

SODELOVALNA UPORABA ANGLEŠKEGA IN NEMŠKEGA POSLOVNEGA JEZIKA NA VIŠJI ŠOLI

Collaborative Use of English and German Language at the Vocational College Level

Helena Jošt
Šolski center Kranj, Višja strokovna šola
helena.jost@guest.arnes.si

Povzetek

Kot primer priporočene in že uveljavljene pedagoške oblike dela prispevek na nekaj uporabah poslovne rabe angleškega in nemškega jezika prikaže izvedbo t.i. »klasične« med-predmetne povezave na višješolski stopnji. Potek izvedbe načeloma omogoča, da en od jezikov postane podpora za učenje drugega jezika in obratno. V manjši meri pa presega zgolj jezikoslovno uporabo oz. primerjavo besedišča posameznih jezikov ter s tem poseže tudi na področje sočasne oz. vzporedne rabe omenjenih jezikov v poslovni praksi v sodobnem globaliziranem poslovanju, kjer se raznojezična okolja in prakse vedno bolj prepletajo in dopolnjujejo. Kljub določenim oviram in pomislekom metoda zagotovi željeno spremembo v poučevanju ter ne nepomembno pridoda k učinkovitosti učenja, kar predavatelja spodbuja k nadaljnji uporabi, izpopolnjevanju in posodabljanju.

Ključne besede: sodelovalna raba, globalizirano poslovanje

Abstract

As an example of an advisable and already well established form of pedagogical work, the paper shows on a few examples of the uses of business English and German language the implementation of the so-called "classical" cross curricular team work at the vocational college level. The process in principle allows that one of the languages becomes a support for learning of the other language and vice versa. To a lesser extent, the paper goes beyond the linguistic use and/or comparison of the vocabulary of the two languages, and thus passes to the area of simultaneous and/or parallel use of the a.m. languages in business practice in today's globalized business doing where multi-language environments and practices are increasingly interlinked and complemented. Despite certain impediments and concerns the method ensures a desired change in teaching and not insignificantly contributes to the effectiveness of learning, which encourages a lecturer to a further use, improvement and updating.

Key words: collaborative use, globalized business

1. Uvod

Digitalizacija poslovanja in globalizacija sta za vedno spremenili evropsko pa tudi širše poslovno okolje. Ker se podjetja in njihovi zaposleni vsakodnevno spopadajo z različnimi jeziki, se znanje in uporaba večjezičnosti sploh ne more več smatrati kot neka primerjalna prednost, ampak kot gotovo dejstvo, ki ga je treba upoštevati. Podjetja z večjezičnim profilom imajo primerjalno prednost pri prodaji svojih izdelkov in storitev.

Jezikovne spretnosti in medkulturne zmožnosti je potrebno upoštevati na vseh operativnih nivojih nekega podjetja. Ni malo podjetij, kjer so zaposleni soočeni z realnostjo, da tekom delovnega dneva izmenjavajo štiri ali pet različnih jezikov, s tem da seveda nobenega od teh v popolnosti ne obvladujejo, za kar tudi ne obstaja neka realna potreba, saj je bistvenega pomena edino pravočasen in pravilen pretok poslovnih informacij. Da bi ta pretok vseeno ne bi postal preveč stihijski, v nekaterih podjetjih vodstvo »standardizira« uporabo jezika (npr. mednarodni sestanki, elektronska korespondenca, poročila, zapisniki izključno v angleščini, za sestanke na lokalni ravni ali za promocijo izdelkov ciljnim lokalnim kupcem pa lokalni jezik). Navkljub temu pa, da vodstva na ta način skušajo v jezikovnem smislu kontrolirati način pretoka informacij, bistvena izmenjava poteka med samimi ljudmi pogosto tudi preko neformalne interakcije in zunaj »predpisanih« načinov uporabe jezika.

