

Kielillä ja koodinvaihdolla kilpailukykyä?

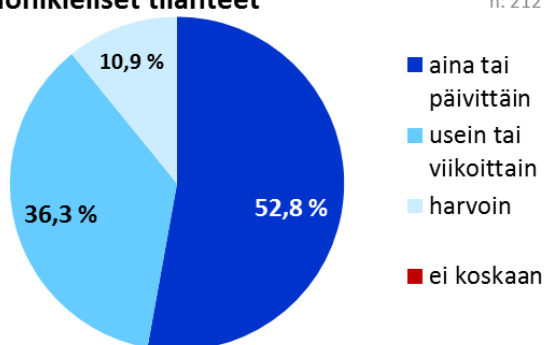
Joachim Schlabach & Hanna Ruska-Becker

Itämeren alue on kautta historian muodostanut monikielisen kulttuuri- ja talousalueen, jonka kansallisvaltioissa puhutaan äidinkielenä yli kahdeksaa eri kieltä. Kansainvälisesti toimivissa yrityksissä kieli- ja kulttuuriosaaminen linkittyy usein suoraan yrityksen tulokseen, menestymiseen ja kehittymiseen. Vaikka englannin kieli on lisännyt painoarvoaan kansainvälisen liiketoiminnan *lingua francana*, on Itämeren alueen valtakielten saksan, venäjän ja ruotsin osajien tarve suomalaisissa yrityksissä edelleen merkittävä. Elinkeinoelämän keskusliiton viimeisimmän yritysten kielitaitotarpeita kartoittavan kyselytutkimuksen (Kielitaito on kilpailuetu, 2014) mukaan käytetyimmät vieraat kielet EK:n jäsenyrityksissä olivat englannin jälkeen juuri tärkeiden kauppakumppaniemme kielet ruotsi, venäjä, saksa ja viro.

Erinomaiset kieli- ja viestintätaidot mainitaan usein kansainvälisessä liiketoiminnassa menestymisen edellytyksinä. Turun kauppakorkeakoulun alumneille suunnatussa kyselyssä selvitettiin, mitä konkreettisia valmiuksia näihin taitoihin sisältyy.

Kyselyn tulosten mukaan monikieliset viestintätilanteet ovat yrityksissä yleisiä. Monille on jokapäiväistä kahden tai useamman kielen käyttö samanaikaisesti. Monikielisiä tilanteita ovat esimerkiksi keskustelut suomeksi englanninkielisen sähköpostin sisällöstä tai ajatustenvaihto projektitiimissä ruotsinkielisen projektiesitelmän jälkeen englanniksi, saksaksi tai venäjäksi. Kahden tai useamman kielen käyttäminen samanaikaisesti on monille arkipäivää. Useimmat vastaajat kokevat päivittäin monikielisiä viestintätilanteita ja kaikki tunnistavat näitä vähintäänkin silloin tällöin (Kuva 1).

8 Monikieliset tilanteet



Kuva 1: Kuinka usein työssäsi on monikielisiä tilanteita?

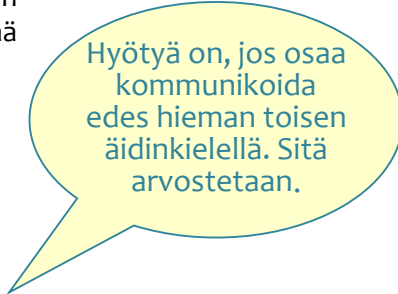
Vaikka yrityksellä olisi englanti virallisena kielenä, pelkästään sillä ei selvityksen mukaan pärjää kaikissa tilanteissa. Kansainvälisissä yrityksissä on aina tilanteita, joissa tieto välittyy parhaiten, tai ainoastaan, kohdealueen valtakielellä. Varsinkin yrityksen sisäiset viestintätilanteet, kuten palaverit ja keskustelut, ovat usein monikielisiä. Samoin henkilökohtaisten suhteiden ylläpitoon käytetään muita kieliä kuin englantia.

Koodinvaihto (code-switching) sitoo eri kielet yhteen

Vielä joitakin vuosia sitten kielten opetuksessa korostettiin opetettavan kielen ”puhdasta” käyttöä ja pyrittiin eroon muiden kielten vaikutuksesta. Nykyään ajatellaan toisin. Tiedetään, että aivot eivät käsittele kieliä irrallaan toisistaan. Tämän ansiosta muun muassa jokaisen uuden kielen opiskelu on edellistä helpompaa.

Ihmisten liikkuvuus ja monikulttuurisuuden kasvu lisäävät eri kielten osaamistarvetta. Nykyaikainen kielikoulutus korostaakin monikielisuuden hyötyjä. Useiden kielten opiskelu edistää paitsi yleisiä oppimistaitoja myös erityisiä kielenoppimisstrategioita.

Monikielinen kompetenssi tarkoittaa muutakin kuin usean kielen osaamista. Tehokas viestintä monikielisissä tilanteissa edellyttää sellaisten strategioiden hallintaa, joilla luodaan siltoja kielestä toiseen. Kielitieteilijät kutsuvat ilmiötä nimellä code-switching, koodinvaihto, josta on pikkuhiljaa tullut salonkikelpoinen kielenkäytön strategia. Esimerkiksi erään kyselyyn vastanneen mukaan ”On helpompaa ja tehokkaampaa käyttää koodinvaihtoa kuin hidastaa keskustelua etsimällä oikeaa termiä pääasiallisella kielellä, kun kummatkin osapuolet ymmärtävät myös muunkielisen termin.”



Hyötyä on, jos osaa kommunikoida edes hieman toisen äidinkielellä. Sitä arvostetaan.

Uusia monikielisiä kursseja

Turun kauppakorkeakoulussa kielitaitovaatimusten muutokseen on reagoitu kehittämällä opintojaksoja, joissa tavoitteena on monikieli sen kompetenssin luominen ja vahvistaminen. Opiskelijat harjoittelevat esimerkiksi monikielisten esitysten pitämistä. Strategiana voi olla eri kielen käyttäminen esityksen kirjallisessa ja suullisessa tuotoksessa. Keskeistä on avoin asenne kaikkea kielitaitoa kohtaan ja rohkeus poistua omalta mukavuusalueelta. Kuten eräs alumni toteaa: ”Rohkeus. Suomalaiset pelkäävät liikaa virheiden tekemistä vieraita kieliä puhuessaan. Kansainvälisessä liikeviestinnässä tärkeintä ei ole virheetön adjektiivin taivutus, vaan sujuva ja ymmärrettävä kommunikaatio.”

Joachim Schlabach

Hanna Ruska-Becker

Kirjoittajat ovat saksan kielen ja liikeviestinnän lehtoreita Turun yliopiston kauppakorkeakoulussa

[Pluriling-projekti](#)

Aiemmin sarjassa julkaistut kirjoitukset löydät [täältä](#).