

## СЛОВОВІРНІ МОДЕЛІ ТА КОГНІТИВНІ МЕХАНІЗМИ МЕРЕЖЕВОЇ НОМІНАЦІЇ

(на матеріалі доменних імен новостворених веб-сайтів)

Питання номінації та словотвору розробляються в різних напрямках: дослідження найменувань, імен, псевдонімів, прізвищ [1, 125 – 145; 2; 4; 7], когнітивних механізмів утворення нових лексичних одиниць, еволюції назв осіб [5; 8], антропонімів у різних типах текстів [6]. Метою пропонованої статті є дослідження лінгвокреативної діяльності людини і розкриття особливостей номінативно-дериваційних процесів утворення доменних імен новостворених веб-сайтів як взаємодії лінгвальних і позалінгвальних чинників. Серед завдань статті: аналіз основних словотвірних моделей і оказіональних способів словотворення; вивчення когнітивних механізмів номінації в мережі Інтернет; визначення ролі мовних і позамовних факторів у виборі імені веб-сайту; огляд автоматично генерованих доменних імен.

Суть діяльності служби *PickyDomains.Com* (російськомовний аналог – *ВотИменно.Ru*) полягає в розміщенні заявок на створення унікальних імен доменів, завдяки чому автори пропонують варіанти номінацій, а замовники обирають ім'я, яке їм більше до вподоби, і реєструють його. Так відбувається колективна лінгвокреативна діяльність: клієнт висловлює конкретні вимоги й побажання щодо майбутнього імені веб-сайту > автори надсилають пропозиції > клієнт здійснює остаточний вибір (відмова від усіх запропонованих номінацій трапляється вкрай рідко). Вельми успішна віртуальна співпраця, засвідчена стрімким злетом популярності *PickyDomains* у мережі, заохочує до лінгвокогнітивних досліджень номінації, тобто вивчення когнітивних механізмів номінації, вербалізації різних ментальних структур. У процесі творення й вибору імені домена взаємодіють не просто замовник і автор – перетинаються два світи, дві унікальні особистості з персональними картинами світу, що висуває цілком логічне питання: «Як незнайомі між собою люди з соціокультурними відмінностями, особистісними цінностями, переконаннями, уявленнями та низкою індивідуальних антропометричних характеристик досягають спільного бачення взаємозв'язку мовної форми та змісту? Як люди мислять, фантазують і зіставляють новостворені номінації зі світом речей, віддаючи перевагу одним іменам і відхиляючи інші? Які мовні та позамовні чинники обумовлюють вибір мовних засобів для вербалізації уявлень про майбутній веб-ресурс, зміст якого максимально точно має передавати ім'я?» Заглиблення у взаємний процес мислення відкриває шлях до вивчення розвитку сучасного глобалізованого англомовного

середовища, у якому відбувається взаємодія представників різних лінгвокультур. Аналіз нових доменних імен дає можливість визначити актуальні сфери суспільного життя, перспективні види діяльності, інноваційні галузі, а отже, робить важливий внесок у розробку неологічної картини світу.

Для зручності вимоги й побажання щодо майбутніх імен доменів укладаються в 4 пункти: 1) *domain description*; 2) *desired domain extensions*; 3) *domain associated keywords*; 4) *domain specs*: 4a) *maximum letters in domain name*; 4b) *maximum words in domain name*; 4c) *use of dashes*; 4d) *use of numbers*; 4e) *use of slang*. Наприклад, замовлення доменного імені для нового блогу про незвичайні речі має такий вигляд:

1) *Blog about odd things.*

2) *.com.*

3) *web, net, surf, neat, odd.*

4a) *7 letters*; 4b) *2 words*; 4c) *no dashes*; 4d) *no numbers*; 4e) *no slang.*

Текст заявки має ідеальний баланс обов'язкових складників: лаконічний опис веб-сайту, розширення DotCom, перелік ключових слів для того, щоб авторам було від чого відштовхуватись і стало зрозумілішим бачення майбутнього домена замовником. Однак головне в цьому описі – чітко сформульоване завдання з конкретними параметрами: максимальна кількість літер – 7, максимальна кількість слів – 2, назва не повинна містити тире, цифр і сленгізмів.

