

УДК 811.111'373.2

*М. Ю. Карпенко***СТРУКТУРНА КЛАСИФІКАЦІЯ САЙТОНІМІВ**

Статтю присвячено спробі виокремлення структурних типів сайтонімів, зокрема у межах окремих функціональних зон.

Ключові слова: сайтонім, функціональна зона, структурний тип.

Дану статтю сконцентровано на встановленні загальних закономірностей функціонування онімичних складових простору Інтернету. Цей напрямок дослідження видається **актуальним**, бо недовге існування й бурхливий розвиток Всесвітньої павутини тільки починає викликати цікавість у науковців, зокрема філологів. Трансформація Всесвітньої павутини як атрибуту сучасного життя значно змінила конфігурацію інформаційного середовища, що оточує нас. Це призвело до кардинальних змін в його функціях, що раніше виконувались бібліотеками, музеями, картинними галереями та навчальними закладами різних типів [2]. **Мета** дослідження полягає у виділенні домінантних функцій різних складових Інтернету з подальшим їх розподілом на відповідні функціональні зони, що уможливить аналіз Інтернет-ономастикону та створення структурної класифікації сайтонімів.

Об'єкт дослідження складають власні назви на позначення складових Інтернету. **Предмет** дослідження становить мовна природа власних назв на позначення складових Інтернету. **Матеріалом** дослідження слугували статистичні дані американської компанії *Alexa Internet, Inc.* [4], яка є одним з найдостовірніших аналітичних веб-сервісів у світі. Ця компанія надає інформацію про популярність сайту, базуючись на цілій низці статистичних даних: кількість відвідувачів, приналежність відвідувачів до певної країни, ключові слова, які приводять відвідувачів на цей сайт, і т. д. В базі даних цієї компанії знаходиться інформація про більш ніж 30 000 000 сайтів. Вибірку прикладів кількістю в 300 позицій було зроблено на основі списку найпопулярніших сайтів (точніше, їх доменів), який автоматично формується сервером компанії (<http://www.alexa.com>) кожного дня. Дата формування списку, який було використано у роботі: 14 жовтня 2012.

Інтернет не є гомогенною структурою, різні його елементи виконують різні функції. Варіативність сайтонімів є цілком логічною, оскільки вони повинні задовільняти ряду параметрів: **бути унікальними**, бо в системі доменних імен не можуть існувати два однакові ідентифікатори; **бути легкими для запам'ятовування**, оскільки чим легше запам'ятати назву сайту, тим більше вірогідність, що користувач на нього повернеться. Зокрема це важливо для комерційно-орієнтованих сайтів, прибуток яких є прямо пропорціональним кількості відвідувань. Наприклад, сторінка корпорації Hewlett-Packard <http://www.hp.com> дуже гарно ілюструє цей принцип, оскільки у цьому сайтонімі кількість літер в назві хосту дорівнює лише двом; **викликати у користувача певну психологічну реакцію**, яку автор або колектив авторів бажають досягти за допомогою цього ідентифікатора. Частіше за все, бажана реакція — це отримання користувачами попереднього уявлення про функції сайту. Наприклад, назва сайту, який дозволяє задати питання іншим користувачам — <http://ask.com>, заявляє про головну функцію сайту.

Оскільки сайти, які виконують різні функції, мають власні особливості в номінації, видається корисною спроба створити їх класифікацію відповідно до доміантних функцій сайтів, які вони називають. Раніше подібні класифікації створювались у надрах інформатики, яка, наприклад, виділяє наступні функції Інтернету [1: 620]: **інформаційну** — отримання інформації; **комунікаційну** — зв'язок; **нарадницьку** — зустрічі та обговорення; **комерційну** — торгівля; **рекламну** — рекламні послуги; **розважальну** — література, фільми, ігри і т. д.; **комп'ютерну** — отримання програмного забезпечення та документації.

