

KISEBBSÉGEK KULTÚRÁJA

A médiapiacok és a kisebbségi nyelvek a digitális korban

Tom Moring: *Media Markets and Minority Languages in the Digital Age =Journal on Ethnopolitics and Minority Issues in Europe, Vol 12, No 4, 2013, 34-53. p.*

„A nyelv nem kophat el.
Használata csak erősebbé teszi.
Használj, hogy ne veszítsd el.”¹

Az új, internet alapú digitális média változásokat követel. Ez a tanulmány a média változó szerepét vizsgálja a kisebbségi nyelvek számára a digitális médiapiac fejlődése által. A tanulmány kulcskérdése az, hogy az így létrejövő új forma vajon fenn tudja-e tartani azt az intézményi kapacitását, hogy átfogja és szolgálja a kisebbségi nyelveket, és ha igen, milyen feltételek mellett?

Tekintsünk a nyelvre, mint *folyamatra*, mely a mindennapi tevékenységeink hatására fejlődik. Ezt továbbgondolva, gyakorlati szempontból a média egy lesz a sok mindennapi teendők közül, amely hatással van a nyelvhasználatra, tájékoztatja, megújítja és átalakítja azt. Stan J. Anonby² a nyelv sikeres újjáéledésében öt fontos jellemzőt fogalmaz meg: csoporton belüli szolidaritás; a nyelvoktatás környezetében való elmerülés; műveltség; tömegkommunikációs eszközök használata; és a beszélők egy elég nagy csoportjának kifejlesztése. Vagyis a média nem csak egy tevékenység, hanem sok különböző összetevője a mindennapi életünknek, amelyek így együtt hatnak a nyelvre, és annak használatára.

¹ Tom Moring, 2007, *Giving regional and minority languages a say!* The Secretariat of the European Charter for Regional or Minority Languages in co-operation with the Directorate of Communication. Strasbourg: Council of Europe.

² Anonby, S.J., 1999, *Reversing Language Shift: Can Kwak, Revitalizing Indigenous Languages* (33-52 o.), Flagstaff, Arizona: Northern Arizona University

Az a gyakran vitatott kérdés, hogy a médiának van-e hatása a nyelvhasználatra lassan kezd lezárulni. Fokozatosan egyre több empirikus bizonyíték kerül a felszínre, melyek jól illusztrálják a média hatását a nyelvre és az identitásra. A szerző felteszi a kérdést, hogy ha olvassunk egy könyvet, megnézünk egy filmet, híreket hallgatunk a rádióban vagy Facebookon társalgunk a barátainkkal, akkor ezek vajon mind ugyanolyan hatással vannak nyelvhasználatunkra? A válasza egyértelműen nem. Tanulmányok sora mutatott rá, hogy az emberek a napuk jelentős részét különböző médiumok használatával töltik. A hagyományos televízió napi használata az Amerikai Egyesült Államokban öt óra, az északi államokban három óra, az európai országok pedig a két szám közé esnek. Nem kétséges tehát, hogy a médiára szánt idő hatással van a nyelvhasználatra. Ahogy a szerző előbb említett válasza is kimondta, a különböző médiumok, más-más hatással vannak az egyénre, hiszen azokat a nap különböző részeiben használjuk. Európában a nap általában az újság elolvasásával vagy rádióhallgatással kezdődik, televíziót pedig este nézünk leginkább. Az ezek közötti holtidőben dominál az internet. Az új technológiai újításoknak köszönhetően (pl. okostelefonok, tabletek) ezeket az internet alapú eszközöket használjuk utazás, kávézás, ebédelés közben és így sorolhatnánk tovább. Ezek alapján kialakítható egy viszonylag egyöntetű minta a mindennapi médiahasználatra, azonban ez is gyorsan változik.

A média hatását a nyelvre – nyilván nyers módon – de mérni lehet. Az egyik ilyen módszer a COD modell, mely különböző ingereken keresztül méri ezt a hatást. A modell szerint a Kompetencia (Competence), a Lehetőségek (Opportunities) valamint a Vágy (Desire) a feltételei egy nyelv használatának és szolgáltatások létrejöttének az adott nyelven. Ez három alapvető elemből indul ki így meghatározva egy nyelv helyét a társadalomban: az embereknek megvan a *képességük* (kompetenciájuk), hogy használják a nyelvet, de ez csak akkor nyer értelmet, ha van tényleges *lehetőségük* ezt napi szinten tenni, valamint az emberek *vágyakoznak* (azaz vannak preferenciáik), hogy a kínált lehetőségek adtán, viszonylag azonos alapon a többségi nyelvhasználattal, gyakorolják a kisebbségi nyelvet is a konkrét mindennapi szituációkban. Tehát a nyelvfennmaradás törvénye maga a használat, vagyis egy nyelv jövője

