

NICOLE DOŁOWY-RYBIŃSKA
Instytut Slawistyki PAN

MEDIA EUROPEJSKICH MNIEJSZOŚCI JĘZYKOWYCH: STAN, WYZWANIA, ZAGROŻENIA

Od kilkudziesięciu lat wśród badaczy, socjolingwistów, działaczy mniejszościowych i animatorów nie słabnie dyskusja o tym, jakie metody ochrony języków zagrożonych są skuteczne i dają im największe szanse przetrwania. Do autorytetów w tej dziedzinie należy Joshua A. Fishman, twórca pojęcia „odwracanie zmiany językowej” (*reversing language shift*). Zagadnienie to stało się palące, ponieważ przedstawiciele mniejszości przez lata ulegali coraz szybszej — przymusowej i dobrowolnej — asymilacji językowej i kulturowej, w wyniku której język mniejszościowy był spychany na margines życia prywatnego. Obserwując europejskie mniejszości językowe można dostrzec, że przejście na języki dominujące dokonało się nie tyle w rezultacie prześladowań politycznych i dyskryminacji, które oczywiście w zasadniczy sposób wpłynęły na zmniejszenie prestiżu języków i chęć pozbycia się ciężącej tożsamości kulturowej, ile wraz ze zmianą sposobu życia i zmianą medialną drugiej połowy XX wieku. Pojawienie się w każdym gospodarstwie odbiornika radiowego, a zwłaszcza telewizyjnego, sprawiło, że nawet tam, gdzie wszystkie kontakty odbywały się w języku mniejszościowym, który był jednocześnie jedynym językiem używanym w domu, rozbrzmiewał język dominujący, język mediów, postępu i nowości. Media audiowizualne złamały nieodwracalnie zasadę, że w życiu prywatnym używa się języka etnicznego, a język oficjalny zarezerwowany jest dla miasta, urzędów i administracji.

Ochrona języków mniejszościowych, prowadzona obecnie przez państwa Europy na szczeblu lokalnym, państwowym i międzynarodowym, koncentruje się na zapewnieniu tym językom dostępu do różnych dziedzin życia. Powstały

europeskie dokumenty (takie jak „Konwencja ramowa o ochronie mniejszości narodowych” czy „Europejska karta języków regionalnych lub mniejszościowych”) oraz instytucje (jak nieistniejące już Europejskie Biuro Języków Rzadziej Używanych [European Bureau for Lesser-Used Languages] czy Sieć Mercator [Mercator Network of Language Diversity Centre]), których celem jest promocja języków, zobowiązanie państw do działania na ich rzecz, a także rozwijanie metod wsparcia i programów rewitalizacji. Wiele z nich odnosi się do zapewniania mniejszościom dostępu do mediów.

Szczególna uwaga poświęcana mediom elektronicznym w kontekście problematyki języków mniejszościowych jest całkowicie uzasadniona. Od lat dyskutuje się o roli mediów w procesie ochrony tych języków, a wraz z nowymi rozwiązaniami technologicznymi debata nie słabnie, wręcz przeciwnie, staje się coraz ostrzejsza. Jedni badacze twierdzą, że „nie istnieje lepsza strategia [działania na rzecz przetrwania języków mniejszościowych — N.D.-R.] niż posiadanie przez mniejszości ich własnych mediów ukazujących ich własny punkt widzenia w ich własnym języku” (Riggins 1992, s. 3). Inni, z Joshua A. Fishmanem na czele, są sceptyczni wobec mediów i uważają, że korzyści z posiadania przez mniejszości mediów w językach etnicznych i tak nie zrównoważą szkód, jakie wyrządziło im pojawienie się mediów masowych. W swojej słynnej ośmiostopniowej skali osłabienia międzypokoleniowego przekazu języka i sposobów, w jaki zmiana językowa może być odwrócona (Graded Intergenerational Disruption Scale) (Fishman 1997, s. 87–111), obecność języków mniejszościowych w mediach Fishman umieścił na przedostatnim poziomie, obok posługiwania się nimi w sferze lokalnych rządów, daleko nie tylko za istnieniem wspólnoty posługującej się językiem w życiu codziennym, ale też za jego obecnością w edukacji i pracy. Fishman uznał, że media są potrzebne jedynie tym z małych języków, które wchodzą do „pierwszej ligi”, które znajdują się o krok od pełnej oficjalizacji (w regionie lub w państwie). Badacz otwarcie krytykuje tych, którzy przeceniają — jego zdaniem — rolę mediów masowych dla zachowania języków mniejszościowych, pisząc o „medialnym fetyszu” (Fishman 2001, s. 482) niektórych naukowców i aktywistów, którzy uznają, że „kilka książek czy nagrań” zmieni sytuację językową mniejszości.

Patrząc na rolę tych mediów z perspektywy antropologicznej, nie sposób zgodzić się z tak ostrą krytyką. Wydaje się, że jej najślabsze ogniwo tkwi w niedocenieniu przez badacza zmiany medialnej, jaka dokonała się w ciągu ostatnich kilkadziesiąt lat, a jej konsekwencją jest powstanie nie tylko nowych systemów komunikacyjnych i związanych z nimi instytucji, lecz przede wszystkim wzrost zapośredniczenia medialnego komunikacji w tak wielu jej przejawach, że nieobecność języków mniejszościowych w tych wymiarach mogłaby doprowadzić do całkowitego ich wyeliminowania. Żeby lepiej zrozumieć rolę i znaczenie mediów w dzisiejszym świecie, również w odniesieniu do języków mniejszościowych, warto więc użyć terminu „medium” w innym kontekście niż potoczny.

Termin „medium” pochodzi o łacińskiego słowa oznaczającego „środek”. Odnosi się więc do każdego zapośredniczonego wyrażenia ludzkiej myśli. Marshall McLuhan stwierdził, że treścią każdego środka przekazu jest inny środek przekazu: „treścią prasy jest wypowiedź na piśmie, treścią książki mowa na jakiś temat, a treścią filmu powieść” (McLuhan 2004, s. 17). Każde nowe medium staje się przedłużeniem człowieka i jako takie ma ważkie, zarówno psychiczne, jak i społeczne konsekwencje, gdyż wpływa na sposób życia i postrzegania świata przez ludzi; zmienia relacje społeczne, przyczynia się do powstania nowych struktur myślowych, a także nowych instytucji kulturalnych i społecznych (jak biblioteki, muzea, biurokracja, państwo, społeczności internetowe). Uczeni z kręgu teorii piśmienności (*literacy theory*)¹ pokazali, że dominujące w danej epoce medium nie tylko oddziałuje na samą komunikację, ale również na całą kulturę (por. Godlewski 2008).

