

Milan Živković¹
Jana Drašković²

UDC 811.111'276.6:658(497.11)
Originalan naučni rad
Primljen: 26. 11. 2021.
Prihvaćen: 14. 12. 2021.

STEPEN POZNAVANJA POSLOVNOG ENGLSKOG JEZIKA MEĐU ZAPOSLENIMA U POJEDINIM INOSTRANIM USLUŽNIM KOMPANIJAMA U SRBIJI

REZIME: Zbog globalizacije i sve većeg učešća u međunarodnom tržištu, poslovna korespondencija se pretežno odvija na engleskom jeziku, te je engleski jezik postao *lingua franca* u međunarodnoj trgovini. Ovim radom se prikazuje u kojoj meri je engleski jezik kao jezik struke važan u pojedinim inostranim uslužnim kompanijama u Srbiji i istražuje se veza između pozicije u kompaniji, upotrebe i razumevanja jezika. Uz navođenje primera iz sprovedenog istraživanja, daju se odgovori na pitanja koje su pozicije u kompanijama najpodložnije uticaju engleskog jezika, tj. na kojim se pozicijama engleski jezik kao jezik struke najbolje poznaje.

KLJUČNE REČI: poslovni engleski jezik, međunarodna trgovina, uslužne kompanije, poslovna korespondencija, stepen poznavanja jezika

¹ Dr Milan Živković, Fakultet za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić, Bulevar oslobođenja 76, 21000 Novi Sad, Republika Srbija, email: milan.zivkovic@flv.edu.rs

² Jana Drašković, MA, Grawe osiguranje a.d.o., Bulevar Mihajla Pupina 115d, 11070 Novi Beograd, Republika Srbija / Savska 27, 11000 Beograd, Republika Srbija, email: jana.draskovic@gmail.com

1. Uvod

Kako je engleski danas globalni jezik, sveprisutan u svim oblastima, stičemo utisak da se više ne pridaje dovoljno važnosti samom procesu učenja engleskog jezika što pokazuje i podatak da na zvaničnom sajtu Zavoda za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja, u katalogu seminara za stručno usavršavanje, nije pronađen nijedan seminar koji bi pomogao zaposlenima da usavrše poslovni engleski jezik. S pojavom globalizacije dolazi do očiglednih razlika i promena u ekonomiji, a samim tim i u poslovnoj komunikaciji i međunarodnoj trgovini. Izloženost stranim jezicima u našem svakodnevnom životu znači da se učenje jezika često dešava na nesvesnom nivou. Kao posledica, mnogo ljudi ima problema pri komuniciranju na engleskom jeziku, a naročito osobe koje se bave međunarodnom trgovinom, gde je poznavanje registra poslovnog engleskog jezika od krucijalne važnosti.

Poznato je da je u svetu mnogo radova i knjiga napisano na temu globalnog jezika i engleskog jezika kao internacionalnog jezika. U svojoj doktorskoj disertaciji, Karmela Briguljo (Briguglio, 2005) ukazuje da je stanovnicima u Maleziji i Hong Kongu potrebno dodatno usavršavanje poslovnog registra engleskog jezika čak iako im je engleski jedan od zvaničnih jezika. U prvom delu rada, biće prikazani koncept globalizacije i međunarodne trgovine, fenomen engleskog jezika kao globalnog jezika, kao i termin *lingua franca*. Drugi deo predstavlja pogled na rezultate izvršenog istraživanja.

2. Engleski jezik kao globalni jezik

Radi lakše i efektivnije komunikacije, potrebno je da obratimo pažnju na sve aspekte komunikacije – svakodnevne, globalne i poslovne. Jezik dobija globalni status kada se razvije u tolikoj meri da ima posebnu ulogu koja se prepoznaje u svakom društvu, bez obzira da li je uloga maternjeg jezika ili obaveznog drugog jezika (Crystal 2003: 3). Kristal takođe kaže da jezik ne postaje globalni jezik na osnovu broja ljudi koji ga govore, već na osnovu statusa govornika, što znači da ljudi govore onim jezikom koji će im doneti sigurnost. Ukoliko je jedan jezik *lingua*

franca, on služi za različite namene, te se, na osnovu ovoga, mogu izdvojiti *lingua academica* (naučni jezik), *lingua emotiva* (jezik Holivuda), *lingua frankensteinia* (osvajajući jezik), *lingua cultura* (jezik zasnovan na engleskim književnim tekstovima) (Phillipson 2008: 250, 251).

