

Σε: Τσοπάνογλου, Α (επιμ.) (2009) Ζητήματα πιστοποίησης της γλωσσομάθειας. Το Κρατικό Πιστοποιητικό Γλωσσομάθειας ως σημείο αναφοράς, Εκδόσεις Μαλλιάρης παιδεία, Θεσσαλονίκη, 135- 146

**Κοιλιάρη, Α. / Αγοραστός, Γ. / Κοντούλη, Κ. / Παπαγεωργίου, Μ. /
Χατζηθεοδώρου, Α.Μ.**

Γλωσσομάθεια για επαγγελματικούς σκοπούς: κοινωνικές ανάγκες στο νέο οικονομικό περιβάλλον

1. Εισαγωγή

Στην παρούσα εργασία παρουσιάζονται τα αποτελέσματα πανελλαδικής έρευνας πεδίου¹ σχετικά με τις ανάγκες για πιστοποίηση της γλωσσομάθειας για ειδική χρήση της γλώσσας, δηλαδή πιστοποίησης γλωσσομάθειας για επαγγελματικούς σκοπούς², που πιθανώς ήδη υπάρχουν ή αναδύονται στο οικονομικό / επαγγελματικό περιβάλλον στην ελληνική κοινωνία.

Η έρευνα εστίασε σε διευθυντικά στελέχη και εργαζομένους τόσο του ιδιωτικού όσο και του ευρύτερου και στενού δημόσιου τομέα για λόγους εγκυρότητας των πληροφοριών. Οι επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα παρουσιάζουν συγκριτικά με αυτές του δημόσιου τομέα μεγαλύτερη διασπορά δραστηριοτήτων που απαιτούν χρήση γλωσσών για ειδικούς επαγγελματικούς σκοπούς. Από την άλλη διαπιστώνεται ότι οι επιχειρήσεις του ευρύτερου δημόσιου τομέα έχουν αρκετές δραστηριότητες όμοιες με αυτές του ιδιωτικού τομέα, ενώ και ο στενός δημόσιος τομέας καλείται να λειτουργεί πλέον και σε πολύγλωσσα περιβάλλοντα, όπως αυτά της Ευρωπαϊκής Ένωσης και άλλων διεθνών οργανισμών.

¹ Η έρευνα έγινε στο πλαίσιο του υποέργου «Πιστοποίηση της γλωσσομάθειας για ειδική χρήση της γλώσσας» (Χρονική Διάρκεια: 24/2/07–30/11/08) που αποτελούσε μέρος του Προγράμματος ΕΠΕΑΕΚ του ΥΠ.Ε.Π.Θ., «Σύστημα Αξιολόγησης και Πιστοποίησης Γλωσσομάθειας», τμήμα του οποίου υλοποιήθηκε στο Α.Π.Θ.

² Όταν αναφερόμαστε στη γλωσσομάθεια για επαγγελματικούς σκοπούς εννοούμε την ανάπτυξη ειδικών δεξιοτήτων σε λειτουργικό - χρηστικό επίπεδο και εκμάθηση συγκεκριμένης ειδικής ορολογίας παράλληλα με το ιδιόλεκτο αναφοράς στο εκάστοτε πεδίο που να ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένες ανάγκες προφορικής ή/και γραπτής επικοινωνίας σε περιβάλλοντα εργασίας, πρβ. Commission of the European Communities (2005).

2. Ερευνητικά ερωτήματα

Το βασικό ερευνητικό ερώτημα για τις κοινωνικές ανάγκες που πιθανόν οδηγούν στην ανάγκη πιστοποίησης ξένων γλωσσών για επαγγελματικούς σκοπούς πλαισιώθηκε με ειδικότερα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα που κρίθηκαν ως σημαντικά, διότι θα μπορούσαν μεσοπρόθεσμα να συμβάλλουν στη δημιουργία ενός πλαισίου αναλυτικού προγράμματος που μακροπρόθεσμα θα εξειδίκευε με τη σειρά του το είδος της πιστοποίησης. Έτσι αποτυπώθηκε το προφίλ του δείγματος, αφενός των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών και αφετέρου των εργαζομένων (π.χ. γεωγραφική κατανομή, μέγεθος επιχείρησης, μορφωτικό επίπεδο εργαζομένων, κ.α.) και ανιχνεύθηκαν οι συνεργασίες των ερωτηθέντων με το εξωτερικό, οι τρέχουσες γλώσσες επικοινωνίας καθώς και οι γλώσσες που θεωρούνται ως σημαντικές για πιο αποτελεσματική επικοινωνία. Παράλληλα με τα επαγγελματικά και επιχειρηματικά πεδία, ανιχνεύεται η ανάγκη χρήσης ξένων γλωσσών για επαγγελματικούς σκοπούς σε συνδυασμό με τις μικροδεξιότητες.