Веб-сайт Інтернет-магазину плетених речей ручної роботи для малюків має бути створений за такими критеріями:

1) *Site that sells hand knitted baby clothes.*

2) *.com*

3) *The name should be short, possibly include "Grandma".*

4a) *13 letters*; 4b) *2 words*; 4c) *no dashes*; 4d) *no numbers*; 4e) *no slang.*

У замовленні є відхилення від стандарту – замість переліку ключових слів висловлено побажання щодо вигляду номінації із зазначенням лише одного ключового слова *Grandma*. Очевидно, воно має вмикати когнітивний механізм асоціації – м'якенькі й тепленькі рукавички-капелюшки-шкарпетки для любих онучків традиційно (чи стереотипно) плетуть турботливі бабусі. Максимальна кількість слів порівняно з попереднім замовленням удвічі більша, що дає авторам набагато ширше поле для уяви.

Вимоги до імені домена нової чатлайнової програми представлено так:

1) *Catchy Chat Application Domain.*

2) *.com, .net, .org, .mobi.*

3) *GPS, chat, local, maps, area, satellite, people, friends, chatroom, chatline, anonymous, new. The winning domain name must be short, catchy, to the point, can be a made-up word and 12 characters or less.*

4a) 12 letters; 4b) 3 words; 4c) no dashes; 4d) no numbers; 4e) no slang.

Заявка має доволі «демократичний» вигляд: дозволено 4 розширення, максимальну кількість слів збільшено до 3, наведено 12 ключових слів, однак деякі з них, наприклад, *local, maps, satellite*, на перший погляд видаються неадекватними, адже не містять жодного натяку на чатлайнову комунікацію, проте можуть стати у пригоді за умови успішної комбінації з іншими лексемами, обраними автором.

Власник веб-сайту онлайнного обміну валют обиратиме доменне ім'я за такими критеріями:

1) *Online Currency Exchange*.

2) *.com*.

3) *exchange, change, pay, plat, money, exch, xchange*.

4a) 13 letters; 4b) 2 words; 4c) no dashes; 4d) no numbers; 4e) no slang.

Серед ключових слів – графічні варіанти лексеми “*exchange*”.

Зрештою, замовник домена для веб-сайту нерухомості висуває такі вимоги до номінації:

1) *Real Estate Portal for Realtors*.

2) *.com*.

3) *Easy spelling, not realestate-number-4-letter-n*.

4a) 10 letters; 4b) 2 words; 4c) no dashes; 4d) no numbers; 4e) no slang.

Найважливішою умовою успішності доменного імені, на думку його власника, є уникнення модних графічних витворів – уживання цифр і літер замість слів або їх частин, а також інших вигадливих засобів. І він має рацію: для гарантованого повторного звернення до веб-сайту клієнт має правильно запам'ятати назву і вміти відтворити її по пам'яті.

Аналіз текстів замовлень дає можливість з'ясувати останні тенденції в індустрії доменних імен і, власне, особливості віртуальної комунікації між автором і замовником, прагматичним аспектом якої є вибір максимально успішного імені домена для ефективної реалізації маркетингової мети:

- опис майбутнього веб-сайту має бути коротким, однак достатнім для адекватного розуміння автором його наповнення, адже назва веб-сайту повинна дати клієнтові правильне уявлення про його зміст. На практиці не всі описи відповідають цьому критерію. Багато містять лише загальну інформацію про ресурс: *Social network/ event site for partner dancing; Cool name for a real estate site; Media site domain name; Achievement test website; Global domain name service; SEO service; Site about club music; Real estate portal*. Лаконічні, однак інформативні описи містять «спеціалізовані», уточнюючі слова, які звужують лексико-семантичний простір: *Looking for a name that will appeal to parents of newborn babies, especially first time parents; Product that helps adults learn*

