

УДК 811.111'373.2

М. Ю. Карпенко

аспірант кафедри лексикології та стилістики
англійської мови Одеського національного
університету ім. І. І. Мечникова
e-mail: m.yu.karpenko@gmail.com

ТИПИ КОМБІНОВАНОЇ МОТИВАЦІЇ САЙТОНІМІВ

В дослідженні розглядаються особливості мотивації власних назв на позначення веб-сайтів, зокрема можливі комбінації різних мотивів номінації. Виділено типи комбінацій і проведено аналіз мотивації 1000 найвідвідуваніших сайтонімів.

Ключові слова: мотивація, комбінована мотивація, ідеонім, сайтонім, Інтернет, сайт.

Інтернет-ономастика є кардинально новим напрямом дослідження в сучасному мовознавстві, що є цілком зрозумілим, якщо взяти до уваги новітність самого **Інтернету** — глобальної інформаційної мережі, яка об'єднує менші мережі [3, с. 619]. Одним з найчастіше використовуваних компонентів Інтернету є **Всесвітня павутина** (*WWW — World Wide Web*), яка є системою взаємопов'язаних **веб-сайтів** — сукупностей гіпертекстових документів, що містять певну інформацію або виконують певні функції, і які об'єднані під однією адресою в Інтернеті [5]. Слід зазначити, що Інтернет і Всесвітня павутина не є тотожними поняттями, не взираючи на те, що ці два терміни часто використовуються як синоніми; Всесвітня Павутина є компонентом Інтернету [18, с. 14]. Веб-сайт має власний і унікальний ідентифікатор — **доменне ім'я**, яке дослідники відносять до класу ідеонімів і називають **сайтонімом** [5]. Сайтоніми англomовного сектору Інтернету є **об'єктом** дослідження. Нами було розглянуто функції сайтонімів [9], їх структуру [8], шляхи їх походження [7] та частково їх мотивацію [6]. На нашу думку, значну теоретичну цінність має поглиблення мотиваційної класифікації сайтонімів, додавши до неї огляд комбінованої мотивації, що є **метою** цієї роботи. Тобто **предметом** дослідження є особливості мотивації сайтонімів англomовного сектору Інтернету.

Ідеї щодо взаємопов'язаності лексичних одиниць та їх взаємозумовленості існували ще за часів античної філософії. Так, в діалозі Платона «Кратил» висувається версія щодо того, що імена речам надаються згідно з їх природою: «В такому випадку імена слід давати так, як згідно з природою речей їх слід надавати та отримувати... Сократ: А що це таке, чим потрібно свердлити? Геморген: Свердло» [12]. З тих часів існувала велика кількість понять для номінації цього зв'язку: «внутрішня форма слова», «народна етимологія», «асоціативні (дериваційні, мотиваційні) відносини між словами», «мотивований/немотивований знак», «тенденція до мотивованості/ арбітральності знака» тощо [1, с. 30]. В більшості розвідок цей феномен має назву **мотивація**, але слід провести чітку межу між різними трактовками цього терміну, оскільки їх існує ціла низка.

В традиційному словотворі мотивацією називають семантичну зумовленість значення похідного чи складного слова значеннями його компонентів [11, с. 467]. Результат можна представити як структуру з двох частин: **мотиваційної основи**, тобто «твірної основи слова, що є структурною і семантичною базою для іншої (мотивованої) основи» [4, с. 125], яка «слугує засобом зберегти повнозначні одиниці, що вона містить, в структурі деривата» [11, с. 467] і **форманта**, що «слугує для вираження нового значення у дериваті» порівняно з **мотиватором** [11, с. 467] — словом, що було «первісним матеріалом» для створення похідного слова [14, с. 480]. Мотиватор, що є самостійною лексичною одиницею, слід відрізнити від мотиваційної основи, що є кореневою морфемою похідного слова. Саме завдяки останній стає можливим асоціативний зв'язок між номінативною одиницею і лексичним значенням мотиватора. «Якщо такий же самий зв'язок не реконструюється шляхом ментальних операцій комуніканта, то для нього слово позбавлено **мотивованості**» [10, с. 99]. Наприклад, в слові *teacher* мотиваційною основою є *teach-*, а формантом — *-er*. Мотиватором же в цьому випадку слугує дієслово *to teach*.

