

Научная статья

УДК 81

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-4-142-155

К вопросу о виртуальном ономастическом пространстве (на примере имен виртуальных ассистентов)

Мария Николаевна Дубинина

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Москва, Россия

mdubinina@hse.ru, <https://orcid.org/0009-0006-3477-5543>

Аннотация

Статья посвящена исследованию виртуальных онимов, в частности имен виртуальных ассистентов. Актуальность исследования обусловлена тем, что язык виртуального пространства представляет собой особую лингвокультурную систему. Появляются новые объекты, требующие идентификации. Имена собственные виртуального пространства (виртуальных помощников, чат-ботов, виртуальных агентов) обладают не только номинативной функцией. Реализуя номинативную функцию, национальные и международные компании преследуют определенные цели, а именно сделать имя простым, запоминающимся, уникальным, но в то же время имена виртуальных ассистентов обладают определенным культурным и национальным колоритом. Цель исследования заключается в анализе и попытке классификации существующих имен виртуальных помощников, уточнении терминологического аппарата. Материалом исследования стали имена виртуальных помощников, работающих на российском и зарубежном рынках. Полученные результаты дополняют представления о развитии ономастики виртуального пространства. В заключении подтверждается мысль о том, что имена виртуальных ассистентов являются структурным элементом ономастического пространства виртуальной информационной среды. Было выявлено, что имена голосовых помощников обладают определенной имплицитностью, чаще подчеркивают социальное, лингвокультурное своеобразие. Также можно отметить активное использование имен известных литературных персонажей, экзотизмы, неологизмы. Теоретическая значимость исследования заключается в углублении представлений о современном виртуальном ономастическом пространстве. Практическая значимость состоит в демонстрации основных тенденций нейминга голосовых помощников, что может найти отклик у маркетологов и разработчиков виртуальных помощников.

Ключевые слова

интернет-лингвистика, интернет-дискурс, виртуальный помощник, ономастика, оним, андройдоним

Для цитирования

Дубинина М. Н. К вопросу о виртуальном ономастическом пространстве (на примере имен виртуальных ассистентов) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 4. С. 142–155. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-4-142-155

© Дубинина М. Н., 2024

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 4
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2024, vol. 22, no. 4

On the Issue of Virtual Onomastic Space (on the Example of the Names of Virtual Assistants)

Maria N. Dubinina

HSE University
Moscow, Russia Federation

mdubinina@hse.ru; <https://orcid.org/0009-0006-3477-5543>

Abstract

This article is devoted to the study of virtual onyms, in particular, the names of virtual assistants. The relevance of the study is due to the fact that virtual space language is a special linguistic and cultural system. New objects that appear, require identification. Proper names of virtual space (virtual assistants, chat bots, virtual agents) do not have a nominative function only. While giving names to virtual assistants, national and international companies try to make these names simple, memorable, unique, and special – with a certain cultural and national flavor. The purpose of our research is to analyze and make an attempt to classify the existing names of virtual assistants as well as clarify this type of terminology. The research material was the names of virtual assistants working in the Russian and foreign markets. The results obtained complement our understanding of the development of onomastics in virtual space. The paper confirms the idea that the names of virtual assistants are structural elements of the onomastic space of the virtual information environment. We have found that the names of voice assistants have a certain implicitness and often emphasize social and linguocultural uniqueness. One can also note the active use of the names of famous literary characters, exotisms, and neologisms. The theoretical significance of the study lies in enriching our knowledge of modern virtual onomastic space. The practical significance is in demonstrating the main trends in the naming of voice assistants, which may resonate with marketers and virtual assistant developers.

Keywords

Internet linguistics, Internet discourse, virtual assistant, onomastics, onym, androidonym

For citation

Dubinina M. N. On the Issue of Virtual Onomastic Space (on the example of the names of virtual assistants). *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 4, pp. 142–155. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-4-142-155 (in Russ.)

Введение

Повсеместной тенденцией взаимодействия человека с виртуальной реальностью является наделение ее человеческими чертами. Антропоморфность проявляется во многих аспектах: от создания антропоморфного визуального образа до наделения виртуальной платформы личностными качествами. Интегрированные в ежедневную реальность виртуальные помощники обладают голосом, а пользователи ждут от них эмпатии и проявления эмоций. Так, китайские исследователи, проводя анализ запроса пользователей в персонализированном дизайне интеллектуального автомобильного голосового помощника, выявили некоторые предпочтения и спроектировали четыре сценария общения пользователя с голосовым помощником: общение с другом, общение со страшим, общение со слугой, общение с поклонником [丁, 张, 刘, 宋, 2023]. Таким образом, пользователь бессознательно адаптирует сценарии определенных социальных практик во взаимоотношениях с машинами. Особенности данного взаимодействия рассматриваются в рамках теории «компьютеры как социальный субъект» (computers as social actors (CASA)), которая предполагает, что люди относятся к средствам массовой информации и компьютерам как к реальным людям, применяя сценарии взаимодействия с людьми к ситуациям взаимодействия с технологиями [Gambino, Fox, Ratan, 2020. С. 71]. В последнее время взаимодействие человека и компьютера в рамках данной парадигмы расширяется, так как, приобретая за последние десятилетия богатый опыт взаимодействия с технологиями, люди могут реализовывать разработанные ими сценарии и скрипты, специфичные только для данных существ [Gambino, Fox, Ratan, 2020. С. 72]. В то же время исследователи трактуют виртуальных

помощников как социальных субъектов, участвующих в коммуникации в контексте реальных онлайн-сервисов [Munnukka, Talvitie-Lamberg, Maity, 2022].