Пропонуємо власний розподіл Інтернет-ономастикону на **функціональні зони** — сегменти множини онімів у межах Інтернету, розділені за доміантною функцією сайтів, названих цими онімами [6:24]. Кожна функціональна зона підрозділяється на певну кількість підгруп, які, у свою чергу, можуть розділятися на ще менші підгрупи. Надану класифікацію, яка включає в себе безпосередньо функціональні зони та перший рівень специфікації підгруп, було розроблено на основі списку найпопулярніших сайтів, як це зазначалося вище:

Комуникативна зона — вербальна комунікація з певною кількістю користувачів із можливістю та розрахунком на зворотній зв'язок.

Соціальна мережа — це «онлайн-спілка індивідів, що обмінюються повідомленнями, діляться даними та, у деяких випадках, співпрацюють над спільною діяльністю» [5].

Електронна пошта — це повідомлення, які передаються та приймаються комп'ютерами за допомогою мережі [5]. Вони надають користувачам можливість надсилати звичайний чи відформатований текст та прикріплювати до повідомлення файли.

Блог (від англ. *web log*) — це «онлайн-журнал, де індивід, група чи корпорація ведуть запис своєї діяльності, думок чи поглядів» [5]. Майже всі сучасні блоги надають користувачам можливість залишити свій коментар до запису і таким чином зв'язатися з автором блогу.

Форум — це сайт для онлайн-дискусій, де користувачі можуть вести розмови у вигляді публічних повідомлень (постів). Форум може підрозділятися на різні «кімнати для розмов» та на ще дрібніші підрозділи [8].

Чат — це тип комунікації в Інтернеті, який надає можливість миттєвого пересилання текстових повідомлень між комп'ютерами для діалогу у реальному часі. Чат може бути як приватним, так і публічним [8].

Сервіс для соцзакладок (*social bookmarking*) — це сервіс, який надає користувачам можливість організовувати, зберігати, управляти та шукати посилання (закладки) на онлайн-ресурси [8]. Слід відмітити, що відбувається обмін лише посиланнями на ресурси, а не самими даними з цих ресурсів.

Q (Question) & A (Answer) сайт (*knowledge market*) — це сервіс, який надає користувачам можливість залишити запитання, на яке інші користувачі можуть відповісти.

Інформаційна зона — надання користувачам найактуальнішої інформації про реальні або віртуальні об'єкти та події.

Портал новин — це портал, який надає користувачам найсвіжіші новини. Зазвичай ці портали належать відомим репортерським агентствам та виданням мас-медіа.

Онлайн прогноз погоди — це портал, який надає користувачам найактуальніший прогноз погоди.

Пошукова система — це портал, який надає можливість шукати інформацію у відповідь на наданий користувачем запит [5] у базі проіндексованих (занесених у базу) системою сторінок.

Сайт неприбуткової організації — це портал, який належить установі, метою діяльності якої не є отримання прибутку її учасниками [8]. Він надає відвідувачам найактуальнішу інформацію стосовно діяльності цієї організації. Наприклад, до цієї категорії належать сайти державних установ.

Освітня зона — надання користувачам матеріалів для самоосвіти та супутніх послуг.

Дистанційна освіта — це сервіс для надання користувачам матеріалів для самоосвіти та подальшої перевірки (очної або онлайн) знань із можливим виданням сертифікату.

Сховище текстів — це компіляція різноманітних або категоризованих літературних творів, статей, інструкцій або інших типів текстів.

Онлайн-довідник — ресурс енциклопедичного характеру, який видає чітку інформацію у відповідь на певний запит.

Розважальна зона — надання користувачам послуг, які націлені на розваги.

Браузерна гра — це масова гра, для якої потрібно мати лише підключення до Інтернету та браузер [7: 344]

Онлайн-фотоальбом (*photo sharing*) — це сервіс, який надає користувачам можливість завантажувати фотографії з власних комп'ютерів на сервер сайту та ділитися ними з обмеженими групами інших користувачів або з усіма користувачами сайту взагалі [5].

Вебкастинговий сервіс — це сервіс, який дозволяє користувачам завантажувати на сервер, дивитися та ділитися відео [8].

