

Was ist „gute Sprachenpolitik“?

Ein Blick aus soziolinguistischer und sozioökonomischer Perspektive

Vít DOVALIL

1. Einleitung

Im gegenwärtigen Diskurs über die Stellung des Deutschen in (Mittel-)Europa wird die immer dringlichere Frage aufgeworfen, woran eigentlich eine sog. „gute Sprachenpolitik“ erkennbar ist und ihr Erfolg gemessen werden könnte. Das Problem des Rückgangs des Deutschen in der Tschechischen Republik wird spätestens seit der Jahrhundertwende immer deutlicher und intensiver. Eine Lösung dieses Problems ist zu kompliziert, um in Form eines Textes abgehandelt zu werden. Ziel dieses analytisch angelegten Aufsatzes ist es deshalb, den (sozio-)ökonomischen Hintergrund der Sprachförderung zu skizzieren und dadurch einige Anregungen zu liefern, die in der gegenwärtigen Debatte noch nicht erschöpfend besprochen worden sind. Der Aufsatz geht von der Voraussetzung aus, dass die Wahl einer Fremdsprache – natürlich abgesehen von anderen in Frage kommenden Motiven – auch dem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage unterliegt (vgl. Grin 2000). Beide Marktkräfte können allerdings beeinflusst werden.

Nach der Begriffsklärung und Einbettung in den theoretischen Rahmen wird zu den Möglichkeiten übergegangen, wie der Erfolg sprachpolitischer Maßnahmen gemessen werden kann. Die Schlüsselrolle spielt dabei die Effizienz (Wirksamkeit). Abschließend werden die Überlegungen mit der Theorie des Sprachmanagements konfrontiert.

Die Frage nach Zusammenhängen zwischen Sprache und Wirtschaft ist heutzutage nichts Neues mehr. Die Markt-Analogien dürfen jedoch nicht in irreführender Weise missdeutet werden. Sprachen an sich sind nicht ohne Weiteres Waren, denn im Gegensatz zu Waren können Sprachen beispielsweise nicht völlig verbraucht werden. Was dem Gesetz von Nachfrage und Angebot auf dem Markt unterliegt, sind die sog. *language-specific-commodities* wie Bücher, Zeitschriften, Fernsehprogramme, Sprachkurse usw. (ausführlich dazu vgl. Grin 2000 oder Grin 2006). Im Falle der Sprachkurse könnte die Behauptung noch etwas präzisiert werden: Nachgefragt/angeboten werden Sprachkenntnisse, die mehr oder weniger leicht vermarktet werden können (Stellenangebote oder Bildungsmöglichkeiten können gemeint sein).

Der Sprachgebrauch und die Kommunikation dürften kaum völlig spontan sein. Der Sprachgebrauch ist in jeder Sprachgemeinschaft – und dabei mag es sich um eine einsprachige wie auch mehrsprachige Gemeinschaft handeln – von Seiten der Sprachbenutzer durch abwechslungsreiche Eingriffe in die Interaktionen oder ins Sprachsystem gekennzeichnet. Dass in den Sprachgebrauch von den Benutzern eingegriffen wird, wird noch deutlicher, wenn über Lernprozesse von Fremdsprachen diskutiert wird, wie z. B. über Deutsch in Tschechien bzw. Deutsch als Fremdsprache im Allgemeinen. Dadurch wird der Bereich der ausgesprochen gesteuerten Aktivitäten von metasprachlicher Natur betreten, denn der Sprachgebrauch wird mit Hilfe der Sprache selbst beeinflusst. Die Sprachbenutzer werden immer wieder Zeugen eines gewissen Verhaltens gegenüber der Sprache. Besonders deutlich zeigen dieses Verhalten verschiedene Purismus-Debatten, der Diskurs über den Sprachverfall, die laienhafte Sprachkritik usw. Die Soziolinguistik bezeichnet solche metasprachlichen Aktivitäten, die auf der Existenz des beobachtbaren *behaviour towards language* basieren, als Sprachmanagement.

