

**SCIENTIFIC PAPERS  
OF THE UNIVERSITY OF PARDUBICE**

Series C

Faculty of Humanities

6 (2000)

**ANALÝZA POTŘEB  
VÝZNAM A PŘÍNOŠ ANALÝZY POTŘEB PRO ZVÝŠENÍ  
FUNKČNÍ GRAMOTNOSTI**

**Andrea Koblížková**

Fakulta humanitních studií Univerzity Pardubice

Zřejmě téměř každý jedinec během doby svého vzdělávání či mimoděk narazil na kategorie týkající se uspokojování potřeb člověka, společnosti, trhu... Je pravděpodobné, že tyto pojmy většina lidí snadno chápe a vnímá je jako samozřejmé a přirozené, neboť co jiného je člověku bližšího než saturace jeho pocitu nedostatku či tužeb. V důsledku si zcela přirozeně transformujeme své potřeby nebo domnělé potřeby do principů, které určují naše činnosti, směr vývoje, pracovní úsilí, hodnotové žebříčky atd. Většinou věříme, že jsme zvolili jak správná východiska (tedy správně jsme identifikovali své potřeby), tak správný směr a cíl (tj. uplatnění kritérií a procedur nezbytných k dosažení cíle). Obecně nezpochybnujeme zažité hierarchie uspokojování potřeb a respektujeme různé přístupy, teorie i aspekty.

V rovině uspokojování materiálních potřeb se během svého života pohybujeme stále a stále jsme nuceni činit nejrůznější rozhodnutí. Některá přijímáme velice snadno a automaticky, ovšem obtížnost rozhodnutí stoupá se vzácností některých statků, s nedostatkem relevantních informací, ale také s neschopností přijímat zodpovědnost za vlastní rozhodování. Posledně jmenovaná kategorie je jistě vždy proměnnou závislou na mnoha faktorech: způsobu výchovy, duševní a sociální zralosti, inteligenci, momentálním psychickém i fyzickém stavu. Není tedy vždy v naší moci všechny tyto prvky ovlivnit nebo změnit. Tím srozumitelnější by měla být snaha změnit faktory, které ovlivněny být mohou.

Přesuneme-li se do jiné kategorie, a sice tam, kde musíme přijímat rozhodnutí o věcech neuchopitelných, proces rozhodování se stává ještě komplikovanější. Člověku je přirozeně dáno postupovat od jednoduchého ke složitému, od konkrétního k abstraktnímu. Čím je předmět našeho rozhodování složitější a abstraktnější, tím je i pro nás mnohem náročnější zajistit si adekvátní míru příslušných informací, zbavit se jejich zahlcovacího efektu a vytřídit nosné údaje.

Ve všech rozhodovacích procesech hraje podstatnou úlohu emocionální stránka, která může být (a také je) jako prvek úzce svázaný s naším podvědomím použitelná i proti nám samotným. Dobrým příkladem je využití našich podvědomých preferencí v reklamě. Reklama slouží jako skvělý příklad pro analýzu potřeb. Důsledkem byla pozornost obrácena k identifikaci vlastních potřeb. Přes to, že jsou *našími*

*vlastními*, demonstrovali jsme, jak náročné může být a bývá rozhodování o nich. O co složitější tedy musí být rozhodování o potřebách ostatních subjektů (jedinců, institucí, trhu, společnosti...), jaké další aspekty hrají podstatnou roli? Současné období ve vývoji společnosti nás ještě stále nutí hledat nové modely fungování procesů nejen pro jistou akceleraci vývoje samotného, ale i proto, že na některé otázky kladené nově před deseti lety nebyly dosud nalezeny uspokojivé odpovědi. V některých oblastech je možné najít paralely s vývojem v zahraničí a nechat se jimi inspirovat. Tak evidentně vznikaly pod globalizačními vlivy i některé nástroje fungování trhu, tedy například zmíněná reklama. Názory expertů z oblasti podpory prodeje se jistě budou lišit, co se dosažené úrovně domácí reklamy týče. Samozřejmě že i ta prošla svébytným vývojem, někde absorbovala cizí prvky ke svému prospěchu, jindy naopak. Každopádně již jen málokoho napadne, že na místě současné, někdy líbivé, podbízivé, zneužívající, šokující, naivní, sentimentální, agresivní, jindy vtipné, překvapivé, originální, sofistikované nebo ukolébávající reklamy mohl být ještě před několika lety černobílý pan Vajíčko. Tato kreslená postavička sice nezneužívala ničím podvědomé preference, což stejně nemohla, ale také nikdy nikoho nemotivovala k pocitu potřeby. Reklama v pravém slova smyslu v naší republice před rokem 1989 neexistovala.

Nejde tedy o to, jaká v současné době autentická česká reklama je, ale podstatné je, že reklama, jako kategorie, staví svoji existenci na identifikaci pocitů potřeb a tužeb cílového publika. Reklama jako nástroj marketingu se nezabývá sama sebou, ale přiznává diktát konzumenta a vychází tedy z jeho potřeb.

Tento velmi zjednodušený příklad může sloužit jako ilustrace faktu, že jistý egoismus nutí jedince, aby se vždy zabýval nejdříve sám sebou, a teprve je-li mu to přínosem, potřebami dalších. Dopad těchto mravně velmi surových slov lze zmírnit tím, že přínosem mohou být lidské city, vztahy a opět uspokojení vlastního mravního kodexu.

V důsledku lze tedy tvrdit, že saturace cizích potřeb je i saturací našich, přináší-li nám pozitivní lidské city, vztahy či prosperitu. Uvědomit si ale tato konsekventní pozitiva neznamena ještě vždy být schopen je formulovat a ani být připraven a ochoten podstoupit jejich realizaci. V každém případě ale je uvědomění si těchto momentů nezbytným východiskem, bez něhož k realizaci nedojde.

