

VREDNOST ZNANJA JEZIKA V GOSPODARSTVU: IZBRANI RAZISKOVALNI REZULTATI**

Povzetek. V prispevku želimo z izbranimi rezultati našega empiričnega raziskovanja osvetliti pomen slovenskega jezika in vlogo tujih jezikov v povezavi z ekonomskimi spremenljivkami. Rezultati raziskovanj potrjujejo, da ekonomija vpliva tako na izbiro kot na rabo jezika v specifičnih, z ekonomsko kategorijo zaznamovanih situacijah, kar pomeni, da ekonomske spremenljivke vplivajo tudi na položaj slovenskega jezika v podjetjih, ki imajo sedež v Sloveniji. Predstavljeni so različni teoretični koncepti, ki povezujejo jezik in gospodarstvo, posebej pa so predstavljeni slovenski avtorji, ki so v preteklosti pisali in opozarjali na to povezavo. Osrednji del prispevka prikazuje rezultate empiričnega dela raziskovalnega projekta, ki je obsegal intervjuje z vodilnimi osebami v različnih podjetjih v Sloveniji in slovenskem zamejstvu – v Italiji, Avstriji in na Madžarskem. V intervjujih nas je zanimala predvsem vrednost znanja in rabe jezika (slovenskega, manjšinskega ali tujega), kot jo razumejo naši intervjuvanci. Pokazalo se je, da je vrednost znanja jezikov tesno povezana z ugodnimi ekonomskimi posledicami, ki jih tako znanje prinaša.

Ključni pojmi: vrednost jezika, slovenščina, gospodarstvo, empirična raziskava

Uvod

Obravnavanje jezika je kompleksna naloga, ki se dotika različnih disciplin, kajti jezik ni samo sistem znakov in ni namenjen samo sporazumevanju. Čeprav meja med različnimi vidiki jezika ni jasno začrtana, pa je vedno pomembno, s katerega vidika obravnavamo jezik.

Znanje jezika ni samo akademska vrednost, temveč jezik v najširšem pomenu integrira/združuje tudi druge pomene in vrednosti. Jeziki so si z jezikoslovnega stališča enakovredni, vsak izmed njih je popoln v smislu,

* Dr. Sonja Novak Lukanovič, višja znanstvena sodelavka in redna profesorica, Inštitut za narodnostna vprašanja, Slovenija.

** Izvirni znanstveni članek.

da jezikovno izražanje zadovolji komunikacijskim potrebam. Toda z vidika sociolingvistike jeziki niso enakovredni; raba nekaterih jezikov presega njihove državne in politične meje, pri tem pa se večata njihov pomen in tudi moč (Skubic, 2004: 316). Družbenoekonomski dejavniki vplivajo na spremembe v pomenu in vrednosti znanja enega, dveh ali več jezikov. Ko govorimo o rabi posameznega jezika, ne govorimo le o njeni obliki, temveč o jezikovni rabi v kontekstu, pri kateri gre za indeksikalne družbene prakse (Silverstein, 1998: 138).

Obnavljanje jezika v kontekstu ekonomije zahteva interdisciplinarni pristop z vključevanjem jezikoslovcev, ekonomistov, sociologov. Na žalost pa literatura potrjuje, da je danes le malo ekonomistov, vsaj po naši oceni, ki bi se sistematično ukvarjali s povezavo jezika in ekonomije oziroma povezavo in vlogo jezika v gospodarski uspešnosti podjetja ali družbe.

V prispevku želimo z izbranimi rezultati našega empiričnega raziskovanja osvetliti pomen slovenskega jezika in vlogo tujih jezikov v povezavi z ekonomskimi spremenljivkami. Rezultati raziskovanj potrjujejo, da ekonomija vpliva tako na izbiro kot na rabo jezika v specifičnih, z ekonomsko kategorijo zaznamovanih situacijah (Grin, 1996; Novak Lukanovič, 2016), kar pomeni, da ekonomske spremenljivke vplivajo tudi na položaj slovenskega jezika v podjetjih, ki imajo sedež v Sloveniji.

Povezava jezika in ekonomije: različni raziskovalni pristopi

Literatura ne navaja enotnega teoretičnega koncepta, ki bi povezavo med jezikom in ekonomijo utemeljeval kompleksno in sistematično. Marschak¹ je bil eden izmed prvih, ki je v svojih delih v središče postavil vprašanja, zakaj se raba jezikov spreminja, zakaj se nekateri jeziki bolj ohranjajo kot drugi in kaj pomeni učinkovitost jezika. Jezik je bil zanj objekt izbire, ki je usmerjen v dosego določenega cilja. Izbiro jezika za komuniciranje ali pa izbiro za učenje nekega jezika je apliciral na standarde mikroekonomije in jih povezal na isti način, kot so povezane vse ekonomske odločitve posameznika, od nakupa izdelka do investicije, ki vedno predstavljajo za posameznika rezultat – najboljšo izbiro v danem trenutku.

V naslednjih letih so tudi raziskave, ki so obravnavale vloge posameznih jezikov v različnih družbah oziroma okoljih, potrdile moč ekonomskih dejavnikov pri izbiri in rabi posameznega jezika (Edwards, 1985). Mnogi raziskovalci (Grenier in Vaillancourt, 1983; Grin, 1996) tudi potrjujejo, da ekonomske spremenljivke prispevajo k zaščiti in promociji manjšinskih

¹ Pri tem omenjenega avtorja citiramo iz Grina (1996), ki piše, da je Marschak v članku *Economics of language, objavljenem leta 1965 v reviji Behavioral Science (10: 135–140)*, postavil izhodišča za obravnavo ekonomije jezika.

jezikov ter vplivajo na strukturne spremenljivke etnolingvistične vitalnosti skupnosti, kot jih je opredelil Giles s sodelavci (1977: 309).

Povezavo jezika z ekonomijo je brez dvoma zaznamoval Bourdieu (1991). Jezik je zanj proizvod, enači ga z denarjem, ker oba predstavljata sredstvo izmenjave in ustvarjata kapital. Njegovo izhodišče o vrednosti jezika vključuje govorce jezika (Bourdieu, 1991: 43–102). Z menjavo jezika oziroma z uporabo drugega jezika se prav prek simbolične moči jezika odraža tudi moč in avtoriteta govorca v ekonomskem in kulturnem pogledu. Bourdieu izpostavlja jezikovno kompetenco, ki posamezniku predstavlja jezikovni kapital, ta pa je vedno v povezavi s trgom. Na ta način se ustvarja jezikovni trg, na katerem so lahko nekateri jeziki pozitivno ali pa negativno vrednoteni.

