*nǎilǜ* 奶绿 ‘mleczno-zielony’).

- (9) Nicki będące połączeniem wyrazów chińskich i cyfr/liczb (*Hànyǔ jiā shùzì* 汉语加数字, ok. 3%), np.

7月 (*qīyuè* ‘lipiec’);

我20 (*wǒ èrshí*, dosł. ‘ja 20’, znaczenie *wǒ ài nǐ* 我爱你 ‘kocham cię’);

一起来8 (*yīqǐ lái ba* ‘przyjdźmy razem’);

8离8弃 (*bā lí bā qì*, znaczenie *bù lí bù qì* 不离不弃 ‘nieopuszczony, nieporzucony’);

秋天的123 (*qiūtiān de 123* ‘jesienne 123’);

颠3倒4 (*diān 3 dǎo 4* ‘skonfudowany 3, zdezorientowany 4’).

- (10) Nicki będące połączeniem wyrazów chińskich i symboli (*Hànyǔ jiā fúhào* 汉语加符号, ok. 3%), np.

依然姗姗♥ (*yīrán shānshān♥* ‘wciąż wolno iść’);

明天→_→你好 (*míngtiān →_→ nǐhǎo* ‘jutro →_→ dzień dobry’);

♀→傻丫頭 (♀→*shǎ yātou* ‘głupia dziewczucha’).

- (11) Nicki będące połączeniem wyrazów obcych i liczb (*wàiyǔ jiā shùzì* 外语加数字, ok. 2%), np.

sky100;
summer00;
love2011.

- (12) Nicki będące połączeniem wyrazów obcych i symboli (*wàiyǔ jiā fúhào* 外语加符号, ok. 3%), np.

October♫;
Darry & Ring;
Eve ˘;
~ Mrscrazy.

- (13) Nicki będące połączeniem liczb i symboli (*shùzì jiā fúhào* 数字加符号, ok. 2%), np.

0❀0;
100%;
1—1.

- (14) Nicki jako formy mieszane wieloelementowe (*záróuxíng* 杂糅型, ok. 10%), łączące wyrazy chińskie, wyrazy obce, akronimy, symbole, liczby itp., forma zbliżona (jeśli nie tożsama) z „wyrazami marsjańskimi”. W portalach komiksowych nicki mieszane wieloelementowe stanowią ok. 30%. W pracy Lina w tej grupie nazw znalazły się np.

~o 蔡嘸TEL 話;
浅挚绊离兮■ c2;
Mr∨ 節哀, 兜兜@囡糖;
---個囚✕ 兩輩孑;
■ autumn宝;
Sunny@R;
■ 右瞳Left Eyes.

5. KATEGORIE ZNACZENIOWE PSEUDONIMÓW INTERNETOWYCH

Nicki różnią się pod względem znaczenia (pól semantycznych), różnią się także pod względem semantycznej wyrazistości czy transparenacji. Znaczenie

niektórych jest dostępne wprost, znaczenia innych można się domyślić bądź do niego dociec, np.

- o 蔡嘯TEL話 (można skojarzyć z *zhōngdiǎnzhàn* 終點站 ‘stacja końcowa’, czyli może ‘telefoniczna stacja końcowa’);
- oO 小淘氣あ (można zrozumieć jako *xiǎo táoqì* 小淘氣 ‘łobuziak’).

Wiele nazw nadal pozostaje zagadką.

Lin (7-8) podzielił pseudonimy internetowe między trzy wielkie kategorie semantyczne, obejmujące świat fizyczny, psychiczny i społeczny, przy czym za należące do kategorii świata psychicznego uznał 197 nicków (ok. 71%). Tym niemniej przy dokładniejszej analizie wydzielił pięć grup semantycznych nicków, zebranych w pracy i dających się określić treściowo (278 z ogólnej liczby 350 nicków). Wiele pseudonimów można zaliczyć do kilku grup. Wydzielone przez Lina kategorie semantyczne zostały przedstawione poniżej.

