

■
Nicole Dołowy-Rybińska

Polska Akademia Nauk

CZY MNIEJSZOŚCI MUSZĄ BYĆ PROWINCJONALNE? MEDIA MNIEJSZOŚCI JĘZYKOWYCH W GLOBALNYM ŚWIECIE

Abstract

Do minorities have to be provincial? Minority media on in the global world

Despite the ethnic movements which took place in the second half of the XX century in Europe, the general perception of minorities is still based on XIX century romantic and folkloristic visions of autochthonic cultures. These groups are perceived as rural, conservative and immobile relics of another (archaic) culture. What is interesting is that this image of minorities is sustained both by the dominant (state) culture and by the minority group itself. The problem is that the young generation (within a minority group) does not want to identify itself with this kind of image. They are normal youngsters who wear the same clothes, listen to the same music and having similar problems as their peers all around the world. That is why the role of the minority media is very important today. They are creating the minority 'imagined community', promoting the minority language and – *last but not least* – changing the stereotypical image of the minority. The older forms of electronic media (such as Radio and Television) are expensive therefore financially difficult to use in the promotion of a modern vision of minority cultures. This role has now been taken up

by internet users who can themselves create any kind of web sites and any types and forms of communication. Today minorities are a part of the global village. At the same time they are defending, for the future, their own cultures and customs.

Słowa kluczowe: media mniejszości, mniejszości autochtoniczne, prowincjonalizm, folkloryzacja, wizerunek kultury

W XIX wieku termin „prowincjonalizm” równoznaczny był z tym, co dziś określa się mianem „regionalizmu”, charakterystycznego dla danej okolicy (prowincji) nacechowania języka. Mniejszości językowe stanowią więc najlepszy przykład grupy prowincjonalnej: posługującej się językiem, który różni się w sposób nieznaczny od języka ogólnopństwowego, standardowego (w tej kategorii znaleźć można grupy posługujące się językami regionalnymi, do których w Polsce zalicza się Kaszubów; w Europie takimi językami są na przykład retoromański¹ czy dolnoniemiecki) lub jest od niego całkowicie odmienny (autochtoniczne mniejszości etniczne lub narodowe posługujące się językami, które nigdzie indziej nie są używane; w Polsce takim językiem będzie na przykład łemkowski, do przykładów europejskich zaliczyć można między innymi bretoński, walijski, łżycki, fryzyjski...). Jednak obecnie termin „prowincjonalizm” nie jest używany w powyższym znaczeniu. Wyraz ten został obciążony wyraźnie pejoratywnym wydźwiękiem. Prowincjonalny to dziś raczej zaściankowy, opóźniony w rozwoju cywilizacyjnym czy kulturalnym. W takim znaczeniu terminu „prowincjonalny” używa się również w odniesieniu do autochtonicznych mniejszości.

Taki sposób myślenia o mniejszościach nie wynika wyłącznie z faktu, że zamieszkują one tereny znajdujące się „na prowincji”, oddalone od centrum, zazwyczaj nawet takie, które w sposób fizyczny od reszty państwa są oddzielone: górami (Walijczycy), rzekami (Łżycanie), znajdują się nad morzem (Kaszubi, Bretończycy) czy wręcz na wyspie

¹ Posiadający jednak w Szwajcarii status języka urzędowego.

(Korsykanie)². Na takie myślenie o mniejszości największy wpływ miała XIX-wieczna, romantyczna wizja mniejszości, ukazująca je jako ludy pierwotne, prawdziwe, nieoswojone i nieucywilizowane. W nich romantycy doszukiwali się autentyczności, której w industrializującym się świecie zaczynało brakować. Wizerunek, który przyległ do mniejszości, nie był jedynie zasługą spojrzenia z zewnątrz. Wynikał również z samego charakteru tych grup: w większości przypadków były to ludy wiejskie, proste, zajmujące się rolnictwem, rybołówstwem, hodowlą zwierząt, przywiązane do tradycji, kultywujące swoje własne święta i zwyczaje. Oprócz nielicznych przypadków wykształcenia się elity intelektualnej w czasach reformacji (Łużyce) bądź wcześniej (Walia), języki mniejszościowe zyskiwały postać pisaną w XIX lub nawet XX wieku, wtedy też powstawała mniejszościowa literatura, a przede wszystkim oddolna refleksja nad własną sytuacją.

Autochtoniczne mniejszości to w potocznym wyobrażeniu grupy oralne, których kultura oparta jest na odwiecznych zwyczajach. Przedstawiciele mniejszości obowiązkowo przedstawiani są ubrani w tradycyjne stroje, uprawiający ziemię, żyjący w swoich małych wioskach, z pieśnią na ustach i prymitywnymi narzędziami w rękach. Istotne, że wizerunek ten jest upowszechniany zarówno przez media ogólnopłańskie³, jak i przez przedstawicieli mniejszości, którzy w ten sposób chcą wypromować swój region turystycznie⁴ czy po prostu pokazać, że mniejszość wciąż istnieje, że nie uległa asymilacji z kulturą państwową. Mniejszości ukazywane są więc jako relikty przeszłości, jako żywy skansen. To z kolei powoduje, że młodsze pokolenia:

2 Ukształtowanie terenu i naturalne bariery sprzyjają zachowaniu odrębności kulturowej i językowej, stanowią bowiem rodzaj naturalnej granicy etnicznej. Badania dowiodły jednak, że istnienie takich naturalnych barier nie ma decydującego wpływu na zachowanie odrębności kulturowej. Por.: F. Barth, *Grupy i granice etniczne: społeczna organizacja różnic kulturowych*, [w:] M. Kempny, E. Nowicka (red.), *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej. Kontynuacje*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 348-349.