Порнографія — це сайт, який надає користувачам доступ до порнографічних матеріалів. В окрему категорію цей тип ресурсів виділено на підставі того, що вони, як правило, містять багато типів матеріалів одночасно — фото, відео, розповіді, чат та сервіс для пошуку та замовлення послуг проститутки.

Комерційна зона — надання користувачам послуг, які пов'язані з фінансовими транзакціями.

Репрезентаційний сайт — віртуальна репрезентація певної компанії, яка надає можливість придбати товари цієї компанії та підтримує існуючих користувачів.

Банківський сайт — віртуальна репрезентація певного банку, яка надає інформацію для клієнтів банку та часто можливість Інтернет-банкінгу (керування рахунками через Інтернет).

Онлайн-магазин — це форма електронної комерції, де клієнт купує товар за допомогою Інтернету безпосередньо в продавця [8].

Онлайн-аукціон — це сервіс, який продає товари за схемою аукціону.

Платіжна система — це сервіс, який надає можливість проводити грошові транзакції по Інтернету завдяки використанню віртуальних грошей [8].

Онлайн-реклама — це сайт, який надає можливість замовити рекламні послуги в межах Інтернету, або можливість заробити за допомогою реалізації цих замовлень.

Мережевий сервіс — це сайт, який надає за гроші доступ до послуг, які використовуються суто в межах Інтернету, наприклад, хостинг, *VPN (Virtual Private Network)*, обчислювальна хмара і т. д.

Файлообмінна зона — надання можливості обміну файлами між користувачами.

Файлообмінник — це сервіс, який надає користувачам можливість завантажувати на сервер власні файли для того, щоб інші користувачі їх завантажували собі на комп'ютер.

Торент-трекер — це сервер, який допомагає в комунікації між комп'ютерами за допомогою протоколу *BitTorrent* [8]. Дуже часто торент-трекер має зв'язаний з ним каталог торентів.

Тематичний каталог файлів — це сайт, який дає можливість користувачам завантажити собі на комп'ютер файли, об'єднані між собою певною категорією.

Розділення на функціональні зони унаочнюється в наступній таблиці:

Таблиця 1

Розподіл сайтів за функціональною зоною

Зона	Кількість	%
Комунікативна зона	33	11.00 %
– Соціальна мережа	15	5.00 %
– Електронна пошта	1	0.33 %
– Блог	8	2.67 %
– Форум	2	0.67 %
– Чат	0	0.00 %
– Сервіс для соцзакладок	4	1.33 %

Закінчення табл. 1

Зона	Кількість	%
– Q & A сайт	3	1.00 %
Інформаційна зона	76	25.33 %
– Портал новин	46	15.33 %
– Онлайн прогноз погоди	1	0.33 %
– Пошукова система	20	6.67 %
– Сайт неприбуткової організації	9	3.00 %
Освітня зона	16	5.33 %
– Дистанційна освіта	0	0.00 %
– Сховище текстів	8	2.67 %
– Онлайн-довідник	8	2.67 %
Розважальна зона	34	11.33 %
– Браузерна гра	1	0.33 %
– Онлайн-фотоальбом	8	2.67 %
– Вебкастинговий сервіс	7	2.33 %
– Порнографія	18	6.00 %
Комерційна зона	121	40.33 %
– Репрезентаційний сайт	33	11.00 %
– Банківський сайт	7	2.33 %
– Онлайн-магазин	15	5.00 %
– Онлайн-аукціон	5	1.67 %
– Платіжна система	1	0.33 %
– Онлайн-реклама	27	9.00 %
– Мережевий сервіс	33	11.00 %
Файлообмінна зона	20	6.67 %
– Файлообмінник	11	3.67 %
– Торент-трекер	4	1.33 %
– Тематичний каталог файлів	5	1.67 %
В цілому	300	100 % (+100 %)

Наведена класифікація є базою для подальшого розділення сайтонімів за функціями їх «носіїв» — сайтів. У подальшій розвідці зроблено спробу створити структурну класифікацію власне сайтонімів.