Zaposleni znotraj podjetij oz. poslovni partnerji iz različnih podjetij se z multi-jezikovno situacijo spopadajo s številnimi inovativnimi poslovnimi praksami, med katerimi sta zlasti popularni medsebojno razumevanje (intercomprehension – paralelna uporaba različnih jezikov) in sodelovalno prevajanje oz. tolmačenje (collaboration), v primeru jezikov bolj sorodnih v pogledu strukture in besedišča (npr. španščina- portugalsščina – italijanščina) se celo uporablja neka mešanica teh jezikov. Prav tako ni redka praksa, da poslovni partnerji v različnih fazah usklajevanja in sklepanja posla lahko uporabljajo različne jezike, kar temelji na izkušnji, da je na primer nemščina včasih bolj precizna za določeno tehnično stroko od angleščine, angleščina pa bolje ubesedi pogodbeno razmerja med partnerji.

Skratka situacija pri uporabi jezikov v poslovnem svetu, ki kar kliče po sodelovalnem delu pri učenju različnih tujih jezikov. Pri tem pride kot naročena že nekaj let uveljavljana sprememba, ki temelji na »redefiniranem razumevanju učenja, poučevanja in znanja v slovenskem šolstvu, kjer učni načrti niso usmerjeni zlasti v razvijanje enega predmeta, ampak terjajo medpredmetno in medpodročno povezovanje« (Žbogar, 2011, str. 571)

2.Osrednji del

Prispevek torej do določene mere prinaša prikaz t. i. »klasičnega medpredmetnega povezovanja, ki je že nekaj let nekakšna »obvezna« stalnica na šolah različnih nivojev, od osnovne šole do fakultete in različnih usmeritev, od splošnih do poklicnih in strokovnih. Prispevek pa omenjeno metodo pedagoškega dela razširja s primeri dejavnosti in razmišljanj, ki se nanašajo na zgoraj omenjeno jezikovno situacijo v poslovnem okolju.

2.1.Izhodišče

Pri medpredmetnem sodelovanju v primeru pouka tujih jezikov se povežeta dva profesorja, ki določene teme v okviru iste učne enote izpeljeta skupno, spodbujajoč zdaj uporabo zdaj enega, zdaj drugega jezika.

V konkretno predstavljenem primeru gre za primer medpredmetno povezavo v višješolskem programu, smer ekonomist, ko se na istih laboratorijskih vajah združita dve skupini študentov 2.letnika, ena, ki se kot izbirni predmet uči poslovno angleščino in druga, ki se kot izbirni predmet uči poslovno nemščino.

Obe skupini sta glede nivoja do sedaj doseženega jezikovnega znanja precej izenačeni, saj gre v obeh primerih praviloma za študente, ki so se na srednji šoli (na)učili nemščine na nekem osnovnem nivoju, angleščine na nekem srednjem nivoju. Oboji potem v 1. letniku

študija obvezno poslušajo angleški poslovni jezik, v 2.letniku pa se odločijo bodisi za nadaljevanje angleščine na višjem nivoju ali pa nemščine s prej omenjenega srednješolskega nivoja. Edina teoretična oz. konkretna razlika v usvojenem nivoju znanja je torej tolikšna, do kakršne je prišlo v učnem procesu v teku samega tekočega 2.letnika študija.

Glede na to izhodišče se študenti obeh skupin v potek učnih ur vključujejo enakopravno in s spontanim izmenjevanjem rabe zdaj nemščine, zdaj angleščine, odvisno od zmožnosti reševanja konkretno zastavljenih nalog. Osnovno izhodišče skupnih ur je, da se tisto, kar je povedano oz. zapisano v nemškem jeziku, pove, povzame ali zapiše v angleškem jeziku in obratno. Napravi se tudi primerjava uporabljenega besedišča in struktur pa tudi same jezikovne rabe v poslovni praksi v enem in drugem jeziku. Študenti si pri tem delu pomagajo s spletnimi slovarji in prevajalniki, kakor tudi drugače dosegljivimi informacijami na internetu. Profesorja pri tem procesu sodelujeta samo kot podpora in svetovaleca v primeru težje rešljivih nalog.

2.2.Potek

Kot pripravo na sodelovalno uro profesorja pripravita izbor tekstov tako iz enega in drugega jezika, ki študentom tako ene kot druge skupine služijo kot študijsko gradivo in so torej tudi sicer dosegljivi v spletnih učilnicah šole. V nadaljevanju je navedeno in opisano nekaj konkretnih primerov uporabljenega oz. možnega izvedbenega poteka ure.

