

UDK 81-115:81'373

Pregledni članak

Mirna Hocenski – Dreiseidl, prof.\*

## DVOSTRUKA FUNKCIJA JEZIKA - OPĆI JEZIK VERSUS JEZIK GOSPODARSTVA

*Funkcije općeg jezika jesu komunikacijska i autistično-refleksivna. U odnosu na opći jezik, jezik gospodarstvene struke u funkciji je struke i može se smatrati komunikacijskom nadgradnjom općeg jezika. Njegova je funkcija isključivo komunikacijska i pronalazi svoj potpuni izražaj u svakodnevnoj poslovnoj komunikaciji. Na primjeru njemačkog jezika gospodarstvene struke želimo ukazati na činjenicu da svi oblici usmene i pismene poslovne komunikacije na jeziku gospodarstva pretpostavljaju visok stupanj komunikacijske kompetencije kao preduvjet poslovne učinkovitosti.*

**Ključne riječi:** *opći jezik, komunikacijska funkcija, autistično-refleksivna funkcija, njemački jezik gospodarstvene struke, komunikacijska funkcija jezika struke, poslovna komunikacija, komunikacijska kompetencija*

\* Viši predavač za njemački jezik  
Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku  
Ekonomski fakultet u Osijeku

### 1. UVOD

Jezik ima dvije funkcije: komunikacijsku i autistično-refleksivnu<sup>1</sup>, usmjerenu prema govorniku. Autistično-refleksivna funkcija obuhvaća najmanje tri varijante: kognitivnu varijantu koja podrazumijeva strukturiranje govornikova mišljenja, mnemotehničku varijantu koja podrazumijeva pohranjivanje informacija u podsvijest govornika i katarzičnu varijantu psihičkog obnavljanja govornika (Gardt 1995:152). U suvremenim jezikoslovnim istraživanjima i teorijskim diskusijama komunikacijska funkcija jezika zauzima ključno mjesto, dok je autistično-refleksivna funkcija često zapostavljena ili analizirana u kontekstu literarnih tekstova. Kada govori o dvjema funkcijama jezika, Gardt analizira funkcije općeg jezika koji možemo okarakterizirati kao temeljni jezik komunikacije na osnovi kojeg je tijekom civilizacijskog napretka i razvoja različitih struka nastajao i razvijao se jezik struke kao komunikacijska nadgradnja općeg jezika. Ovim radom želimo na primjeru njemačkog jezika gospodarske struke ukazati na činjenicu da je, iako opći jezik karakteriziraju dvije funkcije, funkcija njemačkog jezika gospodarstvene struke isključivo komunikacijska, a sam je jezik, u ovom slučaju njemački kao strani jezik, neizostavan, ali ne i jedini element u interdisciplinarnoj poslovnoj komunikaciji.

### 2. FUNKCIJE OPĆEG JEZIKA

#### 2.1. Komunikacijska funkcija općeg jezika

Proučavanje komunikacijske funkcije jezika vraća nas u daleku povijest i potvrđuje činjenicu da je upravo komunikacijska funkcija jezika bila i ostala primarna jezična funkcija, budući da ječovjeku kao socijalnom biću uporaba jezika omogućavala komunikaciju s drugim ljudima, a time olakšavala njegov opstanak i napredak. Andreas Gardt

<sup>1</sup> Prevela s njemačkoga jezika na hrvatski jezik Mirna Hocenski-Dreiseidl: Gardtov termin „sprecherzentrierte Funktion“ (prema govorniku usmjerena funkcija) čini se nedovoljno preciznim. Otuda odstupanje u prijevodu.