Wenn davon ausgegangen (oder zumindest eingeräumt) wird, dass Verhalten gegenüber Sprache gesteuert werden kann, entsteht automatisch die Frage nach möglichen Zielen der Eingriffe und nach der Art und Weise, wie diese verwirklicht werden. Wird z. B. der Gebrauch einer Sprache durch Eingriffe gefördert oder eher unterdrückt? Mit welchen Mitteln und Absichten, mit welchen Ergebnissen und mit welchen sekundären Effekten? Wie teuer, mühsam und erfolgreich sind derartige Interventionen? Die aufgeworfenen Fragen zeigen dem Leser, wie fest diese Überlegungen in der sozioökonomischen und machtpolitischen Realität der Gegenwart zu verankern sind. Die Realität ist reich an kontradiktorischen Interessen unterschiedlicher Akteure bzw. Interessengruppen, die verschiedene gesellschaftliche Ungleichheiten durch den Sprachgebrauch gleichzeitig widerspiegeln und verursachen (vgl. Tollefson 1991, dessen Buch bezeichnenderweise ‚Planning language, planning inequality‘ heißt). Vor diesem Hintergrund gilt es auch jede Sprachenpolitik und ihre Erfolge zu beurteilen.

2. Zum Begriff „Sprachenpolitik“

Sprachenpolitik lässt sich verschiedenartig definieren. In diesem Aufsatz wird eine Auffassung vertreten, nach der Sprachenpolitik eine Gesamtheit von systematischen, vernünftigen und theoretisch fundierten Bemühungen darstellt, die Sprachsituation im Hinblick auf das Gesamtwohl der betreffenden Gemeinschaft der Sprachbenutzer zu verbessern. Sie wird von offiziellen Körperschaften ausgeführt und ist auf die Bevölkerung (oder einen Teil von ihr) ausgerichtet, die sich unter der Jurisdiktion dieser Organe befindet (vgl. Grin 2003, 30).

Dieser Auffassung ist zu entnehmen, dass z. B. Aktivitäten, durch die der Sprachgebrauch in Firmen, privat im Haushalt oder im Bekanntenkreis geregelt werden sollte, nicht zu den Begriffsmerkmalen der Sprachenpolitik gehören würden. Die Sprachenpolitik kann sowohl explizit in öffentlich deklarierten Formen zum Ausdruck kommen (= overt policy), wie auch implizit als realisierte Praxis de facto (die ohne Dokumente, Vorschriften, Gesetze usw. existiert) (= covert policy). Nach Spolsky (2004, 5-15) besteht die Sprachenpolitik aus einer ideologischen, einer praxisbezogenen und einer auf Interventionen/Eingriffen beruhenden Komponente.

Das eigentliche Objekt der Sprachenpolitik besteht nicht so sehr in einer eher abstrakten Regelung oder Stellung einer Sprache in einer Sprachgemeinschaft, sondern vor allem im Umfang und in der Qualität des empirisch nachweisbaren Sprachgebrauchs selbst. Der authentische Gebrauch einer Sprache beruht auf gewissen elementaren Voraussetzungen, ohne die er nicht denkbar ist:

1. möglichst gute Sprachkenntnisse
2. die damit eng zusammenhängende Selbstsicherheit der Sprecher im öffentlichen Gebrauch der jeweiligen Sprache
3. der wiederum mit dem 1. Faktor verknüpfte Wille zum bereits genannten Sprachgebrauch (der sich wieder vor allem öffentlich manifestieren sollte).

Diese drei Faktoren scheinen die Instrumente zu sein, mit deren Hilfe u. a. auch die Situation des Deutschen in der Tschechischen Republik analysiert werden kann. Nach der Konkretisierung der unentbehrlichen analytischen Kategorien muss man sich allerdings fragen, wie sie faktisch zu messen sind, wenn die erhobenen Daten als Grundlage für praktische Ziele dienen sollen. Eines ist aber ohnehin klar geworden: Gemessen werden muss der Sprachgebrauch.

Wenn die Voraussetzungen richtig und vollständig identifiziert worden sind, bedeutet es logischerweise, dass eine gute Sprachenpolitik in der Lage sein soll, alle drei oben präsentierten Parameter zu verbessern.