- (1) Nicki związane z nazwą ludzi, zwierząt czy roślin (*guānlián rénmíng, dòngzhíwù míng* 关联人名, 动植物名), np.

- 小汐 (*xiǎo Xī* ‘mały Xi [nazwa osobowa]’, *xiǎo xī* ‘mały nocny przypływ’);
- 菠菜 (*bōcài* ‘szpinak’);
- 河畔一朵花 (*hépàn yīduǒ huā* ‘kwiat na brzegu rzeki’);
- 孔雀哥哥 (*kǒngquè gēge* ‘starszy brat paw’);
- 李四 (*Lǐ sì* ‘czwarty Li [nazwa osobowa]’).

- (2) Nicki opisujące różne zjawiska (*miáoshù xiànxìàng* 描述现象), np.

- 潇雨 (*xiāoyǔ* ‘czysty deszcz’);
- 晨露未晞 (*chénlù wèixī* ‘poranna rosa bez świtu/światła’);
- 梦一样自由 (*mèng yīyàng zìyóu* ‘wolność jak sen’);
- 一一一针见血 (*yī yī yī yīzhēn-jànxiě*, dosł. ‘raz, raz, raz, raz igła zobaczyła krew’, *yīzhēn-jànxiě* 一针见血, dosł. ‘igła zobaczyła krew’, idiom. ‘dotrzeć do sedna’);
- 黑空中 (*hēi kōng zhōng* ‘w czarnej pustce’).

- (3) Nicki związane z kulturą masową, odnoszące się do filmów, kreskówek, muzyki, mody, produktów (*zhǎnxiàn liúxíng wénhuà* 展现流行文化), np.

- 低调de华丽 (*dīdiào de huáli*, tytuł autobiografii Jaya Chou 周杰伦 z 2005 r.);
- 下一站幸福 (*xià yīzhàn xìngfú* ‘następny przystanek szczęście’, tytuł tajwańskiego serialu telewizyjnego z 2009 r., ang. „Autumn’s Concerto”);
- 璀璨巴黎 (*cuǐcàn Bālí* ‘błyszczący Paryż’, nazwa perfum).

- (4) Nicki odnoszące się do uczuć, emocji, stanu psychicznego (*biǎodá qíng-xù yǔ zhuàngtài* 表达情绪与状态), np.

沒人心疼 (*méi rén xīnténg* ‘nikt nie kocha’);
 久了就不需要了 (*jiǔle jiù bù xūyào* ‘dłużej to już nie warto’);
 不如不愿 (*bùrú bùyuàn* ‘lepiej nie pragnąć’);
 ☆你別跑! (☆ *nǐ bié pǎo!* ‘nie biegnij/nie uciekaj’);
 有钱我怕谁 (*yǒu qián wǒ pà shéi* ‘kogo by się bać, kiedy ma się pieniądze’);
 想死趁现在 (*xiǎng sǐ zhēn xiànzài* ‘chcąc umrzeć, ceń terażniejszość’);
 吃饭饭睡觉觉 (*chīfànfan shuìjiào* ‘jeść, jeść, spać, spać’).

- (5) Nicki związane z charakterem nosiciela (*zhāngyáng gèxìng* 张扬个性), często ekspresywne czy humorystyczne, np.

妞 (*niū* ‘dziewucha’);
 九尾狐 (*jiǔwěi hú* ‘lis o dziewięciu ogonach; szczwany lis’);
 懶啪啪 (*lǎn pāpā* ‘leniwy bum bum [onomatopeja]’);
 小小小傢伙 (*xiǎo xiǎo xiǎo jiāhuo* ‘mały, mały, mały koleś’);
 嚕嚕嚕嚕嚕嚕 (*lū lū lū lū lū lū* ‘gadatliwy [onomatopeja]’);
 內心六歲的大學生 (*nèixīn liùsù de dàxuéshēng* ‘wewnętrznie sześcioltni student’);
 可可愛, 沒有腦袋 (*kěkě ài, méiyǒu nǎodai* ‘bardzo sympatyczny i bez rozumu’).