„Od svih svetskih jezika engleski jezik verovatno ima najbogatiji, najheterogeniji i naraznovrsniji rečnik. U ovom jeziku, na neki način, ogleda se okamenjena, ili sa još uvek vidljivim tragovima asimilovanja, čitava istorija Engleske, nacionalna kao i internacionalna, politička kao i istorija društva...” (Radosavljević 2009: 25). Gradol (Graddol) u svom delu *English Next* tvrdi da pored konvencionalnog deljenja engleskog jezika na: staroengleski to jest anglosaksonski engleski jezik, srednjovekovni engleski jezik i moderni engleski jezik, sada možemo pričati i o periodu „globalnog engleskog jezika” (Graddol 2006: 60). Gradol takođe kaže da bi nam ovaj, četvrti, period omogućio dodatno proučavanje engleskog jezika kao jezika *lingua franca*, kao i posmatranje kulturoloških, lingvističkih, političkih i ekonomskih problema koji nas okružuju.

Postoje dva faktora koja utiču na postavljanje jednog jezika – engleskog jezika u status globalnog i to su: geografsko-istorijski faktor, koji čine vojna osvajanja kroz istoriju i politički uticaj; i sociokulturološki faktor, pomoću kojeg se jezik širi po svetu kroz umetnost – naročito nakon pojave interneta.

Radi lakše razmene dobara i lakšeg obavljanja međunarodnih transakcija od primitivnih vremena pa sve do danas, morao je postojati zajednički jezik kako bi se prevazišle prvenstveno jezičke, a onda i kulturološke barijere.

Engleski jezik je postao svetski jezik u internacionalnom i globalnom smislu. Internacionalno, kao medijum književnosti i kulturnih dešavanja u svetu, a naročito u zemljama nekadašnje britanske imperije; a globalno, kao podrazumevani jezik tehnoloških dostignuća i širenja informacija (Briguglio 2005: 27).

Karmela Briguljo je sprovela detaljno istraživanje na temu engleskog jezika kao globalnog jezika i njegovog uticaja na poslovanje. Njeno istraživanje je pokazalo da poslovna korespondencija umnogome zavisi od jezičkih struktura i veština koje se koriste.

Kroz istoriju, u svetu nikada do sada nije postojalo vreme u kojem toliko različitih nacija mora da komunicira jedna sa drugom i nikada pre nije postojala ovoliko jaka potreba za globalnim jezikom radi lakše integracije i obavljanja poslova (Crystal 2003: 14).

2.1. Engleski jezik kao *lingua franca* u međunarodnoj trgovini

„Svaki jezik je prikladno i dovoljno sredstvo za obavljanje komunikacijskih potreba zajednice kojoj služi” (Bugarski 1996: 25). Ranko Bugarski u svom delu *Uvod u opštu lingvistiku* (1996) govori o terminu *lingua franca* koji definiše kao jezik šire komunikacije, tj. kao međunarodni i svetski jezik. Početkom 2000. godine strane kompanije su počele da sve više dolaze u Srbiju i otvaraju svoje filijale. S dolaskom inostranih kompanija, javljala se potreba za zajedničkim jezikom među svim zaposlenima, te se od tada u svakoj uslužnoj kompaniji zahteva poznavanje engleskog jezika. Usavršavanje ESP-a³ smatra se jednim od najizazovnijih vidova usavršavanja jezika s obzirom da se, u okviru učenja, naglasak stavlja na praktične rezultate korišćenja jezika i učenje samog posla umesto na standardno izučavanje jezičkih veština (Radosavljević 2009).