З середини 1980-х років термін **мотивація** за ініціативою І. Торопцева було введено до сфери ономастології [15], завдяки чому мотивація почала розглядатись з двох точок зору: тієї, що було описано вище, яка отримала назву **відносної** (формальний і семантичний зв'язок між словами як знаками), і **абсолютної** (зв'язок між знаками та їх дено-

татами) [14, с. 481]. Відмінність другого підходу полягає в тому, що аналіз мотиваційних процесів вийшов за межі мовної системи і почала братись до уваги **ситуація номінації**, до складу якої входить **привід номінації**, тобто чому давалася ця назва [16, с. 183] і **мотив номінації** — «екстралінгвальний привід вибору чи створення конкретної власної назви для конкретного об'єкта» [4, с. 124]. Наприклад, мотивом номінації кормпорації *Google* була орфографічна помилка при написанні назви, що була запланована спочатку, — *googol*, що є математичним терміном на позначення числа 10^{100} [19]. Приводом номінації в даному випадку є реєстрація товарного знаку. Ситуацією ж номінації можна назвати весь процес, починаючи з появи приводу і закінчуючи формуванням кінцевої власної назви.

Слід зазначити, що у деяких джерелах разом з терміном **мотивація** синонімічно використовується термін **мотивованість**, який позначає закономірність, не випадковість зв'язку між змістом і формою слова [17, с. 401]. Мотивованість виділяють **первинну** — встановлення безпосереднього зв'язку між знаком і денотатом та **вторинну** — встановлення опосередкованого зв'язку між денотатом і знаком шляхом утворення похідного слова від лексеми, зв'язок якої з потрібним денотатом вже встановлено [17, с. 401–402]. Між термінами **мотивація** і **мотивованість** можливо простежити певну кореляцію, оскільки первинну мотивованість можливо порівнювати з абсолютною мотивацією, а вторинну мотивованість — з відносною мотивацією. Надалі ми будемо використовувати термін **мотивація**.

Через удавану схожість визначень деякі дослідники ототожнюють мотивацію з етимологією, однак між ними є значна розбіжність. **Етимологія** — це: 1) розділ мовознавства, що вивчає походження слів; 2) сукупність дослідницьких прийомів, що націлені на розкриття походження слова; 3) походження слова [11, с. 596]. Завданням етимології є відновлення первинної мотивації слова, яка більше не є зрозумілою. Це пов'язано з історичним затемненням внутрішньої форми і значення слова і неможливістю пояснення його походження на основі діючих в мові моделей утворення слів [11, с. 596]. Відмітною ознакою саме мотивації є те, що вона дозволяє говорити про «виправданість, раціональність, тлумачність, зрозумілість зв'язку значення і звукової оболонки в кожній лексичній одиниці» [2, с. 30].

Нами було розроблено у попередніх розвідках специфічну для Інтернет-ономастикона мотиваційну класифікацію. Подібні класифікації для різних типів денотатів вже наявні в класичній ономастиці. За основу нашої мотиваційної класифікації ми вирішили взяти класифікацію М. М. Торчинського [16, с. 186–195], оскільки вона є творчим переосмисленням великої кількості створених раніше подібних класифікацій. М. М. Торчинський виділяє три класи мотивації:

- **проста мотивація**, в основу якої було покладено один мотив;
- **комбінована мотивація**, в основу якої покладено два або більше мотивів;
- **невідомо мотивація**, мотив, який було покладено в основу, виділити не вдалося. Його може бути втрачено або він може бути відомим обмеженому колу людей [13, с. 85].