В Інтернеті зустрічається велика кількість найрізноманітніших власних назв, що називають сайти, які мають як спільні риси, так і вражаючі відмінності. В попередньому розділі була наведена класифікація сайтонімів згідно з домінантною функцією сайта, що вони називають. Наступним кроком для поглиблення запропонованого

нами опису онімичного простору Інтернету видається розробка класифікації власне сайтонімів з точки зору їх структури.

Слід зазначити, що нами була взята до уваги при аналізі лише назва хосту, без публічного суфіксу, який на відміну від традиційного суфіксу має, зазвичай, лише фіксоване службове навантаження та використовується для поліпшення навігації в Інтернеті. Прикладом найпоширенішого публічного суфіксу є *.com*, який позначає комерційну спрямованість сайту.

За М. М. Торчинським, будь-які оніми можна розділити на три наступні групи з одним рівнем уточнення:

Прості сайтоніми — це «однослівні однокореневі (одноосновні) власні назви» [3:245], які можуть бути:

Безафіксними, наприклад, *apple.com*;

Афіксальними, наприклад, *blogger.com*, і також, що специфічно для Інтернет-ономастикону, до цієї категорії ми відносимо сайтоніми з несловотворчим афіксом множини *-s*, оскільки серед сайтонімів він є словотворчим, наприклад, *popads.net*, та okazіональними афіксами, наприклад, *tumblr.com*.

Складні сайтоніми — це однослівні двоосновні або багатоосновні власні назви [3:245]:

Власне композити, наприклад, *facebook.com*;

Афіксальні композити, наприклад, *statcounter.com*;

Абревіатури, наприклад, *msn.com*;

Складні скорочення, що є дуже поширеними в межах Інтернет-ономастикону, — результати стягнення, наприклад, *twitpic.com*, поєднання абревіатури і слова, наприклад, *latimes.com*, та квазі-аббревіатури, наприклад, *imesh.com*.

Складені сайтоніми — це дво- і багатослівні власні назви [3:246–247], які розподіляються на:

Словосполуки — це поєднання повнозначної частини мови зі службовою, передусім прийменником, наприклад, *stumbleupon.com*;

Словосполучення — це дво- або багатокomпонентна безприсудкова структура сурядного чи підрядного типу, наприклад, *youtube.com*;

Фрази — це предикативні конструкції, які вживаються як номінативні одиниці типу *paypal.com*.

Розділення сайтонімів за структурним типом унаочнюється в наступній таблиці:

Таблиця 2

Розподіл сайтонімів за структурним типом

Структурний тип	Кількість	%
Прості	80	26.67 %
– Безафіксні	65	21.67 %
– Афіксальні	15	5.00 %
Складні	111	37.00 %
– Власне композити	9	3.00 %
– Афіксальні композити	6	2.00 %
– Абревіатури	43	14.33 %
– Складні скорочення	53	17.67 %
Складені	109	36.33 %
– Словосполуки	10	3.33 %
– Словосполучення	85	28.33 %
– Фрази	14	4.67 %
В цілому	300	100 % (+100 %)

Якщо об'єднати класифікацію за структурним типом із наведеною раніше класифікацією за функціональною зоною, це дає нові перспективи погляду на природу сайтонімів завдяки виявленню загальних тенденцій в номінації сайтів, що виконують різні функції.

Сайтоніми комунікативної зони підлягають розділу наступним чином:

Таблиця 3

Розподіл сайтонімів комунікативної зони за структурним типом

Структурний тип	Кількість	%
Прості	14	42.42 %
– Безафіксні	8	24.24 %
– Афіксальні	6	18.18 %
Складні	6	18.18 %
– Власне композити	5	15.15 %
– Афіксальні композити	0	0.00 %
– Абревіатури	1	3.03 %
– Складні скорочення	0	0.00 %
Складені	13	39.39 %
– Словосполуки	4	12.12 %
– Словосполучення	7	21.21 %

Закінчення табл. 3

Структурний тип	Кількість	%
– Фрази	2	6.06 %
В цілому	33	100 % (+100 %)

Як бачимо, серед сайтонімів комунікативної зони, на відміну від загальної тенденції, превалюють прості та складені сайтоніми, серед них передусім безафіксні і словосполучення. Це може бути пов'язано з тим, що сайти комунікативної зони за своєю природою націлені на багаторазове використання (в ідеалі — щоденне) і тому автори роблять їх легкими для запам'ятовування.