Nicki internetowe niosą pewną informację o swoim nosicielu, ale też wywołują (lub mają wywołać) u chińskiego odbiorcy określone wrażenie, np.

小不点 (*xiǎobùdiǎn* ‘maleńki/ka’) – może wywołać czułość;
 九尾狐 (*jiǔ wěi hú* ‘lis o dziewięciu ogonach; szczwany lis’) – może kojarzyć się z silnym, przedsiębiorczym mężczyzną’;
 拌城煙沙” ㄟ_染指流年 (*bànchéng yānshā ” ㄟ_ rǎnzhǐ liúnián* ‘tumany piasku spowijają miasto i oplatają ulotne chwile’) – może budzić skojarzenie z młodym, wrażliwym, sentymentalnym człowiekiem.

6. NICKI A KULTURA I CENZURA CHIŃSKIEGO INTERNETU

Tradycyjnymi wartościami chińskiego społeczeństwa mają być umiarkowanie, skromność, harmonia, szacunek dla tradycji. Według Lina (9-10) tych wartości wyraźnie brakuje w analizowanych pseudonimach internetowych chińskich internautów. Nicki są często krzykliwe, wyzywające, samo-

chwalcze zarówno pod względem treści, jak i formy. Jako przykłady ilustrujące tę opinię zostały podane m.in.

世界因我而不同 (*shìjiè yīn wǒ ér bùtóng* ‘świat jest inny dzięki mnie’);
 侠客书生 (*xiákè shūshēng* ‘błędny rycerz, mól książkowy, intelektualista’);
 长腿妹妹 (*cháng tuǐ mèimei* ‘długonoga młodsza siostra’);
 爷只要你 (*yé zhǐ yào nǐ* ‘dziadek chce tylko ciebie’);
 会飞的鱼 (*huì fēi de yú* ‘potrafiąca latać ryba’);
 吃花的兔子 (*chī huā de tùzi* ‘królik spożywający kwiaty’);
 ---個囡 ✖ 兩輩了,
 ツ+_Tian.

Pseudonimy internetowe, jako nieodrodny element i produkt chińskiego języka Internetu, bywały oskarżane o propagowanie niezdrowej kultury, odrealnienie kontaktów międzyludzkich, rozprzestrzenianie pornografii i większe przyzwolenie dla obsceniczności. Zaczęto je, tak jak i treści chińskiego Internetu, poddawać cenzurze. Od marca 2015 r. obowiązuje w ChRL nowe rozporządzenie regulujące nazwy użytkowników Internetu (*Hùliánwǎng yònghù zhànghào míngchēng guǎnlǐ guīdìng* 互联网用户账号名称管理规定) („Hùliánwǎng”). W chińskim Internecie można używać pseudonimów internetowych, o ile przestrzega się m. in. niżej wymienionych zasad.

- (1) Publikowane treści nie zagrażają bezpieczeństwu i jedności państwa, nie zawierają tajnych informacji, nie obrażają żadnej grupy etnicznej.
- (2) Pseudonim nie „promuje” pornografii, przemocy czy narkotyków lub hazardu.
- (3) Pseudonim nie stanowi danych innej osoby lub instytucji (zakaz podsywania się pod cudzą tożsamość).
- (4) Niezależnie od tego, czy użytkownik posługuje się prawdziwym imieniem i nazwiskiem czy pseudonimem, musi udostępnić swoje dane osobowe, a serwis internetowy ma obowiązek zweryfikować prawdziwość danych.
- (5) Internauci, aby móc skorzystać z niektórych serwisów, będą musieli zobowiązać się do przestrzegania „zasad prawa, socjalistycznego systemu politycznego, społecznej moralności oraz prawdy”.