*vocabulary; Swingers dating website; Domain name needed for health and beauty radio show; Creative ad agency with technological leaning; A site that organizes events for a restaurant tasting tour; Social training diary for amateur sportsmen tracking and comparing their workouts; Online shop for customizable leather handbags; Social Site where people test their fitness level.* У деяких випадках для оптимізації творчої наснаги автора стислий опис сайту потребує додаткової інформації, яка зазвичай подається на окремій сторінці, присвяченій цьому замовленню: *Celebrities and personalities products domain > A domain is needed for an online store that will sell products made, written, owned or endorsed by well-known personalities; Preserving and saving memories from old photographs > It's about creating unique and special gifts and passing on these memories. Chess Site > It will be online chess community where you can play chess, take part in online chess tournaments, communicate with other chess players, learn strategies and tactics, read chess news, find rules, get free downloads, vote chess games and more.*

- серед відносного розмаїття доменів першого рівня пальму першості традиційно утримує «перевірене часом» розширення *.com*. З усіх розглянутих замовлень лише два передбачають можливість *.co.uk* (аналог *.com*, але ідентифікатор країни звужує ареал межами Великої Британії) і лише двох клієнтів задовольнили б жанрові домени *.net*, *.org*, *.mobi*.

- найцікавіше починається в розділі ключових слів. Тексти замовлень умовно можна поділити на 5 різновидів:

1. Замовлення із зазначенням конкретних ключових слів. Наприклад, *domain name system, global, global geo, planet, world* для веб-сайту, що сприятиме вибору доменних імен; *food, taste* для веб-сайту, присвяченому організації ресторанних дегустацій та кулінарному туризму; *scholar, bright, high school, students, intellectual, brainy, smart, brilliant, future leaders, intelligent* (серед яких іменники, прикметники, словосполучення) для веб-сайту, присвяченому соціальній взаємодії обдарованих дітей; *SEO, online SEO, link exchange, link building, search optimization, page rank optimization* (пропонуються переважно словосполучення) для веб-сайту, що надаватиме послуги пошукової оптимізації. Для веб-сайту віртуального шахового товариства передбачено цілу низку ключових слів: *chess, online chess community, play chess, online chess, chess tournaments, free chess play, chess events, chess strategy, chess tactics, free chess download, learn chess rules, chess news* (так само переважно дво- і трикомпонентні словосполучення).

2. Замовлення із зазначенням конкретних ключових слів і коментарем щодо бажаного імені домена. Наприклад, *moments, memory, memories, preserve, precious* (однина і множина іменників, дієслово, прикметник) + коментар *“that kinda stuff doesn't have to be exact”* для веб-сайту, присвяченого старим фотокарткам і добрим згадкам; *music*,

*clubmusic, dancemusic, electro, electronic, download* (серед інших передбачено два складних слова) + коментар “*or something related to club music and something short*”; єдине ключове слово *dance* + висловлення побажань “*name should be memorable, easy to spell and generally usable for dance*. *Numbers only allowed for very short names: hi5*” для веб-сайту парного танцю; *green, eco, efficiency, carbon (reduction), fuel saving, emission (reduction), earth friendly* (поряд з окремими словами наводяться словосполучення для ефективної пошукової оптимізації) + коментар “*the words are not critical and already overused by others doing different things in the space*” для веб-сайту компанії, яка просуває на ринку технології екологічно чистого палива.