Przejście między oralnością a piśmiennością, wynalazek druku, a następnie technologii audialnych, audiowizualnych i mediów cyfrowych dokonywało się stopniowo, koniec jednej „epoki medialnej”, a więc dominacji danego medium nie oznacza, że odchodzi ono do lamusa. Ludzie nadal ze sobą rozmawiają, czasem zapisują coś ręcznie, czytają książki, jednocześnie oglądając telewizję, słuchając radia i korzystając z internetu. Jak napisał Grzegorz Godlewski (2006, s. 7–8): „jeśli nawet media te [cyfrowe] za sprawą swojej skuteczności i sprawności, potrafią tłumić i wypierać środki tradycyjne, to dzieje się tak jedynie na poziomie użyć i praktyk komunikacyjnych”. Stare media ulegają „remediacji”, znajdują dla siebie nisze w nowym układzie komunikacyjnym, w którym rozwijają się, nawarstwiają i przenikają nawzajem. Według twórców tego pojęcia (Bolter, Grusin 2000), jedno dominujące medium zostaje zastąpione przez inne i w procesie tym pewne cechy starszego medium zostają rozszerzone i ulepszone przez nowe medium i nową technologię, inne zostają zmienione lub usunięte. Stare media wpływają na formę nowych, ponieważ ukształtowany przez nie odbiorca musi być w stanie je przyswoić. Jednocześnie stare media zmieniają się pod wpływem swoich następców, gdyż ich istnienie zmienia przyzwyczajenia i sposób odbioru ludzi.

Odwołanie się do tych teorii ma głębokie uzasadnienie, gdy zastanawiamy się nad rolą mediów w językach mniejszościowych. Media nie służą bowiem wyłącznie zapewnieniu rozrywki, ale także wpływają na sposób myślenia i działania ludzi należących do kultury mniejszościowej. Ich istnienie ma więc fundamentalne znaczenie dla przyszłości danej grupy: brak zapośredniczonego przez różne media przekazu w językach mniejszościowych eliminuje te języki niemal całkowicie z funkcjonowania w dzisiejszym świecie. Wielu badaczy zajmujących się mediami mniejszościowymi podkreśla ich znaczenie, unikając jednak wskazania, na czym ono polega. Dzieje się tak między innymi dlatego, że wpływ

¹ Między innymi Jack Goody, Harold Innis, Eric Havelock, Walter J. Ong, Marshall McLuhan, David Olson.

mediów trudno jest oddzielić od wpływu innych czynników życia społecznego. Wszystkie są ze sobą ściśle powiązane: bez istnienia mediów nie będzie możliwe istnienie ani instytucji kultury mniejszościowej, ani systemu edukacji, ani urzędów przystosowanych do potrzeb przedstawicieli mniejszości. Instytucje te bowiem wynikają z medialnego — piśmiennego — kształtu cywilizacji zachodniej. Na tej samej zasadzie brak mediów masowych powoduje wyrwy w życiu kulturalnym i społecznym, których nie niweluje funkcjonowanie języków mniejszościowych na innych płaszczyznach. Raymond Breton w klasycznej już dziś teorii instytucjonalnej kompletności (*institutional completeness*) grup wskazuje na ich trwałość ze względu na stopień lokalnych powiązań instytucji społecznych, zarówno o charakterze nieformalnym (opartych na bezpośrednich kontaktach wewnątrz rodziny, grupy przyjacielskiej czy sąsiedzkiej), jak i sformalizowanym (w których istnieją instytucje ekonomiczne, religijne, edukacyjne, polityczne czy informacyjne). Breton wykazał, że im więcej wewnątrz grupy takich organizacji, tym wyższy poziom jej instytucjonalnej kompletności, a tym samym grupa jest bardziej zwarta i trwała (Breton 1964, s. 193–205). Teorię instytucjonalnej kompletności można przyłożyć do funkcjonowania i roli mediów w mniejszościowej wspólnocie. Jeśli własne media nie zaspokajają wszystkich medialnych potrzeb członków grupy, to używać będą oni mediów kultury dominującej, przez co związki wewnątrzgrupowe zostaną osłabione. Żeby więc w sferze mediów mogła dokonać się instytucjonalna kompletność, użytkownicy języków mniejszościowych powinni mieć wszechstronny dostęp do mediów w swoim języku. Tom Moring (2007, s. 20) wskazuje wręcz, że tylko istnienie we wspólnocie mniejszościowej każdego rodzaju mediów w ich własnym języku może zaspokoić ich „funkcjonalną kompletność”, ponieważ każde medium wymaga innych umiejętności, zaspokaja inną potrzebę i generuje inny kontekst kulturowy. Od tego, jakie media w swoim języku mniejszość posiada, jak funkcjonują, w jakim stopniu zaspokajają potrzeby odbiorców, dla kogo są przeznaczone i jaki tworzą obraz kultury mniejszościowej, zależeć może nie tylko stosunek do tej kultury, ale też chęć utożsamiania się z nią.

Spośród wielu funkcji, jakie pełnią masowe media mniejszościowe, chciałabym skoncentrować się na kilku, które uważam za zasadnicze i fundamentalne (por. Browne 2005). Nadrzędnym celem każdego rodzaju mediów mniejszościowych jest tworzenie i umacnianie wspólnoty. Benedict Anderson w przekonujący sposób opisał, jak powstanie druku (pod postacią książek i gazet) przyczyniło się do utworzenia i umocnienia narodu jako wspólnoty wyobrażonej, której członkowie „nigdy nie znają większości swych rodaków, nie spotykają ich, nic nawet o nich nie wiedzą, a mimo to pielęgnują w umyśle obraz wspólnoty” (Anderson 1997, s. 19). Sądzę, że pojęcie wspólnot wyobrażonych obejmuje również te grupy, których ideologia nie wkroczyła w fazę tworzenia narodu, ale które mają silne poczucie tożsamości zbiorowej czy etnicznej, oparte na wspólnych mitach, wspomnieniach, wartościach i symbolach (Smith 2009, s. 19). Członkowie grupy nie dzielają ich sami z siebie czy z bo-

skiego nadania, ale tworzą je i upowszechniają, używając w tym celu różnych mediów: od opowieści i związanych z nimi rytuałów w kulturach oralnych, przez święte księgi, kroniki czy dokumenty założycielskie w kulturze pisma, aż po książki upowszechniane na dużą skalę, popularyzujące wspólny język w kulturze druku, przez propagandę epoki gazet, emocjonalne przemówienia wzywające do czynu ery radia czy tworzenie sugestywnych obrazów filmowych nadawanych w telewizji i odbieranych w milionach domów o tej samej porze.

Media odgrywają w procesie tworzenia się wspólnot rolę decydującą, gdyż pośrednio lub bezpośrednio przekazują idee niezbędne do tworzenia i podtrzymywania zbiorowej tożsamości odbiorców. Z jednej strony odtwarzają przekonanie o realności istnienia danej wspólnoty i o tym, że poszczególne jednostki (odbiorcy) do niej należą. To przeświadczenie jest umacniane przez różne typy mediów i ma wielką siłę oddziaływania. Jest to szczególnie ważne w przypadku mniejszości, których świadomość odrębności kulturowej została — w wyniku różnych procesów — osłabiona. Wówczas jednym z zadań mediów jest właśnie tworzenie, często na nowo, i upowszechnianie wspólnych wyobrażeń. Z drugiej strony przekaz medialny kształtuje wizerunek grupy, zazwyczaj narzuca pozytywny obraz przynależności do niej, jednocześnie tworząc stereotypowy, często negatywny, wizerunek innych wspólnot, wobec których własna może się dookreślić. Jeśli istnieje wspólnota, której spójność opiera się na obiektywnych czynnikach (język, religia, tradycja), to zadaniem mediów jest jej umacnianie. W przypadku mniejszości wpływ mediów na poczucie wspólnotowości jest tym ważniejszy, że grupy te nie mają struktur państwowych wraz z instytucjami dbającymi o odpowiednią politykę historyczną i kształtowanie zbiorowej świadomości ludzi.