Интернет стал полем общения не только человека с человеком. Но и человека с виртуальной сущностью, с машиной, т. е. компьютер не только опосредует наше взаимодействие, а превращается в полноценного коммуниканта. В результате вопрос уровня восприятия и близость взаимодействия с машинами стоит достаточно остро. Задача как сделать процесс более естественным стоит перед разными областями науки и техники. Технологии гуманизируются, приобретая человеческий голос, имя, обличие [Хусяинов, 2020]. С одной стороны, исследователи приходят к выводу, что «внешние характеристики робота во многом определяет личностное отношение к нему и характер дальнейшего взаимодействия» [Киселева, 2018. С. 34]. С другой стороны, проводятся исследования психолингвистических механизмов наделения виртуальных собеседников человеческими чертами [Андренко, 2023]. Так, очень часто разработчики не просто представляют в качестве продуктов голоса виртуальных помощников, а сопровождают их характеристиками. Например, голосовой помощник 小艺 от китайской компании Huawei обладает четырьмя голосами: тактичный, ясный, энергичный мужской голос; интеллигентный, утонченный, спокойный женский голос; чистый и мелодичный голос юной девушки; простодушный и очаровательный детский голос [吴, 2023. С. 98].

Большое внимание уделяется коммуникативным способностям и лингвистическим навыкам виртуальных помощников с позиции фонетики, семантики, грамматики, прагматики и других аспектов [吴, 2023; 杨, 2022; Морозова, 2021; Корбут, 2021; Нестерова, 2019; Habler, Schwind, Henze, 2019]. И это не случайно. Появляются модели, как, например, смарт-колонка от Amazon, которая демонстрирует хорошие манеры, благодарит и способна различить грубость и вежливую форму запроса [Хусаинов, 2020. С. 62]; другие подобные модели пытаются шутить, подбодрить, поддержать беседу, сменить тему разговора. Ю. П. Киселева полагает, что «восприятие роботом мира должно быть приблизительно равно восприятию мира человеком, он должен адекватно реагировать на модификацию окружающей обстановки и действия человека, быть коммуникабельным, обучающимся и максимально приближенным к человеку в своем поведении» [Киселева, 2018. С. 34]. Данные исследования перекликаются с рядом работ, направленных на разграничение и выявление преимуществ социально ориентированной коммуникативной стратегии (повседневное неформальное общение: приветствие, смолток и т. д.) и задача-ориентированной коммуникативной стратегии (достаточно формальное общение для достижения определенных функциональных целей). Наблюдения показывают, что пользователи используют комбинацию как социальных, так и ориентированных на задачи высказываний в своих разговорах с виртуальными помощниками [Chattaraman, Kwon, Gilbert, Ross, 2019].

В то же время исследования указывают на то, что для пользователя пока остается сложным однозначно категоризировать виртуального помощника как «humanlike» или «object-like» [Pradhan, Findlater, Lazar, 2019]. Однако придание механизму антропоморфных черт или социальных сигналов позволяет указать на предрасположенность к взаимодействию с данным механизмом. Ряд исследователей разработали систему, которая классифицирует подобные социальные сигналы по четырем основным категориям и десяти подкатегориям, а именно:

- вербальные сигналы: содержание, стиль;
- визуальные сигналы: кинесика, проксемика, внешний вид агента (виртуального помощника), сигналы компьютерной коммуникации (визуальные элементы, которые могут дополнять или изменять значение текстового сообщения);
- аудитивные сигналы: особенности голоса, вокализации;
- невидимые сигналы: хронемика, гаптика [Feine, Gnewuch, Morana, Maedche, 2019].

На наш взгляд, еще один фактор является немаловажным, а именно, присвоение имени. Психологически комфортнее общаться с тем или чем, что обладает именем. Таким образом, от универсальных феноменов виртуальные помощники переходят на уровень персонализиро-

ванных существ. Более того, тенденция номинации виртуальных помощников демонстрирует черты персонализации и использования социокультурных единиц.

Еще один фактор, оказывающий влияние на развитие искусственного интеллекта и номинацию виртуальных помощников, – это стереотипы. В 2019 г. ЮНЕСКО выпустил доклад «I'd blush if I could: closing gender divides in digital skills through education», одна из глав которого затрагивает вопросы роста гендерированного ИИ. Само название I'd blush if I could – это ответ, который дала голосовой помощник Сири на неприличный комментарий в ее сторону. В 2021 г. были опубликованы рекомендации¹, в которых оговариваются некоторые аспекты использования искусственного интеллекта, включая вопросы гендера, культуры, образования, коммуникации, персональных данных. Китайский исследователь Ван Шуван указывает на тенденцию феминизации голосовых помощников с искусственным интеллектом. По его наблюдениям, отсутствие эмоций – это тот фактор, который ограничивает развитие искусственного интеллекта. По мере того как искусственный интеллект приближается к продвинутому уровню, у него будет все больше и больше эмоциональных требований, а использование женских персонажей и голосов в голосовых помощниках – доказательство победы чувств над разумом [王, 2021. С. 107]. Данное предположение подтверждается исследованием, которое было направлено на установление факторов, оказывающих существенное влияние на уровень доверия. Ими оказались стиль речи, пол голоса, скорость и высота голоса. Как продемонстрировали данные эксперимента, высокий уровень тональности и высокая скорость, женские голоса и ориентированный на задачу стиль речи помощников с наибольшей вероятностью завоевывают доверие участников эксперимента [Xiong, Yu, Liu, 2024].

Стоит отметить, что разработчики не останавливаются на одном ассистенте, а разрабатывают целые семейства. Обратим внимание на употребление слова семейства, что отсылает нас к стремлению гуманизировать виртуальное пространство, помочь человеку все больше интегрироваться в него психологически. Так, имя голосового ассистента Салют от Сбера несет в себе положительную ассоциацию приветствия. А в нем живут три персонажа с разными характерами: вежливый, дружелюбный, эрудированный, скромный, обращающийся к пользователю на «Вы» Сбер; деловая, педантичная, эффективная, обращающаяся к пользователю на «Вы» Афина и веселая, обращающаяся к пользователю на «ты» Джой.²

Более того, запуск голосового помощника начинается не с нажатия кнопки, а обращения к нему. Например, чтобы запустить голосового помощника Олега от Тинькофф нужно сказать: «Привет, Олег» или «Слушай, Олег», а для начала взаимодействия с голосовым помощником Алиса от Яндекс можно сказать: «Алиса, давай поболтаем!»

