

## Google Doodle: Worldwide Exposure For Esperanto

Some people have called it “the biggest mass recruitment in the entire history of Esperanto.” But it was not a campaign by an Esperantist organization, nor did it involve printing huge numbers of posters or spending thousands of euros. All that was needed was a suitable occasion, a little planning, and the favorable attention of a single somewhat large company. Thus it was that on December 15, 2009, almost two million people across the entire world, driven simply by their own desire to know, sought out information about Zamenhof and Esperanto. The extraordinary result of this Zamenhof Day was due largely to a single event: the appearance of the Esperanto flag on the front page of the most popular internet search engine, Google. On the occasion of Zamenhof’s 150<sup>th</sup> anniversary it featured Esperanto. For free.

Dennis Hwang, a 30-year-old Korean American, is perhaps the most famous unknown artist in the world. As chief webmaster at Google, he designs the emblems that the search engine displays on special occasions. Google honors selected anniversaries by modifying its multicolored logo, generally substituting some of its letters with a graphic of similar appearance that relates to the topic. This emblem (known as a “doodle”) appears afterwards on the day in question in place of the regular logo, where it easily catches the attention of users.

Several times a year, Dennis gets together with a small group of Google team members to decide which events to honor with a special emblem. Since 1998, there have been more than 700 of them. By holding their mouse over the emblem, the curious can discover what the doodle means, and if they click on it they are taken to the Google search page where they can learn more. Many of the emblems are shown only in a specific country (for example the “e” changed to “€” to celebrate the acceptance of the euro in Slovakia on January 1, 2009), but some are international and aimed at all countries and all language versions of the website. The most recent such celebrations marked the birthday of Isaac Newton (January 4, 2010), the New Year (January 1, 2010), Christmas (a brief series of emblems from December 21 to 25), and the “150<sup>th</sup> birthday of L. L. Zamenhof, founder of Esperanto (December 15, 2009).

In the Zamenhof Day emblem, instead of the letter “l” of “Google” an Esperanto flag appeared. According to the service Doodlewatch, it appeared in some 33 of Google’s national websites: Argentina, Armenia, Austria, Belarus, Bosnia & Herzegovina, Bulgaria, Chile, China, Colombia, France, Germany, Greece, Hong Kong, Israel, Italy, Japan, Korea, Mexico, Moldova, Netherlands, Poland, Romania, Russia, Serbia, Slovakia, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, Taiwan, Turkmenistan, Ukraine, and the United States. However, it did not appear in the principal international website [www.google.com](http://www.google.com), and also in a few countries where Google is available in several languages, only certain languages used it (in Canada, the French website ran it, but the English website didn’t). It’s impossible to know why, for example, Brazil, the Czech Republic, Hungary or Lithuania were excluded, but it’s at least possible that the descriptive text was simply not translated into the local language.

Clicking on the emblem took one to the search results for “Zamenhof” and “Esperanto.” At the head of the list were generally national-language articles about Esperanto and Zamenhof from Wikipedia. To one side, an ad for the *lernu!* website of E@I was frequently displayed. And

when during the day the press began to report on the anniversary, links to those articles also turned up in the results.

Google does not publish concrete numbers, so we can only guess that the emblem with its flag was seen by some tens of millions of people. Other statistics, however, allow us to measure the effects of the display more precisely.

The Wikipedia statistics are breathtaking: while on an average day around 330 people read the English-language Wikipedia article on “L. L. Zamenhof,” on the occasion of the recent Zamenhof Day it was read 850,000 times! The same was true of “Esperanto,” which received 170,000 visits. All told, in the thirty largest language versions of Wikipedia, there were 1,175,000 visits to the articles on Zamenhof and 650,000 to those on Esperanto. The largest increases were registered by the Italian-language “Lingua esperanto” (100,000 visits) and the Spanish-language “Lázaro Zamenhof” (440,000 visits). The effects were also felt even among more peripheral topics such as “Bialystok,” “Neutral Moresnet,” “Petr Ginz,” “Persone,” “Volapük” or “George Soros.” Not all of this success can be attributed solely to Google: in specific countries a role was also played by initiatives in the press.

Given this massive attention on December 15, some surprised Esperantists received greetings from their non-Esperantist friends on “Esperanto Day.” And quite a lot of people decided to learn the language: the *lernu!* website had a difficult day: its server was suddenly visited by 29,000 people from 114 countries, instead of the 5000 daily visits to which it was accustomed. Because of the extraordinary traffic, the pages opened very slowly, but the website didn’t crash. The following day, when things quieted down, evidently numbers of people came back to start their studies, because on that day, although there were only 9000 visitors, they visited a record number of 171,000 pages. Also individual Esperanto organizations reported big increases in sign-ups for courses; for example, visits to the website of the national Esperanto organization UFE increased tenfold, as did registrations for online courses; and visitors to the website of the international organization SAT, based in Paris, went up by a factor of seven.

