

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ САЙТОНІМІВ АНГЛОМОВНОГО СЕКТОРУ ІНТЕРНЕТУ

В статті розглядаються структурні особливості сайтонімів англomовного сектору Інтернету. Зокрема, приділено увагу теоретичним засадам розмежування різних груп сайтонімів за структурним типом з урахуванням їх специфіки як окремого класу ідеонімів.

Ключові слова: ономастика, Інтернет, сайт, ідеонім, сайтонім.

Карпенко М.Ю. Структурные особенности сайтонимов англоязычного сектора Интернета. В статье рассматриваются структурные особенности сайтонимов англоязычного сектора Интернета. В особенности, уделено внимание теоретическому обоснованию разделения сайтонимов в различные группы в зависимости от структурного типа и с учётом их специфики как отдельного класса идеонимов.

Ключевые слова: ономастика, Интернет, сайт, идеоним, сайтоним.

Karpenko M.Yu. The Structural Peculiarities of English Siteonyms. The structural peculiarities of English siteonyms are outlined in this paper. In particular, the theoretical background of categorizing the siteonyms of the English sector of the Internet into different groups is thoroughly studied. Some of the existing classifications are cited, combined, and adapted to face the challenges posed by the novelty of this field of onomastics. Three possible structural types are singled out, each containing a certain amount of subtypes. Statistical data concerning the structure of the most frequently visited siteonyms has been gathered and analyzed.

Key words: onomastics, siteonym, Internet, site, ideonym.

Навколишнє середовище сучасної людини постійно змінюється. Кожного року науковий прогрес приносить нові елементи в життя людей. Одним з таких елементів є відносно молодий Інтернет, який має власну унікальну внутрішню будову. Створення Інтернету призвело до кардинальних змін у житті людей. Ці зміни ще не зовсім, а точніше майже зовсім не охоплені науковими розвідками. Зокрема, однією з таких наукових царин, яка тільки починає народжуватись, виявляється Інтернет-ономастика. Інтернет є середовищем з власними унікальними закономірностями процесів номінації. В попередніх розвідках нами було висвітлено функціональні [6], мотиваційні [3], словотвірні [4] та деякі структурні [5] особливості такого класу характерних для цього середовища власних назв як **сайтоніми** – власні назви вебсайтів.

Об'єктом даного дослідження обрано сайтоніми англomовного простору Інтернету. **Предметом** дослідження є особливості їх структурної будови. **Матеріалом** дослідження слугує вибірка 1000 найвідвідуваніших сайтів англomовного сектору Інтернету, яку було створено на основі статистичних даних аналітичної компанії *AlexaInternet*.

В ономастиці вже були розроблені структурні класифікації різних типів онімів. Наприклад, В.В. Німчук розділяє оніми на **прості** (одноосновні) та

складні (композиції), які розподіляються на **справжні складні** (композиції без афіксів та часток), **несправжні складні** (композиції з частками та афіксами) та **абревіатури**. Окрім цього, ним виділяються також **стягнені** (відкидання середини оніма), **зрощені** (стягнення двох основ), **скорочені** (відкидання початку або кінця оніма із можливою зміною початкових та кінцевих літер задля полегшення вимови) та **багаточленні** (словосполучення) власні назви [7, 27-28].

Н.В. Подольська виділяє **прості** – «одноосновні власні назви, які мають нульовий **онімічний формант** («афіксальний компонент, що вказує на приналежність слова до онімів») і не є результатами розкладання чи скорочення іншого оніма», які розділяються на **однослівні** (ті, що виражені одним словом, не обов'язково з однією основою) та **одноосновні** (ті, що мають лише одну основу); **складні** – «власні назви, які в своєму складі мають дві або більше основи», які можна розділити на **двоосновні** (ті, що мають дві основи), **тавтологічні** (складання двох основ з одним значенням з двох різних мов), **абревійовані** («об'єднання окремих елементів різних слів»), **акроніми** (складення початкових літер слів), **афіксальні** (власні назви, які «створено за допомогою спеціальних онімічних елементів» – префікса, суфікса, тощо); та **складені**, або **юкстапозити** («складна власна назва, яка виникла у наслідок співположення двох чи більше слів»), які розділяються на **назви-словосполучення** (бездієслівне словосполучення), **назви-фрази** чи **назви-речення** («короткий текст, зазвичай із дієсловом»), **парні оніми** (пара імен, поєднаних за певним принципом – родинні відносини, етимологічна пов'язаність тощо), **таунімі** (повтор однієї основи в імені та побатькові) та **антропонімні формули** («усталений порядок послідовності різних видів антропонімів та апелятивів в офіційному найменуванні людини даної національності соціального шару чи релігії у певну епоху») [14, 28-155].