Согласно документам ЮНЕСКО, виртуальные помощники подразделяются на голосовые помощники, чат-боты и виртуальные агенты. Будучи органичной частью виртуального пространства, виртуальные помощники становятся неотъемлемой частью и нашей повседневной жизни. Значительный интерес представляет изучение их языковых и лингвокультурных особенностей, а имена виртуальных помощников представляют собой особый структурный элемент виртуального ономастического пространства. Таким образом, цель нашей работы заключается в исследовании закономерностей способов номинации виртуальных помощников, в выявлении их основных номинативных и коннотативных признаков. Теоретической базой работы послужили исследования онимов с точки зрения современных тенденций ономастики, социолингвистики и маркетинга. Используемые методы исследования включают метод сплошной выборки в сочетании с социолингвистическими и лингвокультурологическими методами исследования.

¹ Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence [Электронный ресурс]. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137> (дата обращения: 18.12.2023).

² Салют – виртуальный ассистент с искусственным интеллектом [Электронный ресурс]. URL: <https://salute.sber.ru/> (дата обращения: 10.12.2023).

Оним в виртуальной реальности

Совокупность онимов виртуального пространства представляет собой сложную неустоявшуюся систему, на которую оказывают влияние как лингвистические, так и экстралингвистические факторы. По мнению А. В. Зубаревой, система сетевых имен является самостоятельным, подчиненным особой логике «доменом» внутри национального и глобального ономастиконов [Зубарева, 2018. С. 115]. И. А. Подюков приходит к выводу, что виртуальная ономастика исследует имена, обозначающие мыслимых, но не существующих в реальности существ, предметов и явлений. По мнению автора, виртуальная ономастика имеет несколько траекторий исследования, а именно, изучение именованных в произведениях фольклора, религиозных текстах, текстах жанра «фэнтези» и интернет-пространстве [Подюков, 2019].

Виртуальное ономастическое интернет-пространство представлено названиями сайтов, доменов, электронных адресов, логинами. Вопросам онимов виртуального пространства посвящено несколько направлений исследований, включающих рассмотрение виртуальных антропонимов [Аникина, 2012;], e-mail ономастики [Сон, 2012; Зененко, Сон, 2021], никонимов [Зубарева, 2018; Зимина, Саварцева, 2014; Гудым, 2014], мононимов китайского интернет-пространства [Енин, 2021], сайтонимов [Дальдинова, Бураева, 2023]. Согласно исследованиям Л. П. Сон (автор рассматривает виртуальные имена собственные пользователей e-mail), виртуальное имя может быть определено как концепт, оно становится именем нарицательным и интегрирует в себе номинативную и коннотативную функции [Сон, 2012. С. 125]. В дальнейшем исследовании Н. В. Зененко и Л. П. Сон указывают, что «формирование виртуального образа для ведения той или иной коммуникации начинается с выбора виртуального имени, которое берет на себя нагрузку «первого впечатления», которое мы получаем от той или иной виртуальной личности» [Зененко, Сон, 2021. С. 88]. Ярким примером подобного восприятия становится имя голосового помощника Alexa от Amazon. С одной стороны, Alexa – это довольно часто встречаемое и узнаваемое имя; с другой стороны, имя голосового помощника по замыслу создателей Amazon отсылает пользователей к Александрийской библиотеке.³ Таким образом, возникает ассоциация с ученостью, интеллектуальностью, ведь по своей значимости Александрийская библиотека превосходила все другие.

Национальный и культурный факторы не менее важны в выборе имени. Так, всем известен российский помощник Маруся, а в Казахстане занимаются разработкой голосового интеллектуального помощника Галия [Богуспаев, Самсоненко, Жумагали, Азимбаева, 2022].

Значимость выбора имени виртуального помощника можно приравнять к важности выбора имени для родившегося человека, а данный процесс может обладать определенной сакральностью. Например, по мнению Г. Б. Мадиевой и В. И. Супрун, русский антропоним обладает сакральной семантикой, а некоторые исследования указывают на связь имени с судьбой человека [Мадиева, Супрун, 2017. С. 45–46]. Таким образом, выбор имени виртуального помощника является ключевым при выпуске продукта на рынок.

Другой вопрос, которой встает на фоне увеличивающегося количества терминов ономастических объектов [Васильева, 2022], – это расширение корпуса онимов за счет категоризации виртуальной среды. Имена виртуальных помощников представляется возможным определить как периферию ономастического пространства, выступающую подклассом класса антропонимов. Представляется возможным ввести и самостоятельный термин путем сложения двух слов андроид (человекоподобный робот) и оним. Таким образом, андроидоним – это имя виртуального помощника, обладающее номинативной функцией, которое не только его идентифицирует, но и индивидуализирует.

³ Hey, Siri: How'd you and every other digital assistant get its name? [Электронный ресурс]. URL: <https://mashable.com/article/how-alex-siri-got-names> (дата обращения: 18.11.2023).

Имя голосового помощника как социокультурный маркер

Имя виртуального помощника прежде всего служит его идентификации и индивидуализации. Андроидоним – это особый класс онимов, выбор которого может зависеть от культурных, лингвистических и маркетинговых соображений, а также от того, на какую целевую аудиторию ориентирован виртуальный помощник. Внешняя структура (звуковая и графическая) андроидонима может ничем не отличаться от антропонима. Но андроидоним всегда вторичен, так как давать имена и названия в современном обществе остается привилегией человека. В связи с этим содержательная структура андроидонима требует более внимательного рассмотрения, так как сочетает в себе номинативную и коннотативную функции.

Выбор имени виртуального ассистента обуславливается несколькими факторами. Во-первых, важным является удобство произношения. Оно должно обладать хорошей слышимостью и четко распознаваться в разговоре. Во-вторых, желательно, чтобы имя виртуального ассистента обладало уникальностью и не пересекалось с другими широко используемыми словами или именами. В-третьих, если компания планирует вывести продукт на международный рынок, необходимо предусмотреть возможность адаптации и успешного использования голосового помощника в разных странах. В-четвертых, необходимо проанализировать возможности различных ассоциаций. Так, считается, что выбор женского имени и голоса может гарантировать обеспечение более естественного и комфортного взаимодействия.