2.2.1.Poslovanje - osnovno izrazoslovje

Študenti za njim že poznano preglednico (Slika 1) , ki zajema ključne besede iz običajnega poslovnega procesa med prodajalcem in kupcem (seznanili so se v 1.letniku pri angleščini), s pomočjo spletnih slovarjev poiščejo in zraven angleških izrazov zapišejo nemške izraze. Ta naloga študente obeh skupin spodbudi in jim ob uspešni rešitvi omogoči, da na zelo kratek način in v vsebinsko zaokroženi obliki spoznajo najbolj pogoste nemške izraze za kupo-prodajni cikel. Pri tem je za študente na primer zelo zanimiva oz. presenetljiva razlika med jezikoma v tem, da ima en od jezikov veliko več izrazov za nek poslovni pojem kot drugi jezik. (npr. izraz »ponudba«), v zvezi s čimer poskušajo najti neko lastno skupno logično razlago, zakaj je temu tako.



Slika 1: Prikaz kupo-prodajnega ciklusa v angleškem jeziku (Vir: lastni)

2.2.2. Reklamacija

Gre za zelo pogosto in zato tudi v jezikovnem smislu zelo pomembno poslovno situacijo, ko kupec prejme neustrezno blago, zato prodajalca o tem na primeren način obvesti in zahteva nadomestno dobavo ustreznega blaga.

Študenti preberejo (najbolje v paru »zaigrajo«) kratek telefonski dialog v nemškem jeziku med kupcem in prodajalcem glede doseženega dogovora za nadomestno dobavo (Slika 1). Nato isti dialog zapišejo in/ali »zaigrajo« v angleškem jeziku potem pa še poiščejo jezikovne pare za ključne besede v razgovoru npr. *die Reklamation /the claim; die Lieferung / the delivery; das Protokoll/ the record ; auf Lager / in stock itn.*

7.1 DIE REKLAMATION (Reklamacija)



Herr Huber und Frau Klein sind Geschäftspartner. Gestern hatten sie ein Problem.

Klein: Guten Tag, Herr Huber! Wie geht es Ihnen?
Huber: Guten Tag, Frau Klein. Danke, es geht mir gut. Und Ihnen?
Klein: Danke, es geht. Wir haben Probleme mit Ihrer Lieferung vom 15. Mai.
Huber: Ach ja? Was war nicht in Ordnung?
Klein: Zwei CNC Maschinen waren beschädigt. Sie hatten Risse an der Frontseite und eine Maschine war ohne Tasten. Ich schreibe das Protokoll und schicke es Ihnen per E-Mail.
Huber: Es tut mir sehr leid.
Klein: Ich bitte Sie um Neulieferung. Haben Sie diese Maschinen auf Lager?
Huber: Das weiß ich leider nicht. Ich überprüfe es. Einen Moment bitte ...
Klein: Ja, es gibt noch zwei Maschinen. Wir bereiten sie noch heute für den Transport vor. Bitte entschuldigen Sie für den Fehler!
Huber: Gut, Herr Huber! Danke und auf Wiederhören!
Klein: Auf Wiederhören, Frau Klein!

Slika2: Telefonski dialog - reklamacija (Vir : Kobe, Marinko, 2009, str.46)

V nadaljevanju študenti preberejo izveček iz primera kupoprodajne pogodbe v angleškem jeziku v členu, ki se nanaša na primere reklamacij (Slika 3) . Tekst je jezikovno zahtevnejši in ga sicer uporabljajo študenti 2. letnika pri angleškem jeziku. Študenti si s pomočjo internetnih slovarjev in profesorjev razjasnijo jezikovne pojme in poslovno situacijo. Nato skupno analizirajo, v kolikšnem in katerem delu zgoraj obdelana telefonska reklamacija vsebinsko ustreza določilom glede postopka reklamiranja, kot je zapisan v pogodbenem tekstu. Prav tako si poskušajo zamisliti poslovno situacijo, v kateri bi bilo možno, da bi ustna najava reklamacije potekala v nemškem jeziku, uradna predložitev pa v angleškem (posel s poddobavitelji / podružnicami ipd.)



