

Nyelvi tájkép feltérképezése a kelet-szlovák-magyar határrégióban

Kérdőíves, résztvevő megfigyelésen és szakértői interjúkon alapuló kutatás
eredményei

Helyzetelemzés

Kulcsszavak: nyelvi tájkép, határon átnyúló együttműködés, Közép-Kelet Európa, turizmus, kereskedelem, vendéglátás



ISBN SZÁM: 978-963-503-763-6

Készült

a Budapesti Corvinus Egyetem
Alapítvány

megbízásából

Készítette

Európai Polgár Közhasznú

Tartalom

I. Elméleti háttér	3
II. Módszertan	4
2. 1. Mintavétel és kérdőívvezés	4
2. 2. Résztvevő megfigyelés	5
3.3. Szakértői interjúk	5
III. Nyelvi tájkép: A magyar-szlovák határ régió helyzete és szükségletei. Általános helyzetkép.	7
IV. Kutatási kérdés és hipotézisek.....	9
V. Kvalitatív felmérés. A három célterület jelenlegi helyzetének feltérképezése	10
5.1. Turizmus/vendéglátás.....	10
5.1.1. Különleges látnivalók (<i>állatkertek, kastélyok, múzeumok</i>).....	10
5.1.2. Vendéglátás, szálláshelyek	13
5.2 Vendéglátóipar	14
5.2.1. A magyarországi terepmunkánk.....	14
5.2.2. A szlovákiai terepmunkánk	16
5.3 Kereskedelem	19
5.4 Közszolgáltatások.....	20
5.5. Egyéb.....	20
VI. Kvalitatív eredmények	21
6.1. Módszertan	21
6.2. Áttekintés.....	21
6.2.1. Nyelvi tájkép szükségletek és lehetőségek üzlettípus szerint.....	23
6.2.2. Nyelvi szolgáltatások és az üzletek sikeressége	26
6.2.3. Nyelvi tájkép a válaszadók életkora szerint	28
6.3. SWOT, based by quanti data.....	30
VII. Összefoglalás	31
7.1. SWOT.....	33
7.2. Javaslatok	35
7.3. További lehetőségek.....	35
VIII. Bibliográfia.....	36

I. Elméleti háttér

A módszer lényegében tartalmaz kvalitatív és kvantitatív elemeket (Shohamy – Ben-Rafael 2015). A (1) kvantitatív elemzés során a gyűjtött képanyagokat különböző szempontok szerint csoportosítják és azokból %-os vagy gyakorisági megoszlást mutatnak ki. A (2) kvalitatív elemzéseknél sokkal lényegesebb a tartalom és a szándék, amely alapján egy-egy kiírást a köztereken megjelentetnek. A tartalmi elemzéseknél a közvetlen társadalmi környezetben jellemző tulajdonságok mellett értelmezik a nyelvek szimbolikus jelentőségét. Mindkét módszert alkalmazzuk az elemzésünkben.

A multietnikus területek többnyelvűségének elemzésére alkalmazzák elsősorban. Shohamy (2006, 2015) bemutatja, hogy a nyelvhasználat folyamatában milyen fontos szerepet játszik, játszhat a nyelvi tájkép. Elhelyezi magában a nyelvpolitikai folyamatokban a nyelvi tájkép lényegét. Értelmezésében a nyelvi tájkép érzékelhetővé és láthatóvá teszi az ideológiákat, amelyek befolyásolták a különböző nyelvpolitikai lépéseket (törvényeket, rendeleteket) (Shohamy – Waksman 2009: 314). A nyelvpolitikai elemzéseknél a nyelvi tájkép elsősorban a nyilvános terek kiírásainak elemzését jelenti (Backhaus 2006, Laihonen 2012, Shohamy és Waksman 2009), mely által érzékelhetővé, látható válik egy-egy nyelv szimbolikus térfoglalása. Ezeket a térfoglalásokat legtöbb esetben a nyelvi jogi lehetőségek biztosítják és garantálják.

A nyelvi tájkép elemzések a gazdasági mechanizmusok kiértékelésében is megjelenik. A gazdasági mechanizmusok elemzésébe csak közvetett és szimbolikus szerepet játszik maga a nyelvi tájkép és az a tartalom, amelyet közvetítenek a célzott közönség számára. A nyelvi tájkép szimbolikus jelentéstartalmáról azt állapítja meg Scollon–Scollon (2003) szerzőpáros, hogy egy nyelv használata egy-egy termék vagy szolgáltatás kapcsán megjelölheti azt a közösséget, akik használják, de épp arra is használhatják, hogy teljesen elkülönítsék az adott területen élőktől. Vagyis egy kiírás nyelvhasználatát lehatárolhat, megjelölhet vagy kizárhat valakiket a célzott közönségből.

Nyelvitájkép-elemzéseket turisztikai/idegenforgalmi célú vizsgálatokban is használnak. Dick Vigers (2013) például a francia és breton nyelvhasználatot vizsgálta Bretagne közterein. Elemzése rávilágított, hogy az turisztikai desztinációs táblák, éttermek, bárók, boltok kiírásaiban a breton nyelv használata úgy értékelhető, mint egy védjegy, vagy mint a történelmi örökség áruba bocsátása. A turizmusban (kulturális eseményeken, idegenforgalomban, helyi élelmiszertermékek) kiaknázzák a szimbolikus nyelvhasználatban rejlő kereskedelmi potenciálokat (Vigers 2013:184). Gertrud Reershemius (2011) a német egy alacsony presztízsű nyelvjárásával illusztrálja azt, hogy a látható és olvasható kiírások gyakorisága a valóságban nem tükrözi a nyelvjárástípus valós használatát. A nyelvhasználat ilyen jellegű szimbolikus használata elsősorban a regionális identitás kialakítása érdekében történik, hogy az identitás alakítása mellett gazdasági hasznot verbuváljanak. Tehát maga a nyelvhasználat akár valós, akár nem valós gyakorisági használatát is megjelenítheti a nyelvi tájkép. Nem elégséges egy nyelv megjelenését csupán értelmezni a nyelvi tájkép elemzése során, azt is látni kell, hogy ez a valóságban milyen céllal és okkal történik. Éppen ezért az elemzés során figyelembe vesszük, hogy a nyelvi tájkép olyan prizmat biztosít a nyelvhasználatnak, mely társadalmilag, politikailag és a környezet által meghatározott, alakított és befolyásolt (Shohamy – Waksman 2009: 314).

II. Módszertan

A nyelvi tájképezés egy összetett módszer, vagyis valójában többféle társadalom- és gazdaságtudományi megoldást alkalmazó kutatási cél. Elemei rendkívül sokfélék lehetnek, a különböző diszciplínák által használt kutatási eszköztárakból válogathatunk, amikor elkészítjük egy térség nyelvi tájképét, attól függően, hogy milyen körülmények között és milyen területet vizsgálunk; vagyis adott arra a lehetőségünk, hogy a kutatás témájának megfelelő, adekvát eszközöket használhassunk. A konkrét kutatás során lehetőségünk volt mind a társadalomtudományok (szociológia, antropológia) kvalitatív, mind azok kvantitatív módszereit is alkalmazni és ötvözni annak érdekében, hogy érvényes eredményeket kaphassunk a kutatásban kijelölt magyar-szlovák határrégió-rész nyelvi tájképéről. A használt módszerek, amellyel, hogy többszemponútú megközelítést tesznek lehetővé, arra is megbízható alapot szolgáltatnak, hogy a kapott eredményeink alapján ne csupán azokról mondhassunk valamit, akiket a válaszadók között tudhatunk, hanem a kapott eredményeket valamilyen szinten a kijelölt régió egészére is általánosíthatjuk. Ezt teszi lehetővé mind a survey technika alkalmazása, mind pedig az a körülmény, hogy a kvalitatív adatfelvételkor – különösen, ami a résztvevő megfigyelést illeti – nem pontszerű mérést végeztünk, hanem nagy merítéssel a teljes határrégiót bejárására törekedtünk. A módszerek használatával célunk az volt, hogy érvényes képet kapjunk arról: milyen nyelvek jelennek meg a határrégió térségében a vendéglátással kapcsolatba hozható szervezetek, intézmények üzemeltetési gyakorlatában.

2. 1. Mintavétel és kérdőívvezetés

A survey adatfelvételek célja, hogy nagy mintán végrehajtott, vagyis sokak, standardizált megkérdezésén alapulóan olyan információkra tegyünk szert, amely számosságánál fogva híven tükrözi valamilyen témában a vizsgálat alanyainak jellemzőit (legyenek ezek az alanyok akár személyek, akár rajtuk keresztül intézmények, és legyenek ezek a jellemzők bármilyen mérhető tulajdonságok, vélemények, attitűdök). A survey technikát olyan helyzetekben szokás alkalmazni, amikor egy meghatározott és pontosan körülírt témakörben viszonylag nagyszámú válaszadóhoz szeretnénk eljutni. Ahhoz, hogy a megkérdezettek válaszaik alapján ne csak az ő véleményükre, hanem azok teljes köréről is elmondhassunk valamit, akikre az eredményeinket vonatkoztatni szeretnénk, jó mintavételre van szükség. A jó mintavétel ideális esetben véletlenszerűséget jelent, azonban ennek a biztosítása rendkívül bonyolult, hiszen a véletlenszerűség kritériuma azt jelenti, hogy valamennyi, az alapsokaságba tartozó alany (legtöbb esetben személynek), jelen esetben a határ-menti régiókban turizmus kapcsán érintett gazdasági szervezetnek éppen, pontosan ugyanakkora esélye legyen a mintába, vagyis a megkérdezettek - mi több, a válaszadók közé kerülni, egy kicsivel se több, és egy kicsivel se kevesebb. Mivel ez a megoldás a nemzetközi és hazai adatfelvételek során sem lehetséges tiszta formájában garantálni, az ezzel foglalkozó statisztikusok jellemzően bonyolultabb megközelítésekkel igyekeznek a teljes véletlenszerűséghez közelítően jó minőségű mintát szavatolni. A mintavétel során mi a rétegzéshez nyúltunk, vagyis előbb nem magukat a válaszadókat, hanem településeket választottunk ki, illetve azt határoztuk meg, hogy mely településeken milyen típusú szervezetből hányat kell meglátogatnunk (aminek számosságát igyekeztünk a településmérettel arányosan meghatározni). Így garantálhattuk azt, hogy a legkisebb településeken és a legnagyobb településen található szervezetek köréből is képviselthessék magukat a mintánkban, s így végeredményben adataink elemzését követően a teljes határrégióra vonatkoztathassuk eredményeinket. A mintavételt követően a településeken a meghatározott számú, meghatározott tulajdonságokkal (tevékenységi kör) leírható szervezeteket kérdőívben kérdeztük meg tehát. A kérdőív összeállításánál törekedtünk arra, hogy a kérdések standardizáltak és megfelelően célra törőek legyenek, a kérdőív maga ne legyen terjengős. A

kérdés azonban egy összetett terepmunka egyik eleme volt csupán, amely során megtörtént az adott szervezet nyelvhasználati szokásainak minél teljesebb körű felmérése. A helyszínen az elérhető cégvezető esetén vele, hiányában alkalmazottjával vettük fel a kapcsolatot, illetve a kérdőívünket (több esetben a cégvezetők utólag álltak rendelkezésünkre a kérdőív kitöltésében). A kérdések a szervezetek nyelvhasználati szokásaival, illetve ezen belül is azzal foglalkoztak, amely a megfigyelés számára láthatatlan marad: a vendégek összetétele, az alkalmazottak nyelvismerete, attitűdök. A kérdőívvezetés eredményei alapján tehát rekonstruálhattuk azokat a tényezőket is, amelyek a megfigyelés során elkerülhette a figyelmünket - tekintettel annak idő- és térbeli limitáltságára.

2.2. Résztvevő megfigyelés

A résztvevő megfigyelés célját egyszerűen úgy fogalmazhatjuk meg, hogy a valóságot szakértői szemmel úgy lássuk, ahogyan az van, és tudományos megközelítéssel le is írjuk. A módszer maga a kulturális antropológia tudományágának megteremtői találmánya, sokan az antropológia legfontosabb módszereként tartják számon. A résztvevő megfigyelés lehetővé teszi ugyanis a kutató számára, különösen feltáró típusú kutatások során, hogy prekoncepciók és előzetes kérdések nélkül a vizsgált, jobbára ismeretlen terepre érkezve testközelből tapasztalhatta meg a körülményeket és lehetőséget kapjon arra, hogy a helyi kultúrából kiindulónan írhatta le, amit a saját bőrén tapasztal. Ez azért fontos, mert ezek alapján, a kutatót ért hatások alapján van lehetőség megfogalmazni a tapasztalatokat, tudományosan strukturálni a benyomásokat, amelyeknek tárgya maga is a helyi élet alapján alakul ki. Ennek következtében pedig mind a tapasztalatok, mind pedig a későbbi elemzések kiindulópontjául szolgáló kérdések tökéletesen induktív módon alakulhatnak ki (ellentétben a más tudományterületeken alkalmazott, alapvetően hipotézisállításon alapuló, vagyis természetében deduktív vizsgálati megoldásokkal). A módszer elsősorban az idegen kultúrák feltérképezésében vált pótolhatatlanná a 18. századdal kezdődően, hiszen itt, amellet, hogy ismeretlen társadalmak tudományos feltérképezése volt a kutatók kitűzött célja, az is fontos szempont volt, hogy nyugati, európai berögződéseiket hátuk mögött tudják hagyni annak érdekében, hogy a társadalmak működését ne valamiféle előre gyártott mérce alapján, hanem belülről próbálják meg megismerni és tudományos eszközökkel leírni. Ez természetesen a kulturális antropológia legnagyobb kutatóinak sok esetben hónapokba, sőt, évekbe telt, de a kifejlesztett módszereik manapság is nagyon jól alkalmazható a különböző, hosszabb-rövidebb ideig tartó kvalitatív, különösképp a feltáró jellegű kutatások során. A mi célunk a módszer alkalmazásával az volt, hogy a helyi turisták helyzetének szempontjából, szisztematikus módszerekkel tárhassuk fel a régió nyelvi tájképének főbb, meghatározó jellegzetességeit.