Одним из самых первых виртуальных помощников является Siri, который пытался предложить советы и подсказки, основываясь на том, что пользователь вводил в документ. Имя этого помощника произошло от его формы, напоминающей бумажную скрепку. Сегодня данный анимированный персонаж от Microsoft Office потерял свою актуальность.

В корпусе имен виртуальных помощников в основном представлены имена однословные. Редко, но встречаются примеры сложения. Например, имя Clova от компании LINE происходит от сочетания слов cloud (облачный сервис) и voice assistant (голосовой помощник), подчеркивая возможности функционирования голосового помощника в облачной среде. Другим примером словообразования является имя виртуального чат-бота Xiaoice от Microsoft. Имя Xiaoice образовалось путем сложения китайского слова 小 (Xiao) и английского слова ice, что в переводе на русский язык означает «маленький лед». Более того, для имен китайских виртуальных помощников характерно использование иероглифа 小 (маленький): 小艺, 小爱, 小度, 小布, 小欧, 小冰. Для наименования другого голосового помощника китайской компании Tencent использован ономастоп 叮当 (Dingdang), что на китайском языке обозначает звук колокольчика, что может ассоциироваться с игривостью, весельем и детской радостью. Встречаются примеры акронимов. Имя виртуального помощника SARA, представленного на Всемирном экономическом форуме, образовано из начальных букв Socially Aware Robot Assistant и произносится как единое целое. Другими подобными примерами могут служить наименование виртуального помощника SOVA, которое расшифровывается как Smart Open Virtual Assistant, и имя CALO, которое расшифровывается как Cognitive Assistant that Learns and Organizes. Нередко в номинации голосовых помощников наблюдаются формы диминутива: Макс на Госуслугах, помощник Женя от министерства ЖКХ, Маша от Дипвойс. В некоторых названиях виртуальных помощников восточных стран наблюдается сокращение слова до одной начальной буквы: виртуальный голосовой помощник S Voice от компании Samsung или 小 v от китайской компании смартфонов Vivo.

Интересны случаи адаптации имен виртуальных ассистентов, когда возникает потребность сосуществования национальной и международной версий. Так, голосовой помощник 小艺 (Xiao Yi) от Huawei получил свое название в честь системы EMUI. То есть в национальном имени используется уменьшительно-ласкательный префикс 小 (Xiao) и буква E. В то же время иероглифический образ имени несет отсылку к системе образования молодых аристократов, знанию шести искусств: этикета, музыки, стрельбы, управления колесницей, каллигра-



Мем о сотруднике Жэка
Meme about the worker in housing
and communal services

фии и счета.⁴ Имя виртуального помощника, используемого на устройствах Huawei в международных версиях, звучит как Celia.

Другим интересным примером нейминга виртуального помощника является 灵犀语音助手 (Lingxi Voice Assistant). Создатели используют имя 灵犀 (língxī), которое буквально означает пронизывающий рог носорога. Согласно древним легендам, рог носорога является очень чувствительным, а поэт эпохи Тан Ли Шаньинь использовал данный образ в своем произведении, дав начало метафоре о родстве душ и понимании друг друга без слов – 心有灵犀 (родство душ)⁵. Можно предположить, что создателями данное имя выбрано с целью убедить потребителя в том, что данный виртуальный помощник интуитивно понимает запросы пользователя.

Иногда мотивированность нейминга виртуального помощника сложно обосновать. Так, Александра – виртуальный помощник общественного транспорта Москвы⁶, имя которого предположительно может являться отсылкой к знаменитому фильму «Москва слезам не верит». В целом, выбор имени для голосового помощника – это многогранный процесс, который учитывает не только технические аспекты, но и психологию восприятия и взаимодействия с человеком.

В ходе исследования нами были проанализированы имена виртуальных помощников. Опираясь на исследования в области ономастики [Суперанская, 2007; Щербак, 2012], мы выделили основные группы андройдонимов (см. таблицу). Также нами была выделена категория «иные», так как, на наш взгляд, некоторые андройдонимы не представляется возможным отнести к какой-либо категории в силу сложности однозначной интерпретации или неясности значения.

В самой многочисленной группе андройдонимов, образованных от антропонимов, можно выделить подклассы, например, имен, образованных от реальных имен *создателей продукта*. Так, Олег от Тинькофф, виртуальный голосовой помощник в сфере финансов и лайфстайл-услуг, назван в честь российского бизнесмена, основателя «Тинькофф банка». Watson от IBM – это имя, данное платформе и технологии искусственного интеллекта в честь Томаса Дж. Уотсона, основателя IBM. Виртуальный помощник предоставляет возможности распознавания речи, понимания естественного языка, обработки данных и создания персонализированных взаимодействий с пользователями. С другой стороны, использование данного имени простым потребителем, не знакомым с историей компании, может породить ассоциации и с литературным персонажем из произведений Сэра Артура Конан Дойля о Шерлоке Холмсе и докторе Ватсоне.

Стоит отметить, что имена помощников часто близки представителям какой-либо культуры. Нами уже упоминались казахская Галия и российская Маруся. Другими примерами могут стать российский голосовой ассистент Дуся, который обладает большим количеством функций, голосовой помощник Галина от МФЦ, чат-бот Федор от МосОблЕИРЦ, чат-бот Макс от Госуслуг. Особый интерес представляют андройдонимы, ассоциирующиеся с социальными явлениями, например, имя помощника Женя министерства ЖКХ. С одной стороны, данное имя достаточно распространено. С другой стороны, существование обслуживающего предприятия

⁴ 小艺 [Электронный ресурс]. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E5%B0%8F%E8%89%BA/6061846> (дата обращения: 20.11.2023).

⁵ 灵犀 [Электронный ресурс]. URL: https://baike.baidu.com/item/%E7%81%B5%E7%8A%80/6796349?fr=ge_ala (дата обращения: 24.07.2024).

⁶ Сергей Собынин: Чат-бот Александра уже почти три года помогает пассажирам московского транспорта [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mos.ru/mayor/themes/2299/9451050/> (дата обращения: 12.07.2024).