3. Η έρευνα

Η πανελλαδική έρευνα πεδίου διεξήχθη από τον Δεκέμβριο του 2007 ως τον Φεβρουάριο του 2008. Η ερευνητική ομάδα ανέπτυξε εργαλεία συλλογής των πληροφοριών ειδικά για τη συγκεκριμένη έρευνα (Ιούλιος - Δεκέμβριος 2007). Πρόκειται για πέντε (5) ερωτηματολόγια τα οποία διαμορφώθηκαν ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υποκειμένων της έρευνας³. Τα τέσσερα (4) από αυτά απευθύνονται σε επιχειρήσεις ή οργανισμούς και διαφοροποιήθηκαν ως προς τον τομέα (δημόσιος, ιδιωτικός) και τη θέση εργασίας (εργοδότης/διευθυντής, εργαζόμενος). Το πέμπτο ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε μεγάλα Κέντρα Ξένων Γλωσσών (Φροντιστήρια), καθώς διαπιστώθηκε πως μεγάλα φροντιστηριακά συγκροτήματα διαφημίζουν ότι προσφέρουν τμήματα γλωσσομάθειας για επαγγελματίες και εργαζομένους. Έτσι, αποφασίστηκε να διερευνηθεί ποιες ειδικότητες, ποιες γλώσσες κ.ά. έχουν μεγαλύτερη ζήτηση και εάν τα Κ.Ξ.Γ. γνώριζαν κατά πόσο οι «μαθητές» των τμημάτων αυτών ενδιαφέρονται για την αντίστοιχη πιστοποίηση.

³ Στο εξής τα ερωτηματολόγια θα αναφέρονται για συντομία με τον ακόλουθο τρόπο: Ιδιοκτήτες και γενικοί διευθυντές ιδιωτικών επιχειρήσεων ως ερ.1, εργαζόμενοι στον ιδιωτικό τομέα ως ερ. 2, γενικοί διευθυντές και προϊστάμενοι του στενού και του ευρύτερου δημόσιου τομέα ως ερ. 4, εργαζόμενοι στον στενό και ευρύτερο δημόσιο τομέα ως ερ. 5, ενώ τα Κέντρα Ξένων Γλωσσών ως ερ. 3.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ				
Ερ. 1	Ερ. 2	Ερ. 3	Ερ. 4	Ερ. 5
Ιδιωτικός Τομέας		Κέντρα Ξένων Γλωσσών	Δημόσιος Τομέας	
Ιδιοκτήτες και γενικοί διευθυντές (ή προϊστάμενοι)	Εργαζόμενοι	Ιδιοκτήτες ή Υπεύθυνοι Σπουδών	Γενικοί διευθυντές και προϊστάμενοι	Εργαζόμενοι

Πίνακας 1: Ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα.

Τα ερωτηματολόγια είναι αυστηρά δομημένα με κλειστές κυρίως ερωτήσεις, οι οποίες διευκολύνουν την αποδελτίωση και επεξεργασία των στοιχείων. Ωστόσο υπάρχουν και ανοιχτές ερωτήσεις σχετικές με κοινωνικο-στατιστικά δεδομένα ή με τις μικροδεξιότητες σε σχέση με τις ξένες γλώσσες που δεν ήταν δυνατόν να προβλεφθούν *a priori*. Οι απαντήσεις κατηγοριοποιήθηκαν για τη στατιστική ανάλυση ανάλογα ως ανεξάρτητες μεταβλητές.

Μετά από πιλοτική εφαρμογή των ερωτηματολογίων σε μικρό δείγμα υποκειμένων ακολούθησε η τελική διαμόρφωση τους για χρήση πανελλαδικά και προσδιορίστηκε το τελικό δείγμα. Για να είναι το δείγμα όσο πιο αντιπροσωπευτικό γίνεται, έπρεπε να ληφθεί υπόψη η γεωγραφική διασπορά και το αριθμητικό μέγεθος σε σχέση με την έδρα και το αντικείμενο εργασιών επιχειρήσεων και εργαζομένων. Για τους λόγους αυτούς αναπτύχθηκε και ηλεκτρονική μορφή των ερωτηματολογίων, ώστε να προωθηθούν μαζί με τη βοήθεια των τοπικών ΕΒ Επιμελητηρίων και να υπάρξει πρόσβαση σε γεωγραφικά απομακρυσμένες περιοχές.