3.3. Szakértői interjúk

A kérdőíves adatfelvétel arra alkalmas, hogy átfogó képet adhassunk a vizsgált kérdés társadalmi-gazdasági, intézményes környezetéről és helyzetéről; ahhoz azonban, hogy a problémakör mélyebb összefüggésrendszerére, működési mechanizmusaira folyamataiban rálássunk, fontos volt az eredmények ismeretében, ezeket magyarázó céllal mélyinterjúkat készíteni olyan szereplőkkel, akik maguk is foglalkoznak a vizsgált kérdéssel. E mélyinterjúkat ezért egyes, korábban feltérképezett szervezetek szakembereivel készítettük, olyanokkal, akik aktív szereplői a helyi állami-piaci-civil-egyházi társadalmi életnek és látják a felmerülő problémákat. Az így nyert információk arra adtak lehetőséget, hogy jelen elemzés készítésekor az összefüggéseket magyarázni legyünk képesek. A survey adatfelvétel bemutatása kapcsán felmerülő magyarázatok így nem pusztán jelenségek feltárására szorítkoznak, hanem megalapozottan, a belső működésbeni összefüggésekre is rávilágítanak. Az interjúkészítés, mint kvalitatív, minőségi információkat nem

általánosítható módon szolgáltató kutatási módszer, alapvetően két fontos célt szolgálhat. 1) elsőként alkalmat ad a survey adatfelvétel pontos megtervezésére a szakmai hibák elkerülése érdekében, 2) másfelől pedig segít értelmezni a kapott eredményeket. A szakértői interjúk készítése a kutatás során az első célt szolgálták. Ezek segítségével saját tapasztalatainkat kiegészítendő, korábban ismeretlen informátorokkal nyílt lehetőség beszélgetni, amelyek során megnyílt a lehetőség arra, hogy a problémával kapcsolatos új típusú kérdéseink születhessenek, és korábban nem ismert aspektusait tárhassuk fel a vizsgált jelenségnek. A kutató célja ezzel az, hogy megalapozottan, több perspektíva egyidejű alkalmazásával kezdhessen el a későbbi munkafázisokat. A szakértői interjúk kapcsán olyan informátorokat kerestünk meg, és kértük közreműködésüket, akik a szakterületen maguk is számottevő tapasztalattal rendelkeznek, legyenek az intézményi struktúra bármelyik szintjének szereplői: vezetők, beosztottak, vagy a civil társadalom tapasztalattal rendelkező tagjai. A kutatásunkban azért volt tehát kiemelten fontos a szakértői interjúkészítés, mert hozzásegített ahhoz, hogy a kérdőívezés során feltett kérdésekre érvényesebb válaszokat kapjunk annak érdekében, hogy a régió nyelvi tájképével kapcsolatos problémákat azok teljes összefüggésrendszerében láthassuk.

III. Nyelvi tájkép: A magyar-szlovák határ régió helyzete és szükségletei. Általános helyzetkép.

Szlovákiában a nyelvtörvényt a rendszerváltás idejében, az 1995-ben megalkotott törvénykezés illetve a 2001-es kormányhatározat elvei irányítják, amelyben kiemelt szerepet élvez a nemzetállam ideológiája. A nemzet szimbólumává emelik a törvényben a szlovák nyelvet a himnusszal és címerrel párhuzamosan. Ezt a lépést az akkori és jelenlegi politikai erők és szélsőségesen nacionalista ideológiát hangoztató civilmozgalmak elsősorban azzal indokolták – és teszik ezt napjainkig is –, hogy a szovjetunió ideje alatt rögzült az a tendencia, hogy a zömében kisebbségek által lakott területeken a magán szférában kiszorult a szlovák nyelv használata, és a kisebbségi iskolákban a következő generáció nem kellőképpen volt motiválva az államnyelv elsajátítására (Vass 2013, Szabómihály 2002). 2009-ben az aktuális kormány megalkotott egy olyan törvénymódosítást, amelyben már nem kisebbségi jogokra, hanem emberi jogokra helyezik át a hangsúlyt, és kisebb engedményeket tesz a kisebbségi nyelvek használatára. 2010-ben az EBESZ és Velencei Bizottság hatástanulmányában rávilágított arra, hogy a Regionális vagy Kisebbségi Nyelvek Európai Chartája (2001) alapján Szlovákiában az aktuálisan hatályos államnyelvhasználatot előíró nyelvtörvény a nemzeti kisebbségek nyelvhasználatának lehetőségeit több területen a gyakorlatban korlátozza (Vass 2013). Összességében annyit mondhatunk, hogy Szlovákiában a kisebbségekre vonatkozó törvények kaotikusak, és éppen ezért nem egyértelmű, hogy hol van jogában használni az anyanyelvét és mikor válik kötelezővé az államnyelv használata. Civil mozgalomként indult a Kétnyelvű Dél-Szlovákia (KDSZ) mozgalom, amely megpróbál rendet teremteni és bemutatja különböző akciókon keresztül, hogy az érvényes jogszabályok szerint hol van lehetőség a kisebbségi nyelvek használatára (Vass 2013). Két fontosabb részre lehet tagolni tevékenységüket. Egyrészt a boltok, vállalkozások, üzletek, boltok kiírásaiban és reklámányaiban matricázással a magyar nyelv használatának lehetőségére hívták fel a tulajdonosok figyelmét. Másrészt a magyarok által lakott településeken a hiányzó vagy régi táblák helyére szlovák-magyar név- és utcanév táblákat helyeztek ki. Illetve legújabbban a vasutaknál is sikerült ezt a többnyelvűsítő mozgalmat megvalósítani, ám ezt a lehetőséget több hivatalos egyezkedés útján sikerült az aktivistáknak kiharcolni. Számunkra a jelenlegi kutatásunk szempontjából az első, a matricázás tevékenységük válik fontossá, amikor a magánszektorban igyekeztek nemcsak felhívni a figyelmet a többnyelvűség lehetőségére, hanem beavatkozásukkal rögtön meg is valósították.

Utána jártunk a Magyarországon érvényes nyelvhasználatot szabályozó jogszabályoknak is. Külön nyelvtörvénye Magyarországnak nincs. A 2011-ben elfogadott alkotmányban található a nyelvhasználatra érvényes szabályokat, amelyek elsősorban a kisebbségben élő nemzetiségek szabad anyanyelvhasználatára vonatkoznak. Az alkotmányon kívül egyéb törvénykezésekben is megjelenik a nyelvhasználatot szabályozó rendelkezések. Ez elsősorban a gazdaságban használt nyelvekre illetve az ország területén élő nemzeti és etnikai kisebbségekre vonatkozik. 2001-ben az Európai Unióhoz csatlakozást (2004. május 1.) megelőzően hoztak egy olyan törvényt, amely „a magyar nyelvnek a gazdasági reklámok és az üzletfeliratok, továbbá egyes közérdekű közlemények közzététele során való használatáról” (2001. évi XCVI. törvény) szól. A törvény elsősorban azt hivatott szabályozni, hogy minden termék és szolgáltatás megnevezése valamint rövid jellemzése magyar nyelven is közzé legyen téve, de nem vonatkozik cégnevekre, árjelzőkre és meghonosodott idegen kifejezésekre.

Mindkét ország esetében kutatásunk során a gazdasági ágazaton belül a turizmusra fókuszáltunk, és a benne megjelenő többnyelvűségekre mint gazdasági erőforrásra. A turisták által látogatott térségek, települések, turisztikai desztinációk esetében elsősorban a szolgáltató egységeken belül próbáltuk feltérképezni a különböző nyelvek használatát. Nem volt célunk tehát más szektorokban, színtereken megjelenő többnyelvűség vizsgálata, ám bizonyos esetekben az

összkép bemutatásához nem hagyhattuk figyelmen kívül. Szlovákiában a magyarság autochton/őshonos kisebbség, éppen ezért a zömében magyarok laktak térségekben természetesnek és egyértelműnek vehetjük a magyar nyelv megjelenését köztereken még a megszorító állami rendelkezések ellenére is. Amennyiben nem jelenik meg a magyarok által lakott részeken, ezeket jelezzük, és elemzésünkben külön kitérünk az ilyen esetekre. Magyarország területén a vizsgált térségben a roma kisebbségen kívül más etnikummal nem találkozhatunk állandó lakosként. A csak államnyelven közzétett közlekedés információk az adott nyelvet nem ismerő turista számára zavaróvá és érthetlenné válik. Igyekeztük feltérképezni azt, hogy az adott térségbe, a helyszínre látogatók számára mennyire válik értelmezhetővé a csak államnyelven közzétett információk.

A magyar-szlovák határ egy meglehetősen hosszú távon terül el. Az összesen 656 km hosszú sávnak csak egy kis szegmense az, amely a zempléni hegység között található. A kutatásunk során több olyan területet is bejártunk, amely különleges tájegységek a maguk sajátos hagyományaival, növény- és állatvilágával. Ezek mellett az eltérő kulturális, gazdasági jellemzőket illetve államberendezkedést is érdemes megemlítenünk. Ezek azok a statikus tényezők, amelyeket módosítani, alakítani nem lehet. Elemzésünk során ezeket a statikus elemeket igyekszünk úgy kezelni, hogy a térség olyan jellemzői, amelyek gazdaságilag potenciális erőforrássá alakíthatóak. Valamint ezek mellett megjelenhetnek még a történelmi, kulturális jellemzők, hagyományok áruba bocsátása, amelyek már településenként, térségenként sokkal változatosabb képet mutathatnak. A terepszemlénk során ezeket a szempontokat is igyekeztük feltérképezni, hogy lássuk a települések, térségek milyen természeti adottságokkal vagy kulturális tőkével rendelkeznek, és ezekre milyen szinten építkeznek. Egy másik fontos tényező elemzésünkben, hogy a másik országból érkező turisták fogadására mennyire nyitottak a vendéglátóegységek. A nyitottságot elsősorban a többnyelvűség használatán keresztül elemezzük.

IV. Kutatási kérdés és hipotézisek

Egyszerű turistaként jártuk végig a kutatási terepünket. A megjelölt településeken igyekeztünk minden forgalmas területet bejárni, majd az ott található szolgáltató egységeket felkeresni és pillanatfelvételt készíteni róluk. Egy nem szokványos résztvevői megfigyelést végeztünk, ugyanis a rövid szemle mellett egy kínálatot is vittünk a cégvezetőknek, vagy a jelen lévő alkalmazottaknak. A kínálatban a kiírások többnyelvűsítésére volt lehetőség. A résztvevői megfigyelésünk tehát nem egy megszokott formában történt, mivel felajánlott lehetőség elutasításával vagy elfogadásával már gyakorlatban is láthattunk, hogy mennyire tartják fontosnak a többnyelvűséget. Ezzel a beavatkozással arra is fényt deríthettünk, hogy ha korábban nem volt lehetőség a többnyelvű kiírások megtervezésére, fordíttatására, kivitelezésére, akkor a szolgáltató egységek egy ilyen lehetőséggel élnek-e vagy sem. Valamint kurzusokban való részvételt is ajánlottunk e-learning formában – vagyis emberi beruházásra is kínáltunk lehetőséget. A helyszínen a kiírásokat lefotóztuk, és a képeket a nyelvi tájképelemzéssel kiértékeljük. A résztvevői megfigyeléssel és a nyelvi tájképes elemzéssel arra keressük a választ, hogy:

Q1: a többnyelvűség miként jelenik meg a turizmuson belül, és annak milyen szerepe van a vállalkozások, szolgáltatások sikerességében.

Q2: a többnyelvűség alkalmazása az adott térségben bevált szokáson alapszik, vagy szolgáltatóegységenként változó jelenség?

Q3: a nagy turisztikai desztinációk, vállalkozások sikerességének egyik titka a többnyelvűségben rejlik, és a kisebb egységek jobban keresettek, ha megjelenik a többnyelvűség a szolgáltatásaikban?

Q4: a szolgáltató egységek az alkalmazottaik kiválasztásában mekkora jelentőséget tulajdonítanak a többnyelvűségnek, a többnyelvű térségekben (szlovák-magyar) kiaknázzák-e a lehetőséget, és erőforrásként tekintenek-e a többnyelvűségre?

V. Kvalitatív felmérés. A három célterület jelenlegi helyzetének feltérképezése

5.1. Turizmus/vendéglátás

A turizmus vizsgálatán keresztül is érzékelhettük, hogy a természeti adottságokat a kulturális és gazdasági jellemzők, valamint a különböző államberendezkedési szokások milyen eltérő formában gazdagítják. A magyarországi területek felkutatásánál általánosságban azt láthatjuk, hogy a turista forgalom jellemzőinek alakulásáért a szolgáltató iparban az önkormányzatokat és a Tourinfo irodákat vonják felelősségre. Ezzel szemben a Szlovák területeken azt tapasztaltuk, hogy mindenki a saját sikerének a kovácsa – a külső segítséget nem várják el az üzlet sikerességének alakításában.

5.1.1. Különleges látnivalók (állatkertek, kastélyok, múzeumok)

Fürdők: A nyíregyházi Aquarius fürdő kommunikációért felelős ügyvezetője – aki fontosnak tartja a vállalkozás irányításában a többnyelvűséget – elmondta, hogy a legtöbb esetben a turistákkal angolul a legegyszerűbb megérteni magukat. Nagyon hasznos, ha minden fontos tájékoztatás a saját anyanyelvükön is közzé van téve. „Minden vendég elvárja, hogy beszéljenek hozzá angolul.” „Nagyon érdekes az emberek hozzáállása: befelé menet még mindenki, kézzel-lábbal elmagyarazza, mit akar, aztán kifelé jövet a kasszánál meg már csak az anyanyelvén hajlandó megszólalni, és nem is kívánja megérteni bármelyik más nyelvet” (Nyíregyháza, Aquarius fürdő – idézet a terepmunka naplóból). Az ilyen esetek nagyon gyakoriak nyíregyházi fürdőben, de más helyszínen ezt a jelenséget nem említették. A hasonló esetek megoldásaként találta ki a fürdő menedzsere, hogy a bejáratnál és a kijáratnál egyaránt a magyar nyelven kívül további 7 nyelven tették közzé a legfontosabb információkat. Többek között ukránul is közzétették az információról megállapítottuk, hogy a félig oroszul félig ukránul fordított információkat nem az ukrán betűkészlettel, hanem az oroszul tették közzé. A fürdő belső területén működik egy büfé, ahol már a bejáratnál a menüt a magyar mellett angolul és szlovákul is olvashatjuk. Ebben az esetben tehát a szándék a többnyelvűsítésre megvan, és alkalmazkodnak a turisták igényeihez, igyekeznek minden információt a turisták anyanyelvén is közzé tenni.



Kép. Többnyelvű üdvözlőtábla a nyíregyházi Aquarius strand bejáratánál (belső terület)

A nyíregyházi fürdő mellett ellátogattunk a sárospataki fürdőbe is, ahol szintén azt láttuk, hogy a bejáratnál a legfontosabb információk a magyaron kívül még további három nyelven (angol, lengyel, szlovák) is olvasható. A fürdővel szemben található a Tengersizem panzió, ahol egy idősebb portással beszélgettünk a náluk érkező vendégekről. Több éve dolgozik a helyszínen, és ő úgy látja, hogy a legtöbb külföldi turista Szlovákiából illetve Lengyelországból érkezik. A lengyel vendégekről az a véleménye, hogy általában sokkal kedvesebbek és alkalmazkodóbbak,

ellenben a szlovákok nagyon durvák és vehemensek. Néhány életből vett példával is érzékeltette, hogy a szlovák turisták közül néhányan bizonyos helyzeteket milyen arrogánsan reagáltak le. A panzióban a bejáratnál minden lényeges információ angolul és szlovákul volt feltüntetve. A településre általában a szlovák és lengyel turisták érkeznek. A lengyelekről szinte minden helyszínen elmondták, hogy nagyon jól tudnak angolul beszélni, így velük elsősorban angolul kommunikálnak, a szlovákok ragaszkodnak a szlovák nyelvhasználathoz.

A szerencsi városi fürdő 1921 óta működik, műemlékvédelem alatt áll és állami tulajdonban van. A területen minden kiírás magyar nyelvű, és lényegében csak a helyiek látogatnak a helyszínre. A válaszadó pénztáros szerint a TourInfo iroda nem irányítja hozzájuk a külföldi és belföldi turistákat, nincs megfelelő reklámkampányuk.