Сайтоніми першого класу, класу простої мотивації, розділяються на наступні підтипи:

1. Сутнісні — власні назви (далі — ВН), які вказують на функції, які повинен виконувати денотат [16, с. 187]. Цей тип мотивації серед сайтонімів знаходить безпосереднє відображення і, більш того, є дуже розповсюдженим, наприклад, *blogspot.com* — сайт для створення блогів.

2. Квалітативні — це «ВН, які виникли на основі характерних рис денотата: як зовнішніх (наприклад, розмір), так і внутрішніх (наприклад, особливості поведінки в різноманітних ситуаціях)» [16, с. 187]. Цей тип мотивації по відношенню до сайтонімів має дещо інше вираження. Оскільки сайт існує у віртуальній реальності, він практично не має зовнішніх та внутрішніх характеристик на кшталт денотатів в об'єктивній реальності. Тому цей тип мотивації переважно використовується при номінації сайтонімів як доповнюючий і уточнюючий. Однак в деяких випадках він може використовуватись самостійно, наприклад, *best.com*.

3. Локативні — це «ВН, основним мотивом для виникнення яких є їх розташування» [16, с. 188]. Цей тип мотивації є продуктивним при створенні сайтонімів, наприклад, *www.ukraine.com* — сайт, який присвячено Україні.

4. Темпоральні — це «ВН, що характеризують денотат за часом його виникнення» [16, с. 188]. Цей тип мотивації є продуктивним при номінації сайтів з деякими уточненнями: час створення сайту, як пра-

вило, не є релевантним; замість цього характеризується темпоральна приналежність інформації, що є на сайті, наприклад, *www.medieval-life.net* — сайт, який присвячено Середньовіччю.

5. Посесивні — це ВН, що «характеризують денотат за правом власності на нього» [16, с. 189]. На наш погляд, до цього типу мотивації належать сайтоніми, назва яких відповідає назві компанії, якій він належить, або ж імені власника у випадку, якщо це домашня сторінка, наприклад, сайт *apple.com*, який належить компанії *Apple*, або *honcharenko.com*, який є домашньою сторінкою київського та одеського психотерапевта В'ячеслава Гончаренка.

6. Патронімічні — це ВН, основою для яких стали імена пращурів [16, с. 188]. Цей тип мотивації у відношенні до сайтонімів використовується з деякими модифікаціями: в якості «пращура» виступає інший сайт, за зразком якого було названо новий. Як правило, ці два сайти пов'язані за змістом, функціональністю або правом власності. Наприклад, в Інтернеті існує сайт *youtube.com*, який є хостингом для коротких відеороликів. Через його велику популярність (3-я позиція в рейтингу найбільш популярних сайтів Інтернету компанії *Alexa*), слово *tube* стало асоціюватись з хостингом для відео-роликів і зараз міститься в великій кількості назв сайтів східної тематики, пор. *schooltube.com* (сайт з відео про систему освіти), *godtube.com* (сайт з відео теологічної тематики), *dnatube.com* (сайт з научними відео) та ін.

7. Меморіальні — це ВН, які «споконвічноють пам'ять про людей, події та інші реалії» [16, с. 189]. Критерієм відмінності меморіальних онімів від патронімічних є те, що другі можуть бути названими лише слідом за якимось іншим сайтом. До меморіальних же відносяться оніми, які містять імена вигаданих або реальних персон (які не є власниками сайту), назви подій (реальних або вигаданих), але не сайтів, наприклад *allaboutstevejobs.com* — сайт, який присвячено Стіву Джобсу.

8. Ідеологічні — це ВН, які відображають філософські, політичні, правові, релігійні або художні погляди одного або групи людей [16, с. 189]. На відміну від меморіальних, ці оніми не вказують на конкретні персоналії, навіть якщо вони є авторами відображуваних поглядів, наприклад, сайт спільноти атеїстів *newatheism.org*.