Д.Г. Бучко виокремлює **прості** оніми, які він, як і інші дослідники, розділяє на **однослівні**, **одноосновні**, а також **деривативні** оніми (утворені за допомогою спеціального онімотворчого форманта) та їх **алегроформи** (скорочені форми). Також Д.Г. Бучко виділяє **складні** назви, які дефінуються як «утворені шляхом злиття словоформ синтаксичного словосполучення в окреме слово», і розділяються на **композиції** (дво- чи більше основні оніми), **афіксальні композиції** (композиції, які мають словотворчі афікси), а також **зрощені** оніми («стягнення ... двох чи більше слів що вживалися на означення конкретної особи») та **апозитивні** назви («складні назви, які виникли як результат злиття двох іменників у називному відмінку, між якими існує зв'язок-прикладка»). Окрім цього, він виділяє окремим класом скорочення онімів, які розділяє на **абревіатурні** чи **складноскорочені** назви («форми онімів, які виникли в результаті об'єднання окремих елементів кількох онімів»), **акроніми** (складення перших літер слів, що входять в словосполучення) та **криптоніми** («вид антропоніма, таємна назва, зашифроване літерою чи літерами прізвище»). Ним також виділено **складені** оніми, до яких віднесено **юкстапозити**, **антропонімна формула**, **назви-словосполучення** (бездієслівні та прийменникові словосполучення), **дієслівні назви** («власні назви, які виникли з речення чи словосполучення з дієс-

лівною лексемою») та **власні назви-фрази** (власні назви, які «становлять собою короткий текст ..., наприклад, назви творів» [13, 31-163]).

Як бачимо, наведені вище класифікації різних дослідників мають багато спільних рис. Так, в усіх виділяються три класи онімів за структурою – **прості, складні та складені** – із певними підрозділами. Цей розподіл із незначними змінами використовувався для класифікації ергонімів [див. докл. 10;1], зоонімів [див. докл. 2] та інших класів онімів. Нами була зроблена спроба адаптувати існуючі класифікації власних назв для таксономічного опису сайтонімів.

Сайтоніми мають власні структурні особливості, такі як наявність **публічного суфіксу**, який вказує на функціональну спрямованість сайту (наприклад, *.com*, що позначає комерційні сайти, чи *.gov*, що позначає сайти державних установ), або умовну (може не відповідати дійсності) мовну чи географічну приналежність до певної країни (наприклад, *.eu* для позначення європейських сайтів, або *.ua* для позначення українських сайтів). Також специфічною для сайтонімів рисою є можлива наявність опціонального префіксу «*www*», який колись було покликано продемонструвати приналежність ресурсу до Всесвітньої мережі, але зараз вона є необов'язковою; втім існують поради мати дві версії назви – з та без цього префіксу – для посилання на один і той же сайт для того, щоб на нього потрапляли водночас і користувачі, які додають «*www*» до назви сайту, і ті, які не додають цього префіксу [11].

Через арбітральність двох вищеозначених елементів нами була взята до уваги при аналізі лише назва хосту, без публічного суфікса та префікса «*www*». Приклади, де ці елементи виконують функцію передавання певного сенсу не є численними, наприклад, сайт для рахування кількості відвідувачів на інших веб-сайтах, який має домен *whos.amung.us* та скорочений варіант-дорвей, тобто сайт без наповнення, який просто пересилає на іншу сторінку – *amung.us*, є ілюстрацією використання публічного суфікса в назві – публічний суфікс *.us*, який зазвичай вказує на певну спорідненість сайту зі Сполученими Штатами Америки, у даному випадку є елементом орфографічно спотвореної за допомогою графону фрази «*who'samongus*», що метафорично описує функціональність сайту.

