

УДК 316.7

**ПАСТАНОЎКА ДАСЛЕДЧАЙ ПРАБЛЕМЫ:  
МОЎНЫЯ НАЛАДКІ ІНТЭРНЭТ-КАРЫСТАЛЬНІКАЎ ЯК АБ'ЕКТ ДАСЛЕДАВАННЯ****А.Д. КРЫВАЛАП**  
(*Полацкі дзяржаўны ўніверсітэт*)

*Разглядаюцца даследчыя падыходы да вывучэння праблемы выкарыстання мовы пад час інтэрнет-камунікацыі. Разглядаюцца выніковыя справаздачы розных даследаванняў, якія закранаюць пытанне мовы (Getius, Google, UNESCO), зробленыя як на лакальным матэрыяле (Беларусь), так і на глабальным узроўні. Абгрунтавана наяўнасць лакуны ў пытаннях узаемадачынэння моўнай практыкі інтэрнет-карыстальнікаў і новых медыя. Паказаны наяўныя абмежаванні выкарыстання колькаснай метадалогіі вывучэння моўных наладак карыстальнікаў, вызначаны далейшыя накірункі вывучэння з дапамогай якаснай метадалогіі.*

**Ключавыя словы:** ідэнтычнасць, мова, інтэрнет-карыстальнікі, якасныя метады даследаванняў.

**Уводзіны.** На сённяшні дзень мы бачым паступовае павелічэнне статыстычных дадзеных адносна аўдыторыі карыстальнікаў інтэрнэта. Аднак павелічэнне колькасці дадзеных не гарантуе хуткага пераходу колькасці ў якасць. Дзеля таго каб не чакаць, калі пачнецца гэты пераход колькасці ў якасць, мы паспрабуем азначыць наяўныя праблемы з нашымі ведамі адносна інтэрнет-аўдыторыі. З аднаго боку, мы бачым, што існуюць рознастайныя дадзеныя пра аўдыторыю карыстальнікаў інтэрнэту ў Беларусі, а з іншага – мы не маем пераканаўчых дадзеных, якія б красамоўна сведчылі пра моўныя практыкі вывучаемай супольнасці. Больш за тое, мы бачым лакуну ў ведах адносна дадзеных пра інтэрнет-карыстальнікаў у пытаннях выкарыстання моўных наладак. З гэтага вынікае некалькі супярэчнасцей адносна колькасці карыстальнікаў у штодзённай практыцы. Але ж менавіта ў гэтым і можа быць шанец для магчымых сацыяльна-культурных пераўтварэнняў у будучыні.

Артыкул прысвечаны абгрунтаванню значнасці вывучэння моўных практык інтэрнет-карыстальнікаў, у першую чаргу ў сэнсе выкарыстання моўных наладак. Глабальнае *даследчае пытанне* можа быць сфармулявана наступным чынам: як звязана выкарыстанне мовы пад час камунікацыі ў інтэрнэце з уласнай культурнай ідэнтычнасцю? Але перш чым знайсці адказ на яго, нам патрэбна вырашыць больш простае пытанне: што мы не ведаем пра аўдыторыю ці дзе памыляемся ў нашых ведах і чаму гэта важна? Такім чынам наша даследчае пытанне можа гучаць так: ці магчыма спажыванне мовы? І што мы можам, наогул, пра гэта ведаць? Калі разглядаецца працэс камунікацыі як спажыванне інфармацыі, то звычайна даследуюць змест паведамленняў і разнастайныя мэтададзеныя, якія могуць зацікавіць патэнцыйных рэкламадаўцаў. Чаму пытанне мовы ў інтэрнет-камунікацыі не з'яўляецца цэнтральным? Ці можам мы сказаць, што выкарыстанне онлайн-перакладчыкаў цалкам вырашае праблему, з-за якой не была дабудаванай Вавілонская вежа?

**Асноўная частка.** Што мы ведаем на сённяшні дзень пра інтэрнет-карыстальнікаў? Ёсць рэпрэзентатывныя дадзеныя па колькасці інтэрнет-карыстальнікаў у Беларусі. Няўхільна расце колькасць карыстальнікаў мабільным інтэрнэтам. Хуткасць прыросту колькасці карыстальнікаў не можа не радаваць. Аднак менавіта тут можам зразумець, што павелічэнне колькасці статыстычных дадзеных не прыводзіць да якасных змен у нашых ведах аб карыстальніках. Спачатку мы разгледзім дадзеныя на прыкладзе Беларусі, а потым у глабальным кантэксце.