9. Символічні — це ВН, які базуються на певних конотаціях, пов'язаних зі значенням лексеми, яку було використано для створення ВН [16, с. 190]. Даний тип мотивації покликаний створити у

сприймаючого даний домен користувача ментальний образ певного явища або події, який допоможе краще розкрити функції сайту. Цей образ не пов'язаний зі змістом або функціями сайту безпосередньо, а, замість цього, може бути пов'язаним з ним метафорично. Наприклад, *twitter.com* — це сайт, який дозволяє користувачам обмінюватись короткими текстовими повідомленнями, які доступні для прочитання всім користувачам сайту, що формує нескінченний потік різноголосих повідомлень, який є подобним до цвірінкання птахів.

10. Асоціативні — це ВН, які «виникають за аналогією з іншими назвами або реаліями» [16, с. 191]. В цю категорію потрапляють сайтоніми, які було названо на честь найменування предмета мистецтва, книги, фільма та ін., наприклад, сайт *www.lordoftherings.net*, який присвячено сазі «Володар перснів». Також сюди відносяться сайтоніми, які було названо на честь характерних компонентів цих творів, тим самим метонімічно вказуючи на них, наприклад, сайт *theonering.net*, який також присвячено сазі «Володар перснів» і названо його було на честь значущої фрази з книги «*One Ring to rule them all...*». Під час виділення цього типу мотивації слід проявляти особливу увагу, оскільки зв'язок сайтоніма за значенням з ім'ям людини або назвою події ми відносимо до меморіальної мотивації.

11. Номінальні — це ВН, які «присвоюються без будь-якого мотиву» [16, с. 190]. Цей тип мотивації використовується при номінації сайтів, зокрема у випадках, коли назва сайту ніяк не корелює з його змістом/функціями. Наприклад, сайт *www.yelp.com*, де можна залишати відгуки про різні установи.

12. Ситуативні — це ВН, що «виникають спорадично, на основі певної життєвої ситуації, яка була актуальною в певний момент, і як раз діяла при створенні оніма» [16, с. 191]. Їх похідна мотивація може швидко затемнюватися. Серед сайтонімів цей тип мотивації є продуктивним, в першу чергу, у зв'язку з тим, що не може існувати двох однакових доменних імен. Більше того, чим менше літер має домен, тим дорожчим він є у зв'язку з дефіцитом коротких доменів. Через це домени, які мають лише 2–4 літери до крапки перед публічним суфіксом, незалежно від їх значення, прийнято реєструвати та викупати, для того щоб продати якнайдорожче, наприклад, *246.cn*, який не виконує ніякої функції, а просто займає домен. Слід відзначити, що відрізнити ситуативну номінацію від номінальної зазвичай буває

непросто, тому що для цього необхідно мати інформацію про умови створення сайту, яка часто буває недоступною.

13. Апотропеїчні — це ВН, які своїм змістом виражають «побажання певних перспектив, які може або має мати денотат» [16, с. 190]. Цей тип мотивації не є продуктивним по відношенню до сайтонімів, оскільки їх якість і доля цілковито залежить від волі свого творця.

Нами було проаналізовано назви 1000 найвідвідуваніших англomовних сайтів за версією веб-аналітичного агентства *Alexa Internet, Inc.* і розподілено їх згідно з мотивом номінації:

Таблиця 1

Типи мотивації сайтонімів

Мотивація	Кількість	%
Сутнісна	244	24.40 %
Квалітативна	0	0.00 %
Локативна	14	1.40 %
Темпоральна	3	0.30 %
Посесивна	202	20.20 %
Патронімічна	7	0.70 %
Меморіальна	3	0.30 %
Ідеологічна	0	0.00 %
Символічна	135	13.50 %
Асоціативна	48	4.80 %
Номінальна	212	21.20 %
Ситуативна	5	0.50 %
Комбінована	127	12.70 %
В цілому	1000	100.00 %