Классификация имен виртуальных помощников

The classification of virtual assistant names

Источник	Примеры
От антропонимов	Алиса, Дуся, Ева, Маруся, Федор, Галия, Александра, Олег, Женя, Маша, Кира, Макс, Alexa, Amy, Erica, Braina, Devin, Eliza, Emily, Mycroft, Julia, Sara, Lucida, Nina, Celia, Watson, Robin, Jasper, Mitsuko, Kimi, Amelia, Zoe, Mya, Viv, Jovi
От имен персонажей компьютерных игр	Cortana
От мифонимов	Афина, Luna
От астронимов	Lyra, Gemini
От зоонимов	Hound, Otter, Fireflies, Dragon, SOVA
От имен нарицательных, указывающих на качества, черты характера	小爱同学, 小智, Джой
От имен нарицательных, указывающих на профессии	Copilot, Docus AI Doctor
От имен нарицательных, указывающих на уровень взаимоотношений	Voice Mate, Sensay
От имен нарицательных, указывающих на функцию	Calendly, Wordtune, Augment, Amazon Echo
От имен нарицательных, указывающих на организацию	Blackberry Assistant, СБЕР, Google Assistant, HiveMind
От имен нарицательных, указывающих на форму	Cubic
Иные	Dingdang, Xiaoice, Breeno, Салют, Clova, Siri, Bixby, Clova Replika, Ozlo, AliGenie, 小度, 小布, 小欧, Simsimi, YOYO, 灵犀语音助手

Жилищно-эксплуатационная контора (ЖЭК) позволяет трактовать имя Женя как имя-экзотизм, так как, оно отсылает нас к знаменитому мему о сантехнике/работнике Жэка (см. рисунок)⁷.

Представлено значительное количество андройдонимов, ассоциирующихся с *литературными или киноперсонажами*. Alice от Яндекс является отсылкой к Алисе из «Алисы в стране чудес» Льюиса Кэрролла. Создается образ дружелюбного и умного виртуального помощника, так как Алиса из «Алисы в стране чудес» известна своей любознательностью, умом и способностью помогать в различных ситуациях. Mycroft – это open-source голосовой помощник и виртуальный ассистент. Имя было выбрано в честь персонажа из произведений Сэра Артура Конан Дойля о Шерлоке Холмсе. Mycroft Holmes – старший брат Шерлока и представитель британского правительства, обладающий уникальными способностями и выдающимся интеллектом. Название «Mycroft» для голосового помощника было выбрано, чтобы подчеркнуть ассоциации с интеллектом и аналитическим мышлением, схожими с теми, которые проявляет персонаж. Имя виртуального помощника AliGenie от Alibaba может быть воспринято как соче-

⁷ [Электронный ресурс]. URL: <https://pikabu.ru> (дата обращения: 20.11.2023).

тание «Ali» (от Alibaba), что отсылает нас к восточной сказке «Али-Баба и сорок разбойников» и образу пещеры с сокровищами, и слова «Genie» (от латинского «genius» – дух, волшебный существо, воплощение силы). Такое имя подчеркивает стремление к созданию интеллектуального и волшебного помощника. Другими примерами мотивированного выбора имени являются андройдонимы, чьи имена *ассоциируются с учеными*. Eliza – это один из первых чат-ботов, созданный в 1960-х гг. для имитации разговора с психотерапевтом. Чат-бот Eliza был создан в 1966 г. Джозефом Вайценбаумом, американским компьютерным ученым. Он назвал своего чат-бота Eliza в честь Элизабет Кюблер-Росс, психиатра и психотерапевта, для создания впечатления, что чат-бот обладает некоторым уровнем «человечности» и умеет вести беседу на психотерапевтические темы.

Отдельно стоит отметить андройдоним Sara, который с одной стороны представлен женским именем, а с другой стороны, является акронимом. Более того, некоторые имена собственные подчеркивают эффект «живости» виртуальных помощников. Так, имя Viv (краткое от Vivian) имеет латинские корни и происходит от слова «vivus» (живой, живущий).

Имена андройдонимов могут иметь связь с *прецедентными явлениями виртуальной среды*. Имя Cortana голосового помощника от Microsoft было выбрано в честь искусственного интеллекта из популярной серии научно-фантастических видеоигр Halo. Имя Cortana относится к созданному образу женщины, которая служит главному герою.

Отдельно можно выделить андройдонимы, чьи имена стремятся подчеркнуть *характер и преимущества виртуального помощника*. Имя голосового помощника Xiao Ai (小爱) от Xiaomi переводится с китайского как «маленькая любовь». Выбор такого имени может быть обусловлен стремлением создать дружелюбный и привлекательный образ. Более того, полное имя голосового помощника звучит как 小爱同学. Слово «одноклассник» в имени подчеркивает дружескую и доверительную атмосферу. Hound от SoundHound – это виртуальный помощник с возможностью быстрого и точного распознавания речи. Имя было выбрано, вероятно, как ассоциация с поиском с акцентом на быстроту и точность. Чат-бот Simesi от компании ISMaker получил свое имя от корейского слова «심심이», что можно перевести как «скуучающий» или «скуучающий друг». Имя подчеркивает тот факт, что чат-бот создавался с целью предоставления развлекательного и интересного опыта общения, что включает в себя способность бота понимать и отвечать на широкий спектр разговорных тем. Duer (度秘) от Baidu был представлен пользователям как «умный секретарь». Имя состоит из двух иероглифов: иероглифа 度, что отсылает нас к названию самой компании, и иероглифа 秘 от 秘书 (секретарь). Такое имя может подчеркнуть идею знания, понимания, услужливости, опоры в делах.

Значительное количество андройдонимов обладает именем, отсылающим пользователей *к корпорации-создателю*. Google Assistant от Google представляет собой логичное продолжение и расширение бренда Google, который широко узнаваем и ассоциируется с поисковой системой, онлайн-сервисами и технологическими инновациями. Введение термина assistant (помощник) подчеркивает основное предназначение этого инструмента, а именно быть полезным помощником, способным отвечать на вопросы, выполнять задачи и предоставлять информацию на основе голосовых команд или запросов пользователя.

