

РОЗПОДІЛ АНГЛОМОВНИХ САЙТОНІМІВ ЗА ФУНКЦІОНАЛЬНИМИ ЗОНАМИ

У статті робиться спроба проаналізувати онімичний простір Інтернету, а саме виокремити та схарактеризувати його основні одиниці та запропонувати їх класифікацію.

Ключові слова: Інтернет-ономастикон, функціональна зона, сайтонім.

Карпенко М.Ю. Разделение англоязычных сайтонимов по функциональным зонам. В статье делается попытка проанализировать ономастическое пространство Интернета, а именно выделить и охарактеризовать его основные единицы и предложить их классификацию.

Ключевые слова: Интернет-ономастикон, функциональная зона, сайтоним.

Karpenko M.Yu. Division of English Siteonyms according to Their Functional Zone. In this article an attempt is made to analyze the Internet onomastic space, single out and characterize its basic units, and suggest their classification.

Key words: Internet onomasticon, functional zone, siteonym.

Дану роботу сконцентровано на встановленні загальних закономірностей функціонування складових простору Інтернету. Цей напрямок дослідження видається актуальним, бо недовге існування й бурхливий розвиток Всесвітньої павутини тільки починає викликати цікавість в науковців. Робиться спроба проаналізувати онімичний простір Інтернету, а саме виокремити та схарактеризувати його основні одиниці та запропонувати їх класифікацію. Мета дослідження полягає у виділенні домінантних функцій складових Інтернету з подальшим їх розподілом на відповідні функціональні зони. Предмет дослідження складають англомовні власні назви, які називають сайти, тобто сайтоніми.

Матеріалом дослідження слугували статистичні дані американської компанії Alexa Internet, Inc., 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 100 позицій було зроблено на основі списку найпопулярніших сайтів, який автоматично формується сервером компанії (<http://www.alexa.com>) кожного дня. Дата формування списку, який було використано у роботі, 27 грудня 2011.

Інтернет-ономастика є кардинально новим об'єктом дослідження в сучасному мовознавстві, що є цілком зрозумілим, якщо взяти до уваги

новітність самого Інтернету – глобальної інформаційної мережі, що об'єднує менші мережі [Бройдо 2009, с. 619]. Найперша, закрита для не-спеціалістів комп'ютерна мережа ARPAnet з'явилась у 1960-х роках [Дейтел 2002, с. 38-39]. Перша пропозиція стосовно глобальної мережі, доступної також і для звичайних користувачів, була зроблена в CERN (European Organization for Nuclear Research) фізиком Тімом Бернерсом-Лі у 1989 та була подалі розвинута ним і Робертом Кайо в 1990 у вигляді проекту WWW (World Wide Web) [How the Web Began]. Лише в 1995 році цей проект почав набувати популярності. За такий короткий відрізок часу не тільки ономастика, а загалом і лінгвістика не встигли описати цей феномен. Британський лінгвіст Д. Крістал, який створив першу книгу з Інтернет-лінгвістики, так описав стан цієї проблеми на період 2001 року: “Я... не знайшов жодного [лінгвістичного] дослідження, яке було б написано [до публікації цієї книги]” [Crystal 2006, с. X].

Виходячи з цього, нам видається важливим окреслити базові терміни, якими оперуватимемо у даному дослідженні, оскільки ономастиці наразі бракує термінології для описання Інтернет-простору.

Найширшим за обсягом є термін, який означає онімічний простір Інтернету в цілому. Найближчою за смыслом кореляцією в усталеній ономастичній термінології нам видається термін ономастикон – сукупність онімів у певній мові, формі існування мови, функціональному стилі, сфері вживання мови, творчості мовної особистості, тексті, дискурсі, на певній території, у певний історичний період розвитку мови [Селіванова 2010, с. 517]. Сукупність онімів, які існують в межах Інтернету, підпадає під цей опис, оскільки вона обмежена сферою вживання, але, завдяки своїй рекурсивній конструкції [Encyclopædia Britannica], сфера вживання цих онімів – Інтернет – не є обмеженою ані територією, ані етносом, ані мовою, ані історичним періодом розвитку мови. Це дає нам можливість виділити фундаментально новий Інтернет-ономастикон, який є сукупністю власних імен, що функціонують в межах Інтернет-середовища.