Družbenoekonomski položaj območja, formalna jezikovna politika, neformalno izobraževanje in tudi percepcija posameznikov do različnih jezikov ustvarjajo strukturo jezikovnega trga, na katerem se promovira določen tip jezikovne prakse oziroma jezikovnega vzorca. Jezik na eni strani lahko deluje kot močen instrument v povezovanju različnosti, gradi zaupanje in izboljšuje komuniciranje v najširšem pogledu. Na drugi strani pa ekonomski parametri lahko vplivajo na jezikovno diskriminacijo v medskupinskih odnosih. V različnih družbenih/jezikovnih procesih v večkulturnem okolju ima pomembno vlogo državni jezik. Vsak drugi jezik, tudi če je uradni, je v okolju povezan z državnim. Državni jezik pa je tisti, ki predstavlja neke vrste izhodiščno normo, ki omogoča, da se lahko vse druge jezikovne prakse, ki se v okolju uporabljajo, tudi objektivno merijo. Na ta način se ustvarja jezikovni trg, ki jeziku določa ponudbo in povpraševanje ter ustvarja pogoje konkurence, usmerja distribucijo, določa vrednost, ustvarja posreden ali neposreden dobiček. Jezik na jezikovnem trgu prispeva tudi k odpravi psiholoških mej, lažjemu dostopu do drugega/tujega trga, uspehu na trgu delovne sile (delovno mesto) in mobilnosti – fleksibilnosti na trgu delovne sile. Jezikovni trg je strukturno vezan na ekonomijo in politiko države, predvsem na moč obeh. Politika države zlasti z jezikovnim načrtovanjem močno vpliva na stopnjo znanja posameznega jezika, na njegovo rabo in družbeno vrednotenje, torej na vrednost jezika (Gazzola, 2014).

Literatura navaja, da je treba ekonomski vidik jezika upoštevati tudi pri oblikovanju jezikovno-izobraževalne politike države, ki prav z jezikovnim in izobraževalnim načrtovanjem vpliva na vlogo, položaj in status jezika ter s tem tudi na strukturo jezikovnega trga (Wodak in Menz, 1990; Grin, 2003; Gazzola, 2014). Strukturno jezikovnega trga in odgovore na vprašanja, zakaj se nekatere jezike bolj in druge manj poučuje oziroma uči v določenih okoljih, pa dajejo odgovori, ki upoštevajo poleg družbenoekonomskih dejavnikov in jezikovo-izobraževalne politike tudi različne oblike neformalnega izobraževanja. Zlasti o vplivih različnih oblik neformalnega jezikovnega izobraževanja pa raziskave ne poročajo.

Lazear (1999a, 1999b) je v svojem raziskovanju izpostavil vprašanje jezika predvsem z organizacijske perspektive in ugotavljal, da globalna podjetja najemajo delavce, ki obvladajo dva jezika. Pri tem podjetja izhajajo iz premise, da je dvojezični delavec veliko bolj atraktiven na trgu delovne sile. Tudi druge raziskave potrjujejo, da znanje jezikov oziroma biti dvojezičen predstavlja posamezniku vrednost, ki mu omogoča prednost na trgu delovne sile (Erreygerss, 2005) in mu prinaša boljši finančni zaslužek (Carliner, 1981). Empirično je potrjeno, da jezikovna spretnost oziroma višja stopnja sporazumevalne zmožnosti vpliva na trg delovne sile. Zlasti je to mogoče zaznati med migrantsko populacijo (Dustmann, 1994), medtem ko v večkulturnih območjih – etnično mešanih okoljih – stopnja jezikovne zmožnosti, pri čemer imamo v mislih stopnjo znanja manjšinskega jezika, ni statistično pomembna kategorija pri ustvarjanju zaslužka, na primer v Walesu (Henley in Jones, 2001), in tudi ne pri zaposlovanju na različna delovna mesta. O tem poročajo tudi rezultati empiričnega raziskovanja v Sloveniji (Novak Lukanovič, 2002).

Čeprav so pristopi pri obravnavanju vloge manjšinskih jezikov glede na posamezno okolje različni, je obravnavanje vloge manjšinskih jezikov, predvsem v preteklosti, največkrat osredotočeno predvsem na dimenzijo ohranjanja kulturne dediščine ter obravnavanje jezika kot pomembnega simbola identitete posameznika in skupine ter prenašalca kulture, torej obravnavanje jezika manjšine v netržnem pomenu. Z ekonomskega vidika se jezik največkrat obravnava le v povezavi s kulturno/jezikovno produkcijo, ki je predstavljena v kvantitativnem pogledu in obravnavana kot strošek. Investicija v jezik oziroma jezikovno produkcijo, obravnavana v ozkem ekonomskem pomenu, je lahko že v izhodišču obsojena na izgubo in je nespremenljiva. To pomeni, da je na primer število izdanih knjig v jeziku manjšine, število bralcev revij oziroma časopisov, ki izhajajo v jeziku manjšine, v numeričnem obsegu vedno majhno in prav zato v ekonomskem pogledu največkrat ne pokrije niti stroškov produkcije, kaj šele, da bi ustvarilo finančni dobiček. Toda prinaša neposredne dolgoročne rezultate, ki vodijo v ohranjanje manjšinskega jezika (Grin, 1996).

V današnjem času se močno poudarja vpliv globalizacije na povečano ekonomsko oziroma gospodarsko aktivnost, ki posredno zaznamuje tudi izbiro in rabo določenega jezika, kajti globalno gospodarstvo se ne ustavi znotraj meje ene skupnosti/države in tako ustvarja novo usmeritev – ustvarja se generacija študij, ki povezujejo jezik in ekonomijo. V procesih globalne organiziranosti gospodarstva in kapitala se pojavljajo ljudje in organizacije, ki morajo med seboj komunicirati zelo hitro in dobro, da dosežejo uspeh in cilj, ki ga postavlja kapital. V tem komuniciranju pa niso pomembne samo nove informacijske tehnologije, pomemben je tudi jezik, ki se razlikuje od blaga, storitev in sredstev, kajti upravljanje blaga in storitev brez jezika ne

obstaja. Upravljanje jezika pomeni upravljanje uporabnikov (Cameron, 2005). V tej perspektivi postajata vloga in odnos do jezika specifična. Jezik postaja pomembno komunikacijsko sredstvo, ki posamezniku pomaga v tekmovalnem okolju. Tako je jezik brez dvoma lahko eden izmed indikatorjev ekonomske globalizacije, s katerim je mogoče meriti oziroma ugotavljati tudi intenzivnost različnih družbenih in gospodarskih procesov, ki zaznamujejo nacionalna gospodarstva. Debeljak (2000: 80) je povezal jezik s specifičnostjo posameznega gospodarstva v razmerah globalizma in zapisal »nacionalnega izvora kapitala v mega korporacijah, ki v prizadevanju po stvaritvi globalnega tržišča brez (jezikovnih, političnih, etničnih, religioznih) meja vedno bolj narekujejo pogoje nacionalnim vladam, ne le ni mogoče odkriti, ampak je preprosto nepomemben. Zdi se mi, da je torej edino, kar danes sploh utegne še ohraniti sledi specifično nacionalnega izkustva, prav kultura in z njo jezik«.