navodi Platonovo stajalište u *Kratilu*, prema kojemu su "riječi alati za priopćavanje i razlikovanje stvari"<sup>2</sup>, te Augustinovu opasku da je "jedina svrha primjene jezika prenošenje sadržaja vlastite podsvijesti "in alterius animun" u dušu drugoga".<sup>3</sup> U djelu *Summa Theologica* Tome Akvinskog "jezik služi za predočenje vlastitih misli drugima"<sup>4</sup>. John Lock ističe pojam "a sociable Creature" i navodi da "je Bog čovjeku dao sposobnost govora, jer ga je odredio kao društveno biće".<sup>5</sup> U 17. st. Kaspar Stieler također ističe komunikacijsku svrhu jezične primjene te smatra da "priroda čovjeka od samog početka teži k druženju"<sup>6</sup>, a kada govori o jezičnim sposobnostima dobrog tajnika, navodi da "je najvažniji poslovni cilj tajnika stvaranje razumljivih tekstova, tj. izbjegavanje krivog tumačenja i nedoumica kod značajnih izraza i formulacija".<sup>7</sup> Kaspar Stieler ne spominje samo komunikacijsku funkciju jezične uporabe, već i pojam **poslovnog cilja** i stvaranja **razumljivih tekstova**, što upućuje i na **komunikacijsku funkciju jezika struke**, ali i na **poslovnu komunikaciju**. U novijoj jezikoslovnoj teoriji koncept komunikacijske funkcije jezika izražen je u lingvistici teksta, koja tekste smatra "komunikacijskim izrazima"<sup>8</sup>. Oni su prema Schmidtu "oblici ostvarivanja socijalne komunikativnosti", odnosno "ne zanima nas leksičko značenje riječi već njihova sociokomunikacijska funkcija"<sup>9</sup>. Komunikacijska se namjera autora prepoznaje u tome što on izvanjezičnu stvarnost putem teksta želi priopćiti određenoj skupini čitatelja kako bi ih potaknuo na određeno ponašanje. Ciljanu grupu dakle uvijek čine čitatelji koji preuzimaju ulogu komunikacijskih partnera. Gardt (1995:157) zaključuje da je svrha jezika i govorenja uvijek komunikacijska. Jezične se izjave nikada ne primjenjuju na druge ravnodušno. Jezik je dijaloški osmišljen i svaki čin uporabe to odražava.

<sup>2</sup> Kratil, 388; v. Gardt 1995: 154.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Ibid., str. 155.

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Ibid., str. 156.

## 2.2. Autistično-refleksivna funkcija općeg jezika

Druga je funkcija jezika prema Gardtu autistično-refleksivna, usmjerena prema govorniku. On navodi Lockov mnemotehnički pristup jezičnim znakovima: "Vrijednost koju ovi znakovi [tj. riječi kao „znakovi predodžbi koji se mogu osjetilno spoznati”, A.G.] imaju za ljude jest u tome da koriste vlastite misli kako bi potpomogli svoje vlastito pamćenje ili da iznesu svoje ideje i predoče ih drugima".<sup>10</sup>

U vrijeme antike smatralo se da su riječi kovanice ili novac kojim čovjek može intelektualno djelovati ili trgovati. Ta metafora riječi kao kovanice ne da se jednostrano interpretirati. Ona u sebi sadrži kognitivne elemente "jezik i mišljenje" jer bi novčani karakter omogućio čovjeku da osmisli određene misli, ali i komunikacijske "jezik i trgovina" elemente, budući da su kovanice također elementi trgovine, a za trgovinu je potrebna i druga osoba. One su općepriznate cjeline, koje su u općoj uporabi te dobivaju svoju vrijednost upravo kroz činjenicu da ih ljudi prema određenim pravilima mogu razmjenjivati (Gardt 1995:158). Gottfried Wilhelm Leibnitz također zastupa kognitivni pristup riječima kao kovanicama. Jezik je "instrumentum rationis"<sup>11</sup> prvenstveno za samoga govornika, kako bi si kognitivno mogao predočiti svijet (Gardt 1995:159). U vrijeme prosvjetiteljstva (17. st. i 18. st.) autori zastupaju racionalnu teoriju jezika. Descartes se bavio mišlju o "univerzalnom jeziku" koji "treba bazirati na uspostavljanju jednog matematički preciznog reda svih misli...".<sup>12</sup> Romantičar August Wilhelm Schlegel pripisuje jeziku unutarnju funkciju kao "organa misli" te navodi da "čovjek prije svega sam sa sobom govori", ali istovremeno ne osporava "nužnost (jezika) za društveni život".<sup>13</sup> Slična se razmišljanja javljaju i kod Wilhelma von Humboldta; jezik je "organ unutarnjeg ja", a "govor nužno stanje mišljenja pojedinca u izoliranoj samoći".<sup>14</sup> Gardt nadalje navodi da se ta razmišljanja o dvostrukoj funkciji jezika protežu do današnjih dana te "...da jezici ne omogućuju samo razmjenu informacija s drugima.

<sup>10</sup> Ibid., str. 157.

<sup>11</sup> Ibid., str. 159.

<sup>12</sup> Ibid., str. 160.

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Ibid.