Uczestnictwo w różnego rodzaju praktykach językowych jest ważnym tworzywem indywidualnego poczucia przynależności i tożsamości. Ma również wpływ na stosunek jednostek do bycia postrzeganym jako członek danej wspólnoty. Jeśli nadrzędnym wyróżnikiem wspólnoty (zarówno w jej mniemaniu, jak i w oczach osób spoza grupy) jest jej odrębność językowa, to jej członkowie powinni posługiwać się wspólnym językiem. Umocnienie jednej wersji języka i upowszechnienie jej za pomocą druku odegrało w historii dobitną narodotwórczą rolę. Jednak druk wpłynął nie tylko na powstanie języków narodowych, ale też na eliminowanie dialektów, języków regionalnych i mniejszościowych. Henri-Jean Martin i Lucien Fabvre pokazali, jak w szesnastowiecznych Niemczech następował proces standaryzacji języka pod wpływem reformacji i druku. Zwrócili uwagę, że przed upowszechnieniem się druku istniało wiele języków pisanych odpowiadających dialektom niemieckim, ich forma ulegała zmianie w ślad za językami mówionymi. Dopiero Luter, z przyczyn pragmatycznych, starał się zunifikować języki niemieckie, wykluczając odmiany dialektalne, a olbrzymie rozpowszechnienie jego dzieł sprawiło, że używany przez niego język stał się wzorem nowoczesnej niemieczyny (Martin, Fabvre 1989, s. 186). Druk pełnił więc funkcje unifikujące w kształtowaniu wspólnego języka narodowego.

Ten zaś pozwalał różnym osobom zaliczającym się do narodu niemieckiego na dostęp do tych samych dóbr kultury i ułatwiał komunikację oraz integrację.

Sytuacja wielu spośród języków mniejszościowych Europy pod tym względem jest odmienna, ich standardowa postać tworzy się w czasach, w których dominuje wiele form medialnego zapośredniczenia, przez co język literacki może szybciej — i definitywnie — wyprzeć jego formy dialektalne. Można zauważyć, że obecnie kultury i języki mniejszościowe istnieją na dwóch płaszczyznach. Dla niektórych osób, zwłaszcza ze starszego pokolenia, język mniejszościowy jest podstawowym środkiem komunikacji bezpośredniej. Często ludzie ci nie znają w ogóle jego formy pisanej (gdyż nie mieli szansy uczyć się jej w szkołach). Ich przynależność do kultury mniejszościowej wynika z urodzenia, wychowania i więzi rodzinno-sąsiedzko-towarzyskich. Dla innych przynależność do kultury mniejszościowej wiąże się ze świadomym wyborem, języka mniejszościowego uczyli się w szkole, mogą też używać go w życiu oficjalnym, w urzędach, sądach, instytucjach kulturalnych. Dlatego często starsze pokolenia, uważające język mniejszościowy za język bliskich związków, które charakteryzuje lokalność i zróżnicowanie dialektalne, są niechętnie jego standaryzacji. Tymczasem ci, dla których przynależność do kultury mniejszościowej oparta jest na więziach formalnych, stowarzyszeniowych, twierdzą, że bez upowszechnienia standardowej formy języka trudna byłaby komunikacja między tymi, którzy chcą włączyć się w działania na rzecz jego ochrony.

Wspólnototwórcza rola języka wzmacniana jest przez szkoły i system administracji. Gdyby każda grupa wchodząca w skład mniejszości posługiwała się swoimi dialektami, wpływ języka na umacnianie poczucia wspólnoty byłby ograniczony. Co więcej, niemożliwe byłoby funkcjonowanie takiej mniejszości w kulturze innej niż oralna, oparta na bezpośrednim kontakcie pomiędzy jej członkami. Tymczasem dzisiejszy świat, w którym mniejszości są podmiotem i przedmiotem polityki, wymaga funkcjonowania w kulturze druku, coraz częściej w kulturze cyfrowej, w której nie ma miejsca na różnorodność dialektalną. Dlatego też media mniejszościowe muszą posługiwać się i propagować ujednoliconą formę języka, poświęcając dialekty na rzecz umacniania wspólnotowości niejednorodnej grupy. Można powiedzieć, że przyczyniając się do unifikacji językowej i odchodzenia od używania form dialektalnych języka, media masowe dają językom mniejszościowym możliwość przetrwania.

Drugą uniwersalną funkcją mediów mniejszościowych jest więc umacnianie roli i wpływ na używanie języka mniejszościowego. Jest to tym ważniejsze, że międzypokoleniowy przekaz języków mniejszościowych systematycznie słabnie, a tym samym wzrasta rola jego zapośredniczonych medialnie form. Media w językach mniejszościowych realizują to zadanie na wiele sposobów. Już samo istnienie języka mniejszościowego w mediach, obecnych w życiu codziennym osób należących do wspólnoty etnicznej, oswaja z przekazem w języku przodków. Ponieważ język mniejszości jest w dzisiejszym świecie ograniczony do wybranych nisz życia, wielokierunkowy przekaz w tym języku uświadamia za-

również przedstawicielom mniejszości, jak i osobom z kultury dominującej, że może on być pełnoprawnym środkiem komunikacji, w którym da się wyrazić każdy przekaz.

Użycie języka mniejszościowego w mediach masowych ma fundamentalne znaczenie, zarówno z perspektywy samego języka, jak i z punktu widzenia statusu tego języka. Przede wszystkim media są odpowiedzialne za rozwój języka oralnego i pisanego, wyspecjalizowanych rodzajów dyskursu, a także form gramatycznych i leksykalnych (Words 2005, s. 175). Sama szkoła jest w tym procesie niewystarczająca, gdyż dzieci poza lekcjami w wielu przypadkach nie miałyby szansy zetknąć się z żywym językiem. Poprzez media audiowizualne skuteczniej niż przez słowniki upowszechniają się nowe słowa i zwroty tworzone przez komisje językowe. Komunikacja internetowa pozwala na ugruntowanie się pisanej, literackiej formy języka nie tylko jako języka sztucznego, ale też używanego w komunikacji (czaty, media społecznościowe). Niektóre formy mediów umożliwiają kontakt z językiem również tym, którzy nie mieszkają na obszarze zwartej osadnictwa mniejszości, którzy opuścili swoją „małą ojczyznę”, a więc nie mają możliwości komunikowania się na co dzień w tym języku. Ułatwiają również uczenie się tych języków dzieciom i osobom dorosłym.

Nie ulega wątpliwości, że masowe media mają decydujący wpływ nie tylko na użycie, ale również na prestiż języka mniejszościowego. Ponieważ wielu osobom używanie języka mniejszości wciąż kojarzy się z gorszą pozycją społeczną, pochodzeniem z prowincji czy ogólnym zacofaniem cywilizacyjnym, zmiana wizerunku jest konieczna. Sam fakt istnienia języków mniejszościowych w mediach masowych — kojarzonych z oficjalnym dyskursem, wyrafinowaną i wymagającą sporych nakładów finansowych komunikacją — podnosi ich prestiż, czyni je nowoczesnymi, co jest szczególnie istotne dla młodych ludzi, którzy uważają, że strony internetowe w językach mniejszościowych są atrakcyjne i interesujące (Buszard-Welcher 2001, s. 337).

