

Analys/Graffman och Moring

Språken som internet skulle rädda

Vad händer med minoritetsspråken när kommunikationen allt oftare sker digitalt? Står vi inför en ny Gutenberg-revolution? Katarina Graffman och Tom Moring har studerat hur språkanvändandet påverkas av digitaliseringen.



»» Då internet öppnade webben för kostnadsfri distribution av både massmedier och nischade medier var det många som trodde att detta skulle bli en ny framgångsmöjlighet för små och utsatta kulturer. Samtidigt fanns en rädsla för att nationella enhetskulturer skulle splittras och demokratin förlora sitt sammanhållande kitt.

Med några årtionden på nacken kan vi nu se att utvecklingen har varit mycket mer komplicerad än så. En del inflyttare – de som backas upp av starka mediekulturer från det förra hemlandet – visar ett sådant nischbeteende som åtminstone i första generation håller dem kvar i det forna hemlandets kultursfär. Däremot är många traditionella minoritetsgrupper, som hoppades kunna bevara språk och kultur med hjälp av de sociala medierna, ännu mera utsatta än förr; marknadsmekanismerna på internet stöder stora och starka aktörer.

Trots ny teknologi som också för små språk erbjuder flexibla möjligheter till anpassade tangentbord på mobilen, stavningskontroll och annat språkstöd dominerar majoritetsspråket och engelskan i de ungas kommunikation på sociala medier. För några år sedan varnade den ungerska språkforskaren András Kornai för att bara 2 500-3 500 av dagens ungefär 7 000 språk kommer att ta steget in i den digitala världen. Om den förutsägelsen blir verklighet kan en ny Gutenberg-revolution stå för dörren. Skriftspråket och en tradition som bygger på tryckta medier var förr en förutsättning för språkets och kulturens fortlevnad utanför den privata sfären. I dag avgör närvaron i den digitala världen.



**KATARINA
GRAFFMAN**

Katarina Graffman är doktor i antropologi och en erfaren medie- och konsumentantropolog. Sedan 2007 driver hon Inculture som arbetar med att hjälpa företag att förstå konsumenternas beteende och preferenser för att utveckla varumärken, produkter och marknadsföringsstrategier.



**TOM
MORING**

Tom Moring är professor i kommunikation och journalistik vid Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet. Han har även deltidsprouressur vid Samisk Högskola i Kautokeino, Norge.

"SKRIFTSPRÅKET OCH EN TRADITION SOM BYGGER PÅ TRYCKTA MEDIER VAR FÖRR EN FÖRUTSÄTTNING FÖR SPRÅKETS OCH KULTURENS FORTLEVAD UTANFÖR DEN PRIVATA SFÄREN. I DAG AVGÖR NÄRVARON I DEN DIGITALA VÄRLDEN"

**Medie
världen**
Premium

I ett projekt där vi studerat hur unga i minoritetsspråkskulturer använder digitala verktyg och nätverk har vi slagits av hur de, oberoende av sin kulturella omgivning, utvecklar liknande mediebeteenden över sociala medier.

I studien studerades gaeliska ungdomar i Skottland, finlandssvenska ungdomar i Finland och samiska ungdomar i norska Sameland. Våra resultat sammanfaller med annan forskning som visar att de små språken inte kan lämnas ensamma på nätet om de ska överleva. Liksom i den traditionella medievärlden är omgivningens stöd av betydelse också på nätet.

FÖR UNGA ÄR MEDIA LIKA MED SOCIALA MEDIER

» Alla ungdomar som ingått i studien i Finland, Skottland och Sameland, definierar medier som sociala medier, det vill säga en plats för att kunna ha kontakt med sina vänner. Detta skiljer sig alltså inte från hur svenska ungdomar definierar medier, något som har diskuterats i Medievärlden Premium tidigare. Några exempel på hur svenska ungdomar definierar medier är:

"Media är ett ställe där man kan umgås med sina vänner och berätta för dem om sitt liv."

"Jag skulle säga att medier betyder allmänna forum där man kan lägga upp något som flera kan ta del av."

"Media... hm, först tänker jag på Facebook, sen internet över lag."

Definitionen av medier som verktyg för social interaktion återkommer hos ungdomar i Finland, Skottland och Sameland:

"Medier är att hålla kontakt med vänner och världen."