Vloga slovenskih avtorjev pri obravnavi povezave jezika in ekonomije v preteklosti

Čeprav analiza znanstvene in strokovne literature, ki smo jo delno prikazali v predhodnem poglavju, kaže, da so se znanstveniki v svetu začeli intenzivno ukvarjati s povezavo jezika in ekonomije zlasti v 80. in 90. letih 20. stoletja, pa nas literatura prav tako opozarja, da smo na slovenskih tleh že zelo zgodaj zasledili zanimanje med slovenskimi intelektualci za povezavo jezika z gospodarstvom, predvsem za ekonomsko vrednost jezika. To je posledica družbenopolitičnega položaja in vloge slovenskega jezika, zgodovinskih dogodkov ter razmer na začetku 20. stoletja (Novak Lukanovič, 2016). Za osvetlitev te naše trditve je treba izpostaviti, da je že leta 1921 slovenski politik in gospodarstvenik Andrej Gosar² (1985) ugotovil, da sta jezik in ekonomija povezana, in zapisal, da »jezikovno vprašanje sega globoko na gospodarsko polje ... Vprašanje, ali se moramo mi učiti tujega jezika ali se morajo narobe drugi učiti našega, ni samo idealne, temveč tudi velike praktične vrednosti ter je pristno gospodarsko vprašanje«. Družbenopolitični položaj in položaj slovenskega jezika ter razmere po koncu prve svetovne vojne so v novonastali državi vplivali na to, da so bila razmišljanja o ekonomski vrednosti jezika v povezavi s simbolično vrednostjo prisotna ne le med jezikoslovci, temveč predvsem med gospodarstveniki. V tistem času je Gosar v svojem delu o narodnostnem vprašanju s poglavjem *Jezik v gospodarskem življenju*

² Andrej Gosar (1887–1970), pravnik, politik, ekonomist, ki je napisal številne članke o družbenem, kulturnem, političnem in ekonomskem položaju Slovencev na začetku 20. stoletja. Je eden izmed redkih avtorjev v slovenskem prostoru, ki je v svojih delih presegel ekonomski/gospodarski vidik narodnega vprašanja. Pri obravnavanju vloge jezika je poskušal dodati jeziku ekonomsko kategorijo, ekonomijo pa obogatiti z jezikom, pri čemer je izpostavljaj vlogo slovenščine.

dal osnovo današnjemu obravnavanju povezave jezika in ekonomije. Źal pa je tudi njegovo pisanje prav zaradi jezika (slovenskega) ostalo znano samo ozkemu krogu bralcev. Gosar (1985: 116) je o enakopravnosti jezikov na institucionalni ravni oziroma o institucionalni vrednosti jezika zapisal:

Ogromen del naroda, cigar jezik se zapostavlja in v javnosti ne priznava, je tako priklenjen na najnižjo stopnjo socialnega življenja, na drugi strani pa se odpira članom vladajočega naroda prosta pot do vseh boljših mest v zasebnem in javnem življenju. Od najvišjega mesta v javni službi pa do najnavadnejšega predelavca v zasebnem podjetju, vse jim je na razpolago, treba jim je za to le potrebnega strokovnega znanja, dočim je članu neenakopravnega naroda pri najboljši strokovni usposobljenosti, brez znanja tujega jezika, nemogoče doseči tudi le najnižje izmed boljših mest. (Gosar, 1985: 116)

V zaključku omenjenega poglavja je Gosar (Gosar, 1985: 117) še zapisal: »Notranja zveza med jezikovnim oziroma narodnim in gospodarskim vprašanjem je jasna, in nobenega dvoma ni, da vodi jezikovna neenakopravnost k splošni narodni neenakopravnosti, iz katere izvira popolna gospodarska odvisnost in socialna zapostavljenost.« Vsi navedeni citati Gosarja imajo tudi velik simbolični pomen.

Drugi, prav tako pomemben avtor, ki v svojih delih kar nekaj let kasneje in tudi iz drugačnega družbenoekonomskega izhodišča povezuje pomen jezika z ekonomskim razvojem, je Toussant Hočevar, slovensko-ameriški ekonomist in zgodovinar,³ ki ga še danes citirajo številni sodobni avtorji (na primer Grin). V svojih razpravah obravnava razmerje med etničnostjo in gospodarskim razvojem, pri čemer posebej izpostavlja jezik kot element etničnosti in pravi, naj bodo institucije, ki vplivajo na gospodarski razvoj, jezikovno usklajene s prebivalstvom nekega ozemlja, če naj bo družbeni produkt kar največji. Prav tako izpostavlja jezik in navaja, da prav ta jezik ustvarja in omogoča mobilnost, ter se sprašuje, ali družbena ločnica vedno sovпада z jezikovno. Primeri iz vsakdanjega življenja v preteklosti in danes to zavračajo. Hočevar (1976) trdi, da jezikovni monopol omogoča privilegiran

³ Rodil se je v Ljubljani in tam tudi maturiral. Leta 1946 se je najprej vpisal na Ekonomsko fakulteto Univerze v Ljubljani, nato pa emigriral v Avstrijo, kjer je leta 1951 iz ekonomije diplomiral na innsbruški univerzi. Po diplomi se je preselil v ZDA in nadaljeval študij na čikaški univerzi. Zaposlil se je kot uradnik, leta 1957 pa postal docent na Severni državni univerzi (Northern State University) v Aberdeenu (Južna Dakota). Od leta 1960 je poučeval na Kolidžu Keuka (Keuka College) v New Yorku, od leta 1966 dve leti na Državni univerzi Floride (Florida State University) v Tallahasseju in končno na Univerzi v New Orleansu (University of New Orleans), kjer je leta 1970 postal redni profesor. Kot gostujoči profesor je predaval tudi na različnih evropskih univerzah. Ukvarjal se je z ekonomsko teorijo, gospodarsko zgodovino slovenskega prostora in problemi manjšin. Bil je med ustanovitelji Society for Slovene Studies, osrednje ameriške organizacije za slovenske študije, in je veliko objavjal v društvenem glasilu.