Oni nam omogućuju takoreći pričanje samih sa sobom. Oni su nužni za razmišljanje jer putem simbola predstavljaju stvarnost i formiraju mišljenje".<sup>15</sup> Postojanje, ali i povezanost obiju jezičnih funkcija ističe se i u razmišljanjima L. S. Wygotskog koji daje primjer "unutarnjeg jezika" djeteta koje nakon usvajanja "jezika komunikacije stvara osnovu za svoje autistično kao i logičko razmišljanje".<sup>16</sup>

Kao treći aspekt autistično-refleksivne jezične funkcije navodi se katarzična jezična funkcija kod koje dolazi do "oslobađanja snažnih osjećaja i strasti"<sup>17</sup>. Pojam katarze povezuje se s Freudom i Breuerom koji su razvili terapijski postupak u liječenju hysterije nazvan, katarzična metoda. Katarzična se funkcija jezika dovodi u vezu s literaturom i vječnom zagonetkom o "mogućoj svrsi literarnog stvaranja", koja "uz komunikacijsku svrhu" može biti i "orijentiranje na vlastito ja".<sup>18</sup> Gardt (1995) citira književnike poput Goethea, Hessea, Frischa, Kafke i Kestena, koji su smisao svoga stvaralaštva pronalazili upravo u analizi, razumijevanju i proživljavanju vlastitog ja, a navodi i razmišljanja Eugenia Coseriu koja na vrlo pristupačan način pojašnjava autistično – refleksivnu jezičnu funkciju u literaturi. On smatra da pjesničko stvaralaštvo nije namijenjeno drugima, već da pjesnik uvijek polazi od objektiviranja samoga sebe. On ne stvara kako bi to bilo prihvaćeno i razumljivo, jer nijedan pjesnik ne bi drugačije pisao samo zato što ga ne razumiju, već bi pisao kao da je on jedini subjekt uopće. Time on negira komunikacijsku jezičnu funkciju. Upravo se za suprotne stavove zauzimaju autori književnosti koja je društveno-politički orijentirana i ističu komunikacijsku namjeru u književnosti.

Iz svega navedenog može se izvući zaključak da nije nimalo jednostavno povući granicu između dviju jezičnih funkcija o kojima se raspravlja, jer kako i ova njemačka izreka poručuje: "S drugima govori malo, a sa samim sobom više."<sup>19</sup> Čak i kada govorimo sami sa sobom mi komuniciramo sa svojim ja kao s drugim sugovornikom i tada autistično-refleksivna jezična funkcija ne isključuje komunikacijsku funkciju, već se one preklapaju.

### 3. KOMUNIKACIJSKA FUNKCIJA NJEMAČKOG JEZIKA GOSPODARSTVENE STRUKE

#### 3.1. *Lingvistika jezika struke*

Razvoj različitih životnih i iskustvenih područja doveo je do promjena na jezičnoj razini te se ukazala potreba za istraživanjem jezika struke / stručnog jezika. U okviru lingvistike javlja se nova disciplina lingvistika stručnih jezika *Fachsprachenlinguistik*, koju karakterizira interdisciplinarnost, te čiji je neizostavni dio istraživanja uz morfologiju, sintaksu i semantiku jezika struke i stručna / poslovna komunikacija. Razvoj je te discipline u uskoj vezi s društvenim i tehničkim razvojem, i kao što Satzger (2001:166) smatra, lingvistika stručnih jezika naišla je na društvenu prihvatanost jer se okrenula k pružavanju jednog područja uporabe jezika, koje u društvu u kojemu dominiraju mediji dobiva sve više na značenju. Satzger nadalje navodi i etape razvoja te discipline te u razdoblje do 70-ih godina ističe "sistemske-lingvističke načine promatranja stručnih komunikatora".<sup>20</sup> Istraživali su se najvažniji jezici Europe, ali kroz prizmu struke. Rezultati su bili na razini leksika i sintakse te se stvorila velika količina materijala vezana za tvorbu riječi, kao i sintaktičkih pravilnosti jezika struke. Krajem 70-ih godina dolazi do pragmalingvističkog fokusiranja stručnog teksta. "Jezici struke sve više su bili shvaćeni kao ispoljavanje tekstova u situaciji koja je vezana za stručnu komunikaciju."<sup>21</sup> Velik broj vrsta tekstova proistekao je iz međusobnog korespondiranja izvanjezičnih uvjeta i unutarnjejezičnih obilježja. U tom razdoblju javljaju se i kognitivna istraživanja jezika struke i stručne / poslovne komunikacije, čiji su predmet istraživanja namjera i motivacija komunikacije, kao i jasnoća i razumljivost stručnih tekstova. Upravo su kao rezultat istraživanja stručnih jezika nastali i opći pojmovi koji su u današnjoj lingvistici jezika struke neizostavni: stručni jezik / poslovni jezik, učenje i poučavanje stručnih jezika, istraživanje stručnih jezika, lingvistika stručnih jezika, stručni vokabular, stručna terminologija, stručna riječ, stručni pojam, stručni izraz, stručni tekst, lingvistika stručnog teksta, poslovna komunikacija, sposobnost korištenja stručnih jezika itd.