A szlovák térségen nem találtunk a vizsgált térségekben fürdőket, a fürdők hiánya miatt utazik a legtöbb turista Magyarországra. Szlovákiában ezt a szezonális turista vonzerőt nem aknázzák ki.

Állatkertek: Hasonló többnyelvűséget láthattunk a néhány méterrel odébb található Európa egyik legnagyobb állatparkjánál. 7 nyelven nem csak a legfontosabb információ, de szórólapok, illetve ritkábban érkező külföldi turisták (pl. ukrán, lengyel, orosz) körbevezetéséhez külsőként alkalmazott csoportvezetők is vannak, és ha előre jelezik igényüket, őket hívják be a csoportokhoz. Az információs pult mellett várakozva folyamatosan egy Nyíregyházát reklámozó rövid és stílusos kisvideó reklámozta a település látványosságait, programjait. A videóban látható volt a közelben lévő Skanzen is, ahol a fogadtatás nem volt annyira pozitív. Az állatkert bejáratánál a többnyelvű üdvözlő és tájékoztató táblák mellett egy nemrég felújított, az állatkerthez tartozó szálloda 4 tappancs minősítéssel négy nyelven csalogatja a vendégeket magukhoz.



Kép. A nyíregyházi állatpark többnyelvű tájékoztatótáblája

Az állatkertet Kassán is felkerestük, ahol sokkal negatívabb fogadtatásban volt részünk. A bejáratnál érdeklődtünk, hogy a többnyelvűséget kínáló lehetőségről kivel lehetne esetleg egyeztetni, de a helyszínen egy illetékes személy sem volt. A bejáratnál egy rövid tájékoztató volt látható több nyelven, de ezen kívül a bejáratnál és az egész területen csak szlovákul vannak közzétéve a különböző kiírások. Többnyelvű szórólapjuk sincs, illetve még névjegykártyát sem tudtak adni. A pénztáros hölgy egy kicsit értett magyarul. Az állatkertet orosz, ukrán, magyar turisták is felkeresik. Az iglói állatparkban már rosszabb helyzettel szembesültünk. Nagyon nyersen utasították vissza a kínált lehetőséget, és mindazon túl, hogy csak szlovákul beszéltek minden feliratuk, tájékoztató kiírásuk csak szlovák nyelven volt olvasható. A beszélgetésünkéből az derült ki, hogy elsősorban szlovákok látogatják az objektumot.

Kastélyok, várak, múzeumok:

A nyíregyházi Skanzenben tehát nem fogadtak bennünket kedvezően. A magyar egynyelvű kiírások és tájékoztatások cseréjére készült a létesítmény. Mivel az önkormányzathoz tartoznak, ezért a vezető nem engedélyezte a fotózást.

Különleges helyszíneként jelenik meg a térségben több helyen is megtalálható kastélyok. Mind a magyar mind a szlovák területeken több kastélyt is meglátogattunk, és általában azt tapasztaltuk, hogy különböző célokra alkalmazzák ezeket. Láttunk sikeresen működtetett kastélyokat, mint például a tarcali *Gróf Degenfeld Kastélyszálló*, ahol számos célra alkalmazzák a kastély épületét és területét. Az impozánsan felújított és berendezett épületet illetve annak látványos kertjét nemcsak a vendégek fogadására használják, hanem a térségben nagy hagyományokkal bíró borkultúrára is építenek, és bortermesztéssel valamint borkóstoltatással is foglalkoznak. Az Edelényi Kastélyszigeten – hasonlóan az előző helyszínhez – több mindenre is kihasználják az épületet, ám a térségbe érkező külföldi turistáknak az angol mellett az anyanyelvükön nem tették közzé a legfontosabb információkat. A Szlovákiában található betléri *Andrássy Kastély* egy hasonlóan szép környezetben és állapotban lévő épület. Állandó- és vándorkiállítások helyszínéül működik. A település leginkább szlovákok által lakott térségben helyezkedik el, ennek ellenére láthattunk magyar nyelven közzétett tájékoztató jellegű kiírásokat a település legfontosabb gócpontjain. A kastélyban dolgozók értettek magyarul és a kommunikációs szakemberükkel sikerült telefonon egyeztetni az általunk kínált lehetőségről. A kastély egész területén szlovákul és magyarul volt olvasható minden felirat. Az angol nyelv elvétve volt látható. A jelenlévő turisták 60-70%-a magyar ajkú volt, és ezt az ott dolgozók is alátámasztották, hogy leginkább a magyarországi turisták teszik ki a hozzájuk látogatók legnagyobb hányadát. A kastély látogatóira építő boltosok és árusok szintén ezt igazolták, de a saját felirataikban már sokkal kevésbé jelenik meg a magyar nyelv, valamint magyarul csak a számukra legfontosabb kifejezéseket tanulták meg. Az *Andrássy Kastélyt* Töketerében is megkerestük, ahol a mezőgazdasági múzeum állandó kiállítása látható. Az épület előtt lévő tájékoztató magyar, angol, ukrán, román nyelven volt olvasható, és plakát alján egy szlovák-magyar határmenti kastélyturizmust szolgáló civil szervezet logója volt feltüntetve mellette a mozgalom mottója: „*Partnerséget építünk*”. A recepció pultján többnyelvű (magyar, szlovák, angol) üdvözlőkártyákat láthattunk.



Arról panaszkodnak töketerébési lakosok, hogy nagyon kevés turista látogat a településre, annak ellenére, hogy egy sokkal nagyobb a település, mint Betlér, ahol viszont viszonylag nagyobb turistaforgalmat tapasztaltunk, és ahol nem panaszkodtak az alacsony látogatottságra. Általános benyomásunk az volt, hogy a betléri vendéglátók sokkal szívélyesebbek és kedvesebbek az idegenekkel szemben. A kastély bejáratánál magyar nyelvű figyelmeztető és tájékoztató táblákkal találkoztunk, valamint a település több pontján a településről szóló táblák is többnyelvűek voltak. Töketerében egyik bevásárlóközpont parkolójában állomásozott az a veteránautó konvoj, amely három napig járta a térséget. Egy a közelben lévő üdülő központ szervezte a találkozót és a felvonulást. Nagy érdeklődés volt a településen és a környéken a rendezvényre, a városban mindenki kivonult az utcára a felvonulás megtekintésére. Ezzel a programmal igyekeznek minél több látogatót a térségbe csalogatni.

Az egyik legpozitívabb esetünk a Kassai technikai múzeumban volt. A recepción először elmondtuk oroszul és ukránul a pénztárosnak a lehetőséget, amit kínálunk, egy kis türelmet kértek tőlünk és később megjelent egy hölgy, akivel azt hittük csak angolul tudunk majd kommunikálni. De kiderült, hogy tud magyarul is, sőt mellette németül, lengyelül, csehül is. Egy nagyon kedves hölgy volt. Azt mondta, hogy magyarul csak konyhanyelven tud, de közben kiderült, hogy sokkal több. A beszéde valóban nem volt tökéletes, de nagyon jól megértett mindent, és alapvető dolgokat szépen elmondott. Mind a hat nyelven tud idegeneket körbevezetni a múzeumban. Így fogalmazott: „*ezt a képességet nagyon kihasználják a múzeumban*” (idézet a terepnaplóból).

Sárospatak egyik legnagyobb látványossága a Rákóczi Vármúzeum, melynek bejáratánál a szórólapok a magyaron kívül hat nyelven voltak közzétéve (szlovák-lengyel-német-angol-francia-orosz). A menedzser nagyon kedvesen fogadott bennünket, és elmondta, hogy a muzeológusuk csak szaknyelvet ismerő fordítóval szereti lefordíttatni a kiírásaikat, így ők nem kívánnak élni a lehetőséggel, illetve azért is nem, mivel már náluk a többnyelvűsítés megoldódott.

A Diósgyőri vár bejáratánál minden feliratot elsősorban magyarul és angolul láthattunk. A belső területen nem tudtunk szemlét tartani, ugyanis nem engedélyezték a fotózást. A várról szóló tájékoztató szórólapokon illetve a honlapjukon angolul olvasható, valamint angol nyelvű idegenvezetést is biztosítanak a látogatók számára. A szlovák térségben egy nevezetes vár került volna bele elemzésünkbe, a Krasznahorkai vár, ám 2012-ben leégett és helyreállítása mai napig is zajlik. A vár Rozsnyó közvetlen közelében van. A településen a turistaforgalom a tűzvész óta teljesen visszaesett, és a szolgáltató egységek napról napra várják, hogy a helyreállított vár végre megnyissa kapuit.

Borkultúra: Tokajban szintén a TourInfo iroda rossz működésére panaszkodnak az étterem- és szállodavezetők. A Tokaj környéken a borkultúra egy sajátos hagyományként jelenik meg, és településre a látogatók elsősorban a finom illetve minőséges borok kóstolása, vásárlása miatt érkeznek. A Tokajban működő Fesztiválatlan feliratai csak magyar nyelvűek, kapuit csak fesztiválok napján nyitja meg. A helyiek arra panaszkodtak, hogy ez a helyszín sincs kellőképpen kihasználva. Sokkal több programot és lehetőséget kellene kínálnia, amely vonzaná nemcsak a magyar, hanem a külföldi turistákat is. Arról értesültünk az egyik étterem vezetőjétől, hogy a Tourinfo irodában korábban egy másik irodavezető dolgozott, akit átkértek Miskolcra, és távozása óta a környéken nem működnek hatékonyan a szervezések. Az alacsony és silány szervezés miatt a környéken megcsappant a turista forgalom. Általában szinte minden egyes turistákra szakosodott létesítményben a lengyeleket emelték ki. Tokaj térségben nem a szlovákok, hanem lengyelek a dominánsak, és általánosságban róluk nagyon jó véleménnyel vannak a szolgáltató szférában.

Barlang: Aggteleki cseppkőbarlangnál szintén azt tapasztaltuk, hogy a legtöbb külföldi turista szlovák és lengyel, de ennek ellenére a feliratok és az idegenvezetés csak magyar nyelvű. A A barlang látogatóira építő vendéglátóipari egységeknél szintén csak a magyar nyelvhasználat volt a domináns.

5.1.2. Vendéglátás, szálláshelyek

A hotelek, szállodák legtöbb helyen párhuzamosan éttermeket is üzemeltetnek, vagy esetenként kávézót.

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> A többnyelvűséget kínáló különleges helyszínek/látványosságok sikeresebbek és közkedveltebbek a külföldi turisták körében 	<ul style="list-style-type: none"> Csak a természeti adottságokra építés önmagában kevés a vállalkozás sikerességéhez

<ul style="list-style-type: none"> • A nagyobb turisztikai attrakciónál alkalmazott többnyelvűség mérvadó a többi szolgáltatóegység számára a környéken • Az anyanyelvükön is kiszolgált turisták sokkal otthonosabban érzik magukat • Láttunk olyan helyszíneket, ahol a különböző nyelvek használata emelte az objektum vonzerejét 	<ul style="list-style-type: none"> • Az egy nyelvű információs táblák/szórólapok/honlapok és idegenvezetés •
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Természeti adottságok (termálvíz, barlang stb.) kiaknázása • Történelmi örökségek (épületek, hagyományok) kiaknázása • A lengyel, ukrán és szlovák turistákra érdemes koncentrálni és számukra anyanyelvükön is közzétenni a legfontosabb információkat 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hosszú távon kockázatos egy szolgáltatóegység sikeressége, ha csak a térségben működő nagy tömegeket vonzó turisztikai desztinációra épít • vagy ha csak a Tourinfo, a település önkormányzatának szervezéseire épít •

5.2 Vendéglátóipar

5.2.1. A magyarországi terepmunkánk

Nyíregyházán a vendéglátásra specializálódott városrész kialakításában fontos szerepe volt a termálvíznek. A városrészt is sóstófürdőnek nevezték el, és eköré építették ki az összes vendéglátóipari egységet. Az állatkerttől nem messze található szálloda menedzsere szerint az ő forgalmukban nincs kiemelkedő évszak, ugyanis vendégeik elsősorban olyan üzletemberek, akik valamilyen találkozó, megbeszélés, konferencia miatt érkeznek a településre. A belföldi turisták elsősorban a különböző ünnepek idejére eső hosszúhétvégék alatt keresik fel őket. A vendégek kb. a 60 %-a külföldi, és elsősorban szlovák, ukrán, lengyel, német ajkúak. A szállásokkal kapcsolatos egyeztetéseket angolul és németül intézik, valamint a szálloda éttermében magyar és angol nyelvű menükínálatuk van. Az utca másik oldalán lévő kis étterem tulajdonosa is elsősorban az angol nyelvet használja a kiszolgálásnál, illetve hatnyelvű a menükínálata. Szerinte nem a nyelvhasználaton múlik egy étterem sikeressége, hanem az ételek és a felszolgálás minőségétől. Az étteremtulajdonos már szezonális látogatottságról beszélt: „Nekem 2 hónap alatt kell megtermelnem az éves jövedelem legnagyobb hányadát”. A fürdőhelyekre építő városrészben tehát a nyári zsúfoltság nem a szállodák, hanem az éttermek forgalmát befolyásolják. Általában azt láttuk Nyíregyházán, hogy a szolgáltató egységek a más országokból érkező vendégek kiszolgálásához a magyaron kívül csak az angol nyelvet használják, miközben a térségbe és a településre rendszeresen érkeznek, lengyel, ukrán és szlovák turisták. Ózdon is hasonló tendenciákat láttunk. Ózdi szolgáltató egységek lépéshátrányban vannak, ugyanis a térségbe csak elvétve érkeznek turisták, és ezt tapasztaltuk Kazincbarcikán is. Akik külföldiként érkeznek, azok legtöbbször valamilyen külföldi cég vendégeként száll meg vagy étkeznek. Kazincbarcikára a külföldi turisták a közelben lévő Bosch gyárnak köszönhetően érkeznek, és az *Ambrózia* négy csillagos étterem és panzió vendégeit elsősorban ők alkotják. Az étlapjuk angol nyelvű, és van egy külön étlapjuk, amit a kínai vendégek saját maguknak fordítottak és gyártottak le. Az étteremmel szemben van egy stílusos és sikeres pizzeria, ahol a pincér angolul, olaszul és egy kicsit németül

is beszélt. Nem panaszkodott a forgalomra, a külföldi turisták gyakran keresik fel őket egy kicsit lazább és hangulatosabb helyet keresve a szemközti panzióból.

Aggteleki cseppkőbarlangra több szolgáltató egység is épít. Azt tapasztaltuk a legtöbb helyen, hogy mivel a térségbe rengeteg turista érkezik a barlang miatt. Épp olyan érdektelenség van a szálláshelyeken és éttermekben, mint a barlang szolgáltatásaiban. Ajánlatunkra csak egy helyen voltak igazán kíváncsiak: a *Fehérház Panzióban*, ahol lényegében minden csak magyarul van feliratozva, de ezen szeretnék módosítani, mivel sok szlovák turista érkezik hozzájuk. A tulajdonos időközben megtanulta a legfontosabb kifejezéseket szlovákul. A többi helyen azt mondták, hogy csak magyarok érkeznek hozzájuk, ezért nem szeretnék igénybe venni a lehetőségeinket. A zempléni bobbálya környékén több véleményt is hallottunk arról, hogy a szlovák turisták gyakran agresszívek, durvák és követelőzőek. Mivel a szlovák turisták folyamatosan csak magyar nyelvű feliratokkal és tájékoztatásokkal találkozhatnak, ezért előfordulhat, hogy az egynyelvű környezet rossz hatással van összkomfort érzetükre.