Nedostatek svobody předchozích desetiletí zanechal naši společnost nejen ve stavu ekonomické krize, ale svým diktátorským charakterem postupně záměrně retardoval u většiny populace schopnost vnímání některých mravních principů, mezi něž kategorie zodpovědnosti za sebe a spoluzodpovědnosti za systém, instituci či společnost patří. Rozhodujeme-li o vlastních potřebách, přejímáme odpovědnost za uplatňované postupy a metody. Rozhodujeme-li o identifikaci potřeb ostatních, je naší povinností zabezpečit si takovou míru informací, která sníží riziko omylu a jeho negativního dopadu na cílové publikum. Provedení analýzy potřeb ve vzdělávacích procesech je v současné době velmi aktuálním prvkem a nástrojem zkvalitnění teoretické přípravy na povolání.

Terciární vzdělávání je prostředí praxe velmi blízko a žádný další mezistupeň před zahájením pracovní kariéry již neexistuje a neexistuje tedy ani možnost napravit nedostatky, doplnit případné mezery...

Terciární sféra má ambice připravovat kvalitní odborníky pro jednotlivé profese. Zájemem praxe o kvalitní absolventy se měří nejen úspěšnost studentů, ale celé instituce, tedy i vysokoškolských pedagogů a pracovníků. Chtějí-li vysokoškolští

pracovníci přispět k uspokojení svých potřeb, musí především dokázat uspokojit vzdělávací potřeby studentů. Pracovní satisfakci pedagogů může ovlivnit úspěšnost jejich studentů na trhu práce a v důsledku tedy zvyšující se prestiž instituce.

Cíl je jasný: poskytnout studentům možnost dosažení takového vzdělání, pro něž je budou chtít jiné subjekty zaměstnat a zaplatit jim na trhu práce relevantní mzdu.

Jak dosáhnout takového cíle:

Identifikovat specifika cílového publika, tedy studentů.

Identifikovat problémové oblasti dovedností studentů a zaměřit se na jejich zlepšení v kursech. Provést kvalitní návrh sylabu vycházející jak ze studijního programu fakulty, tak z potřeb trhu práce a samozřejmě ze současných vzdělávacích potřeb studentů.

Na počátku je vždy poskytnutí možnosti, vytvoření podmínek a atmosféry. Svůj podíl musí však složit i studenti a podílet se na uvědoměném kritickém vydefinování svých potřeb.

Jazykové vzdělávání jako jedna z disciplin, které zažívají nebyvalý nárůst zájmu, je na nefilologických fakultách vnímána jako cesta k profesi a prostředek komunikace profese. Je od ní očekáván velmi praktický a prozaický benefit, umožnit absolventům bezbariérové pracovní uplatnění. Samozřejmě že tato slova nabývají nového významu v souvislosti s integrací do Evropy, s globalizačními trendy, s rostoucí konkurencí na trhu práce. Současní absolventi univerzit nesměřují k cíli stát se renesančními osobnostmi, pansofisty s encyklopedickými znalostmi, ale odborníky, ochotnými dále se vzdělávat, přizpůsobovat se a specializovat ve zvolených oborech. K takovému cíli budou opět využívat jazykových nástrojů, nutných ať již pro studium zahraničních pramenů, osobní pracovní kontakty, či pro vlastní kariérní prezentaci.

Kvalitní jazykové vzdělání je součástí funkční gramotnosti, tedy kategorie, která podává validní (protože poměrné) údaje o úrovni vzdělanosti populace. Přestože český vzdělávací systém se dlouho trochu neskromně a snad i populistiicky opájel představou o širokém intelektuálním záběru každého průměrného Čecha, zdá se, že svět si cení jiných kritérií.

Studie *Lidské zdroje v České republice 1999*, kterou vydal Národní vzdělávací fond a Ústav pro informace ve vzdělávání, poukazuje na nedostatky a palčivé problémy související s úrovní a koncepcí vzdělávání u nás. Ze studie vyplývá, že v určitých oblastech, jako je předškolní, základní ale i středoškolské vzdělávání, drží Česká republika se světem slušné tempo. Středoškolské vzdělávání však již ukazuje některé zajímavé rozdíly:

Zatímco v zahraničí dokončí střední školu přibližně 70% studentů, u nás je toto číslo téměř o 20% vyšší.

Nabízí se jediné, a sice nutnost spolupráce se zahraničím, která může osvětlit přisnost a taxonomii kritérií hodnocení.

Průměrná délka vzdělávání je u nás kratší.

Zahraniční středoškoláci mají v průměru vyšší počet vyučovacích hodin.

Do terciární vzdělávání vstupují tedy studenti s výše ilustrovanými handicapy.

Terciární vzdělávání sice dle studie zaznamenalo výrazný úspěch v devadesátých letech, kdy se počet studentů vstupujících na VŠ téměř zdvojnásobil, přesto současných 30% z každého populačního ročníku studujících VŠ představuje sotva poloviční hodnoty ve srovnání se světem. To je již důvod k obavám.

Přestup z posledního stadia vzdělávání do praxe bývá v posledních letech provázen stále se zvyšujícími čísly nezaměstnanosti. Nepříznivost důsledků nezaměstnanosti absolventů na celkovou atmosféru ve společnosti a samozřejmě i na sebereflexi jedinců je značná. Proto se jeví téměř paradoxní, že si personální marketing některých firem stěžuje: *nejsou lidi*. Renomované firmy však nejeví zájem o každého. Přiznávají, že předmětem jejich zájmu jsou nejčastěji pouze 3 segmenty na trhu pracovních sil. Těmi jsou segment absolventů, segment pracovníků s první zkušeností a segment odborníků. Segment absolventů je zcela jasný, druhý segment představuje ty nedávno absolventy, kteří získali první pracovní zkušenost a nejsou v současné době již spokojeni se svým zařazením, pracovní náplní, odpovědností, možností dalšího odborného růstu nebo tempem či charakterem firmy. Bývají cenným zdrojem pro své budoucí zaměstnavatele, neboť jejich pracovní představy a přístupy jsou již mnohem reálnější, uváženější a mnohdy i skromnější. Poslední jmenovanou kategorii představují experti, kteří mají pro firmu většinou význam jako konkrétní jednotlivci, pro jejichž získání personální marketeři vytvářejí buď zvláštní podmínky, nebo jsou ochotni najmout tzv. head huntery.