3. Замовлення із зазначенням *побажань* стосовно імені домена без переліку ключових слів. Наприклад, “*A shorter name would be preferable*” (акцент на кількості літер) для веб-сайту Інтернет-магазину речей, створених знаменитостями. Бувають і несподівані побажання, наприклад, для сайту студії веб-дизайну: “*Keywords in domain name are not necessary*”. Схожим є коментар до імені домена для веб-ресурсу, що пропонуватиме віртуальним відвідувачам перевірити їхню фізичну форму: “*There are no words that are critical*”. Замовник імені веб-сайту радіошоу про здоров’я і красу взагалі ігнорує принцип кооперації, подаючи коментар із претензією на кумедність: “*I’m lost for words*”. Проте більшість коментарів стосовно ключових слів мають вельми інформативний характер: замовник доменного імені для веб-сайту, присвяченого спілкуванню батьків немовлят, висуває такі вимоги: “*The name must be anything easy to remember, understand and speak for non-natives*”.

4. Замовлення із зазначенням *імен споріднених веб-сайтів*, покликаних підштовхнути авторів до творчої діяльності в певному руслі. Замовник доменного імені для Інтернет-магазину шкіряних сумок, створених за індивідуальними проектами клієнтів, вимагає вживання ключових слів, споріднених із лексемою “*leather*”, що мають позитивні конотації і приваблюють унікальністю пропонованої послуги. У заявці є покликання на вже зареєстровані домени *YouNameIt.Com* і *Younique.Com*. Власник веб-сайту нерухомості шукає «прикольне» ім’я, однак, окрім коментаря “*Most real estate sites do not have names that make sense for what they do*” і переліку відповідних доменів *Zillow.Com, BlueRoof.Com, RedFin.Com*, не висловлює жодних конструктивних ідей стосовно бажаної номінації, до певної міри порушуючи принципи лінгвокреативної взаємодії на *PickyDomains.Com*. У заявці на доменне ім’я для веб-сайту клубу свінгерів вказано лише прийнятні, на погляд замовника, доменні імена: *Flicr.Com, Twitter.Com, Digg.Com, SnapFish.Com*. Веб-сайт, на якому пропонують визначити рівень особистих досягнень, потребує ключових слів, здатних якнайкраще передати переваги тексту. Бажаними синтаксичними структурами (за

аналогією до наведених зразків доменів) є імперативи: *KnowYourself.Com*, *LearnAboutYourself.Com*, *TestYourStrengths.com*, *FindYourStrength.Com*, *MazimizeYourStrengths.Com*, *FindAboutYourself.Com*.

5. Замовлення *комбінованого характеру*, що містять ключові слова, мінімальний коментар і зразки зареєстрованих доменних імен. Наприклад, текст заявки для веб-сайту креативної рекламної агенції з технологічним ухилом поряд із єдиним ключовим словосполученням *Internet technology* має коментар “*The name should be unique*” і зразки привабливих номінацій (*Futurico.Com*, *ChukGek.Com*, *GuessWho.Com*). Замовлення для веб-сайту, що пропонує спортсменам-аматорам вести віртуальний журнал тренувань для опису й порівняння їхніх тренувальних практик: ключове слово *entertainment* + малоінформативний коментар “*Anything goes*” + перелік зареєстрованих доменних імен (*Traxmeet.Com*, *BonesInMotion.Com*, *SportsTracker.Nokia.Com*). Подібний принцип подачі інформації застосовано в тексті заявки на доменне ім'я для медійного веб-сайту: ключове слово *marketing* + стислий коментар “*Keywords are not critical, but the name should be brandable*” + низка привабливих номінацій (*SoapMedia.Com*, *MediaText.Com*, *MediaTemple.Com*, *eCreations.Com*, *MediaStorm.Com*).

Матеріал наймінг-сервісу допомагає визначити найбільш перспективні сфери віртуальної взаємодії, найактивніших користувачів, цільову аудиторію і квітучі віртуальні товариства. Левова частка замовлень на доменні імена надходить із царини розваг і дозвілля (6), популярними є веб-сайти, пов'язані з інтелектуальним розвитком, здоров'ям і красою людини (5), широко представлені ділова сфера (6), галузь інформаційних технологій (4), Інтернет-магазини (3).

