

Informační technologie

Domény nejvyšší úrovně

Dlouhou dobu platilo, že internetových domén nejvyšší úrovně, takzvané TLD, bylo poměrně omezené množství. Měly je státy či různá autonomní území, například Faerské ostrovy nebo ostrov Jersey, nebo se jednalo o poměrně úzkou skupinu generických domén jako je .com, .gov či .net.

Jiří Průša

Před téměř deseti lety se organizace ICANN zodpovídající za celosvětovou správu doménových jmen spolu s internetovou komunitou rozhodla, že výsada vlastní nejvyšší domény bude dopřána všem. Ve výsledku těm, kteří na to měli dost peněz. Jen podání žádosti totiž vyšlo na 175 000 USD. Na začátku letošního roku se zdoluhavý boj za vlastní (nejvyšší) doménu dostal do své závěrečné fáze a noví správci začali postupně uvolňovat nové domény k registraci.

V rámci celého procesu bylo zažádáno celkem o 1 409 domén. O mnohé projevílo ale zájem hned několik subjektů a tak se u ICANN sešlo celkem 1 930 žádostí – nejvíce (12) jich bylo o doménu .app, po deseti pak o .art a .home. Jen pro představu – do té doby existovalo přibližně 300 domén nejvyšší úrovně, z toho drtivá většina (249) patří do kategorie ccTLD. Nové generické domény tak rozšíří tuto „rodinu“ přibližně na pětinasobek.

Mezi žadateli jsou i města a regiony

Z pohledu typu žádostí bylo nejvíce (53 %) těch, kteří si chtěli registrovat nějaký obecný název, například .blog, .guru nebo .wine. Druhou nejvýznamnější skupinu (34 %) tvoří žádosti o registraci názvů a ochranných známek velkých firem jako BBC, Google či L'Oréal. Nejmenší díl (3 %) statistického koláče pak připadá na geografické názvy. O svoji doménu nejvyšší úrovně požádalo celkem 34 měst (z toho dvě – španělská Barcelona a německý Kolín nad Rýnem rovnou o dvě domény) a osm regionů. V Evropě byli v tomto ohledu nejvíce aktivní naši západní sousedé (viz mapa). V Německu o svoji doménu požádala hned tři města – Berlín (.berlin), který

byl jedním z iniciátorů celého procesu uvolnění a registrace domén nejvyšší úrovně, Kolín nad Rýnem (.cologne a .koeln) a Hamburg (.hamburg). Z dalších evropských metropolí budou mít doménu obyvatelé Paříže, Londýna, Stockholmu či Helsinek. Prahu (například prague či .prg) nebo jiné české město byste na seznamu hledali marně. Ze zemí bývalé východní Evropy podala žádost Budapešť a Moskva.

Ze zemí Blízkého východu bude mít svoji doménu nejvyšší úrovně například turecký Istanbul (.istanbul) či Dubaj (.dubai). Z Asie pak nejvíce žádostí o domény měst přišlo z Japonska, které se s pěti doménami (.kyoto, .nagoya, .osaka, .tokyo a .yokohama) zařadilo dokonce před Německo. V Africe se žádosti omezyly jen na tři jihoafrická města (Capetown, Durban a Johannesburg, nebo-li .joburg) a v Austrálii na Melbourne a Sydney.

Situace u nejvyšších domén regionů je podobná, jako u měst – svoji exkluzivní doménu budou mít německé Bavorsko, Sársko a Porúří, španělská Katalánie nebo anglický Wales.

Proč do celého procesu investovat?

Marketingově se zviditelníte a nabídnete firmám, ale i obyvatelům na svém území exkluzivní adresu. Tuto snahu lze pochopit především u Německa, v jehož národní doméně .de je již registrováno více než patnáct milionů domén. Zejména pro začínající firmu tak nemusí být snadné najít volnou, ale přitom zapamatovatelnou, doménu. Němci jsou rovněž známí jako nadšení registrátoři. Na každých pět obyvatel zde v průměru připadá přibližně jedna doména s národní koncovkou. Z celkového počtu čtyř set dvaceti sedmi domén je .berlin zatím druhou celkově nejpobulárnější novou gTLD s více než 152 000 regis-

tracemi. V TOP 30 pak najdeme ještě Londýn (téměř 50 000 registrací), Tokio (25 000 domén) a Kolín s Hamburgem (oba necelých 20 000).

Jaká je budoucnost domén?

Nové domény mají i svoji odvrácenou tvář. Pro případné zájemce je to především cena za registraci domény. Zatímco naši českou doménu .cz je možné pořídit za přibližně dvě stě korun ročně, u nových domén jako je například .hamburg si zájemce musí připravit přibližně 1 200 korun. A pokud chce nějakou exkluzivnější doménu, třeba .taxi.berlin, zaplatí ještě více.

Pro mnoho organizací pak bude nová doména tvořit jen alias a své stránky pravděpodobně budou dál provozovat na již registrované doméně. V tuto chvíli je otázka, zda se jim investice do nových domén vrátí. Pro nové doménové registry bude z tohoto pohledu klíčové, kolik zájemců si za rok, případně za dva, svá doménová jména obnoví a u kolika nadšení z nové, avšak drahé adresy vyprchá. V minulosti potkal podobný osud například doménu .travel, které mezi lety 2008 a 2012 klesl počet registrací z více než 200 000 na pouhou desetinu. Je rovněž otázkou, jak případný hluboký propad nové registry finančně unesou, zvláště s ohledem na investice, které do celého procesu vložili. Stejně jako u jiných počítačových firem, tak ani v doménovém byznysu není vyloučeno, že některým se jejich obchodní model nepotvrdí a trh opustí. I na to se musí držitelé nových domén připravit. Další nevýhodou nových domén je určitě nezvyk. Zatímco dnes uživatelé internetu používají troj, maximálně čtyřpísmenkové domény, dlouhé názvy je mohou překvapit a u e-mailů pak budou marně hledat, kde je „ono .cz nebo .com.“ ■

Jiří Průša pracuje ve sdružení CZ.NIC správci národní domény .cz a studuje doktorské studium na Metropolitní univerzitě Praha.

Tento článek byl připraven s finanční podporou Grantové agentury ČR v rámci řešení grantu reg. č. 13-02203S Doménová jména a jejich význam pro podnikání.