annak napiszintű közös- és egyéni használatán múlik. A nyelvpolitikák dolga, hogy felkeltsék a vágyat a használatra, hogy a célcsoportok hajlandóak legyenek használni a felajánlott szolgáltatásokat. Vegyük erre a televízió szolgáltatás példáját. Dél-Tirolban számos német nyelvű adáshoz fér hozzá az ottani német kisebbség az anyaországi ellátásnak köszönhetően. Ugyanez a helyzet Katalóniában, vagy Finnországban a svéd kisebbségek estében. Egy ellenkező példa, a walesi nyelv vagy a skót gael nyelv esete, amikor az anyaország nem támogatja a határon túli szolgáltatás ellátást, azonban az így is létrejön, sőt sikeresen vonzza a más nyelvű beszélőközönséget is. A tudat, hogy a kisebbségi nyelveknek kiemelt figyelemre van szükségük és felelősségteljes, előrelátó támogatásra a társadalomtól, nem új dolog. A Regionális vagy Kisebbségi Nyelvek Európai Kartája (továbbiakban ECRML), melynek célja a kisebbségi nyelvek támogatása, már 1992-ben megfogalmazta, hogy a támogatás az államilag finanszírozott műsorszórás, valamint a kereskedelmi média által is szükséges. Az ECRML széles választékát kínálja a kisebbségi média helyzetét javító intézkedéseknek, azonban mivel ez 1992-ben volt létrehozva nem veszi figyelembe a következő húsz év média-átalakulását, így léteznek elősegítő intézkedések a TV-re, rádióra, nyomtatott sajtóra vonatkozóan, de az internet alapú szolgáltatásokra nem (az általános elvek nyilván a webes médiára is vonatkoznak).

Kornai András 2013-ban felállított elemzése³ figyelmeztet, hogy a ma létező közel 7000 nyelvből 250 volt képes olyan ugrást tenni a digitális világba, hogy az teljesen működőképes is maradjon. Az online tartalmak könnyed termelése és fogyasztása valamint olcsó terjesztése az interneten új közösségeket alkot, és előmozdítja a kisebbségi nyelvek használatát. Az összkép azonban mégsem ennyire pozitív. A kisebbségi-többségi állapot alapján véve asszimetrikus, a kisebbségek két (vagy több) nyelven élnek a mindennapjaikat. Az vevődik észre, hogy összességében a média inkább zavarja az anyanyelvi átvitelt, mintsem hogy támogatná azt. A felgyorsított nyelvváltás és asszimiláció, az össze-sített médiahatás hajlamos gyengíteni a kisebbségi nyelvek és a közösségek helyzetét. Ha a médiaellátás egy nyelven képes gazdag, jó minő-

ségű tartalommal szolgálni, akkor ezt intézményesen teljes kínálatnak nevezzük. Egy intézményesen teljes média jelenléte azonban még nem garantálja az azon nyelven beszélők teljes uralását, és ez jelenti a kihívást a kisebbségi nyelveknek azokban a gyakori szituációkban, amikor kétnyelvű nyelvhasználókról van szó. Az aggodalom abból adódik, hogy a médiafogyasztóknak elérhetővé vált egy globális piac, mely miatt a kisebbségi nyelvek háttérbe szorulhatnak, így azok most még több támogatást igényelnek, mint eddig. A kisebbségi nyelvű szolgáltatások a digitális helyeken még fejletlennek mondhatóak, és veszélynek vannak kitéve az említett piaci szerkezetek miatt, amelyekkel még nem állnak szembe hatékony helyreállító politikai, jogi eszközök.

A kezdetben feltett kérdésre, hogy a médiapiac az új formájában fenn tudja-e tartani az intézményi kapacitását, hogy átfogja és szolgálja a kisebbségi nyelveket, és ha igen milyen körülmények között, a válasz igencsak pesszimista. Egyértelmű előny például a kisebbségi nyelven való tartalomgyártás (*termelés*) a szociális média esetében. Ez azonban nyilvánvalóan nem vált ki hasonló viselkedést a *fogyasztás* terén. Ahogy már említettük, a médiumok felhalmozott befolyásolása negatív hatással lehet egy kisebbségi nyelv és közösség fenntartására, fejlődésére a további digitális átváltás során. Ez a kockázat tovább nő, ha a nemzetközi jogi eszközök (pl. ECRML) nem térnek ki az országok azon határozott kötelezettségeire, mely szerint a kisebbségi nyelvű digitális médiumokat is ugyanolyan módon kell támogatni, mint a tévét, rádiót, vagy papírújságot.

Páll Renáta

³ Kornai, A., 2013, *Digital Language Death*, PLoS ONE vol. 8(10): e77056