- У середньому максимальна кількість літер у назві веб-сайту становить 12 – 13, однак коливається від найнижчої 8 до рекордної 17. Огляд новостворених номінацій свідчить про те, що 8 літер зазвичай недостатні для оптимальної реалізації завдання автором, тоді як 17 літер наділяють більшою свободою авторської уяви, але можуть викликати труднощі для запам'ятовування і відтворення по пам'яті користувачами.

- Максимальна кількість слів загалом дорівнює 2 – 3. Це зумовлено тим, що 1 слово навряд чи зробить назву веб-сайту оригінальною, а 4 й більше вживати недоцільно з тих самих причин, що й велику кількість літер.

- Особливістю сучасних уявлень про конкурентноспроможні доменні імена можна вважати відмову від уживання тире, цифр і сленгізмів. Матеріал дослідження містить єдиний випадок відхилення від загальної тенденції: замовник припускає вживання тире і цифр, однак не сленгізмів.

Прагматичним завданням номінативної діяльності є те, що

номінатор прагне виділити і представити в назві об'єкта найбільш інформативні властивості, які сприяли б гранично точному визначенню об'єкта й уможливили ідентифікацію реалії об'єктом [Асмус 2005, 125]. У світлі яскраво вираженої прагматичної природи доменних імен цікавими є результати аналізу словотвірних моделей, а також когнітивних механізмів, що беруть участь у їх творенні автором і виборі замовником. Продуктивним лінійним способом словотворення в галузі доменних імен є афіксація. Ураховуючи сучасні тенденції розвитку лексичного складу англійської мови, у процесі номінативної діяльності автори застосовують відомі суфікси чи подібні до суфіксів словотвірні елементи й 1 словотвірну основу: *-er/ -eer* (*DeLogger.Com*, *DJGrabber.Com*), *-um* (*Defendum.Com*), *-oma* (*Pictoma.Com*), *-za* (*Snoopza.Com*), *-ana* (*Publicana.Com*, *Roliana.Com*), *-da* (*Linkada.Com*), *-xa* (*Architexa.Com*), *-ta* (*Xutta.Com*), *-ia* (*Coderria.Com*), *-ary* (*Photonary.Com*), *-o/ -no* (*Supremeo.Com*, *Abreeno.Com*, *Nogeno.Com*), *-tics* (*Simplitics.Com*), *-ology* (*Lamptology.Com*), *-ica/ -ca* (*Commandica.Com*, *Artifica.Com*).

Іншою продуктивною словотвірною моделлю є словоскладання (складання основ): *Simplimail.Com*, *Custoprint.Com*, *GymGenius.Com*, *Marimail.Com*, *VoteTrend.Com*). Левову частку складних номінацій утворено на основі словосполучень за зразками: Adj + N(s) (*CelticFriend.Com*, *LocalShark.Com*, *ChrystalList.Com*, *FlyingCoders.Com*, *KindBuyers.Com*, *HeatedMedia.Com*), N + N: *DialerQueen.com*, *SoftwareJudge.Com*, *WardResidence.Com*, *FunVisits.Com*, *MailBuddy.Com*, *DiverStation.Com*, *CashCabana.Com*, *AquaRelief.Com*, *LimoQuarter.Com*, *RealtorRave.Com*, *DormPlug.Com*, *GymVillage.Com*, *MagazineFrog.Com*, *PixaGift.Com*, N + Ns (*BottleConcepts.Com*, *HealthBriefings.Com*), Ns + Ns (*RoversRecipies.Com*), N + Adj/ PII (*SeniorReady.Com*, *BeautyMapped.Com*).

