

## SLOVENSKO GOSPODARSTVO O SLOVENSKEM JEZIKU

Skupina za jezik v gospodarstvu in turizmu (Svet za slovenščino v javnosti) je sestavila vprašalnik, s katerim je želela izvedeti, kako v gospodarskih organizacijah skrbijo za jezikovno podobo svojih besedil, kdo za to skrbi in kakšen je nasploh odnos do slovenskega jezika v slovenskem gospodarstvu.

Besedila, ki nastajajo v gospodarstvu, jezikovnozvrstno niso enotna. Spadajo v vrst strokovnih jezikov (strokovna navodila, pravno-upravna besedila), publicističnega (glasila delovnih organizacij), praktičnosporazumevalnega jezika (dopisi, vabila, obvestila, različni obrazci), z reklamnimi besedili pa deloma celo v umetnostno vrst. Tako raznovrstna zadevajo ta besedila veliko večino prebivalcev Slovenije, po količini in vsakodnevni pogostnosti so takoj za publicističnimi besedili. Z njimi se delovni ljudje spopadajo bodisi aktivno kot njihovi tvorniki (pisanje dopisov, pogodb, ponudb, prispevkov v glasilih . . .) ali pasivno kot sprejemniki (reklame, navodila za uporabo, svetleči in nesvetleči napisi z imeni gospodarskih organizacij in izdelkov). S svojo pogostnostjo in praktično potrebnostjo oblikujejo jezikovno kulturo v slovenskem prostoru.

Kaj o jeziku v gospodarstvu menijo slavisti, je bilo že večkrat zapisano, pregledano npr. v zborniku *Slovenščina v javnosti*, poglavje *Jezik v gospodarstvu* (Ljubljana 1983, 47–55). Nas pa je zanimalo, kakšen je pogled gospodarstvenikov »v praksi« na jezik.

Razposlali smo 2.425 vprašalnikov, odgovorilo nam je 616 (25,4 %) vprašanih (odstotek je v resnici nekoliko nižji, ker so v nekaterih organizacijah vprašalnike razmnožili in poslali kar dva ali tri odgovore). Vzorec je dovolj obsežen in menimo, da je z dobljenimi podatki mogoče prikazati stanje jezikovne zavesti in možnosti v slovenskem gospodarstvu.<sup>1</sup>

### Vprašalnik in statistika odgovorov

- |     |  |                        |
|-----|--|------------------------|
| I.  | Ali se vam zdi skrb za jezik v gospodarstvu in turizmu potrebna?         |                        |
| 1.  | Da.  | 611 (99,2 %)           |
| 2.  | Odvisno od . . .   | 3 (0,5 %)              |
| 3.  | Ne.  | 2 (0,3 %)              |
| II. | Ali v vaši organizaciji skrbite za jezik?                                |                        |
| 1.  | v dopisih?   |                        |
| a)  | Da.  | 397 (65,4 %*/64,4 %**) |
| b)  | Občasno.   | 177 (29,2 %/28,7 %)    |
| c)  | Ne.  | 33 (5,4 %)             |
| 2.  | v navodilih in drugih besedilih, ki spremljajo vaše izdelke in storitve? |                        |
| a)  | Da.  | 421 (72,6 %/68,3 %)    |
| b)  | Občasno.   | 140 (24,1 %/22,7 %)    |
| c)  | Ne.  | (3,3 %/3,1 %)          |

<sup>1</sup> Podatki so bili objavljeni tudi v *Gospodarskem vestniku* 30. junija 1989, 20, 21.

\* Od vseh odgovorov (nekateri niso odgovorili, ponekod pa je bilo mogoče obkrožiti po več odgovorov; kjer ni dveh podatkov, sta pač oba deleža enaka).

\*\* Od 616 (toliko vprašalnikov smo dobili).