The huge impact of the Google doodle clearly shows the power of the Internet as a means of getting the word out about Esperanto. The situation is somewhat similar to the one behind the success of the Esperanto Wikipedia: if in an important web project there happens to be someone sympathetic to Esperanto and if there are enough additional “ordinary” Esperantists who support it, it’s sometimes possible to achieve unimagined successes. Nonetheless, further resources are still necessary: recent events clearly indicate the extreme necessity of high-quality national-language information about Esperanto and Zamenhof in Wikipedia – though at present only the articles on Esperanto in the Czech, Italian, Japanese and Catalan languages meet that standard, and even they contain some outdated information; none of the articles on Zamenhof can be described as outstanding. A focused international effort led by a few specialists could make a big difference here.

A detailed analysis of the Google event, including precise figures and sources, can be found at the E@I blog: <http://blog.ikso.net>.

Adapted from an article by Marek Blahus

## Google: Reklami Esperanton ... sen esperantistoj

Iuj nomis ĝin “la plej amasa varbado en la tuta historio”. Tamen ne temis pri kampanjo de esperantista organizo, nek necesis presi multegajn afiŝojn aŭ elspezi milojn da eŭroj. Sufiĉis taŭga okazo, eta planado kaj favoro de unu iom pli granda firmao. Tial la 15an de decembro 2009 preskaŭ du milionoj da homoj tra la tuta mondo pro propra scivolemo serĉis informojn pri Zamenhof kaj Esperanto. La eksterordinara rezulto de tiu ĉi Zamenhofa tago ŝuldiĝas plejparte al ununura evento: aperigo de Esperanto-flago sur la ĉefpaĝo de la plej populara interreta serĉilo Google. Okaze de la 150-jara jubileo de Zamenhof ĝi reklamis Esperanton. Senpage.

Dennis Hwang, tridekjara usona koreo, estas eble la plej fama nekonata artisto en la mondo. Kiel ĉefa retejestro en la firmao Google, li desegnas emblemojn kiujn la serĉilo montras ĉe specialaj okazoj. Google honoras elektitajn datrevenojn per modifo de sia buntlitera emblemo, kutime anstataŭigante kelkajn el ties literoj per similaspektanta grafikaĵo rilata al la temo. Tia emblemo poste dum la koncerna tago montriĝas en loko de la kutima kaj facile kaptas atenton de la uzantoj.

Kelkfoje jare Dennis kunvenas kun eta grupo de Google-teamanoj por decidi kiujn eventojn honori per speciala emblemo. Ekde 1998 estis jam pli ol 700. Paŭzante la muson super la emblemo, scivolemulo povas lerni pri ĝia signifo, kaj klako sur ĝin ligas al Google-serĉo kiu ebligas ekscii pli pri la fenomeno. Multaj el la emblemoj montriĝas nur en unu konkreta lando (ekzemple la “e” ŝanĝita al € por celebri la akcepton de la eŭro en Slovakio la 1an de januaro 2009), sed kelkaj estas internaciaj kaj destinitaj por ĉiuj landaj kaj lingvaj versioj de la retejo. Laste tiel tutmonde festiĝis la naskiĝtago de Isaac Newton (4 jan 2010), la nova jaro (1 jan 2010), kristnasko (serieto ekde 21 ĝis 25 dec 2009) kaj la “150-jara naskiĝtago de L.L. Zamenhof — Fondinto de Esperanto” (15 dec 2009).

En la Zamenhof-taga emblemo aperas anstataŭ la litero “l” en “Google” verda Esperanto-flago. Laŭ la servo Doodlewatch, ĝin aperigis entute 33 landaj retejoj de Google (AM, AR, AT, BA, BG, BY, CH, CL, CN, CO, DE, ES, FR, GR, HK, IL, IT, JP, KR, MD, MX, NL, PL, RO, RS, RU, SE, SI, SK, TM, TW, UA, US); tamen ĝi ne aperis en la ĉefa internacia retejo [www.google.com](http://www.google.com), kaj krome en kelkaj landoj kie Google disponeblas plurlingve nur iuj lingvoj montris ĝin. Ne eblas trovi la kialon, pro kiu ekzemple Brazilo, Ĉeĥio, Hungario aŭ Litovio estis ekskluditaj, sed eblas almenaŭ supozi ke la priskriba teksto simple ne tradukiĝis en la lokan lingvon. Klakinte sur la emblemon, oni alvenis al la serĉorezultoj pri “Zamenhof” aŭ “Esperanto”. En ili pinte kutime troviĝis la nacilingvaj artikoloj pri Esperanto kaj Zamenhof el la Vikipedio. Flanke aperis ofte ankaŭ reklamo pri la retejo lernu! aranĝita de E@I. Kaj kiam dum la tago gazetaro komencis raporti pri la datreveno, ankaŭ ligiloj al tiaj artikoloj ekaperis apud la rezultoj.