Многие андройдонимы обладают уникальными именами со скрытой семантикой. Например, имя Siri было выбрано командой разработчиков и маркетологов Apple как часть общей стратегии создания уникального и запоминающегося бренда. Однако есть разные предположения. Согласно первому, оно появилось благодаря норвежскому генеральному директору, так как с норвежского Siri переводится как «красивая девушка, ведущая к победе». По другой версии, одному из создателей данного голосового помощника, Адаму Чейеру, понравилось, что на суахили Siri означает «секрет»⁸. Другой пример, Vixby от Samsung, является виртуаль-

⁸ Hey, Siri: How'd you and every other digital assistant get its name? [Электронный ресурс]. URL: <https://mashable.com/article/how-alex-siri-got-names> (дата обращения: 18.11.2023).

ным помощником, встроенным в смартфоны и телевизоры. Наименование голосового помощника является частью стратегии брендинга компании, что позволяет ему выделиться и создать собственную идентичность на рынке.

Заключение

Понятие виртуальных онимов включает широкий класс объектов виртуальной среды. Виртуальные онимы не просто идентифицируют, но обладают понятийным содержанием, отражают тенденции социальной жизни и культурные преобразования.

Имена виртуальных помощников представляют собой совершенно новое явление в языке. Выделение подкласса андройдонимов – это попытка структурировать явления разрастающейся виртуальной среды. Формирование имен голосовых помощников часто зависит от множества факторов, таких как целевая аудитория, функциональность, стратегия бренда и локальные культурные особенности. Выбор яркого и ассоциативного имени важен для маркетинга и коммуникации с пользователями, чтобы подчеркнуть особенности и преимущества продукта в сфере технологий. Кроме того, выбор имен с культурными, литературными или историческими ассоциациями может добавить глубины образу виртуального помощника и создать эмоциональную связь с пользователем.

Список литературы

- Андренко К. В.** Языковые механизмы персонификации виртуального собеседника // Международная молодежная научно-практическая блог-конференция «Люди речисты-II», Ульяновск, 23–30 апреля 2023 г. / Отв. редактор Ю. А. Лобина. Ульяновск: Ульянов. гос. пед. ун-т им. И. Н. Ульянова, 2023. С. 6–11. EDN DENKJD.
- Аникина Т. В.** Виртуальный антропоним в системе современной коммуникации // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2012. № 2. С. 56–60. EDN QOYLQD.
- Богуспаев Н. Б., Самсоненко А. И., Жумагали С. Ж., Азимбаева А. А.** Интеллектуальный голосовой помощник «Галия» // Вестник Казахской академии транспорта и коммуникаций им. М. Тынышпаева. 2022. № 1(120). С. 171–175. EDN OPLKEB.
- Васильева Н. В.** Терминологическая модель с элементом -оним: ретроспектива, настоящее и будущее // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования: Сб. науч. ст. Витебск: Витеб. гос. ун-т им. П. М. Машерова, 2022. С. 8–12. EDN JWFHMH.
- Гудым Г. В.** Антропонимика Интернета // Культура. Наука. Интеграция. 2014. № 1(25). С. 73–76. EDN SWKLPN.
- Дальдинова Э. О., Буряева Т. В.** Структурная характеристика немецкоязычных сайтонимов // Вестник Исык-Куль. ун-та. 2023. № 54-2. С. 65–73. EDN CEPJSG.
- Енин С. А.** Ономастические особенности самоидентификации и стилистические функции китайских мононимов в коммуникативном интернет-пространстве Китая // Иностранные языки в современном мире: Материалы международной научно-практической студенческой конференции, Ростов-на-Дону, 02 декабря 2021 г. Ростов-на-Дону: Ростов. гос. экон. ун-т «РИНХ», 2021. С. 274–278. EDN UMENUU.
- Зененко Н. В., Сон Л. П.** Виртуальная реальность: виртуальный образ VS виртуальная личность // Казанская наука. 2021. № 1. С. 87–90. EDN XTFFEX.
- Зими́на И. И., Саварцева Н. В.** К вопросу об особенностях виртуальных антропонимов в интернет-коммуникации // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира. 2014. № 2. С. 67–72. EDN SJTRKB.

- Зубарева А. В.** Никнейм как особый тип онимов: в поисках интегрального признака // Известия Южного федер. ун-та. Серия: Филологические науки. 2018. № 4. С. 115–123. <https://doi.org/10.23683/1995-0640-2018-4-115-123>. EDN VQSOJ.
- Киселева Ю. П.** Восприятие антропоморфных роботов // Профессионализм и творчество в условиях транзитивности: Международный сб. науч. тр. Магнитогорск: Магнитогор. гос. техн. ун-т им. Г. И. Носова, 2018. С. 31–35. EDN VRZQRC.
- Корбут А. М.** Одомашнивание искусственного интеллекта: умные колонки и трансформация повседневной жизни // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 1(161). С. 193–216. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1808>. EDN TKKKDP.
- Мадиева Г. Б., Супрун В. И.** Общие проблемы ономастики // Теория и практика ономастических и дериватологических исследований: Коллективная монография памяти заслуженного деятеля науки Республики Адыгея и Кубани, проф. Розы Юсуфовны Намитоковой / Научные редакторы В. И. Супрун, С. В. Ильясова. Майкоп: Магарин Олег Григорьевич, 2017. С. 11–51. EDN XYJKQX.
- Морозова А. А.** Речевой портрет голосового помощника «Алиса» // Вестник Челябин. гос. ун-та. 2021. № 9(455). С. 95–100. <https://doi.org/10.47475/1994-2796-2021-10914>. EDN NAZZVB.
- Нестерова Т. В.** Алиса, давай поболтаем! (о вежливости и грубости в сетевом дискурсе) // Гуманитарные технологии в современном мире: Сб. материалов VII Междунар. науч.-практ. конф., Калининград, 30 мая – 01 июня 2019 г. Калининград: Западный филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2019. С. 85–89. EDN FRXHWX.
- Подюков И. А.** Ономастическое оформление картины потустороннего мира в народной культурно-языковой традиции // Вопросы ономастики. 2019. Т. 16, № 3. С. 125–139. https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2019.16.3.035. EDN VHGS DH.
- Сон Л. П.** Виртуальная ономастика и невербальный компонент интернет-коммуникации // Научный вестник Воронеж. гос. архитектурно-строительного ун-та. Серия: Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2012. № 18. С. 123–134. EDN PHOWLF.
- Суперанская А. В.** Общая теория имени собственного. 2-е изд., испр. М.: ЛКИ, 2007. 368 с.
- Хусяинов Т. М.** «Спасибо, Сири!»: проблема взаимодействия человека с виртуальными голосовыми помощниками // Цивилизация – общество – человек: Научно-образовательный альманах. Саратов: КУБиК, 2020. С. 61–62. EDN RZFMVB.
- Щербак А. С.** Когнитивные основы региональной ономастики. Тамбов: Тамбов. гос. ун-т им. Г. Р. Державина, 2012. 319 с. EDN VDIEML.
- Chattaraman V., Kwon W., Gilbert J.E., Ross K.** Should AI-Based, conversational digital assistants employ social- or task-oriented interaction style? A task-competency and reciprocity perspective for older adults // Computers in Human Behavior, 2019, vol. 90, p. 315–330. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.048>
- Feine J., Gnewuch U., Morana S., Maedche A.** A Taxonomy of Social Cues for Conversational Agents // International Journal of Human-Computer Studies. 2019. Vol. 132. P. 138–161. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2019.07.009>
- Gambino A., Fox J., Ratan R. A.** Building a stronger CASA: Extending the computers Are social actors paradigm // Human-Machine Communication. 2020. Vol. 1. P. 71–86. <https://doi.org/10.30658/hmc.1.5>
- Habler F., Schwind V., Henze N.** Effects of Smart Virtual Assistants' Gender and Language // Proceedings of Mensch und Computer. 2019. P. 469–473. <https://doi.org/10.1145/3340764.3344441>
- Munnukka J., Talvitie-Lamberg K., Maity D.** Anthropomorphism and social presence in Human–Virtual service assistant interactions: The role of dialog length and attitudes // Computers in Human Behavior. 2022. Vol. 135. P. 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107343>