За основу нашої класифікації було взято загальну класифікацію власних назв, розроблену М.М. Торчинським [9, 240-247], за якою сайтоніми можна розділити на три наступні групи з одним рівнем уточнення:

- **Прості** сайтоніми – це однослівні одноосновні власні назви без урахування публічного суфіксу та префікса «*www*», які можуть бути:
 - **Безафіксальний**, тобто тими, що не мають словотвірних та несловотвірних афіксів. Слід зазначити, що під відсутністю афікса ми маємо на увазі його відсутність в основній частині сайтоніма – до публічного суфікса. Публічний суфікс є необхідним компонентом кожного сайтоніма, і його зазвичай семантично не поєднано з головною частиною сайтоніма. Прикладами можуть слугувати сайт корпорації *Apple*, який має назву *apple.com*, або онлайн-магазин *gar.com*, які є поєднаннями однокореневих слів *apple* чи *gar* відповідно з публічними суфіксами;
 - **Афіксальними**, тобто тими, що мають афікси. Наприклад, сайт для створення блогів *blogger.com*, який містить словотвірний су-

фікс «-er». Специфічним для Інтернет-ономастикону є те, що до цієї категорії ми відносимо сайтоніми з несловотвірним афіксом множини «-s», оскільки серед сайтонімів він є словотвірним, наприклад, *ropads.net* та *ropad.net* є двома різними доменами: перший є сайтом Інтернет-рекламної компанії, а другий є сайтом корейської компанії, яка виготовляє техніку для вуличної реклами; також при номінації сайтонімів використовуються оказіональні афікси, наприклад, сайтонім *tumblr.com* сформовано за допомогою оказіонального суфіксу «-r», який є скороченою за допомогою графону версією суфіксу «-er»;

- **Складні сайтоніми** – це однослівні двохосновні або багатоосновні власні назви без урахування публічного суфікса та префікса «www», які розподіляються на наступні групи:
 - **Власне композити**, які охоплюють назви, що є багатоосновними словами без афіксів, наприклад, найвідвідуваніша в світі соціальна мережа *facebook.com*, назва якої є композитом, що складається з основ «face» та «book»; або сайт ІТ-корпорації *Blackberry*, яка виробляє мобільні телефони, назва якого *blackberry.com* є композитом, що складається з компонентів «black» та «berry»;
 - **Афіксальні композити**, наприклад, сайт компанії, яка виготовляє програмне забезпечення для дистанційного керування комп'ютерами – *teamviewer.com*, який є поєднанням основ «team» та «view» та дериваційного афікса «-er»; або сайт для керування онлайн RSS підписками (*RSS feed*), які є стрічками новин, що автоматично відсилаються користувачеві, процес формування яких називається, можливо за аналогією з створенням CD-диска, *burn – feedburner.com*, який є поєднанням основ «feed» і «burn» та дериваційного афікса «-er»;
 - **Абревіатури**, наприклад, сайт власника операційної системи *Windows*, корпорації *Microsoft* – *msn.com*, який є абревіатурою від «*Microsoft Network*»; або сайт для пошуку вигідних бізнес-пропозицій *bbb.org*, який є абревіатурою від «*Better Business Bureaus*»;
 - **Складні скорочення**, що є дуже поширеними в межах Інтернет-ономастикону, – результати стягнення, наприклад, сервіс для завантаження зображень на мікроблоґ Twitter – *twitpic.com* (*Twitter + picture*), поєднання абревіатури і слова, наприклад, сайт газети *Los Angeles Times* – *latimes.com* (*Los Angeles + Times*), та квазі-абревіатури, наприклад, сайт з програмою для онлайн-прослуховування музики – *imesh.com* (префікс «-i» є наслідуванням традиції корпорації *Apple* називати власні продукти назвами, які починаються з цього префікса «i-» з невідомого приводу [12], наприклад MP3 плеєр *iPod* чи планшет *iPad*);
- **Складені сайтоніми** – це дво- і багатослівні власні назви без урахування публічного суфікса та префікса «www». Слід зазначити, що в складі сайтоніма не може бути пропусків, через що у випадку, якщо він містить більше ніж одне слово, слова не розділяються пропуском-

ми, наприклад, сайтонім на позначення сайту для пошуку соціальних заходів та товарів зі знижкою *livingsocial.com* є відповідною фразою, яку було передано без пропусків та із додаванням публічного суфіксу. Складені сайтоніми розподіляються на:

- **Словосполуки** – це поєднання повнозначної частини мови зі службовою, передусім прийменником, наприклад, сайт, який дозволяє зберегти та поділитися посиланнями на цікаві матеріали в Інтернеті – *stumbleupon.com*, який є поєднанням дієслова «*stumble*» з прийменником «*upon*»; також можуть бути поєднання з іншими частинами мови, прикладом чого є назва сайту *alot.com*, яка є поєднанням займенника «*lot*» з артиклем «*a*»;
- **Словосполучення** – це дво- або багатокомпонентна бездієслівна структура сурядного чи підрядного типу, тобто поєднання іменника з прикметником, дієприслівником або іншою частиною мови окрім дієслова (такі випадки, на нашу думку, відносяться до фраз) та службових (ці поєднання ми відносимо до словосполук), наприклад, сайтонім *rightmove.co.uk*, який є поєднанням прикметника «*right*» та іменника «*move*»; чи сайтонім *gamespot.com*, який є поєднанням двох іменників – «*game*» та «*spot*»;
- **Фрази** – це предикативні конструкції, які вживаються як номінативні одиниці, які зазвичай є формами наказового способу, прикладом чого може бути сайтонім *paypal.com*, який є поєднанням дієслова «*pay*» та іменника «*pal*»; або «*logmein.com*», який просто написанням фрази «*logmein*» без пропусків.

Сайтоніми з нашої вибірки розподіляються за структурним типом наступним чином:

Таблиця 1

Розподіл сайтонімів за структурним типом

Структурний тип	Кількість	%
Простий	256	25.6
– Безафіксальний	205	20.5
– Афіксальний	51	5.1
Складний	317	31.7
– Власне композит	24	2.4
– Афіксальний композит	19	1.9
– Аббревіатура	94	9.4
– Складне скорочення	180	18
Складений	427	42.7
– Словосполука	35	3.5
– Словосполучення	320	32
– Фраза	72	7.2
В цілому	1000	100

Як видно із наведеної вище таблиці, домінантна позиція належить сайтонімам складеного типу, з яких найуживанішим є такий підтип як словосполучення (32%). Наступним за уживаністю є такий підрозділ як простий безафіксальний (20.5%), а третім за уживаністю є складне скорочення (18%). Також уживаними є такі структурні підтипи як аббревіатура (9.4%) та фраза (7.2%).

На нашу думку це відображає дві протилежні тенденції: згідно з характерним для Інтернет-дискурсу законом економії мовленнєвих зусиль [8, 442] для сайтонімів є характерними якнайкоротші назви (про що свідчать уживаність простих безафіксальних назв, аббревіатур та складних скорочень), оскільки це збільшує шанси запам'ятовування сайтоніма та, як наслідок, відвідування його у майбутньому; та, згідно з інформаційно-рекламною функцією сайтонімів, сайтоніми мають тенденцію до інформативності – закладання значної кількості інформації в назву (про що свідчить уживаність словосполучень та фраз), задля пояснення функціоналу, створення яскравого образу чи винесення будь-якої важливої на погляд власника сайту інформації в назву сайту.

Такі типи як аббревіатури та складні скорочення є, на нашу думку, виразниками обох тенденцій одночасно – вони дозволяють здійснити «компресію» інформації за допомогою скорочення певних елементів назви та передати більше інформації за допомогою меншої кількості літер, наприклад *sdnews.com* замість *San Diego News*.

У подальших розвідках планується розглянути структурні особливості сайтонімів різних функціональних зон, що може дати додаткові відомості про їх природу.