Активно застосовуються способи складної деривації: складання основ + суфікс -er/ -eer (*CopyProfiteer.Com*, *PropertyGrader.Com*). Характерними є атрибутивні конструкції: *WhatWeMade.Com*, *APointToRemeber.Com*, *StyleToGo.Com*, різноманітні дієслівні номінації, зокрема імперативні: імперативні словосполучення (*CraftAGift.Com*, *MakeMyGarden.Com*, *TakeToTask.Com*, *TrackMyPeople.Com*), оказіональні дієслова (*Deprice.Com*, *DigiDevise.Com*, *FastInvite.Com*), оказіональні фразові дієслова (*RoomAbout.Com*), імперативна конструкція get + PPII (*GetMapped*). В утворенні імен доменів беруть участь перформативи (*LinkWithU.Com*), прості речення (*WiseWomenTalk.Com*). Не важко помітити, що багато номінацій є дієслівними в наказовому способі, метою яких є спонукання до дії,

Оригінальними з лінгвістичної точки зору є номінації, утворені шляхом телескопії, або блендінгу: *Localation.Com*, *Comparisonic.com*, *Seomantic.com*, *Rememoir.Com*, *Smartopreneur.Com*, *CAStrategy.Com*, *Webtuoso.Com*, *Vadycyclopedia.ComDiscout.Com*. Когнітивний механізм полягає у відтворенні комбінованої структури чи функції предмета на

вербальному рівні за допомогою комбінованої лексичної одиниці [Коваленко 2005, 9]. Серед інших когнітивних механізмів варто назвати опозицію (*TrackMyPeople.Com* <“*Let My People Go*”), фонетичну редуплікацію – для кращого запам’ятовування (*CraftAGift.Com*, *DigiDevise.Com*, *GymGenius.Com*), аналогію (*TakeSellPay.com*, *FlatItBe.Com* < “*Let it be*”), персоніфікацію (*MailBuddy.Com*, *DialerQueen.com*, *SoftwareJudge.Com*), асоціацію (*OMGBetty.Com*, *FlyingCoders.Com*, *CashCabana.Com*), метонімію (*KindBuyers.Com*), метафоризацію (*CelticFriend.Com* – для ірландського веб-сайту знайомств; *LocalShark.Com*). Цікавим зразком часткового запозичення є ім’я веб-сайту електронних грошових переказів *NadaPay.Com*, що асоціюється з іспанською лексемою «*nada* – ніхто, ніщо, дрібниця» чи є грою з російським словом «*надо*» > *nada*, а отже, може передавати протилежні смисли.

Послуги миттєвої реєстрації доменних імен пропонують на веб-сайтах <http://godaddy.com>, <http://cheapname.com>, <http://mydomain.com>, <http://nic.ua>, <http://org.ua>, <http://kiev.ua>, <http://ot.ua> [http 1; http 3 – 8], де є можливість автоматичного вибору імені домена на основі замовлених клієнтом ключових слів і бажаного домена вищого рівня (.com, .net, .org, .info, .mobi, .name). Ключова відмінність полягає в тому, що на *PickyDomains.Com* лінгвокреативний процес відбувається між людьми (складними ментальними структурами людських свідомостей), тоді як на перелічених веб-сайтах має місце взаємодія людини, яка замовляє доменне ім’я, і машини, або робота, що автоматично видає перелік потенційних номінацій. У цьому випадку відбувається комп’ютерна комунікація між людиною і машиною, що додає актуальності пропонованому дослідженню.

З дослідницькою метою проведено лінгвістичний експеримент. Було обрано заявку на доменне ім’я на *PickyDomains.Com* (для веб-сайту, присвяченого віртуальній взаємодії обдарованих дітей і підлітків) і, використовуючи запропоновані замовником ключові слова й беручи до уваги викладені в заявці критерії, було здійснено спробу вибору оптимального доменного імені на *GoDaddy.Com*. Обравши ключові слова “*bright*”, “*kids*” і розширення .com, отримуємо відповідь робота: *brightkids.com* – не придатне, замість нього пропонуються назви з іншими доменами вищого рівня: *brightkids.biz*, *brightkids.us*, *brightkids.name*, *brightkids.asia*, *brightkids.ws*, серед яких .biz, .asia так само непридатні, адже це не діловий ресурс і не належить винятково до азійського лінгвокультурного ареалу. Проте робот продовжує грати з номінацією: *BrightKids.net*, *BrightKids.com*, *Kidding.net*, *Kids-Helping-Kids.com*. Дві перші назви цілком прийнятні, а дві останні – ні. Причина: розширення .net і вживання тире. Решта номінацій частково або повністю не відповідають критеріям замовлення і наповненню веб-сайту: *KidsBlouses.com*, *KidsDressed.com* (він не є джерелом інформації про одяг