Што прапаноўвае статыстыка? Калі звярнуць увагу на колькасць розных сацыялагічных даследаванняў, якія звязаныя з выкарыстаннем інтэрнэта, то ўзнікае пэўнае аптымістычнае адчуванне, што ў інтэрнэце ўсё дакладна падлічана і няма аніякіх праблем з тым каб атрымаць дадзеныя. Але ж гэта залежыць ад таго, на якія пытанні даследчык шукае адказы.

Вядома, што ў Беларусі ў 2016 годзе колькасць інтэрнет-карыстальнікаў перавышае лічбу пяць мільёнаў чалавек [1], што, у сваю чаргу, больш чым 50% усяго насельніцтва. Але што мы ведаем пра іх? Сацыяльна-дэмаграфічныя характарыстыкі, як і звесткі пра тэхнічны бок іх кам'ютараў, добра вядомыя. Мы можам бачыць дынаміку выкарыстання розных браўзераў, папулярнасць аперацыйных сістэм, памеры экранаў смартфонаў і шмат чаго іншага. Але ж што мы ведаем наконт мовы карыстальнікаў? Вельмі мала.

Дадзеныя на ўзроўні Беларусі пра мову мы можам даведацца з дапамогай расійскага сэрвіса статыстыкі LiveInternet. Па стану на кастрычнік 2016 ён налічыў 6 510 537 наведвальнікаў з Беларусі і 112 789 299 з Расіі [2]. Падкрэслім, што наведвальнікі не тое самае, што сапраўдныя людзі. Бо кожны чалавек можа карыстацца доступам у сеціва з дапамогай розных прыстасаванняў (смартфон, планшэт,

камп'ютар і інш.). Калі мы звернем увагу на моўныя наладкі, пра якія ёсць дадзеныя ў гэтай сістэме статыстыкі, то высветліцца, што сітуацыя яшчэ больш забытаная. Перш за ўсё падкрэслім, што сістэма ўлічвае моўныя наладкі браўзера, а не карыстальнікаў. Так сярод гэтых шасці мільёнаў наведвальнікаў з Беларусі знайшлося толькі некалькі сотняў, якія адмыслова свядома ўсталявалі беларускую мову (міжнародны код мова-краіна [be-by]) для сваіх браўзераў. І каля ста тысяч карыстальнікаў абрала рускую мову ў Беларусі (мова-краіна [ru-by]). Па-другое, гэта справаздача адлюстроўвае колькасць наведвальнікаў з рознымі моўнымі наладкамі. Карыстальнік мае магчымасць самастойна ў браўзеры сфармаваць моўны спіс, каб сайты, якія маюць некалькі моўных версій, мелі магчымасць адкрываць карыстальніку старонкі на абранай мове. І тут адлюстроўваецца толькі першая мова, найбольш пажаданая з пункту гледжання карыстальніка. Але колькі карыстальнікаў ведаюць пра магчымасць персаніфікацыі і выкарыстоўваюць яе? На гэта пытанне няма адказу, як і няма дадзеных пра мову саміх карыстальнікаў.

У сувязі з гэтым непазбежна ўзнікае некалькі пытанняў: якімі мовамі карыстаюцца астатнія шэсць мільёнаў беларускіх наведвальнікаў? Пры гэтым колькасць карыстальнікаў з расійскай мовай у браўзеры перабольшвае колькасць насельніцтва Расійскай Федэрацыі.

У якасці станоўчага прыклада вывучэння інтэрнэт-карыстальнікаў па моўных пытаннях варта адзначыць даследаванне літоўскай аўдыторыі, калі папулярнасць тых ці іншых літоўскіх інтэрнэт-рэсурсаў залежыць ад мовы карыстальніка [3]. Падкрэслім, што гэта не вывучэнне відавочнага, што звычайная мова карыстальнікаў звязана з мовай інтэрнэт-рэсурсаў, а менавіта: якія літоўскія рэсурсы больш папулярныя сярод носьбітаў літоўскай, польскай і рускай мовы.

