

# Slovenščina kot konkurenčna prednost

Primeri uspešnih slovenskih podjetij kažejo, da ne prevzemajo svojih poslovnih modelov od tujcev, temveč ves čas iščejo lastni izraz in svoj pogled na poslovna dogajanja ob sočasnem budnem spremljanju globalnih trendov. V vseh primerih je slovenščina močno prisotna pri poslovnem ustvarjanju in angleščina pri globalnem komuniciranju.

Se kdaj vprašamo, kakšen odnos imamo v resnici do svojega jezika? Se zavedamo njegove moči in priložnosti, ki iz nje izhaja?

**Violeta Bulc, Iztok Osojnik**



Upravljanje inovativnosti je vse prej kot enostavno področje, saj zahteva obvladovanje in prepletanje številnih znanj, veščin, konceptov in idej. Ideja, ki jo avtorja razčlenjujeva v nadaljevanju, želi ponuditi bralcu v razmišljanje dodaten element, ki bo igral eno od ključnih vlog v bodočem razumevanju bistva inovativnosti, a njegovo vlogo prevečkrat in preradi spregledamo. Ta novi element je jezik, njegova uporaba, logika, razmerja, ki jih definira, in tok, ki spremlja njegovo porajanje v besedah, stavkih, pripovedi in načinu dojetja sveta.

## Jezik kot nova paradigma

Skupinski povezovalni element družbe v prostoru in času je jezik. Prefinjeno in odločilno sredstvo komuniciranja in razvoja naše zavesti, naše biti. Določa naš pogled na svet, način razmišljanja, naš odnos do vsega, kar je okoli nas. Jezik že v svoji osnovi ni nikoli poljuden, ampak konkreten. Zato je pomembno, kateri je. V katerem jeziku v resnici ustvarjamo, sanjamo, se izražamo in nastopamo. Če ga dojemamo na intelektualnem, čustvenem in duhovnem nivoju nam pomaga sprostiti naše talente, sposobnosti, znanja in naša dojetja prostora in časa.

V globalnem poslovnem svetu danes prevladuje

»mednarodna« ameriška angleščina. Kaj to pomeni? Zakaj lahko to predstavlja oviro pri vseh neanglosaksonskih govorcih? V razmišljanje se ponujajo vsaj trije razlogi:

- izbor izrazov, pojmov in konceptov, ki jih govorci v mednarodnem prostoru uporabljajo kot skupno jedro komuniciranja, nastajajo na območju angleško govorečih držav. Mednarodni poslovneži, ki omenjeno govorico sprejmejo za svoj žargon, morajo ta jezik osvojiti, kar pomeni, da so vedno korak za primarnimi govorci. Poleg tega so tudi jezikovno slabše usposobljeni, saj do razumevanja in uporabe govorice pridejo šele z naknadnim učenjem in s površnim prevajanjem v svoj jezik, ki ga zaradi anglosaksonskih pritiskov večinoma zanemarjajo. To velja tako za poslovno komunikacijo kot za upravljanje sodobne tehnologije (npr. računalniških programov);
- sekundarna uporaba jezika. »Neanglosaksonski« govorci/uporabniki tega jezika ne obvladujejo celovito, na nivoju materinega jezika, ampak le na ravni bolj ali manj priučenega, posredovanega in okrnjenega jezika, kar je v komunikaciji hitro opazno. S tem se postavijo v podrejen položaj, ki omeji njihovo neodvisno komuniciranje in razumevanje ter okrne enkratnost njihovih pogledov in izvirnost njihovih predlogov;
- vidik sveta skozi strukturo angleškega jezika. Jezik pomeni način, kako razumemo sebe in svet. Tu ne gre zgolj za jezik kot komunikacijsko sredstvo, ampak za celovito duhovno obzorje, svetovni nazor, za našo sliko sveta. Te slike/jeziki se med seboj razlikujejo, saj jeziki niso oblikovani na enak način in pomena ne gradijo na enakih osnovah. Globoke razlike segajo v nezavedno uporabo, ki po eni strani počivajo na izvirnih predstavah, po drugi pa pačijo ali povsem spremenijo tiste pojme, ki jih vzamemo iz tujih jezikov. Ko se gibljemo v prostoru tujih jezikov, slike in pomene primerjamo z ozadjem svojega jezika, kar pomeni, da jih le deloma razumemo, ali pa sploh ne.