3 Wystarczy obejrzeć w TVP programy, w których mowa o mniejszościach. Zazwyczaj są pokazywane występy zespołów folklorystycznych, prości ludzie i tradycyjne zwyczaje.

4 E. Nowicka, *Etniczność na sprzedaż i/lub etniczność domowa*, [w:] L. Adamczuk, S. Łodziński (red.), *Mniejszości narodowe w Polsce w świetle Narodowego Spisu Powszechnego z 2002 roku*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2006, s. 295-296.

ludzie wychowani w zglobalizowanym otoczeniu, żyjący identycznym, bo zapośredniczonym medialnie przez radio, telewizję, a zwłaszcza Internet, świecie; znający języki obce w lepszym stopniu niż język przodków; identyfikujący się z idolami młodzieży takimi, jak Hannah Montana nie zaś z postaciami z legend i podań; ubierający się w H&M, a nie w stroje zespołów folklorystycznych; słuchający rocka, hip-hopu czy rapu, zamiast muzyki ludowej – nie chcą bądź nie potrafią z kulturą etniczną się identyfikować, gdyż identyfikacja taka wiąże się w ich oczach jednoznacznie z „prowincjonalizmem”. Oni zaś w niczym nie różnią się od rówieśników mieszkających w innych częściach kraju, kontynentu, świata.

W tym miejscu pojawia się więc nieuchronnie pytanie: jak dziś, w globalnym, kosmopolitycznym świecie można być innym, można należeć do mniejszości i się z nią identyfikować? W tekście tym nie zamierzam, oczywiście, udzielić na to pytanie odpowiedzi. Celem tego artykułu jest wskazanie na rolę mediów mniejszości językowych, na to do jakiego stopnia wizja kultury, którą przekazują, może wpłynąć na wizerunek danej mniejszości, a tym samym na chęć utożsamiania się z nimi młodych ludzi. Pokażę na przykładach kilku językowych mniejszości Europy, jakie typy mediów mniejszości istnieją dziś na starym kontynencie, na ile wypełniają one swoją misję, z jakimi dylematami funkcjonowanie tych mediów jest związane. Zastanowię się, czy zadaniem mediów mniejszości jest podtrzymywanie pewnego utartego wizerunku danej grupy, czy też tworzenie nowego, odpowiadającego potrzebom i oczekiwaniom przedstawicieli tych kultur oraz na ile ten nowy wizerunek jest tworzony przez sam fakt istnienia nowych mediów w językach mniejszościowych. Konieczne jest jeszcze zaznaczenie, że pod terminem „media” będę w tym tekście rozumieć media masowe, takie jak radio i telewizja oraz cyfrowe – Internet. Pominę ogromną niewątpliwie rolę literatury i prasy, gdyż obecnie na tworzenie wizerunku mniejszości ma ona mniejszy wpływ niż media dostępne w codziennym życiu, wkradające się w każdą jego sytuację, zarówno rozrywkową jak i oficjalną. Nie zapominam jednak o tym, że media podlegają procesowi remediacji⁵, czyniąc tym samym gazety czy filmy gatunkami internetowymi.

⁵ Por.: J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge – London 2000.

Druga kwestia dotyczy samego nazewnictwa, czym media mniejszości są. Nie wszystkie grupy mniejszościowe mają swoje własne, zarządzane w pełni przez siebie media: stacje radiowe czy telewizyjne. Większość grup ma jedynie możliwość realizacji kilku programów w mediach należących do większości. Dopóki jednak te programy są tworzone przez mniejszości i to one decydują o ich zawartości, realizacje te można również uznać za mniejszościowe. Język mniejszościowy może być w tym wypadku uznany za środek, w którym dane treści – związane z kulturą grupy i jej potrzebami – są przekazywane. Patrząc na realizacje medialne mniejszości w szerokiej perspektywie można również dostrzec, że stanowią one egzemplifikację antropologicznego dylematu związanego z globalizacją i glokalizacją, uniformizacją i indywidualizacją, ujednoceniem i zróżnicowaniem współczesnego świata⁶. Tym samym wiążą się również z dylematem dotyczącym bezpośrednio przeciwstawienia prowincjonalizmu i kosmopolityzmu.

Przedstawione poniżej wnioski odnoszą się do analizy funkcjonowania czterech języków mniejszościowych w mediach należących do mniejszości bądź realizujących swoje programy w czasie antenowym udostępnionym mniejszościom na platformach należących do większości. Analizie poddałam mniejszość walijskojęzyczną na Wyspach Brytyjskich, programy i media w języku bretońskim we Francji, mniejszość łużycką w Niemczech oraz język kaszubski w mediach lokalnych (komercyjnych i państwowych) w Polsce. Wszystkie cztery grupy należą do mniejszości językowych Europy, ich przedstawiciele walczą o zachowanie i rewitalizację języków przodków, mają jednak różne środki i możliwości (zarówno finansowe, jak i prawno polityczne).

Język walijski, używany obecnie przez około 500 000 Walijszczyków⁷, jest językiem współoficjalnym Walii, gdzie (przynajmniej teoretycznie) może istnieć na wszystkich poziomach życia publicznego. W związku z tym państwo dotuje stacje radiowe o zasięgu ogólnokrajowym, funkcjonujące wyłącznie w języku walijskim (takie jak BBC Radio Cymru, nadające informacje, programy, reportaże, muzykę po walijsku

⁶ Por.: A. Appadurai, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, tłum. Z. Pucek, Universitas, Kraków 2005.