Proč mají na jedné straně prestižní firmy zájem o absolventy, na druhé straně se stále zvyšuje právě míra jejich nezaměstnanosti? Tato disproporce evokuje úvahu, že nabídka kvalitních absolventů je evidentně pod hladinou poptávky. Analyzuje terciární sféra vzdělávání realitu na trhu pracovních sil? Jaká jsou očekávání firem a institucí a v čem spatřují nedostatky většiny absolventů? Většinou pokládají za samozřejmost jistou odbornou úroveň, postrádají však některé osobnostní předpoklady (aktivní přístup, ochotu, disciplínu, rozhodnost, samostatnost, sebereflexi, ale i střídmost požadavků) a atributy funkční gramotnosti. Funkční gramotnost je založena na teorii lidského kapitálu a bezprostředně souvisí se vzděláváním. Institucionalizovaným vzděláváním, ale i sebevzděláváním získáváme vědomosti a dovednosti samé, ale také zlepšujeme schopnosti je třídít, aplikovat, akumulovat. Měříme-li funkční gramotnost, pak měříme schopnost užitečně s informacemi pracovat pro účely zaměstnání i mimo ně.

To je však zřejmě největším problémem naší vzdělávací soustavy, neboť takové kritérium vyžaduje od jedince mnohem více samostatnosti, od vzdělávacích institucí a systému pak nesrovnatelně větší důraz na mezipředmětové vztahy, analytické a syntaktické postupy, logicko-dedukční přístupy a výchovu k sebepoznání.

Podle výsledků mezinárodního projektu SIALS (1997-1998), který zkoumal úroveň funkční gramotnosti v mnoha státech a jehož se účastnila i Česká republika, má naše populace výrazné nedostatky právě ve schopnosti aktivně přistupovat k informacím a komunikovat cizím jazykem.

Podle úrovně funkční gramotnosti bylo vytvořeno 5 stupňů a do 2 nejvyšších pak bylo zařazeno pouze 10 % českých respondentů, zatímco 30% ze Švédska, 20% z USA a Kanady, 17% z Německa, Belgie, Británie. Alarmující však je, že do nejnižší úrovně spadá 31% českých účastníků, zatímco ve vyspělých státech pouze 18%.

Cizojazyčná kompetence je ve srovnání se světem velmi podprůměrná. Zatímco kompetenci anglicky komunikovat udalo 15% českých respondentů, vyspělé státy se pohybují nad 50%.

Ve vzrůstající konkurenci na pracovním trhu jsou pracovníci vystaveni tlaku na úspěšnou prezentaci svých schopností a vědomostí a jazyková kompetence je již samozřejmou součástí. Při aktuálním vývoji a snaze o integraci v rámci Evropy bu-

dou kladeny na všechny subjekty trhu práce vysoké nároky a dřívější měřítka i nástroje nemohou tomuto procesu efektivně pomáhat.

Bezesporu jedním z nástrojů je provedení kvalitní analýzy potřeb jazykového vzdělání.

U vědomí všech výše uvedených skutečností a po jejich zvážení bylo v roce 1999 na ÚJHS mezi studenty FES provedeno šetření, které si kladlo za cíl analyzovat stav jazykového vzdělávání a reflektovat zjištění v nově koncipovaných studijních materiálech a náplni kursu odborného jazyka Business English.

Zmíněná analýza potřeb byla nezbytnou premisou pro zpracování studijního materiálu i navržení optimální koncepce kursu. Ta by měla reflektovat fakt, že absolventi kursu mají být schopni nejen prosté reprodukce a sumarizace přečteného či nastudovaného textu, ale i samotné prezentace závěrů, komparace zjištěných informací, zobecňování a kombinace údajů, diskuse a argumentace, tedy obhájení vlastních názorů a stanovisek, ale také užitečné aplikace dovedností mimo výuku samotnou.

Jakkoli se takový cíl jeví jako samozřejmý, na základě zkušenosti z kontaktních hodin je zřejmé, že studenti nefilologického zaměření cítí značné inhibice komunikovat i v českém jazyce, tím spíše v anglickém, kde jsou verbálně limitováni.

Analýza potřeb byla provedena jak z hlediska kvantitativního, tak z hlediska kvalitativního a její výsledky potvrdily nutnost nového studijního materiálu, ale poskytl i námět pro zamyšlení nad organizací studia AJ na FES.

V době zpracování záměru projektu existovalo jiné členění jazykové výuky ve studijním programu FES, což znamenalo čtyřsemestrální kurs, dotovaný 2 hodinami týdně. V akademickém roce 1999 2000 došlo ke změně v této koncepci a kurs je nyní organizován jako dvousemestrální, týdně dotovaný 4 hodinami. Tato změna je na první pohled nepatrná, ale v průběhu projektu se ukázalo, že velmi zásadní. V roce 1999 2000 tedy probíhaly na FES dvě paralelní linie kursu anglického jazyka, a to původní čtyřsemestrální, završená bakalářskou zkouškou ve 4. semestru a nová dvousemestrální, ukončená bakalářskou zkouškou ve 2. semestru. Proto byly zkoumané cílové skupiny rozlišeny jako A /studenti 4. semestru/ a B /studenti 2. semestru/.

Provedená analýza sloužila jako podklad pro zpracování studijního materiálu vyplňujícího dosavadní mezeru v dostupných zdrojích jak svojí tématickou náplní, tak metodickým zpracováním. Tématické okruhy odborného jazyka by měly reflektovat odborné zaměření studentů a v konečném důsledku jim poskytnout bázi pro aplikaci jazykových dovedností v praxi. Výuka odborného jazyka nemůže však být v žádném případě limitována na diskusi o *ekonomických okruzích* či *ekonomických jevech*. Od absolventů se očekává schopnost samostatné komunikace, řešení problému a již záměrně nezduřazňovaná, právě protože tak samozřejmá schopnost zvládnání standardní společenské konverzace na standardní úrovni.