Encs településen több rossz élmény is ért bennünket: egy cukrászdában azt hitték az adóhatóság valamilyen képviselői vagyunk; egy büfében a fényképek készítését nem engedélyezték; egy környéken legelismertebb éttermében a bejáratnál azt olvashattuk, hogy csak 16 óra után nyitnak. Hernádszurdok külterületén találtunk egy nagyon kellemes és hangulatos helyet a *Holdfény hotelt és Éttermet*, ahol az előző helyszínekhez képest sokkal kellemesebb fogadtatásban volt részünk. Az objektumon több mindent biztosítanak a szabadidő eltöltéséhez: sóbarlang, biliárd, szauna, szolárium, bowling terem. A tulajdonossal is beszélgettünk, aki elmondta, hogy a környéken egyedül az ő éttermük, apartman működik és igazából nincs konkurenciájuk. Fontosnak tartaná a többnyelvűsítést, mivel jelenleg elsősorban magyar nyelvű felirataik vannak. Tovább haladva Szikszón a három csillagos *Turul Étterem* bejáratánál már egy angol, német, lengyel, szlovák felirat fogadott bennünket. A menedzser és tulajdonos fontosnak tartja a többnyelvűséget, és erre oda is figyelnek, az általunk javasolt lehetőséget is megpályázzák. Azt is kiemelték beszélgetésünk során, hogy bár az alkalmazottak több nyelven beszélnek, törekszenek arra, hogy ezt tovább bővítsék. Szerencsén szinte minden felkeresett étteremben, pizzázóban és cukrászdában csak magyar nyelvű felirattal, kínálattal találkoztunk. A közeli tarcali csárda étteremben magyar és angol nyelvű az étlap, és a gyakran betérő szlovák turistákkal magyarul, illetve kézzel-lábbal próbálják magukat megértetni.

Tokajban minden étterem nyáron este 9-10 óra után bezárt annak ellenére, hogy a település elsősorban a turisták fogadására és kiszolgálására specializálódott. Az éttermekben az angol nyelvű menü szinte mindenütt megtalálható, és ezek mellett a szlovák, lengyel és német nyelvű is megjelenik helyenként. A felszolgálásnál elsősorban az angol és a német nyelvet alkalmazzák. A legtöbb nyelvhasználattal a *Rákóczi Pincészetnél* találkoztunk, ahol német-francia-angol-lengyel-magyar nyelvű szórólappal tájékoztatnak a hely történetéről és hirdetik kínálatukat. A *Tokaj Hétszóló* szintén hozzájuk tartozik. Mindkét helyszín nagyon minőségesen és kellemesen volt berendezve, a menedzser nagyon kedvesen fogadott bennünket. Az általunk kínált lehetőséget fontosnak tartják, és majd megpróbálják igénybe venni. *Böné Vendégháznál* és *Borozónál* sokkal rosszabb fogadtatásban volt részünk. Nagyon elzárkózott mindentől a tulajdonos és csak átvette tőlünk a szórólapot. *Terülj-terülj Asztalkám* étteremben nagyon kedvesen fogadtak bennünket – az első hely volt, ahol megkínáltak egy kávéval. A felajánlást nem fogadtuk el, de a gesztust megjegyeztük magunknak. Az éttermet ottjártunk előtt 2 héttel nyitották meg. A tulajdonossal sikerült beszélünk, aki nagyon kedves volt, és angolul, szlovákul, oroszul és franciául tudnak a felszolgálók.

Miskolcon a Diósgyőri vár körül található két éttermet és panziót kerestük fel: a *Várkert Panzióban* csak magyar nyelvű feliratok vannak, ahol a vendégek legnagyobb hányada a várba

érkező turisták. A *Talizmán Panzió*nak és *Étterem*nek sajátos, autentikus stílusa van – különböző régi épületek együttese, ahol minden bútor és kiegészítő régiség. A várhoz vezető főúton található gyorsételeket kínáló bárban beszélünk a pultossal, aki elmesélte, hogy legtöbbször angolok, németek, lengyelek, szlovákok, ukránok térnek be hozzájuk. Miskolc főterén, sétálóján haladva több pubot, cukrászdát is felkerestünk, és hasonlóan Nyíregyházához itt is elsősorban az angol nyelv jelenik meg a magyar mellett.



Miskolc főterén lévő sajátos magyar megnevezésű (Világbéke) külföldről hazatért tulajdonosok pizzázója és kávézója

5.2.2. A szlovákiai terepmunkánk

A szlovák terepen sokkal nehezebb helyzetben voltunk és a kommunikáció helyenként nehézkesen ment. Voltak helyzetek, ahol az ukrán/orsz nyelv tudásunkat vettük elő, volt olyan eset, hogy az angollal is boldogultunk, de ez a ritka esetek közé tartozott. Igazolódott az a tendencia, amit a magyarországi terepmunkánk során több helyen hangoztattak, hogy általában a szlovákok nagyon kevesen beszélnek angolul. Csak a legforgalmasabb és populárisabb helyeken tudunk angolul beszélni. Az ukrán/orsz nyelvhasználatot egyes esetekben megértették. Úgy láttuk, hogy bizonyos helyeken meg akarták érteni, más esetekben viszont nem. A magyarok által lakott térségekben mindig igyekeztek egy olyan alkalmazottat találni, aki lefordítja érkezésünk célját és a kérdéseinkre érkező válaszokat tolmácsolják.

A kassai terepmunkánk során betértünk a *Fontana* étterembe, ahol nagyon kedvesek voltak és angolul tudunk a menedzserrel egyeztetni. A feliratok elsősorban szlovák nyelvűek voltak, de volt angol ételkínálatuk is. Egy közelben lévő, igen népszerűnek tűnő étterembe is betértünk, ahol napi kínálatú olcsóbb ebédelési lehetőséget is kínáltak a déli időkből. Ezt a megoldást több helyen is láttuk. Az általános menükínálat az ilyen helyeken angol nyelvűek, de a napi menü csak szlovák nyelven olvasható az utcán és bent az étterem épületében. A főtéren egyetlen olyan helyet találtunk (*Kávy Sveta*), ahol magyar nyelv a feliratokon bármilyen formában megjelent. A fiatal felszolgálók nem tudtak magyarul beszélni, viszont megértették, amit mondtunk. Az étlapjuk magyar nyelven is elérhető.



Kassa főterén, sétalóján egyetlen magyar nyelvű felirattal rendelkező kávézója

A magyar nyelv mint emlék jelenik meg azon a feliraton, ahol a „vendéglő” feliratot egy impozáns épületen egykori felirataként megmaradt, jelenleg egy bolt bejárata fölött olvasható. A *Hotel Zlatey Dukat* egy nagyon színvonalas helynek tűnt, kedves volt a recepciós, aki tudott beszélni oroszul. Az épületben a szállodán és étteremen kívül egy múzeum is működött, amely kifejezetten emelte a hely presztízsét. A sétalón található *Le Colonial*ban első ízben a korábbi tapasztalatokra hagyatkozva az ukrán/orosz nyelvvel próbálkoztunk, majd az angollal. Mindkét próbálkozás eredménytelen volt, majd amikor a magyar nyelven folytattuk a próbálkozást, a felszolgálók és a pult mellett állók arckifejezése is megváltozott. Végül átvettük szórólapunkat, de ledobták oldalra és folytatták a munkájukat, mintha ott sem lennének. A *Hostinec Pivovar* egyik pincér Ukrajnából származik, aki sokkal kedvesebben beszélt, amikor kiderült, hogy a terepmunkások is Ukrajnából érkeztek. Igyekezett mindenben a segítségünkre lenni. A *Panzion Pod Hresinou* étteremben a tulajdonos 50 év körüli volt és tudott magyarul. Az elején csak ukránul/oroszul és angolul próbáltunk beszélni, majd mikor egymás között a magyar nyelvet használtuk, a pincérek szóltak a tulajdonosnak. A menüjük és minden feliratuk csak szlovák nyelvű, terveik között van fordíttatás, de egyelőre az indulás nehézségeivel küzdenek. A tulajdonos a magyar nyelvtudásával csak a rendelésnél tudott segíteni, amikor magyarul mondtuk el a tájékoztatót, azt már nem értette meg, sokkal érthetőbb volt számára a szlovák nyelvű szórólapunk.

Betléren sokkal könnyebb helyzetben voltunk, már többen értettek magyarul. A településen lévő Andrassy kastély a legnagyobb turistavonzerő, és az ide érkező magyarok kiszolgálására szakosodtak a szolgáltatóegységek. A kastély mellett lévő étteremben a tulajdonos tudott magyarul, de a fia már nem. Az angolon és szlovákon kívül volt magyar menüjük is. A feliratok viszont csak szlovák nyelvűek voltak. Ezen kívül a településen elsősorban gyorsételeket, pizzákat kínáló helyeket láttunk, de közülük csak egy lakókocsiból átalakított talponállóban tudtunk valakivel beszélni. A település többi részén működő étkezőhelyek mind zárva voltak, ám kínálatuk és a tájékoztató felirataik csak szlovák nyelvűek voltak.

A következő településünk Rozsnyó volt, ahol már sokkal több magyar él. A főterén először a *Staroj pub*-ban mentünk be, ahol a tulajdonosokkal beszélünk. Nagyon kellemetlen volt, mert meg sem akartak hallgatni, fel sem néztek a telefonjaikból. A feliratok, amiket láttunk elsősorban szlovák nyelvűek voltak, és annak ellenére, hogy a tulajdonos magyar ajkú volt, a szlovákoknál tapasztalt elzárkózást éreztünk nála. Tovább haladva a polgármesteri hivatal közvetlen szomszédjában működő a *Három rózsza* étterem és panziót kerestük fel. A menedzser fogadott bennünket, aki sietett, de meghallgatta ajánlatunkat. Elmondta, hogy a legfontosabb nyelveken

már elérhető a menüjük, és a felirataik is szlovák-magyar kétnyelvűség alapján készültek. Amikor kiderült, hogy ingyenes lehetőséget kínálunk, átgondolva a lehetőséget elmondta, hogy a német nyelvű menüt már nagyon régen szeretnék elkészíttetni és végig gondolta, hogy mennyi mindent lehetne még ezekkel a fejlesztésre fordítani. A pincérek szlovákul és magyarul is beszélnek, a mi beszélgetésünk is magyarul zajlott. A *La Caffè* kávézóban is nagyon kedvesen fogadtak – a tulajdonos hölgy Svácban élt sokáig, és hazatérve nyitotta meg a nagyon hangulatos és különleges kávékat kínáló helységét. A kínálatuk négy nyelven is elérhető, illetve a felszolgálók tudtak angolul és magyarul.



Több nyelven figyelmeztetik a vendégeket a rozsnyói kávézó asztalán, hogy a rendelést a pultnál szíveskedjenek leadni

Szepsiben sokkal könnyebb helyzetben voltunk, szinte minden kiválasztott helyen tudtak magyarul, de a fogadtatás vegyes volt. A legkedvezőbb fogadtatás a *Ferdinand Étteremben*, valamint a *Piano étterem és panzióban* ért bennünket. Az utóbbi helyen a tulajdonos elmondta, hogy az emberi beruházás, a pincérek oktatása azért nem kifizetődő számára, mivel folyamatosan cserélődik a személyzete – több korábban kitanított munkása ment el külföldre dolgozni. Iglóban szinte minden egyes étteremben/kávézóban a szlovák nyelvhasználat volt a jellemző, csak a *Nostalgia Restaurante and Caffè*-ban volt 4 (szlovák-angol-német-magyar) nyelvű menükínálatuk, és egyedül ezen a helyen tudtak angolul a felszolgálók. Hasonló volt a helyzet Nagymihályiban és Töketerében, annyi különbséggel, hogy ezeken a településeken nem találtunk magyar menükínálatot, csak az angol volt a domináns a szlovák után.

<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • Több helyen különleges étel és kávé kínálatokat láttunk • A minőségesebb helyeken általában kedvesen fogadják a külföldi turistákat • Egy adott nyelvet nem csupán információ átadására, hanem szimbolikus erőként is lehet használni 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • A kisebb szolgáltatóegységeknél hiányzik a többnyelvű étel- és italkínálat • az angol nyelvtudás alacsony ismerete a külföldi turisták körében csökkenti a hely népszerűségét
<p>Opportunities</p>	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • A magyarországi térségben kockázatos csak az önkormányzatok

<ul style="list-style-type: none"> • Az állandó menü mellett megjelenő napi kínálatot angol nyelven is érdemes volna az éttermek bejáratánál feltüntetni • A külföldi turisták részére az anyanyelvükön elérhetővé kellene tenni a kínálatot (ukrán, lengyel és magyar nyelven) • A szlovák térségben emberi beruházással a tulajdonosoknak a felszolgálókat a nyelvi kurzusokban való részvételre kellene ösztönözni még annak ellenére is, hogy többen külföldre mennek dolgozni 	<p>és tourinfo irodák szervezésére alapozni</p> <ul style="list-style-type: none"> • A Szlovák területeken a magyar nyelvtől elzárkózás a magyar turistákat is elriaszthatja
---	---

5.3 Kereskedelem

A többnyelvűséget kutatva felkerestünk néhány üzletet is. Általánosságban azt tapasztaltuk, hogy a bevásárlóközpontok, plázák csak a helyi/államnyelvet használják, a kisebb magánboltok csak abban az esetben alkalmaznak más nyelvet, ha a forgalom úgy kívánja, vagy maga a tulajdonos tartja fontosnak. Az ajándéktárgyakat kínáló boltokban az idegennyelv-ismeret mindkét ország területén alacsony volt, illetve a feliratokat is csak az adott közösségben használt nyelven tették közzé.

A szlovák térségben találkoztunk azzal a jelenséggel, hogy minden általunk felkeresett fontosabb városban (Kassán, Rozsnyón, Tőketerebesen) megtaláltuk a magyar zöldségeket és gyümölcsüket kínáló árusokat. A szlovák térségben a zöldség és gyümölcsstermesztés nagyon alacsony, és ezt a piaci rést kihasználva a magyar termelők, viszonteladók uralják a piacot. Sokkal frissebb, olcsóbb a kínálatuk, mint a bevásárlóközpontoknak. A kassai árus, aki magyarországi és több magyart szolgál ki, nem tartja fontosnak a termékek megnevezését feltüntetni magyarul is. Jómaga körülbelül 10 éve dolgozik Kassán és már kellőképpen elsajátította a szlovák nyelvet, már gördülékenyen tud kommunikálni a szlovákokkal. A tőketerebesi zöldségárusok helyiek, és a főplakátjukon a „magyar zöldséges” felirat olvasható szlovák nyelven.

