

РОЗДІЛ II

Сучасні тенденції розвитку електронних ЗМК

УДК 004.77+81'27=161.2

С. В. Жигун – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та видавничої справи Київського національного університету культури і мистецтв

Українська мова в Інтернеті: реалії, перспективи, загрози

Роботу виконано на кафедрі журналістики та видавничої справи Інституту журналістики та міжнародних відносин КНУКІМ

У статті зроблено огляд функціонування української мови в Інтернеті. Розглянуто участь держави й громадські ініціативи щодо розширення функціонування національної мови в глобальній мережі. Визначено переваги використання української мови в Уанеті, а також наявні загрози.

Ключові слова: українська мова, Інтернет, державна підтримка, пошукова оптимізація.

Жигун С. В. Украинский язык в Интернете: реалии, перспективы, угрозы. В статье даётся обзор функционирования украинского языка в Интернете. Рассмотрены участие государства и общественные инициативы в плане расширения функционирования национального языка в глобальной сети. Определены преимущества использования украинского языка в Уанете, а также возникающие угрозы.

Ключевые слова: украинский язык, Интернет, государственная поддержка, поисковая оптимизация.

Zhygun S. V. The Ukrainian Language in Internet: Reality, Perspectives, Threats. The review of the Ukrainian language functioning in Internet is given in the article. The author has studied the state participation and public initiatives in the light of broadening of the national language functioning in the global net. The advantages as well as appearing threats of using the Ukrainian language in Uanet have been demonstrated.

Key words: The Ukrainian language, Internet, state support, search optimization.

Постановка наукової проблеми, її значення. Розвиток національної й глобальної інформаційної інфраструктури є стратегічною метою провідних держав світу. 2007 р. Президент України В. Ющенко підписав Закон України №537-V «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки», що передбачав прискорення розробки й упровадження новітніх конкурентоспроможних ІКТ в усі сфери суспільного життя, забезпечення комп'ютерної та інформаційної грамотності населення, державну підтримку нових «електронних» секторів економіки, використання ІКТ для вдосконалення державного управління, відносин між державою й громадянами тощо, досягнення ефективної участі всіх регіонів у процесах становлення інформаційного суспільства. Попри те, що закон став каталізатором зростання індексу мережевої готовності України, він приділяє недостатньо уваги поширенню та функціонуванню української мови в Інтернеті. Хоча важливість цього питання усвідомлювалася ще 2000 р.: як стверджував Т. Возняк: «Мова, відсутня в Інтернеті – це мова, яка більше не існує в модерному світі» [2, 30], проте від того часу цій темі бракує як громадської уваги (існують лише поодинокі статті, що торкаються окремих питань україномовного Інтернету), так і наукової. Тому мета статті – висвітлити основні проблемні аспекти міри функціонування української мови в глобальній мережі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Ознаки дискримінації української мови в Уанеті помітні вже на рівні доменної зони. Як відомо, окрім

доменів загального призначення, спеціальних доменів загального призначення, доменів спеціального призначення, спонсорованих доменів, існують національні домени, а в їх межах – регіональні, які вказують, що суб'єкт веде свою діяльність у певному регіоні. Повні назви цих регіональних доменів незрозумілим чином транслітеровано з російської: .govno.ua, .nikolaev.ua, .dnepropetrovsk.ua, .chemovtsy.ua, окрім .ivano-frankivsk.ua, .lviv.ua, .temopil.ua і зовсім неймовірного: .zapozhzhhe.ua.

Тривалий час доменні імена існували лише латинкою, однак нещодавно створено кириличні домени, зокрема УКР для України. Попри низку технічних проблем, які нині широко обговорюються у зв'язку з уведенням кириличного домену, цей крок – не лише руйнує певну монополію латинки, поглиблюючи «національну» специфіку Інтернету, а й має важливе практичне значення – збільшення доменних імен. Нині кириличний домен не має поширеності чи попиту серед розробників ресурсів, однак із 19 жовтня 2010 р. стартувала реєстрація кирилических доменів другого рівня.

Мовна ознака сайта поруч із належністю домену до національної доменної зони є найбільш визначальною для його «національної» ідентифікації в мережі, що не має кордонів. Річ у тім, що попри значну кількість вільних доменних імен у межах національної доменної зони, великі компанії прагнуть розмістити свої сайти в зонах доменів загального користування COM, NET і ORG, оскільки вони високопрестижні в Інтернет-спільноті¹. Також вітчизняні власники інтернет-ресурсів можуть прагнути зареєструвати свій сайт у межах доменної зони RU, оскільки це збільшує власнику можливості успішно продавати посилання. У тому разі, якщо сайт зареєстрований у загальній доменній зоні чи іншій національній, важливим маркером його орієнтації на українських користувачів стає українська мова.