Kolejną ważną funkcją mediów mniejszościowych jest więc przeciwdziałanie negatywnym stereotypom dotyczącym mniejszości, zwłaszcza tym stworzonym przez oficjalne media. Zadanie to łączy się bardzo ściśle z umacnianiem wspólnotowości grupy. Mniejszości często padają ofiarą dyskryminacji, której źródło nierzadko znajduje się w przedstawianiu ich w negatywny, jednostronny, stereotypowy sposób przez media większości. W konsekwencji osoby, zwłaszcza młode, dla których kultura dominująca jest podstawowym punktem odniesienia, nie chcą identyfikować się z kulturą mniejszościową, wyśmiewaną przez ich rówieśników. Zmiana wizerunku kultury mniejszościowej, przyczyniająca się do zmiany nastawienia do niej osób z kultury dominującej, może okazać się zbawienna dla przyszłości kultur mniejszościowych. A masowe media odgrywają w tym procesie rolę zasadniczą.

Młodzi ludzie, wybierając przynależność do mniejszości, myślą raczej nie sentymentalnie, lecz pragmatycznie. Z identyfikacji z mniejszością chcą mieć jakieś korzyści (niekoniecznie materialne). Kolejnym zadaniem masowych me-

diów mniejszości jest więc promowanie pozytywnych stron przynależności do grupy. Media mniejszości mają upowszechniać pracę twórców (muzyków, pisarzy, artystów) oraz osób zasłużonych dla grupy, liderów etnicznych, a także przedstawiać ludzi należących do kultury mniejszościowej i publicznie się do tego przyznających, którzy osiągnęli sukces (na skalę nie tylko lokalną, ale i państwową lub nawet światową). To zadanie jest bardzo ważne, gdyż uświadamia odbiorcom, że przynależność do mniejszości nie ogranicza, ale — odpowiednio wykorzystana — może być pomocna w karierze. Media mniejszościowe powinny również dostarczać wzorów i dawać motywację do angażowania się na rzecz kultury mniejszościowej, z jednej strony wzmacniając tożsamość zbiorową, z drugiej ukazując możliwe korzyści płynące z takiej identyfikacji.

Jedną z podstawowych funkcji mediów jest umożliwianie komunikacji między członkami grupy, budowanie relacji międzyludzkich i przekazywanie informacji. Media masowe powinny informować 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. Media mniejszościowe powinny informować o działaniach i planach (np. o zwołanej manifestacji przeciw prawu ograniczającemu swobodę mniejszości), jak również o możliwościach zatrudnienia, opiece zdrowotnej, systemie edukacji czy finansowaniu projektów. Takie informacje nie mieszczą się jednak w mediach oficjalnych, często nawet tych lokalnych. Mniejszości pozostaje więc poczta pantoflowa, lecz jeśli grupa jest spora, zamieszkująca na rozległych terenach czy źle zorganizowana, to oddziaływanie niektórych wydarzeń może być niewielkie. Tymczasem media cyfrowe mają bardzo dużą siłę przekazu, a wykorzystanie jej przez mniejszości może pozytywnie wpłynąć na zaangażowanie poszczególnych jednostek w życie mniejszościowe.

Cele, które powinny realizować media mniejszościowe, można wyliczać długo. Należy do nich: edukowanie w zakresie tradycji i historii, propagowanie tożsamości odrębnej od narodowej, stosowanie pośredniego nacisku na władzę, budowanie więzi między różnymi mniejszościami, co wzmacnia ich siłę i znaczenie. Ponad wszystkimi wymienionymi funkcjami i celami mediów mniejszości stoi jeszcze jeden. To uświadomienie sobie i innym, że mniejszość posiada własne atrakcyjne media, które jest w stanie tworzyć i które znajdują odbiorców.

I właśnie z atrakcyjnością mediów mniejszościowych wiąże się kolejny problem. Jakiego typu przekaz powinny nadawać? Czy mają być to media komercyjne czy powinny znajdować się pod ochroną i mecenatem państwa? Jakiego typu kulturę mniejszości powinny ukazywać: tradycyjną, opartą na wartościach i rytuałach, które odróżniają ją od kultury dominującej, czy też nowoczesną, związaną z życiem ludzi i ich potrzebami? Wbrew pozorom pytania te nie są proste.

Stephen Harold Riggins podkreślając w pionierskiej książce o mediach mniejszości, że kultury mniejszościowe nie mają szansy przetrwać w dzisiejszym świecie bez posiadania własnych mediów, zaznaczył, że media mniejszości mogą „nieintencjonalnie” przyspieszyć asymilację mniejszości z kulturą dominującą, jej wartościami i stylem życia jej przedstawicieli (Riggins 1992, s. 4). Jest to szczególnie istotne w przypadku tych mniejszości, które zachowały daleko posuniętą odrębność kulturową, tradycyjny sposób życia, oparty na bezpośrednich więziach i życiu wspólnotowym. Dla odseparowanych geograficznie plemion, żyjących swoją własną kulturą i jej rytmem, zetknięcie z kulturą oficjalną, wraz z jej wynalazkami i instytucjami — szkołą, urzędami czy mediami — oznacza 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 musi nieuchronnie prowadzić do zmiany, która pociąga za sobą nowy sposób myślenia, przeobrażenie relacji międzyludzkich, pojawienie się nowych potrzeb i celów. Już samo zaistnienie w kulturze mniejszościowej masowych mediów zmienia język i charakter kultury. Media, należąc do innego porządku kultury, tę inną kulturę reprezentują i wyrażają. Żeby więc kultury i języki mniejszościowe mogły przetrwać w dzisiejszym świecie, muszą się do niego dopasować: zostają objęte działaniami, których celem jest przystosowanie ich do funkcjonowania w nowej rzeczywistości. Kultury mniejszościowe się przekształcają, tworząc nowe instytucje kultury pisma, członkowie grup zaczynają pracować w sektorach, do których wcześniej nie mieli dostępu, a języki mniejszości są standaryzowane, tworzone są nowe słowa i zwroty, by mogły wyrażać wartości związane z nowym kontekstem kulturowym. W takiej postaci nie wiążą się już z charakterem kultury mniejszościowej, ale są rodzajem przekładu z języka większości.

Kultura nie jest jednak tworem zastygłym. Tożsamość ewoluuje, zmienia się pod wpływem nowych czynników, kontaktów z innymi grupami, punktów odniesienia. Kultura mniejszości, która weszła w relację z kulturą dominującą i jej wzorami, nigdy już nie będzie taka sama. Nie można chcieć jej na siłę zatrzymać, zmumifikować. Nie ma bowiem powrotu do minionego kształtu kultury. Jak pisała Leanne Hinton (2001, s. 182), „ci, którzy szukają możliwości rewitalizacji swojego języka, gdyż pragną powrotu do tradycyjnej kultury i tradycyjnych wartości, powinni zdawać sobie sprawę, że rewitalizacja języka nie powoduje automatycznie powrotu do tradycyjnego sposobu myślenia. [...] Nawet jeśli kładzie się duży nacisk na nauczanie kultury tradycyjnej i jej wartości, sam sposób nauczania narzuca uczącym się nową kulturę”. To samo odnosi się również do funkcjonowania języków mniejszościowych w mediach. Gdy mówimy o sytuacji kultur i języków mniejszości europejskich, narzucanie im konieczności ukazywania swojego świata jako świata tradycyjnych wartości i sposobu życia jest nietrafne. Media nie powinny tworzyć z kultury mniejszościowej skansenu, gdyż taki obraz jest dla mniejszości szkodliwy. Po pierwsze, ludzie nie utożsamiają się z nim, a kultura przodków wydaje się im daleka; po

drugie, tak przedstawiana kultura mniejszościowa jest odbierana przez ludzi z zewnątrz jako nieprzystosowana do nowoczesnego świata, a jej przedstawiciele postrzegani są jako gorsi, co powoduje, że wielu z nich zaczyna się wstydzić swojej tożsamości.