Як бачимо, серед мотивів номінації сайтонімів домінують сутнісний (24.4 %), номінальний (21.2 %), посесивний (20.2 %) та символічний (13.5 %). Домінування сутнісного та символічного мотивів свідчить про те, що при обранні назви для сайту його власники бажають однією назвою дати користувачу зрозуміти, що його очікує на сайті. Часто назва сайту — це перше та єдине (за виключенням трьох рядків опису при користуванні пошуковими мережами на кшталт *Google*), що бачить користувач перед відвідуванням сайту та на підставі нього може вирішити, чи варто його відвідувати. З цим також частково пов'язана значна кількість випадків посесивної мотива-

ції сайтонімів, оскільки, якщо користувачу відомий власник сайту, він може знати, який матеріал очікує на нього на сайті. В випадках, коли власник сайту невідомий користувачу, винесення його в назву сайту може підвищити шанси запам'ятовування цього власника. Велика кількість номінально-мотивованих (читай: довільно мотивованих) сайтів, на нашу думку, може бути спричинена тим, що автори шукали можливість створити за допомогою довільної назви яскравий та меморабельний образ сайту в користувача, який призведе до запам'ятовування назви і, як наслідок, збільшення шансів повернення користувача на сайт.

В 1000 найвідвідуваніших сайтів нами не було виявлено жодного сайтоніма з квалітативною та ідеологічною мотивацією. Варто зазначити, що сайти з назвами, що мають таку мотивацію, існують в англомовному секторі Всесвітньої павутини, але не увійшли в вибірку 1000 найпопулярніших сайтів.

При виявленні мотива номінації сайтоніма також бувають випадки, коли він виходить за межі одного з наведених вище типів простої мотивації і водночас поєднує в собі два або у деяких випадках три мотиви номінації. Такі сайтоніми мають комбіновану мотивацію, яка розподіляється на ряд підтипів. Слід зазначити, що серед сайтонімів в англомовному секторі Всесвітньої павутини теоретично існує безліч комбінацій мотивів номінації, але вони не знайшли відображення в виборці 1000 найпопулярніших сайтів. Було виявлено наступні комбінації мотивації:

- **Сутнісно-квалітативна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують сутнісний і квалітативний мотиви номінації, наприклад, назва сайту, на якому є матеріали для навчання грі на гітарі, — *ultimate-guitar.com*, яка поєднує в собі і характеристику тематики сайту — *guitar* і модифікуюче слово *ultimate*; чи назва порталу новин *newsmax.com*, яка також водночас інформує про зміст сайту та містить модифікуюче слово *max* (*maximal*);

- **Посесивно-сутнісна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують посесивний і сутнісний мотиви номінації, наприклад, сайт компанії *Big Fish*, на якому розміщено ігри, які вона виготовила — *bigfishgames.com*; чи сайт *msn.com* (*MSN* означає *Microsoft Network*), який є багатофункціональним порталом, що належить корпорації *Microsoft*);

- **Номінально-сутнісна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують номінальний і сутнісний мотиви номінації, наприклад, сайт для перегляду порнографічних відео *xhamster.com*, де *x* означає *XXX*, тобто порнографію, та *hamster* є частиною, яка на наш погляд, має була вибрана довільно задля створення яскравого образу; чи поштовий сайт *mailchimp.com*, де *mail* характеризує функціонал сайту, а *chimp* (скорочення від *chimpanzee*) є довільним компонентом, який покликаний створити меморабельний образ сайту;

- **Патронімічно-сутнісна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують патронімічний і сутнісний мотиви номінації, наприклад, сайт для пошуку файлів по файлообмінних сайтах *filestube.com*, в назві якого компонент *files* характеризує функціонал сайту, а компонент *tube* є наслідуванням назва сайту *youtube.com*, оскільки автори хочуть підкреслити схожість функціоналів двох сайтів; чи модерований користувачами сайт з інструкціями з різних тематик *wikihow.com*, де компонент *wiki* підкреслює спорідненість функціоналу сайту з сайтом модерованої користувачами онлайн-енциклопедії *wikipedia.org*, а компонент *how* вказує на контент;