Pojmy společenská a standardní se objevují v mnoha různých kontextech, a proto zde zasluhují specifikaci: standardní společenskou konverzaci je zde myšleno množství mluveného projevu nezbytné k vytvoření akceptabilní komunikativní atmosféry v různých sociálních i národních kontextech, a tudíž zajištění efektivního prostředí pro práci a spolupráci mezi komunikujícími subjekty.

Sociokulturní aspekty, které mohou výrazným způsobem buď katalyzovat, nebo inhibovat komunikaci jsou nedílnou součástí jazykové kompetence, stejně tak i schopnost volby jazykového registru dle profesní a sociální situace a internalizace základních pravidel empatické komunikace.

Z uvedeného vyplývá jasná potřeba sebereflexe a autonomie při studiu jazyka. Na základě analýzy sebraných dat došlo k potvrzení některých uvedených tvrzení a konsekventně vznikl studijní materiál, který neaspíruje stát se skriptem popírajícím všechny dosavadní materiály, ale poskytuje prostor pro práci na zlepšení jazykového projevu studentů s výrazným akcentem na komunikaci při respektování akcentu funkční gramotnosti..

Rozhodujícím aspektem volby výzkumné metody se stala možnost konfrontovat současnou koncepci kursu s představami studentů o jejich aktuálních a budoucích jazykových potřebách. Vzhledem k počtu studentů a faktu, že kursy probíhají paralelně jako čtyřsemestrální a dvousemestrální, byla zvolena dotazníková metoda. Byly distribuovány dva typy dotazníků dvěma cílovým skupinám: A čtyřsemestrální kurs, B dvousemestrální kurs. Existuje celá řada způsobů uspořádání dotazníků, organizace dotazovaných okruhů, s tím související zodpověditelnost a vyhodnotitelnost těchto otázek a odpovědí. Pro výše jmenované důvody a při zvažování účelu prováděné analýzy byla zvolena dotazníková metoda soustředující se na jazykové potřeby dle identifikovaných rolí. Inspirací byla metodika zpracování dotazníků "Assessment of language needs according to different roles" /House, J.: Assessing language needs, 1988 /

Dotazník A se skládal z 18 otázek rozdělených do 5 okruhů a oddílů identifikačních údajů respondentů. Dotazník byl členěn jako kombinovaný, dle typu okruhu byly pak otázky kladeny buď jako škálové s nabídkou, nebo byl poskytnut prostor pro vlastní vyjádření .

Dotazník A :

I. Identifikační údaje

II. Otázky 1,2,3,4 jsou zařazeny za účelem získání tzv. background information /informace poskytující rámec pro další získané údaje/, tedy informace o zájmu a míře zainteresovanosti respondentů v jazykovém vzdělání

III. Otázky 5,6,7 se zaměřují na schopnost sebereflexe a sebehodnocení studentů v rovině jazykového vzdělání

IV. Otázky 8,9,10 mapují potřeby budoucích rolí studentů

V. Otázky 11,12,13,14,15,16 se zabývají potřebami současných rolí studentů

VI. Otázky 17,18 poskytují prostor pro zjištění míry motivace a autonomie studentů.

V textu jsou použity následující zkratky: GE / General English obecná angličtina /, BE / Business English - odborný jazyk zaměřený na ekonomickou angličtinu, Bzk / bakalářská zkouška/.

Okruhy otázek I,II,VI byly zařazeny i z důvodu zjistit a doložit kompetenci respondentů vyjadřovat se k identifikaci svých jazykových potřeb a konsekventně tak spoluvytvářet náplň svého jazykového vzdělání nejen v rámci kursu.

Dotazník B byl samozřejmě koncipován na stejném principu, ale vzhledem k faktu, že respondenty byli začínající studenti a nemohli se tudíž vyjadřovat k hodnocení kursu ani k míře vlastního progresu během kursu, byly tyto údaje / část 2.a celý 5. okruh otázek / vypuštěny.

13 otázek dotazníku B bylo tedy členěno do 4 okruhů srovnatelných s prvními 4 okruhy dotazníku A.

Analýza obou dotazníků byla provedena jak kvantitativně /škálové otázky a relevantní tabulkové přehledy/, tak kvalitativně /hodnocení komentářů respondentů a shrnutí v tabulkových přehledech/, u dotazníku A byla podrobně vyhodnocena míra a faktory progresu/stagnace jazykových dovedností respondentů. Posléze byla porovnána data a výsledky získané v obou cílových skupinách /tedy dotazníky A a B mezi sebou/ a vyvozeny příslušné závěry.

#### Analýza dat dotazníku A

Dotazník A byl distribuován 37 studentům 2. ročníku FES na závěr 4. semestru. Vyplněno a vráceno bylo 29 dotazníků, což představuje 78 návratnost.

Analyzované údaje představují informace získané od studentů 2. ročníku FES na konci letního semestru akademického roku 1999 2000.

### I. Identifikační údaje

Ročník: 2

Věk	% respondentů
Neuveden	6,89
19	3,44
20	55,17
21	24,13
22	10,34

Kategorie	% respondentů
Muž	48,27
Žena	51,72

Identifikační údaje byly zařazeny pro vymezení cílové skupiny respondentů a validita zjištěných údajů je poplatná složení cílové skupiny.

### II. Background information

#### 1. Délka studia AJ před příchodem na Univerzitu

počet let studia AJ	% respondentů
2	3,44
4	20,68
5	10,34
6	10,34
7	34,48
8	20,68

Nejvíce studentů / 55,2 /se věnovalo AJ 7- 8 let. Tabulka však ukazuje velké rozpětí délky studia mezi jednotlivými studenty, což představuje ve výuce značný handicap pro krajní skupiny studentů.