Media mogą skutecznie bronić spraw mniejszości tylko wówczas, gdy jej przedstawiciele chcą z nich korzystać. Jeśli mniejszościowy przekaz medialny będzie dla ludzi nieatrakcyjny, to wybiorą inny, dostępny wszystkim kanał telewizyjny czy radiowy. Media masowe mogą funkcjonować, jeśli uda im się stworzyć i utrzymać własną publiczność. W warunkach otwartego rynku poszczególne programy (i media jako takie) istnieć będą dopóty, dopóki publiczność będzie do nich wracać. Można osiągnąć to na przykład przez zwrócenie się do publiczności jako do wspólnoty odbiorców. Mniejszości językowe są szczególnym przykładem istnienia związku między tożsamością a językiem, gdyż w wielu przypadkach tożsamość zbiorowa jest właśnie wokół języka skupiona. To sprawia, że rola producenta może być postrzegana jako łatwiejsza: wystarczy użycie języka mniejszościowego, by wpisać się w potrzeby wspólnotowe publiczności (Cormack 2000, s. 10). W rzeczywistości jednak zadanie ludzi odpowiedzialnych za program jest znacznie trudniejsze: jak każda grupa, tak też mniejszość jest wewnętrznie różnorodna, a jej przedstawiciele mają różne potrzeby i oczekiwania (choćby ze względu na wiek, płeć, wykształcenie). W dzisiejszych czasach nie da się również postawić znaku równości między kulturą a językiem, co powoduje, że wybór materiału jest kwestią delikatną. Zaspokojenie potrzeb różnorodnej publiczności jest skomplikowane nawet w przypadku komercyjnych mediów o dużym budżecie. W przypadku mediów mniejszościowych (zwłaszcza gdy grupa liczy kilka-kilkanaście tysięcy osób) może to być zadanie niemożliwe do realizacji.

Bardzo często od przedstawicieli mniejszości oczekuje się, że będą odbiorcami mediów mniejszościowych dlatego tylko, że do mniejszości należą, niezależnie od tego, jakiego rodzaju przekaz będzie im dostarczony; że będą oglądać/słuchać/używać mediów mniejszościowych „z poczucia obowiązku”. Nie jest to jednak założenie realne. Jeśli media będą dla nich nieatrakcyjne, to wybiorą te, które dostarczają rozrywki, dają informację, wciągają. I tu pojawia się ważny problem: do jakiego stopnia media mniejszościowe powinny być mediami komercyjnymi. Komercyjność mediów wymaga, by były na tyle atrakcyjne, by zarobić na sobie. Zazwyczaj media mniejszości nie mają jednak szansy, by finansować swoje funkcjonowanie, nawet gdyby korzystali z nich wszyscy członkowie grupy. Osób znających język górnołużycki jest około 12 000, w różnym wieku. Nawet gdyby każdy dorosły Górnolużyczanin wybrał program w swoim języku, dla reklamodawców grupa docelowa byłaby zbyt mała, by chcieli zapłacić za wyświetlenie ogłoszenia. Media mniejszości nie mają więc szansy same się utrzymać i muszą być dotowane z budżetu państwa.

Komfort dotacji często ma jednak również negatywne konsekwencje. O charakterze mediów mniejszościowym i typie przekazu decyduje wybrana grupa

działaczy, która ma własną wizję kultury mniejszościowej. Co więcej, media niekomercyjne często przekładają misję nad realne potrzeby publiczności, co nierzadko kończy się zniechęceniem potencjalnych odbiorców. Media komercyjne zaś muszą być atrakcyjne, jednak trudno sobie wyobrazić ich istnienie w warunkach kultury mniejszościowej.

Musimy więc wrócić jeszcze raz do pytania, jakie powinny być media mniejszościowe. Czy mają to być media o kulturze mniejszości, ukazujące wizję tej kultury w oczach twórców? Czy też mają to być media dostosowane do sposobu życia przedstawicieli kultury mniejszościowej, o przekazie podobnym do tego z mediów kultury dominującej? Stawiając pytanie inaczej: czy ważniejsze dla przetrwania kultury i języka mniejszościowego są programy ukazujące tradycyjne życie mniejszości, promujące mniejszościowych twórców, dostarczające informacji o lokalnych wydarzeniach, czy też w języku mniejszościowym powinny być nadawane popularne seriale kryminalne lub telenowe, które tak czy owak byłyby oglądane przez członków mniejszości? Wybór taki może oznaczać, że media przyczyniające się do zachowania języka mniejszościowego poprzez zmianę jego wizerunku, pokazanie go jako żywego środka przekazu, w którym można wyrazić wszystkie kwestie, mogą jednocześnie przyspieszyć uniformizację kulturową. Stojąc w obliczu takiego problemu, warto się przyjrzeć, jakie rozwiązania zastosowało kilka mniejszości o różnym stopniu ochrony, finansowania, organizacji oraz o różnej wielkości i zakresie zachowania języka mniejszościowego oraz jakie przynoszą one rezultaty.

Nie każda mniejszość językowa Europy posiada prasę w swoim języku. Mogą tym poszczycić się jedynie te grupy, w których język mniejszościowy ma bardzo silną pozycję (jak Katalonia czy Walia), bądź te, które otrzymują dostateczne wsparcie od państwa (Łużyce). W większości przypadków grupy nie mają jednak szansy tworzyć, drukować i kolportować codziennej gazety, gdyż nie byłoby na nią popytu. Dużo częściej mniejszości mają swoje miesięczniki (Bretania), pisma naukowe (prawie każda grupa posiadająca instytucję naukową zajmującą się kulturą mniejszościową wydaje materiały drukowane) czy kulturalne (tworzone przy instytucjach kulturalnych lub stowarzyszeniach). Te grupy, które zaczynają walczyć o zyskanie praw do używania swojego języka w życiu pozadomowym, zaczynają zazwyczaj od kilku tekstów w swoim języku w gazecie lokalnej (np. na Kaszubach nieregularnie pojawiają się kaszubskojęzyczne teksty w lokalnej prasie). Ze względu na koszty produkcji gazety, nawet tam gdzie wydawana jest codzienna prasa w języku mniejszościowym, publikacja ogranicza się zazwyczaj do kilku stron i koncentruje się na prezentacji wydarzeń związanych z życiem mniejszości. Dobrym przykładem takiej gazety są górnołużyckie „Serbske Nowiny”, wydawane codziennie w nakładzie kilkuset egzemplarzy. Gazeta jest prenumerowana, w zasadzie nie da się jej kupić poza określonymi miejscami. Składa się z czterech stron, z których dwie lub trzy prezentują wydarzenia kulturalno-społeczno-polityczne łużyckiej mniejszości, jedna strona poświęcona jest lokalnym wiadomościom sportowym (nie

tylko łużyckim), kilka kolumn dotyczy wydarzeń na Dolnych Łużycach i kilka opisuje skrótowo wybrane informacje ze świata. Raz w miesiącu w gazecie pojawia się dodatek „Młodżina”, przeznaczony dla młodzieży, co miesiąc ukazuje się obszerniejszy numer po niemiecku, głównie dla tych, którzy identyfikują się z mniejszością łużycką, ale nie potrafią mówić w języku etnicznym. Gazeta nie zaspokaja więc potrzeb informacyjnych ludności łużyckiej, gdyż — by być na bieżąco z wydarzeniami spoza Łużyc — czytelnicy muszą sięgnąć po prasę niemiecką. Rzetelnie prezentuje natomiast wiadomości lokalne. Przyglądając się prasie większych grup mniejszościowych można zauważyć dwie tendencje: gazeta w języku mniejszościowym odpowiada prasie ogólnokrajowej jedynie tam, gdzie język mniejszościowy jest traktowany na równi z państwowym (Katalonia); w innych miejscach prasa mniejszości ogranicza się do ukazywania życia kulturalnego i politycznego mniejszości.