⁷ Czyli około 1/6 wszystkich mieszkańców Walii, zob.: D. Morris, *Welsh in the Twenty-First Century*, University of Wales Press, Cardiff 2010.

kilkanaście godzin na dobę), a także szereg stacji dwujęzycznych (na przykład Heart Cymru czy Radio Ceredigion), w których programy i wiadomości są nadawane zarówno po walijsku, jak i po angielsku. Na terenie Walii funkcjonuje wiele stacji radiowych walijskojęzycznych bądź dwujęzycznych o zasięgu lokalnym, które również są wspierane finansowo z budżetu państwa. Dodatkowo szereg stacji lokalnych nadaje codziennie bądź periodycznie programy w języku celtyckim. W Walii funkcjonuje także stacja telewizyjna S4C emitująca jedynie walijskojęzyczne programy. Przeznaczone są one dla różnych grup wiekowych i mają różnorodny charakter: od programów dla dzieci, nastawionych na wspomaganie dwujęzycznej i immersyjnej edukacji w Walii, przez programy przeznaczone dla rolników, programy sportowe i relacje z meczów (tu zwłaszcza istotne są relacje z rozgrywek rugby, które stanowi narodowy sport Walii), seriale i telenowele walijskie, dubbingowane na język walijski seriale kryminalne i filmy. Oprócz S4C, BBC Cymru, stacja poświęcona lokalnym sprawom Walii nadaje krótkie, walijskojęzyczne programy. Należy podkreślić, że w Walii prawie wszystkie instytucje państwowe posiadają dwujęzyczne strony internetowe. Większe jednak znaczenie dla zachowania języków mniejszościowych mają media społecznościowe, zmuszające użytkowników do aktywnego udziału (media partycypacji)⁸. Badania wykazały, że młodzi Walijczycy używają języka celtyckiego w kontaktach z innymi walijskojęzycznymi użytkownikami mediów społecznościowych, częściej jednak komunikują się po angielsku⁹.

Na przeciwnym biegunie znajduje się język bretoński, również należący do rodziny języków celtyckich. Bretoński nie posiada jednak we Francji statusu oficjalnego, a budżet przeznaczony na jego

⁸ Zob.: R. Dębski, *Od mediów przekazu do mediów uczestniczenia: kierunki i narzędzia badań*, [w:] R. Dębski (red.), *Od mediów przekazu do mediów uczestniczenia. Transmisja i nauczanie języków mniejszościowych*, TAIWPN Universitas, Kraków 2008.

⁹ Zob.: D. Cunliffe, D. Morris, C. Prys, *Investigating the Differential Use of Welsh in Young Speakers' Social Networks: A Comparison of Communication in Face-to-Face Settings, in Electronic Texts and on Social Networks Sites*, [w:] E.H.G. Jones, E. Uribe-Jongbloed (red.), *Social Media and Minority Languages: Convergence and the Creative Industries*, Multilingual Matters, Brostol – Buffalo – Toronto 2013.

promocję i funkcjonowanie na terenie Bretanii jest ograniczony¹⁰. Co więcej, przerwanie w połowie XX wieku międzypokoleniowej transmisji języka bretońskiego doprowadziło do sytuacji, w której większość z około 200 000 użytkowników języka bretońskiego należy do najstarszego pokolenia, a nowych użytkowników bretońskiego, którzy języka nauczyli się w szkole lub na kursach i są w stanie aktywnie się tym językiem posługiwać, jest najwyżej kilkadziesiąt tysięcy¹¹. Nie stanowią oni jednak zwartej grupy, przez co możliwość aktywnego używania przez nich bretońskiego w codziennym życiu jest bardzo ograniczona. Mimo tego, w Bretanii funkcjonuje kilkanaście stacji radiowych o lokalnym zasięgu nadających wyłącznie bądź czasami w języku bretońskim. Nie ma jednak żadnej stacji, która swym zasięgiem objęłaby całą Bretanię. Nie istnieje też stacja telewizyjna nadająca po bretońsku, mimo prób stworzenia takiej¹². W regionalnej telewizji są nadawane jedynie krótkie programy w języku bretońskim. Tę lukę starają się wypełnić użytkownicy Internetu. Od kilku lat powstaje w Bretanii coraz więcej interaktywnych stron internetowych, które starają się rekompensować brak bretońskojęzycznej telewizji (na przykład Gwagenn TV). Z inicjatyw bretońskich działaczy powstają bretońskojęzyczne fora internetowe, a od kilku lat młodzi Bretończycy dążą do założenia bretońskojęzycznego facebooka. Niestety, sytuacja socjolingwistyczna Bretanii sprawia, że aktywnych użytkowników bretońskojęzycznego Internetu jest niewielu.

Mniejszość łużycka w Niemczech chroniona jest przez konstytucję landów, na których terenie zamieszkuje (Saksonię, w której mieszka ją Górnołużyżczanie i Brandenburgię z Dolnołużyżczanami), ma status mniejszości narodowej, zaś jej funkcjonowanie jest dotowane przez państwo. Dwa języki mniejszościowe Łużyc: górnołużycki, w którym mówi jeszcze około 12 000 osób i dolnołużycki (znajdujący się w sy-

¹⁰ Zob.: N. Dołowy-Rybińska, *Języki i kultury mniejszościowe w Europie: Bretończycy, Łużyżczanie, Kaszubi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011, s. 79-92.

¹¹ F. Broudic, *Parler breton au XXIe siècle. Le nouveau sondage de TMO-Réions*, Emgleo Breiz, Brest 2009.