Τα 60 ΕΒ Επιμελητήρια πανελλαδικά αρνήθηκαν να δώσουν στην ερευνήτρια που είχε την ευθύνη (τρεις τηλεφωνικές επαφές) τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις των μελών τους, όπως είπαν, για λόγους προστασίας προσωπικών δεδομένων. Συμφώνησαν όμως να διακινήσουν τα ερωτηματολόγια. Έτσι, τα ερωτηματολόγια

στάλθηκαν ηλεκτρονικά στα Επιμελητήρια με την παράκληση να τα κοινοποιήσουν στα μέλη τους. Δεν υπήρχε η δυνατότητα να ελεγχθεί σε πόσα μέλη ακριβώς κοινοποιήθηκαν, αλλά τελικά η προσπάθεια δεν είχε την αναμενόμενη ανταπόκριση. Για τον λόγο αυτόν υπάρχουν περιοχές που εκπροσωπούνται δυσανάλογα, π.χ. λίγο όπως η Αττική ή σχεδόν καθόλου όπως νησιωτικές περιοχές. Μία πιο αντιπροσωπευτική εκπροσώπηση θα απαιτούσε περισσότερο χρόνο που για λόγους ανεξάρτητους της θέλησης της δεν είχε στη διάθεση της η ερευνητική ομάδα. Παρ' όλα αυτά, η ηλεκτρονική αποστολή ως μία ευέλικτη μορφή εξυπηρέτησε αρκετά συγκεκριμένες επιχειρήσεις ή εργαζομένους, που ήθελαν να συμμετάσχουν, και μάλιστα κατά καλή τύχη συχνά σε περιοχές στις οποίες η ερευνητική ομάδα δεν είχε άλλη πρόσβαση.

Το έντυπο ερωτηματολόγιο διακινήθηκε σε διάφορες περιοχές της χώρας από τα μέλη της ερευνητικής ομάδας και εξωτερικούς συνεργάτες που επισκέφτηκαν προσωπικά τις επιχειρήσεις. Από τους ερευνητές και τις ερευνήτριες ζητήθηκε να κρατήσουν «Ημερολόγια έρευνας», δηλαδή να καταγράφουν τη διαδικασία και επιπλέον ποιοτικά στοιχεία σχετικά με την έρευνα που δεν μπορούσαν να ανιχνευθούν από τα ερωτηματολόγια. Η επιτόπια επίσκεψη αποδείχθηκε αποτελεσματικότερη ως προς τον αριθμό των ερωτηματολογίων που συλλέχθηκαν και την ποιότητα των απαντήσεων. Παρόλα αυτά η διαρροή ήταν μεγάλη στον ιδιωτικό τομέα περισσότερο λόγω έλλειψης χρόνου παρά διάθεσης, στον δημόσιο τομέα λόγω έλλειψης προθυμίας και ανασφάλειας ως προς την τελική διαχείριση των δεδομένων και στα φροντιστήρια λόγω υποτίμησης των ερευνών γενικότερα. Συγκεντρώθηκαν συνολικά 672 ερωτηματολόγια που κατανέμονται ως εξής:

Ερ. 1	Ερ. 2	Ερ. 3	Ερ. 4	Ερ. 5
146	379	20	32	95

Πίνακας 2: Σύνολο ερωτηματολογίων.

Η επεξεργασία των δεδομένων έγινε με τη βοήθεια του προγράμματος SPSS 15.0. Οι απαντήσεις στις ανοιχτές ερωτήσεις, όπως οι σχετικές με το προφίλ του δείγματος (π.χ. έδρα επιχείρησης, αντικείμενο εργασίας), τις γλώσσες εργασίας ή τη σημαντικότητα της γλώσσας επικοινωνίας, κατηγοριοποιήθηκαν σε μία πρώτη επεξεργασία και καταχωρήθηκαν ως ανεξάρτητες μεταβλητές στις βάσεις δεδομένων που δημιουργήθηκαν.

4. Αποτελέσματα της έρευνας

4.1. Γενικά στοιχεία

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις σχετικά με το μέγεθος των ιδιωτικών επιχειρήσεων (ερ.1). Είναι γνωστό ότι η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι οι μικρές, ενώ οι μεγάλες είναι πολύ λιγότερες. Στη συγκεκριμένη όμως έρευνα οι ομάδες αυτές παρουσιάζονται να είναι αριθμητικά ισορροπημένες μεταξύ τους, όπως φαίνεται και στον πίνακα που ακολουθεί.

Μέγεθος επιχειρήσεων ερ. 1	Συχνότητα	Ποσοστό %
Μικρή	49	33,6
Μικρομεσαία	46	31,5
Μεγάλη	48	32,9
Σύνολο	143	97,9
Δεν απάντησαν	3	2,1
	146	100,0

Πίνακας 3: Μέγεθος επιχειρήσεων (ερ.1).