položaj, kar lahko potrdimo tudi danes. Prav tako izhaja iz trditve, da znanje nekega jezika pomeni kapitalno investicijo, ki je ireverzibilna – zaprta je v človekovih možganih in je ni moč odtujiti kot kako fizično dobrino, čeprav jo lahko prenašamo drugim. Kot ostale kapitalske dobrine pa je tudi znanje nekega jezika podvrženo deprecijaciji.⁴ V svojem delu *Slovenski družbeni razvoj* piše, da so za razliko od nemško govorečega ljudstva Slovenci morali, ko so se vključevali v dejavnosti, za katere je veljal nemški jezikovni sistem, nositi dodaten investicijski strošek, ki ga je terjalo učenje nemščine. Dokler je šlo za redke posameznike, so bili ti stroški nižji, kot bi bili investicijski stroški za postavitev avtonomnega informacijskega sistema.

Pri razglabljanju o ekonomski obravnavi jezika Hočevar navaja, da so stroški, ki so povezani z učenjem jezika, investicijski stroški v fizične in človeške vire. Ti stroški so potrebni za prenos in kopičenje informacij ter ustvarjajo na primer dokumentacijo. Hočevar prav tako razglablja o dinamiki jezikovnih sistemov in navaja, da funkcijska meja med posameznimi jezikovnimi sistemi ni stanovitna in teži k premikanju. Kot primer navaja področje, kjer nastopata dominantni jezik A in nedominantni jezik B. Na takem področju je nujno potrebno, da posameznik pridobi znanje jezika A, ker gre za investicijo, ki mora vsebovati eksplicitne in implicitne stroške učenja, torej tudi čas. Stroški skupine B pa pomenijo pregrado/mejo, ki jo morajo premagati tisti, ki težijo k poklicem oziroma delu, ki poteka v jeziku A, torej gre za različne stroške.

Avtor, ki ga je prav tako pomembno omeniti, je Aleš Lokar, ki pa vlogo jezika obravnava na nekoliko drugačen način. V svojih delih obravnava jezik v povezavi z gospodarsko dejavnostjo manjšine. Pri tem se naslanja predvsem na slovensko manjšino v Italiji. V enem izmed svojih del, ki so nastala v soavtorstvu z Oblakom (1986), piše o problemu, ki je povezan z nizko etnično specifičnostjo ekonomske dejavnosti. Avtorja nadalje navajata, da zelo redka podjetja, če sploh kakšna, služijo izključno slovenskemu trgu in da imajo dejavniki sami po sebi, z izjemo človeškega dejavnika, nizko stopnjo etnične specifičnosti. Že sama majhnost manjšine otežuje produkcijo vseh človeških znanj in veščin, potrebnih v sodobni ekonomski dejavnosti. Prav zato so podjetja pogosto mešanega značaja, tako z etničnega (osebnega) kot s kapitalskega vidika. Avtorja poudarjata, da je svojstven pristop k reševanju tovrstnih problemov v zadnjih letih razvil Hočevar, ki je uvedel pojem jezikovne specifičnosti znotraj določenega področja, ki temelji na konceptu diferenciranih stroškov uvajanja novega jezika, ki naj bi ga govoril zgodovinsko dominanten del prebivalstva, kar je v nasprotju z vztrajanjem pri tradicionalnem zgodovinskem jeziku. Te zamisli so seveda učinkovitejše

⁴ *Ekonomska kategorija, ki jo prenaša na jezik – deprecijacija valute je zmanjšanje njene vrednosti glede na drugo valuto.*

in uporabnejše v dejavnostih, kjer so jezik, informacije in bližnji stiki s prebivalstvom osnovni funkcionalni elementi in produkcijski dejavniki. Tako lahko zaključimo, da so v primeru manjšin, kjer je jezik bistvenega pomena, najboljši kazalniki ekonomskih meritev tisti, v katerih se splošen ekonomski pomen prepleta z jezikovno specifičnostjo.

Raziskav, ki bi celovito obravnavale povezavo jezika in ekonomije in ki bi ekonomsko teorijo povezale z jezikovnim trgom v Sloveniji, literatura ne navaja, zasledimo le vire, ki obravnavajo vlogo jezika in kulture v gospodarstvu oziroma ekonomiji (na primer Pogorelec, 1983; Nečak - Lük, 1998; Osojnik, 2004). Slovenija žal ni sodelovala v evropski raziskavi o vplivu znanja tujih jezikov na gospodarstvo - ELAN (Hagen, 2006), v katero je bilo vključenih petnajst držav. Rezultati te raziskave bi nakazali povezavo vpliva znanja in rabe jezika na gospodarsko uspešnost različnih podjetij v Sloveniji in bi omogočili primerjavo z drugimi evropskimi državami.

Literatura, ki jo navajamo v tem prispevku, nas je spodbudila, da smo se v naših raziskovanjih poglobili in poskušali z empiričnimi podatki poiskati povezavo med ekonomskimi spremenljivkami ter rabo oziroma izbiro jezika v različnih dejavnostih in različnih družbenih okoljih. Pri tem smo se zavedali, da povezavo lahko obravnavamo na nivoju posameznika, na katerem izbiro jezika zaznamuje prepletenost motivacijskih silnic (ni nujno, da je ekonomska najmočnejša), ali pa na nivoju družbe, kjer jezik usmerjajo drugačne značilnosti oziroma motivacije. Empirični podatki raziskovanja o medetničnih odnosih na narodno mešanih območjih v Sloveniji⁵ so nakazali soodvisnost povezave jezika z ekonomijo. Rezultati stališč vprašanih v različnih časovnih obdobjih in analiza samoevalvacije jezikovne kompetence v korelaciji s konkretno rabo posameznega jezika v izbranih domenah so nam potrdili, da je znanje jezika za posameznika investicija ter simbolična in ekonomska vrednost.

Ekonomska vrednost jezika: empirična raziskava

Metodologija

V okviru projekta *Jezik in ekonomija*⁶ smo izhajali iz hipoteze, da ima jezik vrednost in da jezikovni trg oblikuje družba. Vrednost znanja in rabe

⁵ Pri tem velja omeniti longitudinalno in multidisciplinarno zastavljen projekt Inštituta za narodnostna vprašanja Etnična identiteta in medetnični odnosi v slovenskem etničnem prostoru (nosilka dr. Albina Nečak Lük), ki je potekal v različnih časovnih obdobjih, in sicer v Lendavi v letih 1991, 1994 in 1996 ter v slovenski Istri v letih 1994 in 1996, ter raziskavo Percepcija jezikovne in kulturne raznolikosti v obmejnih mestih (nosilka dr. Sonja Novak Lukanovič), ki je bila izvedena v letih 2004–2006 v okviru CRP Inštituta za narodnostna vprašanja.