¹² Założona w 2000 roku TV Breizh po kilku latach prawie zbankrutowała i obecnie nadaje głównie po francusku.

tuaacji poważnego zagrożenia, z najwyżej 2000 starszych użytkowników¹³ mają do swojej dyspozycji dwie regionalne, niemieckojęzyczne stacje radiowe: jedna każdego dnia przez kilka godzin nadaje po górnołużycku, druga godzinę po dolnołużycku. W kablowej stacji telewizyjnej (również niemieckojęzycznej) jest nadawany raz na miesiąc półgodzinny program w języku górnołużyckim¹⁴. Większość instytucji prywatnych i państwowych nie posiada dwujęzycznych stron internetowych, co świadczy o niskim prestiżu języków łużyckich. Dwujęzyczne strony posiadają natomiast instytucje łużyckie oraz niektóre publiczne instytucje Saksonii. Górnołużycanie używają języka łużyckiego w Internecie, jednak prawie wyłącznie w kontaktach wewnątrzgrupowych¹⁵. Dolnołużycki, ze względu na sytuację socjolingwistyczną, w jakiej się znajduje, nie jest aktywnie używany w Internecie.

Ciekawe jest pod tym względem zestawienie języków łużyckich z innym słowiańskim językiem mniejszościowym, językiem kaszubskim, który od 2005 roku ma status języka regionalnego Polski, objęty jest więc ochroną i działaniami rewitalizacyjnymi. W ciągu ostatnich kilkunastu lat sytuacja kaszubskiego bardzo się zmieniła. Choć aktywnych użytkowników kaszubskiego jest jedynie koło 100 000¹⁶, język ten ostatnio z pogardzanego dialektu języka polskiego stał się pełnoprawnym językiem nauczonym w szkołach. Dzięki dotacjom państwowym pojawia się coraz więcej programów kaszubskojęzycznych w państwowych stacjach: radiowych (Radio Gdańsk) i telewizyjnych (TVP 3). Wciąż jednak są to programy krótkie i nieregularnie nadawane. Od 2004 roku funkcjonuje natomiast prywatne Radio Kaszëbë, w którym część programów nadawana jest po kaszubsku. Telewizja kaszubskojęzyczna CSB TV bardzo szybko zbankrutowała, jednak lokalni nadawcy

13 E. Ludwig, *Sorben-demographische und statistische Aspekte*, [w:] M. T. Vogt, J. Neyer, D. Bingen, J. Sokol (red.), *Minderheiten als Mehrwert*, Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main 2010, s. 309-318.

14 Zob. N. Dołowy-Rybińska, *Górnołużyckie media – próba oceny*, „Zeszyty Łużyckie” 2012, nr 46.

15 Zob.: N. Dołowy-Rybińska, *Upper Sorbs and the use of minority language online: few advantages for the Upper Sorbian language and community*, „Slavia” 2014, nr 2.

16 W Spisie Powszechnym z 2011 roku kaszubski jako język domowy zadeklarowało 108 140 osób.

zauważyli rosnące zainteresowanie programami kaszubskojęzycznymi. Od kilku lat pojawiają się więc kaszubskojęzyczne programy telewizyjne (na przykład w Twojej Telewizji Morskiej). Funkcjonowanie kaszubskiego w Internecie jest wciąż bardzo ograniczone, choć można zaobserwować tendencję zwyżkową. Pojawiła się grupa nowych użytkowników języka kaszubskiego, którzy poznali kaszubski język literacki i mogą się nim posługiwać na forach internetowych i w mediach społecznościowych. Rośnie też liczba stron, na których w symbolicznym zakresie pojawia się kaszubski¹⁷. Cztery przedstawione wyżej przykłady mniejszości językowych Europy i ich mediów stanowią reprezentatywną grupę, na podstawie której można wyciągnąć bardziej ogólne wnioski dotyczące roli mediów mniejszości językowych w dzisiejszym świecie.

Na początku warto się zastanowić, jakie cele media mniejszości powinny spełniać¹⁸. Ze wszystkich możliwych, najważniejszą ich funkcją jest niewątpliwie tworzenie i umacnianie wspólnoty. Taka wspólnota odbioru, istniejąca na kształt „wspólnot wyobrażonych” Benedicta Andersona¹⁹, potwierdza się przez tworzenie i upowszechnianie wewnątrz pewnej grupy, której członkowie mogą się bezpośrednio nie znać, wspólnych wyobrażeń, pamięci, wartości i symboli. W procesie tworzenia się wspólnot wyobrażonych media odgrywają niewątpliwie ogromną rolę, gdyż przekazują idee niezbędne do tworzenia i podtrzymywania zbiorowej tożsamości danej grupy. Ta wspólnototwórcza funkcja mediów mniejszości jest wzmocniona, jeśli jedność grupy oparta jest na językowej odrębności. Dlatego też funkcjonowanie mediów lub poszczególnych programów obejmujących zasięgiem całą grupę (jak ma to miejsce w Walii i w pewnym zakresie na Górnych Łużycach) jest tak istotne. Z kolei tam, gdzie osoby znające język mniejszościowy stanowią jedynie część grupy identyfikującej się z daną mniejszością

17 Zob.: N. Dołowy-Rybińska, *Kashubian and Modern Media: The Influence of New Technologies on Endangered Languages*, [w:] E.H.G. Jones, E. Uribe-Jongbloed (red.), *Social Media...*

18 Szerzej o celach mediów mniejszości: D.R. Browne, *Ethnic Minorities, Electronic Media and the Public Sphere. A Comparative Study*, Cresskill, New Jersey 2005.

19 Zob.: B. Anderson, *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, tłum. S. Amsterdamski, Wydawnictwo Znak, Fundacja im. Stefana Batorego, Kraków – Warszawa 1997.

(Kaszuby, Bretania) programy nadawane w języku mniejszościowym umacniają dodatkowo grupę użytkowników tego języka, tworząc z nich również rodzaj wspólnoty.