Η αποδελτίωση των ερωτηματολογίων και τα σχόλια των συνεργατών εξηγούν κατά κάποιο τρόπο τη δυσανάλογα μεγάλη εκπροσώπηση των μεγάλων και μικρομεσαίων επιχειρήσεων και την αντίστοιχα δυσανάλογα μικρή εκπροσώπηση των μικρών επιχειρήσεων (Πίνακας 3). Πολλά ερωτηματολόγια προέρχονται από υποκαταστήματα πολύ μεγάλων επιχειρήσεων, όπως οι τράπεζες. Επομένως, εμφανίζεται η ίδια μεγάλη επιχείρηση πολλές φορές. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις αυτές έχουν περισσότερο προσωπικό και συνεπώς οι ευκαιρίες πρόσβασης των ερευνητών σε αυτές ήταν περισσότερες. Επίσης, έχουν συχνά και κάποιο στέλεχος επιφορτισμένο με δραστηριότητες δημοσίων σχέσεων και είναι πιο πιθανό να ανταποκρίθηκαν στην έρευνα με περισσότερη συνέπεια. Αντίθετα, στις μικρές επιχειρήσεις, η συνεπής συμμετοχή σε κάθε είδος έρευνας από διάφορους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς επιβαρύνει δυσβάσταχτα τη λειτουργία τους. Τέλος, παρατηρήθηκε ότι και κάποιες

πολύ μικρές επιχειρήσεις αυτοχαρακτηρίζονται ως «μεγάλες», παρόλο που ο ορισμός του μεγέθους μιας επιχείρησης στηρίζεται στον αριθμό των εργαζομένων σε αυτήν.

Ενδιαφέρουσες είναι και οι πληροφορίες σχετικά με τη συνέπεια των τεσσάρων ομάδων του δείγματος ως προς τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων. Συγκεκριμένα, η πρώτη ομάδα, οι εργοδότες και οι διευθυντές των ιδιωτικών επιχειρήσεων, υπήρξε πιο συνεπής και επιμελής ως προς τις απαντήσεις της. Παρατηρείται ακόμη ότι οι υπάλληλοι του ιδιωτικού τομέα έχουν πενταπλάσιο ποσοστό μη απαντημένων βασικών ερωτήσεων των ερωτηματολογίων. Από τις ανοικτές ερωτήσεις στο τέλος των ερωτηματολογίων φαίνεται – όπως ήταν και αναμενόμενο – ότι οι εργοδότες έχουν τη συνολική εικόνα των αναγκών της επιχείρησής τους, ενώ οι εργαζόμενοι είναι επικεντρωμένοι στο δικό τους αντικείμενο ως γνώστες των λειτουργικών αναγκών τους.

Η παρατήρηση αυτή ενισχύεται και από τις απαντήσεις στο ερώτημα για το ποιες γλώσσες θεωρούνται σημαντικές. Στο ερ. 1, παρόλο που το δείγμα είναι πολύ μικρότερο ($n=146$) από το δείγμα του ερ.2 ($n=379$), οι εργοδότες και οι διευθυντές των ιδιωτικών επιχειρήσεων θεώρησαν περισσότερες γλώσσες σημαντικές⁴.

Ως προς τον δημόσιο τομέα, στενό και ευρύτερο, οι γενικοί διευθυντές και προϊστάμενοι των δημοσίων και δημοτικών υπηρεσιών παρουσιάζουν μεγαλύτερο ποσοστό ερωτηματολογίων με μη απαντημένες τις βασικές ερωτήσεις - επτά φορές μεγαλύτερο από τις αντίστοιχες μη απαντημένες βασικές ερωτήσεις των διευθυντών του ιδιωτικού τομέα. Το ποσοστό το οποίο αφορά τους εργαζόμενους υπαλλήλους στον δημόσιο τομέα εμφανίζεται ακόμα πιο αυξημένο. Αυτή η τάση μπορεί να οφείλεται σε δύο λόγους. Αφενός, στον φόβο πως τα ερωτηματολόγια αποτελούν μια μορφή αξιολόγησης παρά τις διαβεβαιώσεις των ερευνητών για το αντίθετο και αφετέρου, στο γεγονός ότι σε πολλές περιπτώσεις οι δημόσιες υπηρεσίες διαθέτουν διερμηνείς και υπηρεσίες μετάφρασης ή λαμβάνουν τα έγγραφα μεταφρασμένα.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα στοιχεία που προέκυψαν από την επεξεργασία των ερωτηματολογίων σε σχέση με τις ερευνητικές περιοχές που αναφέρονται στο κεφάλαιο 2 (Ερευνητικά Ερωτήματα). Δεν γίνεται αναφορά στο σύνολο των δεδομένων όλων των ερωτηματολογίων διότι λόγω του όγκου προέκυψαν κατοντάδες

⁴ Έτσι, στο ερ. 1 αναφέρθηκαν δεκατέσσερις (14) γλώσσες ως σημαντικές, στο δε ερ. 2 δώδεκα (12). Αντίστοιχα για το ερ. 4 καταγράφηκαν εννέα (9) γλώσσες και για το ερ. 5 επτά (7).