Erstens wurden die Sprachkenntnisse erwähnt. Mit den Ansprüchen auf immer bessere Sprachkenntnisse gerät man in die außerordentlich komplexe Problematik des Schulwesens bzw. des Sprachunterrichts. Durch bessere Sprachkenntnisse wird auch die Selbstsicherheit der Sprachbenutzer direkt gestärkt, die Sprache in öffentlichen Kommunikationsdomänen mündlich und schriftlich zu verwenden. Dies liegt auf der Hand: Je schlechter die Sprachkenntnisse sind, desto weniger Lust und Mut hat man, diese Sprache zu sprechen. Noch deutlicher gilt dies für öffentliche Domänen, wo der Druck im Vergleich zu den privaten um so intensiver wahrgenommen wird. Deshalb wird das Gegenteil dieses Zyklus angestrebt: Gute Kenntnisse motivieren die Benutzer zu um so häufigerem Gebrauch, und mit dem Effekt einer erfolgreichen und die Benutzer befriedigenden Kommunikation kann auch ihre Bereitschaft wachsen, die Kenntnisse weiter zu vervollkommen. Der dritte Bestandteil des Sprachgebrauchs, d. h. die Förderung des Willens, die Sprache (wieder vor allem öffentlich) zu verwenden, ließe sich als „Krönung“ der beiden erstgenannten ergänzen. Eine empirische Messbarkeit dieses Faktors stößt aber auf zahlreiche Probleme, denn der Wille ist ähnlich wie die Selbstsicherheit im Sprechen und Schreiben ein psychologisches Phänomen. Im Diskurs über den Willen zum Gebrauch einer Sprache wird vielleicht eher die Loyalität eines Sprechers gegenüber der Sprache thematisiert. Die Loyalität kann gestärkt werden, wenn die Sprachenpolitik ausführenden Organe *genügend Gelegenheiten schaffen, die Sprache aktiv und in öffentlichen Domänen zu verwenden. Die Gelegenheiten werden eine zentrale Rolle spielen.*

3. Effizienz im Mittelpunkt der Sprachenpolitik

Die Förderung der hier zu analysierenden Komponenten dessen, was üblicherweise unter „Sprachgebrauch“ verstanden wird, sollte allerdings nicht vereinfacht und auf das bloße Angebot reduziert werden. In ähnlich vereinfachender Weise könnte nämlich behauptet werden: Anbieten kann man Manches. Wenn daraus aber kein Nutzen folgt (d. h. wenn das Angebot von keiner Nachfrage ausgelöst wird und umgekehrt), bleibt es im Endeffekt nur bei diesem Angebot. Solch ein nutzloses Angebot wird nach kurzer Zeit unfinanzierbar. Was hingegen die Stellung einer Sprache zuverlässiger garantieren kann, ist ein Mechanismus der Reproduktion der Nachfrage nach dieser Sprache.

Die Effizienz einer jeden sprachenspolitischen Maßnahme ist eine ausführlichere Differenzierung wert. Was genau geschieht eigentlich auf Seiten des Angebots? Die Förderung des Sprachgebrauchs kommt nicht von selbst und umsonst, Investitionen sind nötig. Welche genau? Diejenigen, die sich lohnen. In Betracht werden somit die Elemente der Kosten-Nutzen-Analyse gezogen. Sie unterscheidet einerseits bloße Ausgaben von realen Kosten, andererseits bloße Produktion von realen Ergebnissen mit Nutzen. Eine vernünftige Sprachenpolitik zielt eindeutig auf die letztgenannten realen Ergebnisse ab.

Das folgende erschlossene Beispiel will die Unterschiede veranschaulichen:

Bsp. 1

Ein mit der Sprachenpolitik beauftragtes Verwaltungsorgan weist in einer hypothetischen Statistik aus, dass für die Förderung des Deutschen in Tschechien in einem Zeitabschnitt eine Million Kronen verwendet worden sind (bloße Ausgaben bzw. *expenditure*). Diese Summe ermöglichte es, 10.000 Exemplare einer deutschsprachigen Zeitung herzustellen (grobe Produktion bzw. *output*).