## 2. Schopnost komunikovat jinými cizími jazyky než AJ:

Jazyk	% respondentů
Německý	100
Francouzský	3,44
Španělský	13,79
Ruský	6,88

U této otázky byla původně nabídnuta škála, ale respondenti ji většinou nevyužili, takže tento údaj nebylo možné zpracovat. Účelem škály však nebylo podrobně analyzovat úroveň znalosti ostatních jazyků, pouze pomoci studentům řešit odpověď a zbavit je inhibic vyplývajících z podcenění či skromnosti. Šlo o zjištění zájmu o filologickou oblast obecně.

Z uvedeného vyplývá, že 24,1% respondentů studuje či studovalo 3 jazyky paralelně, což je vzhledem k nefilologickému směru studia velmi pozitivní údaj.

Studium AJ	% respondentů
Ano	71,42
Ne	28,58

## 3. Typ absolvované SŠ:

Typ školy	% respondentů
Gymnázium	55,17
SŠ /odborné ekonom. zaměření/	44,82

Vzhledem k orientaci gymnázií na přípravu studentů ke studiu na VŠ je logická snaha poskytnout jim co nejširší edukační bázi, tedy i jazykovou. Naproti tomu studenti SŠ odborného ekonomického zaměření jsou vybaveni teoretickými znalostmi i praktickými dovednostmi z ekonomické oblasti. Cílem této otázky bylo zajistit podklady pro zjištění, jak rozdíly mezi prakticky orientovanou přípravou studentů na SŠ a teoretickou přípravou na gymnáziu ovlivňují profesní orientaci a současné preference.

## 4. Pokračování ve studiu na VŠ ihned po ukončení SŠ:

Kategorie	% respondentů
Ano	75,86
Ne	24,13

Při záporné odpovědi: % studentů, kteří se věnovali studiu jazyka :

Obraz o kontinuitě zájmu o studium AJ poskytuje fakt, že 71,4 respondentů pokračovalo ve studiu AJ i v době eventuálního přerušování studia mezi ukončením SŠ a vstupem na VŠ.

### III. Sebereflexe a sebehodnocení

5. Dosažená úroveň jazykové kompetence před příchodem na Univerzitu:

Dosažená úroveň před příchodem na Upa	% respondentů
1	6,89
2	17,24
3	62,06
4	13,79
5	0

Většina respondentů hodnotí svoji vstupní jazykovou úroveň jako středně pokročilou.

6. Dosažená úroveň jazykové kompetence po ukončení studia Bakalářskou zkouškou :

Dosažená úroveň po ukončení kursu	% respondentů
1	0
2	3,44
3	48,27
4	34,48
5	10,34
Neuvedeno	3,44

Komparací jednotlivých odpovědí byly identifikovány 2 skupiny studentů :

- a/ skupina zaznamenala vzestup jazykové úrovně
- b/ skupina zaznamenala stagnaci jazykové úrovně

Kategorie	% respondentů
Posun	62,06
Stagnace	34,48
Neuvedeno	3,44

U kategorie respondentů, kteří zaznamenali stagnaci, bylo zkoumáno

A/ jaký typ školy absolvovali

B/ jaké preference mají /Business English x General English/

ad A/

Typ školy	% respondentů
Gymnázium	70
SŠ	30

Z analýzy je zřejmé , že skupina studentů , kteří nehodnotí svůj jazykový posun pozitivně, jsou ze 70 absolventi gymnázií. Tento závěr je snadno osvětlitelný v souvislostech vyplývajících z tabulky 1 a ze zmíněné přirozené orientace gymnázií.

ad B/

Preference	% respondentů
Business English	0
General English	90
BE / GE	10

Stejná skupina studentů, která označuje své jazykové dovednosti jako stagnující se vyjadřovala i k preferencím BE/GE. Dle tabulky B výše je patrné, že nikdo ze skupiny nepreferuje BE, naopak 90

tázaných upřednostňuje GE. I to je jistě jeden z důvodů nezaznamenaného progresu.

Výsledky porovnání profesní orientace mezi absolventy Gymnázií a odborných SŠ

Gymnázium:	profes. orientováno %
Ano	12,50
Ne	75,00

Odborná SŠ: profes.orientováno	%
Ano	38,46
Ne	53,84

Zatímco absolventi gymnázií jsou ještě ve fázi hledání své profesní orientace /75%/, absolventi SŠ představují v tomto ohledu vyrovnaněji profilovanou skupinu.

Výsledky porovnání současných preferencí /GE x BE / mezi absolventy Gymnázií a SŠ

Gymnázium:preference	%
General English	50,00
GE / BE	25,00
Business English	25,00
Odborná SŠ:preference	%
General English	69,23
GE / BE	15,38
Business English	15,38

Fakt, že ve skupině absolventů gymnázií zcela převažuje zájem o GE /50%/, není překvapivý, ale o to pozoruhodnější je údaj týkající se absolventů SŠ, kteří preferují GE dokonce z 69,2%. Tato, na první pohled nelogická preference, má však pravděpodobně svoje kořeny v následujících zjištěních: Cílová skupina vyplňovala dotazník A na závěr kursu respondenti tedy mohli relevantně posoudit, identifikovat a reflektovat problémy během studia /viz tab.17/. Nikdo z respondentů nenavrhoval zcela změnit zaměření výuky jazyka z odborného na obecné, ale 13,8% studentů zde uvádí nutnost výuky BE na kvalitních základech GE.

## 7. Stanovení cílů jazykových dovedností

Cílové dovednosti:	%
běžná komunikace při mimopracovních aktivitách	37,93
odborná komunikace a prezentace	51,72
četba a porozumění anglické literatury	34,66
četba a porozumění anglické odborné literatury	13,79
porozumění AJ z médií	58,62
jiné (možnost specifikace)	3,44

(Respondenti nebyli omezeni volbou jediné odpovědi.)

Data vyplývající ze 7. otázky však naprosto nekorespondují s předchozími stanovisky respondentů a jejich preferencemi. Mají-li si studenti stanovit vlastní cíle, pak největší část /58,6/ má zájem o porozumění AJ z médií, druhou nejpočetnější skupinu /51,7/ představují ti, kteří chtějí být v AJ odborně kompetentní. Důvodem této inkoherece je určitá míra profesní dezorientace /viz Budoucí role, Ižiskóre/ .