A magyarországi területeket bejárva több városban azt tapasztaltuk, hogy a látványpékségeket és a fagyfaltozókat az albánok üzemeltetik. Minden helyszínen egyforma és minőséges kínálattal vannak jelen, és a kiszolgáló személyzetük is sokkal jobb, mint a településen általában a többi szolgáltatóegységben. A tulajdonosok időközben megtanultak magyarul vagy olyan ügyvédet/üzletvezetőt fogadnak, akiken keresztül tudnak kommunikálni.

<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • A piaci réseket kiaknázó vállalkozók sikeresek • 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • A szuvenírboltok és a turisztikai attrakciókra építő kisboltok egynyelvűsége ront az üzleten
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • A kisebb boltok/piacok többnyelvűsítése fontos volna • Célszerű volna az üzleti rések felfedése és azok továbbadása a határmentén található szolgáltatók felé 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amennyiben nem a térségen belül oldják meg a piaci rések feloldását, úgy más országokból érkező sikeres vállalkozók pótolják

5.4 Közzolgáltatások

Bizonyos közzolgáltatási egységen belül is megtapasztaltuk a többnyelvűséget, elsősorban azokon a területeken volt várható és egyértelmű a jelenlétük, ahol kisebbségi etnikumok is élnek. A szlovák térségben kétnyelvű feliratokat csak Rozsnyón és Szepsiben láttunk a városházán, az utcanév táblákon, a templomokon, műemlékeken, iskolákon stb. Betlénen a településről szóló tájékoztatótábla volt 3 nyelvű (angol-magyar-szlovák), Kassán csak az iskolák felirata volt kétnyelvű. A magyarországi településeken az általunk felkeresett térségben nagy létszámú kisebbség nem él, így többnyelvű táblákkal sem találkoztunk.



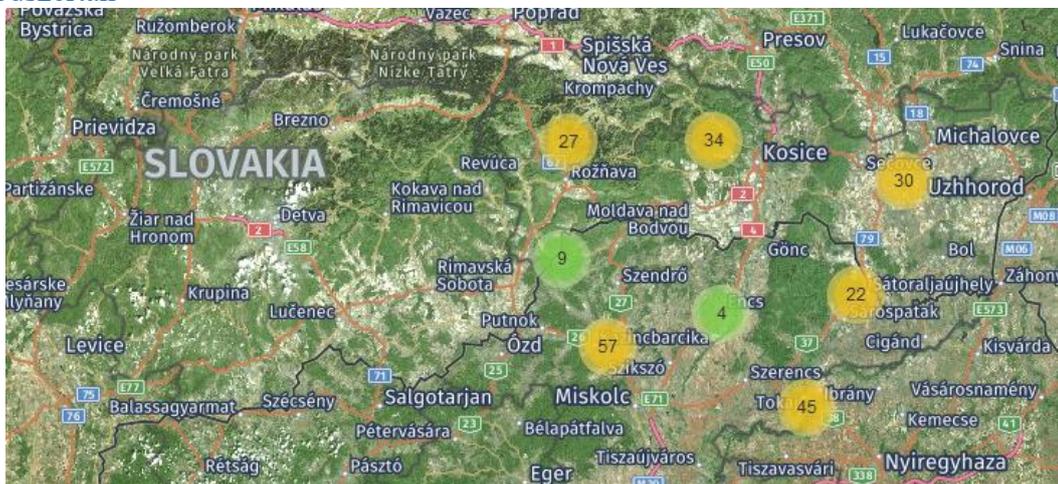
Szepesi egyik forgalmas kereszteződésében a kétnyelvű utcanévtáblák

5.5. Egyéb

Az emléktáblák egy sajátos részei a nyelvi tájképnek. A hangsúly ebben a kategóriában nem az információközlésen van, hanem a szimbolikus jelentéstartalom. A legszembetűnőbb volt, hogy Kassán a csak szlovák nyelvű feliratok mellett egynyelvű, magyar feliratú emléktáblákat is találtunk. A Szepsiben a zömében kétnyelvű plakátok, hirdetőtáblák uralják a város köztereit, és még a görögkatolikus templom bejáratánál is kétnyelvű hirdetéseket láthatunk. Mindkét ország nagyobb településein megtalálható angol nyelvű tájékoztató táblák, térképek.

VI. Kvalitatív eredmények

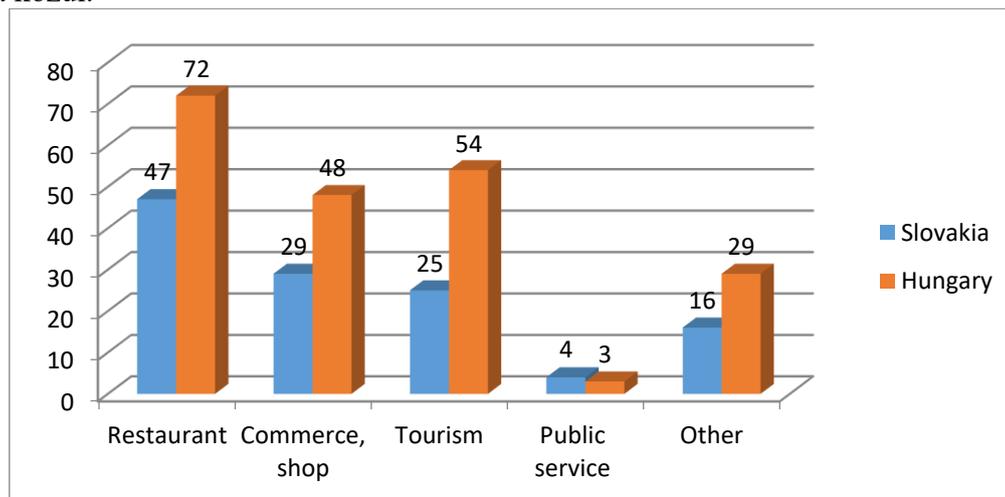
6.1. Módszertan



A terepmunka települései és az ott felkeresett szolgáltatóságok száma

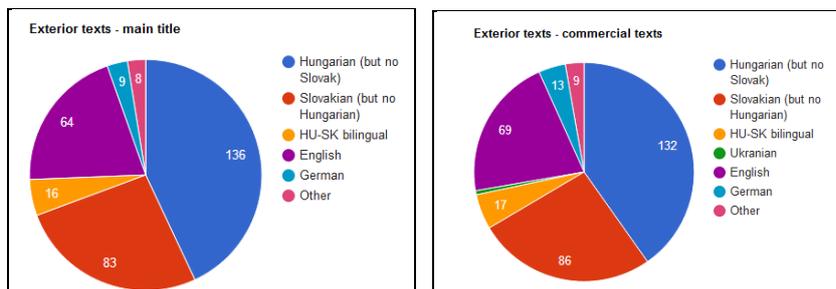
6.2. Áttekintés

Összesen 142 magyarországi és 91 szlovák szolgáltatóegységet sikerült megkeresnünk. A magyarországi terepmunkánk 2018. június 21–24., a szlovákiai pedig 2018. június 28–30 között zajlott. A kutatásunk során elsősorban éttermeket kerestünk fel, és az 1. ábrán foglaltuk össze a kategóriánként megkeresett szolgáltatóegységek megoszlását. Számos olyan objektumot sikerült felkeresnünk, amely szolgáltatásait tekintve több kategóriába is sorolható. A terepnapló alapján készült fenti elemzésben is jeleztük ezt a sokszínűséget, például a különböző kastélyok sokszínű szolgáltatásainál. A kategóriák megoszlását országokra bontva az 1. ábrán foglaltuk össze, ahol látható, hogy a legtöbb a magyarországi térségben felkeresett étterem kiemelkedik a többi kategória közül.



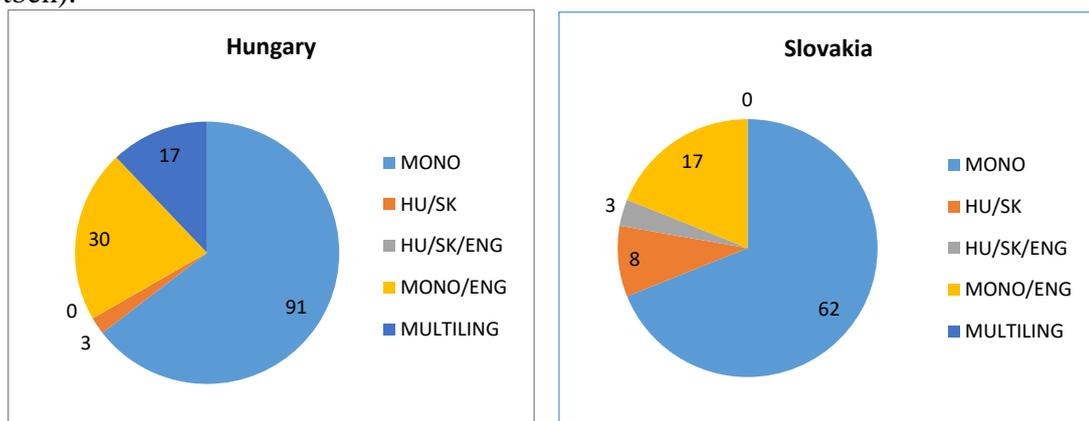
1. ábra. A kutatásunk során felkeresett objektumok kategóriánként és országonként (darabszám)

A legdominánsabban az egynyelvűség rajzolódik ki az adatokból – a magyarországi térségben elsősorban az egynyelvű magyar, a szlovák térségben az egynyelvű szlovák feliratok voltak a jellemzőek mind a külső és mind a belső feliratok esetében (2. ábra)



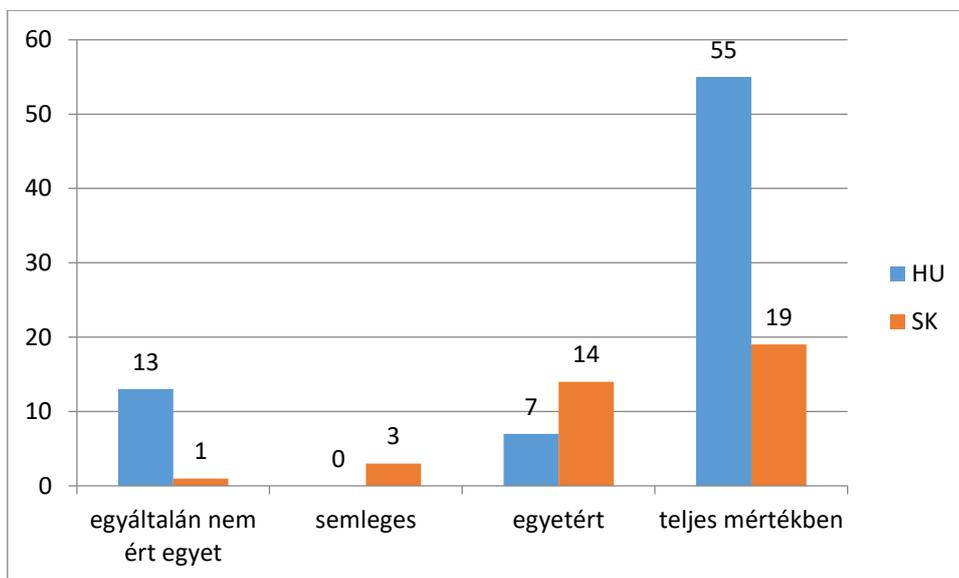
2. ábra. A megkeresett szolgáltató egységek külső és belső feliratainak nyelvhasználata

A 3. ábra segítségével már részletesebben is láthatjuk a több és egynyelvű feliratok alkalmazásának tendenciáit. Egy ötfokú skálára alakítottuk a különböző nyelvek megjelenését. A legfontosabb volt számunkra, hogy nyelvi tájképhez gyűjtött a külső feliratok egy-, két- vagy többnyelvűek, illetve a világnyelv (az angol) megjelenik-e a kiírásban. Mindkét országban a zömében egynyelvű feliratok a jellemzőek: a magyarországi adatokat bemutató ábrán azt láthatjuk, hogy a megjelenik a többnyelvű kategória (12%), de ugyanez a szlovák részen már nem, illetve az angol nyelv használata is valamivel magasabb Magyarországon. A szlovák térségben a kétnyelvű (szlovák-magyar) táblákat láthatunk, míg Magyarországon nem (ennek okát lásd az előző fejezetben).



3. ábra. Egy- és többnyelvű külső feliratok nyelvhasználata országonként (darabszám)

A terepmunkánk során miután a legfontosabb kiírásokat lefotóztuk, néhány kérdést intéztünk az üzletvezetőknek illetve az ott dolgozóknak. A kérdéseink elsősorban a többnyelvűség alkalmazásáról szóltak. Az összesen 233 helyszínből csak 114 válaszadó vállalkozott a válaszadásra, vagy tudunk érdemleges válaszokat kérni jelenlévő alkalmazottaktól. Annak ellenére, hogy a legtöbb helyen fontosnak tartják a többnyelvűséget (4. ábra), a valóságban ezt a nyelvi tájképen keresztül nem érzékeltük. A kiírások többnyelvűsége nem egyezik a szándékkal, ugyanis a többnyelvűséget fontosnak tartó kérdésünkben többen úgy válaszoltak, hogy az üzlet sikeressége és a turistaforgalom a többnyelvűség alkalmazásától függ (4. ábra). Illetve a megkérdezettek 81%-a szerint a vendégek értékelik, ha anyanyelvükön szólnak hozzájuk. Vagyis bár az üzleti életben megfogalmazódik a többnyelvűség jelentősége és hasznossága, de figyelmet és jelentőséget kevesebben fordítanak rá.

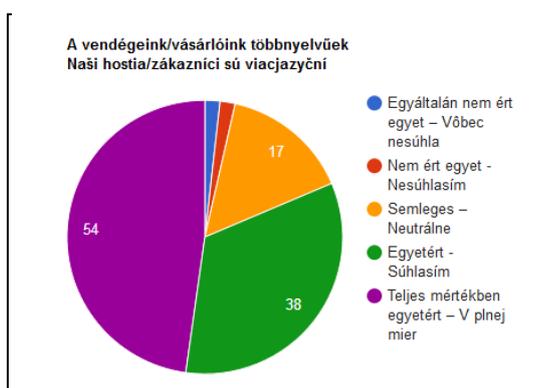


4. ábra. A válaszadó üzletvezetők és dolgozók véleménye a többnyelvűség igényéről országonként

Ha a kérdéseinkre érkezett válaszokat egy négyfokú skálán keresztül vizsgáljuk, akkor azt láthatjuk, hogy mondjuk Szlovákiában 3,35 átlagban tartják fontosnak a többnyelvűséget, míg Magyarországon ugyanez 3,56.

