

Jak przełamać bariery językowe?



Ludzie biznesu, politycy i przedsiębiorcy, dzieci, młodzież i dorośli – wszyscy spotykają się z językiem angielskim, który nadal jest najchętniej wybieranym językiem obcym. Aby podnieść swoje kwalifikacje, zapisują się na kursy, szkolenia lub wyjazdy językowe.

W porównaniu z ubiegłym stuleciem językiem angielskim posługujemy się teraz częściej i swobodniej. Język ten stał się nie tylko bardziej popularny i powszechny. Jest w tej chwili już pożądanym przez pracodawców narzędziem wykorzystywanym na co dzień w pracy. Działające globalnie firmy potrzebują jednego wspólnego języka komunikacji.

Nie tylko pracodawcy, ale również i potencjalni pracownicy podchodzą do znajomości języka bardziej świadomie, mając na uwadze swoją karierę zawodową. Planując rozwój osobisty na konkurencyjnym rynku pracy, wcześniej określają swoje potrzeby językowe, w rezultacie decydując się na odpowiednie kursy, szkolenia językowe lub wyjazdy. – *Idea szkoleń językowych sponsorowanych przez pracodawcę to nadal stosunkowo nowa oferta na polskim rynku, jednak coraz bardziej popularna* – twierdzi Arkadiusz Lesiak z EF Wyjazdy Językowe. Powyższe dane potwierdza również inny organizator szkoleń wyjazdowych, Iwona Sztabowska z firmy L² Language Consulting:

– *Coraz więcej pracodawców decyduje się na wysyłanie swoich pracowników na wyjazdowe kursy językowe. Pracownicy korzystają z kursów, aby podnieść swoje kwalifikacje zawodowe i umocnić pozycję w firmie.* Language Travel Magazine, przeprowadzając badanie w 2009 r., potwierdził, że: ilość wyjazdów do Wielkiej Brytanii (najpopularniejsze miejsce wyjazdów językowych) wzrosła o ponad 3%. Na 2218 ankietowanych dla ponad 10% szkolenie sponsorowane było przez obecnego pracodawcę, a dla ponad 44% kurs był sposobem na podniesienie własnej atrakcyjności na rynku pracy. Kursy wyjazdowe nie zastąpią długoletniej i systematycznej nauki, natomiast mogą stanowić jej świetne uzupełnienie. Właśnie podczas kursu językowego za granicą możemy poznać kulturę danego kraju, zawrzeć nowe międzynarodowe znajomości, wreszcie przekonać się, jaki jest nasz poziom języka. Może okazać się, że bardzo dobrze sobie radzimy. Z drugiej strony powinniśmy być gotowi na szok, jaki zgotuje nam całkowite zanurzenie w języku.

Oferta szkoleń językowych przeznaczonych zarówno dla firm, jak i osób prywatnych jest bardzo szeroka. Do wyboru mamy wiele państw, w których możemy się uczyć, wiele programów dla różnych grup wiekowych (od nastolatków aż po 70-latków), różnorodną intensywność i długość. Jak wybrać odpowiedni kurs, czym się kierować, na co zwrócić uwagę, o co pytać?

Poziom językowy

Przy wyborze powinniśmy odpowiedzieć sobie przede wszystkim na pytanie: na jakim poziomie językowym jesteśmy. Czy sobie poradzimy? (to najczęściej zadawane organizatorom pytanie). Uważajmy na odpowiedź, jaką uzyskamy. Zdecydowane „tak”, łechtające nasze ego, może okazać się zgubne na miejscu naszego pobytu. Kursy specjalistyczne czy biznesowe dla osób o zbyt niskim poziomie zaawansowania mogą bardziej zniechęcić niż zachęcić do dalszej nauki. – *Kursanci potrzebują przede wszystkim rozwoju ogólnych umiejętności językowych i zdobycia pewności siebie w posługiwaniu się językiem angielskim* – mówi Anselm Dorman, Director of Studies

ELT Banbury. – Kurs w Wielkiej Brytanii jest właściwym rozwiązaniem dla osób, które w krótkim czasie muszą przelamać barierę językową lub przygotować się do konferencji, prezentacji, opanować słownictwo do przygotowania projektu czy oferty. Jest to też najlepsza opcja dla osób na poziomie zaawansowanym, które mają okazję poznać kontekst kulturowy języka – dodaje Dorman.

Właściwy program

Oprócz budżetu, jaki chcemy przeznaczyć na wyjazd, bardzo istotny jest również odpowiednio dobrany program. Mniej intensywne kursy to minimum trzy godziny zegarowe dziennie, a przy bardziej intensywnych nawet sześć.

Wybierając się na wyjazd językowy, przeanalizujmy go dokładnie dzień po dniu. Sprawdźmy, jak dalece dany kurs (oprócz nazwy) jest adekwatny do naszych potrzeb. Czy spełnia nasze oczekiwania, czy daje nam możliwość zastosowania poznanego materiału, czy konieczny jest kurs indywidualny, czy może zależy nam na interakcji w grupie.