- **Символічно-сутнісна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують символічний і сутнісний мотиви номінації, наприклад, сайт для спільної роботи над ПЗ з вільним сирцевим кодом *sourceforge.net*, де компонент *source* вказує на те, що виготовляють на сайті, а компонент *forge* метафорично вказує на те, що сирцевий код на цьому сайті формується та виготовляється;

- **Патронімічно-квалітативна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують патронімічний і квалітативний мотиви номінації, наприклад, сайти для перегляду порнографічних відео *extremetube.com* та *xhamsterhq.com*, де компоненти *tube* та *xhamster* є відсилками до сайтів *youtube.com* та *xhamster.com*, а *extreme* та *hq* є модифікуючими словами;

- **Посесивно-локативна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують посесивний і локативний мотиви номінації, наприклад, портали новин *usatoday.com* та *latimes.com*, які водночас вказують і на одноіменного власника торгової марки, і на локацію, новини стосовно якої подаються;

- **Номінально-квалітативна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують номінальний і квалітативний мотиви номінації, напри-

клад, сайт для живої комунікації зі стриптизерками та порноmodeleми *livejasmin.com*, в якому компонент *live* вказує на живу комунікацію, а *jasmin* є довільним жіночим ім'ям;

- **Асоціативно-символічна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують асоціативний і символічний мотиви номінації, наприклад, назва сайту, який пов'язано з онлайн-грою *World of Warcraft* — *wowhead.com*, яка поєднує в собі скорочене посилання на назву гри — *WoW (World of Warcraft)*, та компонент *head*, який метафорично вказує на великий пласт знань, який міститься на цьому сайті (по аналогії з лексемою *gearhead* — знавець електронних пристроїв);

- **Посесивно-номінальна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують посесивний і номінальний мотиви номінації, наприклад, спортивний портал новин *espn.go.com*, в якому компонент *ESPN* позначає компанію-власника — канал *ESPN*, а *go* є довільним компонентом, який могли додати до назви сайту через відсутність наявності більш релевантного домену, який був би пов'язаний зі спортивною тематикою;

- **Патронімічно-номінальна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують патронімічний і номінальний мотиви номінації, наприклад, сайти для перегляду порнографічних відео *tubewolf.com*, *tubegalore.com*, *bravotube.net*, які мають компонент *tube*, який є відсилкою до сайту *youtube.com*, та довільний компонент, який спрямовано на створення образу, що легко запам'ятовується;

- **Посесивно-квалітативна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують посесивний і квалітативний мотиви номінації, наприклад, сайт банку *State Bank of India (SBI)* — *onlinesbi.com*, який в назві поєднує абрєвіатуру на позначення цього банку та характеризує слово *online*;

- **Локативно-темпоральна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують локативний і темпоральний мотиви номінації, наприклад, назва англомовного порталу російських новин *Russia Today* — *rt.com*;

- **Сутнісно-темпорально-локативна** мотивація притаманна сайтонімам, які поєднують сутнісний, локативний і темпоральний мотиви номінації, наприклад, назва порталу американських новин *nydailynews.com*.

Ці типи склали 127 випадків з 1000 проаналізованих (12.7 %) сайтонімів. Підсумки аналізу наведено в таблиці 2:

Таблиця 2

Кількість виявлених сайтонімів з комбінованою мотивацією

Мотивація	Кількість	%
Комбінована (сутнісна, квалітативна)	11	8.7 %
Комбінована (посесивна, сутнісна)	7	5.5 %
Комбінована (номінальна, сутнісна)	29	22.8 %
Комбінована (патронімічна, сутнісна)	19	15.0 %
Комбінована (символічна, сутнісна)	39	30.7 %
Комбінована (патронімічна, квалітативна)	3	2.4 %
Комбінована (посесивна, локативна)	5	3.9 %
Комбінована (номінальна, квалітативна)	1	0.8 %
Комбінована (асоціативна, символічна)	2	1.6 %
Комбінована (посесивна, номінальна)	2	1.6 %
Комбінована (патронімічна, номінальна)	6	4.7 %
Комбінована (посесивна, квалітативна)	1	0.8 %
Комбінована (локативна, темпоральна)	1	0.8 %
Комбінована (сутнісна, темпоральна, локативна)	1	0.8 %
В цілому	127	100 %