Список літератури

1. Дідур Ю.І. Области функціонування ергонімів у мові, мовленні та ментальному лексиконі (в українській, англійській та російській мовах): дис... канд. філол. наук: 10.02.15 / Ю.І. Дідур; Одеський національний ун-т. - Одеса, 2015. – 195 с.
2. Долбіна К.Д. Когнітивні аспекти функціонування зоонімних пропріальних одиниць: дис... канд. філол. наук: 10.02.15 / К.Д. Долбіна. – Одеса, 2014. – 181 с.
3. Карпенко М.Ю. Мотивация сайтонимов англоязычного сектора интернета / М.Ю. Карпенко // Вестник Воронежского гос.ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2014. – №2. – С. 35-39.
4. Карпенко М.Ю. Словотвірна класифікація сайтонімів англомовного сектора Інтернету / М.Ю. Карпенко // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – 2014. – Вип.130. – С. 496-502.
5. Карпенко М.Ю. Структурна класифікація сайтонімів / М.Ю. Карпенко // Записки з ономастики. – 2013. – № 16. – С. 60-72.
6. Карпенко М.Ю. Функції сайтонімів / М.Ю. Карпенко // Слов'янський збірник. – 2014. – Вип. 18. – С. 347-352.
7. Німчук В.В. Українська ономастична термінологія / В.В. Німчук // Повідомлення української ономастичної комісії. – 1966. – № 1. – С. 24-43.
8. Реконвальд Н.В. Текстовый продукт ЧАТ-коммуникации как проявление законов экономии и избыточности речевых усилий / Н.В. Реконвальд // Інтегральна теорія англомовної комунікації: колективна монографія / Під загальною редакцією д-ра філол. наук Т.І. Домброван. – Одеса: КП ОМД, 2015. – С. 409-445
9. 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» / М.М. Торчинський. – Київ, 2010. – 502 с.
10. Ходоренко А.В. Когнитивные аспекты функционирования современной антропонимики (на примере наименований групп лиц) / А.В. Ходоренко – Днепропетровск: Пороги, 2011. – 423 с.
 11. Buckler C. To www or Not to www — That is the Question / C. Buckler // Режим доступу: <http://www.sitepoint.com/domain-www-or-no-www/>.
 12. Costello S. Does iPod Stand For Anything? / S. Costello // Режим доступу: http://ipod.about.com/od/introductiontotheipod/f/ipod_stands_for.htm.
 13. Бучко Д.Г., Ткачова Н.В. Словник української ономастичної термінології / Д.Г. Бучко, Н.В. Ткачова. – Харків : Ранок-НТ, 2012. – 256 с.
 14. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии [2-е изд.] / Н.В. Подольская. – М.: Наука, 1988. – 192 с.
 15. Alexa Internet // Режим доступу: <http://www.alexa.com/>.

References

1. Didur Yu.I. (2015). Oblasti funktsionuvannya ergonymiv u movi, movlennita mentalnomu leksykoni (v ukraïnskiy, angliyskiy ta rosiyskiy movah) (Ph.D. thesis). Odesky Natsionalny Universytet.
2. Dolbina K.D. (2014). Kognityvni aspekty funktsionuvannya zoonimnyh proprialnyh odynits (Ph.D. thesis). Odesky Natsionalny Universytet.
3. Karpenko M.Yu. (2014). Motivatsia saitnimov angloyazichnogo sektora Interneteta. Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkulturnaya komunikatsia, (2), 35-39.
4. Karpenko M.Yu. (2014). Slovtvirna klasyfikatsiya sajtonimiv anglo-movnogo sektora Internetu. Naukovy zapysky. Seriya: Filologichny nauky (movoznavstvo), (130), 496-502.
5. Karpenko M.Yu. (2013). Strukturna klasyfikatsiya sajtonimiv. Zapysky z onomastyky, (16), 60-72.
6. Karpenko M.Yu. (2014). Funktsiyy sajtonimiv. Slovjansky zbirnyk, (18), 347-352.
7. Nimchyuk V.V. (1966). Ukrajin'ska onomastychna terminologiya. Povidomlennya ukrajin'skoji komisiji, (1), 24-43.
8. Rekonvald N.V. (2015). Tekstovy produkt CHAT-kommunikatsiji kak projavlenije zakonov ekonomii i izbytochnosti rechevych usilii. Integralna teoriya anglo-movnoji komunikatsiyy: kolektyvna monografiya. Odesa: KP OMD, 409-445.
9. Torchynskiy M.M. (2010). Struktura, tipologiya i funktsionuvannya onimnoyi leksyky ukrajin'skoyi movy (doctoral thesis). Kiyivsky Natsionalny Universytet.
10. Hodorenko A.V. (2011). Kognityvniye aspekty funkcionirovaniya sovremennoy antroponimiky (na primere naimenovaniy grupp lits). Dnepropetrovsk: Porogy.
11. Buckler C. (2012). To www or Not to www — That is the Question. Retrieved from: <http://www.sitepoint.com/domain-www-or-no-www/>.
12. Costello S. Does iPod Stand For Anything?. Retrieved from: http://ipod.about.com/od/introductiontotheipod/f/ipod_stands_for.htm.
13. Butschko D.G., Tkachova N.V. (2012). Slovnyk ukraïnskoyi onomastychnoyi terminologiyi. Kharkov: Ranok-NT.
14. Podolskaya N.V. (1988). Slovar russkoy onomasticheskoy terminologii. Moskva: Nauka.
15. Alexa Internet. Retrieved from: <http://www.alexa.com/>.

Стаття надійшла до редакції 6.10.2015 р.