



Hol van az európai szellemiség és a többnyelvűség Romániában?



Sanyi Konyhája – Román cég, igényes magyar nyelvű felirat

Diákkoromat Maastrichtban töltöttem, egy európai szellemű városban, amely Hollandia déli csücskében található, közel a belga és a német határhoz. A Maastrichtban tanuló egyetemisták többsége tanulmányai elvégzése során dolgozott is. Én pincérként dolgoztam több diáktársammal együtt, és számunkra természetes volt az, hogy egyik nap Belgiumban, másik nap Németországban vagy Hollandiában dolgozunk. A diákok számára nem volt kérdés az, hogy ha a helyzet megkívánta az ügyfelekkel hollandul, németül, franciául vagy angolul beszéltek. A többnyelvűség szóban és írásban is (vendéglők menüi legalább három-négynyelvűek) magától értetődő üzletpolitika volt, ami az ügyfelek elégedettségét szolgálta, és ez által ez anyagiilag is megtérült.

Maastrichtban, a közgazdasági tanszéken az egyesült Európát népszerűsítették, és a közös európai piac előnyeit hangsúlyozták folyamatosan, például az eurót vagy a határok nélküli Schengen zónát. Ennek oka az volt, hogy 1992-ben, Maastrichtban írták alá az Európai Monetáris Unió alapszerződését. Ez a szerződés a jelenlegi Európai Unió alapkövének nevezhető. Így Maastrichtban egy igazi európai szellem uralkodott, és a helyi szolgáltatók komoly hangsúlyt fektettek arra, hogy az ügyfeleket lehetőleg anyanyelvükön szolgálják ki.

Az európai jóléti piac egyik alapelve a szabad kereskedelem, amit szigorú gazdasági törvények biztosítanak. Az európai integráció idővel lehetővé teszi a teljes fogyasztói szabadságot, ahol a fogyasztók a nyelvi preferenciáik szerint vásárolhatnak, ezzel biztosítva azokat az európai lehetőségeket, amelyek már több évtizede természetesnek számítanak megannyi európai országban.

Kolozsvártól egy 250 kilométeres körön belül több millió magyar nyelvű fogyasztó él, akiket a schengeni övezetbe való csatlakozást követően sem határok, sem különböző pénznemek, sem más bürokratikus szabályok nem fogják már elválasztani. A kereskedelemben semmiféle korlát nem létezik Romániában a magyar nyelvhasználatra vonatkozóan. És vannak már olyan vállalkozók, akik élni kívánnak ezzel a lehetőséggel. Kitűnő példa erre a Sel Gros üzletlánc, amely a magyar vásárlói iránti tiszteletét azzal fejezi ki, hogy anyanyelven szólítja meg őket.

Több hasonló pozitív példa létezik, a Sanyi Konyhája nevű fűszereket forgalmazó cég szintén igényesen kétnyelvűen készíti termékei címkéit. Ilyen pozitív példák mellett érthetetlen az, hogy miért nem él ennek lehetőségével több vállalkozó, miért idegenkednek ettől a többnyelvűségtől a vállalkozások/ kereske-



dők/szolgáltatók? Holott az Európai Unióhoz való csatlakozás, a közös Európának a többnyelvűség, a nyelvi szabadság egyik alappillére.

A Torockói márkanév alatt futó termékek egynyelvűek, sőt a weboldalukon sem található egyetlen magyar szó sem. A termékek külsőségeiben magyar motívumokat tartalmaznak, színszimbolikája egyértelműen magyarosnak nevezhető, valamint maga a márkanév is magyar. A cég üzleti politikája mégsem az, hogy a magyar nyelvet is használja a címkéken, hogy valódi kétnyelvű termékeket forgalmazzon. A tulajdonos mind a mai napig válasza sem méltatta leve-lünket, és telefonos megkeresésünkre is rendkívül türelmetlenül és sértő módon reagált.



*A Sel Gros Kolozsváron
– Román cég, biztosítja
a vizuális kétnyelvűséget*

Ezért felhívnám a civil társadalom figyelmét arra, hogy ennek megváltoztatására csakis a fogyasztó/a vásárló/ az ügyfél képes. Amennyiben az ügyfél azokat az üzleteket részesíti előnyben, ahol magyar szólítják meg, ahol írásban is ott van a magyar nyelv, ha olyan terméket vásárol, amelynek címkéjén magyar nyelven is ott van a termék elnevezése és leírása, akkor ez egy egyértelmű üze-netet hordoz.

Hallassa a hangját és fogalmazza meg elvárásait a kereske-dőkkel/szolgáltatókkal/gyártókkal szemben, szemben. Kisközössé-gekben, a helyi kisbolt forgalmát jelentősen meghatározza az, hogy a helyiek hol vásárolnak. Jutalmazza meg azokat a kereske-dőket, akik a magyar nyelvet is használják üzletpolitikájukban, és vásároljanak náluk. A fogyasztó tudatosság kulcsszerepet játszik abban, hogy a magyar nyelv újra bekerüljön az üzleti életbe, hogy a magyar nyelv ismerete újra gazdasági értéket képviseljen.

Drs. G. Landman

European Language Rights Alapítvány



*Torockói sajt – Magyar tulajdonban levő cég,
kizárólag román egynyelvű termékekkel,
a termékek egynyelvűek és a weboldalon
(www.lactatecoltesti.ro)
egy magyar betű sem található*

azokat a kereskedőket/szolgáltatókat, akik magyar nyelven szólítják meg Önt!