W wielu przypadkach kursy wyjazdowe oferują dodatkowe atrakcje. Czas wolny może być wypełniony bardzo intensywnie, jeśli będziemy tego chcieli (to opcja dodatkowo płatna), ale możemy ograniczyć się jedynie do podstawowego, obowiązkowego programu kursu, którego warunkiem zaliczenia jest na przykład minimalna frekwencja w wysokości 80%.

Zakwaterowanie

Dodatkową korzyścią kursu wyjazdowego jest mieszkanie u rodzin danego kraju. Jest to bardzo popularna forma zakwaterowania obniżająca koszty pobytu, komfortowa i co najważniejsze – dająca możliwość kontaktu z językiem po zajęciach i poznanie kultury danego kraju od wewnątrz.

Referencje

Wybierając firmę lub szkołę organizującą wyjazdy językowe, powinniśmy również znaleźć czas na zweryfikowanie informacji zawartych na stronie internetowej lub w przesłanej nam ofercie

poprzez możliwość kontaktu z uczestnikami takich wyjazdów z poprzednich lat czy sprawdzenie referencji.

Ceny

Rozpiętość cenowa kursów wyjazdowych jest bardzo duża – od ok. 1000 zł za tydzień – ze względu na ilość opcji oferowanych przez szkoły językowe czy firmy organizujące wyjazdy. Przy wyborze kursu powinniśmy zwrócić szczególną uwagę na: poziom językowy (podstawowy, zaawansowany, biznesowy itd., referencje wykładowcy), cenę kursu (i co wchodzi w jej skład), cenę i warunki zakwaterowania (czy dodatkowo płatne), cenę dodatkowych opcji, czy w cenie są zawarte materiały dodatkowe, np. podręczniki (płatne na miejscu w szkole, jeśli nie są ujęte w cenie kursu), bilety na

komunikację miejską (codzienne dojazdy do szkoły i na inne zajęcia), ewentualne dodatkowe wyżywienie i napoje (poza zawartymi w ofercie), dodatkowe zajęcia pozalekcyjne, np. wycieczki, wstępy do muzeów i innych zwiedzanych obiektów, opłaty za korzystanie z internetu w szkole (płatne na miejscu w szkole, jeśli nie są ujęte w cenie kursu).

Na sukces w nauce języka składa się wiele czynników: odpowiednia szkoła, dobrze dobrany kurs i intensywność. Najważniejsza jest jednak nasza motywacja, cel, jaki chcemy osiągnąć, a przede wszystkim systematyczna praca, niezależnie od miejsca, w jakim się uczymy.

LUKASZ KORBEL
fol. stock.xchng.

Dodatkowe koszty:

Wielka Brytania

1 GBP = ok. 5 PLN

Pocztówka ze znaczkiem – 1 GBP
 Bilet do kina, muzeum – 5-10 GBP
 Pepsi 1 l – 1-1,50 GBP
 Woda mineralna, sok 1 l – 0,50-1 GBP
 Chleb – 0,50-1,50 GBP
 Wafelek lub batonik czekoladowy – 0,50-1,50 GBP
 Drobny posiłek (kanapka, hamburger) – 2-4 GBP
 Lody – 1 GBP
 Obiad w restauracji – od 10 GBP
 Owoce 1 kg – 1 GBP

Irlandia

1 EUR = ok. 4,5 PLN

Pocztówka ze znaczkiem – 0,50-1 EUR
 Bilet do kina, muzeum – 5-10 EUR
 Puszka Pepsi – 0,80-1,50 EUR
 Woda mineralna 1 l – 0,50-1 EUR
 Chleb – 1 EUR
 Wafelek lub batonik czekoladowy – 0,40-0,60 EUR
 Drobny posiłek (kanapka, hamburger lub zupa) – 1,50-3 EUR
 Lody – 0,5-1 EUR
 Obiad w restauracji – od 15 EUR
 Owoce 1 kg – 1-2 EUR

Kanada

1 CAD (dolar kanadyjski) = ok. 3 PLN

Pocztówka ze znaczkiem – 3 CAD
 Bilet do kina, muzeum – 5-15 CAD
 Puszka Pepsi – 1-1,50 CAD
 Woda mineralna – 2 CAD
 Sok – 1-1,50 CAD
 Wafelek lub batonik czekoladowy – 1 CAD
 Drobny posiłek (kanapka, hamburger) – 5 CAD
 Lody – 2 CAD
 Piwo w pubie – 5 CAD
 Obiad w restauracji – 15-25 CAD

USA

1 USD (dolar amerykański) = ok. 3,5 PLN

Pocztówka ze znaczkiem – 1-2 USD
 Bilet do kina, muzeum – 5-15 USD
 Pepsi 1 l – 1,5 USD
 Sok 1 l – 1,20-2,60 USD
 Wafelek lub batonik czekoladowy – 0,60-1 USD
 Drobny posiłek (kanapka, hamburger) – 1-2,50 USD
 Lody – 2 USD
 Obiad w restauracji – 10-30 USD