Man wurde damit der Statistik gerecht, die öffentlich-rechtlichen Körperschaften haben aktiv gehandelt, um Deutsch zu fördern. In dieser Phase des Prozesses wird allerdings noch nichts darüber gesagt, welcher Nutzen oder welche realen Ergebnisse erreicht worden sind, und schon gar nichts über die Effizienz der Investition.

Die Realität der wirklichen Kosten ist bekanntlich bunter als das, was eine Statistik in Form von bloßen Ausgaben zu vermitteln weiß. Um die realen Kosten (= costs) auszudrücken, müssen die Ausgaben um zeitliche und anderweitige Komponenten erweitert werden, d. h. beispielsweise um die Zeit und die Arbeit/Mühe der Beamten, die mit der Verwaltung und Umsetzung der Sprachenpolitik beauftragt werden. Derartigen Kosten entsprechen reale Ergebnisse, die sich aber wieder nicht auf die bloße Produktion reduzieren lassen. Für reale Ergebnisse (= outcome) einer Sprachenpolitik kann vielmehr nur ein ganz konkreter Sprachgebrauch gehalten werden. Die Daten über den Sprachgebrauch bestehen eigentlich primär in den Informationen darüber, wie viele Personen wie lange (wie viele Stunden) eine Sprache in welchen Kommunikationsdomänen aktiv verwenden. Als Beispiel eines solchen Resultats kann die Information dienen, dass zwei Personen eine Viertelstunde in einem Geschäft Deutsch gesprochen haben (und dass sich die Deutschkenntnisse gelohnt haben).

Wohl etwas vereinfacht, dafür aber um so deutlicher könnte die relevante Frage nach der Kosten-Nutzen-Analyse im Bereich der Sprachenpolitik folgendermaßen formuliert werden: Mit wie viel Geld, Zeit und Arbeitsaufwand (d. h. mit welchen Kosten) kann erreicht werden, dass eine Sprache X von möglichst vielen Benutzern möglichst lange in möglichst vielen Kommunikationsdomänen gesprochen und geschrieben wird (d. h. möglichst hoher sprachpolitischer Nutzen erzielt wird)? Die konkretisierten Instrumente der Kosten-Nutzen-Analyse ermöglichen es in dieser Phase, die Effizienz der Sprachenpolitik (wenigstens grob) zu beurteilen und zu vergleichen.

Bsp. 2

Eine Sprachenpolitik SP 1 ist in der Lage, 100 neue Benutzer des Deutschen zu gewinnen, die die Sprache in der Arbeit jeden Tag zwei Stunden lang gebrauchen. Eine konkurrierende Sprachenpolitik SP 2 ist in der Lage, 170 vergleichbare Sprecher zu gewinnen. Daraus müsste geschlussfolgert werden, dass (bei der vorauszusetzenden Vergleichbarkeit der Sprachbenutzer und Domänen) die Politik SP 2 erfolgreicher war, denn die hier eingeführte Größe *outcome* ist höher. Keine der beiden Politiken war allerdings kostenlos. Die Gesamtkosten zeigen, dass die SP 1 (mit einer Million Kronen und zusätzlichen Kosten) nach der Umrechnung pro Einheit, z. B. pro Person oder pro Stunde doch effizienter war als die SP 2, die 1,8 Mio. Kronen (mit gleichen zusätzlichen Kosten) teuer war. Deren *outcome* (= 170 neue Sprecher) ist zwar um 70% höher als im Falle der SP 1 (= 100 neue Sprecher), aber die Kosten pro Person (oder pro Stunde der Kommunikation in Deutsch) liegen bei der SP 2 höher.