Masowe media mają zasadniczy wpływ nie tylko na użycie, ale również na prestiż języka mniejszościowego. Sam fakt istnienia w mediach masowych – kojarzonych z oficjalnym dyskursem i wymagających sporych nakładów finansowych – języków mniejszościowych, podnosi ich prestiż, czyni je atrakcyjnymi. Ponieważ wielu osobom używanie języka mniejszościowego wciąż kojarzy się z gorszą pozycją społeczną, pochodzeniem ze wsi czy ogólnym zacofaniem cywilizacyjnym, zmiana wizerunku jest konieczna. A sama obecność języków mniejszościowych w nowoczesnych mediach łatwiej zmienia ten stereotypowy obraz niż działania i kampanie społeczne, co jest szczególnie istotne dla młodych ludzi, uważających, że strony internetowe w językach mniejszościowych są atrakcyjne i interesujące²⁰. Znaczenie tej funkcji mediów mniejszości najlepiej uwidacznia przykład funkcjonowania w mediach języka kaszubskiego, który wyraźnie wkracza w nowe sfery komunikacji medialnie zapośredniczonej, przez co kolejne osoby zyskują motywację, by go używać lub się go uczyć.

Kolejną funkcją mediów mniejszości językowych jest przeciwdziałanie negatywnym stereotypom związanym z mniejszością, zwłaszcza tym promowanym przez media oficjalne. Mniejszości stosunkowo często podlegają dyskryminacji, zwłaszcza polegającej właśnie na ukazywaniu grupy jako zacofanej bądź – co wbrew pozorom sprowadza się do tego samego – żyjącej w sielankowym otoczeniu i oderwanej od spraw współczesnego świata. W konsekwencji osoby, zwłaszcza młode, dla których kultura dominująca jest podstawowym punktem odniesienia, nie chcą identyfikować się z kulturą mniejszościową, która jest wyśmiewana przez ich rówieśników. Przynależność do kultury mniejszościowej dla wielu dzieci i młodych ludzi jest balastem, którego nie chcą dźwigać. Przemiana wizerunku kultury mniejszościowej, przyczyniająca się do zmiany nastawienia do niej osób z kultury dominującej, może okazać się dla przyszłości kultur mniejszościowych zbawienna.

²⁰ L. Buszard-Welcher, *Can the Web Help Save my Language?*, [w:] L. Hinton, K. Hale (red.), *The Green Book of Language Revitalization in Practice*, Academic Press, San Diego 2001, s. 337.

Taka zmiana może się dokonać na dwóch poziomach: przez programy, w których sprawy mniejszości przedstawione są w sposób atrakcyjny i współczesny lub w efekcie samego istnienia i widoczności różnego typu mediów funkcjonujących w językach mniejszościowych. W walijskojęzycznej telewizji S4C²¹ jest miejsce dla przedstawiania różnych aspektów funkcjonowania grupy używającej języka mniejszościowego: część programów przeznaczona jest dla farmerów, prezentowane są w nich aspekty festiwalowej kultury walijskiej (zwłaszcza związanej z festiwalami Eisteddfod), jest też czas na przedstawianie informacji politycznych i społecznych. Analiza programów o Łużyczanach wykazała natomiast, że dominuje w nich sielankowy obraz tej grupy, przedstawiający jej członków jako ludzi zajmujących się uczestnictwem w świątach kościelnych i folklorystycznych²². Ze względu na ograniczony czas antenowy grupa nie ma sposobu zniuansowania tego wizerunku. Tymczasem zazwyczaj twórczość internetowa prezentuje odmienny wizerunek kultur mniejszościowych, odpowiadający potrzebom i gustom młodych ludzi, którzy są ich twórcami²³.

Media mniejszości językowych mają także zadanie promowania pozytywnych stron przynależności do mniejszości. Powinny upowszechniać jej osiągnięcia w różnych dziedzinach życia, nie tylko w sztuce i twórczości ludowej (co zazwyczaj robią), ale również w medycynie, nauce, technice, pokazując tym samym, że przynależność do mniejszości i posługiwanie się językiem mniejszościowym w żaden sposób nie ogranicza rozwoju jednostek, daje im natomiast profity, których przedstawiciele większości nie posiadają: świadomość pochodzenia i przynależności. Niestety, jeśli mniejszość – jak to jest na przykład w przypadku Łużyczan – dysponuje tylko jednym programem telewizyjnym, jego

21 Por.: E.H.G. Jones, *The Territory of Television: S4C and the Representation of the 'Whole of Wales'*, [w:] M. Cormack, N. Hourigan (red.), *Minority Language Media. Concepts, Critiques and Case Studies*, Multilingual Matters, Clevedon – Buffalo – Toronto 2007, s. 188-212.

22 Dane te odnoszą się do prasy, jednak w analogiczny sposób Łużyczanie przedstawiani są też w programach audiowizualnych. Zob.: E. Tschernokoshewa, *Das Reine und das Vermischte. Die deutschsprachige Presse über Andere und Anderssein an Beispiel der Sorben*, Waxmann, Münster – New York – München – Berlin 2000.

23 Zob.: np.: <http://bedbzig.com/bedbzig> (dostęp: 7.08.2012).

twórcy starają się prezentować głównie te aspekty przynależności do mniejszości, które dla wszystkich są oczywiste. Dlatego też koncentrują się na relacjach z imprez folklorystycznych czy spotkań przedstawicieli mniejszości. Potrzeba pieniędzy (jak w przypadku Walii) lub odwagi i inicjatywy (jak na przykład w przypadku kaszubskiej Twojej Telewizji Morskiej, gdzie stworzenie programów kaszubskojęzycznych zostało oddane w ręce małej grupy młodych ludzi), by aspekty te wydobywać. Stąd tak wielkie znaczenie ma Internet, w którym jedynie od inicjatywy użytkowników zależy, jakie treści zostaną przedstawione.