Наступний крок, який варто зробити – це з'ясувати, який саме компонент Інтернет-ономастикону можна вважати його базовою одиницею. На думку О.В.Суперанської “власна назва надається єдиному, спеціально обраному об'єкту, який входить до певного класу, для його виокремлення та ідентифікації” [Суперанская 2008, с. 11]. Гадаємо, що у межах Інтернету об'єктом, який найбільш повно співпадає з цим описом є веб-сайт – сукупність документів, що створені спеціальним способом і містять певну інформацію або виконують певні функції і які об'єднані під однією адресою в Інтернеті. Виходячі з цієї дефініції, робимо припущення, що веб-сайт – це продукт інтелектуальної діяльності однієї людини або групи людей, який слугує певній меті. Мовознавці вже виділяли назви класів об'єктів із східними характеристиками, наприклад, О.В.Суперанська виокремлює власні назви творів літератури та мистецтва [Суперанская 2007, с. 203]. Чітке визначення цієї категорії онімів наведено в словнику Н.В.Подольської, яка надає їм назву ідеоніми – власні назви, які мають денотати в розумовій, ідеологічній та художній сферах людської діяльності [Подольская 1988, с. 61]. У новітніх

наукових дослідженнях, які брали до уваги наявність Інтернет-ономастикону, окремим підрозділом ідеонімів було виокремлено віртуалоніми – власні назви віртуальних (комп'ютерних та інтернетівських) об'єктів, які підрозділяються на комп'ютероніми – власні назви денотатів, які пов'язані із роботою з комп'ютером, та інтернетоніми – власні назви об'єктів, які пов'язані з Інтернетом. Саме до складу останніх включено сайтоніми – власні назви сайтів [Торчинський 2010, с. 133-134].

Кожен сайт має два унікальних ідентифікатори: IP-адресу – номерний ідентифікатор, який складається з чотирьох груп цифр, та доменне ім'я – словесний ідентифікатор, націлений на легкість запам'ятовування. Система доменних імен (Domain Name System) була розроблена для полегшення орієнтації у Всесвітній павутині. Завдяки ній кожній IP-адресі може бути присвоєний власний вербальний ідентифікатор, наприклад, IP-адресі 72.14.204.103 відповідає доменне ім'я google.com. Доменне ім'я складається з наступних елементів:

- специфікатора схеми, який позначає протокол, що використовується. Наприклад, http: (вказує на те, що використовується протокол HTTP), ftp: (вказує на те, що використовується протокол FTP). Цей елемент є суто технічним і тому часто ігнорується користувачами.
- назви хосту, яка є безпосередньо унікальною назвою сайту [Configuring]. Слід зазначити, що дуже часто назва сайту включає в себе частину www., але ця частина є необов'язковою і є наразі застарілою традицією.
- публічного суфікса, який позначає деякі характеристики сайту. Наприклад, .com (позначає комерційну належність сайту), .co.uk (позначає географічну приналежність до Великобританії) [див. детальніше: Public Suffix List].

Для наочності прикладемо цю схему до домену корпорації Google, який згадувався вище – <http://www.google.com>:

- специфікатор схеми: http:
- назва хосту: www.google
- публічний суфікс: .com

Необхідно уточнити, що саме слід відносити до сайтонімів, бо сюди відносимо, по-перше, той ідентифікатор, під яким обраний сайт значиться в базах DNS-серверів (наприклад, <http://www.google.com>), по-друге, скорочений варіант назви сайту, який використовується в розмовних посиланнях на сайт (наприклад, Google). Обидві ці назви є власними і називають один і той же сайт. Тому вони обидві виявляються сайтонімами, що зазвичай знаходяться у певних ієрархічних стосунках, де гіперонімом є назва порталу, Google, а гіпонімами є адреси сторінок сайту (www.google.com, www.google.ru). Подальший розподіл цього порталу на підрозділи призводить до появи ще одного, нижчого рівню гіпонімів, наприклад: онлайн-календар <http://www.google.com/calendar/>, електронна пошта <http://mail.google.com/>, онлайн-фотоальбоми <http://picasaweb.google.com/>.