Jezik je osnovni gradnik, ki sooblikuje naš pogled na svet, našo sposobnost izražanja, naš pristop k razmišljanju, naše dojetje sveta. Šele s pomočjo jezika lahko učinkovito delujemo v delovni skupini/ustvarjalni mreži s pomočjo lastnih virov in širšega svetovnega dogajanja.

Danes vemo, da se stopnja inovativnosti povečuje s stopnjo raznolikosti v neposredni odvisnosti od znanja, izkušenj in naravnih danosti. Jezik je sestavni del te bogate dinamike življenja, ki deluje na več ravneh in vedno znova preseneča z izvirnostjo, s sposobnostjo izražanja,



Za podjetja dogovorimo ustrezne zavarovalne rešitve in svetujemo pri uveljavljanju odškodnin.

Zdaj je pravi čas, da si primerno uredite svoja zavarovanja. Pustite našim strokovnjakom, da vam najdejo ustrezne zavarovalne rešitve za vaše podjetje.



office@greco-international.si  
www.greco-international.com  
www.eosrisq.com  
T: 01 / 300 61 50



foto: Polona Pižemnik

opisovanja, nadgrajevanja in odprtosti. Zato ga ne smemo zanemariti v svojem raziskovanju inovativnosti.

V poslovnem svetu potrebujemo skupni jezik za enostavno in učinkovito komuniciranje, vendar naj nas to ne odvrne od usvarjanja v nam lastnem, izvornem jeziku, ki v največji možni meri udejani naše bistvo.

Kakšen je odnos med izvornim in drugotnim jezikom nam lepo pokaže poslovna praksa, ki nam vedno znova dokazuje, da ni vsak poslovni model primeren za vsako poslovno okolje. Modeli, ki so jih razvili v ZDA ali Veliki Britaniji, pri nas preprosto ne delujejo na enak način kot v deželi svojega izvora. Ljudi celo frustrirajo in jih odvrnejo od naravnega načina obnašanja. Posledica slednjega so stres, odtujenost, nelagodje. Ogrožene so učinkovitost, kakovost in inovativnost. Logično. Tovrstni modeli so nastali v povsem drugačnem strukturnem okolju, v drugačni jezikovni logiki in se jih, na primer, s slovenščino težko ustrezno opiše, ponazori. In obratno.

## Jezik kot podlaga oblikovanja zavesti

Razumevanje slovenščine kot enega ključnih nabojev inovativnosti v našem poslovnem okolju se začne pri razumevanju pomena in koncepta jezika v življenju posameznika ali skupine. In sicer v odnosu do lastne ustvarjalnosti, razumevanja in uporabe stvari, ki omogoči nove poglede/ideje/inovacije, kot tudi v odnosu do tokov in trendov v globalnem prostoru. Kakšen odnos v resnici imamo do svojega jezika? Se zavedamo njegove moči in potenciala?

Slovenščina je jezik, s pomočjo katerega smo osvojili svet. Omogoča nam razumevanje procesov na lokalni in globalni ravni. Daje nam sposobnost, da s svetom komuniciramo na najzahtevnejših ravneh oblikovanja in razumevanja pomenov, s pomočjo katerih celo spreminjamo in bogatimo globalni jezik (npr. Slavoj Žižek). V procesu izmenjevanja informacij in komuniciranja pomeni tisto orodje, ki nam omogoča sodelovati v globalnem informacijskem in simbolnem univerzumu. Služi kot sredstvo komuniciranja in posredovanja ter razumevanja informacij na poseben način, ki je odlika našega jezika. Za ta način lahko rečemo, da pomeni zgodbo o uspehu. Dejstvo, da smo prav s »pomočjo« slovenščine (slovenske kulture) prišli do svoje države, torej do statusa svetovno enakovredne skupnosti, to potrjuje. Naše »slovensko« videnje svetovnih razmer in ustrezno delovanje je dokazano uspešno. Spomnimo se J. V. Valvasorja, Jurija Vege, Franceta Prešerna, Iva Boscarola, Janeza Potočnika, Danice Purg in še bi lahko naštevali.