⁶ Temeljni projekt ARRS J6 0383 Jezik in ekonomija (nosilka dr. Sonja Novak Lukanovič), 2008–2011.

jezika (slovenskega, manjšinskega ali tujega) in opredelitev jezikovnega trga sta bili osrednji raziskovalni temi. V tem kontekstu smo si postavili naslednje razsikovalne hipoteze:

- znanje jezika je za posameznika prednost, ki mu omogoča zaposlitev, ustrezno delovno mesto in boljši zaslužek;
- izbira jezika sporazumevanja vpliva na uspešno delovanje podjetja, ko vstopa na tuji/novi trg;
- znanje jezika (in kulture) prispeva k poslovnemu uspehu podjetja.

Da bi potrdili ali ovrgli postavljene hipoteze smo izvedli empirični del, ki je obsegal intervjuje z vodilnimi osebami v različnih podjetjih v Sloveniji in slovenskem zamejstvu – v Italiji, Avstriji in na Madžarskem.⁷

V prvi fazi empiričnega raziskovanja smo polstrukturirani vprašalnik pilotsko preverili z intervjuji v treh podjetjih. Za pilotsko preverjanje smo tri podjetja izbrali glede na dejavnost in usmeritev na različne trge – sosednje države, preostala Evropa, svet. Vse osebe, ki smo jih vključili v pilotsko preverjanje, so imele ekonomsko izobrazbo (doktor ekonomije, magister ekonomije, MBA) in so imele v podjetju vodilne položaje. Vprašalnik smo nato na osnovi pilotskega preverjanja ustrezno spremenili in dopolnili. Končni vprašalnik s petinpetdesetimi vprašanji je obsegal več vsebinskih sklopov: splošne podatke podjetja, lastninsko strukturo podjetja, kadrovske strukturo, usmeritev na trge, znanje jezika in delovno mesto, jezikovno izobraževanje v podjetju, prevajalsko in lektorsko dejavnost, ustno in pisno komuniciranje v podjetju (na sedežu podjetja, v matičnem podjetju), ustno in pisno komuniciranje med matičnim podjetjem ter hčerinskim podjetjem, izbiro jezika na različnih trgih, izbiro jezika in informativno gradivo, stališča do znanja jezika (tujega, sosedskega – manjšinskega).

Pri izbiri podjetij, ki smo jih vključili v vzorec, smo upoštevali naslednje kriterije: *sedež podjetja* glede na geografski položaj (osrednja Slovenija, narodno mešano območje v Sloveniji, obmejno področje v Italiji, Avstriji in na Madžarskem, kjer živi slovenska narodna skupnost), *dejavnost podjetja* (storitvene dejavnosti, trgovina, zunanja trgovina, proizvodnja), *lastninsko strukturo podjetja* (tuji kapital, slovenski kapital) in pa *usmeritev na različne trge* (Slovenija, Jugovzhodna Evropa, Evropa, svet). Izključili smo področje turizma, kajti predvidevali smo, da bi to področje doprineslo k nerealni sliki položaja posameznih jezikov in odnosa do jezikov ter posledično vplivalo tudi na objektivnost rezultatov.

Najprej smo na naslove desetih podjetij poslali prošnjo za izvajanje

⁷ V projektu smo poleg intervjujev z vodilnimi osebami, izvedli tudi anketo med izbranimi jezikovnimi šolami v Lendavi in Ljubljani ter analizo oglasov za delovna mesta v slovenskih časopisih – ta del raziskave iz tega prispevka izpuščamo. Podatki teh dveh metod so nam sicer za intervjujski del pomagali opredeliti jezikovni trg.

intervjuja in vprašalnik. Nihče nam na prošnjo ni odgovoril, zato smo se odločili, da bomo do vodstvenih struktur podjetij poskušali priti na drugačen, osebni način, z uporabo osebne mreže in z metodo snežne kepe, kar se je izkazalo za boljše, ustrežnejšo in uspešnejšo obliko pristopa, čeprav smo zato porabili več časa in s takim načinom tudi preseegli razpoložljiv časovni/urni obseg raziskave.

Z metodo snežne kepe smo v raziskavo vključili petdeset podjetij različnih dejavnosti (banke, zavarovalnice, trgovska, visokotehnoška, proizvodna, uvozno-izvozna in farmacevtska podjetja). Intervjuje smo opravili z vodstveno strukturo posameznega podjetja (z direktorji, vodji oddelkov, člani uprave) v letih 2009 in 2010. Izhajali smo iz prepričanja, da vodstvo oblikuje tudi »jezikovno politiko«¹ podjetja, kar vpliva na strukturo jezikovnega trga v Sloveniji. Pregledali smo tudi razpoložljivo gradivo o podjetjih, ki smo jih vključili v raziskavo (interne biltene, poročila, spletne strani). Intervjuje smo zvočno snemali (nihče izmed intervjuvancev temu ni nasprotoval). Večina intervjuvancev je pokazala veliko zanimanje za raziskavo in izpostavila pomen znanja jezika. Prav tako se je pokazalo, da je vprašanje jezika zelo občutljivo področje, ki se ga vsi dobro zavedajo, in da izbira jezika sega čez zgolj komuniciranje.

Vloga jezikov v podjetjih: ključne ugotovitve

Analizo odgovorov, ki se nanašajo na položaj jezika (tako slovenskega kot manjšinskega – italijanskega in madžarskega – ter tujega) v podjetjih, lahko strnemo v naslednje splošne zaključke:

- Znanje angleškega jezika je za vodstvena delovna mesta obvezno (*condicio sine qua non*).
- Zahteva po drugem tujem jeziku je odvisna od tega, na katere trge (države) je podjetje usmerjeno.
- Znanje manjšinskega jezika je pomembno in tudi zahtevano le v podjetjih, ki imajo sedež na narodno mešanih območjih.
- Na uspeh in obstoj podjetja na tujem trgu (v drugi državi) vpliva znanje jezika trga, kjer poteka poslovanje. Poleg jezika je pomembno tudi poznavanje kulture v najširšem pomenu.
- Za vstop na trg znanje jezika ni tako pomembno, pomembno je za obstanek podjetja na trgu.
- Jezikovno izobraževanje (sestavni del izobraževalnih programov) zajema 10–20% prihodkov, obstaja pa razlika med velikimi in malimi podjetji – v nekaterih podjetjih je izobraževanju namenjenih 36 ur, v drugih 14–44 ur na delavca; v številnih podjetjih se odločajo tudi za individualna jezikovna izpopolnjevanja, zlasti za zaposlene, ki so na vodilnih delovnih mestih.