<sup>15</sup> Ibid., str. 161.

<sup>16</sup> Ibid., str. 162.

<sup>17</sup> Ibid., str. 163

<sup>18</sup> Ibid., str. 164.

<sup>19</sup> BEYER, Horst und Amelies: Sprichwörter Lexikon, Seehamer Verlag GmbH, Weyarn, 1996, 552 str.

<sup>20</sup> SATZGER, Axel: Fachsprachenforschung – Akzente und Perspektiven, u *Deutsch als Fremdsprache*, Leipzig, 2001., III, str. 167.; prijevod citata Mirna Hocenski-Dreiseidl.

<sup>21</sup> Ibid., str. 167.

### 3.2. Poslovna komunikacija na njemačkom jeziku

Proces globalizacije i razvoj novih komunikacijskih tehnologija doveli su do sve bržeg razvoja ali i transformacije poslovne komunikacije. Poslovna komunikacija, a time i jezik struke, prate promjene u gospodarstvu, a istraživanja u okviru primijenjene lingvistike jezika i didaktike jezika struke pokušavaju razjasniti specifičnosti jezika struke i poslovne komunikacije, i to ne samo na lingvističkoj, već i na kognitivno-znanstvenoj razini. Doprinos je takvih istraživanja značajan također za unapređenje poučavanja njemačkog jezika gospodarstvene struke kao stranog jezika. Satzer je mišljenja da bi se "relativno uski pojam „Wirtschaftsdeutsch“, koji treba razumjeti ne samo formalno, već i sadržajno, promijenio u „Wirtschaftskommunikation“ / komunikacija u gospodarstvu ili „Unternehmenskommunikation“ / komunikacija u poduzeću (na njemačkom jeziku), uz nužne implikacije vlastite i strane kulture".<sup>22</sup> Buhlmann u svojoj definiciji pojma *Wirtschaftsdeutsch* ističe heterogenost i višeslojnost jezika struke proizašlu iz heterogenosti i višeslojnosti gospodarstvene struke: "pojam *Wirtschaftsdeutsch* ili *Fachsprache* *Wirtschaft* skupni je pojam za različite stručne jezike (...), zbroj stručnih jezika koja se koriste u gospodarstvu, pogotovo u gospodarski uvjetovanoj komunikaciji".<sup>23</sup> Kao primjer možemo navesti velik broj gospodarstvenih stručnih registara koji sadrže pojmove vezane za financije, bankarstvo, računovodstvo, makroekonomiju, mikroekonomiju, marketing, menadžment itd. Interes za istraživanja njemačkog jezika gospodarstvene struke rapidno raste te se u okviru lingvistike javljaju nove poddiscipline i novi pojmovi, kao npr. *Betriebslingvistik* / lingvistika poduzeća, što ukazuje na neizbježnu interdisciplinarnost znanstvenih disciplina, u ovom slučaju na usku povezanost lingvistike, ekonomske znanosti i psihologije.

Funkcija njemačkog jezika gospodarstvene struke isključivo je komunikacijska budući da su tijekom globalizacije internacionalne aktivnosti postale realnost i nužnost u svim područjima života, pa tako i gospodarstvu. Pojam *Wirtschaftsdeutsch*