Druga, mogoče še pomembnejša, razsežnost



**Posebnost slovenščine je poleg samobitnosti, dvojine in odsotnosti "jaz" strukture tudi to, da je brez izvirmih žaljivih kletvic.**

slovenščine je, da je ustvarjalna. Rojeva obstoj. Identitete neke jezikovne skupine, v našem primeru tudi države. Enako lahko trdimo za ustvarjalnost in inovacije. Ustvarjalnost namreč lahko določimo tudi skozi odmik od uporabe utečene, instrumentaliziranega jezika kot sredstva za komuniciranje, na podlagi česar proizvedemo nekaj novega, nekaj, kar obstane.

Taka ustvarjalnost ni naravna danost, ampak je odprtost nenehnega ustvarjalnega dela v »jeziku«. Prav jezik je tisti »agregat«, ki proizvaja obstoj sveta v njegovi ustvarjalni odprtosti. Slovenščina je »samobitni« jezik, ki čisto ustvarjalnost omogoča kot primarni pogoj za kakršnokoli inovativnost.

Zavedati se moramo, da imamo jezik, ki ima to odprtost za ustvarjalnost. To pomeni, da v rokah držimo neusahljiv vir »inovacij«, ki so izvorne, saj je slovenščina povsem svoja, prepoznavna, posebna in se razlikuje od vseh drugih jezikov, hkrati pa enakovredno nastopa in deluje med njimi.

## Potencial slovenščine za spodbujanje inovativnosti

Slovenščina je, za razliko od nekaterih drugih jezikov, ki izražajo predmetnost ali stanja, glagolski jezik delovanja, jezik odprtih, tekočih procesov, ki ne posredujejo v naprej danih pomenov. Pomeni se izoblikujejo šele v gibanju, v samem proizvajanju in posredovanju pomena.

V njegovem ustvarjanju.

Tudi to je eden od razlogov, zakaj je prevajanje iz strukturnega v procesni jezik tako zahtevno in temelji na globokem razumevanju slovenščine in njenih pravil.

Z ustvarjanjem jezika in ustvarjanjem v jeziku se najgloblje ukvarjajo pesniki. V stari grščini se je dejavnosti, pri kateri iz neobstoječega ustvarimo obstoječe, reklo poiesis. Poezija ne pomeni proizvajanja pesniških izdelkov, ampak razkrivajoči jezik, ki ustvarja obstoječe. Pesniki so torej tisti govorci jezika, ki v znanem (utečenem jeziku) odpirajo možnost za vedno nove stvaritve. To pa je srce vseh oblik znanstvenotehničnega in kakršnegakoli interesno usmerjenega proizvajanja.

Že stari Grki so vedeli, da je poiesis srce tehnike. Seveda pa se je treba pri tem otrestiti napačnih predstav in zastarelih, šolskih in mrtvih pojmovanj o pesniški ustvarjalnosti. Otrestiti pomislekov tako glede slovenščine kot glede njene samobitne ustvarjalne in svetovno prepoznavne potence.