VIŠJA
STROKOVNA ŠOLA

SOLSKI CENTER
KRŠKO

2014-15

8 CLAIMS

SELLER shall remedy at his own cost all faults and hardware and software deficiencies other than normal wear and tear or faults or deficiencies not attributable to PURCHASER detected and reported in written claim to SELLER by PURCHASER provided that such PURCHASER's claim has been received by SELLER within the warranty period.

Any claim of a party to the Contract shall be in writing and shall be justified in detail and shall be immediately submitted by a party to the authorized representative of the other party and in no event later than thirty (30) days after discovery of basis for such claim. In case the basis of the claim is of such a nature that it requires longer claim submittal period, then this period will be adequately prolonged.

The claiming party will inform the other party thereof in advance. No warranty claim shall be valid under the Contract if submitted to the other party 30 days after the expiry of the respective warranty period.

1

Slika 3: Pogodbeni člen – reklamacija (Vir: prirejeno po dokumentaciji NEK Krško)

2.2.3. Poslovna komunikacija – predstavitev strokovne teme

Študent napravi kratko predstavitev strokovne teme v nemškem jeziku, npr. predstavitev podjetja (Slika 4), drug študent (praviloma a ne nujno) iz skupine za angleščino pa predstavljeno vsebino pove oz. povzame še v angleščini. Študenti opravijo tudi primerjavo podobnosti in razlik uporabljene komunikacijske oblike v enem in drugem jeziku zlasti glede uporabe jezikovnih struktur za zagotovitev strukturiranosti vsebine. Študenti skušajo tudi ugotoviti, v katerih fazah poslovnega procesa bi taka predstavitev najverjetneje bila izvedena in s kakšnim namenom in v kakšnem primeru bi bilo možno predstavitev izvesti tako v nemškem kot angleškem jeziku (marketing: različen jezik ciljnih odjemalcev; povzetek v lokalnem jeziku na lokalnem nivoju ipd.)



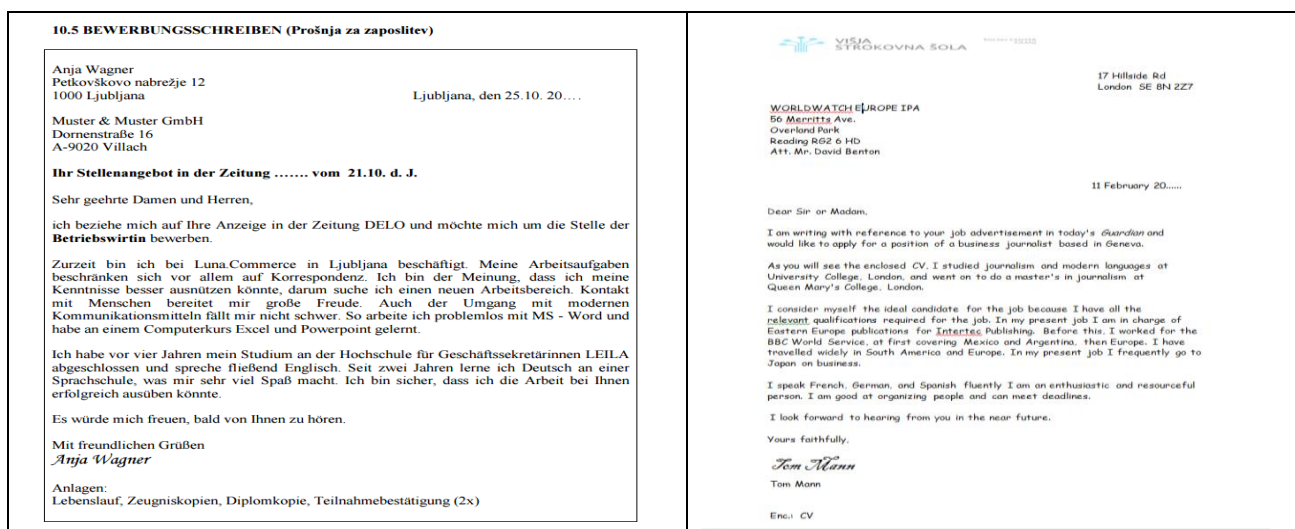
Slika 4: Predstavitev podjetja Spar v nemščini
(Vir: Muratović A., študentka VSS, ŠC Kranj, mentor mag. Bajželj J.)