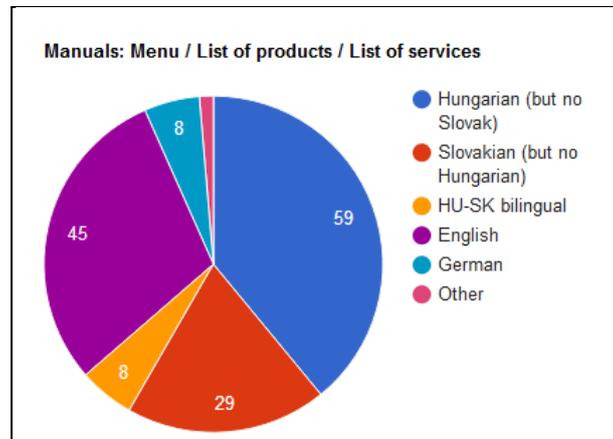
6.2.1. Nyelvi tájkép szükségletek és lehetőségek üzlettípus szerint

A 114 adatközlő közül 92 azt válaszolta, hogy a vendégeik elsősorban illetve zömében többnyelvűek. A megkérdezettek körében arra is rákérdeztünk, hogy szeretnének-e részt venni a projektünk által felajánlott többnyelvűséget elősegítő lehetőségekben, melyre 97-en (87%) igennel válaszoltak.



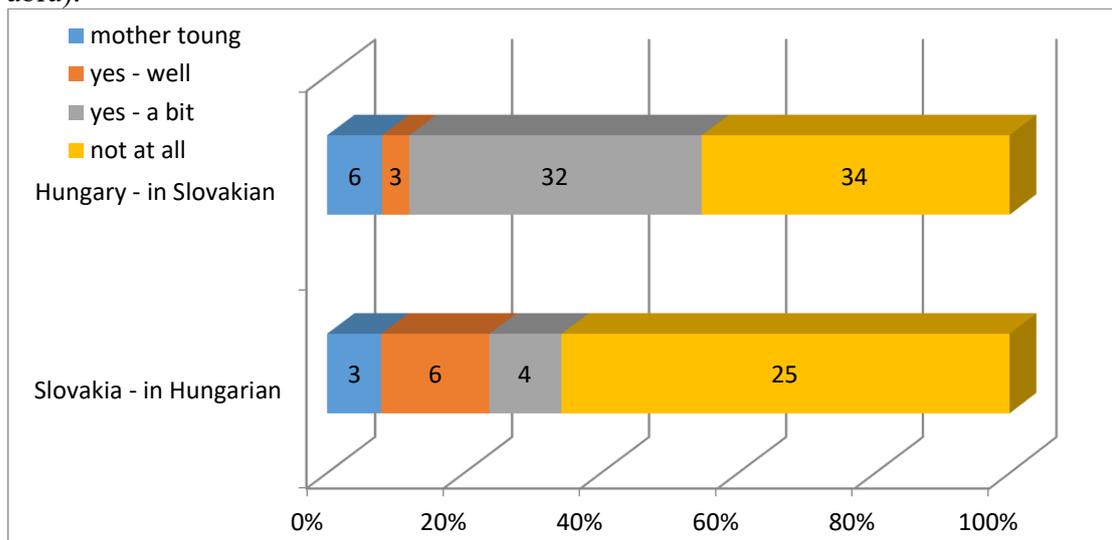
5. ábra. A vendégek és vásárlók nyelvhasználata

A megkérdezett és a válaszadó szolgáltató egységeken belül a külföldi turisták zömében nem beszélik az adott ország nyelvét. A vásárláshoz ésszerű feltétel, hogy a vásárló érti a vásárolni kívánt termék/szolgáltatás megnevezését, így megkérdeztük ezek nyelvhasználatát is (6. ábra). Dominánsan az egynyelvűség jellemző a termékek/szolgáltatások megnevezéseire, nyolc esetben talákoztunk szlovák-magyar kétnyelvűséggel illetve a német nyelvvel. Az ukrán nyelv is szerepelt a kérdőívünkben, mint potenciális turisták által alkalmazott nyelv a kínálatban meg sem jelent (6. ábra), illetve a fel- és kiszolgálásnál nagyon alacsony számban rögzítettünk hozzá esetet (8. ábra).

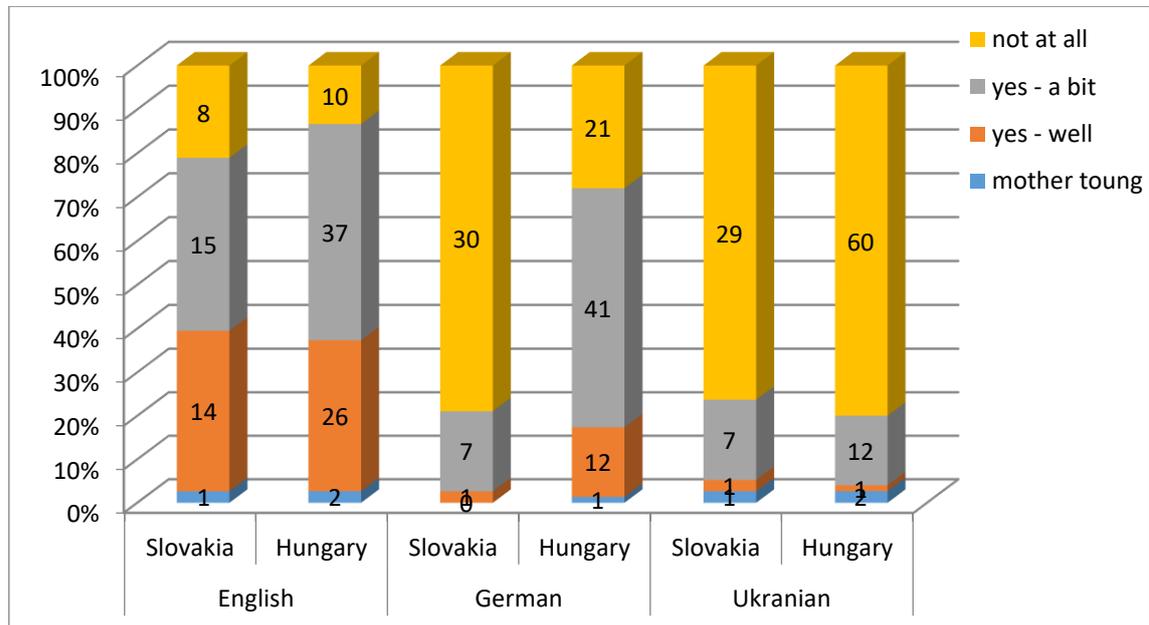


6. ábra. Menü-, termék- és szolgáltatáskínálat nyelvhasználata

Az alkalmazottak nyelvhasználatában is azt láthatjuk, hogy egy másik nyelv ismerete alacsony. A szlovák anyanyelvűek körében alacsonyabb a magyar nyelvtudás – a magyar anyanyelvűek körében a szlovák nyelvtudással elsősorban a szlovákiai magyar kisebbség bír (7. és 8. ábra).



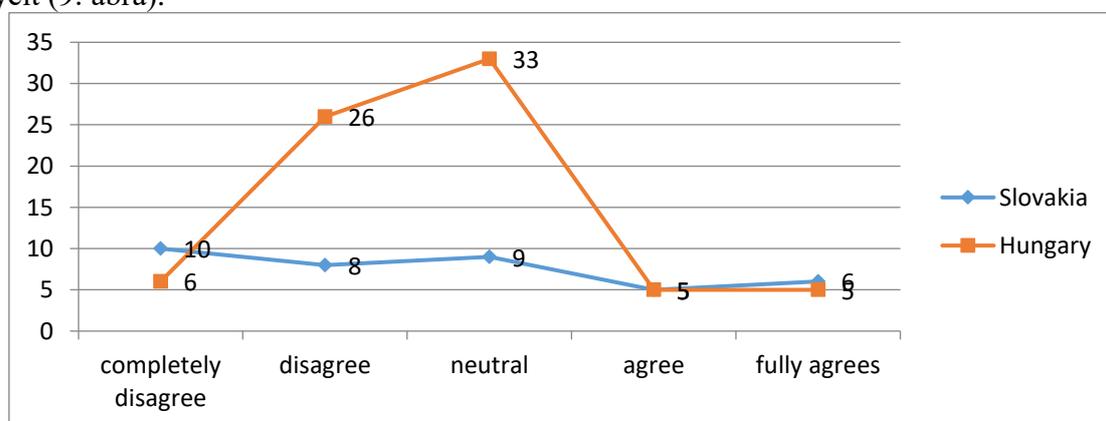
7. ábra. A szlovák és a magyar nyelvtudás a megkérdezett szolgáltatóegységek körében



8. Az angol, német és ukrán nyelvtudás az alkalmazottak és a tulajdonosok körében országonként

Az angol nyelvtudás szlovákiai térségben alacsonyabb magyarországihoz képest, és ettől lényegesen magasabb arányban marad el a német nyelvtudás tekintetében. Valamelyest jobb a helyzetben van az ukrán nyelvtudás tekintetében, de ez a szláv nyelvrokonságnak valamint a magas arányú ukrán vendégmunkásoknak is köszönhető.

Megkérdeztük, hogy általában az alkalmazottak között alkalmaznak-e szlovákul vagy magyarul beszélőket, és úgy tűnik mind a magyar térségben, mind a szlovák térségben nem használják ki kellő képen a térség határmenti jellemzőjét, és a kétnyelvű alkalmazottakat kevésbé tartják fontosnak alkalmazni. A szlovákiai területeken nagyobb részben lehet kétnyelvű alkalmazottakat találni, és ennek ellenére többen elzárkóznak ettől a lehetőségtől, a magyarországi területeken a semleges válaszok kiugró értékeket mutatnak. Vagyis a semlegességgel arra utalnak, lépéseket a magyarországi térségben sem tesznek, hogy kiaknázzák a kétnyelvű alkalmazottak előnyeit (9. ábra).

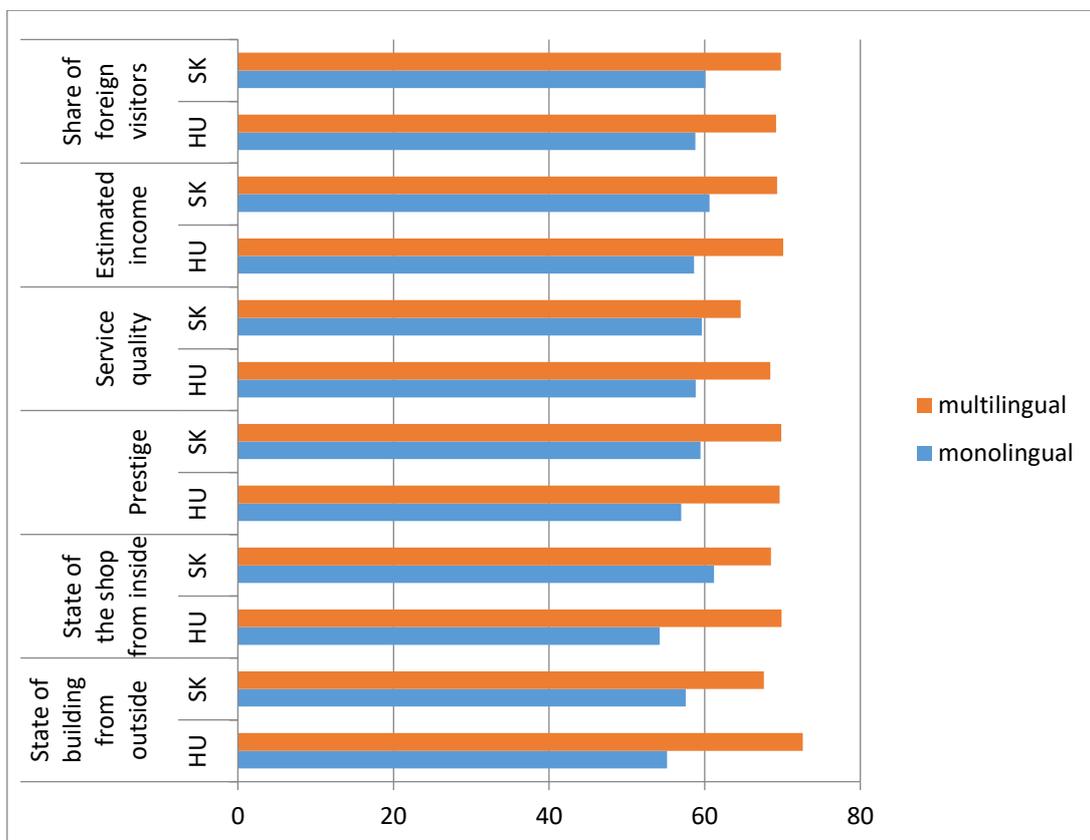


9. ábra. A szlovákul/magyarul tudó alkalmazottak jellemzői országonként

6.2.2. Nyelvi szolgáltatások és az üzletek sikeressége

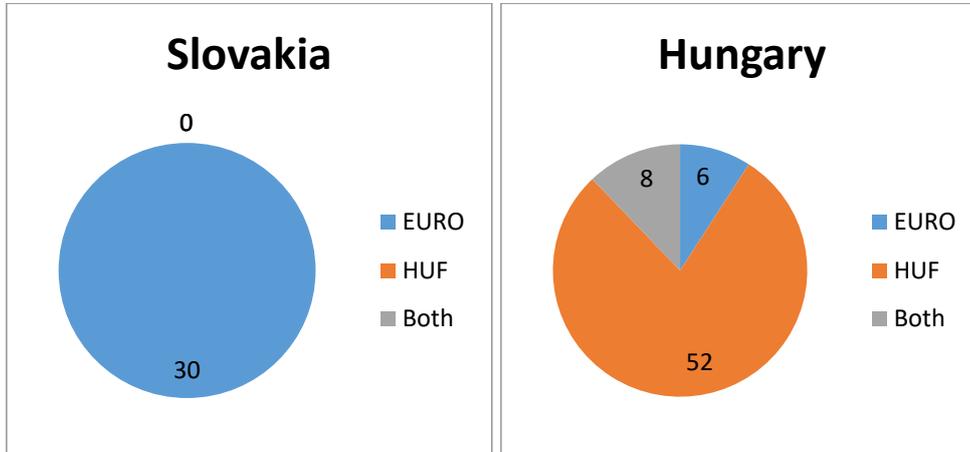
Összesen 18 kiemelt turisztikai desztinációt kerestünk meg, ebből Magyarországon 12 és Szlovákiába 6 került be az elemzésünkbe, valamint fontosnak tartottuk az összes nagyobb város központját, sétalóját is elemezni, de azokat nem tartalmazza a fenti adat. A terület felkeresése előtt felgyűjtöttük az összes legfontosabb helyszínt, amelyet érintenünk kellene és Magyarországon szelektáltunk a kínálatból, ám a szlovák térségben sikerült minden fontosabb helyet megkeresnünk. Tehát a magyarországi esetek száma éppen azért ilyen magas, mivel sokkal több helyszínt kínált a terület, mint a másik térségben. A magyarországi turisztikai desztinációk esetében azt láthatjuk, hogy a legtöbb esetben a többnyelvűség kiemelt szempont a működtetés során, de akadnak ellenpéldák is. A szlovák térségben csak 1-2 helyszínen tapasztaltunk pozitív esetet a többnyelvűség használatával kapcsolatban, ezek esetében is csak személtetesként jelent meg a többnyelvűség, a valóságban a használat nem történt meg.