Das zweite Beispiel konstruiert bei aller Klarheit der Grundkonzepte doch immer noch eine gewissermaßen verzerrte Pseudorealität. Das Komplizierteste, was in den Überlegungen noch erfasst werden muss, sind natürlich die Parameter, deren ökonomische Wirkung zwar nicht so global und allgemein zu berechnen ist, deren Wirkung aber trotzdem überaus relevant bleibt. Gedacht sind zahlreiche abwechslungsreiche Nebeneffekte mit individueller Reichweite qualitativer Art, wie sie im nächsten Beispiel angedeutet werden:

Bsp. 3

Wenn von der Messbarkeit der Effizienz einer Sprachenpolitik (z. B. Förderung des Deutschen) die Rede ist, muss die Analyse auch folgende Fragen beantworten können: Was bringt höheren Nutzen – Lesen eines in Deutsch publizierten Buches oder Fernsehen? Welche

der erwähnten Tätigkeiten stimuliert die darauf folgende Kommunikation in Deutsch intensiver? Also auf die Kosten-Nutzen-Analyse konsequenter bezogen: Was lohnt sich mehr – finanzielle (und anderweitige) Förderung eines deutschsprachigen Fernsehprogrammes oder eines Verlags?

In diesem Beispiel sind natürlich die oben eingeführten ökonomischen Größen enthalten. Die Kosten (*costs*) bestehen aus den für die Produktion des Fernsehprogramms unentbehrlichen intellektuellen Aktivitäten der Menschen, aus ihren Gehältern, Zeit, Tätigkeiten organisatorischer Art, aber auch Finanzierung der Energie, Miete, Trinkwasserversorgung usw. Darüber hinaus muss das Programm ausgestrahlt werden. Die Kosten sind im Falle des Buches strukturell ähnlich, vielleicht bis auf Papier, Vertrieb der Bücher usw.

Die bloße Produktion (*output*) der Maßnahmen wird in beiden Fällen etwas deutlicher: Einerseits liegt ein konkretes Fernsehprogramm vor, andererseits ein materielles Produkt, z. B. 5 000 Exemplare eines Buches. Die realen sprachpolitischen Ergebnisse (*outcome*) könnten erst bemessen werden, wenn ermittelt würde, wie lange Kommunikation unter wie vielen Deutschlernern in wie vielen Domänen von dem jeweiligen Produkt (Fernsehprogramm versus Buch) ausgelöst wurde, wie lang das Programm ist bzw. wie lange das Buch gelesen wird (Länge des Kontakts mit der Sprache) usw. Obwohl diese Daten nicht im großen Umfang in ganzen Staaten erhoben werden können, gilt ihre Relevanz als unumstritten. Die quantitativ ausdrückbaren Größen verfügen allerdings über ihre jeweils nur qualitativ erfassbaren Charakteristiken, die im Detail außerordentlich individuell ausfallen können.

Das dritte Beispiel verweist auf noch einen zu besprechenden Aspekt des skizzierten sozioökonomischen Hintergrundes der Sprachenpolitik – die Gelegenheitskosten. Wenn sich ein Deutschlerner entscheidet, die eine Aktivität (das Buch) zu bevorzugen, bedeutet dies in der Regel gleichzeitig, dass dadurch die andere Gelegenheit geopfert wird (das Fernsehen). Mit anderen Worten: Hier entstehen Kosten, indem der Deutschlerner in der Zeit etwas macht (z. B. das Buch liest = Wahl I), und auf die potenzielle alternative Tätigkeit verzichtet (nicht fernsieht = verpasste Wahl II, geopfert Gelegenheit). Die miteinander konkurrierenden Gelegenheiten und die daraus folgenden Kosten erschweren jede Evaluation der Sprachenpolitik, weil das nicht Verwirklichte empirisch nicht unter den identischen Bedingungen erforscht werden kann.

Aus den Analysen sollte klar geworden sein, worauf eine sog. 'gute Sprachenpolitik' abzielen kann und was die konkrete Förderung wert ist. Steigende Tendenz sollten aufweisen:

1. Anzahl der Sprachbenutzer (Lerner, Sprecher)
2. Qualität der Sprachkenntnisse, und im engen Zusammenhang damit
3. Anzahl der Kommunikationsdomänen und die Länge/Häufigkeit des gesamten Sprachgebrauchs als Widerspiegelung der Loyalität gegenüber der Sprache.

