

SZIGET – NYELVI TÁJKÉP – 2014

LINGUISTIC LANDSCAPE



SZERZŐK

PÁPAY BORÓKA ÉS KIS BALÁZS



KÉSZÜLT A BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM ÉS A KOLOZSVÁRI BABES-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM EGYÜTTMŰKÖDÉSÉBEN SZERVEZETT SZIGET2014 KUTATÁS KERETÉBEN, A SZIGET KULTURÁLIS MENEDZSER IRODA KFT. TÁMOGATÁSÁVAL.
BUDAPEST – KOLOZSVÁR, 2015.



Fotó: Szemerey Bence
http://www.sziget.hu/fesztival/galeria/_teljes_galeria

A Sziget imázsában fontos szerepet kap a multikulturalizmus, nem is csoda, hiszen a közönségében túlsúlyban vannak a külföldiek. Ezt megfelelően tükrözi a Sziget főbejáratát adó K-híd, amelyen különböző nyelvű köszöntésekkel találkozhatnak a hídon áthaladók. Azonban mindez csak a látszat, a fesztivál látványképe erőteljes magyar nyelvű dominanciát mutat, ami megnehezíti a fesztiválra látogató külföldiek tájékozódását. A magyar nyelvű feliratok 60-70% körül mozognak, bizonyos helyeken pedig kizárólagos szerepet töltenek be. Ahol mégis találkozunk kétnyelvű – azaz magyar és angol nyelvű – feliratokkal, tájékoztatókkal, ott jellemzően másodlagos helyet kap az angol.

Elméleti háttér

„A szociolingvisták ma már nemcsak jegyzetfüzettel és diktafonnal járnak a világot, digitális fényképezőgép is van náluk, amivel pillanatképeket rögzítenek arról, ami időközben 'nyelvi tájképként' vált ismeretessé.” (Blommaert, 2012: 5) ¹

A nyelvi tájkép (linguistic landscape), vagy másképpen a vizuális nyelvhasználat vizsgálata az utóbbi évtizedben vált az alkalmazott nyelvészet önálló kutatási területévé. A fogalmat elsőként két kanadai szociálpszichológus fejlesztette ki a quebeci franciák etnolingvisztikai vitalitásának kutatására ², s a közvetkezőképpen definiálták (Landry és Bourhis, 1997:25):

„A hivatalos útjelző táblák, a reklámtáblák, utcanevek, helynevek, kereskedelmi egységek feliratai és kormányzati épületek hivatalos táblái adják az adott terület, régió vagy városi agglomeráció nyelvi tájképét.” ³

Továbbá Landry és Bourhis szerint a feliratok nyelve megmutatja, hogy milyen nyelvi összetételű az adott régió, illetve melyik nyelv milyen státusban van – azaz melyiket helyezik előtérbe. Erre a mi kutatásunk is próbált fényt deríteni. ⁴ Ben-Rafael és mtsai. (2010) úgy vélik az egyes nyelvi tájképek elemeit a következő tényezők magyarázhatják: 1. hatalmi viszonyok, 2. kommunikatív célok, 3. önkifejezés, 4. kollektív identitás kifejezése. ⁵ A legújabb kutatási áramlat szerint azonban a nyelvideológiákban kell keresni az adott terület nyelvi tájképének magyarázatát (l. Jaworski-Thurlow, 2010:11). ⁶ A nyelvi tájkép így akár lehet ideológiai harc színtere is, a vállalkozók feliratai más ideológiákat követhetnek, mint a hivatalos vizuális nyelvhasználat (Shohamy, 2006). ⁷

Az utóbbi években a Kárpát-medencében is jó néhány kutatást folytattak le ebben a tárgykörben. Itt példaként említeném Horváth István által levezetett kutatást (2012), melyben azt vizsgálták, hogy a nagy kereskedelmi üzlethálózatok milyen nyelvpolitikát követnek azokban az erdélyi régiókban, ahol a lakosság jelentős része a magyar kisebbségi nyelvet beszéli. ⁸ Ilyen és ehhez hasonló kutatásoknak köszönhetően pedig 2013-ban, Budapesten megrendezték az első nyelvi tájképpel foglalkozó konferenciát, mely a következő nevet kapta: „A nyelvi tájkép elmélete és gyakorlata: Kárpát-medencei kisebbségi körkép”. Ez az esemény ihletet és a Sziget ilyesfajta kiaknázatlansága sarkalt minket arra, hogy kutatásokba kezdjünk egy ilyen multikulturális fesztivál nyelvi tájképéről.