Варіативність сайтонімів є цілком логічною, бо автори сайтів намагаються з одного боку зробити їх назви легкими для запам'ятовування, а значить короткими, а з іншого боку інформативними.

Інтернет не є гомогенною структурою, різні його елементи виконують різні функції. Для подальшого уточнення наведеної в роботі думки стосовно природи сайтонімів робиться спроба створити їх класифікацію згідно з їх функціями. Раніше подібні класифікації створювались у надрах інформатики, яка, наприклад, виділяє наступні функції Інтернету [Бройдо 2009, с. 620]:

- інформаційна – отримання інформації
- комунікаційна – зв'язок
- нарадницька – зустрічі та обговорення
- комерційна – торгівля
- рекламна – рекламні послуги
- розважальна – література, фільми, ігри і т.д.
- комп'ютерна – отримання програмного забезпечення та документації

Пропонуємо власний розподіл Інтернет-ономастикону на функціональні зони – сегменти множини онімів в межах Інтернету, розділені за домінуючою функцією сайтів. 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 100 найпопулярніших сайтів. Розділення на функціональні зони унаочнюється в наступній схемі:

Таблиця 1. Розподіл сайтів за функціональними зонами

Зона	%
Комерційна зона	29%
Інформаційна зона	23%
Розважальна зона	18%
Комунікативна зона	17%
Файлообмінна зона	7%
Освітня зона	6%

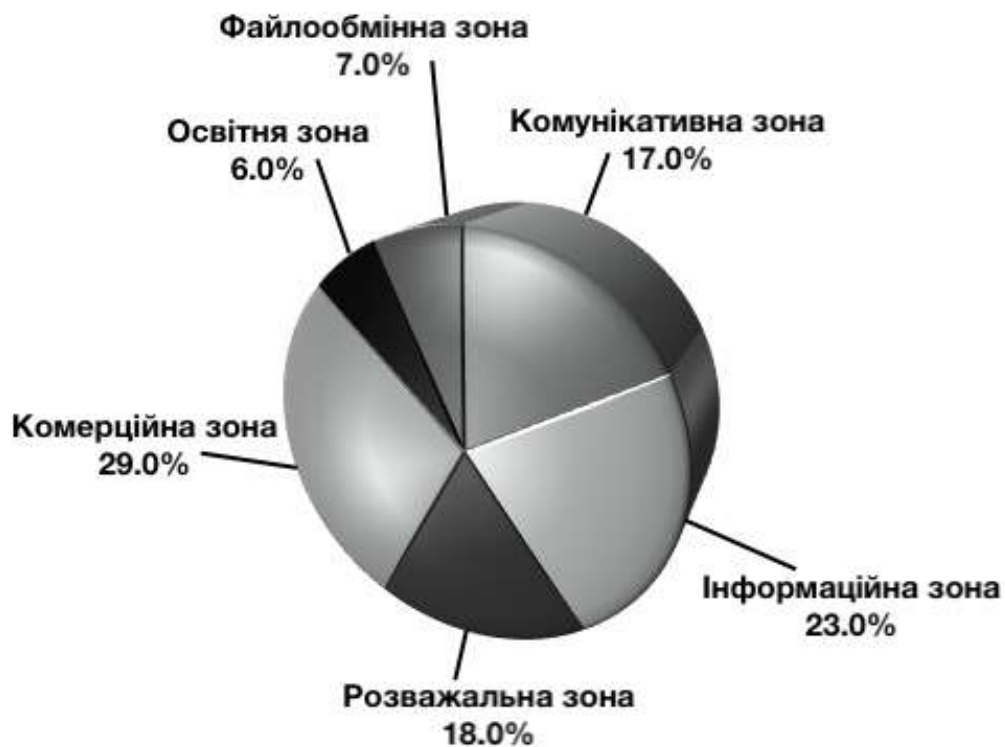


Схема 1. Розподіл сайтів за функціональними зонами

I. Комунікативна зона – вербальна комунікація з певною кількістю користувачів із можливістю та розрахунком на зворотній зв'язок.

1. Соціальна мережа – це “онлайн-спілка індивідів, що обмінюються повідомленнями, діляться даними та, у деяких випадках, співпрацюють над спільною діяльністю” [Encyclopædia Britannica].