Як бачимо, серед випадків комбінованої мотивації сайтонімів домінують номінально-сутнісна (22.8 %), патронімічно-сутнісна (15 %), та символічно-сутнісна (30.7 %). Всі три типи мотивації, продовжуючи виявлені нами тенденції простої мотивації, вказують на сутність сайту — матеріал, що очікує користувача, послуги, продукти тощо, але різними способами: із додаванням довільного компонента задля створення яскравого образу; із додаванням посилання на власника сайту; або через метафоричний опис функціонала сайту.

Підсумовуючи, можна сказати, що такий клас ідеонімів, як сайтоніми, має власні особливості мотивації, порівняно з іншими класами онімів, які сформовано, зокрема, специфічними цілями, які переслідують розробники сайту — підвищити його відвідуваність двома шляхами: збільшити шанси запам'ятовування сайтоніма і, як наслідок, шанси повернення на цей сайт; та переконати користувача зайти на сайт в ситуації, коли він вирішує, чи потрібно зробити це. Це робиться за допомогою, відповідно, створення сайтонімом яскравого і меморабельного образу у користувача та пояснення функціонала сайту ще до відвідування його користувачем через назву.

Подальші розвідки можуть включати дослідження та порівняння особливостей мотивації сайтонімів, що номінують різні типи сайтів, які виконують різні функції.

Список використаної літератури

1. Блинова О. И. Мотивология и ее аспекты // Вестн. Том. гос. ун-та. — 2003. — № 277. — С.29–32.
2. Блинова О. И. Термин и его мотивированность // Терминология и культура речи / под ред. Т. С. Коготкова, Л. И. Скворцова. — М. : Наука, 1981. — С. 28–37.
3. Бройдо В. Л., Ильина О. П. Архитектура ЭВМ и систем. — 2-е изд. — СПб: Питер, 2009. — 720 с.
4. Бучко Д. Г., Ткачова Н. В. Словник української ономастичної термінології. — Харків : Ранок-НТ, 2012. — 256 с.
5. Карпенко М. Ю. Виокремлення базової одиниці Інтернет-ономастикону // Мова. — Одеса: Астропринт, 2012. — № 17. — С. 113–115.
6. Карпенко М. Ю. Мотивация сайтонимов англоязычного сектора интернета // Вестник Воронежского гос.ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — Воронеж: Изд-во ВГУ, 2014. — № 2. — С.35–39.
7. Карпенко М. Ю. Словотвірна класифікація сайтонімів англомовного сектора Інтернету // Наукові записки. — Серія: Філологічні науки (мовознавство). — Кіровоград: РВВ КДПУ ім.В. Винниченка, 2014. — Вип. 130. — С.496–502.
8. Карпенко М. Ю. Структурна класифікація сайтонімів // Записки з ономастики. — Одеса: Астропринт, 2013. — Вип. 16. — С. 60–72.
9. Карпенко М. Ю. Функції сайтонімів // Слов'янський збірник. — Чернівці: Букрек, 2014. — Вип. 18. — С. 347–352.
10. Кияк Т. Р. О видах мотивированности лексических единиц // Вопросы языкознания. — 1989. — № 1. — С. 98–107.
11. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. — М. : Советская энциклопедия, 1990. — 685 с.
12. Платон. Диалоги. — Режим доступа: <http://www.lib.ru/POEEAST/PLATO/dialogi.txt>
13. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. — 2-е изд. — М. : Наука, 1988. — 192 с.
14. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. — Полтава: Довкілля-К, 2010. — 844 с.
15. Торопцев И. С. Лексическая мотивированность (на материале современного русского языка) // Ученые записки Орловского педагогического института. — 1964. — Т. 22.

16. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови : дис. ... докт. філол. наук. — Київ : КНУ, 2010. — 502 с.
17. Українська мова: Енциклопедія / під ред. В. М. Русанівського [та ін.]. — К. : «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2007. — 856 с.
18. Crystal D. Language and the Internet. — NY: CUP, 2006. — 2nd ed. — 304 p.
19. Encyclopedia Britannica. — Режим доступа : <http://www.britannica.com>

М. Ю. Карпенко

*аспірант кафедри лексикології и стилістики
англійського язика Одеського національного
університета ім. І. І. Мечникова
e-mail: m.yu.karpenko@gmail.com*

ТИПЫ КОМБИНИРОВАННОЙ МОТИВАЦИИ САЙТОНИМОВ

Резюме

В исследовании рассматриваются особенности мотивации имён собственных, которые номинируют веб-сайты, в частности, возможные комбинации разных мотивов номинации. Выделены типы комбинаций и проведён анализ мотивации 1000 самых посещаемых сайтонимов.

Ключевые слова: *мотивация, комбинированная мотивация, идеоним, сайтоним, Интернет, сайт.*

М. Yu. Karpenko

*Doctoral student at the Chair of English Lexicology and Stylistics
of Odesa I. I. Mechnikov National University
e-mail: m.yu.karpenko@gmail.com*

TYPES OF MIXED SITEONYMIC MOTIVATION

Abstract

The research deals with the peculiarities of proper names' motivation, particularly those which nominate websites (siteonyms), which is the subject of our investigation. In our previous papers we outlined the functional, structural, derivational, and partly motivational peculiarities of siteonyms. The aim of current investigation is to further develop the notion of sytonimic motivation by outlining and classifying cases of mixed motivation, which is the subject of this research.

When selecting a name for a newly created website its creator usually has a definite extralinguistic reason for selecting a particular name for it. This is called a motive of motivation. In some cases there is more than one motive of nomination for one siteonym. Such cases that are found in 1000 most frequently visited websites according to Alexa, Inc. are categorized and described in the research.

In further researches we plan to classify according to motivation siteonyms that nominate sites which perform different functions.

Key words: *motivation, mixed motivation, ideonym, siteonym, Internet, website.*

Надійшла до редакції 18.07.2015

УДК 811.161.2'373.232

О. П. Карпенко

*доктор філол. наук, старший наук. співробітник,
провідний науковий співробітник відділу ономастики
Інституту української мови НАН України
e-mail: olga.petrivna.karpenko@gmail.com*

З УКРАЇНСЬКОЇ ОЙКОНІМІЇ КИЇВЩИНИ: ЕТИМОЛОГІЧНІ КОМЕНТАРІ

На основі історичних джерел розглянуто становлення ряду ойконімів Київської області — одного з найдавніших теренів східного слов'янства. Здійснений етимологічний аналіз ойконімів спрямований на підвищення різнопланової лінгвістичної інформативності досліджуваного регіону.

Ключові слова: *ойконім, антропонім, етнонім, апелятив, етимологія, словотвірна модель.*

Формування ономастикону будь-якого регіону за своєю суттю тісно пов'язане з історією народу — творцем і носієм складних мовних процесів і традицій формування онімних структур. Вивчення слов'янської архаїки перспективне насамперед на територіях раннього безперервного слов'янського заселення. З-поміж них нинішня Київська область, до складу якої входять літописні міста та поселення часів Київської Русі, Переяславщини, окремі частини Чернігівщини, Полтавщини, Черкащини, становить неабиякий інтерес для дослідження процесу формування українського народу, його мови та культури. Історичні акти, описи Київського намісництва, давні карти та подорожні фіксації різних географічних об'єктів мандрівниками містять великий обсяг місцевих онімів (**об'єкт дослідження**), більшість з яких заслуговує на