Google mem konkretajn nombrojn ne publikigas, tial eblas nur diveni ke la kunflagan emblemon en ĝi vidis kelkdek milionoj da homoj. Laŭ aliaj statistikoj tamen jam eblas sufiĉe precize mezuri la efikon de tiu varbado.

Kaj la statistikoj de la Vikipedio estas senspirigaj: Dum kutime la anglalingvan (t.e. la plej legatan) vikipedian artikolon “L. L. Zamenhof” legas 330 homoj tage, okaze de la ĵusa Zamenhofa tago ĝi estis legita 850.000-foje! Simile estis ankaŭ ĉe “Esperanto”, kun 170.000 vizitoj tiutage. Entute en la 30 plej grandaj lingvaj versioj de Vikipedio ĉirkaŭ la Zamenhof-tago estis 1.750.000 vizitoj al la artikoloj pri Zamenhof kaj 650.000 al tiuj pri Esperanto. Plej altan kreskon spertis la itala “Lingua esperanto” (100 mil vizitoj) kaj la hispanlingva “Lázaro Zamenhof” (440 mil vizitoj). Efiko de la Esperanto-varbado sentebliis eĉ ĉe flankaj temoj kiel “Białystok”, “Neutral Moresnet”, “Petr Ginz”, “Persone”, “Volapük” aŭ “George Soros”. Ne tuton de la sukceso tamen eblas atribui sole al la Google-kampanjo — certan rolon en konkretaj landoj foje ludis ankaŭ unuopaj gazetaraj elpaŝoj.

Pro tiom amasa varbado, pluraj esperantistoj 15 dec kun surprizo ricevis de siaj amikoj gratulojn okaze de la “Esperanto-tago”. Kaj pluraj personoj efektive decidis eklerni Esperanton: La retejo lernu! spertis malfacilan tagon, kiam ĝia servilo subite ekhavis vizitojn de 29 mil homoj el 114 landoj, anstataŭ la kutimaj kvin mil unikaj vizitantoj tage. Pro la eksterordinara ŝarĝiĝo, la paĝoj malfermiĝis tre malrapide, tamen la retejo ne kolapsis. La sekvan tagon, kiam la situacio trankviliĝis, evidente pluraj homoj revenis kaj enprofundiĝis en la studadon, ĉar tiam estis nur 9.000 vizitantoj sed rekorda nombro de 171.000 vizititaj paĝoj. Ankaŭ unuopaj Esperanto-organizoj raportis speciale multajn aliĝintojn al kursoj: ekzemple, en Francio dekobliĝis la vizitoj al la retejo de UFE samkiel aliĝintoj al retaj kursoj, kaj sepoble pli da vizitantoj ricevis eĉ la paĝaro de SAT.

La sukcesego de la Google-kampanjo klare montras la potencon de Interreto en informado pri Esperanto. La situacio iom similas tiun kiu staras malantaŭ la sukceso de la esperanta Vikipedio: se en grava reta projekto estas persono favora al Esperanto kaj se troviĝas sufiĉe da aliaj “simplaj” esperantistoj kiuj la aferon subtenas, oni foje sukcesas atingi por Esperanto honoron neimagitan. Malgraŭ tio, pliaj fortoj plu estas necesaj: La ĵusaj eventoj klare atestis ekstreman neceson de kvalitaj nacilingvaj informoj pri Esperanto kaj Zamenhof en la Vikipedio — dum tie nun pri Esperanto kvalite elstaraj estas nur la artikoloj ĉeĥa, itala, japana kaj kataluna, kaj ankaŭ tiuj kun malaktualaĵoj; el la artikoloj pri Zamenhof elstara estas tute neni! Celkonscia internacia strebo gvidata de kelkaj fakuloj certe povus ŝanĝi multon ankaŭ pri tio ĉi.

Detalan analizon de la kampanjo, inkluzive de precizaj ciferoj kaj fontindikoj, eblas trovi ĉe la E@I-blogo: <http://blogo.ikso.net> .

Marek Blahuš