μεταβλητές σε κάθε ερωτηματολόγιο.⁵ Μεταβλητές, όπως οι μικροδεξιότητες που κρίνονται αναγκαίες στη χρήση της γλώσσας για επαγγελματικούς σκοπούς, παρουσιάζονται συνολικά. Η κατανομή τους ανά γλώσσα, παρόλο που είναι ίσως ένα από τα πιο ενδιαφέροντα σημεία της έρευνας, δεν παρουσιάζεται εδώ λόγω έλλειψης χώρου.

4.2. Ειδικά στοιχεία

Ιδιαίτερα σημαντικές για την παρούσα έρευνα ήταν οι απαντήσεις στα ερωτήματα σχετικά με τις συνεργασίες των επιχειρήσεων με το εξωτερικό και τη γλώσσα που χρησιμοποιούν στην επικοινωνία τους με τους συνεργάτες του εξωτερικού. Έτσι, από τον πίνακα 4 προκύπτει ότι τρεις στις τέσσερις ιδιωτικές επιχειρήσεις ή τα υποκαταστήματά τους απάντησαν πως συνεργάζονται με το εξωτερικό.⁶

	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	32	21,9
Ναι	109	74,7
Σύνολο	141	96,6
ΔΑ	5	3,4
	146	100,0

Πίνακας 4: Συνεργασία με το εξωτερικό (ερ. 1).⁷

Όσον αφορά τη γλώσσα επικοινωνίας με το εξωτερικό, όπως φαίνεται στον πίνακα 5, η αγγλική υπερισχύει ως γλώσσα επικοινωνίας με αξιοσημείωτο ποσοστό και ακολουθούν οι άλλες γλώσσες με μικρότερα ποσοστά.

Γλώσσα επικοινωνίας με συνεργαζόμενες εταιρείες του εξωτερικού	Συχνότητα (για ναι)	Έγκυρο ποσοστό (σε %)
Αγγλικά	112	80,6
Γαλλικά	12	8,6
Γερμανικά	10	7,2

⁵ Η αποδελτίωση του ερ.1 έγινε με βάση 508 ανεξάρτητες μεταβλητές, του ερ. 2 με βάση 341, του ερ. 3 με βάση 219, ενώ στα ερ. 4 και 5 εμφανίζονται 280 και 255 μεταβλητές αντίστοιχα.

⁶ Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η συσχέτιση του αντικειμένου που έχουν δηλώσει οι επιχειρήσεις με τις γλώσσες που έχουν ζήτηση. Όμως μία αναλυτική παρουσίαση αυτής της συσχέτισης ξεπερνά κατά πολύ τα πλαίσια αυτής της παρουσίασης.

⁷ Παραθέτουμε στοιχεία μόνο από το ερ.1 διότι στα ερ.2 και 5 δεν υπήρχε ακριβώς αντίστοιχη ερώτηση ενώ στο ερ. 4 ο αριθμός του δείγματος με έγκυρες απαντήσεις ήταν περιορισμένος.

Ελληνικά	9	6,5
Ιταλικά	7	5,0
Ρωσικά	3	2,2
Γενικά όλες οι γλώσσες (κυρίως στις απαντήσεις από τράπεζες)	7	4,8

Πίνακας 5: Γλώσσα επικοινωνίας (ερ.1).

Ανάλογες με τον παραπάνω πίνακα, είναι και οι παρατηρήσεις που προκύπτουν από την ανάγνωση του πίνακα 6 για το ερ. 2.

Γλώσσα επικοινωνίας (π.χ. οδηγίες, έντυπα κ.ά.) με αλλόγλωσσους συνεργάτες, πελάτες	Συχνότητα (για ναι)	Έγκυρο ποσοστό (σε %)
Αγγλικά	290	80,1
Γερμανικά	44	12,2
Γαλλικά	28	7,7
Ιταλικά	23	6,4
Ισπανικά	6	1,7
Ρωσικά	3	0,8
Βουλγάρικα	2	0,6
Ρουμάνικα	2	0,6
Ολλανδικά	1	0,3
Σέρβικα	1	0,3
Αλβανικά	1	0,3
Τούρκικα	1	0,3

Πίνακας 6: Γλώσσα επικοινωνίας (ερ.2).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο πίνακας 7 που αναφέρεται στη στάση του δείγματος απέναντι στη γλωσσομάθεια και πιο συγκεκριμένα στις γλώσσες που θεωρούνται σημαντικές για τον επαγγελματικό χώρο.⁸

⁸ Η κατάταξη στον πίνακα 6 γίνεται με φθίνουσα σειρά βάσει των δεδομένων του ερωτηματολογίου 1.