Wydaje się, że pojawienie się radia w domach miało zasadniczy wpływ na oswojenie się przez mniejszość z językiem dominującym. Ale i audycje radiowe w językach mniejszościowych pojawiły się dość wcześnie. Pierwszy program walijskojęzyczny był nadawany od 1923 roku, w Bretanii pierwsze audycje po bretońsku przypadają na czas drugiej wojny światowej (20 minut tygodniowo), a w latach siedemdziesiątych nadawano w tym języku 20 minut dziennie. Obecnie w Bretanii działa kilka rozgłośni radiowych emitujących program wyłącznie lub częściowo w języku bretońskim, są to jednak przede wszystkim placówki lokalne o bardzo niewielkim zasięgu. Posiadanie ogólnobretońskiej rozgłośni radiowej, która mogłaby rzeczywiście przyczynić się do wzmacniania poczucia wspólnotowości, pozostaje marzeniem. Pozytywnym przykładem jest górnołużyckie radio „Serbski rozhłós”, które nadaje codzienne między 5 a 8 rano, a w niedziele między 11 a 12.30. Audycja, słuchana przez wielu Łużyczan przy codziennych czynnościach porannych, odnosi się do wydarzeń kulturalnych na Łużycach, pojawiają się reportaże dotyczące różnych aspektów życia Łużyczan, elementy religijne (dla górnołużyckich katolików), przede wszystkim zaś nadawana jest górnołużycka muzyka, jednak rzadko jest to muzyka nowoczesna. Mimo ograniczonego kręgu słuchaczy na Górnych Łużycach istnieje program „Satkula” przeznaczony dla młodzieży, z odpowiadającą jej muzyką i tematami. Jest to o tyle ważne, że bardzo często w przypadku małej grupy nie uwzględnia się zróżnicowania na różnego typu odbiorców, co wyklucza znaczną część potencjalnych użytkowników.

Telewizja nazywana jest często klejnotem w koronie mediów w językach mniejszościowych (Jones 2008, s. 57). Po pierwsze, jest symbolem statusu wspólnot posługujących się językami mniejszościowymi i podnosi prestiż zarówno mniejszości, jak i samego języka; po drugie, jako drogie medium wpływa na sytuację ekonomiczną grupy; po trzecie, jako medium o wysokim stopniu regulacji wymaga uznania przez oficjalne, państwowe instancje, a więc jej istnienie świadczy o statusie grupy; po czwarte, jako medium audiowizualne nie wymaga od oglądających tak wysokiego stopnia znajomości języka, jak me-

dia druku i media audialne — oglądający może braki słownictwa nadrobić wizualnym kontekstem, dzięki czemu medium to ułatwia uczenie się języka mniejszościowego; po piąte, jako medium o znacznej sile przekazu — zarówno wewnątrz wspólnoty, jak i poza nią — samo w sobie jest dowodem na to, że język mniejszościowy jest wciąż żywy i można w nim wyrazić wszystkie sprawy; wreszcie, po szóste, telewizja jest medium uniwersalnym i bardzo pojemnym: mogą się w niej znaleźć zarówno poważne debaty polityczne, jak i programy rozrywkowe, bajki dla dzieci i filmy czy telenowele dla dorosłych (por. Jones 2007, s. 190–194). Na koniec warto też dodać, że telewizja jest obecna w każdym domu, przeciętny Europejczyk spędza więcej czasu przed telewizorem niż na używaniu innych mediów (około trzech godzin dziennie²). Jakie znaczenie ma wobec tego telewizja mniejszości? Niestety, bardzo niewiele grup dysponuje przekazem, który rzeczywiście spełniałby swoje zadanie. Do nielicznych telewizji w języku mniejszościowym, o różnorodnym programie należy walijskojęzyczna telewizja S4C (założona w 1996 roku), emitująca program przez cały dzień, dotowana, a jednocześnie do pewnego stopnia komercyjna (programy, które nie mają wystarczającej oglądalności, a nie należą do misji tej telewizji, są wycofywane i zastępowane innymi). Stacja nadaje wyłącznie po walijsku, głównie walijskie produkcje, ale nie tylko kulturalne: produkowane są walijskie seriale, dziejące się w lokalnych realiach, dubbingowane są popularne programy, nadawane są wiadomości, zarówno miejscowe, jak i ze świata. Telewizja ta więc do pewnego stopnia widzom wystarcza, jednocześnie zapewniając im rozrywkę i informację, utrwalając wyobrażoną wspólnotę walijską i pozytywnie wpływając na wizerunek grupy.

Niestety, posiadanie własnej stacji telewizyjnej jest poza zasięgiem większości grup mniejszościowych. Jest to medium zbyt drogie, nie wszędzie państwo godzi się na jego finansowanie. Mniejszości muszą się więc zadowolić telewizją prywatną (co jest bardzo kosztowne, przez co niewiele istnieje takich stacji, nadających częściowo w języku mniejszościowym; do wyjątków należy bankrutująca bretońska TV Breizh), a w większości przypadków pojedynczymi programami w regionalnej telewizji państwowej, częściej zaś kablowej, o lokalnym zasięgu. Problem polega na tym, że taki program nie może spełnić podstawowych celów telewizji mniejszościowej. Sięgnijmy ponownie do przykładu górnołużyckiego: półgodzinny program nadawany jest raz na miesiąc w telewizji kablowej. Składa się z kilku reportaży prezentujących ważne wydarzenia na Łużycach, postaci i tematy dotyczące łużyckiej wspólnoty. Wiele osób ogląda ten program tylko dlatego, że jest to jedyny program w języku górnołużyckim. Gdy jednak w grę wchodzi pół godziny miesięcznie, można powiedzieć, że język mniejszości nie funkcjonuje w telewizji, gdyż każdy z członków mniejszości

² Dane dotyczące Polaków (<http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/polak-3-godziny-dziennie-ogladania-tv-radio-i-internet-troche-mniej-czasochlonne> [07.12.2011]) pokrywają się z danymi z Francji (<http://www0.hku.hk/french/dcmScreen/lang2043/tempstable.htm> [07.12.2011]).

ogląda na co dzień programy w telewizji państwowej. Przy tak ograniczonym czasie antenowym nie może być też mowy o zaspokajaniu potrzeb różnych grup społecznych.