Kutatásunk elsősorban a nyelvi tájképes elemzésre épít, éppen azért, mivel egy ismeretlen helyszínre érkező turista első ízben a feliratokat keresi, és főként azokra a nyelvekre fókuszál keresése során, amelyet ismer (legyen az az anyanyelve, vagy mondjuk valamely magasabb presztízsű nyelv). Ha egy étteremről van szó, és mondjuk a pincér adott esetben nem is tud az adott nyelven, viszont tud kínálni számára egy többnyelvű menüt, akkor a vendég azok közül ki tudja választani a számára megfelelő ételt vagy italt, vagy maga a helység feliratai, tájékoztató írásai épp ilyen célokat is szolgálhatnak. A különböző nyelvek használatát mérő öt kategóriánkat átalakítottuk két kategóriává (több- vagy egynyelvű feliratok mérésére), és ezek alapján vizsgáltuk meg a helyszín presztízsértékét. A terepmunkások minden egyes helyszínen saját véleményük alapján értékelték egy 100 fokú skálán a helyszín különböző jellemzőit: vendégszeretetét, külső és belső területének minőségét, a kiszolgálás minőségét, a presztízsét. Ezeket a mutatókat és kategóriákat országonként is kiértékeljük (10. ábra). Ahogy a nagyobb turisztikai desztinációknál is láthattuk, hogy minőségüket és dominanciájukat markánsan befolyásolja a többnyelvűség alkalmazása, ugyanezt tapasztaltuk a többi kategóriák esetében is. Minél inkább megjelenik a többnyelvűség egy adott helyszínen, annál nagyobb az esélye, hogy bármely kategórián belül magasabb minősítést kap a helyszín. A vállalkozások sikerességét tehát valóban markánsan alakítja az adott helyszínen alkalmazott (kiírásokban megjelenő) többnyelvűség. Az emberi beruházások (nyelvi kurzusokban való részvétel ösztönzése) kevésbé térül meg olyan szinten, mint egy többnyelvű felirat elkészítése és alkalmazása.



10. ábra. A szolgáltatóegység presztízsének mérésére kialakított kategóriák átlagértéke országonként és nyelvi dominancia alapján
 (1–100-ig skálán mérve, átlagok)

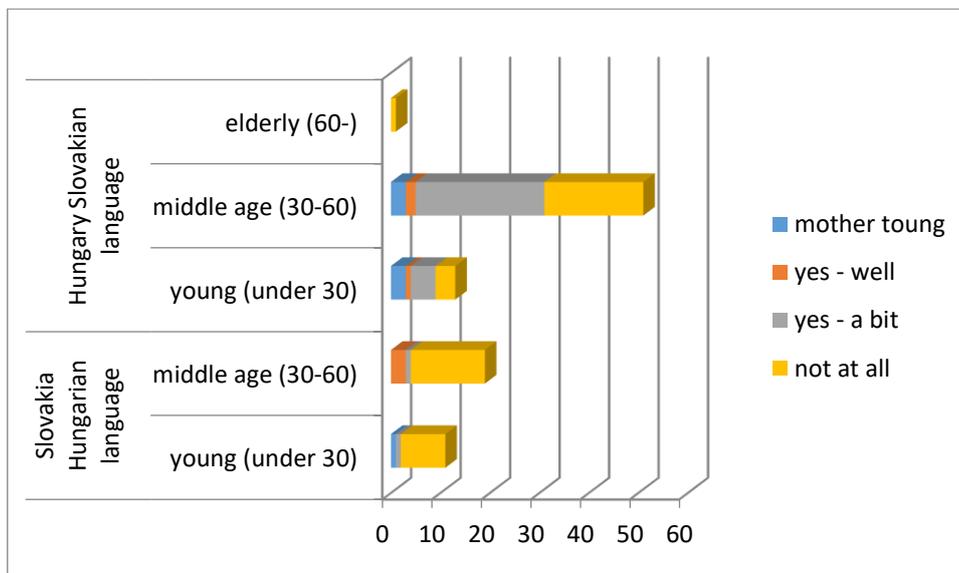
Egy külföldi turista számára a fizetés és annak megoldása, hogy átváltsa fizető eszközét a helyszínen használt pénzre gyakran egy külön kihívás és procedúra. A szomszédos országból érkező turisták kiszolgálásánál az általuk használt pénznemek feltüntetése szintén egy olyan üzleti fogás lehet, amivel a szolgáltató egység a figyelmességét fejezi ki. Magyarországon a helyi pénz a forint, ám Szlovákiában a nemzetközi, európai valuta az euró. Megvizsgáltuk, hogy ezt a két pénznemet milyen formában lehet alkalmazni a két országban. A 11. ábrán látható, hogy a szlovák térségben a szomszédos országból érkező turisták hazai valutája meg sem jelenik, illetve Magyarországon a nemzetközi valuta használata is nagyon alacsony. A másik országban használt pénz a turistaforgalomban nagyon alacsony és a nyelvi, kommunikációs problémákat a pénz alkalmazása fokozza. A turistákra építő gazdasági ágazatban annak ellenére, hogy a külföldi turisták látogatottsága számottevő, kevés figyelmet szentelnek a kiszolgálásukra. Ha intenzívebben figyelnének azokra a részletekre, amelyek a külföldi turisták komfort- és otthonosságérzetét növeli – lásd többnyelvűség alkalmazása és a szomszédos országokból érkező turisták pénznemének feltüntetése az árlistán -, akkor a külföldi látogató előszeretettel térne vissza a helyszínre, valamint jobb benyomásokkal térne haza.



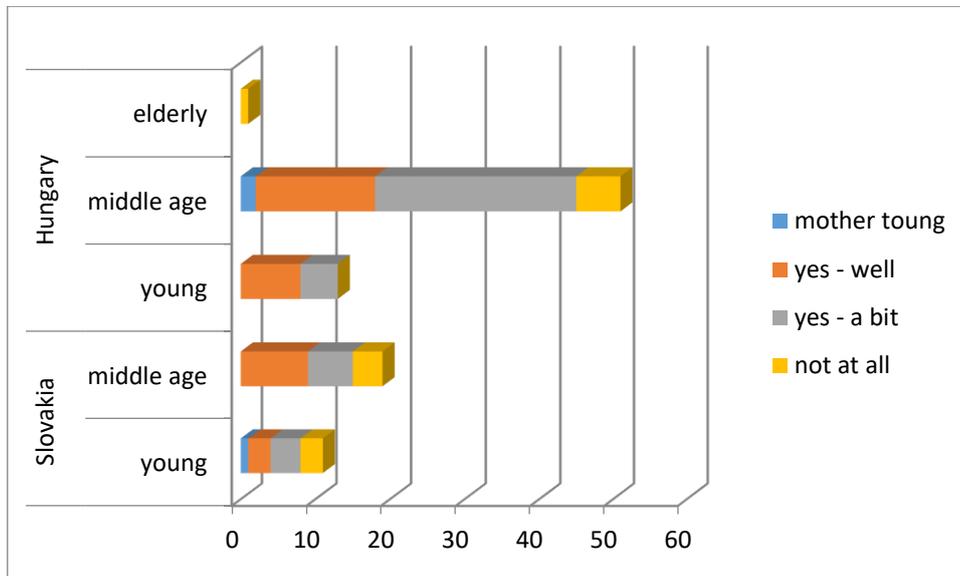
11. ábra. Pénznemek használata országonként (esetszámok)

6.2.3. Nyelvi tájkép a válaszadók életkora szerint

Szlovákiában 11 fiatal adatközlő közül 1 anyanyelvi szinten és 1 csak egy kicsit beszél magyarul. A 19 középkorosztályú (30-60 éves) adatközlők közül 3 jól és 1 válaszadó kicsit beszél jól magyarul. Magyarországon a 13 fiatal adatközlőből 3 anyanyelvi szinten, 1 jól és 5 kicsit beszél szlovákul, a középkorosztályú 51 válaszadók közül a fiatalok körében 3 anyanyelvi szinten, 2 jól, 26 kicsit beszél szlovákul. Úgy tűnik, hogy a magyarországi térségben a középkorosztály igyekszik legalább a legfontosabb kifejezéseket elsajátítani, hogy boldoguljanak a szlovák turistákkal. A szlovák térségben csak a kétnyelvű térségben találhatóunk elsősorban olyan középkorosztályú alkalmazottat, aki megérti a magyar rendelésünket, vagy akitől tudunk magyarul is vásárolni (12. ábra). A 13. ábrán bemutatott angol nyelvtudás az előzőhöz hasonló tendenciát mutat.



12. ábra A szomszédos ország nyelvének ismerete a szolgáltatóegységeknél



13. ábra. Az angol nyelvtudás korosztályok és országok szerint

Össességében azt látjuk, hogy a középkorosztály felül van reprezentálva a szolgáltatóiparon belül, és a magyarországi területeken az alkalmazottak és a tulajdonosok valamivel jobban beszélik a szomszédos ország nyelvét, valamint a világnyelv ismeretében is jobban teljesítenek.

6.3. SWOT, based by quanti data

<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • A szolgáltató egységek felfedezték és sikeresen alkalmazzák a többnyelvűséget mint potenciális erőforrást • A nagyobb és sikeresebb turisztikai desztinációk már nem csak az angol nyelvvel csalogatja és szolgálja ki a vendégeket, hanem igyekeznek anyanyelvükön megszólítani a vásárlókat • 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nagyon kevés a fiatal alkalmazott, akik nagyobb lendületet és jobb nyelvtudást is hoznának az iparágba • A kisebb cégek és sikertelen nagyobb desztinációk még nem fedezték fel a többnyelvűég előnyeit • A szlovák térségben alacsony a turisztikai vonzerők száma • A meglévőknél is nagyon alacsony a többnyelvű helyszín
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • A többnyelvű térségben két- és többnyelvű munkatársak alkalmazása volna célszerű és ésszerű • A minőség javítása mellett nagy hangsúlyt kellene fektetni a kiírásoknál, feliratoknál és a nyelvhasználatnál a többnyelvűsége • A természeti és kulturális adottságokat épp úgy ki lehetne használni Szlovákiában, mint ahogy teszik azt Magyarországon 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hiába történnek meg beruházások a szlovák térségben, ha az alkalmazottak nem tudják és akarják kiszolgálni a vevőket angolul vagy az anyanyelvén • A magyarországi területeken több étel- és termékínálatot lehetne többnyelvűsíteni

VII. Összefoglalás

Vizsgálatunk során két olyan térséget igyekeztünk turisztikailag feltérképezni, amelyek országhatár szomszédok. A Szlovákiának és Magyarországnak két olyan térségét kerestük fel, amely a többi országrészhez viszonyítva elmaradottabb. Ennek feloldása érdekében már számos uniós projekt érkezett a térségbe, hogy a turizmust fellendítse. A fejlesztésekről és sikeres pályázatokról magyarországi térségben több helyszínen tájékoztató plakátokat láthattunk, ám a szlovák térségben ugyanezt nem érzékeltek.

A kutatásunk során a többnyelvűség alkalmazására voltunk kíváncsiak és arra, hogy mely térségben milyen turisztikai mozgásokra számíthatunk és konstatálhatunk. Úgy tűnik, a turizmust markánsan befolyásolja a korábban már megvalósult országosan eltérő turisztikai befektetések. A többnyelvűséget korábban elsősorban olyan kutatások vizsgálták a térségben, amelyek az egykori ország-határváltozásnak köszönhetően kisebbségi léhelyzetet próbáltak felmérni (Vass 2013, Szabó Mihály 200/2002). Jelen kutatásunkban a fókusz a turizmuson volt és azon, hogy külföldi turista az adott térségben, az adott helyszínen milyen nyelven tud kommunikálni. Feltérképezésünk céljai közé tartozott tehát, hogy megvizsgáljuk, általában milyen külföldi turisták érkeznek a térségbe, valamint az egymás mellett lévő országokból milyen gyakran érkeznek látogatók, valamint hogy a kétnyelvű lakosokat a térségben mennyire alkalmazzák a turizmuson belül. Arra láthattunk számos példát, hogy a szomszédos országokból viszonylag magas arányban érkeznek látogatók és a kiszolgáltatásukra eltérő tendenciákat láthatunk.

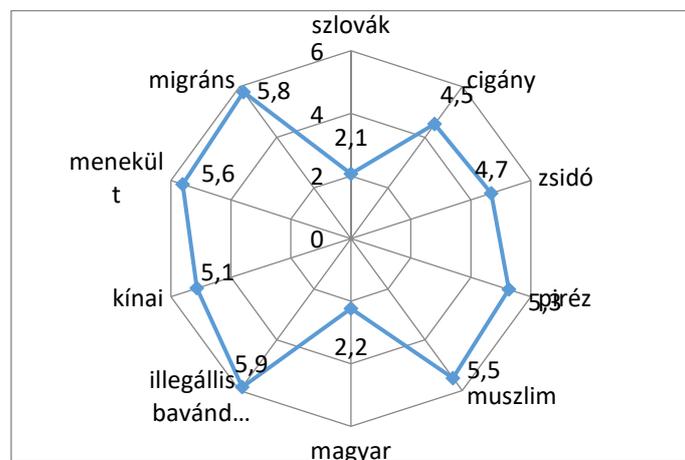
A többnyelvűséget elsősorban a feliratokon mértük. Azt állapíthatjuk meg a kvantitatív illetve a kvalitatív adatok alapján, hogy mindkét térségben feliratok zömében többnyelvűek, ám a külső és belső feliratok eltérőek. Azokon a helyszíneken, ahol megjelenik a főfeliratban a többnyelvűség, a belső feliratokban már kevésbé egyértelmű a megléte. A belső írott többnyelvűséget valamelyest árnyalja a kutatásunkban magas arányban lekérdezett éttermek két- és többnyelvű menükínálata. A külső feliratok, cégnevek esetében gyakori az angol nyelv használata párhuzamosan a magyar/szlovák mellett, de a belső figyelmeztető valamint tájékoztató tábláknál már elmarad az angol vagy valamilyen más nyelv használata. Ezeket a tényezőket és jellemzőket figyelembe véve a kvantitatív adatokból, valamint a kvalitatív tapasztalatokból azt láthatjuk, hogy összességében a külső feliratok 76% kétnyelvű (vagy többnyelvű), míg a belső feliratoknál – ha kizárjuk az éttermekben rögzített angol illetve más nyelvű menükínálatot – ez az arány körülbelül csak 34%. A minta 5%-ban tapasztaltunk szlovák-magyar kétnyelvűséget és 25%-ban az angol nyelv használatát. Ezekből az adatokból arra a következtetésre jutottunk, hogy ha nem támogatjuk a szomszédos országok nyelvhasználatát, akkor előbb-utóbb mindenki angolul fog beszélni. Az árak kiírása egy non-verbális kommunikációs eszköz. Éppen ezért akkor is érdemes az árat a szomszédos ország valutájában kiírni, ha kedvezőtlen az árfolyam.