На гэтым аптымізм можа і скончыцца, бо дадзеных, якія б сведчылі пра моўныя перавагі карыстальнікаў, усё менш і менш. Але можам звярнуцца да вынікаў даследаванняў, якія тычацца выкарыстання розных моў на глабальным узроўні. Кампанія Internet World Stats прадстаўляе свае вынікі даследавання «Топ 10 моў, якія выкарыстоўваюцца ў Сеціве» па стану на 30.06.2016 [4]:

Мова	Карыстальнікі інтэрнэту па мове	Пранікненне інтэрнэту (% папуляцыі)	Карыстальнікі інтэрнэту % ад сусветнай колькасці карыстальнікаў	Сусветная папуляцыя носьбітаў мовы (2016)
Англійская	948 608 782	67,8	26,3	1 400 052 373
Кітайская	751 985 224	53,1	20,8	1 415 572 934
Іспанская	277 125 947	61,6	7,7	450 235 963
Арабская	168 426 690	43,4	4,7	388 332 877
Партугальская	154 525 606	57,9	4,3	266 757 744
Японская	115 111 595	91,0	3,2	126 464 583
Малайская	109 400 982	37,8	3,0	289 702 633
Руская	103 147 691	70,5	2,9	146 358 055
Французская	102 171 481	25,9	2,8	393 892 299
Нямецкая	83 825 134	88,3	2,3	94 973 855

У тлумачэнні прадстаўленых дадзеных гаворыцца, што многія людзі ведаюць больш за адну мову. Але для таго, каб выніковыя лічбы колькасці інтэрнэт-карыстальнікаў не перабольшылі колькасць насельніцтва на планеце, кожны карыстальнік адносіўся да носьбіту толькі адной мовы. Гэта не магло не адбіцца на якасці дадзеных. Так нямецкая мова звязваецца выключна з насельніцтвам ФРГ, але ж як быць з Аўстрыяй і Швейцарыяй?.. Сусветная папуляцыя носьбітаў рускай мовы, на думку даследчыкаў, абмежаваная колькасцю насельніцтва Расійскай Федэрацыі. Відавочна, што ёсць пытанні да вынікаў і дадзенага даследавання.

Наступнае пытанне, якое можа быць звязана з выкарыстаннем мовы: якая мова выкарыстоўваецца на сайтах у дамене “.by”? Зразумела, што беларускія сайты не абмяжоўваюцца выключна даменнай зонай “.by”, але гэта іншая дыскусія, дзе злучаны паміж сабой дамен і прыналежнасць сайта. Таму тут проста звернем сваю ўвагу на статыстычныя дадзеныя сайтаў у дамене “.by”. У адпаведнасці з дадзенымі w3techs – даследчай структуры Q-Success Web-based Services – па стане на кастрычнік 2016 года, сярод сайтаў у дамене “.by” расійскую мову выкарыстоўваюць 88,7%, англійскую – 9,5%, беларускую 1,4% [5]. А ў глабальным маштабе сайты на беларускай мове займаюць менш чым 0,1% усіх вядомых.

У асобным даследаванні «Дванаццаць гадоў вымярэння моўнай разнастайнасці ў Інтэрнэце: баланс і перспектывы» са спасылкай на дадзеныя Google ад 3.07.2008 прыводзіцца колькасць web-старонак на розных мовах, агулам налічыўшы 50 332 699 002 старонкі. Мы адзначым толькі некалькі з іх: англійская – 25 580 000 000 (50,82%), руская – 1 470 000 000 (2,92%), беларуская 959 000 (0,0019%) [6, с. 49–50]. Ёсць магчымасць параўнаць гэтыя дадзеныя з больш актуальнымі, каб бачыць дынаміку за восем гадоў. Калі паспрабаваць ацаніць колькасць інтэрнэт-сайтаў на той ці іншай мове ва ўсім сёціве, то атрымаецца наступны ТОП 10 (Кастрычнік 2016)[7]:

Англійская	52,7%
Руская	6,4%
Японская	5,6%
Нямецкая	5,5%
Іспанская	5,0%
Французская	4,0%
Партугальская	2,6%
Італьянская	2,2%
Кітайская	2,0%
Польская	1,7%

І гэтыя вынікі патрабуюць дадатковых тлумачэнняў. Бо web-старонка – гэта толькі частка любога сайту. Немагчыма вызначыць сярэдняю колькасць старонак «звычайнага» сайту. Колькі старонак мае такі сайт, як amazon.com ці facebook.com?..