Najbardziej kontrowersyjne są obecnie media cyfrowe. Dzieje się tak z kilku powodów. Internet jest medium prawdziwie rewolucyjnym. Ma ogromny, szybki i widoczny wpływ na kształtowanie się umysłowości dzieci (por. Bavelier, Green, Dye 2010), w zasadniczy sposób zmienił sposób życia i komunikowania się nastolatków (por. Filipiak i in. 2010), starsze pokolenia z trudem radzą sobie z nowymi technologiami, co powoduje, że zostają — częściowo przynajmniej — odcięte od dominującego nurtu. Internet podzielił ludzi na jego przeciwników i entuzjastów. Podobnie stało się z badaczami zajmującymi się językami mniejszościowymi. Jedni twierdzą, że media cyfrowe doprowadzą języki mniejszościowe do zguby, skoro głównym językiem internetu jest angielski, który osłabia nawet pozycję języków państwowych. Drudzy mówią, że jest odwrotnie, że internet stanowi największą szansę dla języków mniejszościowych, gdyż jest na tyle pojemny i daje takie możliwości, że języki te będą mogły znaleźć w nim swoje miejsce i odbudować pozycję (Cormack 2000, s. 3). Są to skrajne opinie, oparte bardziej na emocjach niż na badaniach. Wpływ internetu na języki mniejszościowe można obserwować już dziś, warto zastanowić się, jak i w jakim stopniu jest istotny.

Badania prowadzone od kilku lat wykazały, że w komunikacji zapośredniczonej przez internet rozmówcy posługują się tym samym językiem, którego używają w komunikacji twarzą w twarz. Oznacza to, że jeśli dwie osoby rozmawiają ze sobą po walijsku, będzie to również język używany w komunikacji cyfrowej. Jeśli natomiast rozmawiają po angielsku, zostaną przy tym języku również w sieci (Cunliffe, Morris, Prys 2013). Wniosek, że internet przyczynia się do popularyzacji języków mniejszościowych, nie byłby jednak prawomocny. Wymienię kilka istotnych konsekwencji istnienia języków mniejszościowych w internecie, zaznaczam jednak, że niektóre z nich są wciąż hipotetyczne, gdyż rzeczywiste skutki komunikacji cyfrowej dla języków mniejszościowych będą uchwytne za jakiś czas — kilkanaście do kilkudziesięciu lat.

Po pierwsze, internet umożliwia tworzenie nowych grup, złożonych z ludzi, którzy wcześniej się nie znali. Jeśli językiem komunikacji będzie język mniejszościowy, to dochodzące osoby dostosują się do tego wymogu. A to oznacza, że w kontakcie z poznanymi w takiej grupie, nawet w komunikacji bezpośredniej, użyją języka mniejszościowego. Tego typu grupy są tworzone wszędzie tam, gdzie młode pokolenie zna czynnie język mniejszościowy. Po drugie, internet to nie tylko medium, ale i przestrzeń społeczna, która się tworzy dzięki temu medium. W przypadku języków mniejszościowych fakt ten może mieć znaczenie decydujące, gdyż umożliwia tworzenie nowego typu społeczności, grup towarzyskich opartych na wspólnych zainteresowaniach, poglądach czy potrzebach. Istnienie wspólnot sprawia, że młodzi ludzie mocniej identyfikują się również z szerszą społecznością, w której grupa istnieje. Często, jak w przy-

padku Kaszubów, wśród których pokolenie nastolatków dysponuje zazwyczaj jedynie bierną znajomością języka, uczestnictwo w społeczności internetowej i zaangażowanie w sprawy mniejszości jest pierwszym krokiem do podjęcia wysiłku nauczenia się języka i używania go. Po trzecie, internet wymaga aktywnego udziału, jest więc medium uczestnictwa, a nie przekazu informacji (por. Dębski 2008, s. 139–156). Ponieważ zmusza do używania języka mniejszościowego w postaci graficznej, wielu użytkownikom stwarza jedyną okazję w życiu pozaszkolnym, żeby w języku mniejszościowym pisać. Mimo że często forma języka pisanego odbiega od przyjętych norm ortograficznych i gramatycznych, bez internetu język pisany byłby ograniczony do wąskiego grona literatów i działaczy. Po czwarte, internet jak żadne inne medium wpływa na wizerunek kultury i jej odbiór nie tylko na zewnątrz, ale przede wszystkim wewnątrz wspólnoty. Dla nastolatków, które spędzają w sieci najwięcej czasu, obecność w niej języków mniejszościowych może mieć ważne znaczenie podczas wyborów tożsamościowych i językowych. Po piąte, internet daje nowe możliwości i metody nauki języka mniejszościowego, zarówno bezpośrednie (słowniki, programy do nauki języków, materiały), jak i pośrednie. Nie do przecenienia jest istnienie wikipedii w wielu językach mniejszościowych. Młodzi ludzie informacji na dany temat szukają nie w encyklopediach czy książkach naukowych, lecz w sieci. Jeśli dane hasło dostępne będzie w języku mniejszościowym, to jest szansa, że je właśnie przeczytają, nie tylko dowiadując się czegoś na dany temat, ale też poszerzając słownictwo w języku etnicznym. Po szóste, internet umożliwia bardzo szybkie rozpowszechnianie informacji na dużą skalę. Dzięki temu o danym wydarzeniu, założeniu nowej grupy czy naborze do teatru amatorskiego lub projektu kulturalnego będą mogli się dowiedzieć w praktyce wszyscy użytkownicy internetu. Udział w grupach kulturalnych może z kolei mieć niebagatelne konsekwencje dla przyszłości młodych ludzi (por. Dołowy-Rybińska 2013). Po siódme, internet umożliwia upowszechnianie osiągnięć ludzi, ich twórczości i dzieł. Często innego rodzaju promocja (np. wydanie książki) jest dla młodych ludzi nieosiągalna³. Po ósme, internet umożliwia zaszczipianie na danym terenie dwujęzyczności wizualnej, na przykład przez tworzenie dwujęzycznych witryn gminy, województwa, regionu itd. Choć taka pasywna dwujęzyczność nie przekłada się bezpośrednio na używanie języka, ma znaczenie dla prestiżu kultur i języków, nie tylko dla samych przedstawicieli grup mniejszościowych, ale również poprzez uświadamianie innym, że na danym terenie mniejszość mieszka i ma swój język.

Z pewnością wpływ internetu na używanie języków mniejszościowych rozciąga się na jeszcze inne domeny, a wszystko wskazuje na to, że z biegiem czasu będzie się rozszerzał, tym bardziej że dostęp do sieci nie jest już dla europejskich mniejszości językowych problemem. Na zakończenie chciałabym

³ Dobrym przykładem jest strona www.literarny-konopej.de promująca łужицких pisarzy i poetów.

zwrócić uwagę na jeszcze jedno zasadnicze znaczenie tego medium. Prawie nigdzie potrzeby grupy nie są w pełni zaspokojone przez media w językach mniejszościowych. Jednak media mają zdolność remediacji, a internet stwarza prawie nieograniczoną przestrzeń dla starych gatunków, które dzięki niemu mogą funkcjonować i rozwijać się w nowym środowisku medialnym. Koszt stworzenia internetowej gazety, radia czy nawet pewnej formy internetowej telewizji jest nieporównywalnie niższy niż w przypadku ich istnienia w rzeczywistości niecyfrowej. Telewizja internetowa daje możliwość wyboru programów o dowolnej porze i w dowolnym miejscu, podobnie jak radio internetowe umożliwi słuchanie audycji na całym świecie. Obecnie przez internet można czytać książki, można je też tam umieszczać i upowszechniać.