Kako je globalizacija pretežno ekonomski pojam, jedna od glavnih posledica globalizacije jeste slobodan protok kapitala, što predstavlja dodatni dokaz za važnost globalnog jezika. S vremenom, pojam BELF⁴ je usvojen širom sveta, te se povećava uticaj engleskog jezika kao globalnog jezika trgovine.

Učenje i korišćenje BELF-a svakako pruža pogodnosti u smislu funkcionisanja u poslovnom svetu iz razloga što sociološki, politički, psihološki i ideološki principi ostaju u drugom planu i nisu smetnja pri obavljanju posla. Kako *lingua franca* mora biti neutralan jezik, tako BELF moraju učiti i nativni govornici engleskog jezika. Razlog ovome jeste taj da BELF ne sadrži žargonske izraze; karakterišu ga smanjena pravila u lingvističkom smislu: jezik se koristi isključivo za obavljanje posla, te se mogu izostavljati članovi, određene množine imenica, ak-

³ ESP – English for Specific Purposes

⁴ BELF – Business English as Lingua Franca

centovanje, kao i striktna gramatička pravila koja su karakteristična za standardni engleski jezik.

Pri učenju standardnog engleskog jezika, nenativni govornik pokušava da imitira izvornog govornika; pri učenju BELF-a, govornik želi da obavi posao.

1. Nenativni govornik se smatra za učenika koji usporava posao i zahteva pažnju (standardni engleski jezik); govornik je u pravu (BELF).
2. U standardnom engleskom jeziku glavna komunikacija je usmerena na greške; u BELF-u se komunikacija usmerava na povećanje vokabulara i brzo davanje odgovora.
3. U standardnoj varijanti engleskog jezika nenativni govornici pokušavaju da isprave greške; širenje vokabulara i brza komunikacija glavne su osobine BELF-a.
4. Kultura zemlje domaćina je važna u standardnom engleskom jeziku; u BELF-u je važna globalna poslovna kultura.
5. Cilj govornika jeste povećanje razumevanja „savršenog” engleskog jezika (standardni engleski jezik); cilj je povećanje razumevanja engleskog jezika za globalno poslovanje – BELF (Živković, M. 2015: 731).

Mark Elis (Mark Ellis) i Kristina Džonson (Christine Johnson) u knjizi *Učenje poslovnog engleskog jezika* (1994: 7–13) karakterišu poslovni engleski jezik i njegove potrebe za uspešno poslovanje kroz pet aspekata:

1. Jezik koji koriste poslovni ljudi često se upotrebljava;
2. Društveno poslovni kontakti su često oponašani;
3. Jasna informacija mora da bude prenesena za kratko vreme;
4. Jezik koji se koristi u biznisu neće biti s bogatim fondom reči, niti će biti vezan za kulturu kao standardni jezik izvornih govornika, već će biti baziran na osnovnim strukturama i poslovnom fondu reči;
5. Kursevi poslovnog engleskog jezika razlikovaće se u svojim ciljevima od standardnih kurseva jezika.

Engleskim jezikom, kao oficijelnim jezikom poslovanja, služi se čak 85% međunarodnih korporacija i organizacija, štaviše, u azijskom i regionu Pacifika stepen upotrebe engleskog jezika kao zvaničnog jezika poslovanja iznosi 90%; dok su proučavanjem komunikacije putem interneta, statistički podaci pokazali da ga koristi 536 miliona ljudi na svetu, što čini 1/3 internet korisnika (Martins 2017: 61).

Ekonomista Pol Samjuelson (Paul Samuelson) izneo je 1949. godine svoju teoriju trgovine na kojoj se danas zasniva poslovanje Svetske banke i MMF-a⁵. Teorija Pola Samjuelsona imala je za cilj da dokaže da slobodna međunarodna trgovina može dovesti do izjednačavanja cene rada i kapitala u celom svetu, te iz ovoga proizlazi iskaz da ekonomska globalizacija sledi princip „čitav svet – jedno tržište” (Radović 2013: 221–224).