Ізноў ёсць пытанні да атрыманых вынікаў. Калі 100 мільёнаў рускамоўных карыстальнікаў інтэрнэту стварылі 6% усіх сайтаў, а ў той жа час 750 мільёнаў кітайскамоўных карыстальнікаў толькі 2% усёй колькасці сайтаў, то ёсць падставы меркаваць, што тут нешта не так. Ці можа засталіся не прынятыя да ўвагі ўсе фактары, якія ўплываюць на віртуальную актыўнасць карыстальнікаў. Хутчэй за ўсё, што не толькі карыстальнікі з Расіі ствараюць сайты на рускай мове. Постсавецкая інфармацыйная прастора ў значнай ступені ствараецца выкарыстаннем рускай мовы.

Наступнае даследаванне супрацоўнікаў Google «Мовы свету і інтэрнэту» было прадстаўлена ў 2008 годзе. Англамоўная назва артыкулу ўтрымлівае гульню словамі і звязвае наяўны свет з віртуальным, гучыць як «Languages of the World (Wide Web)», што складана перакласці з захаваннем усіх сэнсавых нюансаў. У ім падкрэслена сувязь сайтаў у постсавецкіх краінах з расійскай віртуальнай прасторай (Russian web), а таксама адлюстравана цікавая узаема сувязь розных моў свету з англійскай. Так 11% знешніх спасылак на беларускамоўных сайтах – гэта спасылкі на англамоўныя рэсурсы [8]. Аднак адваротных спасылак (каб англамоўныя рэсурсы спасылаліся на беларускамоўныя) наўпрост няма. Падкрэслім, што гэта былі дадзеныя 2008 года, магчыма, што сучасная сітуацыя змянілася, а ўзаема сувязь паміж сайтамі на розных мовах стала больш распаўсюджанай.

Нас цікавіць не колькасць наяўных сайтаў на той ці іншай мове, а колькасць актыўных карыстальнікаў, якія ўжываюць тую ці іншую мову. Што вядома пра іх моўныя наладкі, ці адрозніваюцца іх камунікатыўныя практыкі онлайн і офлайн? Пакуль што мы не знаходзім адказы на гэтыя пытанні, якія б нас задавалілі.

Дарэчы, становішча з выкарыстаннем мовы можна разглядаць і з іншага пункту гледжання, а менавіта як пытанне моўнай разнастайнасці. А гэта ўжо адзін з прыярытэтаў дзейнасці Арганізацыі ААН па пытаннях адукацыі, навукі і культуры (UNESCO). Так у справаздачы UNESCO «Інвеставанне ў культурную разнастайнасць і дыялог паміж культурамі» ёсць адмысловы раздзел пра выкарыстанне мовы ў кіберпрасторы. «Магчыма зрабіць выснову, што моўная разнастайнасць у сёціве, нягледзячы на набліжэнне да сітуацыі ў большасці шматмоўных краін, недастаткова адлюстроўвае моўную разнастайнасць у свеце» [9, с. 77]. На наступнай старонцы знаходзім неадназначную трактоўку моўнай разнастайнасці: «Нізкая моўная разнастайнасць спрыяе атрымання доступу ў інтэрнэт, паколькі для прыцягнення буйнога моўнага кантынгенту дастаткова малой колькасці стандартызаваных тэхналагічных рашэнняў. Рэгіёны і краіны з больш развітай моўнай разнастайнасцю, як правіла, патрабуюць больш складаных схем доступу ў інтэрнэт і стварэння рэсурсаў па тэхнічных умовах замоўцаў для кожнай з шматлікіх моўных меншасцяў» [9, с. 78]. Але

ж гэты «станоўчы» бок з'яўляецца станоўчым толькі для транснацыянальных карпарацый, якія могуць эканоміць на лакалізацыі сваіх тавараў і паслуг.