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

3. Блог (від англ. web log) – це “онлайн-журнал, де індивід, група чи корпорація ведуть запис своєї діяльності, думок чи поглядів” [Encyclopædia Britannica]. Майже всі сучасні блоги надають користувачам можливість залишити свій коментар до запису.

4. 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 [Wikipedia].

5. 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 [Wikipedia].

6. Сервіс для соцзакладок (social bookmarking) – це сервіс, який надає користувачам можливість “організовувати, зберігати, управляти та шукати закладки онлайн-ресурсів” [Wikipedia]. Відбувається обмін лише посиланнями на ресурси, а не самими даними з цих ресурсів.

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

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

1. Портал новин – це портал, який надає користувачам найсвіжіші новини. Зазвичай ці портали належать відомим репортажним агенствам та виданням.

2. Онлайн прогноз погоди – це портал, який надає користувачам найактуальніший прогноз погоди.

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

III. Освітня зона – надання користувачам матеріалів для самоосвіти та супутніх послуг

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

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

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

IV. Розважальна зона – надання користувачам послуг, які націлені на розваги

1. Браузерна гра – це масова гра, для якої потрібно мати лише підключення до Інтернету та браузер [Schultheiss 2007, с. 344]

2. 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 [Encyclopædia Britannica].

3. Вебкастинговий сервіс – це сервіс, який дозволяє користувачам завантажувати на сервер, дивитися та ділитися відео [Wikipedia].

4. Порнографія – це сайт, який надає користувачам доступ до порнографічних матеріалів.

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

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

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

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

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

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

6. Онлайн-реклама – це сервіс, який надає можливість оплатити рекламу товару в Інтернеті

7. Мережевий сервіс – це сайт, який продає послуги, які використовуються суто в межах Інтернету, наприклад, хостинг, VPN (Virtual Private Network), обчислювальна хмара і т.д.

VI. Файлообмінна зона – надання можливості обміну файлами між користувачами.

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

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

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

Наведена класифікація базується на розділенні сайтонімів за функціями їх “носіїв” – сайтів. У подальших розвідках планується доробити та уточнити цю класифікацію.

Підсумовучи все сказане вище, можна висновувати, що трансформація Всесвітньої павутини в атрибут 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 [Скородумова 2004].

Основним здобутком цієї роботи є окреслення такого сучасного лінгвістичного феномена, як Інтернет-ономастикон. Було зроблено перший крок у дослідженні його структури, що знайшло своє втілення у виокремленні його базової одиниці – сайтоніма – та виявлено принципи групування сайтонімів за функціональними зонами. Подальші розвідки планується присвятити детальному дослідженню кожної з функціональних зон та розробити для цього необхідний термінологічний апарат.

Література

- Бройдо В.Л., Ильина О.П. Архитектура ЭВМ и систем. – СПб: Питер, 2009. – 2-е изд. – 720 с.
- Дейтел Х.М., Дейтел П.Дж., Нието Т.Р. Как программировать для Internet & WWW. – М.:Бином, 2002. – 1184 с.
- Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. – М.: Наука, 1988. – 2-е изд. – 192 с.
- Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844 с.
- Скородумова О.Б. Социокультурные функции Интернета и особенности их реализации в современной России // Дис.... докт.філос.наук. Спеціальність – 24.00.01.– М., 2004.– 435 с.
- Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 2-е изд. – 368 с.
- Суперанская А.В. Ономастика начала XXI века. – М.: Институт языкознания РАН, 2008. – 80 с.
- 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.
- Alexa the Web Information Company // Режим доступу: <http://www.alexa.com/>
- Configuring a Delegated Domain Name System // Режим доступу: <http://www.aunic.net/dns.html>
- Crystal D. Language and the Internet. – NY:CUP, 2006. – 2nd ed. – 304 p.
- Encyclopædia Britannica // Режим доступу: <http://www.britannica.com/>
- How the Web Began // Режим доступу: <http://public.web.cern.ch/public/en/about/webstory-en.html>
- Public Suffix List // Режим доступу: <http://publicsuffix.org/>
- 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>
- Wikipedia // Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/>