/ njemački jezik gospodarstvene struke i dalje je zastupljen i odnosi se na sam jezik struke, no sve češće su u uporabi njemačke imenske složenice *Geschäftskommunikation* / poslovna komunikacija, *Bürokommunikation* / komunikacija u uredu u kojima osnovni leksem **komunikacija** ocrtava pragmatičnu funkciju njemačkog jezika gospodarstvene struke koja svoj izraz pronalazi u poslovnoj komunikaciji. Poslovnu komunikaciju na stranom jeziku mogli bismo okarakterizirati kao kreativnu, interdisciplinarnu komunikaciju koja prvenstveno zahtijeva stručna, jezična i interkulturalna znanja koja su osnova za razvijanje stručne, jezične, interkulturalne, ali i metodičke i socijalne kompetencije potrebne za učinkovito stručno i poslovno djelovanje. Sve se navedene kompetencije u procesu poslovne komunikacije međusobno preklapaju, nadopunjavaju i stapaju u komunikacijsku kompetenciju koja se "...može odrediti kao jedinstvo jezične, društvene, kulturne i strateške kompetencije. Ona je spoj jezičnih vještina i društvene interakcije."<sup>24</sup> Krajnji je cilj dakle kroz stjecanje ključnih kvalifikacija *Schlüsselqualifikationen* "koje su preduvjet za fleksibilnost u prilagođavanju promjenljivim zahtjevima novih tehnologija i modernih poduzeća"<sup>25</sup> razviti komunikacijsku kompetenciju. Posebno se težište stavlja na interkulturalna znanja koja prvenstveno podrazumijevaju (Satzer 2001:170) da svaka osoba treba početi od činjenice da su njezin sustav vrijednosti i načini ponašanja kulturološki određeni i time nisu automatski prihvatljivi u svakoj situaciji. Kako bi se to postiglo, nije dovoljno samo razmišljati o drugim kulturama, već treba postati svjestan svojega vlastitog kulturnog identiteta kako bi se mogao uvesti proces relativiziranja. Senzibilitet prema verbalnom i neverbalnom ponašanju proizašlom i ovisnom o kulturnim razlikama pojedinaca postaje odlučujući preduvjet kreativnog rada. Interesantan portret poslovne komunikacije i njezine vitalne funkcije za poduzeće oslikavaju Hargie, Dickson i Tourish (2004) koristeći metafore: njegova krv, kisik, mozak, centralni živčani sustav, arterije, autoput kojim se odvijaju poslovne transakcije, ljepilo koje povezuje njegove dijelove, gorivo koje pokreće njegov motor.

<sup>24</sup> FOX, Renata: Poslovna komunikacija, Zagreb, Hrvatska sveučilišna naklada, 2001., str. 15

<sup>25</sup> LÉVY-HILLERICH, Dorothea; KRAJEWSKA-MARKIEWICZ, Renata: Mit Deutsch in Europa studieren - arbeiten - leben, Fraus, Plzeň, Goethe-Institut, München, 2005., str. 10.

<sup>22</sup> Ibid., str. 172.

<sup>23</sup> BUHLMANN, Rosemarie: *Fachsprache Wirtschaft – Gibt es die? Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache*, 1988., 14, str. 85.

### 3.2.1. Verbalna poslovna komunikacija

Komunikacija u poslovnom okruženju podrazumijeva verbalnu i neverbalnu poslovnu komunikaciju. Verbalna komunikacija pronalazi svoj izražaj u usmenoj i pismenoj komunikaciji, dok se neverbalna komunikacija izražava kroz geste, mimiku i držanje tijela. Budući da je u ovom radu težište na komunikacijskoj funkciji njemačkog jezika gospodarstvene struke, zadržat ćemo se na verbalnoj poslovnoj komunikaciji, no time ne želimo umanjiti važnost koju neverbalni elementi imaju pri prenošenju poruke. Sklad verbalnih i neverbalnih elemenata je nužnost o kojoj ovisi pozitivni ishod komunikacije, a to je razumijevanje. Suprotno tomu nesklad ovih elemenata dovodi do nesporazuma (Fox 2001). Kako kod usmene, tako i kod pismene poslovne komunikacije, znanje jezika struke i kompetentnost u komuniciranju, bilo na materinskom ili stranom jeziku, npr. njemačkom jeziku gospodarstvene struke, ima presudnu ulogu za poslovni uspjeh. Sudionik u komunikaciji mora biti spreman na formalnu, neformalnu, planiranu ili neplaniranu komunikaciju, tj. razgovor koji između ostalog pretpostavlja sposobnost aktivnog slušanja, ali i uspješnog uvjeravanja, diskutiranja, javnog izlaganja, prezentiranja i izvješćivanja.