Przed wszystkim jednak media mniejszości językowych, jak każde inne media, służą umożliwieniu komunikacji między członkami grupy (budowaniu relacji międzyludzkich) i przekazywaniu informacji. Ponieważ informacje dotyczące życia mniejszości nie mieszczą się w żadnych innych mediach, nawet tych lokalnych, to media mniejszości muszą wziąć na siebie obowiązek informowania o tym, co się dzieje wewnątrz grupy mniejszościowej, jakie są przeznaczone dla niej programy, organizowane projekty, jakie możliwości otwierają się przed jej członkami w związku z wejściem w życie nowych ustaw, a także, jakie wydarzenia kulturalne, artystyczne czy sportowe mają miejsce. Tu znów – w obliczu ograniczeń czasowych i zasięgowych, z jakimi borykają się mniejszości – największe znaczenie zyskuje Internet. Od kilku lat można zaobserwować wzrost liczby stron na facebooku, które promują (również w językach mniejszościowych) poszczególne wydawnictwa, osoby czy instytucje²⁴.

Jak pisałam wcześniej, nie wszystkie grupy mniejszościowe stać na posiadanie mediów reprezentujących własną grupę. W państwach Europy zależne jest to od wewnętrznych rozporządzeń danego kraju (czy przyzna mniejszości prawo dostępu do mediów oficjalnych – jak to się dzieje w przypadku Walii), determinacji i możliwości finansowych mniejszości (czy będzie w stanie realizować swoje programy w mediach komercyjnych, lokalnych, jak Twoja Telewizja Morska) oraz od uzgodnień międzynarodowych. Do najważniejszych z nich należy – podpisa-

²⁴ Na przykład kaszubskojęzyczna strona stowarzyszenia Kaszëbskô Jednota (<https://www.facebook.com/Kaszebi?fref=ts>) czy górnołużycka strona organizacji młodzieżowej Pawk (<https://www.facebook.com/towarstwoPAWK?fref=ts>), (dostęp: 7.08.2012).

na i ratyfikowana przez większość państw Rady Europy – Europejska karta języków regionalnych lub mniejszościowych. W dokumencie, między innymi, nacisk jest położony, na umożliwienie mniejszościom dostępu do czasu antenowego oraz propagowanie programów w językach mniejszościowych. Dla mniejszości posiadanie programów w swoich językach nawet w mediach państwowych bądź regionalnych ma dodatkowy, nadrzędny cel: pokazanie i uświadomienie sobie i innym, że mniejszość jest w stanie tworzyć w swoim języku i że takie programy znajdują odbiorców. I w tym miejscu zaczynają się poważne, bo dotyczące spraw finansowych i ideologicznych, problemy. Media mniejszości powinny być atrakcyjne i przyciągać odbiorców. Czy w związku z tym powinny być mediami komercyjnymi, czy znajdować się pod opieką i mecenatem państwa? Jeśli uznajemy pierwszą opcję, pojawia się nieuchronnie pytanie o możliwości utrzymania takich mediów (zwłaszcza telewizji, ale również rozgłośni radiowych). W przypadku „dużych” mniejszości, takich jak Katalończycy czy Walijczycy, problem ten da się rozwiązać²⁵. Co jednak z tak nielicznymi grupami, jak Łużycanie? Media łужицкие nie byłyby w stanie utrzymać się z reklam, gdyż z założenia liczba ich odbiorców jest niewystarczająca. Dlatego potrzeba dotacji i ochrony ze strony państwa, na którego terenie dana mniejszość funkcjonuje.

Jeśli wybieramy opcję drugą, mecenat państwa, musimy liczyć się natomiast z pewną ingerencją w programy i treści. Ingerencja ta może pochodzić z zewnątrz, może też pochodzić od tych, którzy wewnątrz mniejszości dysponują przyznanymi pieniędzmi. To od nich bowiem zależy, jak przedstawiona jest dana grupa, jakie aspekty jej funkcjonowania są prezentowane. W związku z tym pojawia się kolejny dylemat: jakiego rodzaju wizerunek mniejszości ma być przekazany? Czy media mają promować kulturę tradycyjną, opartą na wartościach i rytuałach, które odróżniają ją od kultury dominującej, czy też nowoczesną, związaną z codziennym życiem ludzi i ich potrzebami? Z pozoru odpowiedź na to pytanie wydaje się oczywista, jednak dla wielu osób istnienie wyrazistych granic etnicznych, które odgraniczałyby mniejszość od

²⁵ Choć nawet tych grup nie stać na funkcjonowanie wyłącznie komercyjnych mediów.

grupy dominującej, jest niezwykle istotna²⁶. Często właśnie te osoby mają decydujący głos. W tym krótkim tekście nie ma miejsca na analizę konkretnych realizacji w mediach tworzonych przez mniejszości. Dowiodłaby ona jednak, że model takich programów ciąży w większości przypadków w stronę idylliczno-folklorystyczną.

Internet zrewolucjonizował funkcjonowanie języków mniejszościowych w mediach. Korzyści, jakie dla mniejszości mogą wynikać z faktu używania przez nią nowoczesnych mediów, zwłaszcza cyfrowych, wiążą się również bezpośrednio ze wspólnototwórczą rolą mediów. Przede wszystkim, dzięki Internetowi, treści związane z mniejszością i sposób ich przedstawiania zależy w dużej mierze wyłącznie od przedstawicieli mniejszości. To oni tworzą swoje strony internetowe, blogi, prowadzą dyskusje na forach, zakładają profile na fecebooku, umieszczają na YouTube filmiki czy hasła w Wikipedii w języku mniejszościowym. Internet jako medium demokratyczne daje możliwości, których nie dawały żadne inne media: wizerunek grupy zawarty w przekazie zależy nie od producenta, który daje pieniądze na stworzenie programu telewizyjnego według wizji wąskiej grupy osób. Tym razem to zwyczajni, często młodzi ludzie są jej twórcami i to oni decydują, jak chcą się pokazać. Co więcej, mogą promować swoje osiągnięcia w sieci niezależnie od tego, czy etniczna elita je aprobuje czy nie²⁷. Strony czy profile w mediach społecznościowych tworzone przez przedstawicieli mniejszości niewiele się różnią od tworzonych przez młodzież należącą do grupy dominującej. Posługują się oni tylko innym (mniejszościowym) językiem, nawiązują też często do symboli związanych z własną grupą. I taki właśnie wizerunek mniejszości: jako nowoczesnej grupy, nadążającej za przemianami świata, dostosowanej do wymogów współczesnego życia, młodzi ludzie chcą propagować i z taką – powiedzmy, kosmopolityczną – mniejszością chcą się utożsamiać.