Eine der Fragen, die wohl von vielen gestellt wird, lautet, ob diese Parameter etwa in einer standardisierten Prüfung oder in einem Schulabschluss erkannt werden können.

4. Auf der Suche nach einem Ausweg? Beitrag der Theorie des Sprachmanagements anstelle einer Schlussbemerkung

Der Kern des thematisierten Sprachproblems (Stellung des Deutschen in der Tschechischen Republik, Qualität der Deutschkenntnisse) kommt nun wenigstens auf der analytischen Ebene in klareren Konturen zum Vorschein als am Anfang. Die Suche nach möglichen Lösungen sollte bei den verwandten sozioökonomischen und kommunikativen Problemen beginnen (vgl. Neustupný/Nekvapil 2006).

Das aus deutscher Perspektive positive Ergebnis des Sprachmanagements (= mehr Deutschlernen und der daraus folgende häufigere Gebrauch des Deutschen von Tschechen) hängt vom erfolgreichen kommunikativen Management ab, in dem es um das Entstehen oder Schaffen natürlicher (= möglichst lebensfähiger) sozialer Netzwerke geht. Das erfolgreiche Schaffen und die dauerhafte Existenz dieser Netzwerke werden nach der Theorie vom erfolgreichen sozioökonomischen Management bedingt. Hauptsächlich sollten solche Arbeitsstellen entstehen oder geschaffen werden, die die wünschenswerten deutschsprachigen Netzwerke zu konstituieren helfen. In ihnen kommt es zur Reproduktion der Nachfrage nach Deutschkenntnissen, was bedeutet, dass sich der Gebrauch des Deutschen – auch ökonomisch – lohnt und weiterhin lohnen wird.

Bsp. 4

Als Beispiel könnten deutsche Unternehmen dienen. Abgesehen von der freien Wirtschaft sollte aber die Macht der Politik nicht vernachlässigt werden. Auch die Politik weiß nämlich Arbeitsstellen zu schaffen. Denken wir an die einst relativ starke Stellung des Deutschen in den europäischen Institutionen (= eines der Beispiele der sozialen Netzwerke): Wenn Deutsch eine ihrer selbstverständlichen *de facto*-Arbeits Sprachen geblieben wäre (wie noch Französisch – um den Vergleich mit Englisch geht es nicht), wie dem vor der EG-Erweiterung um Großbritannien, Irland und Dänemark im Jahre 1973 war, und wenn Deutsch den damaligen Status nicht verloren hätte (im Gegensatz zu Französisch), würde die deutsche Sprache auch heutzutage viel mehr nachgefragt. Wer EU-Beamter werden möchte, müsste weiterhin auch gute Deutschkenntnisse nachweisen (und nicht nur Französischkenntnisse, Englisch wird sowieso nicht angezweifelt). Eine solche Nachfrage gibt es im Falle des Deutschen nicht. Das bedeutet, dass die Bewerber um die Arbeitsstellen in den EU-Institutionen keine starke Motivation haben, Deutsch zu lernen oder sogar aktiv sprechen/schreiben zu können. Der Status (primär natürlich *de facto*) als Ausdruck der Machtverhältnisse hilft dabei, die reproduzierbare Nachfrage aufrecht zu erhalten. Französisch ist in dieser Hinsicht in den europäischen Institutionen doch erfolgreicher als Deutsch.

Die Schlussfolgerung bringt die Argumentation zu den Gelegenheiten zurück, deren Bedeutsamkeit oben als zentral klassifiziert wurde. Solange keine günstigen sozioökonomischen Rahmenbedingungen für Deutsch (d. h. eine realistische und lebensfähige Nachfrage) gegeben sind, müssen die Maßnahmen auf Seiten des Angebots nicht wirksam sein (d. h. vereinfacht *mehr Geld für Deutsch* – mehr Deutschunterricht, mehr Deutschkurse). Investitionen ins Deutschlernen können zwar im Falle von Mangel an anderen Loyalitätsquellen kurzzeitig als ökonomischer Verlust auftreten, aber es müsste sich eben höchstens um kurzzeitige Perioden handeln. Unter der schwächeren Nachfrage leidet logischerweise die Qualität der Deutschkenntnisse, was in diesem sozioökonomischen Kontext kaum jemanden überraschen wird. Auch dies ist ein Bestandteil der empirisch nachweisbaren Tatsachen, die die aktuelle Situation (wenigstens in Tschechien) charakterisieren.

