

Karol Klimczak
Studenckie Koło Naukowe
Stosunków Międzynarodowych "Tial"
przy Katedrze Stosunków Międzynarodowych
Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego
Uniwersytetu Łódzkiego

Opiekun Naukowy: dr Tomasz Miziołek

ZNAJOMOŚĆ JĘZYKÓW OBCYCH JAKO WARUNEK SUKCESU POLSKICH ABSOLWENTÓW NA EUROPEJSKIM RYNKU PRACY

Wejście do Unii Europejskiej będzie dla polskich absolwentów ogromną szansą na zdobycie praktyki i doświadczenia zawodowego w lepiej rozwiniętych i zorganizowanych gospodarkach Europy Zachodniej. Już dzisiaj najlepsi spośród studentów mają szansę na znalezienie interesującej i dobrze płatnej pracy za granicą. Część z nich wróci później do kraju przynosząc ze sobą korzystne wzorce, których u nas brakuje. Z drugiej strony, wejście do Unii Europejskiej otworzy w większym stopniu rynek Europy Zachodniej dla naszych firm, co może stać się impulsem dla zwiększenia eksportu i poprawy sytuacji gospodarczej. Jednak wykorzystanie tych szans zależy od otwartości Polaków na obce kraje i kultury oraz ich mobilności.

Choć istnieje spora szansa, że Polacy będą bardziej mobilni niż ich zachodni sąsiedzi, trudno oczekiwać, że dojdzie do masowej migracji absolwentów. Wniosek taki można wyciągnąć na podstawie historii Unii Europejskiej, gdzie penetracja rynku ma cały czas nieznaczny wymiar. Nawet wśród studentów dochodzi tylko do małej wymiany – 232 tysiące studentów studiowało w roku 2000 poza swoim krajem macierzystym, na prawie 15 milionów studentów ogółem¹. Jako przyczyny małej mobilności podaje się zazwyczaj różnice kulturowe, brak zainteresowania innymi krajami, ryzyko i koszty migracji oraz bariery w podjęciu pracy za granicą, które istnieją także na wspólnym rynku. Jednak najważniejszym czynnikiem ograniczającym zarówno możliwości zatrudnienia za granicą, jak i chęć wyjazdu, jest słaby poziom znajomości języków obcych. Trudno bowiem wyobrazić sobie, że polski absolwent nieznający języka, którego używa się w przedsiębiorstwie, zostanie przyjęty na stanowisko inne niż fizyczne. Podobnie polskie firmy nie będą w stanie konkurować na rynkach Europy Zachodniej, jeśli nie będą dysponowały pracownikami znającymi potrzebne języki obce. Przedmiotem poniższej pracy jest zestawienie wyników dwóch badań ankietowych, przeprowadzonych wśród łódzki przedsiębiorstw, oraz studentów Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego, dotyczących między innymi potrzeb językowych oraz przewidywanego użycia języków obcych w przyszłości. Na podstawie porównania wyników przedstawiam propozycję zmian w sposobie nauczania języków obcych na uczelniach

Przedsiębiorcy

Badaniem przeprowadzonym w kwietniu 2002 roku objęto próbę dziesięciu łódzkich przedsiębiorstw². Próbę dobrano w sposób celowy, dobierając przedsiębiorstwa prowadzące działalność eksportową, lub

¹ *Key Data on Education in Europe 1999/2000*, European Commission, 2000.

² Klimczak K., *Języki obce w przedsiębiorstwie: oczekiwania wobec pracowników oraz nauczycieli języków obcych*, Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Płocku "Neofilologia", Tom IV, Płock 2003, s. 21-40.

wchodzące w skład międzynarodowych koncernów. Ankietowano następujące przedsiębiorstwa: jeden hotel (nie zgodził się na ujawnienie nazwy), supermarket Geant, jeden bank (też nie zgodził się na ujawnienie), oraz siedem firm produkcyjnych (Merloni – producent sprzętu AGD, ABB Zwar oraz ABB Elta produkujące urządzenia wysokiego napięcia, Barry Callebaut – producent czekolady przemysłowej, East-West Spinning – producent przędzy, Polska Grupa Farmaceutyczna, Amcor-Rentsch – producent opakowań). Wszystkie ankietowane firmy utrzymywały kontakty zagraniczne i za wyjątkiem jednej, należały do międzynarodowych koncernów, lub przynajmniej jeden udziałowiec był nierezydentem. Badanie przeprowadzono za pomocą wywiadów telefonicznych z osobami odpowiedzialnymi za zarządzanie zasobami ludzkimi w oparciu o ustrukturyzowany kwestionariusz. Wyniki badania nie są statystycznie istotne, a ich celem jest jedynie pokazanie orientacyjnego obrazu.