Однак нині існує неусвідомлення необхідності підтримки національної мови в мережі, на що вказує аналіз мовної картини Уанету. За методом К. Кірсанової [4], 9.11.2010 р. отримано 79 млн 300 тис. проіндексованих Гуглом сторінок українською та 902 млн сторінок – російською мовами. Емпіричне ранжування сайтів української доменної зони за мовною ознакою виявляє три групи ресурсів: багатомовні ресурси (сайти великих компаній, електронні ресурси яких покликані якнайефективніше виконувати завдання інформування користувача), принципово україномовні ресурси, російськомовні ресурси. Наголосимо, що саме україномовні сайти є ресурсами національно-культурного Інтернет-простору, оскільки саме вони розвивають функціональність української мови, свідчать про її багатство й можливості, підтримують національну ідентичність українців у глобальному світі. Важливим питанням, що потребує висвітлення на цьому етапі, є сфери, представлені україномовними сайтами, тобто функціональність української мови в Інтернеті. Якщо ставити питання: у яких сферах існує українська мова в Інтернеті, можна впевнено відповісти: в усіх! Каталог «Мета» має у своєму реєстрі 515 рубрик і підрубрик, що здатні охопити будь-які тематичні особливості, і всі вони наповнені україномовними сайтами. Якщо вибудувати ієрархію найбільш наповнених розділів реєстру сайтів, то отримаємо: 1. Інтернет (15507), 2. Бізнес (10781), 3. Подорожі (7287), 4. Комп'ютери (4633), 5. Дозвілля (4021), 6. Фінанси (3239), 7. Новини та ЗМІ (1320), 8. Товари (3179), 9. Здоров'я (3113), 10. Авто/Мото (2990), 11. Держава (2642), 12. Культура (2491), 13. Наука/Освіта (2362), 14. Мобільний зв'язок (2087), 15. Нерухомість (2071), 16. Спорт (1755), 17. Довідка (1003). Загалом це становить 80 481 сайт (проти 40 тисяч 2006 р.). Тобто «Мета» руйнує стереотип про домінування української мови лише у сферах освіти, науки та державного управління. Однак виникає питання конкурентоспроможності, тобто в яких сферах україномовні ресурси переважають російськомовні (маємо на увазі не кількість, а популярність)? Найкраща ситуація у сфері ресурсів органів державного управління, адже обов'язкова присутність української мови на цих сайтах закріплена законодавчо. Якщо розглянути топ-десять розділів каталогу I.UA й вибудувати їх за наявністю української мови (береться до уваги будь-який спосіб, зокрема й уживання української та російської мов упереміш), отримаємо таку ієрархію: освіта – 6, довідки – 5, суспільство – 4, культура – 2, спорт – 2, розваги – 2, Інтернет – 2, бізнес – 2, робота – 1, ЗМІ – 1, здоров'я – 1, мобільний зв'язок – 1, дім – 1, відпочинок – 1, авто – 0, комп'ютери – 0. Загалом, зі 160 розглянутих сайтів російськомовними будуть 119, суто україномовними – сім, двомовними зі стартовою російською – 14, двомовними зі стартовою українською – вісім, тримовними зі стартовою українською – два, тримовними зі стартовою російською –

¹ Хоча популярність цих зон утруднює можливість знайти привабливе ім'я сайта англійською мовою, транслітерація англійською українських слів відкриває для українських користувачів нові можливості.

три, англomовними – два, мовноневизначеними – п'ять. Відповідно, російська мова зафіксована на 151 сайті, тоді коли українська – лише на 39 (у відсотковому співвідношенні – 94 та 24 %, відповідно, при цьому стартова, тобто безумовна, україномовність притаманна лише 10,6 % сайтів).