3. v reklamnih besedilih?	
a) Da.	473 (84,3 %/76,8 %)
b) Občasno.	53 (9,4 %/8,6 %)
c) Ne.	16 (2,9 %/2,6 %)
č) Nimamo.	19 (3,4 %/3,1 %)
4. v svojem glasilu?	
a) Da.	331 (66,7 %/53,7 %)
b) Občasno.	33 (6,7 %/5,4 %)
c) Ne.	16 (3,2 %/2,6 %)
č) Nimamo.	116 (23,4 %/18,8 %)
5. v javnih nastopih vaših predstavnikov?	
a) Da.	282 (52,0 %/45,8 %)
b) Občasno.	166 (28,8 %/25,3 %)
c) Ne.	101 (18,6 %/16,4 %)
č) Nimamo.	3 (0,6 %/0,5 %)
III. Komu ste naložili skrb za jezik v vaši organizaciji?	
1. Imamo svojega lektorja.	18 (2,4 %/2,9 %)
2. Imamo delavca, ki lektorira, a je tudi . . .	37 (4,8 %/6,0 %)
3. Imamo delavca, čigar poglavitno delo je . . . poleg tega pa skrbi še za jezik.	91 (11,9 %/14,8 %)
4. Za jezik skrbi zunanji sodelavec.	69 (9,0 %/11,2 %)
5. Vsak pisec (govorec) mora skrbeti za jezik sam.	436 (57,0 %/70,8 %)
6. Za jezik pri nas nihče posebej ne skrbi.	114 (14,9 %/18,5 %)
IV. Kakšno izobrazbo ima človek ki v vaši organizaciji skrbi za jezik?	
1. Smer (stroka): . . . glejte razlago	
2. Stopnja: . . . glejte razlago	
Na to vprašanje je bilo malo odgovorov.	
V. Ali se dopolnilno izobražuje?	
1. Da,	23 (5,0 %/3,7 %)
a) na seminarjih in posvetih	111 (24,2 %/18,0 %)
b) s študijem ob delu	49 (10,7 %/8,0 %)
c) s podiplomskim študijem	3 (0,7 %/0,5 %)
č) s samoizobraževanjem	135 (29,5 %/21,9 %)
d) drugače: . . .	33 (7,2 %/5,4 %)
2. Ne.	104 (22,7 %/16,9 %)
Na to vprašanje mnogi niso odgovorili.	
VI. Čemu se predvsem posveča?	
1. Slovnični in pravopisni pravilnosti	199 (33,7 %/32,3 %)
2. Slovenskemu izražanju	169 (28,6 %/27,4 %)
3. Pravilni rabi strokovnih izrazov	123 (20,9 %/20,0 %)
4. Slogu	63 (10,7 %/10,2 %)
5. Drugemu: . . .	6 (1,0 %)
6. Ni opaziti izrazitih posegov	28 (4,8 %/4,5 %)
7. Vsemu	2 (0,3 %)
Na to vprašanje mnogi niso odgovorili.	
VII. Ali vodilni delavci v vaši organizaciji podpirajo skrb za jezik?	
1. Da.	477 (78,6 %/77,4 %)
2. Vseeno jim je.	90 (14,8 %/14,6 %)
3. Ne.	30 (4,9 %)
4. Različno.	10 (1,7 %/1,6 %)

- VIII. Kateri vzroki po vašem mnenju botrujejo slabemu jeziku v organizacijah?
- |   |                     |
|---|---------------------|
| 1. Slaba jezikovna izobrazba (slab jezikovni pouk).                                       | 281 (23,8 %/45,6 %) |
| 2. Prepričanje, da je važna vsebina, jezik pa ne.   | 248 (21,0 %/40,3 %) |
| 3. Prevladovanje gmotnih koristi nad kulturo (jezika).                                    | 91 (7,7 %/14,8 %)   |
| 4. Slab jezik predpisov, okrožnic in drugih uradnih besedil, ki prihajajo v organizacije. | 201 (17,0 %/32,6 %) |
| 5. Splošna nezainteresiranost in površnost pišoöih . . .                                  | 300 (25,4 %/48,7 %) |
| 6. Drugo: . . .   | 59 (5,0 %/9,6 %)    |
- IX. Ali bi bili v vaši organizaciji voljni pripraviti pogovor o jeziku, kjer bi sodelovali člani sveta za slovenščino v javnosti pri RK SZDL in vaši delavci, tudi vodilni, še posebej pa seveda tisti, ki se ukvarjajo z obveščanjem, ekonomsko propagando, glasilom in podobnim?
- |   |                     |
|---|---------------------|
| 1. Da. Predlagamo, da bi se pogovarjali o . . . | 281 (51,7 %/45,6 %) |
| 2. Ne.  | 235 (43,3 %/38,1 %) |
| 3. Ne vem.                                      | 6 (1,1 %/1,0 %)     |
| 4. Skupaj z drugimi.                            | 21 (3,9 %/3,4 %)    |
- X. Ali bi se udeležili seminarja o jeziku v gospodarstvu in turizmu?
- |            |                     |
|------------|---------------------|
| 1. Da.     | 407 (70,8 %/66,1 %) |
| 2. Ne.     | 150 (26,1 %/24,4 %) |
| 3. Mogoöe. | 18 (3,1 %/2,9 %)    |
- XI. Da bomo laže navezali stike z vami, nam povejte še poglobitve podatke
1. o svoji delovni organizaciji: . . .
  2. o sebi . . .