(Sameland)

"Medier = vänner." (Sameland)

"Media is Facebook and Instagram." (Skottland)

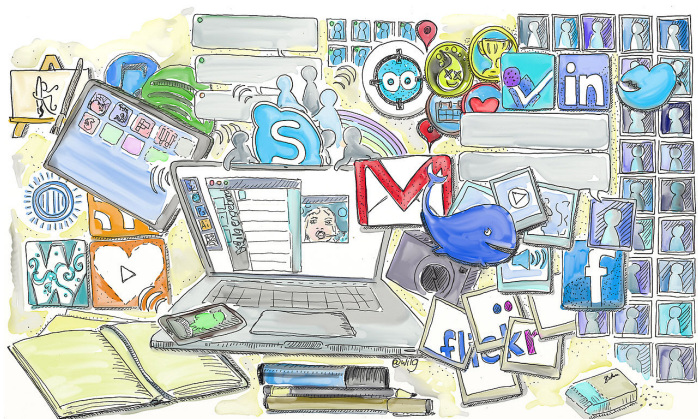
"Media is keeping me and my friends up to date with what's happening."

(Skottland)

"Medier är en plats där människor håller till och umgås." (Finland)

"Jag är säker på att det finns folk som fortfarande läser tidningen, men unga i dag är på Facebook och följer nyheterna där." (Finland)

Oavsett vilken kulturell kontext den yngre generationen befinner sig i definierar de alltså medier som verktyg för att socialisera med sina vänner.



■ Om studien

Artikeln bygger på tre etnografiska studier som gjorts med en kombination av intervju och deltagande observation bland unga (10–19 år) som talar minoritetsspråk.

De har utförts av Katarina Graffmans (Inculture) i samarbete med professor Tom Moring (Helsingfors universitet).

Den första (en del av ett forskningsprojekt beställt av fyra finlandssvenska mediehus 2014) omfattade 31 fallstudier, den andra (beställd av BBC Alba i Skottland 2015) 25 fallstudier, och den tredje (en pilotstudie som del av en magisterkurs i Kautokeino,



"AV DE NÄRMARE 7 000 SPRÅK SOM TALAS I DAG ANSES OMKRING 2 500 VARA HOTADE. HÄR HÄVDAR VI ATT DETTA ALLMÄNT ACCEPTERADE ANTAGANDE BETYDLIGT UNDERVÄRDERAR RISKEN FÖR DIGITAL SPRÅKDÖD, DÅ VI FINNER ATT MINDRE ÄN 5 PROCENT AV ALLA SPRÅK ÄNNU HAR MÖJLIGHET ATT NÅ EN POSITION I DEN DIGITALA VÄRLDEN. VI PRESENTERAR BELÄGG FÖR EN MASSDÖD FÖRORSAKAD AV DEN DIGITALA KLYFTAN"

(KORNAI 2013, 1)

**Medie
världen
Premium**

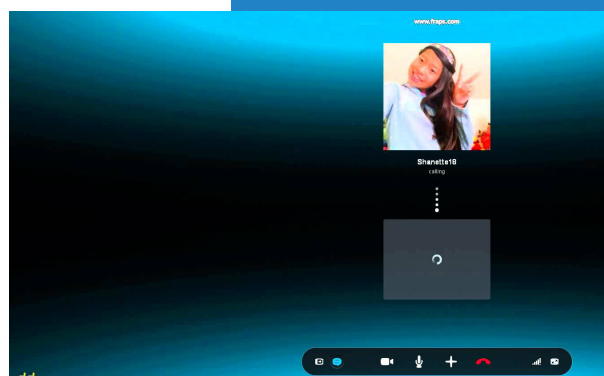


"SÅ FORT KOMMUNIKATIONEN VÄXLAR ÖVER TILL EN DIGITAL PLATTFORM SKIFTAR SÅLEDES SPRÅKET TILL MAJORITETSSPRÅK"

KOMMUNIKATION MED VÄNNER I DEN DIGITALA VÄRLDEN

» Hur kommunicerar man då i den digitala världen med sina vänner? I Finland skiftade de finlandssvenska ungdomarna mellan svenska, engelska och finska. Det språk som dominerade i skolmiljön och hemma, svenska, är också det språk de främst väljer att använda i sociala medier. Både i Skottland och i Sameland valde de unga att kommunicera på majoritetsspråket. Gaeliska ungdomar förklarar detta med att det är enklare att använda engelska om man vill säga något snabbt. Alla skotska ungdomar som studerades i projektet går i gaeliska skolor och skolundervisningen sker helt på gaeliska. Men så fort de lämnar skolan övergår de till engelska, framför allt i medierelaterade sammanhang, som på sociala medier. En skotsk tjej på 16 år säger till exempel att hon bara använder engelska eftersom hon har vänner som både är engelska och gaeliska och hon vill inte utesluta någon. När hon skickar ett sms till sin mamma gör hon det på engelska även om de två alltid talar gaeliska med varandra: *"Predictive text does not work in Gaelic"*.