Моўная разнастайнасць – клопат UNESCO. А што яшчэ мы можам даведацца пра карыстальнікаў і іх моўныя практыкі? Зразумела, ёсць розныя даследаванні. «У цяперашні час адзначаецца істотны рост колькасці публікацый, прысвечаных рускай мове ў інтэрнэце» [10, с. 11], і далей ідзе спіс магчымых накірункаў, але ж сярод іх моўныя перавагі карыстальнікаў застаюцца па-за ўвагай даследчыкаў. З аднаго боку, гэта зразумела, бо гаворка ідзе пра вывучэнне Рунета, з іншага – гэта ж не толькі мова, якая выкарыстоўваецца на сайтах, у першую чаргу гэта мова зносін паміж сябрамі супольнасці, а таксама падмурак для канструявання ўласнай ідэнтычнасці. «Так карыстальнік можа адначасова правяраць асабістую пошту, дзейнічаючы тым самым ад асобы свайго Я рэальнага, гуляць у онлайн-гульні, прымяраючы на сябе ролю, зададзеную сістэмай, публікаваць свае каментарыі, выступаючы ў ролі Я замаскіраванага, ажыццяўляць мадэрацыю сайта ад асобы Я прафесійнага. У рэшце рэшт, адначасова ён можа асвойваць інтэрнэт-прасторы ананімна з пазіцыі Я неаўтарызаванага» [11, с. 159].

Варта дадаць, што кожную з гэтых роляў карыстальнік можа выконваць на пэўнай мове, не абавязкова рускай. Атрымоўваецца, што без ведання моўных пераваг і штодзённых практык мы можам толькі выказаць здагадкі наконт ідэнтычнасці карыстальнікаў.

Ці можна казаць пра спажыванне мовы?.. Недастаткова проста быць далучымым да інтэрнэту, інтэрнэт-тэхналогіі сёння спажываюцца як і іншыя дасягненні цывілізацыі. Але ж не стае дадзеных, кім карыстальнікі адчуваюць сябе. Праз спажыванне мы можам больш зразумелым чынам выбудаваць уласную ідэнтычнасць. Інтэрнэт-карыстальнікі – гэта спажываўцы. Усё, што яны робяць у сеціве, можа быць (у тым ці іншым выглядзе) зразумела праз узаемадзеянне з рэчамі.

Тут трэба спаслацца на даследаванне, якое ажыццявіў Рассэл Белк (Russell Belk). Ён разглядаў феномен спажывання ў кантэксце канструявання тоеснасці індывідаў. Якім чынам мы «прыватызуем» рэчы навокал нас, каб яны сведчылі і паказвалі ўсім, што яны мусяць ведаць пра нас: «*Наша акумуляваная маёмасць забяспечвае пачуццё мінулага і кажа нам, хто мы, адкуль мы прыйшлі, і, магчыма, куды мы рухаемся*» [12, с. 160]. Гэтая ідэя выказана задоўга да з'яўлення сацыяльных сетак у сучасным выглядзе, але вельмі добра тлумачыць, чаму мы гатовы зараз выдаткоўваць усё больш і больш часу, каб спарадкаваць сваё віртуальнае люстэрка ці ператварыць яго ў прыгожую вітрыну нашага ўласнага Еgo. Можна працаваць над сабой у спартыўнай зале, можна ў бібліятэцы, а можна прапрацоўваць свой віртуальны вобраз. І гэта асобнае пытанне: што здарылася, што мы больш не заўважаем ці не адрозніваем нашу дзейнасць у інтэрнэце і па-за яго межамі оффлайн.

**Высновы.** Вынікам артыкула з'яўляецца фіксацыя існай лакуны ў пытаннях узаемадэчыннення моўнай практыкі інтэрнэт-карыстальнікаў і новых медыя. Калі для традыцыйных медыя правілы гульні і выкарыстання мовы прапісаныя і зразумелыя, то ў віртуальнай прасторы застаецца месца для індывідуальнага выбару.

Зроблены аналіз наяўных даследаванняў інтэрнэт-карыстальнікаў паказвае існаванне пэўных лакун у нашых ведах адносна выкарыстання новых тэхналогій камунікацыі. Ёсць велізарная колькасць дадзеных па статыстыцы карыстальнікаў, аднак яны не дапамагаюць зразумець моўную ці культурную сітуацыю ў грамадстве. Яны толькі дазваляюць рабіць высновы, выказаць меркаванні, фармулаваць гіпотэзы. Дадзеныя па сайтах – гэта не дадзеныя пра тое, што ў свядомасці карыстальнікаў.