Γλώσσα	Ερ. 1 N=146 (σε %)	Ερ. 2 N= 379 (σε %)	Ερ. 4 N= 32 (σε %)	Ερ. 5 N= 95 (σε %)
Αγγλικά	99,3	92,0	100.0	82.1
Γερμανικά	39,2	22,9	31.3	22.1
Γαλλικά	29,4	12,7	37.5	17.9
Ιταλικά	13,3	8,8	12.5	4.2
Ρωσικά	9,1	1,7	18.8	8.4
Ισπανικά	5,6	2,5	3.1	4.2
Τούρκικα	5,6	0,8	6.3	-
Σέρβικα	4,9	0,8	-	-
Βουλγάρικα	4,2	0,3	6.3	-
Κινέζικα	4,2	0,3	-	-
Ελληνικά ⁹	4,2	-	-	-
Αραβικά	4,2	-	-	-
Αλβανικά	3,5	-	6.3	3.2
Ρουμάνικα	3,5	-	-	-
Πολωνικά	-	0,3	-	-
Ολλανδικά	-	0,3	-	-

Πίνακας 7: Συγκεντρωτικός πίνακας απαντήσεων στην ερώτηση για τη σημασία της γνώσης της γλώσσας. Αποτελέσματα αθροιστικά από «εξαιρετικά σημαντικά» ως «αρκετά σημαντικά» κατά ερωτηματολόγιο (σε %).

Η κυρίαρχη θέση της αγγλικής γλώσσας είναι προφανής (πρβ. πίνακες 5, 6 και 7). Αλλά δεν εξηγείται μόνο από το γεγονός ότι η αγγλική θεωρείται ως η κατεξοχήν lingua franca της εποχής μας (Firth 1996, Seidlhofer 2001, Crystal 2003, House 2003). Η σημαντικότητά της ενισχύεται και από τη διαπίστωση ότι ένα μεγάλο

⁹ Η παρουσία της ελληνικής γλώσσας (πίνακας 6) δικαιολογείται τόσο από την ανάγκη συνεργασίας με μη ελληνόφωνο ανθρώπινο δυναμικό όσο και από την ανάγκη στελέχωσης θυγατρικών επιχειρήσεων στο εξωτερικό με ελληνόφωνο ανθρώπινο δυναμικό.

μέρος των συνεργασιών πραγματοποιείται με εταιρείες που έχουν έδρα κάποια αγγλόφωνη χώρα (πίνακας 8). Το μέρος των απαντήσεων που παρατίθενται στον πίνακα 8 δείχνει άμεσα τον μεγάλο αριθμό των συνεργαζόμενων εταιρειών με ρητά καταγεγραμμένη έδρα σε αγγλόφωνη χώρα (δηλ. Αγγλία, ΗΠΑ, Αυστραλία). Έμμεση αναφορά σε αγγλόφωνη χώρα μπορούμε να υποθέσουμε ότι γίνεται και στις απαντήσεις που αφορούν στη συνεργασία με «χώρες της Ευρώπης και της Ε.Ε.» καθώς και με χώρες «από όλο τον κόσμο». ¹⁰

Χώρα	N (ναι)	Έγκυρο ποσοστό
Αγγλία	24	17,1
Η.Π.Α.	24	17,1
Αυστραλία	1	0,7
Χώρες της Ευρώπης και της Ε.Ε.	27	19,3
Αφρική	3	2,1
Χώρες από όλο τον κόσμο	11	7,9

Πίνακας 8: Ενδεικτικό απόσπασμα από τον πίνακα για το ερώτημα σχετικά με τη συνεργασία με το εξωτερικό (ερ. 1). ¹¹

Οι μακρο- και μικροδεξιότητες που απαιτούνται για τη διεκπεραίωση εργασιών στην ξένη γλώσσα καταγράφονται στον πίνακα 9. Φαίνεται ότι στην προφορική επικοινωνία η ανταλλαγή πληροφοριών, οι διαπραγματεύσεις (που απαιτούν τη γνώση εμπορικής και τεχνικής ορολογίας) και η παροχή / κατανόηση οδηγιών είναι οι μικροδεξιότητες που χρειάζονται περισσότερο, ενώ στη γραπτή επικοινωνία η σύνταξη και η διεκπεραίωση e – αλληλογραφίας στην ξένη γλώσσα είναι συχνότερη και από τη σύνταξη και διεκπεραίωση της συμβατικής αλληλογραφίας ανεξάρτητα από το είδος της επιχείρησης. Η κατανόηση εγχειριδίων χρήσης (manuals) / software καθώς και καταλόγων πωλήσεων, η περιγραφή προϊόντων και η κατανόηση συμβολαίων ή και συμφωνητικών, κ.ά. φαίνεται να είναι εξίσου απαραίτητη.