## IV. Budoucí role

### 8. Schopnost blíže identifikovat profesní orientaci:

Profesně orientován/a	% respondentů
Ano	24,13
Ne	75,86

Studenti jednoznačně nejsou ještě profilováni, jejich představy o budoucí profesi jsou ve většině vágní nebo žádné. Některé uvedené jsou vzhledem ke studovanému oboru i poměrně kuriózní/ grafologie, tlumočnictví/.

Pouze 24 studentů uvedlo oblast svého příštího působení- jednalo se o bankovníctví, veřejnou správu, marketing nebo obecněji management.

Otázka identifikace vlastní budoucí role byla záměrně zařazena za stanovení preferencí, ale před identifikaci současné role tak, aby se nestávala chronologickým návodem k vyplnění dotazníku, ale aby získané údaje byly věrohodné. Účelem dotazníku nebylo suplovat výchovu a vzdělávání, ale zjišťovat aktuální stav. Proto je podstatné pořadí otázek, ale i nutnost zařadit otázky tzv. Ižiskóre, tedy neevidentní mechanismy kontroly validity: otázky související, navazující, implikující.

### 9. Schopnost označit konkrétní situace použití AJ po ukončení studia:

Identifikovaná situace	% respondentů
V zaměstnání /konkrétně/	6,89
V zaměstnání /obecně /	37,93
Cestování a náhodné situace	17,24
Komunikace se zahraničními přáteli	10,34
Nevím	27,58

Svoji budoucí roli, tedy konkrétní profesi a z ní vyplývající situace tak bylo schopno určit pouze 6,89 respondentů. Tento údaj je samozřejmě ovlivněn i faktem, že osobní pracovní zkušenost s použitím AJ v zaměstnání má pouze 20,8 studentů /viz tabulka 10/.

#### 10. Konkrétní pracovní zkušenost zahrnující aplikaci AJ:

Pracovní zkušenost s AJ	%
Ano	20,83
Ne	55,86
Neuvedl	3,44

Při kladné odpovědi : Jaká složka komunikace vám činila potíže :

Identifikovaný problém	% respondentů
Slovní zásoba	50
Interakce	50
Gram. Struktury	30
Neschopnost porozumět mluvenému slovu	0
Písemná komunikace	0
Socio kulturní rozdíly	30
Jiné /telefonická komunikace/	30

Analýzou podotázky kladené respondentům majícím pracovní zkušenost s AJ bylo evidentní, že na základě vlastní zkušenosti identifikují problémy své jazykové kompetence: V polovině případů označují nedostatečnou slovní zásobu a interaktivnost při komunikaci jako problém.

#### V. Současná role

##### 11. Identifikace situace nejčastějšího současného používání AJ/mimo výuky/:

Identifikovaná situace	% respondentů
Cestování a náhodné situace	51,72
Komunikace s přáteli	10,34
Sledování TV/satel.programů	20,68
Pracovní zkušenost	6,89
PC,Internet	10,34

U respondentů v současné době jasně převažuje /51,7/ náhodné nepravidelné použití AJ spojené nejčastěji s turistikou. / viz tab. 11/. Studenti tak ještě nejsou vystaveni tlaku komunikovat v cizím jazyce. Nicméně pozitivní je, že téměř 38 studentů autonomně používá AJ a cíleně ji zlepšuje i mimo výuku (TV/satelitní programy, pracovní zkušenost, PC/Internet).

##### 12. Identifikace vlastních jazykových nedostatků:

Identifikované jazykové nedostatky	%
psaný projev	20,68
mluvený projev	75,86
porozumění psanému projevu	48,27
porozumění mluvenému projevu	10,34

Jako nejčastěji uváděný nedostatek v jazykových dovednostech figuruje mluvený projev /75,9/.

### 13. Identifikace nedostatků výuky:

V tomto oddíle dostali studenti možnost vyjádřit svoje názory na jazykovou výuku ve smyslu splněných či nesplněných očekávání.

72,41% respondentů identifikovalo následující pozitiva a negativa:

Negativum	% respondentů
Krátká výuka/nízký počet hodin	24,13
Malý prostor ke komunikaci	13,79
Vysoký počet studentů ve skupině	6,89

Pozitivum	% respondentů
Dosažené jazykové dovednosti v BE	34,48
Kvalita vyučujícího	6,89
Prostor ke komunikaci	10,34

### 14. Preference

a) studium obecné angličtiny /General English

b) studium odborného jazyka / Business English

Preference	% respondentů
General English	58,62
Business English	20,6
General/Business English	17,24
Neuvedeno	3,44

Zcela koherentně s údaji vyplývajícími z otázek 11 a 8, pak studenti v 58,6 preferují výuku GE. Jedním z faktorů ovlivňujících tento údaj je jistě i fakt, že 82,8 studentů BE před příchodem na UPa nestudovalo /viz tab.15/

### 15. Studium Business English před příchodem na UPa:

Studium BE před příchodem na UPa	% respondentů
Ano	24
Ne	82,75

16. Míra reflexe současných/budoucích potřeb respondentů v tematickém zaměření výuky:

Tematická reflexe potřeb	% respondentů
Všechna témata	41,37
Pouze některá konkrétní témata (respondenty uvedena)	34,48
Nevím	6,89
Nereflektuje	17,24

Tematické zaměření kursu vyhovuje v zásadě téměř 76 respondentů.