У той же час просуванню україномовних ресурсів до користувача сприяє механіка Гуглу, адже ця умова фактично задається користувачем через уживання української лексики й графіки, а якщо й ні, то самим фактом його перебування в Україні: обстеживши топ-десятки результатів за пошуковими словами (бізнес, освіта, культура, гроші, діти, вишивка, відпочинок, медицина, довідка, право), виявлено наявність української мови на 56 ресурсах, 50 із яких є, безумовно, україномовними, у той час як російська зафіксована на 54 ресурсах. Проте внутрішня організація Уанету діє протилежно: з аналізованих двомовних сайтів каталогу I.UA лише вісім мають стартовою сторінкою українську й 19 – російську. В адресі останніх саме україномовність зазначається окремо (gismeteo.ua/ua). Така ситуація переводить українську мову з безумовного вживання в опціональне. Відтак цим маніпулюють, досліджуючи мовні вподобання користувачів Інтернету з України при перегляді зони UA: до російськомовних автоматично зараховують усіх, хто, зайшовши на сайт, не змінює мову.

Вибір мови напряму залежить від головної мети створення сайта. Прагнення отримати комерційний прибуток спонукає максимально розширювати потенційну аудиторію й за рахунок мови. Натомість, прагнення розширити доступ до інформації рідною мовою однозначно вирішує питання мови. Ці дві спонуки не є взаємовиключними. Характерною рисою україномовного Інтернету є те, що найактивнішими його творцями стають окремі ініціативні громадяни, ресурси яких конкурують із сайтами установ, чия діяльність у реальному житті зосереджена на просвітницько-патріотичній тематиці. Особливу відповідальність відчують творці сайтів там, де ситуація з українською мовою та культурою складається якнайприкріше («Українське життя в Севастополі»).

Процеси українізації в Інтернеті відбуваються досить інтенсивно і їх можна описати за двома основними напрямками: українізація Інтернету, українізація за допомогою Інтернету. Українізація Інтернету здійснюється переважно заходами україномовної Інтернет-спільноти та спрямована як на вітчизняну доменну зону (наприклад конкурс «Вмикай українську»), так і на весь віртуальний простір (наприклад акція «Україномовний YouTube»). Також потужна українізація Інтернету відбувається силами вітчизняної вікі-спільноти, яка переконана, що динаміка розвитку Вікіпедій, їх кількісні і якісні характеристики значною мірою корелюють із майбутнім національних культур і мов [1]. Вікі-спільнота добровільно й комерційно незацікавлено забезпечує вітчизняним користувачам можливість отримувати інформацію рідною мовою, не вдаючись до російської чи англійської версій, чим убезпечує їх від небажаних ідеологічних впливів.

Прикра ситуація, яка склалася нині в Уанеті, змушує активних користувачів об'єднуватися в спільноти задля змін (Український віртуальний опір, спільноти форумчан «Домівки»). Об'єднуючись за інтересами в межах віртуальної організації, учасники докладають зусиль до розбудови вітчизняного Інтернет-простору, організованого висвітлення української позиції на сайтах, що пропагують чужоземні інтереси.

Українізація за допомогою Інтернету має низку напрямів. Засобом найактивнішої дії є винесення в теми форумів важливих питань національної проблематики. Дієвим засобом пасивного впливу є маркування українських сайтів епіграфами або банерами-знаками спільноти: зображення калинової гілки чи написи «Пишу українською», «Тут спілкуються українською». Українізація за допомогою Інтернету також використовує таку його властивість, як швидкість та багатонадресність поширення інформації. Зокрема, через Фейсбук збирались учасники акції на захист української мови 10 жовтня 2010 р. Здатність Інтернету поєднувати незнайомих між собою однодумців використовує й Пледжбанк (PledgeBank) – сайт, що генерує соціальні ініціативи. Більшість українських ініціатив, розгорнутих на цьому сайті, стосуються розвитку та популяризації української мови та культури, збереження ідентичності. Однак попри різновекторність українізуючих заходів, поки що більшість із них не мають потрібного масштабу через певну пасивність більшості користувачів, для яких Інтернет – передусім джерело інформації чи засіб спілкування. А тому прагнення отримати необхідне якомога повніше часто переважає бажання отримувати це рідною мовою.

Вагоме значення українізації Інтернетом мають електронні бібліотеки та накопичувачі українських фільмів, що вирівнюють доступ до інформації, ідей і мистецьких творів задля соціального, економічного добробуту людей та прогресу в галузі освіти, культури й демократії; а, крім того,

роблять доступними національні здобутки значно меншим коштом, ніж це знадобилося б видавництвам, і потенційно охоплюючи значно ширшу аудиторію.