A kutatásról

A tájékozódást vizuális jelek és feliratok segítik elő. Ezek különösen fontosak egy olyan fesztivál esetén, mint a Sziget, ahová a látogatók túlnyomó többsége külföldről érkezett. A kutatás, a fesztivál különböző kiszolgáló egységeinek nyelvpolitikáját vizsgálja a kitett feliratokon keresztül. A különböző funkciót betöltő feliratok egyaránt jelennek meg magyarul, angolul és mindkét nyelven. A kutatás arra keresi a választ, hogy milyen logikát követnek az egy és többnyelvű feliratok, illetve hogy ezek hogyan szolgálják a többnyelvű közönség tájékozódását, tájékoztatását.

A kutatás során hét típusú kiszolgáló egységből vettünk mintát, területi zónák szerint, és vizsgáltuk meg az így kirajzolódó nyelvi tájképet a fesztiválon. Vizsgáltuk a (1) vendéglátóhelyeket és reklámjaikat; (2) árusokat; (3) színpadokat-program helyszíneket; (4) civil szigetet; (5) szórakoztató szolgáltatásokat – ide soroltuk a Sziget Eyet, a bungee jumpingot és egyéb sportolási lehetőségeket; (6) hivatalos szerveket – ehhez a postai, rendőrségi és ambuláns szolgáltatások kerültek; (7) egyéb szolgáltatásokat – ide többek között a telefon-, kártya feltöltést soroltuk. A kiszolgáló egységek különböző nyelvhasználati szokásait adatlapra jegyeztük fel. Az adatlappal azt mértük, hogy a különböző feliratok szintjén, kívülről befelé haladva milyen nyelvi elemek dominálnak, illetve hogy milyen típusú információt milyen nyelven találunk meg. Felmértük, hogy első benyomásra melyik nyelvet alkalmazza az egység, milyen nyelvű a fő cégfelirat, az egyéb cégfeliratok, a szlogenek, az egységen kívül található termékleírások, az egységen belül található termékleírások, vendéglátó egységek esetén a kívül található menü, a belül található menü és hogy milyen nyelven szólnak a vendégeknek szánt instrukciók. Azt is felmértük, hogy az árak milyen nyelven vannak feltüntetve.

Vendéglátóhelyek és reklámjaik



Fotó: Pápay Boróka

A vendéglátó egységeknél a magyar nyelvű feliratok domináltak. A lacikonyhások közül néhányan egyszerűen nem vették a fáradságot, hogy új anyagokat készítsenek erre a fesztiválra, ezért többségbe került a magyar nyelv.



Fotó: Figuli Judit

A tisztán angol külső feliratozás ritkán fordult elő. Közelebb menve, azonban ezeknél is többségében voltak a magyar nyelvű menük, instrukciók és tájékoztatók.



Fotó: Figuli Judit

Helyenként megjelent a vegyes angol-magyar feliratozás. Ezeknél a belső tájékoztatók, menük is két nyelven voltak feltüntetve. Az árakat pedig, néhány kivétellel, mindenhol forintban adták meg, nem törekedtek az euróra való átszámolhatóságra.



Fotó: Pápay Boróka

A hazai reklámozók – a multik is –, csak a hazai közönséget célozták meg. Annyian olvasták több ezerszer a magyar nyelvű sörreklámot, hogy ez önmagában is magyar nyelvi dominanciát eredményezett.