для дітей і підлітків), *KidsCapoeira.com* (сайт не призначений винятково для шанувальників капоейри), *MyDeepKids.com* (присвійний займенник *my* і прикметник *deep* неадекватні в контексті міжнародного порталу, присвяченого сучасним розумникам і розумницям), *MyBrightGirls.com*, *MyBrightBoy.com* (лексеми *girls* і *boy* обмежують цільову аудиторію веб-сайту за гендерною ознакою, а займенник *my* вносить когнітивний дисонанс у назву підлітково-молодіжного порталу), *YourBrightTeenagers.com* (веб-сайт не орієнтований на батьків, тому вживання присвійного займенника *your* є дивним). На жаль, цим лінгвістичні можливості робота обмежуються і далі наводяться відверто клішовані номінації, яким бракує не лише оригінальності й унікальності, а й формальної привабливості: *brightkidsblog.com* (невдалий варіант для ЖЖ), *brightkidsnow.com* (швидше підійде для веб-сайту новин), *brightkidsshop.com* (варіант для Інтернет-магазину), *brightkidstoday.com* (для електронної газети/ журналу), *brightkidssite.com* (номінація невдала, оскільки й так зрозуміло, що це веб-сайт), *brightkidsonline.com* (компонент “*online*” недоречний – звісно, що ресурс працює в режимі реального часу), *mybrightkids.com*, *newbrightkids.com*, *freebrightkids.com*, *thebrightkids.com* (компоненти *my*, *new*, *free*, *the* є абсолютно зайвими, адже жодним чином не сприяють уточненню змісту веб-сайту).

Чергова спроба – ключові слова “*brainy*”, “*students*”, розширення *.com* і доменне ім’я *brainystudents.com* виявляється доступним, однак не відповідає вимогам щодо максимальної кількості літер (8). Заради цікавості проглянемо інші пропозиції: наводиться ціла низка доменів-ідентифікаторів країн і жанрових доменів, ускладнених ідентифікаторами країн (*.ag*, *.com.ag*, *net.ag*, *org.ag*, *.be*, *com.cc*, *com.de*, *.com.fr*, *com.jp*, *.co.uk*, *.me.uk*, *.org.uk*). Зрозуміло, що жоден із них не узгоджується із зазначеними в заявці параметрами. Далі – гірше: сервіс «спамить» навалюю довжелезних назв: *yourbrainystudents.com*, *easybrainystudents.com*, *brainystudentslive.com*, *brainystudentsstore.com*, *bestbrainystudentslive.com*, *mybrainystudentsstore.com*, *yourbrainystudentslive.com*, *bestbrainystudentsonline.com*, *yourbrainystudentspro.com*, *easybrainystudentspro.com*. Годі й дискутувати про долю веб-сайту з подібним іменем. Окрім номінацій, утворених за участю невиразних, дещо «затертих» коротких лексем *best*, *online*, *pro*, *live*, *store*, *easy*, *my*, *your*, послуга *GoDaddy.Com* генерує такі назви: *StudentsAdvisor*, *StudentAnswers*, *StudentWorld*, *StudentAcademy*, *StudentsInternational*, *Students4Students*, *AccomodationsForStudents*, *DutchStudent*, *TokyoStudents*, дві останні з яких звужено до меж локальної спільноти за регіональною ознакою.