Wyniki ankiety pokazały, że przedsiębiorcy są świadomi swoich potrzeb w zakresie znajomości języków obcych wśród pracowników. Siedem firm określiło ten czynnik za bardzo istotny element selekcji kandydatów do pracy, natomiast wszystkie biorą ten czynnik pod uwagę. Wysokie wymagania były podkreślane w uwagach dodatkowych, przy czym trzy osoby wyraziły rozczarowanie znajomością języków wśród absolwentów uczelni. Najczęściej używanym językiem okazał się zgodnie z przewidywaniami angielski, drugie miejsce zajął język niemiecki, a trzecie francuski (Tabela 1). Wyniki te pokrywają się z krajami, z którymi firmy utrzymywały kontakty: na pierwszym miejscu znalazły się kraje anglojęzyczne oraz Francja, na drugim Niemcy, przy czym pięć firm stwierdziło, że działa w całej Europie lub na całym świecie. Także wśród pracowników najpopularniejsza jest znajomość języka angielskiego, niemieckiego i francuskiego. Interesujący jest fakt, że badane przedsiębiorstwa nie przewidywały zmiany swoich potrzeb językowych w przyszłości, a więc po wejściu do Unii Europejskiej.

Tabela 1. Języki używane w firmach.

Pytanie 6: W jakich językach odbywa się komunikacja?	
wariant odpowiedzi	liczba wskazań
angielski	9
niemiecki	5
francuski	4
rosyjski	2
włoski	2
polski	1

Źródło: Klimczak K., Języki obce w przedsiębiorstwie: oczekiwania wobec pracowników oraz nauczycieli języków obcych, Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku "Neofilologia", Tom IV, Płock 2003, s. 36

Świadomość potrzeb językowych oraz aktywne podejście do ich zaspokajania ujawniły się także w odpowiedziach na temat szkoleń językowych dla pracowników. Tylko jedna firma nie korzystała w przeszłości z żadnych szkoleń, aż sześć prowadziło szkolenia (w szerszym lub węższym zakresie) w momencie badania. Natomiast tylko dwie firmy wykluczyły możliwość prowadzenia takich szkoleń w najbliższej przyszłości. Ponadto w ośmiu wypadkach szkolenia były lub są finansowane całkowicie przez firmę, mimo iż umiejętności językowe mają charakter ogólny (nie związany z pracą w konkretnym przedsiębiorstwie) i dają pracownikowi

wiedzę, którą może wykorzystać u innego pracodawcy. Zgodnie z teorią kapitału ludzkiego, takie szkolenia powinny być finansowane przynajmniej częściowo przez pracownika³.

Tabela 2. Porządany profil umiejętności językowych.

Pytanie 9: Jakie umiejętności językowe są pracownikom potrzebne?

pozycja	1	2	3	4	średnia
rozumienie ze słuchu	6	1	0	0	1.14
mowa	1	5	0	1	2.14
rozumienie tekstu	0	0	5	2	3.28
pisanie	0	1	2	4	3.42
wszystkie	3				

Źródło: Klimczak K., *Języki obce w przedsiębiorstwie: oczekiwania wobec pracowników oraz nauczycieli języków obcych*, Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku "Neofilologia", Tom IV, Płock 2003, s. 36

W ankiecie pytaliśmy przedsiębiorców także o profil umiejętności językowych najbardziej potrzebnych w pracy (Tabela 2). Wyniki wyraźnie wskazały na przewagę komunikacji w mowie nad komunikacją w piśmie. Prawdopodobnie, komunikacja w piśmie stwarza mniej sytuacji kłopotliwych i nieporozumień, ponieważ nie występuje presja czasu i stres, towarzyszące rozmowom z klientami i współpracownikami. Respondenci wyraźnie wskazali na rozumienie ze słuchu jako najbardziej potrzebną umiejętność, a mowa znalazła się na drugim miejscu. Nasuwa się stąd wniosek, że zrozumienie wypowiedzi rozmówców, często w trakcie rozmowy telefonicznej a nie bezpośredniej, jest źródłem największej liczby problemów i stresu. Dopuszczenie do nieporozumienia może zaowocować utratą klienta, lub nieodpowiednim wykonaniem poleceń przełożonych, co czasami pociąga za sobą skutki finansowe dla firmy lub pracownika.

Studenci

Ankieta wśród studentów została przeprowadzona rok później⁴. W próbie znalazło się 68 studentów Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego, dobranych w sposób losowy (ankiety rozprawdzano w korytarzach i barach Wydziału, w trzech różnych terminach), więc wśród respondentów znaleźli się studenci różnych kierunków i lat studiów. Podobnie jak w przypadku poprzedniego badania, celem nie było uzyskanie statystycznie istotnych wyników, a jedynie informacji orientacyjnych. Tym razem pytania dotyczyły tylko języka angielskiego, w związku z czym osoby nie znające tego języka zostały wykluczone. Ogromna większość ankietowanych (88%) deklarowała znajomość języka angielskiego na poziomie średnio-zaawansowanym lub zaawansowanym; 67 procent nie posiadało żadnego certyfikatu językowego, pozostałe 33 procent zdało First Certificate in English, Cambridge Advance Certificate lub inny egzamin.