- Pradhan A., Findlater L., Lazar A.** “Phantom Friend” or “Just a Box with Information”: Personification and Ontological Categorization of Smart Speaker-based Voice Assistants by Older Adults. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*. 2019. Vol. 3(CSCW). P. 1–21. <https://doi.org/10.1145/3359316>
- Xiong Y., Yu Q., Liu N.** Influence of Voice Characteristics and Language Style of Intelligent Assistant on User Trust and Intention to Use // *Cross-Cultural Design. HCII 2024. Lecture Notes in Computer Science*, Rau, PL.P. (eds). Springer, Cham., 2024. Vol. 14702. P. 375–387. https://doi.org/10.1007/978-3-031-60913-8_26
- 丁晓雯, 张森, 刘威, 宋冠谕. 智能车载语音助手人格化设计研究 [J]. *汽车电器*, 2023. Vol. 7. P. 33–36. <https://doi.org/10.13273/j.cnki.qcdq.2023.07.018>
- 王姝婉. “偏见”抑或是“优势”: AI 语音助手的女性化 [J]. *东南传播*. 2021. Vol. 6. P. 107–108. <https://doi.org/10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2021.06.033>
- 吴颖. 华为智能语音助手“小艺”语言能力评估 [J]. *大众文艺*, 2023. P. 97–99. <https://doi.org/10.20112/j.cnki.ISSN1007-5828.2023.12.033>
- 杨智慧. 语言学视域下语音助手 Siri 语言能力评估 [J]. *汉字文化*, 2022. Vol. 6. P. 156–157. <https://doi.org/10.14014/j.cnki.cn11-2597/g2.2022.06.018>

References

- Andrenko K. V.** Linguistic mechanisms of personification of a virtual interlocutor. In: *Speech People-II: International Youth Scientific and Practical Blog Conference, Ulyanovsk, April 23–30, 2023 / Rep. editor Yu.A. Lobina. Ulyanovsk: Ulyanovsk State Pedagogical University named after I.N. Ulyanova*, 2023, pp. 6–11. (in Russ.).
- Anikina T. V.** A virtual proper name in system of modern communication. *Ural Journal of Philology. Series: Language. System. Personality: Creative linguistics*, 2012, no. 2, pp. 56–60. (in Russ.).
- Boguspayev N. B., Samsonenko A. I., Zhumagali S. ZH., Azimbayeva A. A.** Intelligent voice assistant “Galia”. *The Bulletin of Kazakh Academy of Transport and Communications named after M. Tynyshpayev*, 2022, no. 1(120), pp. 171–175. (in Russ.).
- Vasilyeva N. V.** Terminological model with the element -onym: retrospective, present and future. In: *Regional onomastics: problems and prospects for research: collection of scientific articles. Vitebsk: Vitebsk State University named after P.M. Masherova*, 2022, pp. 8–12. (in Russ.).
- Gudym G. V.** Internet anthroponimics. *Culture. Science. Integration*, 2014, no. 1(25), pp. 73–76. (in Russ.).
- Daldinova E. O., Buraeva T. B.** The characteristic structure of German speaking siteonym. *Bulletin of Issyk-Kul University*, 2023, no. 54-2, pp. 65–73. (in Russ.).
- Yenin S. A.** Onomastic features of self-identification and stylistic functions of Chinese mononyms in the communicative Internet space of China. In: *Foreign languages in the modern world: Materials of the international scientific and practical student conference, Rostov-on-Don, December 02 2021. – Rostov-on-Don: Rostov State Economic University “RINH”, 2021*, pp. 274–278. (in Russ.).
- Zenenko N. V., Son L. P.** Virtual reality: virtual image VS virtual personality. *Kazan Science*, 2021, no. 1, pp. 87–90. (in Russ.).
- Zimina I. I., Savartseva N. V.** On the issue of the features of virtual anthroponyms in Internet communication. *Dialogue of cultures – dialogue about peace and for the sake of peace*, 2014, no. 2, pp. 67–72. (in Russ.).
- Zubareva A. V.** Nickname as special type of onym: in search of integrated sign. *Proceedings of Southern Federal University. Philology*, 2018, no. 4, pp. 115–123. <https://doi.org/10.23683/1995-0640-2018-4-115-123> (in Russ.).
- Kiseleva YU. P.** Perception of anthropomorphic robots. In: *Professionalism and creativity in conditions of transitivity: an international collection of scientific works. Magnitogorsk: Magnitogorsk State Technical University named after G.I. Nosova*, 2018, pp. 31–35. (in Russ.).