- V poslovnem komuniciranju je pomemben neposreden stik – prevajanje/tolmačenje ni zaželeno, ocenjeno je kot neustrezno, sporazumevanje s prevajalcem oziroma tolmačem poteka le v izjemnih primerih (na primer Romunija, Armenija), najem zunanjih prevajalcev se izvaja le za prevod pogodb in izdajo promocijskega gradiva.
- Gradiva v slovenskem jeziku (promocijska gradiva, pogodbe, sporočila), ki so namenjena javnosti, v vseh podjetjih lektorirajo. Večja podjetja imajo svojo lektorsko službo, medtem ko manjša podjetja za lektoriranje najemajo zunanje izvajalce.

Posebej so se pokazale razlike v pisnem in ustnem komuniciranju med matičnimi ter hčerinskimi podjetji. Matično podjetje določa jezik komuniciranja s hčerinskimi podjetji na formalni ravni, medtem ko v neformalnem komuniciranju zaposleni izbirajo tisti jezik, ki ga najbolj obvladajo, ali pa tudi jezik, ki ga sicer ne obvladajo, a ocenjujejo, da se bodo z njim najbolj približali sodelavcu v drugi državi. Tak vzorec komuniciranja je zlasti značilen za podjetja, ki poslovno sodelujejo z državami nekdanje Jugoslavije in pri tem uporabijo, kot so sami navedli, »srbskohrvaški jezik«.

Podjetja s sedežem v Sloveniji in z večinsko slovensko lastniško strukturo pri poslovanju v Sloveniji uporabljajo slovenski jezik, medtem ko komuniciranje s hčerinskimi podjetji (ne glede na to, v kateri državi delujejo – Jugovzhodna Evropa, sosednje države, druge evropske države) poteka v večini primerov v angleškem jeziku. Nekoliko drugače posluje na primer podjetje v Sloveniji, ki je podružnica oziroma hčerinsko podjetje multinacionalnega podjetja. Tako uradno/pisno interno komuniciranje v podjetju s sedežem v Sloveniji kot tudi pisno in ustno komuniciranje z matičnim podjetjem poteka v angleškem jeziku. Neformalno komuniciranje v podjetju seveda poteka v slovenskem jeziku. Čeprav odgovori vodilnih v naši raziskavi ne omenjajo problemov, povezanih s komuniciranjem v angleškem jeziku, pa rezultati mednarodne raziskave s področja upravljanja ugotavljajo, da je uvedba angleškega jezika kot »uradnega« jezika notranjega komuniciranja v multinacionalnih podjetjih zahtevna naloga, ki mnogokrat ustvarja nove probleme, zato je nujno, da ima podjetje »diferencirano jezikovno politiko«, ki upošteva tudi različne komunikacijske situacije (Hauschildt in Vollstedt, 2002). Zanimiv primer, ki kaže, kako globalizacija vpliva tudi na rabo jezika, je tuje podjetje, v katerem je notranje komuniciranje (na sestankih uprave) potekalo najprej v francoskem jeziku tako kot tudi uradno komuniciranje z upravo matičnega podjetja. V zadnjem obdobju (torej v času našega intervjuja) pa so francoski jezik začeli nadomeščati z angleškim jezikom. Kot argument so navedli, da postaja angleški jezik uradni jezik komuniciranja zaradi procesov globalizacije, ki so vplivali na širitev trgov in na spremembe v lastništvu.

Podjetja stopnjo posameznikovega znanja tujega jezika ocenjujejo

različno – v vseh podjetjih zahtevajo potrdilo o opravljenem izpitu iz znanja jezika, vendar se v mnogih podjetjih s potrdili ne zadovoljijo, kar nas je presenetilo. Tako poleg potrdila znanje jezika preverjajo tudi neposredno na razgovoru pred sprejemom na delovno mesto, in sicer na različne načine: v nekaterih podjetjih morajo kandidati izpolniti posebej pripravljene teste, v drugih podjetjih se odločijo, da kandidat opravi pisni prevod izbranega besedila, nekateri v razgovor s kandidatom vključijo rojenega govorca tujega jezika in tako ocenijo posameznikovo komunikativnost, prilagajajo nepričakovanim situacijam in stopnjo ustnega izražanja v tujem jeziku. Večina, ki smo jih intervjuvali, ocenjuje, da formalno jezikovno izobraževanje ne zadošča in da so za ustrezno stopnjo znanja tujega jezika potrebna dodatna izpopolnjevanja.

V nobenem podjetju znanje jezika ni dodatno finančno ovrednoteno. Pri tem so vsi vprašani poudarili, da sicer znanje tujega jezika ni neposredno finančno ovrednoteno, je pa obvezno za nekatera delovna mesta, kar pomeni, da je ovrednoteno posredno.

Zanimalo nas je tudi, kako pomembno je pri zaposlitvi delavca znanje jezikov, zato smo jim postavili vprašanje, ki je zajemalo tudi druga področja. Zavestno nismo želeli izpostaviti samo pomena znanja jezikov. Vprašanje se je glasilo: Kako pomembni so za vas kot delodajalca: osebne vrednote, dobro strokovno znanje področja, znanje tujih jezikov, delovne izkušnje? Prosili smo jih, naj vsako postavko ocenijo od 1 do 5 (1 – najmanj pomembno, 5 – najbolj pomembno). Znanje jezika/jezikov v večini primerov ocenjujejo kot zelo pomembno (večina mu je dodelila oceno 4), večina pa je tudi menila, da je znanje jezikov pomembnejše kot delovne izkušnje posameznika, ki jih je večina ocenila s 3.