En annan skotsk tjej berättar att hon alltid talar gaeliska med sina gamla vänner från hemorten men att hon skiftar till engelska omedelbart om hon för ett videosamtal med någon av dessa vänner. Så fort kommunikationen växlar över till en digital plattform skiftar således språket till majoritetsspråk. Samiska ungdomar förklarar även de att det är enklare att använda majoritetsspråk. De använder inte mobilens tangentbord för samiska utan det norska eftersom det går enklare och snabbare. En samisk 17-årig kille säger: *"Jag är för lat för att skriva på same för då måste jag byta keyboard"*.



Däremot när han ska beskriva saker som inkluderar starkare känslor använder han same eftersom han annars inte kan uttrycka exakt vad han känner. En annan kille på 18 år säger att han alltid skriver på norska online men att han alltid pratar samiska med sin familj och sina vänner. Han väljer norska för att det är "enkla". En tjej som är 20 år säger att hon använder norska för att det är "enkla och hon slipper trycka så mycket", det vill säga ändra tangentbord till samiska.

När ungdomarna får frågan hur de kommunicerar på sina digitala enheter märks det att de försöker finna en rationell förklaring till varför de använder ett språk som egentligen inte är det språk de talar hemma eller i skolan. Tydligt är att de inte reflekterar kring sitt språkval, det är något som sker per automatik. När frågan om språkval ställs måste de tänka efter varför de faktiskt inte använder "sitt" eget språk. Det är också, i många fall, tydligt att de tycker att de borde använda det. Men den vanligaste förklaringen är att det är "enkla" att skriva på norska eller engelska. Att installera ett samiskt tangentbord anses knepigt så många av ungdomarna har inte ens installerat ett sådant. Att dessutom skifta tangentbord upplevs "för jobbigt".

MEDIER = IDENTITET

» Medier är – så som vi tidigare påpekat – inte längre enbart en förlängning av kroppen för de unga, för att använda Marshall McLuhans beskrivning från 1960-talet. Medier inkluderas i de ungas identitet på ett självklart sätt. Det är snarare så att det reella livet är en förlängning av det digitala. Identitetsformation sker kontinuerligt i den digitala världen. På alla sociala plattformar pågår denna formation dygnet runt. Den digitala identiteten sover inte. Här kan identiteten justeras och testas, formas och omformas.

Vad får det då för konsekvenser för minoritetsidentiteten om det är de nationella språken som används?

STORA SKILLNADER MELLAN MINORITETER

» Med bara några få och små projekt bakom oss ser vi redan några trender framträda. Små språk är trängda, och även starkare språk eroderar i språkområdets utkanter. Svenskan, som är ett officiellt språk men ett de facto minoritetsspråk i Finland, lever ett tryggt liv i Österbotten där mediebruket bland svenskspråkiga unga i hög grad riktar sig mot Sverige. I Nyland i södra Finland är det tydligt att mediemiljön bidrar till att erodera svenskans ställning. Där är finlandssvenska unga i praktiken trespråkiga och medierna används flexibelt på svenska, finska och engelska. En lyxtillvaro på individnivå, men ett problem med tanke på den språkliga minoritetens mediala framtid.



"DE [PERSONER SOM TALAR MINORITETSSPRÅK] MÅSTE GÖRA EN EXTRA ANSTRÄNGNING FÖR ATT ETABLERA RELEVANSEN AV KOMMUNIKATION PÅ SITT SPRÅK PÅ DESSA PLATTFORMAR.