Serwisy internetowe wcielające w życie powyższe przepisy to m.in. Tencent Holdings (QQ, WeChat), Weibo Corp. (Weibo).

Chińskie nicki w ostatnich latach, co wydają się potwierdzać zebrane pseudonimy ze stron komiksowych ([Portal komiksowy 1]; [Portal komiksowy 2]; [Portal komiksowy 3]), stały się mniej „odlotowe”, praktycznie zniknęły wyrazy marsjańskie, natomiast elementy dominujące to chińskie znaki/wyrazy, liczby, symbole (emotikony), przy czym często są to formy mieszane, np. znaki chińskie i liczby czy symbole.

PODSUMOWANIE

W niniejszym artykule omówiono cechy charakterystyczne chińskich pseudonimów internetowych, wykorzystywanych do aktywnego korzystania z usług chińskiego Internetu, szczególnie czatów i portali społecznościowych. Ukazano znaczne zróżnicowanie wykorzystywanych form pseudonimicznych, co wiąże się zarówno ze specyfiką języka chińskiego jako tworzywa dla nicków, chętnym korzystaniem w chińskim Internecie z wyrazów i symboli obcojęzycznych, jak też z kreatywnością i indywidualną inspiracją nazewniczą chińskich internautów. W artykule przedstawiono, opierając się na opracowaniu Lina (1-11), 14 różnych kategorii formalnych chińskich pseudonimów oraz 5 kategorii semantycznych, ilustrując je wieloma przykładami. Wydaje się, że po latach twórczych eksperymentów z pseudonimami internetowymi, a także wraz z nowymi rozporządzeniami cenzury chińscy internauci aktualnie tworzą nicki krótsze i mniej skomplikowane, ale niepozbawione fantazji.

BIBLIOGRAFIA

- „Alibaba Group”. *Wikipedia*, en.wikipedia.org/wiki/Alibaba_Group. Dostęp 20.09.2021.
- „Baidu”. *Wikipedia*, en.wikipedia.org/wiki/Baidu. Dostęp 20.09.2021.
- Chrzyżyński, Tomasz. „Tendencje w tworzeniu pseudonimów internetowych przez użytkowników polsko- i angielskojęzycznych: analiza porównawcza”. *Media – Kultura – Komunikacja społeczna* nr 5, 2009, ss. 117-130.
- Crystal, David. *Language and the Internet*. Cambridge University Press, 2001, publikacja online 2012, *Kashan University of Medical Sciences*, medicine.kaums.ac.ir/uploadedfiles/files/language_and_the_internet.pdf. Dostęp 15.09.2021.
- Czopek-Kopciuch, Barbara. „Nick – nowa kategoria antroponimiczna?”. *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. Kazimierz Michalewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2004, ss. 106-111.
- Grzenia, Jan. *Komunikacja językowa w Internecie*. Wydawnictwo Naukowe PWN, 2012.
- Herring, Susan C. „Introduction”. *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspective*, red. Susan C. Herring, John Benjamins Publishing Company, 1996, ss. 1-10. *Indiana University*, ella.slis.indiana.edu/~herring/cmc.intro.1996.pdf. Dostęp 17.09.2021.
- „How web-connected is China?”. *ChinaPower*, chinapower.csis.org/web-connectedness/. Dostęp 20.09.2021.
- „Huìliánwǎng yònghù zhànghào míngchēng guǎnlǐ guīdìng 互联网用户账号名称管理规定”. *Cyberspace Administration of China*, www.cac.gov.cn/2015-02/04/c_1114246561.htm. Dostęp 30.09.2021.
- „Huǒxīngwén 火星文”. *Wikipedia*, zh.wikipedia.org/wiki/%E7%81%AB%E6%98%9F%E6%96%87. Dostęp 13.05.2020.