¹⁰ Αντίστοιχες επισημάνσεις μπορούν να γίνουν και για τη σημαντικότητα των γαλλικών, των γερμανικών κ.ο.κ.

¹¹ Όπως παρατηρήσαμε και στον πίνακα 4, έτσι παραθέτουμε στοιχεία μόνο από το ερ.1 διότι στα ερ.2 και 5 δεν υπήρχε ακριβώς αντίστοιχη ερώτηση ενώ στο ερ. 4 ο αριθμός του δείγματος με έγκυρες απαντήσεις ήταν περιορισμένος.

ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΕΡ. 1 (σε %)	ΕΡ. 2 (σε %)	ΕΡ. 4 (σε %)	ΕΡ. 5 (σε %)
Ανταλλαγή πληροφοριών	74.8	69.9	74.1	65.4
Διαπραγματεύσεις (εμπορική & τεχνική ορολογία)	69.9	49.6	44.4	34.6
Παροχή / κατανόηση οδηγιών	69.7	61.7	74.1	63.0
Υποστήριξη πελατών	58.7	46.3	29.6	16.0
Μετάφραση / διερμηνεία	53.1	43.7	70.4	42.0
Παρουσιάσεις θεμάτων	52.4	49.6	51.9	40.7
ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ				
Σύνταξη & διεκπεραίωση e-αλληλογραφίας	86.07	77.9	66.7	44.4
Σύνταξη & διεκπεραίωση αλληλογραφίας	77.6	64.9	70.4	48.1
Μετάφραση / υποτιπλισμός	44.1	36.0	40.7	33.3
Σύνταξη περιλήψεων / τεχνικών δελτίων	40.6	29.2	29.6	21.0
ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΚΕΙΜΕΝΩΝ				
Εγχειρίδια χρήσης (manuals) / software	69.9	68.6	63.0	69.1
Κατάλογοι πωλήσεων / περιγραφή προϊόντων	58.7	57.9	18.5	25.9
Συμβόλαια / συμφωνητικά κ.ά.	57.3	43.9	44.4	34.6

Πίνακας 9: Απαιτούμενες μικροδεξιότητες.

4.3. Ανάγκη για πιστοποίηση ξένων γλωσσών για επαγγελματικούς σκοπούς

Το κύριο ερώτημα που έπρεπε εξ αρχής να διερευνηθεί ήταν κατά πόσο διαπιστώνεται η ανάγκη για την πιστοποίηση σχετικά με δεξιότητες για επαγγελματική χρήση μίας ξένης γλώσσας από επίσημο κρατικό φορέα (Πίνακας 10). Η συντριπτική πλειοψηφία φαίνεται να είναι θετική, οι επιχειρήσεις στον ιδιωτικό τομέα επισημαίνουν μάλιστα ότι η οποιαδήποτε πιστοποίηση δεν θα πρέπει να επιβαρύνει οικονομικά τις ίδιες.

Συγκεντρωτικά θετικών απαντήσεων	Ερ. 1	Ερ. 2	Ερ. 4	Ερ. 5
Ποσοστό (σε %)	78,1	62,5	71,9	65,3
Έγκυρο ποσοστό (σε %)	82,6	68,5	82,1	68,1

Πίνακας 10: Συγκεντρωτικές θετικές απαντήσεις ως προς την ανάγκη πιστοποίησης γνώσης της ξένης γλώσσας για ειδικούς/επαγγελματικούς σκοπούς.

4.4. Στοιχεία από την έρευνα στα Κέντρα Ξένων Γλωσσών (Φροντιστήρια)

Στη συνέχεια παρουσιάζονται σημαντικά αποτελέσματα (σε απόλυτους αριθμούς) που προκύπτουν από το ερωτηματολόγιο (ερ. 3) που δόθηκε στα Κ.Ξ.Γ.