- Korbut A. M.** Domestication of artificial intelligence: smart speakers and transformation of everyday life. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2021, no. 1(161), pp. 193–216. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1808> (in Russ.).
- Madiyeva G. B., Suprun V. I.** General problems of onomastics. In: *Theory and practice of onomastic and derivatological research: Collective monograph in memory of the Honored Scientist of the Republic of Adygea and Kuban, Professor Roza Yusufovna Namitokova / Scientific editors V.I. Suprun, S.V. Ilyasova. Maykop: Publishing house "Magarin Oleg Grigorievich", 2017, pp. 11–51. (in Russ.).*
- Morozova A. A.** Speech portrait of voice assistant "Alice". *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2021, no. 9(455), pp. 95–100. <https://doi.org/10.47475/1994-2796-2021-10914> (in Russ.).
- Nesterova T. V.** Alisa, let's chat! (about politeness and rudeness in online discourse). In: *Humanitarian technologies in the modern world: Collection of materials of the VII International Scientific and Practical Conference, Kaliningrad, May 30 – June 1, 2019. Kaliningrad: Western branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation*, 2019, pp. 85–89. (in Russ.).
- Podyukov I. A.** Onomastic representation of the otherworld in Russian popular language and culture. *Voprosy onomastiki*, 2019, vol. 16, no. 3, pp. 125–139. https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2019.16.3.035 (in Russ.).
- Son L. P.** Virtual onomastics and non-verbal component of Internet communication. *Scientific Newsletter of Voronezh State University of architecture and civil engineering. Series: Modern Linguistic and Methodical-and-Didactic Researches*, 2012, no. 18, pp. 123–134. (in Russ.).
- Superanskaya A. V.** General theory of proper names. LKI, 2007, 368 p. (in Russ.).
- Khushyainov T. M.** "Thank you, Siri!": the problem of human interaction with virtual voice assistants. In: *Civilization-society-person: Scientific and educational almanac. Saratov, Limited Liability Company Publishing House "KUBiK", 2020, pp. 61–62. (in Russ.).*
- Shcherbak A. S.** Cognitive foundations of regional onomastics. Tambov: Tambov: Tambov State University named after G.R. Derzhavina, 2012, 319 p. (in Russ.).
- Chattaraman V., Kwon W., Gilbert J.E., Ross K.** Should AI-Based, conversational digital assistants employ social- or task-oriented interaction style? A task-competency and reciprocity perspective for older adults. *Computers in Human Behavior*, 2019, vol. 90, pp. 315–330. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.048>
- Feine J., Gnewuch U., Morana S., Maedche A.** A Taxonomy of Social Cues for Conversational Agents. *International Journal of Human-Computer Studies*, 2019, 132, pp. 138–161. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2019.07.009>
- Gambino A., Fox J., Ratan R. A.** Building a stronger CASA: Extending the computers Are social actors paradigm. *Human-Machine Communication*, 2020, vol. 1, pp. 71–86. <https://doi.org/10.30658/hmc.1.5>
- Habler F., Schwind V., Henze N.** Effects of Smart Virtual Assistants' Gender and Language. In: *Proceedings of Mensch und Computer*, 2019, pp. 469–473. <https://doi.org/10.1145/3340764.3344441>
- Munnukka J., Talvitie-Lamberg K., Maity D.** Anthropomorphism and social presence in Human–Virtual service assistant interactions: The role of dialog length and attitudes. *Computers in Human Behavior*, 2022, vol. 135, pp. 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107343>
- Pradhan A., Findlater L., Lazar A.** "Phantom Friend" or "Just a Box with Information": Personification and Ontological Categorization of Smart Speaker-based Voice Assistants by Older Adults. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2019, 3(CSCW), pp. 1–21. <https://doi.org/10.1145/3359316>
- Xiong Y., Yu Q., Liu N.** Influence of Voice Characteristics and Language Style of Intelligent Assistant on User Trust and Intention to Use. In: *Rau, P.L.P. (eds) Cross-Cultural Design. HCII 2024. Lecture Notes in Computer Science, Springer, Cham., 2024, vol. 14702, pp. 375–387. https://doi.org/10.1007/978-3-031-60913-8_26*

- Ding Xiaowen, Zhang Sen, Liu Wei, Song Guanyu.** Research on personalized design of intelligent vehicle voice assistant. *Automotive Electrical Appliances*, 2023, vol. 7, pp. 33–36. <https://doi.org/10.13273/j.cnki.qcdq.2023.07.018> (In Chinese).
- Wang Shuwan.** “Bias” or “Advantage”: The feminization of AI voice assistants. *Southeast Communication*, 2021, vol. 6, pp. 107–108. <https://doi.org/10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2021.06.033> (In Chinese).
- Wu Ying.** Evaluation of language ability of Huawei’s intelligent voice assistant “Xiaoyi”. *Popular Literature and Art*, 2023, pp. 97–99. <https://doi.org/10.20112/j.cnki.ISSN1007-5828.2023.12.033> (In Chinese).
- Yang Zhihui.** Language ability assessment of voice assistant Siri from the perspective of linguistics. *Chinese Character Culture*, 2022, vol. 6, pp. 156–157. <https://doi.org/10.14014/j.cnki.cn11-2597/g2.2022.06.018> (In Chinese).

Информация об авторе

Дубинина Мария Николаевна, PhD (КНР), доцент Школы иностранных языков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»
SPIN РИНЦ: 3758-2032

Information about the Author

Maria N. Dubinina, PhD, Associate Professor, School of Foreign Languages, HSE University
SPIN РИНЦ: 3758-2032

*Статья поступила в редакцию 25.12.2023;
одобрена после рецензирования 11.08.2024; принята к публикации 16.08.2024*
*The article was submitted 25.12.2023;
approved after reviewing 11.08.2024; accepted for publication 16.08.2024*