Imajući u vidu da se na međunarodnom tržištu nalaze ljudi iz različitih zemalja, različitih kultura i različitih shvatanja pojma poslovanja, postavlja se pitanje koliki uticaj ima globalizacija na komunikaciju među kompanijama. Ukoliko je princip globalizacije „čitav svet – jedno tržište”, taj princip, onda, podrazumeva i jedan jezik za sve učesnike – svaka zemlja ima zvanični jezik, pa bi tako i čitav svet trebalo da ima zajedničko sredstvo komunikacije.

3. Istraživanje i rezultati

Cilj ovog rada je da se pokaže u kojoj meri je zaposlenima u pojedinim inostranim uslužnim kompanijama u Srbiji potreban poslovni engleski jezik. Kako bi se navedeno pokazalo, urađeno je istraživanje u Srbiji u drugoj polovini 2018. godine. Rezultati su dobijeni preko strukturiranog upitanika, a postavljene su dve hipoteze:

1. Stepenn poznavanja poslovnog engleskog jezika među zaposlenima u uslužnim kompanijama u Srbiji direktno zavisi od pozicije u kompaniji.
2. Zaposleni u uslužnim kompanijama u Srbiji ne mogu uspešno poslovati u međunarodnoj trgovini ukoliko ne poznaju poslovni engleski jezik svoje struke.

⁵ Međunarodni monetarni fond

Upitnik se sastojao iz tri trazičita dela. U prvom delu, ispitanici su za zadatak imali da za određene termine koji se tiču međunarodne trgovine i poslovanja⁶ zaokruže odgovor⁷ koji smatraju najprikladnijim. U sledećem delu prikazano je ukupno dvanaest termina iz prethodne tabele i pored njih su dati mogući prevodi za te termine. Ispitanici su imali za zadatak da zaokruže slovo ispred srpskog termina za koji smatraju da najbolje odgovara engleskom terminu. Treći deo je bio malo drugačiji i sastojao se od osam rečenica od kojih je svaka imala veze s međunarodnom trgovinom. Zadatak je bio da se zaokruži *DA* ukoliko ispitanik razume rečenicu u potpunosti, ili *NE* ukoliko je ne razume. Upitnici su deljeni u telekomunikacijskim kompanijama „Telenor”, čije je sedište u Norveškoj, i u kompaniji „Vip” sa sedištem u Austriji. Potom, u osiguravajućoj kompaniji „Grawe” i u Erste banci koje, isto kao i prethodna kompanija, imaju sedište u Austriji. Kompanije u kojima se takođe vršilo ispitivanje jesu „Veletabak”, „DRÄXLMAIER Group” – nemačka kompanija, kompanija „Talent 4 Blinds” iz Belgije i kompanija „Essex Group” iz Francuske. Učestvovalo je ukupno 65 ispitanika na 32 profesionalne pozicije. Ispitanici su bili na pozicijama direktora, menadžera, predstavnika prodaje, sekretara itd. Starosna struktura ispitanika je, takođe, bila od velikog značaja za istraživanje, jer se iz tog podataka moglo videti da li iskustvo u poslu ima ulogu u poznavanju engleskog jezika.

Nakon analiziranih podataka, došlo se do zaključka da pozicija u kompaniji igra bitnu ulogu budući da su ispitanici na višim pozicijama bolje poznavali poslovnu terminologiju iako neki termini nisu bili u njihovoj sferi poslovanja. Kao primer za ovo može se uzeti pozicija *direktora logistike* na kojoj su zaposlena dva ispitanika. Zaposleni

⁶ Termini koju su se koristili jesu: *upit, proizvodi, cena za prevoz robe, pravila u međunarodnoj trgovini, odredba, nadoknaditi, tražena ponuda, kupoprodajni ugovor, avansno plaćanje, plaćanje pouzećem, obeštećenje, novčana doznaka, korisnik, likvidnost, zakonito sredstvo plaćanja, dostava, imovina, netražena ponuda, odobrenje banke, odnos rizika i dobiti, osiguranje, nepredviđene okolnosti, faktura, platežna sposobnost, obaveze.*