Árusok



Fotó: Figuli Judit

Míg a vendéglátósok főképp magyarul feliratoztak, addig az árusoknál a külső feliratok elsősorban angol nyelven voltak, de találkoztunk egyes feliratokkal is. A belső instrukcióknál és tájékoztatóknál – csakúgy, mint a vendéglátóhelyeknél – a magyar nyelv volt a jellemző. Az árakat forintban adták meg.

Színpadok-program helyszínek



Fotó: Figuli Judit

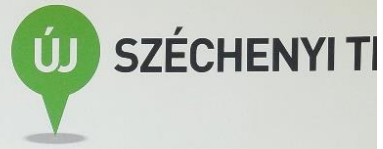
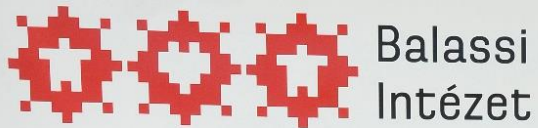
A színpadok és program helyszínek esetében csakúgy, mint a szórakoztató szolgáltatásoknál rövid, tömör, lényegre törő feliratok és utasítások szerepeltek. Míg a magyar nyelvű felirat **NAGYBETŰSKÉNT** jelent meg, addig mellette, de legtöbbször alatta volt megtalálható a small size english.

Civil sziget



Fotó: Figuli Judit

A civilszervezeti szolgáltatásokat nyújtó egységek kevésbé figyeltek oda arra, hogy a külső elemek kétnyelvűek vagy angolul legyenek, az egységen belül viszont már könnyebb volt angolul tájékozódni.



Nemzeti Fejlesztési Ügynökség
www.ujszechenyiterv.gov.hu
06 40 638 638



A projektek az Európai Unió támogatásával, az
Szociális Alap társfinanszírozásával valósulnak meg.

ÖSZTÖNDÍJAK A VILÁG ÖSSZES ORSZÁGÁÉRT



CAMPUS
HUNGARY

www.campushungary.hu

Fotó: Figuli Judit

A Campus Hungary Egyetemek utcája, első ránézésre angol egynyelvű volt, de közelebbről megnézve szinte minden felirat megtalálható volt magyarul is.