Preduvjet za uspješno izvršenje navedenih aktivnosti jest visok stupanj jezične kompetencije, tj. poznavanja leksičkih, frazeoloških ali i sintaktičkih specifičnosti jezika struke koje tvore određeni stručni registar "...čija je osnovna svrha učinkovita komunikacija..."<sup>26</sup> Za razliku od usmene poslovne komunikacije pismena poslovna komunikacija uvijek je planirana i formalna, a zahtijeva od komunikatora određeni kreativni napor. Ona se odnosi na poslovnu korespondenciju, tj. razmjenu poslovnih pisama, ali i na sastavljanje ugovora, izvješća, obrazaca, prikaza, grafikona. Svaki od navedenih zapisa predstavlja trag pismene komunikacije te predstavlja dokument i ima pravnu težinu. Njemačka je poslovna korespondencija doživjela pod utjecajem elektroničke obrade i prijenosa teksta velike promjene. Iako je donekle zadržan tradicionalni oblik pisma, sve češće se u pismima može uočiti elementi usmene komunikacije izražene kroz pojednostavljenu sintaksu njemačkog jezika poslovne korespondencije.

## 4. ZAKLJUČAK

Dvije su funkcije općeg jezika - komunikacijska i autistično-refleksivna - bile i još uvijek jesu ključni predmet rasprava lingvista tijekom povijesnog proučavanja jezika. Uspoređujući opći jezik s njemačkim jezikom gospodarstvene struke, možemo zaključiti da se njemački jezik gospodarstvene struke može promatrati kao nadgradnja općeg jezika. Razvoj gospodarstva i neprestane promjene u gospodarskim odnosima dovele su do razvoja jezika struke i nove lingvističke discipline - lingvistike jezika struke, čiji je predmet istraživanja osim specifičnosti jezika struke na morfološkoj, sintaktičkoj i semantičkoj razini upravo njegova komunikacijska funkcija. Značaj verbalne komunikacijske funkcije njemačkom jeziku gospodarstvene struke dolazi do izražaja u interdisciplinarnoj usmenoj i pismenoj poslovnoj komunikaciji, čiji uspjeh ovisi o komunikacijskoj kompetenciji, koja u sebi objedinjuje jezičnu, stručnu, interkulturalnu, socijalnu i metodičku kompetenciju poslovnih komunikatora. Pritom se ne smije zaboraviti važnost neverbalnih elemenata komunikacije: mimike, gesta i držanja tijela. Sve navedeno ukazuje na činjenicu da komunikacijska funkcija jezika struke pronalazi svoj potpuni izražaj u poslovnoj svakodnevici, a da poučavanje svih oblika usmene i pismene poslovne komunikacije na njemačkom jeziku gospodarstvene struke predstavlja jedan značajan korak ka razvijanju komunikacijske kompetencije kao preduvjeta poslovne učinkovitosti.

<sup>26</sup> FOX, *ibid.*, str. 35.

*Literatura*

1. Beyer, H. und A.(1996). *Sprichwörter Lexikon*. Weyarn: Seehamer Verlag GmbH. Houndmills/ Basingstoke/ Hampshire/ New York: Palgrave Macmillan.
2. Buhlmann, R.(1988). Fachsprache Wirtschaft – Gibt es die?. Jahrbuch *Deutsch als Fremdsprache* 14, 82-108.
3. Gardt, A.(1995). Die zwei Funktionen von Sprache: kommunikative und sprecher- zentriert, *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 23, 153-171.
4. Hargie, O., Dickson, D., Tourish D. (2004) *Communication Skills for Effective Management*.
5. Lévy-Hillerich, D., Krajewska-Markiewicz, R.(2004). *Mit Deutsch in Europa studieren – arbeiten – leben*. Plzeň / Goethe-Institut, München: Fraus.
6. Satzger, A. (2001). Fachsprachenforschung – Akzente und Perspektiven. *Zeitschrift Deutsch als Fremdsprache*, 3,166-172.

Mirna Hocenski-Dreiseidl, B. A.

**DOUBLE FUNCTION OF LANGUAGE –  
GENERAL LANGUAGE VERSUS LANGUAGE OF ECONOMY**

*Summary*

The functions of general language are communication and autistic-reflexive ones. In relation to the general language, the language of economy profession is in function of profession and can be considered communication superstructure of the general language. Its function is exclusively communication and it finds its complete expression in everyday business communication. The example of German language in economy profession points to the fact that all forms of verbal and written business communications in the language of economy profession presume the high stage of communication competence as a prerequisite of business efficiency.

**Key words:** general language, communication function, autistic-reflexive function, German language of economy, communication function language of profession, business communication, communication competence