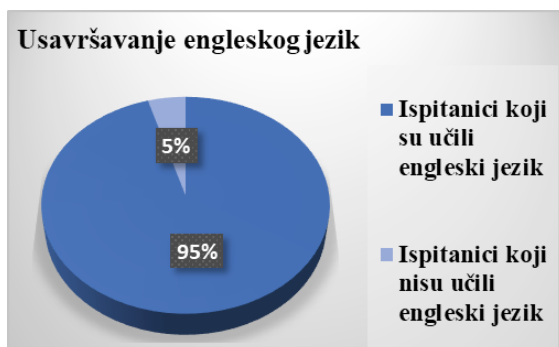
⁷ Ponuđeni odgovori su: a) *Poznat mi je termin i koristim ga;* b) *Poznat mi je termin, ali ga ne koristim;* c) *Termin mi nije poznat, ali sam ga viđao/la;* d) *Termin mi nije poznat i ne koristim ga.*

koji je pohađao časove iz poslovnog engleskog jezika odgovarao je na pitanja dosledno i pokazao bolje znanje, iako oba ispitanika rade isti posao. Kako su se ispitivali zaposleni na nižim pozicijama, tako je i nivo poznavanja poslovnog engleskog jezika opadao. Ispitanici koji su zaposleni isključivo na prodajnim pozicijama smatrali su neke termine zbunjujućim, što se pokazalo u njihovim odgovorima – govorili su da znaju termin, ali posle nisu znali da ga prevedu iako su imali ponuđene odgovore.

Ustanovljeno je da je učenje engleskog jedan od glavnih prioriteta u obrazovanju imajući u vidu da samo tri ispitanika (što čini 5% ukupno ispitanih) nikada nije učilo jezik (Grafikon 1). Samo devet ispitanika ne koristi engleski jezik u svom poslu, jedan ispitanik ga koristi povremeno, dok ga svi ostali ispitanici upotrebljavaju svakodnevno (Grafikon 2). Ispitanici su takođe imali za zadatak da izraze svoje mišljenje o sopstvenom poznavanju registra poslovnog engleskog jezika: 73% smatra da poznaje poslovnu terminologiju, dok 27% misli da ne poznaje (Grafikon 3). Interesantan podatak jeste da su se svi zaposleni složili i rekli da usavršavanje poslovnog engleskog jezika treba da bude obavezno u svakoj kompaniji.

S razvijanjem informacionih tehnologija, engleski jezik je postao podrazumevani jezik komunikacije putem interneta, a teži da postane i podrazumevani jezik poslovanja, imajući u vidu da je stepen njegovog korišćenja prilično visok (Martins 2017: 61). Ispitanici su bili podeljeni u tri grupe po starosnoj strukturi: od 20 do 34, od 35 do 50, od 51 do 60 godina. Očekivalo se da ispitanici iz prve grupe (od 20 do 34) najbolje poznaju jezik jer koriste internet u većoj meri od ostalih (Grafikon 4). Istraživanjem se pokazalo da to nije slučaj i da poznavanje poslovne terminologije zavisi isključivo od profesionalne pozicije u firmi. Ispitanici koji više koriste internet poznaju standardni engleski jezik bolje, ali im je potrebno dodatno obrazovanje u domenu poslovnog engleskog jezika.

