

Jazykový audit jako nástroj firemního benchmarkingu



Jazykový audit a benchmarking

Ve spojení s termínem audit si asi nejčastěji vybavíme spoustu různých dokumentů a reportů, které musíme připravit. Při slově auditor si patrně s lehkým mrazením v zádech vzpomeneme na lidi, kteří procházejí naší firmou, kladou bezpočet otázek, tváří se přísně a do detailu zkoumají firemní procesy a činnosti, ať už se jedná o finance či politiku řízení jakosti.

Co je ale jazykový audit a co má společného s benchmarkingem? Pokud parafrázujeme definici benchmarkingu, jak se objevuje v odborné literatuře, pak jeho podstata tkví v dokonalém poznání sebe sama, identifikování vlastních slabín a předností, jejich kvantifikaci a následném srovnání s konkurencí. Snahou je získat z konkurenčního okolí, případně i zevnitř vlastní firmy, příklady dobré praxe v různých oblastech chodu firmy, inspirovat se jimi a poté je pokud možno včlenit do procesů vlastních.

A jak s tím souvisí jazykový audit? Snad s výjimkou srovnání s konkurencí ve všech zmíněných bodech. I onoho srovnání s konkurencí však lze do určité míry nepřímo dosáhnout, pokud se podaří získat dobrou

referenci na kvalitní auditorskou agenturu, která u konkurence již provedla úspěšný audit. Pokud ovšem pojmem benchmarking v užším slova smyslu jako firemní sebereflexi a zjištění potenciálu zaměstnanců, v tomto případě potenciálu jazykového, pak je jazykový audit takřka ideálním nástrojem.

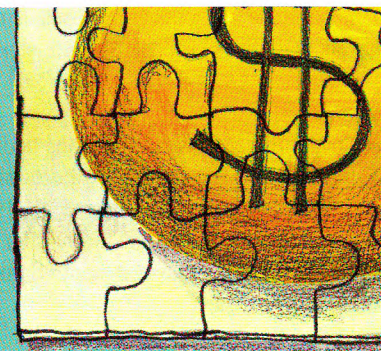
Pokusíme-li se definovat jazykový audit, je třeba především říci, že se jedná o hloubkovou analýzu jazykových kompetencí uchazeče v daném okamžiku. Všechny tyto kompetence zkoumá v komplexním měřítku, a proto se standardně skládá z písemné a ústní části a testuje 4 základní jazykové dovednosti (skills), jak jsou definovány nejen Společným evropským referenčním rámcem pro jazyky (SERR): čtení (reading), psaní (writing), poslech (listening) a mluvení (speaking). Výstup je pak přesně kvantifikovatelný, neboť obsahuje bodové hodnocení jednotlivých kompetencí uchazeče, které odpovídá jazykovým úrovním dle SERR, zahrnuje jejich detailní slovní popis a návaznost či doporučený počet hodin výuky, které je nutno absolvovat k postupu z aktuální do vyšší úrovně (např. zahájit středně pokročilou úroveň – B1 dle SERR – za 120 vyučovacích hodin apod.). Tento výstup, stejně jako jakoukoli část audi-

tu, je možné personalizovat, tj. například doporučit, na jaké jazykové dovednosti by se měl daný uchazeč v dalším studiu zaměřit, identifikovat typické chyby nebo prostřednictvím auditu provést elementární analýzu potřeb – proč, kdy, jak často a za jakým účelem používá cizí jazyk apod. V každém případě je důležitá zpětná vazba od zadavatele auditu a jeho těsná spolupráce s auditorskou agenturou.

Jazykový audit – kdy?