Варто визначити основні плюси та мінуси створення україномовних ресурсів. До переваг належать незайнятий ринок, а отже можливість зайняти найзручнішу нішу й отримати фору; майже вільна зона доменних імен; слабка конкуренція в рейтингу видачі пошуковими системами (завдяки цьому просування україномовних ресурсів коштує в кілька разів дешевше, а отже економічно вигідніше); можливість зменшити кількість «зайвих відвідувачів» – випадкових чи незацікавлених осіб, які «зрізаються» українською мовою. Гальмуючими факторами створення україномовних ресурсів є існування стереотипу російського контенту; упереджене ставлення деяких пошукових систем (Yandex, Rambler); неможливість реєстрації в російських каталогах і загалом звуження кількості користувачів (однак величезну кількість користувачів Інтернету не можна розглядати як потенційну аудиторію, навпаки, чим вузча ніша, тим більше шансів у ній закріпитися); менший прибуток від контекстної та банерної реклами.

Оскільки основний ринковий механізм – це попит, варто оглянути мовні вподобання користувача. Цікаві результати може показати ранжування пошукових запитів у пошукових системах. На жаль, оприлюднена Гуглом статистика досить вибіркова. 80 результатів-лідерів (10 у восьми номінаціях) «Духу часу»¹ лише чотири запити україномовні (Євробачення-2010, вступна кампанія, податковий кодекс, телевізор), частину запитів неможливо ідентифікувати. Проте, оскільки цей перелік відображає частотність запитів, він не дає уявлення про реальне співвідношення україномовних та російськомовних пошукових фраз, а потрібної статистики Гугл не оприлюднює. Детальнішу статистику пропонує російський пошуковик Яндекс, що поступається популярністю Гуглу за кількістю пошукових запитів приблизно на 30 %. Цікаво: вважається, що Гуглу віддають перевагу україномовні користувачі, натомість російськомовні користуються російським Яндексом. Проте і в Яндексі українські користувачі задають пошукові запити переважно двома мовами. На переконання компанії, їх кількість залежить від географії: найбільша частка україномовних запитів у Тернопільській (33 %) та Івано-Франківській (30 %) областях, найменше шукають українською в Криму (3,7 %) і Донецькій обл. (6%) [5]. Пошукові запити, оприлюднені компанією Бігмір [3], демонструють досить прикру ситуацію: лише два запити можна однозначно кваліфікувати як українські (українська правда, новини). Однак політика «Бігміру» така, що його часто асоціюють із російськомовністю. Натомість «Мета» є послідовно україномовним пошуковиком. Тому значний інтерес становить матеріал А. Санченка: опрацювавши вибірку з 1012 пар запитів російська/українська, які відрізняються написанням та охоплюють увесь тематичний спектр сайтів «Мети», він виявив, що співвідношення між пошуковими запитами становило 66 % на 34 % 2006 р., а за два роки – уже 63 % на 37 % [6]. При цьому за 173 тематиками запитів українська переважає. Це, зокрема, такі пошукові фрази, як *реферати, рада, економіка, Верховна Рада, політика, фінансовий, соціальний, підприємство, Кабінет Міністрів, міністерство, заклади, мер, облік, політичні, податкова, міжнародний, охорона, навчання, інформаційний*. Як бачимо, український користувач шукає інформацію про організацію державної влади та органів державною мовою. Крім того, серед переважаючих україномовних запитів є такі теми, як фінанси, промисловість, бази даних, бухгалтерія тощо. Оскільки ці дані 4-річної давнини, а крім того, за цей час «Мета» перестала бути головним вітчизняним пошуковиком, цікаво було б проаналізувати співвідношення пошукових запитів користувачів Укрнету, однак така статистика нині недоступна. У цілому фахівці прогнозують зміни в ранжуванні пошукових запитів, оскільки в Інтернет нині входить покоління молодих людей, котрі виростили під впливом україномовної освіти, а тому для них ефективніше вводити пошукові запити українською.

Досі йшлося про видатні можливості та переваги залучення Інтернету в процес розбудови єдиного національного мовно-культурного простору. Однак це залучення є не приємною можливістю, а необхідністю, оскільки без формування у всесвітній мережі українського національного контенту Інтернет із союзника перетвориться на ворога. Тож варто зупинитися на Інтернет-загрозах українському мовно-культурному простору.

¹ Своєрідний підсумок року, який компанія підбиває за пошуком користувачів.