Szórakoztató szolgáltatások



Fotó: Schottner Ádám

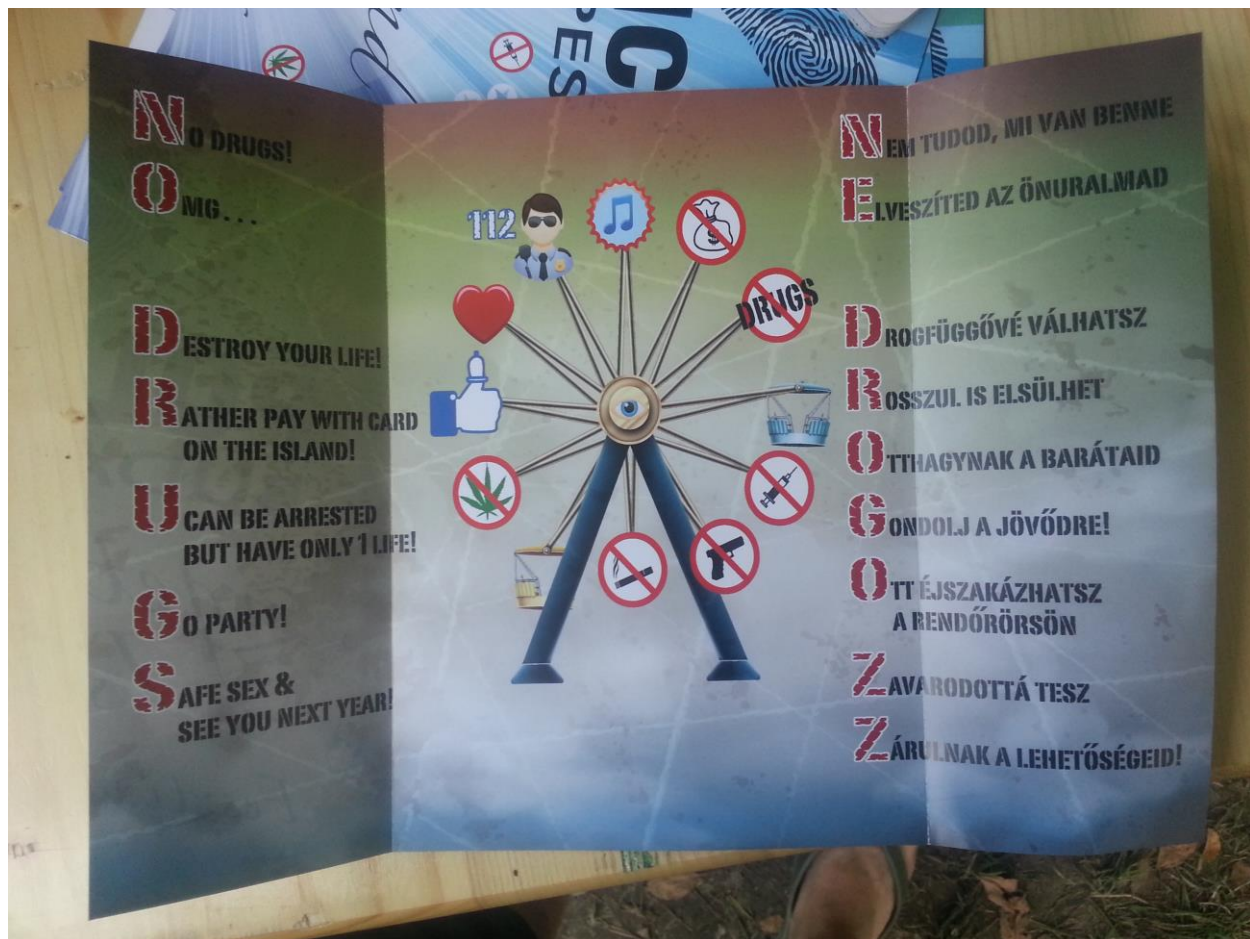
A szórakoztató szolgáltatásoknál, mint a Sziget Eye, bungee jumping vagy sportolási lehetőségek, rövid, tömör utasítások és feliratok voltak, melyek angolul, vagy angolul és magyarul voltak olvashatóak.

Hivatalos szervek



Fotó: Gungl Ádám

A hivatalos szervek esetében, ahová az ambulanciát, a postát, a Budapesti Rendőr-főkapitányság sátrát, illetve a rendőrségi konténert soroltuk, túlnyomóan magyar feliratokat találtunk.



Fotó: Gungl Ádám

A Rendőr-főkapitányság sátránál a felirat és a tájékoztatók magyarul szerepeltek, egyedül a kvíz volt megtalálható angol nyelven is. A rendőrségi konténernél viszont – amely valamivel arrébb feküdt –, szintén minden magyarul szerepelt, kivéve a cégfelirat és az elvesztett/ellopott útlevelel kapcsolatos instrukciók.



Fotó: Figuli Judit

A postánál a legtöbb tájékoztató és kiírás magyarul szerepelt, az árak forintban voltak megadva.

Egyéb szolgáltatások



Fotó: Figuli Judit

Az egyéb szolgáltatásoknál, így például a telefon feltöltőpontoknál – és az internetsátor esetében is –, a magyar nyelv az első, de itt már nem volt méretbeli különbség köztük. Egységesen angol és magyar nyelven voltak olvashatók a tájékoztatók és instrukciók.



Fotó: Figuli Judit

A kártya feltöltőpontoknál első benyomásra a magyar feliratozás volt szembetűnő, ami nehezíthette a fesztiválozók kezdeti tájékozódását. Oldalt azonban, kicsit eldugva és kisebb méretben, megtalálható volt angol nyelven is minden szükséges információ.



Fotó: Figuli Judit

A Sziget MasterCard Pay Pass infopontokon kifejezetten a külföldieket célozták meg. Itt tisztán csak angol feliratozással és instrukciókkal találkozhattunk – a magyar nyelv teljes hiányával.