Nie sposób wyobrazić sobie w dzisiejszym świecie zachodniej cywilizacji jakąkolwiek grupę, która nie ma dostępu do mediów – czy to swoich własnych, którymi może samodzielnie zarządzać, czy, jak

²⁶ Granicę etniczną umacnia natomiast wizerunek mniejszości jako ludu innego pod wieloma względami od grupy dominującej.

²⁷ Na przykład promując literaturę młodych twórców łużyckich (www.literarny-konopej.de) W sieci tworzone są też pisma internetowe, jak kaszubskojęzyczna „Skra – pismo o kulturze” (<https://www.facebook.com/skra>), (dostęp: 7.08.2012).

w przypadku wielu grup mniejszościowych, możliwości realizacji w mediach oficjalnych własnych programów. Dzięki nim mniejszości mogą wyrażać swoje aspiracje, potrzeby, demonstrować sposób myślenia. Nie muszą polegać wyłącznie na wizerunku stworzonym przez grupy dominujące. Te bowiem zazwyczaj czerpią z XIX-wiecznej wizji kultury mniejszościowej jako odseparowanej od głównego nurtu, zakonserwowanej na pewnym etapie istnienia, nietkniętej rewolucją przemysłową, technologiczną i informacyjną. Stephen Harold Riggins, socjolog łączący zainteresowania mediami z etnicznością, stwierdził, że choć kultury mniejszościowe nie mają szansy przetrwać w dzisiejszym świecie bez posiadania własnych mediów, to jednocześnie media te mogą „nieintencjonalnie” przyspieszyć asymilację mniejszości z kulturą dominującą, jej wartościami i stylem życia jej przedstawicieli²⁸. Jest to jednak naturalna kolej rzeczy: wynalazek pisma zmienił kulturę oralną, druk zrewolucjonizował funkcjonowanie świata, media audiowizualne wpłynęły na sposób funkcjonowania ludzi i postrzegania przez nich otaczającej rzeczywistości, a Internet przededefiniował komunikację międzyludzką²⁹. Przedstawiciele mniejszości funkcjonują w ramach tego porządku. Dla grup oralnych, żyjących swoją własną kulturą i jej rytmem, zetknięcie z kulturą oficjalną, jej wynalazkami i instytucjami – szkołą, urzędami czy mediami – oznaczało nieuchronną rewolucję, prowadzącą do bardziej lub mniej dobrowolnej asymilacji. Szkoła jest instytucją kultury pisma, masowe media wyrastają z kultury druku. Zaszczepienie ich na grunt kultury oralnej musiało nieuchronnie prowadzić do jej zmiany, która pociągnęła za sobą nowy sposób myślenia, przeobrażenie relacji międzyludzkich, pojawienie się nowych potrzeb i celów. Można by więc powiedzieć, że media masowe przekazują mniejszości wizję kultury ogólnej (państwowej) czy wręcz globalnej (bo przecież w jednym bloku telewizyjnym mamy zarówno krajowe seriale, brazylijskie telenowele i amerykańskie superprodukcje). Media mniejszości powinny więc od takiej kosmopolitycznej wizji kultury się odcinać, ukazywać lokalne życie, sprawy, problemy.

²⁸ S.H. Riggins, *The Media Imperative: Ethnic Minority Survival in the Age of Mass Communication*, [w:] S.H. Riggins (red.), *Ethnic Minority Media. An International Perspective*, Sage, London – New Delhi 1992, s. 4.

²⁹ Teorię tę rozwinęli między innymi Jack Goody, Harold Innis, Eric Havelock, Walter J. Ong, Marshall McLuhan, David Olson.

Oczywiście, w dużej mierze tak właśnie się dzieje. Jednak producenci i osoby odpowiedzialne za programy mniejszości muszą uważać, żeby z tym odróżnianiem się nie pójść zbyt daleko.

Kultury nie są zastępywane bytami, zmieniają się, czerpią z innych kultur, wynalazków, kontaktów. Jeśli odmienność będzie pokazywana zbyt nachalnie (właśnie według XIX-wiecznej koncepcji kultur mniejszościowych jako reliktyw przeszłości), wówczas potencjalni odbiorcy odwrócą się od mediów mniejszości, uznając je za prowincjonalne, a więc nieodpowiadające ich życiu i potrzebom. Dlatego też ukazywanie kultury mniejszościowej jako świata tradycyjnych wartości i sposobu życia jest groźne. Media nie powinny tworzyć z kultury mniejszościowej skansenu. Taki obraz kultury mniejszościowej byłby bowiem dla jej członków podwójnie szkodliwy. Po pierwsze, przedstawiciele mniejszości nie utożsamiają się z nim, bo tak przedstawiona kultura przodków wydaje się im bardzo daleka. Po drugie, kultura mniejszościowa jest odbierana przez ludzi z zewnątrz jako zacofana i nieprzystosowana do nowoczesnego świata. To powoduje z kolei, że przedstawiciele mniejszości postrzegani są jako gorsi. W konsekwencji wielu z nich zaczyna się wstydzić swojej przynależności i nie chce się utożsamiać z kulturą mniejszościową.