Zelo redki nam niso zaupali, kdo, kaj in od kod so.

### Povednost odstotkovnih podatkov

I. Skrb za jezik v gospodarstvu je, sodeč po dobljenih podatkih, absolutno *potrebna*. To zatrjuje 99,2 % vrnjenih vprašalnikov. Vprašanje je seveda, kako si razlagamo 74,6 % nevrnjenih.

II. Opazno je, da v delovnih organizacijah najbolj skrbijo za jezik v zunanjem sporoöanju, še posebej v prepriöevalnih besedilih (reklami), namenjenih nestrokovnjakom – kupcem. Že za besedila, namenjena istemu sprejemniku, ki pa nimajo prepriöevalnega namena, ampak so predvsem informacija (navodila, spremna besedila k izdelkom), je skrb manjša. Še manjša (ali sploh ne) je skrb za jezik v notranjem sporoöanju delovne organizacije, tj. v glasilih in dopisih. Po podatkih, ki smo jih mimo ankete dobili ob pregledovanju glasil delovnih organizacij, lahko to potrdimo. Od pregledanih 110 glasil jih ima le 18 imenovanega lektorja, ki je odgovoren za njihovo jezikovno podobo. Le del dopisov sodi k notranjemu sporoöanju, drugi del gre med besedila zunanjega obveščanja (dopisi med delovnimi organizacijami). Dopisi so bolj strokovni kot reklame. Zdi se, da dopisi kljub občutljivemu razmerju med ponudbo, prodajo in nakupom še vedno ostajajo klišejski in jim prepriöevalnost ni potrebna.

III. Precej nad polovico odgovorov (57 % oz. 70,8 %) trdi, da mora za jezik skrbeti vsak sam. To bi neobremenjenemu bralcu vprašalnikov (tj. tistemu, ki o jeziku gospodarskih besedil ne ve ničesar) pričalo o povprečno zelo razviti jezikovni zavesti (in znanju) pišoöih v slovenskem gospodarstvu. Vsakemu, ki ima opravka s temi besedili (kot jezikoslovec ali le kot kupec), pa tolikšen odstotek zaverovanosti in svoj lastni prav lahko pomeni le brezbriznost. Skrb za jezik je v tem kontekstu samo pravica vsakega posameznika, ne pa tudi njegova dolžnost, čeprav se odgovor III. 5 glasi Vsak pisec (govorec) *mora* skrbeti za jezik sam. In če ne skrbi? Njegov problem! (Gospodiöna v Pigmalionu je s svojim »jezikom« lahko samo uliöna prodajalka vijolic, ne more pa biti trgovka, kaj šele gospodarstvenica!) Lektor kot »öistilec« po našem mišljenju nikakor ni rešitev za jezikovno podobo kateregakoli gospodarstva, tudi slovenskega ne. In vendar je v stanju, ko »mora vsak sam skrbeti za svoj jezik« (kakor ve in zna), veöinoma eden redkih, ki zares ve, kako se stvari streže. Za razpravo o tem, kaj je in kaj naj bi bil lektor v delovni organizaciji, tu ni prostora, opozorimo naj le na razliko med jezikovnim »öistilcem/gasilcem« in jezikovnim svetovalcem.

Samo 18 anketirancev je odgovorilo, da imajo svoje lektorje, pa še od teh jih 6 ne lektorira vsega (4 samo glasilo), 4 pa so le zunanji sodelavci. Po izobrazbi so večinoma slovenisti (8 z visoko in 2 z višjo izobrazbo), po eden pa novinar, višji upravni delavec in gimnazijski maturant (za 5 nimamo odgovorov). Organizacije, ki imajo lektorje, imajo v primerjavi s povprečjem nekaj prednosti: več dopolnilnega jezikovnega izobraževanja (samoizobraževanje 72,2 %, seminarji 44,4 %), bolj (seveda ne vemo, ali tudi bolje) skrbijo za jezik v navodilih (88,9 %), reklamah (94,4 %) in zlasti v glasilih svojih organizacij (da 77,8 %, ne 11,1 %) ter za seminarje (da 88,9 %, ne 5,6 %). Razmerja zlasti pri skrbi za jezik v posameznih vrstah besedil v resnici gotovo niso taka, kot kažejo odstotki, temveč so še bolj v prid organizacijam z lektorji, saj je veliko anketirancev odgovorilo na vprašanja II. 1–5 z »da«, potem pa so obkrožili III. 5 ali celo III. 6.