Internet jest najbardziej demokratycznym z dotychczasowych mediów. Każdy, kto ma trochę umiejętności (które niedługo staną się bardziej powszechne niż znajomość tabliczki mnożenia), może z niego korzystać oraz być twórcą nowych form. To właśnie daje kulturom i językom mniejszościowym największe szanse, ale może też okazać się dla nich największym zagrożeniem. Żeby coś znalazło się w internecie, musi zostać napisane, nagrane czy sfilmowane i umieszczone w sieci. Wymaga więc od twórcy lub realizatora zaangażowania. Raz umieszczony w sieci produkt ma teoretycznie szanse na upowszechnienie nawet na skalę światową. Realnie zaś może to osiągnąć będąc zrozumiałym dla szerokiej publiczności. Tymczasem wytwory w językach mniejszościowych, mimo istnienia w internecie, wydają się skazane na lokalność. Dlatego może się okazać, że autorzy będą woleli tworzyć w powszechnie znanym języku angielskim. Rozważania te dotyczą jednak przyszłości. Zanim problemy staną się palące, pozostaje promowanie języków mniejszościowych we wszystkich dostępnych mediach, działanie na rzecz umacniania wspólnotowości, przede wszystkim zaś angażowania i uświadamiania młodzieży, gdyż to od niej będzie zależeć, czy media cyfrowe będą miały pozytywny czy negatywny wpływ na trwanie języków etnicznych.

BIBLIOGRAFIA

- Anderson Benedict, 1997, *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, tłum. Stefan Amsterdamski, Znak-Fundacja im. Stefana Batorego, Kraków-Warszawa.
- Bavelier Daphne, Green C. Shawn, Dye Matthew W. G., 2010, *Children, Wired: For Better and for Worse*, „Neuron”, t. 67, nr 5, s. 679–896.
- Bolter Jay David, Grusin Richard, 2000, *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge-London.
- Breton Raymond, 1964, *Institutional Completeness of Ethnic Communities and the Personal Relations of Immigrants*, „The American Journal of Sociology”, t. 70, s. 193–205.
- Browne Donald R., 2005, *Ethnic Minorities, Electronic Media, and the Public Sphere: A Comparative Study*, Hampton Press Inc., Cresskill, New Jersey.
- Buszard-Welcher Laura, 2001, *Can the Web Help Save My Language?*, w: Leannie Hinton, Ken Hale (red.), *The Green Book of Language Revitalization in Practice*, Academic Press, San Diego.

- Cormack Mick, 2000, *Minority Language Media in a Global Age*, „Mercator Media Forum”, nr 4.
- Cunliffe Daniel, Morris Delyth, Prys Cynog, 2013, *Investigating the Differential Use of Welsh in Young Speakers' Social Networks: A Comparison of Communication Face-to-face, in Electronic Texts and on Social Networking Sites*, w: Elin Haf Gruffydd Jones, Enrique Uribe-Jongbloed (red.), *Social Media and Minority Languages: Convergence and the Creative Industries*, Multilingual Matters, Bristol–Buffalo–Toronto.
- Dębski Robert, 2008, *Od mediów przekazu do mediów uczestniczenia: kierunki i narzędzia badań*, w: Robert Dębski (red.), *Od mediów przekazu do mediów uczestniczenia. Transmisja i nauczanie języków mniejszościowych*, Universitas, Kraków.
- Dołowy-Rybińska Nicole, 2013, *Animowanie tożsamości kulturowej: instytucje i działania dla młodych Łużyczan*, w: Ewa Nowicka, Michał Głuszkowski (red.), *Słowiańskie wyspy językowe i kulturowe*, Eikon, Toruń.
- Fabvre Lucien, Martin Henri-Jean, 1989, *Książka, ten zacznyn*, tłum. Andrzej Mencwel, „Przegląd Humanistyczny”, nr 8/9.
- Filipiak Mirosław, Danielewicz Michał, Haława Mateusz, Mazurek Paweł, Nowotny Agata, 2010, *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, Warszawa, styczeń (http://www.swps.pl/images/stories/dokumenty/RAPORT_SWPS_mlodzi_i_media.pdf [08.12.2011]).
- Fishman Joshua A., 1997, *Reversing Language Shift: Theoretical and Empirical Foundations of Assistance to Threatened Languages*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Fishman Joshua A., 2001, *From Theory to Practice (and Vice Versa): Review, Reconsideration and Reiteration*, w: Joshua A. Fishman (red.), *Can Threatened Languages Be Saved? Reversing Language Shift, Revisited: A 21st Century Perspective*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Godlewski Grzegorz, 2006, *Wstęp do wydania pierwszego. Jack Goody, uczoney w piśmie*, w: Jack Goody, *Logika pisma a organizacja społeczeństwa*, tłum. Grzegorz Godlewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Godlewski Grzegorz, 2008, *Słowo–pismo–sztuka słowa. Perspektywy antropologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Hinton Leanne, 2001, *Teaching Methods*, w: Leannie Hinton, Ken Hale (red.), *The Green Book of Language Revitalization in Practice*, Academic Press, San Diego.
- Jones Elin Haf Gruffydd, 2007, *The Territory of Television: S4C and the Representation of the 'Whole of Wales'*, w: Mike Cormack, Niamh Hourigan (red.), *Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Jones Elin Haf Gruffydd, 2008, *The Changing Landscape of Minority Language Media: Television*, „Mercator Media Forum”, nr 10.
- McLuhan Marshall, 2004, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, tłum. Natalia Szczucka, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa.
- Moring Tom, 2007, *Functional Completeness in Minority Language Media*, w: Mike Cormack, Niamh Hourigan (red.), *Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Riggins Stephen Harold, 1992, *The Media Imperative: Ethnic Minority Survival in the Age of Mass Communication*, w: Stephen Harold Riggins (red.), *Ethnic Minority Media: An International Perspective*, Sage Publications, Newbury Park.
- Smith Anthony D., 2009, *Etniczne źródła narodów*, tłum. Małgorzata Głowacka-Grajper, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Words, 2005, *Words and Worlds. World Language Review*, Fèlix Martí, Paul Ortega, Itziar Idiazabal, Andoni Barreña, Patxi Juaristi, Carme Junyent, Belen Uranga, Estibaliz Amorrortu (red.), UNESCO Extea, Multilingual Matters, Clevedon.

THE MEDIA OF EUROPEAN LINGUISTIC MINORITIES: STATE, CHALLENGES, AND THREATS

Summary

It is difficult to imagine linguistic minorities functioning in the modern world without their own media. In this article, the role and significance of minority media are examined through a broad anthropological perspective. The media not only transfers information and provides entertainment but also influences people's perception of the world and the creation of imagined communities. Therefore, the media plays an essential role in the process of maintaining group cultural identity and raises the prestige of the minority language. This article considers the essential issues related to minority media and the ambivalent consequences for a minority group of their existence: i.e., protection of a minority language at the price of cultural uniformity, and the necessity of being financed from above resulting in limitations on the minority media's scope. Based on examples from a few European linguistic minorities, some practical problems concerning the functioning of the minority press, radio, television, and Internet are presented.

Key words / słowa kluczowe

new media / nowe media; linguistic minorities / mniejszości językowe; imagined communities / wspólnoty wyobrażone; remediation / remediacja; minority language / języki mniejszościowe