Literatur

AMMON, Ulrich: Die internationale Stellung der deutschen Sprache. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 1991.

BALDAUF, Richard B. Jr.: Rearticulating the Case for Micro Language Planning in a Language Ecology Context. In: LIDDICOAT, Antony J./BALDAUF, Richard B. Jr. (Hrsg.): Language Planning in Local Contexts. Clevedon u. a.: Multilingual Matters, 2008, S. 18-41.

- COOPER, Robert L.: Language planning and social change. Cambridge u. a.: Cambridge University Press, 1989.
- DOVALIL, Vít: Sprachenpolitik als Gegenstand der Rechtsprechung. In: KRATOCHVÍLOVÁ, Iva/NÁLEPOVÁ, Jana (Hrsg.): „Sprache: Deutsch“. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2008, S. 42-50.
- DOVALIL, Vít: Sprachenpolitik in der Tschechischen Republik (unter besonderer Berücksichtigung der Beziehungen zur EU und zum Europarat). In: BLANKE, Detlev/SCHARNHORST, Jürgen (Hrsg.): Sprachenpolitik und Sprachkultur. Frankfurt/Main: Peter Lang Verlag, 2007, S. 139-161.
- GRIN, François: Economic Considerations in Language Policy. In: RICENTO, Thomas (Hrsg.): An Introduction to Language Policy. Oxford: Basil Blackwell, 2006, S. 77-94.
- GRIN, François: Language Policy Evaluation and the European Charter for Regional or Minority Languages. New York: Palgrave, 2003.
- GRIN, François: Supply and demand as analytical tools in language policy. In: BRETON, Albert (Hrsg.): Exploring the Economics of Language. The Department of Canadian Heritage – Le ministère du Patrimoine canadien. 2000. Zugänglich auf der Webseite: http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/lo-ol/perspectives/english/explorer/page_02.html
- KAPLAN, Robert B./BALDAUF, Richard B.: Language Planning from Practice to Theory. Clevedon u. a.: Multilingual Matters, 1997.
- NEKVAPIL, Jiří: On the Language Situation in the Czech Republic: What Has (not) Happened after the Accession of the Country to the EU. In: AMMON, Ulrich/MATTHEIER, Klaus J./NELDE, Peter H. (Hrsg.): Sociolinguistica 21. Tübingen: Niemeyer, 2007, S. 36-54.
- NEKVAPIL, Jiří: From Language Planning to Language Management. In: AMMON, Ulrich/MATTHEIER, Klaus J./NELDE, Peter H. (Hrsg.): Sociolinguistica 20 (= Internationales Jahrbuch für Europäische Soziolinguistik: Perspektiven der Soziolinguistik). Berlin/New York: de Gruyter, 2006, S. 92-104.
- NEUSTUPNÝ, Jiří V./NEKVAPIL, Jiří: Language Management in the Czech Republic. In: BALDAUF, Richard B./KAPLAN, Robert B. (Hrsg.): Language Planning and Policy in Europe. Vol. 2: The Czech Republic, the European Union, and Northern Ireland. Clevedon u. a.: Multilingual Matters, 2006, S. 16-201.
- RICENTO, Thomas (Hrsg.): An Introduction to Language Policy. Maiden/Oxford: Blackwell, 2006.
- SCHIFFMAN, Harold F.: Linguistic Culture and Language Policy. London/New York: Routledge, 1996.
- SHOHAMY, Elana: Language Policy. London/New York: Routledge, 2006.
- SPOLSKY, Bernard: Language Policy. Cambridge u. a.: Cambridge University Press, 2004.
- TOLLEFSON, James W.: Planning language, planning inequality. London/New York: Longman, 1991.