	Φοιτητές	Επιχειρηματίες	Δημόσιοι Υπάλληλοι	Ιδιωτικοί Υπάλληλοι
Business	3	11	3	13
Marketing	4	7	1	10
Τραπεζικά	1	2	2	7
Πληροφορική	6	4	5	5
Νομικά	6	1	3	4
Ιατρική	3	1	5	2
Γραμματειακή υποστήριξη	2	1	1	7
Τουρισμός	3	5	-	11

Πίνακας 11: Συσχέτιση επαγγελματικού πεδίου με κοινωνικές ομάδες.

Από τον πίνακα 11 και σε συνδυασμό με τον επόμενο πίνακα 12 προκύπτει ότι

επιχειρηματίες και ιδιωτικοί υπάλληλοι είναι αυτοί που κυρίως επιθυμούν να αποκτήσουν δεξιότητες για επαγγελματική χρήση της γλώσσας στα τουριστικά επαγγέλματα και σε επαγγέλματα αιχμής, όπως business και marketing.

	Αγγλικά	Γερμανικά	Γαλλικά	Ιταλικά
Business	9	4	3	2
Marketing	8	5	3	3
Τραπεζικά	4	4	1	-
Πληροφορική	5	2	1	1
Νομικά	2	2	1	-
Γραμματειακή υποστήριξη	6	1	2	1
Τουρισμός	12	6	3	5

Πίνακας 12: Συσχέτιση επαγγελματικού πεδίου με βασικές ξένες γλώσσες.

Τα διοικητικά στελέχη των Κ.Ε.Γ. (ν=17) διαπιστώνουν την επιθυμία του κοινού που ζητά μαθήματα γλώσσας για επαγγελματικούς σκοπούς και για πιστοποίηση. Επισημαίνουν όμως ότι δεν ενδιαφέρονται όλες οι ομάδες για πιστοποίηση και ότι όσοι/-ες ενδιαφέρονται επιθυμούν την πιστοποίηση σε συγκεκριμένες γλώσσες και όχι σε όλες σε όσες ζητούν ανάλογα μαθήματα.

5. Γενικό συμπέρασμα - Προοπτικές

Από την έρευνα συνολικά και από το τμήμα της που παρουσιάζεται στην παρούσα εργασία απαντάται με σαφήνεια το κύριο ερευνητικό ερώτημα: οι κοινωνικές ανάγκες ως προς την πιστοποίηση της γλωσσομάθειας για επαγγελματικούς σκοπούς υπάρχουν στο οικονομικό / εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα. Η ανάγκη αυτή για πιστοποίηση προκύπτει από τη διερεύνηση επιμέρους στοιχείων, όπως: (α) συνεργασίες με επιχειρήσεις του εξωτερικού και γλώσσες που

χρησιμοποιούνται σε αυτές τις συναλλαγές και (β) ποιες γλώσσες και σε ποιο βαθμό θεωρούνται σημαντικές για την επικοινωνία με τους συνεργάτες στο εξωτερικό.

Η ενδεχόμενη θεσμοθέτηση της πιστοποίησης ξένων γλωσσών για επαγγελματικούς σκοπούς απαιτεί πιο συγκεκριμένες πληροφορίες, οι οποίες δεν παρουσιάζονται σε αυτή την εργασία επειδή θα ξεπερνούσαν τα πλαίσια της. Τέτοιες πληροφορίες σχετίζονται με διεξοδική ανάλυση και άλλων παραμέτρων οι οποίες μπορεί να κωδικοποιηθούν στα ακόλουθα δύο πεδία: (α) τομέας δραστηριότητας της επιχείρησης ή αντικείμενο επαγγελματικής ενασχόλησης του εργαζομένου και (β) συγκεκριμένες γλωσσικές μικροδεξιότητες για κάθε μία από τις γλώσσες ξεχωριστά.

Ακόμη, η πιστοποίηση θα πρέπει να αφορά γλώσσες που σε συνδυασμό με συγκεκριμένα επαγγελματικά πεδία (ή και συγκεκριμένες μικροδεξιότητες) φαίνονται να έχουν περισσότερη ζήτηση (βλ. ερ. 3).

Βιβλιογραφία

- Commission of the European Communities (2005). *Proposal for a Recommendation of the European Parliament and of the Council on Key competences for Lifelong Learning*. Brussels, Com (2005) 548 final.
- Crystal, D. (2003). *English as a Global Language*, 2nd edition. Cambridge: Cambridge University Press.
- Firth, A. (1996). "The discursive accomplishment of normality: On 'lingua franca' English and conversation analysis." *Journal of Pragmatics* 26: 237-259.
- House, J. (2003). "English as a lingua franca: A threat to multilingualism." *Journal of Sociolinguistics* 7.4: 556-578.
- Seidlhofer, B. (2001). "Closing a conceptual gap: The case for a description of English as a lingua franca." *International Journal of Applied Linguistics* 11.2: 133-158.