

- *Transnational entrepreneurs – Middleman minority – Globalisation – Language skills*

**Ivan Light**

## **Transnational Entrepreneurs in an English-Speaking World**

*Transnationale Unternehmer in einer englischsprachigen Welt*

In the past, middleman minorities expedited international trade from their world-spanning diasporas. Their languages, networks and business skills afforded them advantages in international trade. In the modern world, enabled by electronic communications and jet airplanes, transnational entrepreneurs enjoy resources of networks, languages and business skills comparable to those of the middleman minorities. The transnational entrepreneurs have enabled many more people to perform this trade-expediting role than was true in the past when only middleman minorities had the requisite resources. For this reason, transnational entrepreneurs have served as agents of globalisation. However, now that English has become the dominant business language of the world, the language skills of transnational entrepreneurs and middleman minorities alike have been to some extent superseded. Some evidence suggests that English-speaking countries need the language skills of immigrants more than do non-English-speaking countries in order to promote their exports.

### ***Summary: Transnational Entrepreneurs in an English-Speaking World***

In the past, middleman minorities expedited international trade from their world-spanning diasporas. Their languages, networks, and intergenerationally-transmitted business skills afforded them advantages in international trade. They still do. However, middleman minorities now share the spotlight with transnational entrepreneurs, who are non-assimilating, bicultural business elites. In the modern world, enabled by electronic communications and jet airplanes, transnational entrepreneurs enjoy resources of world-spanning social networks and bilingualism that are comparable to those of the historic middleman minorities. The emergence of transnational

entrepreneurs since 1965 has enabled many more countries to organise trading diasporas than was previously possible. Transnational entrepreneurs thus expedited and accelerated globalisation of the world economy. However, now that English has become the dominant language of world business, the language skills of transnational entrepreneurs and middleman minorities alike have been to some extent superseded. Able to proceed in English on their own, traders need to rely less on the language skills of diasporan intermediaries. Because of the world dominance of English, language effects on trade may also have become asymmetrical. Some evidence suggests that in order to promote their exports, English-speaking countries need the language skills of immigrants more than do non-English-speaking countries.

*Zusammenfassung: Transnationale Unternehmer in einer englischsprachigen Welt*

In der Vergangenheit förderten „*middleman minorities*“ den internationalen Handel mit Hilfe des weltumspannenden Netzwerks ihrer Diasporastandorte. Durch ihre Sprachkenntnisse, Netzwerke und von Generation zu Generation weitergegebenen unternehmerischen Fähigkeiten besaßen sie Vorteile im internationalen Handel. Dies gilt auch heute, auch wenn sie sich mittlerweile das Rampenlicht mit den „transnationalen Unternehmern“ teilen müssen, d.h. mit einer sich nicht-assimilierenden, bikulturellen Wirtschaftelite. Gestützt auf elektronische Kommunikationsmittel und Düsenflugzeuge sind transnationale Unternehmer in der modernen Welt in der Lage, weltumspannende soziale Netzwerke und Zweisprachigkeit in ähnlicher Weise als Ressourcen zu nutzen wie die früheren *middleman minorities*. Das Aufkommen transnationaler Unternehmer seit 1965 hat viel mehr Ländern ermöglicht, Handelsniederlassungen in Diasporasituationen aufzubauen, als dies vorher möglich war. So haben transnationale Unternehmer die Globalisierung der Weltwirtschaft entscheidend mit vorangetrieben. Allerdings sind die Sprachkenntnisse der transnationalen Unternehmer und der *middleman minorities* in gewissem Maße überflüssig geworden, seitdem Englisch die dominierende Sprache im Welt-handel geworden ist. Mit der Möglichkeit ausgestattet, selbst auf Englisch zu agieren, sind Händler heute weniger auf die Sprachkenntnisse der Mittler an den Diasporastandorten angewiesen. Durch die globale Dominanz des Englischen haben sich die Auswirkungen von Sprache auf den Handel möglicherweise asymmetrisch entwickelt. Einiges weist darauf hin, dass englischsprachige Länder die Sprachkenntnisse von Migranten eher benötigen, um ihren Export zu fördern, als nicht-englischsprachige Länder.

*Résumé: Entrepreneurs transnationaux dans un monde anglophone*

Dans le passé, les distributeurs qui ciblaient les minorités ethniques, accélèrent les échanges internationaux en utilisant leur diasporas qui couvraient l'ensemble du monde. Leurs langues, réseaux et compétences commerciales leur ont donné des avantages spécifiques dans le commerce international. Dans le monde moderne, structuré par les communications électroniques et les avions à réaction, les entrepreneurs transnationaux ont accès aux ressources des réseaux, des langues et des compétences commerciales qui sont comparables aux ressources des distributeurs ethniques. Les entrepreneurs transnationaux ont permis à un nombre important de personnes d'accélérer les échanges commerciaux internationaux, ce qui était vrai dans le passé, uniquement pour les distributeurs ethniques qui possédaient les ressources requises. C'est pour cette raison que les entrepreneurs transnationaux ont servi d'agents de mondialisation. Cependant, maintenant que la langue anglaise est devenue la langue commerciale qui domine le monde, les compétences linguistiques des entrepreneurs transnationaux ont été dans une certaine mesure dépassées. Les recherches démontrent que les pays dans lesquels la langue anglaise est utilisée couramment ont besoin des compétences linguistiques des immigrants plus que les pays où l'anglais n'est pas utilisé, dans le but de promouvoir leurs exportations.

*Prof. Dr. Ivan Light*, Department of Sociology  
Box 91551, University of California, Los Angeles  
CA 90095, USA, [light@soc.ucla.edu](mailto:light@soc.ucla.edu)