## VI. Motivace a autonomie respondentů

17. Navržení změn, zlepšení ve výuce AJ pro studenty FES:

Navržená změna	%
Prodloužit výuku/zvýšit počet hodin	58,62
Stavět BE až na kvalitních základech G E	13,79
Ucelená literatura	3,44
Menší počet studentů ve skupině	6,89
Více komunikace	6,89
Výuka rodilých mluvčích	3,44
Stejná úroveň ve skupině	3,44
Neuvedeno	3,44

18. Zájem o další autonomní studium AJ po ukončení kursu:

Pokračování ve studiu AJ	%
Ano	79,31
Ne	6,89
Neuvedeno	13,79

Při kladné odpovědi : Na co se / dle vlastního zhodnocení situace a vašich potřeb/ chcete zaměřit:

Zaměření	%
Zdokonalení mluveného projevu	52,17
Rozšíření slovní zásoby	26,08
Poslech z médií	13,04
Četba	4,34
Business English	21,73
Na vše	4,34
Neuvedeno	17,39

Pozitivní je, že 79 studentů chce dále pokračovat ve studiu AJ i po složení BZk a jsou schopni determinovat problémy, na něž se při samostudiu či organizované formě studia chtějí zaměřit.

## Analýza dat dotazníku B

Dotazník B byl distribuován studentům 1. ročníku FES v počtu 52, sebráno bylo později 47 vyplněných dotazníků, což představuje 90% návratnost.

Analyzované údaje představují informace získané od studentů 1. ročníku FES na počátku zimního semestru akademického roku 1999/2000.

### I. Identifikační údaje

Ročník: 1

Věk respondentů	Kategorie	%
18		48,93
19	Žena	36,17
20		6,38
21	Muž	6,38
23		2,12

Tyto údaje jsou zařazeny k vymezení cílových subjektů a validita zjištěných údajů je determinována složením dané skupiny:

### I. Background information

#### 1. Délka studia AJ před příchodem na Univerzitu

Počet let studia AJ	respondentů
3	2,85
4	6,38
5	10,63
6	8,51
7	6,38
8	44,68
9	19,14
10	2,85

Nejvíce studentů /63,82/ se věnovalo studiu AJ před příchodem na UPa po dobu 8-9 let. Vzhledem k rozpětí délky studia u zkoumané skupiny /3-10 let/ je znevýhodněna efektivita učení AJ a studenti pohybující se na okraji škály jsou handicapováni.

#### 2. Schopnost komunikovat jinými cizími jazyky než AJ:

Jazyk	respondentů
Německý	87,23
Francouzský	10,63
Španělský	2,85
Ruský	4,25
Latina	2,85

### 3. Typ absolvované SŠ:

Typ školy	respondentů
Gymnázium	36,17
Odborná SŠ	63,82

Složení cílové skupiny / téměř dvojnásobný počet absolventů SŠ oproti absolventům gymnázií/ samozřejmě ovlivnilo dále uvedená fakta.

### 4. Pokračování ve studiu na VŠ ihned po ukončení SŠ:

Kategorie	respondentů
Ano	65,95
Ne	31,91
Neuvedeno	2,85

Při záporné odpovědi: % studentů, kteří se věnovali studiu jazyka :

Studium AJ	respondentů
Ano	93,33
Ne	6,66

V cílové skupině se věnovalo studiu AJ i v době eventuálního přerušení studia 93,3 respondentů, což vyjadřuje vysokou míru zájmu o tuto oblast.

## I. Sebereflexe a sebehodnocení

### 5. Dosažená úroveň jazykové kompetence před příchodem na Univerzitu:

Dosažená úroveň před příchodem na Upa	respondentů
Začátečník	0
nižší středně pokročilá	4,25
středně pokročilá	72,34
vyšší středně pokročilá	14,84
pokročilá	8,51

Většina studentů /72,3/ hodnotí svoji úroveň při vstupu na UPa jako středně pokročilou.

### 6. Stanovení cílů jazykových dovedností:

Cílové dovednosti:	schopnost respondentů
běžná komunikace při mimopracovních aktivitách	29,78
odborná komunikace a prezentace	55,31
četba a porozumění anglické literatury	46,80
četba a porozumění anglické odborné literatury	17,02
porozumění AJ z médií	55,31
jiné (specifikace)	0

Cíle respondentů skupiny B naznačují, že studenti si jsou již na počátku studia vědomi své profílace a jednoznačně upřednostňují pracovní použití AJ mimopracovnímu.

## I. Budoucí role

7. Schopnost blíže identifikovat profesní orientaci:

Profesně orientován/a	respondentů
Ano	34,04
Ne	65,95

8. Schopnost označit konkrétní situace použití AJ po ukončení studia:

Identifikovaná situace	respondentů
V zaměstnání/specifikováno/	9,09
V zaměstnání/obecně/	46,80
Cestování a náhodné situace	21,27
Komunikace s přáteli	6,37
PC	9,09
Neuvedeno	9,09

Studenti jsou již z více než jedné třetiny profesně orientováni, nejsou však schopni identifikovat budoucí situace v nichž jazyk budou pravděpodobně používat. Nejčastěji uvádějí pouze fakt, že si uvědomují nutnost ovládnutí AJ pro zaměstnání obecně /46,8/ .

9. Konkrétní pracovní zkušenost zahrnující aplikaci AJ:

Pracovní zkušenost s AJ	respondentů
Ano	17,02
Ne	82,97

Při kladné odpovědi: Jaká složka komunikace vám činila potíže:

Identifikovaný problém	respondentů
Slovní zásoba	62,5
Interakce	50
Gram. Struktury	12,5
Neschopnost porozumět mluvenému slovu	12,5
Písemná komunikace	25
Socio-kulturní rozdíly	37,5
Jiné/telef. Komunik./	25

Osobní pracovní zkušenost spojenou s praktickým používáním AJ má pouze 17 respondentů, tito pak identifikují svoje nedostatky při komunikaci jako limitovanou slovní zásobu a neschopnost interaktivní komunikace.

## I. Současná role

10. Identifikace situace nejčastějšího současného používání AJ/mimo výuky/:

Identifikovaná situace	respondentů
Cestování a náhodné situace	55,31
Komunikace s. Přáteli	19,14
Sledování TV/satel.programů	23,40
Pracovní zkušenost	4,25
PC, internet	27,65

Přes výraznou profesní profilaci a preference převažuje u respondentů cílové skupiny B náhodné použití AJ spojené s cestováním /55/.