Odpověď do značné míry závisí na koncepci jazykového vzdělávání ve firmě. Pokud je integrovanou součástí celofiremního vzdělávání, pak je jazykový audit téměř nutností. Tím, že poskytuje jasně měřitelný výstup, poslouží před začátkem plánované výuky k nastavení cílů pro jednotlivé zaměstnance a posléze k periodické kontrole míry dosažení těchto cílů (zpravidla jednou ročně před koncem období vnitřního osobního hodnocení). Ideální doba pro realizaci auditu je před samotným zahájením výuky – tedy v červenci či srpnu, bereme-li v úvahu standardní model školního roku září – červen. Je více než vhodné, aby tento audit provedla společnost, která pak bude dodavatelem jazykového vzdělávání, neboť bude mít zájem na tom, aby audit měl co největší

...aneb poznej sám sebe a staň se nejlepším z nejlepších!



vypovídací úroveň. Podle výsledků auditu lze rozřadit zaměstnance do studijních skupin či individuálních kurzů a za spolupráce personálního oddělení s dodavatelem výuky definovat cíle a navrhnout studijní plány, které povedou ke kladeným výsledkům. Pečlivě připravený a dobře provedený audit může zároveň pomoci při celkovém posouzení investic do jazykového vzdělávání včetně případného přehodnocení priorit firmy, např. zvýšení počtu výukových hodin u klíčových zaměstnanců, stanovení přesných termínů pro zvládnutí příslušné jazykové úrovně nebo pro složení mezinárodní zkoušky. Také firmy, které nabízejí jazykovou výuku jako benefit, mohou využít služeb jazykového auditora: pro přesnější rozdělení studentů do kurzů podle úrovně či k nestrannému posouzení efektivity výuky zajišťované jiným dodavatelem. Pro tento účel je vhodné vyhledat vhodnou agenturu pro dlouhodobější spolupráci, aby byla zachována metodická jednota postupů a výstupů.

Jazykové vzdělávání a motivace – souvisejí spolu?

Pro odpověď se vraťme do úvodního odstavce. Jak bylo řečeno, znalost angličtiny je dnes

považována za samozřejmost. Tento fakt vytvořil iluzi zlepšujících se jazykových znalostí (ČR je sice těsně nad průměrem EU, ale výrazně zaostává třeba za skandinávskými či pobaltskými zeměmi¹⁾), což v poslední době vedlo k jakémusi uvolnění koncepcie firemního jazykového vzdělávání. Jak však ukazuje realita, deklarovaná „komunikativní znalost“ cizího jazyka je často hrubě nedostatečná, a tak je navýsost žádoucí zvrátit trend, kdy je jazyková výuka postavena na úroveň relaxační masáže.

Pokud je výuka jazyků dobře včleněna do koncepcie firemního vzdělávání, jsou jasně definována pravidla, nastaveny realistické cíle a z toho plynoucí odměny či sankce, je zdánlivě postaráno i o motivaci zaměstnanců. V realitě tomu tak bohužel není a je nutné vytvořit prostředí, kde je prostor pro to, aby si zaměstnanec v širším kontextu uvědomil, proč je pro něj důležité a výhodné pracovat na svých jazykových dovednostech. V této souvislosti si můžeme jen přát systematickou a energickou podporu jazykového vzdělávání ze strany státních institucí tak, aby se dobrá znalost cizího jazyka opravdu stala samozřejmostí.

Co říci závěrem? Jazykový audit je bezspornou důležitou součástí firemního vzdělávání

Může to možná znít jako klišé, ale v dnešní globální společnosti, která je založena na komunikačních technologiích, potažmo komunikaci v obecném slova smyslu, je znalost komunikačních prostředků – jazyků – fatální nezbytností. Není tajemstvím, že angličtina si uzurpovala postavení univerzálního světového jazyka, a tak se její znalost jaksí automaticky předpokládá. Vedou se učené i laické debaty o tom, jaká úroveň znalosti je již dostačující pro více či méně plynulou komunikaci, a možná i v této souvislosti se v poslední době v životopisech uchazečů o zaměstnání stále častěji objevuje termín „komunikativní znalost“. Co to přesně znamená? Stačí to pro danou pozici? A jak to změřit? Nejen v případě angličtiny se nabízí odpověď: jazykovým auditem.

Ondřej Douša
Channel Crossings

¹⁾ EC Eurobarometer survey – „Europeans and Languages“, September 2005 http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_237.en.pdf

Ondřej
Douša



pracuje jako manažer jazykové školy Channel Crossings a zároveň je i auditorem pro anglický a francouzský jazyk.