Сайтоніми інформаційної зони розподіляються наступним чином:

Таблиця 4

Розподіл сайтонімів інформаційної зони за структурним типом

Структурний тип	Кількість	%
Прості	26	34.21 %
– Безафіксні	23	30.26 %
– Афіксальні	3	3.95 %
Складні	31	40.79 %
– Власне композити	0	0.00 %
– Афіксальні композити	0	0.00 %
– Аббревіатури	15	19.74 %
– Складні скорочення	16	21.05 %
Складені	19	25.00 %
– Словосполуки	2	2.63 %
– Словосполучення	15	19.74 %
– Фрази	2	2.63 %
В цілому	76	100 % (+100 %)

Серед сайтонімів інформаційної зони майже немає відмінностей від загальної тенденції — превалюють прості та складні сайтоніми, серед них передусім безафіксні, аббревіатури та складні скорочення. Можемо припустити, що це пов'язано з тим, що сайтоніми інформаційної зони переважно передають назви відомих новинних агентств і видань, таких як *NY Times* або *LA Times*, яким характерна економність висловлювань.

Сайтоніми освітньої зони розподіляються наступним чином:

Таблиця 5

Розподіл сайтонімів освітньої зони за структурним типом

Структурний тип	Кількість	%
Прості	4	25.00 %
– Безафіксні	3	18.75 %
– Афіксальні	1	6.25 %
Складні	6	37.50 %
– Власне композити	0	0.00 %
– Афіксальні композити	0	0.00 %
– Аббревіатури	2	12.50 %
– Складні скорочення	4	25.00 %
Складені	6	37.50 %
– Словосполуки	0	0.00 %
– Словосполучення	6	37.50 %
– Фрази	0	0.00 %
В цілому	16	100 % (+100 %)

Як бачимо, серед сайтонімів освітньої зони превалюють складені сайтоніми і також складні скорочення. Це може бути пов'язано з тим, що сайтоніми освітньої зони в більшості випадків призначені дати користувачеві враження про специфіку матеріалів, які містить сайт.

Сайтоніми розважальної зони розподіляються наступним чином:

Таблиця 6

Розподіл сайтонімів розважальної зони за структурним типом

Структурний тип	Кількість	%
Прості	4	11.76 %
– Безафіксні	3	8.82 %
– Афіксальні	1	2.94 %
Складні	15	44.12 %
– Власне композити	1	2.94 %
– Афіксальні композити	1	2.94 %
– Аббревіатури	2	5.88 %
– Складні скорочення	11	32.35 %
Складені	15	44.12 %
– Словосполуки	1	2.94 %
– Словосполучення	12	35.29 %

Закінчення табл. 6

Структурний тип	Кількість	%
– Фрази	2	5.88 %
В цілому	34	100 % (+100 %)

Серед сайтонімів розважальної зони майже не представлені прості сайтоніми, а превалюють складні скорочення і словосполучення. Можемо припустити, що це пов'язано з тим, що сайтоніми розважальної зони в більшості випадків призначені дати користувачеві враження про тематику матеріалів, які містить сайт.