2. in 3. ponujeni odgovor na III. vprašanje sta anketirance zaradi podobnosti verjetno nekoliko zmedla, saj težko verjamemo, da imajo v dveh organizacijah delavca, katerega poglavitno delo je lektoriranje, mimogrede pa je še vodstveni delavec. Skrb za jezik, v prvi vrsti ali dodatno, je pretežno naložena referentom za izobraževanje in informiranje, prevajalcem, urednikom in kadrovikom (?). Zanimivo je, da med lektorji ni veliko novinarjev in da le malo korektorjev skrbi tudi za jezik (dobri stari časi, ko se je človek lahko zanesel na korektorja kot na pravopis ali slovnico, so torej nepreklicno minili). Da pa so lektorji hkrati tudi korektorji in uredniki, je logična posledica dejstva, da se v organizacijah ukvarja z izdajo glasila večinoma en sam človek.

IV. Na prvi del vprašanja je bilo 195 odgovorov. Najpogosteje skrbijo za jezikovno pravilnost slavisti (51, ali so vsi tudi slovenisti?). Od teh jih ima 19 višjo izobrazbo in samo 32 visoko. Poleg slavistov oblikujejo jezik največkrat pravniki (19), novinarji (16), profesorji (10, seveda neslovenisti) in ekonomisti (10). Od višje izobraženih se ukvarjajo z jezikom višji upravni delavci (23) in učitelji različnih smeri (7). Gimnazijski maturanti (11), tehniki (10), ekonomski tehniki (10) pa so najpogostejši oblikovalci jezika s srednjo izobrazbo.

Na prvi del vprašanja pogosto ni odgovora, pač pa so odgovorili le na drugi del in zapisali stopnjo izobrazbe. Odgovorilo je 200 vprašanih: z jezikom se ukvarja 92 visoko izobraženih, 73 jih ima višjo izobrazbo in 35 srednjo.

V. Peto vprašanje je bilo nekoliko zavajalno. Ni namreč posebej poudarjeno, ali se dodatno *jezikovno* izobražuje (ne pa morebiti v svoji stroki, ki večinoma, kot je razvidno iz IV. vprašanja, ni slovenistika). Rezultat ankete, da se jih 77,3 % oz. 57,3 % dopolnilno (jezikovno) izobražuje, je malce preveč optimističen, tudi če upoštevamo, da je na to vprašanje odgovorilo le 74,4 % vrnjenih vprašalnikov.

VI. Skrb za jezik je namenjena predvsem slovnični in pravopisni pravilnosti (33,7 % oz. 32,3 %) in slovenskemu izražanju (28,6 % oz. 27,4 %), to se pravi tistemu normativnemu minimumu, ki ga mora upoštevati vsako zapisano besedilo, ki ni izključno zasebno. Da slovensko gospodarstvo dá nekaj na lastno strokovnost, kažejo odgovori, da skrbijo za pravilno rabo strokovnih izrazov (20,9 % oz. 20 %). Le 10,7 % oz. 10,2 % anketiranih skrbi za slog in zahtevnejše prvine besedila.

VII. Vodilni delavci tako rekoč v celoti podpirajo skrb za jezik. Tako trdi 78,6 % oz. 77,4 % vrnjenih vprašalnikov. Pri tem se ne moremo ubraniti primerjanju odgovorov na to vprašanje z odgovori na XI. 2. In seveda, kako je s to podporo v organizacijah, ki na vprašalnik niso odgovorile.

VIII. Slab jezik besedil v gospodarstvu je v glavnem posledica slabe jezikovne izobrazbe, splošnega nezanimanja in površnosti pišočih ter prepričanja, da je važna vsebina, jezik pa ne (in vendar vemo, da je vsebina neločljivo povezana z obliko, in to ne le v besedilu) – skupaj tako misli 70,2 % anketirancev. Ker je kar 59 vprašanih zapisalo svoje mnenje o vzrokih pod Drugo (to je 10 % od 616 vrnjenih vprašalnikov), navedimo še najpogostejše dodatne razloge: na prvem mestu (15) je številčnost delavcev iz drugih republik, po 8 jih meni, da je za to kriva nizka izobrazbena raven (delno sodi to k VIII. 1) in pomanjkanje časa (preobremenjenost); po trije krivijo srbohrvatizme, ki so posledica poslovanja z neslovenskimi jugoslovanskimi podjetji, in pretirano zagledanost v lastno stroko (poslovnost, komercializacija), znotraj katere so jezikovna vprašanja nepomembna (ponovno se nam vsiljuje zgodba iz Pigmaliona).