Подібні експерименти було проведено і на матеріалі інших замовлень, що дає право зробити висновок: незважаючи на доступність, оперативність, економічність послуг автоматичних систем вибору доменних імен, номінації, створені людиною, без сумніву, є більш

привабливими, оригінальними й вишуканими, вони ідеально відповідають побажанням замовників і містять значний маркетинговий потенціал. Відрізнити доменне ім'я, генероване машиною, від номінації, вигаданої людиною, можна неозброєним оком. На противагу машині, яка має у своєму арсеналі обмежений набір словотвірних моделей (переважно лінійних), людина кожного разу запускає нові складні когнітивні механізми, що дозволяють створювати унікальні доменні імена на основі активованих фрагментів свідомості. У цілому аналіз імен новостворених веб-сайтів свідчить про значний словотвірний потенціал та ресурси англійської мови, що успішно реалізуються в мережі Інтернет.

### *Література*

1. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. ... кандидата. филол. наук. – Челябинск, 2005. – 245с.
2. Белова А.Д., Ніколенко О.В. Прізвиська: соціо-культурний і соціо-прагматичний аспекти/ А.Д. Белова, О.В. Ніколенко // Мовні і концептуальні картини світу. Зб. наук. праць. – К.: Логос, 2000. – С. 26 – 30.
3. Biskub, I., Applied and Computational Linguistics: Підручник (англ. мовою). – Луцьк: РВВ «Вежа»Волинського державного університету імені Лесі Українки, 2007. – 304 с.
4. Бойко Л.Н., Компьютерные наименования. Номинативный и стилистический аспекты/ Л.Н. Бойко // Некоторые проблемы грамматических категорий и семантики единиц языка. – Пятигорск, 2003. – С. 146 – 148.
5. Коваленко Г.М. Англійська лексика моди ХХ-ХХІ століть: автореф. дис. ... кандидата. філол. наук: 10.02.04 –германські мови. – К., 2005. – 20 с.
6. Кутоян А.К Антропонимы в комедийных драматургических текстах // Другий всеукраїнський науковий форум. Сучасна англїстика: когніція, комуїнкація, текст. Тези доповідей / За ред. В.О. Самохіної (Дмитренко). – Х.: ХНУ імені В.Н. Карабіна, 2007. – С. 35 – 37.
7. Столярова М.О. Етикет у віртуальній англійській комунікації (на матеріалі чатлайнових сесій): дис. ... кандидата. філол. наук: 10.02.04 –германські мови. – К., 2005. – С. 63 - 72.
8. Шиманович Г.М. Когнітивні чинники еволюції назв осіб в англійській мові ХХ століття: автореф. дис. ... кандидата. філол. наук: 10.02.04 –германські мови. – К., 2005. – 20 с.

#### *Джерела ілюстративного матеріалу:*

1. <http://www.godaddy.com>
2. <http://www.pickydomains.com>
3. <http://www.cheapname.com>
4. <http://www.mydomain.com>
5. <http://nic.ua>
6. <http://org.ua>
7. <http://kiev.ua>
8. [http:// ot.ua](http://ot.ua).

The article discusses human linguistic creativity and peculiarities of nominative derivational processes participating in creation of domain names for new websites. The paper analyzes productive ways of word formation, as well as nonce words, studies cognitive mechanisms of nomination on the Internet, offers an overview of automatically generated domain names and aims to determine the influence of language and extralanguage factors on the choice of a domain name.

***Key words: domain name, word formation patterns, nomination, cognitive mechanisms, nominative process, human linguistic creativity, website name.***

Статья посвящена исследованию лингвокреативной деятельности человека и особенностей номинативно-деривационных процессов образования доменных имён для новых веб-сайтов как взаимодействия языковых и внеязыковых факторов. В работе проанализированы основные словообразовательные модели, а также окказиональные способы словообразования, изучены когнитивные механизмы сетевой номинации, рассмотрены автоматически генерированные доменные имена.

***Ключевые слова: доменное имя, словообразовательные модели, номинация, когнитивные механизмы, процесс номинации, лингвокреативная деятельность человека, имя веб-сайта.***