- Kałużyńska, Irena. *Contemporary Chinese Place Names. Names of Administrative Divisions at County and City Level*. Schweizer Asiatische Studien, Monographien, t. 33. Peter Lang AG, 2002.
- Kałużyńska, Irena. *Chinese Female Namings. Past and Present*. Wydawnictwo AGADE, 2008.
- Lin, Gang. „Analysis of Net ID in the Perspective of Social Linguistics”. *Modern Linguistics* nr 3, 2015, ss. 1-11 [林纲, „社会语言学视野下的网名分析”. *现代语言学*, nr 3, 2015, ss. 1-11. *Hans Publishers*, www.hanspub.org/journal/PaperInformation.aspx?paperID=14754. DOI: dx.doi.org/10.12677/ML.2015.31001.
- Naruszewicz-Duchlińska, Alina. „Pseudonimy internetowe (nicknames) jako forma autoreklamy”. *Prace Językoznawcze* z. 5, 2003, ss. 85-98.
- Siwiec, Adam. „Pseudonimy internetowe *vel* nicki – charakterystyka onomastyczna i uzus”. *Roczniki Humanistyczne* t. 62, z. 6, 2014, ss. 101-122.
- „Liczba internautów w Chinach przekroczyła miliard”. *Komputer Świat*, www.komputerswiat.pl. Dostęp 30.09.2021.
- [Portal komiksowy 1]. www.zymk.cn. Dostęp 29.09.2021.
- [Portal komiksowy 2]. m.kuaikanmanhua.com/mobile/comics/386995/. Dostęp 29.09.2021.
- [Portal komiksowy 3]. m.dm5.com. Dostęp 29.09.2021.
- Roczek, Agata. *Analiza chińskiego języka internetowego – wybrane zagadnienia*, niepublikowana praca magisterska, 2020, Zakład Sinologii, Wydział Orientalistyczny Uniwersytetu Warszawskiego.
- „Sina Business Overview”. *Sina*, ir.sina.com/business-overview. Dostęp 20.09.2021.
- „Tencent QQ”. *Wikipedia*, en.wikipedia.org/wiki/Tencent_QQ. Dostęp 20.09.2021.
- „Top 10 Most Popular Websites in China”. *ChinaWhisper*, www.chinawhisper.com/top-10-most-popular-websites-in-china. Dostęp 20.09.2021.

CHIŃSKIE PSEUDONIMY INTERNETOWE

Streszczenie

Najpopularniejszym sposobem komunikowania się w Internecie pozostaje prowadzenie „konwersacji pisanej”. Użytkownicy, aby zalogować się do danego systemu internetowego, muszą wykreować i zgłosić swój pseudonim internetowy (nick, nickname). Pseudonimy internetowe charakteryzuje znaczna różnorodność, w zależności od celu i języka komunikacji czy też indywidualnych cech osobowych użytkownika. Artykuł ma na celu przedstawienie i omówienie zagadnienia chińskich pseudonimów internetowych, mających swoje cechy charakterystyczne, wynikające ze specyfiki chińskiego języka, chińskiej kultury nazewnictwa i chińskiego Internetu. Analiza obejmuje różne formy nicków i ich cechy semantyczne. Do badań wykorzystano materiał nazewnictwa zgromadzony przez chińskich i zachodnich badaczy.

Słowa kluczowe: komunikacja internetowa; język Internetu; Internet w Chinach; chiński pseudonim internetowy; nick.

ONLINE PSEUDONYMS IN CHINA

S u m m a r y

Chatting as a kind of the written conversation is, by far, the most popular way to communicate with other users of the Internet. To enter a chat, a person is required to create and register an Internet user ID (net ID, a nickname). Depending on a person's need, communicative style or character traits, individual online pseudonyms may vary substantially. The main purpose of this paper is to discuss the distinctive features of net pseudonyms in China, related to the specifics of the Chinese language and Chinese naming conventions. Both the formal and semantic features of pseudonyms are analysed. The analysis has been based on the name research material collected by Chinese and western researchers.

Keywords: Internet communication; Internet language; Internet in China; Chinese online pseudonym; nickname.