Ami a szóbeli kétnyelvűséget illeti, Magyarországon az a jellemző, hogy szlovák ajkú alkalmazottak elsősorban a határhoz közeli, kiemelt turisztikai desztinációkon fordulnak elő, pl. Végardó strand (Sárospatak). Kisebb egységekben, vagy nem turisztikai jellegű intézményben szlovák élőszóval nem találkoztunk (feliratokkal pedig gyakran igen). Szlovák térségben egyedül Betlénen, Szepsiben illetve Rozsnyón tapasztaltunk olyan eseteket, ahol a valóban kétnyelvű közegből választották ki a kétnyelvű alkalmazottaikat, és ahol a magyarországi turisták is előszeretettel fordulnak meg – a turizmusban alkalmazottak magas magyar nyelvismerete egyfajta vonzerő. A szlovák területen több olyan településen is jártunk, ahol a lakosok körében található magyar-szlovák kétnyelvűeket, és a magyarországi turisták vagy rendszeresen látogatnak az adott településre (pl. Kassa) vagy potenciális látogatókká válhatnak (Trebisov). Az ilyen esetekben

azt tapasztaltuk, hogy nem használják ki kellő képen a többnyelvű közeget a turizmuson belül. A felmérésből az derült ki, hogy maguk a szolgáltatóegységek vezetői, dolgozói szerint nagyon magas az igény a turisták anyanyelvén való kiszolgálására, de a valóságban ehhez nem alkalmazkodnak.

Országokénti összehasonlításban azt láthattuk az elemzéseink során, hogy a szlovák térségben közvetlenül az országhatár mellett (kb. 30-40 km távolságig) gyakrabban érzékelhető magyar nyelvtudás és/vagy magyar felirat a térségben működő turisztikai látványosságoknál. Viszont a szlovák térségben felkeresett turisztikai gócpontok az angol nyelvtudásban alul maradnak a magyarországi helyszínekhez képest.

Az elemzéseink során számos szempontból is megvilágítottuk, hogy miként viszonyulnak a turizmusban a külföldiekre, az idegenekre. A xenofóbia (idegenellenesség) vizsgálata különböző szempontból történhet – kisebbségi lét, migrációs tendenciák, politikai célokat szolgáló üldöztetés – ám, jelen esetben az idegenek a külföldi turisták. A xenofóbia elemzésekben lényegessé válik, hogy maguk az érintettek mit gondolnak általában egymásról. Ezt *makroszinten* egy 2016-ban végzett ifjúságkutatás eredményeivel szeretnénk bemutatni (14 ábra). A *Bogardus-skála* épp a távolságtartás mérésére lett kidolgozva, és az adatokból az derül ki, hogy általánosságban a szlovákiai magyarok épp olyan viszonyt képzelnek el a magyarokkal mint a szlovákokkal. Az összes többi kategóriával szemben sokkal kirekesztőbbek, és elsősorban azokkal, akikkel nincsenek napi szinten kapcsolatban.



14. ábra. A dél-szlovákiai magyar fiatalok viszonya különböző népcsoportokhoz
 (Bogardus-skála alapján: 1 - A családjába fogadná (akár barát/nőként, házastársként; 2 – Legfeljebb lakótársnak; 3 – Legfeljebb munkatársnak; 4 – Legfeljebb szomszédnak; 5 – Legfeljebb egy városban-faluban lakna vele; 6 – Legfeljebb egyországban lakna vele; 7 – Egy országban sem lakna vele)
 (Magyar Ifjúság Kutatás 2016, N=500, átlagok)

Mikro szinten elemzésünkben a turizmuson belül érzékeltünk bizonyos fokú és intenzitású idegenellenességet. A xenofóbiát elsősorban a nyelvhasználatra való hajlandóságban vagy elutasításában lehetett meg tapasztalni. Ezekre az esetekre különböző magyarázatokat hozhatunk – kényelmetlen elővenni a szlovákot Magyarországon, és a magyart Szlovákiában, mert:

- félünk, hogy a másik nem érti
- félünk, hogy a másik inzultusnak érzi
- félünk, hogy minket fognak inzultálni

- félünk, hogy nem tudunk elég jól

A szomszédos országban használt nyelvet alkalmazni bármilyen formában esetenként pozitívan értékelik, és nem a nyelvtudásszintünket tartják fontosnak, hanem a kommunikációs szándékot. Ebben az esetben közvetítő nyelvként tekintenek bármilyen nyelvtudásra és annak használatára, és ha nem félünk, akkor működik közvetítő nyelvként. Azt láthatjuk az elemzésünkéből, hogy általánosságban nem érvényesül a szolgáltató egységek sikerességének egyik arany szabálya: „*a vevő nyelvéhez igazodunk*”. Ha igen, akkor csak nagyon ritka esetben. Összességében azt láthatjuk a xenofóbia vizsgálatánál, hogy nem kiemelkedően magasak a szomszédokkal szembeni ellenérzések, nincs kiemelkedő idegenellenesség.

A kutatásunkban és elemzésünkben többször nagyobb hangsúlyt adtunk a kiemelt turisztikai látványosságok több- és egynyelvűségének vizsgálatára. Ezzel a célunk az volt, hogy bemutassunk, mennyire sikeresebbé válhat a turisták körében az a látványosság, ahol megjelenik és alkalmazva van a többnyelvűség. A leglátványosabb különbséget a szlovákiai és a magyarországi állatkertek összehasonlításában láthattuk. A nyíregyházi állatkert az összes hozzájuk látogató külföldi vendéget igyekeznek anyanyelvükön kiszolgálni (7-8 nyelv jelenik meg a kiírásokban és a szóbeli nyelvhasználatban) és a kassai állatkertben csak a bejárat feliratában jelenik meg a többnyelvűség (3 nyelv), az alkalmazás valójában nem történik meg. A nagy turisztikai attrakciók általában többnyelvűek. Ugyanez érvényes a nagyvolumenű illetve magas színvonalú szállodákra és éttermekre is, de a boltokra már kevésbé. Bizonyos boltok annak ellenére, hogy a külföldi turistákra építenek, sokkal kisebb hangsúlyt fektetnek a két és többnyelvűségre. A kutatási célunkhoz igazítva igyekeztünk minden nagyobb turisztikai helyszínt felkeresni. A vendéglátó-, kereskedelmi helyek gyakran valamilyen kiemelt turisztikai desztinációra építenek, éppen ezért tartottuk lényegesnek ezek teljes körű feltérképezését. A turisztikában ezek a helyszínek „világítótorony”-ként működnek. Ezek fejlesztése és minősége, mintaadó a többi látogatóegység számára. Nemcsak minőségben, hanem nyelvhasználat tekintetében is: mintaadóak a többnyelvűség használatában is. Általánosítva azt látjuk, hogy az igazán sikeres desztináció többnyelvű. Az egynyelvű helyhez egy „old fashion” címke párosul, és az érzésünk támad a helyszínnel kapcsolatban, hogy fel kellene újítani. A többnyelvűséghez egy pozitív élmény valamint a „modern” vagy „szexi” címke kötődik.

7.1. SWOT

A korábbi SWOT-ok összesítése

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> • A többnyelvűséget kínáló különleges helyszínek/látványosságok sikeresebbek és közkedveltebbek a külföldi turisták körében • A nagyobb és sikeresebb turisztikai desztinációk már nem csak az angol nyelvvvel csalogatja és szolgálja ki a vendégeket, hanem igyekeznek anyanyelvükön megszólítani a vásárlókat 	<ul style="list-style-type: none"> • Nagyon kevés a fiatal alkalmazott, akik nagyobb lendületet és jobb angol nyelvtudást is hoznának az iparágba • A kisebb cégek és sikertelen nagyobb desztinációk még nem fedezték fel a többnyelvűség előnyeit • az angol nyelvtudás alacsony ismerete a külföldi turisták kiszolgálásánál csökkenti a hely népszerűségét

<ul style="list-style-type: none"> • Egy adott nyelvet nem csupán információ átadására, hanem szimbolikus erőként is alkalmazzák egyes sikeres turista látványosság esetében • A minőségesebb helyeken általában kedvesen fogadják a külföldi turistákat • Több helyen különleges étel- és kávékínálatokat láttunk • Az anyanyelvükön is kiszolgált turisták sokkal otthonosabban érzik magukat • A piaci réseket kiaknázó vállalkozók sikeresek 	<ul style="list-style-type: none"> • A szlovák térségben viszonylag alacsony a turisztikai vonzerők száma. A meglévőknél is nagyon alacsony a többnyelvű helyszín • A kisebb szolgáltatóegységeknél hiányzik a többnyelvű étel- és italkínálat • A szuvenírboltok és a turisztikai attrakciókra építő kisboltok egynyelvűsége ront az üzleten • Csak a természeti adottságokra építés önmagában kevés a vállalkozás sikerességéhez • Csökkenti a hely népszerűségét az egy nyelvű információs táblák/szórólapok/honlapok és az idegenvezetés
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • A többnyelvű térségben két- és többnyelvű munkatársak alkalmazása volna célszerű és ésszerű • A minőség javítása mellett nagy hangsúlyt kellene fektetni a kiírásoknál, feliratoknál és a nyelvhasználatnál a többnyelvűsége • A természeti és kulturális adottságokat épp úgy ki lehetne használni Szlovákiában, mint ahogy teszik azt Magyarországon • A kisebb boltok/piacok többnyelvűsítése fontos volna • Célszerű volna az üzleti rések felfedése és azok továbbadása a határmentén található szolgáltatók felé • Az állandó menü mellett megjelenő napi kínálatot angol nyelven is érdemes volna az éttermek bejáratánál feltüntetni • A külföldi turisták részére az anyanyelvükön elérhetővé kellene tenni a kínálatot (ukrán, lengyel és magyar nyelven) • A szlovák térségben emberi beruházással a tulajdonosoknak a felszolgálókat a nyelvi kurzusokban való részvételre kellene ösztönözni • Természeti adottságok (termálvíz, barlang stb.) kiaknázása 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hiába történnek meg beruházások a szlovák térségben, ha az alkalmazottak nem tudják és akarják kiszolgálni a vevőket angolul vagy az anyanyelvén • A magyarországi területeken több étel- és termékkinálatot lehetne többnyelvűsíteni • Amennyiben nem a térségen belül oldják meg a piaci rések feloldását, úgy más országokból érkező sikeres vállalkozók pótolják • A magyarországi térségben kockázatos csak az önkormányzatok és tourinfo irodák szervezésére alapozni • A Szlovák területeken a magyarellenesség a magyar turistákat elriaszthatja • Hosszú távon kockázatos egy szolgáltatóegység sikeressége, ha csak a térségben működő nagy tömegeket vonzó turisztikai desztinációra épít • vagy ha csak a Tourinfo, a település önkormányzatának szervezéseire épít •

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Történelmi örökségek (épületek, hagyományok) kiaknázása• A lengyel, ukrán és szlovák turistákra érdemes koncentrálni és számukra anyanyelvükön is közzétenni a legfontosabb információkat | |
|--|--|

7.2. Javaslatok

Több ország határa található a térségben – ebből is következik, hogy a többnyelvűség a turizmusban egy olyan töke, amely újabb és sikeresebb vállalkozásoknak adhatna teret.

A szlovák turizmus egyik fejlesztési pontjaként jelenhetne meg, hogy a többnyelvű térségben nagyobb prioritást ellene adni a többnyelvű dolgozók alkalmazására. A magyar-szlovák kétnyelvűség számos előnnyel rendelkezik, és ezeket kellene kiemelni a turizmus fellendítésénél. Továbbá nagyon fontos volna, hogy azokon a helyszíneken, ahol a felszolgáló/kiszolgáló személyzet nem beszél angolul, legalább a étel- vagy áru kínálat listájával rendelkezzenek. Az angol nyelvtudás minősége mindkét térségben alacsony, de a szlovák térségben ez még inkább érzékelhető.

7.3. További lehetőségek

Fontosnak tartanák a kutatásunk folytatását – több térséget kellene megkeresni és még több kontrasztot beemlíteni az elemzésbe – más országokból vett példákkal tovább bővíteni az elemzést. A továbbiakban már olyan kidolgozott munkamenettel, kutatási tapasztalatokkal rendelkezünk ennek a témának a feltérképezésében, melyet kár volna nem kihasználni. Az alkalmazott módszereket megfelelőnek találjuk, és a gyakorlatban jól tudtuk alkalmazni. A kvantitatív adatok felvételénél használt *droidsurvey* alkalmazásban annyi gond akadt, hogy nem engedte az adatokban a módosítást, ha lezártuk a lekérdezést. Számos olyan eset volt, hogy miután lezártuk a programban az adatok rögzítését és később sikerült olyan személyt találnunk, aki válaszol a kérdésekre, már nem tudtuk az adatokat beemlíteni az elemzésbe. Ezt problémát továbbítjuk a szoftverüzemeltető felé és reméljük, tudják orvosolni a problémánkat.

VIII. Bibliográfia

- Backhaus, Peter 2006. Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape. *International Journal of Multilingualism* 3(1): 52–66.
- Lainhonen, Petteri 2012. Nyelvi tájkép egy csallóközi és egy mátyusföldi faluban. *Fórum Társadalomtudományi Szemle* 14. évf. 3. sz. 27–49.
- Lainhonen, Petteri 2013. Csíkszentdomokosi nyelvi tájkép. *Székelyföld*, 17 évf. 7. sz. 157–177.
- Landry, Rodrigue – Bouris, Richard 1997. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality. *Journal of Language and Social Psychology*, 16., 23–49.
- Reershemius, Gertrud 2011. Reconstructing the past? Low German and the creating of regional identity in public language display *Journal of Multilingual and Multicultural Development* Vol. 32, No. 1, February 2011, 33–54.
- Scollon, Ron – Scollon, Suzie Wong 2003. *Discourses in place. Language is the Material World*. London: Routledge.
- Shohamy, Elana – Ben-Rafael, Eliezer 2015. Introduction, *Linguistic Landscape* 1(1): 1–5. doi 10.1075/ll.1.1.001int
- Shohamy, Elana – Waksman, Snoshi 2009. Linguistic landscape as an ecological arena: Modalities, meanings, negotiations, education. In: Elana Shohamy & Durk Gorter (eds.) *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. New York–London: Routledge, 131–331.
- Shohamy, Elena 2006. *Language policy: Hidden agendas and new approaches*. London: Routledge.
- Shohamy, Elena 2015. LL research as expanding language and language policy. *Linguistic Landscape* 1(1/2): 152–171. doi 10.1075/ll.1.1/2.09sho.
- Szabómihály Gizella 2000/2002. Törvény és gyakorlat: a szlovákiai kisebbségek nyelvi jogai az 1999. évi kisebbségi nyelvhasználati törvény tükrében. In Lanstyák István–Szabómihály Gizella (szerk.): *Magyar nyelvtervezés Szlovákiában. Tanulmányok és dokumentumok*. Pozsony, 48–62.
- Vass Ágnes 2013. A kisebbségi nyelvhasználat helyzete szlovákiában. *Létünk* 2013/különszám, 72–91. Letölthető: http://epa.oszk.hu/00900/00997/00028/pdf/EPA00997_letunk_2013_k_072-091.pdf
- Vigers, Dick 2013. Signs of absence: language and memory in the linguistic landscape of Brittany. *International Journal of the Sociology of Language*. DOI: <https://doi.org/10.1515/ijsl-2013-0051>

Nyelvi tájkép feltérképezése a kelet-szlovák-magyar határrégióban

Interreg V-A Slovakia Hungary Cross Border Cooperation Programme keretében a “Linguistic Landscape: innovative methodologies strengthening bilingualism in the Hungarian-Slovakian border region” című projekt keretében készült.



Készítette: Európai Polgár Közhasznú Alapítvány

www.skhu.eu / lingland.eu

’The content of this study does not necessarily represent the official position of the European Union.’