Vloga jezikov v podjetjih na narodno mešanih območjih

V podjetjih, ki so v zasebni lasti in ki delujejo na narodno mešanih območjih v Sloveniji, nas je posebej zanimal odnos vodilnih do manjšinskega in do tujega jezika. Rezultati so pokazali, da je zahteva po znanju manjšinskega jezika – italijanskega oziroma madžarskega – prisotna le, če znanje jezika pomeni pogoj, povezan z uspešnim poslovanjem in večjim zaslužkom, na primer ko komuniciranje v jeziku manjšine povečuje prodajo ali prispeva k vstopu podjetja na trg. Mnogokrat pa postane znanje italijanskega oziroma madžarskega jezika prednost tudi zato, ker je manjšinski jezik jezik sosednje države, s katero ima podjetje poslovne stike. V tem pomenu ima znanje manjšinskega jezika za posameznika dodano vrednost in je vrednost, ki je izmerljiva z ekonomskimi kazalniki (Novak Lukanovič, 2002, 2003). Podjetja, ki delujejo na narodno mešanih območjih, a imajo sedež zunaj narodno mešanega območja, sprejemajo dvojezičnost zelo enostransko.

Dvojezičnost povezujejo izključno s pripadniki manjšine. Smisla v uresničevanju institucionalne dvojezičnosti ne vidijo, ker menijo, da pripadniki italijanske in madžarske narodnosti dobro govorijo slovenski jezik, istočasno pa poudarjajo, da je slovenski jezik na narodno mešanih območjih ne samo uradni, temveč tudi državni jezik.

Podjetja (tista, ki so bila vključena v našo raziskavo) s sedežem na narodno mešanem območju imajo do dvojezičnosti drugačno stališče (vsaj deklarativno). Večino teh podjetij vodijo posamezniki, ki izhajajo iz dvojezičnega območja in so bili tudi sami vključeni v dvojezično izobraževanje. Ti posamezniki so izpostavili pomen znanja dveh jezikov, slovenskega in manjšinskega, in to argumentirali z dejstvom, da je podjetje na narodno mešanem območju, kjer sta oba jezika uradna.

Pri ugotavljanju stopnje jezikovne kompetence manjšinskega jezika večina vprašanih iz naše raziskave uporablja termina aktivno in pasivno znanje, čeprav ni posebej definirano, kaj obsegata. Za vsa vodilna mesta je pogoj aktivno znanje slovenskega in manjšinskega jezika. Aktivno znanje jezika jim pomeni sposobnost ustnega komuniciranja s partnerji, kupci in posamezniki, s katerimi prihajajo v stik. Stopnje jezikovne zmožnosti manjšinskega jezika ne preverjajo na poseben način. Zadovoljijo se že z dokazili o obiskovanju dvojezične šole oziroma z ustno informacijo o znanju manjšinskega jezika.

Znanje manjšinskega jezika ni posebej ovrednoteno (za razliko od zaposlenih v javnih službah), je pa pomembno za zasedbo delovnega mesta, čeprav se pri tem pogoju ne vztraja vedno. Uporablja se izraz »dokaj pomembno« in večina meni, da znanje manjšinskega jezika ni povezano s pogojem zaposlitve. To stališče ni v prid uresničevanju institucionalne dvojezičnosti v okolju.

Veliko bolj je izpostavljen pomen znanja tujega jezika. Pri stopnji znanja tujega jezika med podjetji glede na sedež ali lastninsko strukturo ni razlik. Vsa podjetja za vodilna delovna mesta zahtevajo znanje tujega jezika, v večini je to angleški jezik. Znanje tujega (angleškega) jezika je pogoj za zasedbo delovnega mesta, ki je povezano s tujim trgov (komercialisti, ekonomisti). Pri tem ni razlike, ali gre za veliko ali manjše podjetje, ali gre za podjetje, ki je na narodno mešanem območju ali zunaj njega. Tudi pri ugotavljanju stopnje znanja tujega jezika v podjetjih uporabljajo termina aktivno in pasivno znanje.

Čeprav so pri pogojem za zaposlitev na vodilnem mestu vsi vprašani poudarili, da je znanje tujega jezika pogoj (tako kot znanje manjšinskega jezika), pri vprašanju, ali zaposlijo posameznika, ki ima za določeno delovno mesto strokovno izobrazbo in nima znanja zahtevanega tujega jezika oziroma nima dovolj visoke kompetence v tujem jeziku, analiza odgovorov ni enoznačna. Podjetjem, ki so na narodno mešanih območjih, ta pogoj ni tako »obvezen«

in ga prilagajajo delovnemu mestu ali strokovnjaku. Pri tem moramo upoštevati, da na primer narodno mešano območje v Prekmurju spada med manj razvita območja v Sloveniji in da je včasih težko dobiti ustreznega strokovnjaka. Če zaposlijo strokovnjaka kljub neznanju tujega jezika, takemu posamezniku omogočijo, da se izpopolnjuje v tujem jeziku – bodisi v okviru jezikovnih šol ali z individualnim učenjem jezika. V teh primerih stroške izobraževanja krije podjetje.

Sklep

Raziskava je nakazala, da podjetja ne glede na to, katero dejavnost opravljajo, imajo svojo izobraževalno in jezikovno politiko. Iz analize odgovorov ugotavljamo, da globalizacija sili poslovneže, gospodarstvenike v rabo različnih jezikovnih vzorcev ter da se jezikovni vzorci spreminjajo glede na trg in da so postali nepredvidljivi. Znanje tujih jezikov je potrebno za zunanje komuniciranje, in čeprav smo ugotovili, da spremenljivka znanje jezika »nima cene« (Grin et al., 2010: 23) drži, pa rezultati naše raziskave potrjujejo tudi, da se vodilni zavedajo pomembnosti sporazumevalne zmožnosti zaposlenih v tujem jeziku, kajti jezik lahko predstavlja prednost, lahko pa tudi oviro v poslovnih transakcijah, kar ima za podjetje tudi ekonomske posledice.

V času izvajanja empiričnega dela raziskave, to je v letih 2009 in 2010, so bile v Sloveniji zelo aktualne razprave o pripustitvi ali kar uvedbi angleškega jezika kot visokošolskega učnega jezika. Ker je to še danes predmet razprav s *pro et contra* argumenti, naj v zaključku prispevka navedemo nekatere odgovore gospodarstvenikov na vprašanje, ki smo jim ga postavili ob koncu intervjujev: Ali bi bilo po vašem mnenju koristno, da bi izobraževanje na univerzah v Sloveniji potekalo v angleškem jeziku? Odgovori so bili naslednji:

- *Mislim, da je treba nacionalni jezik čuvati. Važno je, da strokovnjaki in vodilni delavci uporabljajo domači jezik. Prav je, da damo ljudem možnost izbire, vendar moramo skrbeti za slovenski jezik.*
- *Koristno je, toda po mojem mnenju pa ni dobro, ker je vseeno treba podpirati svoj jezik ... Mogoče bolje – kakovostneje poučevati angleški jezik.*
- *Nikakor, čeprav se mora študij internacionalizirati, toda ne na ta način.*
- *Mogoče samo nekateri predmeti ... en semester in uvedba gostujočih profesorjev.*
- *To bi lahko bilo v Bruslju, nikakor pa ne pri nas. Lahko je dodatno, dopolnilno izobraževanje.*
- *Če že, bi moralo biti zagotovljeno v obeh jezikih. Da bi se slovenščina ukinila, pa se ne strinjam.*
- *Osnovni jezik mora biti in ostati slovenščina! Nekateri strokovni predmeti so lahko v angleščini, da študent osvoji terminologijo svoje stroke. In to je dovolj – lahko en ali dva predmeta.*

- *Slovenščina mora ostati, saj je dovolj gostujočih profesorjev in ogromno literature v angleškem jeziku.*

Tako se v zaključku lahko ponovno vrnemo k mislim že omenjenega gospodarstvenika Gosarja (1985), ki je pred mnogimi leti na enostaven način opredelil simbolično ter ekonomsko vrednost slovenskega in tujega jezika tako za gospodarstvo kot za narod.

LITERATURA

- Bourdieu, Pierre (1991): *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Cameron, Deborah Jane (2005): *Communication and Commodification. Global Economic Change in Sociolinguistic Perspective*. V: Erreygers, Guido in Geert Jacobs (ur.), *Language, Communication and the Economy*, 9–23. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Carliner, Geoffrey (1981): *Wage Differences by Language Group and the Market for Language Skills in Canada*. *Journal of Human Resources* 16 (3): 384–399.
- Debeljak, Aleš (1998): *Na ruševinah utopije: nacionalna kulturna tradicija in izziv globalizacije*. V: Vesna Čopič (ur.) in Gregor Tomc (ur.), *Kulturna politika v Sloveniji: simpozij*, 80–91. Ljubljana: FDV.
- Dustmann, Christian (1994): *Speaking Fluency, Writing Fluency and Earnings of Migrants*. *Journal of Population Economics* 7: 133–156.
- Edwards, John (1985): *Language, Society, Identity*. Oxford: Basil Blackwell.
- Erreygers, Guido in Geert Jacobs (ur.) (2005): *Language, Communication and the Economy*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Gazzola, Michele (2014): *The Evaluation of Language Regimes. Theory and Application to Multilingual and Patent Organizations*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Giles, Howard, Richard Y. Bourish in Donald Taylor (1977): *Towards a Theory of Language in Ethnic Group Relations*. V: Giles Howard (ur.), *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, 307–348. London: Academic Press.
- Grenier, Gilles in François Vaillancourt (1983): *An Economic Perspective on Learning a Second Language*. *Journal of Multilingual and Multicultural Development* 6: 471–483.
- Grin, François (1996): *The Economics of Language: Survey, Assessment and Prospects*. *International Journal of the Sociology of Language* 121: 17–45.
- Grin, François (2003): *Language Planning and Economics. Current Issues in Language Planning* 1: 1–67.
- Grin, François, Claudio Sfreddo in François Vaillancourt (ur.) (2010): *The Economics of the Multilingual Workplace*. New York: Routledge.
- Gosar, Anton (1985): *Narodnostno vprašanje. Narodno-gospodarski eseji, 1921*. V: Jože Pogačnik (ur.), *Slovenska misel*, 110–134. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Hagen, Stephen (2006): *ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*. London: CILT/National Centre for Languages.

- Hauschild, Jürgen in Marina Vollstedt (2002): Unternehmenssprachen oder Company Language? Zur Einführung einer einheitlichen Sprache in global tätigen Unternehmen. *Zeitschrift Führung Organisation* 3: 173–183.
- Henley, Andrew in Rhian Jones (2001): Gyflog a gallu iethyddol mewn economi ddwyieithog/Earnings and Linguistic Ability in Bilingual Economy. Research Paper No. 2001–18. Abersystwyth: University of Wales, School of management and business.
- Lazear, Edward (1999a): Culture and Language. *Journal of Political Economy* 107: S95–S126.
- Lazear, Edward (1999b): Globalization and the Market for Team-Mates. *Economic Journal* 109: C15–C40.
- Lokar, Aleš in Marko Oblak (1986): The Slovene Minority in Italy From an Economic Perspective. *Slovene Studies* 1: 27–43.
- Nečak Lük, Albina (1998): Jezik kot kazalec stanja medetničnih odnosov. V: Albina Nečak Lük (ur.) in Boris Jesih (ur.), *Medetnični odnosi v slovenskem etničnem prostoru*, 333–347. Ljubljana: INV.
- Novak Lukanovič, Sonja (2002): Ekonomski vidik jezika v večkulturnem okolju/Economic aspect of language in multicultural setting. *Razprave in gradivo* 40: 98–115.
- Novak Lukanovič, Sonja (2003): Jezikovno prilagajanje na narodno mešanih območjih v Sloveniji. *Razprave in gradivo* 42: 38–62.
- Novak Lukanovič, Sonja (2004): Stališča do jezikovne raznolikosti na narodnostno mešanih območjih v Sloveniji. *Razprave in gradivo* 44: 66–80.
- Novak Lukanovič, Sonja (2016): Jezik in ekonomska vrednost v večkulturnih okoljih. V: Danijel Grafenauer (ur.) in Katalin Munda Hirnök (ur.), *Raznolikost v raziskovanju etničnosti: izbrani pogledi*, 220–242. Ljubljana: INV.
- Osojnik, Iztok (2004): Kultura in globalna ekonomija. *Revija 2000* 168–170: 31–38.
- Pogorelec, Breda (ur.) (1983): Jezik v gospodarstvu. V: *Slovenščina v javnosti*, 47–48. Ljubljana: Republiška konferenca Socialistične zveze delovnega ljudstva Slovenije; Slavistično društvo Slovenije.
- Skubic, Andrej E. (2005): *Obrazi jezika*. Ljubljana: Študentska založba.
- Silverstein, Michael (1998): The Uses and Utility of Ideology: A Commentary. V: Bambi Schieffelin (ur.), Kathrin A. Woolard (ur.) in Paul V. Kroskrity (ur.), *Language Ideologies: Practice and Theory*, 123–145. New York: Oxford University Press.
- Hočevar, Toussaint (1976): *Slovenski družbeni razvoj: izbrane razprave*. New Orleans: Založba Prometej.
- Wodak, Ruth in Florian Menz (ur.) (1990): *Sprache in der Politik, Politik in der Sprache: Analysen zum öffentlichen Sprachegebrauch*. Celovec: Drava.