Сайтоніми комерційної зони розподіляються наступним чином:

Таблиця 7

Розподіл сайтонімів комерційної зони за структурним типом

Структурний тип	Кількість	%
Прості	29	23.97 %
– Безафіксні	25	20.66 %
– Афіксальні	4	3.31 %
Складні	47	38.84 %
– Власне композити	3	2.48 %
– Афіксальні композити	5	4.13 %
– Абревіатури	22	18.18 %
– Складні скорочення	17	14.05 %
Складені	45	37.19 %
– Словосполуки	3	2.48 %
– Словосполучення	37	30.58 %
– Фрази	5	4.13 %
В цілому	121	100 % (+100 %)

Серед сайтонімів комерційної зони першу позицію займають словосполучення, прості безафіксні сайтоніми та абревіатури. Можемо припустити, що це пов'язано з тим, що сайтоніми комерційної зони в більшості випадків призначені дати користувачеві враження про ті товари та послуги, які пропонує сайт.

Сайтоніми файлообмінної зони розподіляються наступним чином:

Серед сайтонімів файлообмінної зони, на відміну від загальної тенденції, превалюють складені сайтоніми, серед них словосполу-

чення. Можемо припустити, що це пов'язано з тим, що сайтоніми файлообмінної зони в більшості випадків призначені дати користувачеві враження про тип сервісу, що пропонує сайт.

Таблиця 9

Розподіл сайтонімів файлообмінної зони за структурним типом

Структурний тип	Кількість	%
Прості	3	15.00 %
– Безафіксні	3	15.00 %
– Афіксальні	0	0.00 %
Складні	6	30.00 %
– Власне композити	0	0.00 %
– Афіксальні композити	0	0.00 %
– Абревіатури	1	5.00 %
– Складні скорочення	5	25.00 %
Складені	11	55.00 %
– Словосполуки	0	0.00 %
– Словосполучення	8	40.00 %
– Фрази	3	15.00 %
В цілому	20	100 % (+100 %)

Таким чином, можемо висновувати, що Інтернет-ономастикон можна розмежувати на функціональні зони, тобто сегменти множини онімів у межах Інтернету, розділені за домінуючою функцією цих сайтів. Функціональні зони включають **комунікативну, інформаційну, освітню, розважальну, комерційну та файлообмінну**. Домінуючі позиції належать комерційній та інформаційній зонам.

Структурна класифікація сайтонімів обіймає **прості** (безафіксні та афіксальні), **складні** (власне композити, афіксальні композити, абревіатури та складні скорочення) та **складені** (словосполуки, словосполучення та фрази), серед яких переважають складні, особливо складні скорочення, та складені, переважно словосполучення. Подальші розвідки планується присвятити детальному дослідженню кожної з функціональних зон та розробити для цього необхідний термінологічний апарат.

Список літератури

1. Бройдо В. Л., Ильина О. П. Архитектура ЭВМ и систем. — СПб: Питер, 2009. — 2-е изд. — 720 с.
2. Скородумова О. Б. Социокультурные функции Интернета и особенности их реализации в современной России : дис. на здобуття наук. ступеня доктора філос. наук: спец: 24.00.01 «Теорія і історія культури». — М., 2004. — 435 с.
3. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови : дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: спец: 10.02.01 «Українська мова». — Київ, 2010. — 502 с.
4. Alexa the Web Information Company // Режим доступу: <http://www.alexa.com/>
5. Encyclopaedia Britannica // Режим доступу: <http://www.britannica.com/>
6. Karpenko M. The Internet Functional Zones // Студентські наукові записки ОДЕУ. — Вип. 1. — Одеса: Печатный дом, 2011. — С.22–26.
7. Schultheiss D. Long-term motivations to play MMOGs: A longitudinal study on motivations, experience and behavior // Режим доступу: <http://www.digra.org/dl/db/07311.00087.pdf>
8. Wikipedia // Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/>

Карпенко М. Ю.

СТРУКТУРНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ САЙТОНИМОВ

Статья посвящена попытке выделения структурных типов сайтонимов, в том числе в рамках отдельных функциональных зон.

Ключевые слова: сайтоним, функциональная зона, структурный тип.

Karpenko M. Yu.

STRUCTURAL CLASSIFICATION OF SITEONYMS

The article represents an attempt of singling out the structural types of siteonyms, also within separate functional zones.

Key words: siteonym, functional zone, structural type.