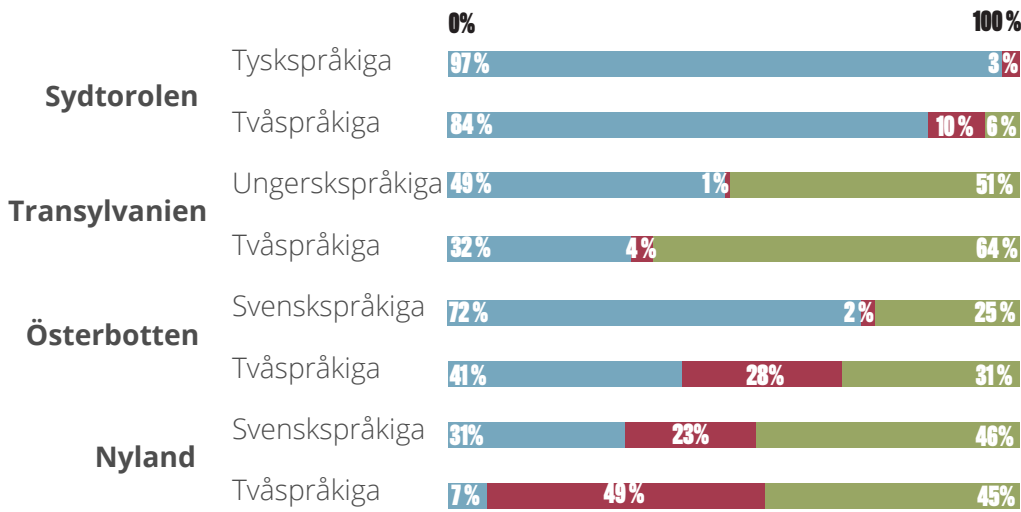
EN SÅDAN PROCESS KRÄVER OCKSÅ SAMARBETE MELLAN INDIVIDER FRÅN SPRÅKSAMFUNDET OCH KOMMERSIELLA ELLER OFFENTLIGA AKTÖRER. JAG KALLAR DETTA FÖR SOCIAL MEDIENNOVATION, FÖR ATT UNDERSTRYKA ATT DET HANDLAR OM EN TYP AV MEDIENNOVATION SOM SIKTAR PÅ ATT LÖSA EN SOCIAL UTMANING"

(NIBHROIN 2015)

Figur 1. Internetanvändning och språkval i fyra regioner i Europa bland 17-19-åringar som talar minoritetsspråk (procent).

"På vilket språk använder du i allmänhet internet?" (N=3 400)

(Källa: Vincze, Vincze, L. 2011. Finlandssvensk medieanvändning i ett jämförande perspektiv. I boken *Svenskan i Finland 12.*)



Studierna av unga i mera marginaliserade minoritetskulturer, så som den samiska och den gaeliska i Skottland, visar tydligt hur majoritetsspråket tar över i de sociala medierna – också bland unga med minoritetsspråket som modersmål. Jämförande undersökningar som gjorts i Italien, i områden där tyskan är stark, och i Rumänien, i områden där ungerskan är stark, tyder på att dessa minoritetskulturer klarar sig även i konkurrerade miljöer. Också stora minoritetskulturer och kulturer med aggressiv språkpolitik, så som katalaner och basker, förefaller att klara sig mot såväl nationella som globala utmaningar, men här behövs mer forskning som särskilt tar sikte på beteendet bland unga.



LÄS OCKSÅ:
"För unga finns inte några sociala medier"

Medie världen
 Premium

SLUTSATSER:

» Vad kan göras?

Under förutsättning att det finns en vilja att rädda de små språken och de kulturer de sammanhänger med in i den digitala världen, vad kan då göras?

Kärnfrågan blir att finna ett innehåll till begreppet social medeinnovation. Många forskare har pekat på att allt mera sker i den digitala världen och via medier. Allt mer tid tillbringas också där. Men för små kulturer gäller att kunna skapa en miljö och ett medieinnehåll som uppmuntrar till bruk och kommunikation i en egen språk- och kultursfär. Och detta kan inte ske enbart spontant och utan kostnader i en omgivning där resursstarka aktörer på nationell och global nivå dominerar marknaden.

Så lösningen skiljer sig inte märkbart från det vi sett hittills; även i det digitala är de små kulturerna beroende av stöd från public service för att bygga upp en mediemiljö inom vilken deras språk finner en naturlig plats.



LÄS OCKSÅ:
**"Tre saker du
 behöver förstå om
 Generation Z"**

Medie
 världen
 Premium