Következtetések

A Sziget Fesztivál egy multikulturális közeg, hétköznapokon 90% túlsúlyban vannak a külföldiek, de hétvégén is 50% felett. A Sziget imázsában is fontos szerepet kap a multikulturalizmus. A fesztivál látványképe azonban magyar nyelvű dominanciát mutat. A magyar nyelvű feliratok 60-70% körül mozognak, bizonyos helyeken pedig szinte kizárólagosan szerepelnek, így például a hivatalos szerveknél és a reklámoknál. Az angol így viszont csak másodlagos helyet kap a feliratok szintjén.

Első pillantásra sok hely kétnyelvűnek tűnhet, de közelebb menve legtöbbször szembesülnünk kell azzal, hogy az angol nem funkcionális. Így például az éttermeknél a menük és tájékoztatók túlnyomó részt magyarul szerepelnek. Illetve néhány helyen szemléletes képekkel próbálták kiküszöbölni ezt a problémát.

A kétnyelvű feliratozásnál nagyon gyakori volt az igazságtalan méretezés, míg a felirat magyarul NAGYBETŰSKÉNT jelent meg, addig mellette, de legtöbbször alatta volt megtalálható a small size english. Ezért aztán itt mi sem írtunk ki semmit sem angolul.

Bibliográfia:

1. Blommaert, Jan (2012): Chronicles of Complexity: Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes. Tilburg Papers in Culture Studies 29. Tilburg University. *In: Bartha, Csilla – Petteri, Laihonen – Szabó, Tamás Péter (2013): Nyelvi tájkép kisebbségben és többségben: egy új kutatási területről. In: Pro Minoritate 23 (3): 13.*
2. Petteri, Laihonen (2012): Nyelvi tájkép egy csallóközi és egy mátyusföldi faluban. *In: Fórum társadalomtudományi szemle 14 (3): 27-28.*
3. Landry, Rodrigue & Richard, Bourhis 1997. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. *Journal of Language and Social Psychology 16: 23–49. In: Petteri, Laihonen (2012): Nyelvi tájkép egy csallóközi és egy mátyusföldi faluban. In: Fórum társadalomtudományi szemle 14 (3): 27.*
4. Landry, Rodrigue & Richard, Bourhis 1997. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. *Journal of Language and Social Psychology 16: 23–49. In: Petteri, Laihonen (2012): Nyelvi tájkép egy csallóközi és egy mátyusföldi faluban. In: Fórum társadalomtudományi szemle 14 (3): 27.*
5. Landry, Rodrigue & Richard, Bourhis 1997. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality. *Journal of Language and Social Psychology 16: 23–49. In: Petteri, Laihonen (2012): Nyelvi tájkép egy csallóközi és egy mátyusföldi faluban. In: Fórum társadalomtudományi szemle 14 (3): 28.*
6. Jaworski, Adam – Crispin, Thurlow (2010): Introducing Semiotic Landscapes. *In: Jaworski, Adam –Crispin, Thurlow: Semiotic Landscapes: Language, Image, Space. London, Continuum, 1–40.p. In: Petteri, Laihonen (2012): Nyelvi tájkép egy csallóközi és egy mátyusföldi faluban. In: Fórum társadalomtudományi szemle 14 (3): 28.*
7. Shohamy, Elana (2006): Language Policy: Hidden agendas and new approaches. London, Routledge, 110-111. *In: Petteri, Laihonen (2012): Nyelvi tájkép egy csallóközi és egy mátyusföldi faluban. In: Fórum társadalomtudományi szemle 14 (3): 28-29.*
8. Horváth István (2012): Nyelvi tájkép az üzleti életben: nemzetközi kereskedelmi üzlethálózatok nyelvi tájképe a többségében magyar anyanyelvűek lakta romániai régiókban. URL: <http://ispmn.gov.ro/node/drepturile-lingvistice-i-situaia-sociolingvistic-a-minoritilor-etnolingvistice-din-romnia> (2014.11.05.)