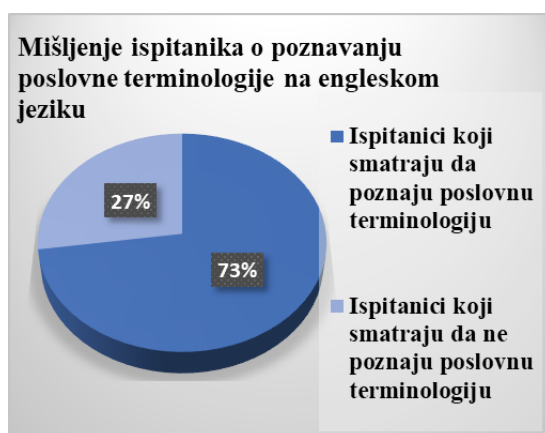
Grafikon 1



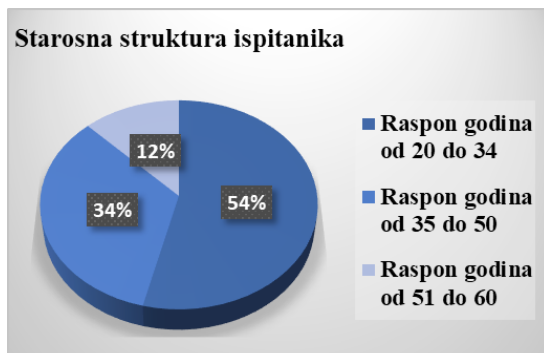
Grafikon 2



Grafikon 3



Grafikon 4



4. Zaključak

Svest o važnosti poslovnog engleskog jezika raste iz dana u dan, a ciljevi, misija i vizija svake kompanije umnogome doprinose tome. S razvojem informacionih tehnologija, potreba za jednim zajedničkim jezikom javila se kod svake osobe koja ga koristi.

Ukoliko posmatramo inostrane uslužne kompanije, jasno je da poznavanje poslovnog engleskog jezika treba da se poboljša da bi zaista postao *lingua franca*, tj. BELF.

Kako se engleski širi kroz kulturu, razumljivo je da ljudi misle da poznaju jezik i ne obraćaju previše pažnju na poslovni aspekt jezika, iako postoje jasne razlike između standardnog jezika i BELF-a. Doba globalizacije je donelo mnogo promena, društva i kulture se spajaju i povećavaju potrebu za zajedničkim jezikom radi lakše komunikacije.

Istraživanje je sprovedeno na 65 ispitanika koji rade na 32 profesionalne pozicije. Pokazano je da je zaposlenima u pojedinim inostranim uslužnim kompanijama, bez obzira na poziciju i godine, potrebno dobro poznavanje engleskog jezika. Obe hipoteze su se dokazale, što je još jedna potvrda da je potreban globalni jezik. Vrednost ovog istraživanja leži u činjenici da je ovo jedan od retkih radova koji pruža uvid u važnost engleskog jezika za poslovanje u Srbiji. Može se zaključiti da postoji potreba za uključivanjem časova poslovnog engleskog jezika u srednje škole u Srbiji.

5. Literatura

- Briguglio, C. (2005). *The Use of English as a Global Language in Multinational Settings and the Implication for Business Education*. (Doctoral dissertation). Perth: The University of Western Australia.
- Bugarski, R. (1996). *Uvod u opštu lingvistiku*. Beograd: Čigoja štampa.
- Chomsky, N. (2000). *New Horizons in the Study of Language and Mind*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2003). *English as a Global Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Graddol, D. (1997). *The Future of English*. London: British Council.
- Graddol, D. (2006). *English Next*. London: British Council.
- Martins, H. F. (2017). Perspectives on Business English as a Lingua Franca in Business Communication. *Teacher Education and Curriculum Studies*. Vol. 2, No. 5, 2017, pp. 61–67. doi:10.11648/j.tecs.20170205.11 Received.
- Philipson, R. (2008). Lingua franca or lingua frankensteinia? English in European integration and globalisation. *World Englishes*, Vol. 27, No. 2: 250–267.
- Radosavljević, M. (2009). *Fenomen polisemije u finansijskom vokabularu engleskog jezika*. Beograd: Udruženje naučnih i stručnih prevodilaca Srbije.
- Radović, M. (2013). *Osnovi ekonomije za ne-ekonomiste*. Novi Sad: Fakultet za pravne i poslovne studije.
- Živković, M. (2015). „BELF (Business English as a Lingua Franca): jezik globalizovanog poslovnog sveta“. V međunarodni naučni skup „Vrednosti i identitet“ u Novom Sadu. Fakultet za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić: str. 726–737. ISBN 978- 86-7910-083-2; COBISS.SR-ID 300350727