11. Identifikace vlastních jazykových nedostatků :

Identifikované jazykové nedostatky	respondentů
psaný projev	27,65
mluvený projev	46,80
porozumění psanému projevu	2,12
porozumění mluvenému projevu	42,55
Neuvedeno	14,89

Nejvýrazněji pocítují respondenti nedostatky v mluveném projevu /46,8%/, ale ihned následuje obtížnost porozumění mluvenému projevu /42,6%/.

12. Preference

a) studium obecné angličtiny /GE/

b) studium odborného jazyka /BE/

Preference	respondentů
General English	48,93
Business English	51,06
Neuvedeno	8,51

Preference respondentů skupiny B jsou velmi vyrovnané: 49 /GE/ a 51/BE/. Je velmi pravděpodobné, že je toto dáno i rovnoměrným rozdělením cílové skupiny na ty, kteří před příchodem na UPa nestudovali BE a ty, kteří se s BE na SŠ nesetkali/viz tab. 13/.

13. Studium "Business English" před příchodem na UPa:

Studium BE před příchodem na Upa	respondentů
Ano	40,42
Ne	59,57

Vzhledem ke zjištění vyplývajícího z tab. 3 /vysoký počet absolventů SŠ odborného zaměření/ vypovídají údaje tab.13 o tom, že v mnoha případech SŠ odborného zaměření neposkytla respondentům možnost jazykové odborné přípravy /viz disproporce mezi dvojnásobným počtem absolventů SŠ odborného ekonomického zaměření oproti absolventům gymnázií a vyrovnanou skupinou těch, kteří BE

studovali před příchodem na Upa a těch, kteří se s ní nesetkali. Absolventi odborných ekonomických směrů byli tak v jazykové výuce připraveni o výhodu rozšířené slovní zásoby, která do jisté míry pomáhá kompenzovat nedostatky v jiných oblastech komunikace.

### **Shrnutí:**

U nadpoloviční části skupiny B /63,8%/ se prodloužila doba studia AJ před příchodem na VŠ /8-9 let/ oproti skupině A /55% : 7-8 let studia/.

Na rozdíl od respondentů skupiny A je u skupiny B patrný odklon od studia více jazyků. Přestože vlivů je jistě více, jedním z nich je jistě fakt, že respondenti B absolvovali v 63,8 % SŠ odborného zaměření, kde jazyková výuka nebývá pilířem studijního programu.

Cíle respondentů skupiny B jsou jasněji identifikovány a respondenti si již zřetelně uvědomují svázanost výuky Business English s budoucím pracovním využitím, což je výrazně odlišuje od skupiny A.

Přestože jsou studenti skupiny B výrazněji profesně orientováni ve srovnání se svými kolegy ze skupiny A, nejsou naopak schopni posoudit svoje budoucí role. Zčásti to lze přičíst faktu, že byli dotazováni na samém počátku kursu, který svojí koncepcí napomáhá uvědomit si profesně různorodé situace, zčásti pak faktu, že věková hranice respondentů B / 85% ve věku 18 - 19 let/ je nižší než ve skupině A /79% ve věku 20 - 21 let/.

Obě skupiny používají v současné době shodně angličtinu nejvíce náhodně a při cestování a identifikují mluvený projev jako svůj největší nedostatek.

Rozdílné jsou preference BE /GE u cílových skupin. Skupina A jednoznačně preferuje GE, zatímco u skupiny B jsou preference vyrovnané. S velkou pravděpodobností lze toto přičíst 2 faktorům : a) Skupina A má za sebou zkušenost s výukou a doporučuje často buď zvýšení hodinové dotace nebo zařazení výuky BE až po standardizaci jazykového projevu v rovině GE

b) Skupina B má vysoké procento absolventů SŠ ekonomického zaměření a vyšší úroveň profesní orientace.

79% studentů skupiny A chce pokračovat ve studiu AJ i nadále, ale většina z nich by přivítala prodloužení výuky, či zvýšení počtu hodin.

Zjištěné závěry demonstrují užitečnost analýzy vzdělávacích potřeb, poskytují cenné informace pro zkvalitnění výukového procesu, poukazují na nejnaléhavější problémy terciárního jazykového vzdělávání a naznačují tak klíčové oblasti k řešení: motivace a autonomie, kooperace teoretického vzdělávání a praxe, posílení mezipředmětových a mezioborových vazeb. Vypracovaná a použitá metodika dotazníku se osvědčila, neboť systém kombinovaného dotazníku (se škálou i s prostorem pro vlastní komentář) lépe vyhovuje snaze o dosažení vyšší validity informací. Syntaktický přístup dotazníku umožnil zařazení kontrolních otázek a lepší podklad pro srovnávací analýzu. Uplatněný systém reflexe rolí současných i budoucích předpokládá již psychicky vyspělé respondenty. U některých respondentů nízká míra schopnosti identifikovat své role však vrací tuto stať opět k funkční gramotnosti, jež si pravděpodobně bude zasloužovat více naší pozornosti..

**Abstract:**

The paper deals with the needs analysis, its importance and benefits for foreign language competence. This category has been viewed as one of the aspects of functional literacy and considered an indicator of the total level of education in a particular society. A needs analysis being both a premise and a tool of an appropriate syllabus design deserves a systematic approach. As language teaching should focus on learner's needs (both current and future) a reflective syllabus design is a natural necessity. The paper drawing from the method of determining different roles of language users aspires to come up with a more complex way of assessing the learners' language needs. Obviously, the merit of such an approach rests not only upon inter-curricular cooperation but also upon closer collaboration of the spheres of theory and practice, i.e. the tertiary level of education and labour market requirements. To proof all these mutual relations the paper offers both a few basic statistical data highlighting the level of the Czech society compared to other European countries in terms of education and results of a language needs analysis carried among the Faculty of Economics and Administration students at Pardubice University.

Key words: functional literacy, inter-curricular relations, theory - practice cooperation, self - reflection, deductive reasoning, autonomous learning.