2.2.4 Uradno pismo – prošnja za zaposlitev

Študenti preberejo obe pismi-prošnji za zaposlitev (Slika 5) ter ju nato primerjajo glede:

- uporabe samega jezika (poiščejo besede za enake /podobne pojme, npr. *die Stelle / the position; ich bin der meinung / I consider myself / Ich spreche fließend / I speak fluently* itd.
- podobnosti oz. razlike med uveljavljeno obliko uradnega pisma : npr. zapis datuma, naslovi, podpis itd.

Študenti nekaj časa namenijo tudi razmišljanju in izmenjavi mnenj glede izbire uporabe jezikov v prošnji za zaposlitev za morebitne doma ali v drugih državah locirane delodajalce.



Slika 5: Prošnja za zaposlitev v nemščini (Vir: Kobe, Marinko, 2009, str. 71)
in angleščini (Vir: prirejeno po Soars, 2003, str. 112)

2.3. Analiza učinkov in spoznanja za nadaljnje delo

Pomembnejše prednosti povezovalne ure angleščine in nemščine bi bile naslednje:

- večja dinamika pouka zaradi vključitve dveh skupin
- sodelovalno-dopolnjevalno delo znotraj skupine in med skupinama
- spodbujanje motivacije za sodelovanje zaradi tekmovalne atmosfere med skupinama
- spontano, nezavedno ponavljanje angleških oz. nemških pojmov in poslovnih postopkov
- zavedanje študentov, da je znanje jezika orodje za dostopanje do znanja drugega jezika oz. do ostalih informacij
- spoznanje študentov, da je »popolno« znanje nekega jezika sicer velika in pomembna komparativna prednost, vendar ne odtehta operativne sporazumevalne funkcije jezika
- spoznanje študentov, da v določenih okoliščinah tudi z omejenim ali nepopolnim poznavanjem nekega jezika dovolj uspešno lahko izmenjamo poslovne informacije
- zavedanje študentov, da nek poslovni jezik ni neka omejena, statična kategorija, ampak da se uporaba vsakokratno prilagaja konkretni poslovni situaciji
- zavedanje potrebe po prilagodljivosti izbire in uporabe jezika za uspešno realizacijo nekega posla
- spodbujanje motivacije za učenje in uporabo več jezikov
- osveščanje študentov o zavedanju, spoštovanju in upoštevanju razlik med uporabljenimi jeziki in kulturami v poslovnem okolju

Nekatere prednosti, sicer bolj vezane na uporabo internetnega medija, tukaj niso posebej poudarjene in obdelane. Naj jih samo nekaj omenim: študentom prijazen medij, lahka/hitra dostopnost, aktualnost, raznolikost virov, avtentičnost oz. vtis avtentičnosti, neomejeno število ponovitev v primeru težav; samostojnost študentov pri delu itd.

Med pomanjkljivostmi bi lahko omenili manjšo primernost tovrstnih metod za večje skupine, ker je težko nadzorovati potek procesa. Zaradi narave in obsega snovi ter vključitve (vsaj) dveh profesorjev taka izvedba ur zahteva dokaj zamudno pripravo učnih ur. Upoštevati je treba tudi potencialne nevarnosti pri delu vezanih na uporabo spleta: spreminjajoče/izginjajoče povezave; nepopolna zanesljivost podatkov na internetu; dekoncentracija študentov zaradi pojava »spam-a«, neželene preusmeritve študentov na nenačrtovane strani; tehnične blokade na opremi; neopremljenost učilnic z internetnim dostopom za vsakega študenta ipd.

Za odpravljanje nekaterih od naštetih pomanjkljivosti je potrebno: če možno, oblikovati manjše skupine; učne ure vnaprej jasno načrtovati oz. strukturirati; zagotoviti čim boljše kooperativnost in kompatibilnost med sodelujočimi profesorji; stalno nadzorovati in usmerjati študente pri brskanju po spletu; sprotno vnaprej preverjati vsebine in dosegljivosti virov; ponuditi študentom potrebno pojasnilo/dodatno razlago v primeru morebitne napake/neuskklajenosti podatkov; imeti pripravljen rezervni scenarij za primer nenadne odpovedi naprav; v primeru nedostopnosti računalnikov dovoliti uporabo mobilnih naprav študentov ipd.