W odpowiedzi na pytanie o planowe przyszłe użycie języka – gdzie należało zaznaczyć dwie odpowiedzi z pięciu – respondenci najczęściej wskazywali użycie w pracy i do rozmów z obcokrajowcami pochodzącymi z krajów nieanglojęzycznych (44%), oraz pracę i pracę za granicą (24%). Wyniki pokazują zatem, że w większości uznają język angielski za narzędzie komunikacji z ludźmi dowolnej narodowości, w związku z czym istnieje także wysokie prawdopodobieństwo, że są świadomi problemów w komunikacji, jakie zachodzą gdy język rozmowy jest językiem obcym dla obydwu rozmówców. W pytaniach dotyczących wagi

³ Becker, G. S., *Human Capital*, NBER, New York, 1975.

⁴ Waniek-Klimczak E., Klimczak K., *EFL Speech: Specifying the Target*, w druku, Łódź 2003 .

oraz trudności poszczególnych umiejętności językowych, studenci uznali mówienie i rozumienie ze słuchu za zarówno najtrudniejsze jak i najistotniejsze (patrz Tabela 3). Nie wystąpiła tutaj przewaga, zaznaczona w pierwszym badaniu, rozumienia ze słuchu nad mówieniem, co może wynikać z braku praktyki językowej w naturalnych sytuacjach. W szczególności studenci nie mają doświadczeń językowych w rozmowach przez telefon, w których porozumienie jest uzależnione tylko i wyłącznie od komunikacji werbalnej, a więc znacznie trudniejsze niż w przypadku rozmów osobistych.

Tabela 3. Średnie oceny umiejętności językowych.

	Waga od 1-4 (1 – najważniejsza)	Trudność 1-4 (1 – najłatwiejsza)
mówienie	1,22	2,45
słuchanie	1,85	2,22
pisanie	2,18	2,10
czytanie	2,32	1,57

Źródło: Waniek-Klimczak E., Klimczak K., *EFL Speech: Specifying the Target*, w druku, Łódź 2003.

Wnioski

Patrząc natomiast na studentów z perspektywy przedsiębiorców możemy dostrzec lukę w ich umiejętnościach. Jednocześnie bezpieczne wydaje się założenie, że przedsiębiorcy zagraniczni będą mieli podobne oczekiwania wobec pracowników. Problem dotyczy użycia języka do precyzyjnej, pozbawionej nieporozumień komunikacji z obcokrajowcami, dla których język rozmowy jest także językiem obcym. Dodatkowo, duża część rozmów z obcokrajowcami zachodzi za pośrednictwem telefonu, co komunikację znacznie utrudnia poprzez pozbawienie rozmówców możliwości wykorzystania sygnałów pozawerbalnych, złą jakością dźwięku, zmniejszenie ilości czasu oraz zwiększenie stresu. W takich warunkach łatwo jest źle zrozumieć informacje przekazywane przez rozmówcę. Aby skutecznie przygotowywać studentów do prowadzenia rozmów tego typu należałoby po pierwsze zwiększyć ilość autentycznych materiałów używanych w trakcie lektoratów prowadzonych na uczelniach (zazwyczaj używa się materiałów prefabrykowanych, uproszczonych). Po drugie, pojawia się potrzeba wprowadzenia ćwiczeń komunikacyjnych symulujących rozmowy telefoniczne, w których rozmówcy rozdzieleni są przegrodą, mają ograniczony czas i wyraźnie określony, biznesowy cel rozmowy. Najlepsze efekty mogłoby dać zajęcia w specjalnie przygotowanych salach, gdzie studenci mogliby używać prawdziwych telefonów podłączonych do wewnętrznej centrali. Mogliby wówczas rozwiązywać zadania komunikacyjne, czy też “case studies” łącząc się z kilkoma innymi studentami, którym przypisane zostały odrębne role, np. dyrektorów poszczególnych działów przedsiębiorstwa.

Mimo powyższych uwag, z przedstawionej analizy wyłania się pozytywny obraz. Skoro przedsiębiorstwa są wyraźnie zainteresowane znajomością języków wśród pracowników, mamy prawo oczekiwać, że będą wymuszać polepszanie kwalifikacji nie tylko wśród swoich kadr, ale także osób poszukujących pracy. Badanie przeprowadzone wśród studentów pokazało z kolei, że oni także są świadomi swoich potrzeb językowych związanych z przyszłą karierą. Fakt, że jedna trzecia ankietowanych posiadała certyfikat z języka angielskiego jest niewątpliwie korzystny. Niestety prezentowane badanie nie obejmowało osób znających inne języki, zatem nie wiemy, czy popularność poszczególnych języków wśród studentów koresponduje z potrzebami pracodawców.