Nagminne podkreślanie w mediach państwowych oraz w programach realizowanych przez same mniejszości aspektów ich kultur związanych z prowincjonalnością, ludowością, tradycją lub folklorem ma na celu wyraźne odróżnienie kultur mniejszościowych od dominujących, związanych w powszechnym wyobrażeniu z nowoczesnością. W ten sposób kultury mniejszościowe są pokazywane jako „autentyczne”, niezmiennie. Taki sposób prezentacji wyrasta z obawy, że „inność” mniejszości trzeba zachować i podkreślić, bo inaczej nie będzie „mniejszością”, tylko częścią kultury państwowej, a jeszcze gorzej: globalnej. Gdy patrzemy na otaczający nas świat, widzimy, że procesu uniformizacji nie da się zahamować. Zbyt silnie związany jest z przekazem medialnym, Internetem, zacieraniem się granic czasowych i przestrzennych. Widzimy jednak również, że globalne zjawiska zostają przez lokalne społeczności zawłaszczane i przystosowywane do ich własnej wrażliwości, kultury i celów³⁰. Granice między kulturami się zacierają, opie-

³⁰ Por.: A. Appadurai, *Nowoczesność...*, s. 133-168.

rają się coraz silniej na samoświadomości. Dlatego największym bogactwem mniejszości jest właśnie ich „prowincjonalizm”, zakorzenienie w lokalnej kulturze i języku prezentowanym jednak i funkcjonującym na tych samych zasadach, co inne duże języki świata. Dzięki tak pojętemu prowincjonalizmowi w kosmopolitycznym i uniformizującym się świecie kultury mniejszościowe pozostają wyjątkowe, choćby przez to, że mają wewnętrzną świadomość swojej inności.

Bibliografia

- Anderson B., *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, tłum. S. Amsterdamski, Wydawnictwo Znak, Fundacja im. Stefana Batorego, Kraków –Warszawa 1997.
- Appadurai A., *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, tłum. Z. Pucek, Universitas, Kraków 2005.
- Barth F., *Grupy i granice etniczne: społeczna organizacja różnic kulturowych*, [w:] M. Kempny, E. Nowicka (red.), *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej. Kontynuacje*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
- Bolter J.D., Grusin R., *Remediation. Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge – London 2000.
- Broudic F., *Parler breton au XXIe siècle. Le nouveau sondage de TMO-Réions*, Emgleo Breiz, Brest 2009.
- Browne D.R., *Ethnic Minorities, Electronic Media and the Public Sphere. A Comparative Study*, Cresskill, New Jersey 2005.
- Buszard-Welcher L., *Can the Web Help Save my Language?*, [w:] L. Hinton, K. Hale (red.), *The Green Book of Language Revitalization in Practice*, Academic Press, San Diego 2001.
- Cunliffe D., Morris D., Prys C., *Investigating the Differential Use of Welsh in Young Speakers' Social Networks: A Comparison of Communication in Face-to-Face Settings, in Electronic Texts and on Social Networks Sites*, [w:] E.H.G. Jones, E. Uribe-Jongbloed (red.), *Social Media and Minority Languages: Convergence and the Creative Industries*, Multilingual Matters, Bristol – Buffalo – Toronto 2013.
- Dębski R., *Od mediów przekazu do mediów uczestniczenia: kierunki i narzędzia badań*, [w:] R. Dębski (red.), *Od mediów przekazu do mediów*

- uczestniczenia. *Transmisja i nauczanie języków mniejszościowych*, TAIWPN Universitas, Kraków 2008.
- Dołowy-Rybińska N., *Upper Sorbs and the use of minority language online: few advantages for the Upper Sorbian language and community*, "Slavia" 2014, nr 2.
- Dołowy-Rybińska N., *Kashubian and Modern Media: The Influence of New Technologies on Endangered Languages*, [w:] E.H.G. Jones, E. Uribe Jongbloed (red.), *Social Media and Minority Languages: Convergence and the Creative Industries*, Multilingual Matters, Bristol – Buffalo – Toronto 2013.
- Dołowy-Rybińska N., *Górnołużyckie media – próba oceny*, „Zeszyty Łużyckie” 2012, nr 46.
- Dołowy-Rybińska N., *Języki i kultury mniejszościowe w Europie: Bretończycy, Łużyczanie, Kaszubi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011.
- Ludwig E., *Sorben-demographische und statistische Aspekte*, [w:] M. T. Vogt, J. Neyer, D. Bingen, J. Sokol (red.), *Minderheiten als Mehrwert*, Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main 2010.
- Jones E.H.G., *The Territory of Television: S4C and the Representation of the 'Whole of Wales'*, [w:] M. Cormack, N. Hourigan (red.), *Minority Language Media. Concepts, Critiques and Case Studies*, Multilingual Matters, Clevedon – Buffalo – Toronto 2007.
- Morris D. (red.), *Welsh in the Twenty-First Century*, University of Wales Press, Cardiff 2010.
- Nowicka E., *Etniczność na sprzedaż i/lub etniczność domowa*, [w:] L. Adamczuk, S. Łodziński (red.), *Mniejszości narodowe w Polsce w świetle Narodowego Spisu Powszechnego z 2002 roku*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2006.
- Riggins S.H., *The Media Imperative: Ethnic Minority Survival in the Age of Mass Communication*, [w:] S.H. Riggins (red.), *Ethnic Minority Media. An International Perspective*, Sage, London – New Delhi 1992.
- Tschernokoshewa E., *Das Reine und das Vermischte. Die deutschsprachige Presse über Andere und Anderssein an Beispiel der Sorben*, Waxmann, Münster – New York – München – Berlin 2000.