IX. Polovica organizacij, ki so na to vprašanje odgovorile, želi z nami sodelovati pri pripravi pogovora o jeziku.<sup>2</sup> Predlagajo več tem. Nekatere so širše: jezik kot kulturna in narodnostna identiteta – odnos do jezika, jezikovna pravilnost/normativnost. Druge zadevajo gospodarstvo nasploh: jezik v gospodarstvu, pomen jezika za uspešnost in ugled delovne organizacije, strokovno izrazje; ali posamezna področja znotraj gospodarstva: poslovni jezik, jezik gospodarskega obveščanja (EP), jezik v glasilih, jezikovni stiki z neslovenskimi organizacijami v Jugoslaviji, jezikovno izobraževanje delavcev iz drugih republik. Organizacijam, ki si pogovora želijo, lahko prištejemo še odgovore IX. 4, tj. tistih, ki bi pogovor o jeziku želeli, a so premajhni in so pripravljene sodelovati pri pripravi takega pogovora skupaj z drugimi organizacijami. Poglavitni razlog za odgovore »ne« so ekonomske težave (za kaj takega ni denarja) in premalo razumevanja za pogovor o jeziku.

X. Le 26,1 % oz. 24,4 % odgovorov zatrjuje, da se seminarja o jeziku v gospodarstvu in turizmu ne bi udeležili. Za odgovore Mogoče je največkrat razlog denar: izpolnjevalec vprašalnika ni prepričan, da bi delovna organizacija takšno izobraževanje plačala.

XI. Povzemanje in vrednotenje odgovorov na vprašanje o delovnem mestu izpolnjevalca vprašalnika je oteženo zaradi različnosti poimenovanj (istega?) delovnega mesta (npr. nekateri so vodje splošne kadrovske službe, drugi njeni direktorji) in zaradi pomanjkljivega navajanja (mnogi so npr. navedli le, da so direktorji ali pomočniki direktorja, ne pa tudi direktorji česa, kar za vrednotenje podatkov ni brez pomena). Ne glede na to lahko povzamemo, da je nad polovico izpolnjevalcev (344) vodstvenih delavcev v delovni organizaciji (direktor, pomočnik direktorja, vodja splošne kadrovske, pravne, samoupravne, finančno-računovodske službe itd.). Tem sledijo tajnice oz. tajniki (44). Tistih, ki se pri svojem delu (in po svoji funkciji) največ ubadajo z jezikom, je presenetljivo malo (v primerjavi z vodstvenimi delavci): organizator izobraževanja (44), urednik glasila (14), novinar (7), lektor in/ali korektor (6), prevajalec (2) – skupaj torej 73.

Takšno razmerje funkcij, ki jih opravljajo izpolnjevalci naše ankete, je za nas nekoliko presenetljivo. Pričakovali smo, da se bodo v večji meri odzivali tisti, ki nekako po naravi dela spremljajo jezikovno problematiko v gospodarstvu in zato lahko bolje ocenijo odnos do jezika v delovni organizaciji.

V povzetku lahko ugotovimo, da je jezikovna zavest slovenskih gospodarstvenikov deklarirano enotna, možnosti in zmožnosti pa so različne. Predvsem velja, da gospodarstvo za to zavest in zmožnosti pogosto ni pripravljeno plačati. In če se hočemo obnašati tržno, moramo skoraj priznati, da imajo prav, a s to pripombo, da bi morale to isto gospodarstvo hkrati zahtevati, da strokovnjaki različnih stopenj pridejo na delovno mesto z že pridobljenim jezikovnim znanjem. Ker morajo biti najbolj »pismeni« ravno visoko izobraženi kadri (t. i. vodstveni delavci, ker preprosto največkrat nastopajo kot tvorci besedil), gotovo ni v interesu podjetja, da je njihov strokovnjak o slovenski slovnici in pravopisu, pa o jezikovni zvrstnosti itd. nazadnje nekaj slišal ob koncu srednje šole, nato pa med študijem požiral znanje predvsem iz obsežne tuje literature in se učil le tujega (npr. angleškega) strokovnega jezika. In kljub temu prevajalska služba v gospodarskih organizacijah ni vprašanje. Stanje lektorske dejavnosti pa je razvidno iz III. vprašanja.

Anketo so obdelali člani delovne skupine za jezik v gospodarstvu in turizmu.

*Erika Kržišnik*  
Filozofska fakulteta v Ljubljani

<sup>2</sup> V gospodarski organizaciji Krka v Novem mestu smo se npr. že pogovarjali o jeziku v njihovem glasilu.