Почнімо з глобальної проблеми денационалізації: пропонуючи користувачу безліч інформації, Інтернет стирає національну специфіку, транслює в національний культурний простір образи й звичаї інших країн, руйнуючи та занедбуючи автентичні, стираючи таким чином національну своєрідність, уніфікуючи світ. Однак, якщо опір глобалізації – справа кожної держави в сучасному світі, то Україна має й особливу проблему – це протистояння російському мовно-культурному середовищу. У зв'язку з цим переважання Рунетом обсягів Уанету, перетворює Інтернет на «російські окуляри», тобто інструмент прищеплення російського погляду на світ. Орієнтуючись на більші обсяги Рунету, вітчизняний читач разом із текстом сприймає й чужі оцінки, а під їх впливом може діяти всупереч національним інтересам. Окрім цього, Інтернет створює сприятливі можливості для цілеспрямованої експансії в український інформаційний простір. Уже нині існують сайти, які містять україномовну інформацію з вітчизняної історії та культури, генеровану в сусідній державі, із дотриманням усіх її вимог і стереотипів. Такі сайти є особливо небезпечними, оскільки здатні викликати довіру в національного користувача. Протидіяти цьому можна лише через збільшення власних ресурсів, які зможуть нівелювати руйнівний вплив цих сайтів обширом та авторитетністю інформації.

Суттєвою загрозою розвитку української мови в Інтернеті є комерційний тиск. Адже прибутки від контекстної реклами на українських сайтах значно нижчі, ніж від російськомовних і, тим паче, англкомовних. Це ще раз загострює ситуацію навколо патріотизму «до глибини кишені». Приблизно до 2008 р. з україномовним контентом працювала лише «Мета», де вартість за контекстний клік становила в середньому від 5 до 20 копійок (проти 15–200 амер. центів за клік на російськомовних сайтах у Гуглі). Від 2008 р. Гугл почав працювати з україномовними сайтами й виплату за клік скоротилися до 1–5 євроцентів за клік, при цьому вартість тих самих кліків із тим самим повідомленням на російськомовних сайтах коштує в декілька разів більше. Варто зазначити, що до контекстної реклами на «Бегуні» україномовні сайти недопущені ще й зараз, а Яндекс-директ, попри декларування свого лояльного ставлення до україномовних ресурсів, насправді в рекламні партнери приймає їх украй неохоче. Ситуація виглядає значно критичнішою, якщо уявити масштаби рекламного сегмента в Інтернеті в перспективі найближчої п'ятирічки. Як приклад, можна сказати, що рекламний оборот інтернет-реклами в США ще два роки тому перевершив рекламний оборот від телебачення.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, оглянувши функціонування української мови в мережі Інтернет, можна стверджувати, що національна мова майже позбавлена підтримки держави. Однак існує потреба передбачити пропозиції до законодавства, здатні забезпечити формування й ефективне функціонування цілісного національного мовно-культурного простору. Зарубіжний досвід підказує такі заходи: створення проектів національної пам'яті та електронних бібліотек за галузями, надання грантів на реалізацію україномовних ресурсів певних тематичних напрямів; ініціювання віртуальних конкурсів ресурсів певного спрямування (ці заходи сприятимуть посиленню конкурентоспроможності вітчизняних ресурсів); закріплення безкоштовної видачі доменних імен і 50 % знижки на сплату хостингу для нових україномовних ресурсів на певний період. Також вагомими результатами може дати зарахування до стратегічних напрямів роботи МЗС України відстоювання українських інтересів у віртуальному світі, зокрема налагодження відносин із провідними пошуковими компаніями щодо індексації українських сторінок та недискримінації вітчизняних ресурсів.

Список використаної літератури

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias
2. Возняк Т. Глобалізація як виклик людству / Т. Возняк // *І.* – 2000. – №19. – С. 27–48.
3. Глобальная статистика украинского уанета [Электронный ресурс] / Бігмір.нет. – Режим доступа : 2010http://i.bigmir.net/index/UAnet_global_report_092010.pdf
4. Кирсанова К. Сравнительная характеристика известных поисковых систем / К. Кирсанова // Цит. за Санченко А. Языковая картина интернета. Возможные методики исследования на примере Уанета [Электронный ресурс] / А. Санченко. – Режим доступа : <http://antanta.net/article8.html>
5. Поиск в интернете – что и как ищут украинские пользователи [Электронный ресурс] / Яндекс. – Режим доступа : http://company.yandex.ru/facts/researches/ya_search_ua_10.xml
6. Санченко А. Мовна картина Уанету / А. Санченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://www.sostav.ua/columns/2008/10/01/94/13983/>