Такім чынам мы падышлі да высновы: 1) неабходна вывучэнне моўных наладак карыстальнікаў; 2) колькасныя метады даследаванняў аўдыторыі па гэтых пытаннях з'яўляюцца неэфектыўнымі. Мы лічым значнай для сучаснасці наступную даследчую праблему: як статыстыку за лічбамі ўбачыць штодзённымі практыкі карыстальнікаў? І ці можам мы знайсці нешта агульнае сярод індывідуалізаванай практыкі спажывання інфармацыі?

#### ЛІТАРАТУРА

1. График пятилетки: изменение месячной и дневной интернет-аудитории в Беларуси [Электронный ресурс] // #DB3 / Gemius, медиаисследование gemius Audience 05/2012-05/2016. – Режим доступа: <http://www.infopolicy.biz/?p=8553>. – Дата доступа: 31.10.2016.
2. Отчет: количество посетителей из разных стран [Электронный ресурс] // liveinternet.ru. – Режим доступа: <https://www.liveinternet.ru/stat/ru/countries.html?period=month;lang=ru>. – Дата доступа: 31.10.2016.
3. Популярные сайты в Литве по языку пользователя [Электронный ресурс] // gemiusAudience, 2013 spalis. – Режим доступа: <http://www.infopolicy.biz/?p=5524>. – Дата обращения: 31.10.2016.
4. Top Ten Internet Languages [Электронный ресурс] // Internet World Stats – Miniwatts Marketing Group. – Режим доступа: <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>. – Дата обращения: 31.10.2016.
5. Distribution of Content Languages among websites that use .by [Электронный ресурс] // w3techs.com. – Режим доступа: [https://w3techs.com/technologies/segmentation/tld-by-/content\\_language](https://w3techs.com/technologies/segmentation/tld-by-/content_language). – Дата обращения: 31.10.2016.

6. Twelve years of measuring linguistic diversity in the Internet: balance and perspectives / под ред. D. Pimienta, D. Prado, Á. Blanco. – Paris : UNESCO Publishing, 2010. – 65 с.
7. Usage Statistics and Market Share of Content Languages for Websites, October 2016 [Электронный ресурс] // w3techs.com. – Режим доступа: [https://w3techs.com/technologies/overview/content\\_language/all](https://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all). – Дата обращения: 31.10.2016.
8. Ford, D. Research Blog: Languages of the World (Wide Web) [Электронный ресурс] / D. Ford, J. Batson // Google Research Blog. – Режим доступа: <https://research.googleblog.com/2011/07/languages-of-world-wide-web.html>. – Дата обращения: 31.10.2016.
9. Инвестирование в культурное разнообразие и диалог между культурами. – Paris: UNESCO Publishing, 2010. – 448 с.
10. Морослин, П.В. Язык Интернета как объект лингвистических исследований / П.В. Морослин // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. Лингвистика. – 2009. – № 3. – С. 10–17.
11. Дахалаева, Е.Ч. Грани виртуального Я коммуникаата в пространстве Интернет-дискурса / Е.Ч. Дахалаева // Вестн. Восточ.-Сибир. гос. ун-та технологий и управления. – 2015. – № 2 (53). – С. 155–160.
12. Belk, R.W. Possessions and the Extended Self / R.W. Belk // The Journal Of Consumer Research. – 1988. – № 2 (15). – С. 139–168.

Поступила 31.10.2016

#### FORMULATION OF THE RESEARCH PROBLEMS: LANGUAGE SETTINGS OF INTERNET USERS' AS AN OBJECT OF STUDY

A. KRIVOLAP

*The article is devoted to the research approaches to the study of the problem of language use in Internet communications. We have considered the final reports of various studies involving the issue of languages (Gemius, Google, UNESCO), which were made on the local material (Belarus), as well as at the global level. The article has arguments to substantiate the existence of gaps in the issues of the relationship of language practice of Internet users and new media. In conclusion, we define the further direction of study using qualitative methodology and we had shown some restrictions on the use of quantitative methods for the study of language settings and user defined.*

**Keywords:** *identity, language, internet user, qualitative research.*