3. Zaključek

Povezovalne ure naj bi poleg neposrednih jezikovnih učnih učinkov bile torej tudi nekakšna demonstracija paralelne oz. sodelovalne uporabe dveh jezikov. Izvedene ure seveda

nikakor niso realna paralelna raba dveh jezikov v praksi niti nek dokaj zadosten približek. Kljub temu pa študente spodbudi v smeri širšega dojetja uporabljivosti in uporabe pridobljenega jezikovnega znanja, kjer ni toliko pomembno samo neko ozko jezikovno znanje ampak so predvsem potrebni razumevanje, prilagodljivost in pripravljenost na izzive mednarodnega poslovnega okolja. Pomembno je, da spoznajo, da se poslovni ljudje se v resničnih pogajanjih ali usklajevanjih poslužujejo kateregakoli sporazumevalnega jezika, ki v dani poslovni situaciji optimalneje zagotavlja hitro in nedvoumno sporazumevanje.

Prav tako študente v času, ko je v državi težko oz. praktično nemogoče dobiti zaposlitev, napoti k širšemu razmišljanju o poslovnih in kariernih priložnosti v več-jezikovnih in večkulturnih podjetjih ali projektnih skupinah tako znotraj države kot v mednarodnem okolju. Od predavateljev metoda zahteva veliko pripravjalnega dela in izvedbene angažiranosti, prilagodljivosti za odpravljanje težav, ne vedno s popolnim uspehom, vseeno pa po drugi strani sprošča veliko vznemirljive motivacije in energije za nadaljevanje, izpopolnjevanje in posodabljanje predstavljenega načina dela.

Viri

European Commission Directorate-General for Translation. Mapping Best Multilingual Business Practices in the EU(online). Publications Office of the European Union, 2011. (Dostop september 2015). Dostopno na http://poliglotti4.eu/docs/Publis/HC3111018ENC_002.pdf,

Jošt, H. Internet in medpredmetno povezovanje pouka angleščine in francoščine (online). Konferenca VIVID 2011. (Dostop avgust 2015). Dostop na http://vivid.fov.uni-mb.si/sites/vivid.fov.uni-mb.si/files/Jošt_1.pdf

Kobe, T. in Marinko, V. Poslovni tuji jezik 2 nemščina (online). Konzorcij višjih strokovnih šol za izvedbo projekta IMPLETUM, 2009. (Dostop september 2015). Dostopno na http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Poslovni_tuji_jezik-nemscina-Kobe_Marinko.pdf

Piekkari, L. et al. Language in International Business (online). Edward Elgar Publishing, 2014. (Dostop avgust 2015). Dostopno na <https://books.google.si/books?id=osowBQAAQBAJ&pg=PA225&lpg=PA225&dq=parallel+use+of+different+languages+in+business&source=bl&ots=Vket1PEr0C&sig=JYMZFKckvellSQTrA2zZAOPbx1M&hl=sl&sa=X&ved=0CEcQ6AEwBWoVChMI7Z2ir4X3xwIViD4UCh22PQGd#v=onepage&q=parallel%20use%20of%20different%20languages%20in%20business&f=false>

Prapora. 10 Reasons why Being Multilingual Is a Key Advantage in the Job Market (online). Prapora Language learning, 2013. (Dostop september 2015). Dostopno na <http://www.papora.com/blog/10-reasons-why-being-multilingual-is-a-key-advantage-in-the-job-market/>

Soars, J. in L. New Headway Intermediate, 3rd Edition. OUP, 2003. ISBN-0 19 438750X

Žbogar, A. Medpredmetno povezovanje pri pouku književnosti (online). Simpozij Obdobja 30, november 2011. (Dostop september 2015). Dostopno na <http://centerslo.net/files/file/simpozij/simp30/Zbornik/Zboar.pdf>