Ali imamo ljudje, ki govorimo slovenski jezik, v sebi dovolj ustvarjalnega naboja? Ali bomo pod pritiskom anglosaksonske hegemonije pristali na reciklažo tujih, slabo razumljenih modelov in proizvajali le generike? Smo dovolj samozavestni, da svoje zamisli in poglede na svet ponudimo globalnemu občestvu kot uspešno »slovensko« blagovno znamko? Ne v njenem poimenovanju »Made in Slovenija«, ampak izdelano na specifično slovenski način, ki ga odlikujejo samozavest, pogum, zavest o enakovrednosti in jasnem razumevanju soodgovor-

## Zelo pomembno je, v katerem jeziku ustvarjamo, sanjamo, se izražamo in nastopamo.

nosti za svet v celoti. In sicer s slovenščino kot jezikom, ki ga od vseh na svetu najbolje obvladamo in smo v tem torej prvi od vseh. Ne le na ravni znanja, ampak na ravni njegove silovite potence, da lahko ne le ustvarja stvari, ampak jih tudi razkrije kot obstoječe. Pri tem ne gre za nikakršno vzpodbujanje večvrednosti, temveč za razumevanje enkratnosti, neponovljivosti in enakovrednosti. Trimmo, Adria Mobil, BTC, Gorenje, Lesnina Emmi in drugi ne kopirajo svojih poslovnih modelov, temveč ves čas iščejo lastni izraz, svoj pogled na poslovna dogajanja. A to hkrati ne pomeni, da zanemarjajo spremljanje globalnih trendov. Zato so njihove zgodbe uspešne. V vseh primerih je slovenščina močno prisotna pri poslovnem ustvarjanju in angleščina pri globalnem komuniciranju.

Odgovor o vplivu in pomenu slovenščine na inovativnost, in s tem neposredno na poslovni svet, se skriva v konkretnih miselnih vzorcih in

inovativnih projektih. Ali niso to sanje vsakega poslovneža? Držati v rokah nekaj, kar je svetovno uspešno, prepoznavno, izvirno, ne le enkratno, ampak stalno odprto in razvijajoče se, predvsem pa vir nenehno novih možnosti? Nekaj, kar ne uvozimo, ampak ponudimo svetu?

## Ali je v naših timih prostor za nove soustvarjalce?

Upava, da najino razmišljanje vsaj malo izziva prostor in čas. Da je morda napočil pravi trenutek, da v ustvarjalne mreže, ki iščejo poti do inovativnih prebojev, vključimo tudi čiste ustvarjalce, kot so pesniki, skladatelji, scenaristi (na podoben način kot v znanosti matematike). Ne le kot dekoraterje (reklamni in obli-

Razumevanje slovenščine kot enega ključnih nabojev inovativnosti v našem poslovnem okolju se začne pri razumevanju pomena in koncepta jezika v življenju posameznika ali skupine.

kovalni sektor), ampak kot ključne sodelavce od samega začetka razvojnega cikla projektov in/ali strateških usmeritev. Ustvarjalce, ki imajo

globoko znanje o ustvarjalnih procesih, o izstopu iz utečenih vzorcev in interesov. Raznolikost in vpetost lahko dosežemo le z raznolikimi ljudmi, ki so pripravljeni sodelovati. Morda je današnja tema odprla vrata v nove dimenzije mogočega, ustvarjalnega, inovativnega. ■

*Bi sodelovali v klepetu na to temo do naslednjega Prepletanja? Pošljite e-pošto na Združenje Manager, izrazite željo in ko nas bo deset, odpremo blog znotraj Združenja Manager.*

**Mag. Violeta Bulc** je direktorica Vibacoma in ustanovna partnerka Inštituta za poslovno rast in kreativnost. Je svetovalka vodilnim za razvoj poslovnih okolij za dolgoročno stabilno rast, inovatorica in poslovna ženska, ki verjame v dobro, drugačno in neomejeno.

**Iztok Osojnik** je svobodni publicist, esejist, pesnik in prevajalec. Sodi med dejavnejše slovenske ustanovitelje in vodje festivalov, galerij, gibanj in trendov. Objavlja preko 25 knjig poezije (6 v tujini), 3 romane in 3 knjige znanstvene esejske. V tujini je uredil dve antologiji slovenske literature. Njegova dela so bila prevedena in objavljena v šestindvajsetih jezikih.

Spoštujemo naravo



ZAGORJE

UTRIP SRCA POSPEŠUJEMO S TOKOM MISLI.

Napredno in dovršeno.



 Trimo