

Jolanta Wilk-Janik

Język biznesu: jego cechy i ich implikacje dla glottodydaktyki

Przedmiotem niniejszego artykułu jest określenie cech języka biznesu, omówienie zagadnienia strategii i technik stosowanych przy przyswajaniu języka biznesu jako języka obcego, wskazanie miejsca języka biznesu wśród języków zawodowych i w procesie dydaktycznym. W ostatniej części podjęta będzie próba określenia implikacji glottodydaktycznych, celów i zadań w nauczaniu języka zawodowego.

1. Języki zawodowe

Ogromna rola, jaką odgrywa społeczność w kształtowaniu się języka, sprawia, że każdej grupie społecznej odpowiada zespół cech językowych. Tak jak dialekty odpowiadają pewnym grupom terytorialnym, tak języki zawodowe odpowiadają grupom zawodowym, środowiskom naukowym itp. (Milewski, 1947). Języki zawodowe określane wymiennie są językami pracy, specjalistycznymi, specjalizacyjnymi czy też ergolektami (Pickett, 1989). Wskazują one na istnienie niezależnej formy języka charakterystycznej dla niektórych grup zawodowych i są połączeniem kolokwialnej fonetyki, fleksji, składni i fundamentalnego słownictwa z wyspecjalizowanym systemem leksykalno-semantycznym. Przykładem języka zawodowego jest między innymi, omawiany tutaj, język biznesu.

1.1. Cechy języka zawodowego

Język zawodowy jest definiowany jako część naturalnego systemu językowego. Zawiera on istniejące w języku ogólnym elementy językowe oraz pewną dodatkową liczbę symboli i reguł, które w kombinacji ze sobą wydatnie zwiększają możliwości porozumiewania się. Podkreślić należy, że język specjalistyczny w nieco inny sposób niż język ogólny posługuje się elementami morfologicznymi, syntaktycznymi i leksykalnymi. Tak więc przez język specjalistyczny rozumieć należy nie tylko samą terminologię, czyli słownictwo, lecz należy przypisać mu pewne autonomiczne cechy strukturalne (Całus, 1985).

Odrębność języka specjalistycznego w podsystemie leksykalnym i syntaktycznym można scharakteryzować w następujący sposób:

1. dokładność i terminologiczność — ogromna liczba rzeczowników stanowiących precyzyjne, fachowe terminy i wyrażenia,
2. jednoznaczność i jednomianowość — jednoznaczność nazewnictwa i definiowania obiektów, duża liczba złożzeń (uwidoczniona ekonomiczność języka specjalistycznego),
3. systematyczność — w języku specjalistycznym wyraża się ona pewną logiczną hierarchią pojęć, terminów, definicji oraz strukturą budowy tekstów. Można wskazać w tym przypadku na nazewnictwo oparte na językach klasycznych, to jest grece i łacinie. Zauważalne także jest nasycenie tekstów słowami obcymi, na przykład zapożyczenia, internacjonalizmy ułatwiające porozumiewanie się,
4. operatywność — język specjalistyczny wykorzystuje możliwości systemu morfologicznego, syntaktycznego i leksykalnego języka. Stosuje się wybrane metody słowotwórcze do budowy nazw, materiałów itp. Występują pewne grupy rzeczowników lub przymiotników złożonych i derywantów. Syntaktyczna struktura daje językowi specjalistycznemu wiele możliwości budowy określonych modeli zdań i zwrotów, na przykład czasowniki modalne, strona bierna itp. Operatywność języka specjalistycznego widoczna jest również w posługiwaniu się międzynarodowymi symbolami, znakami itp (Całus, 1985).

Stosując kryterium celu, języki specjalistyczne można podzielić na trzy rodzaje, jak to pokazano na rysunku 1 (Johns, 1990).

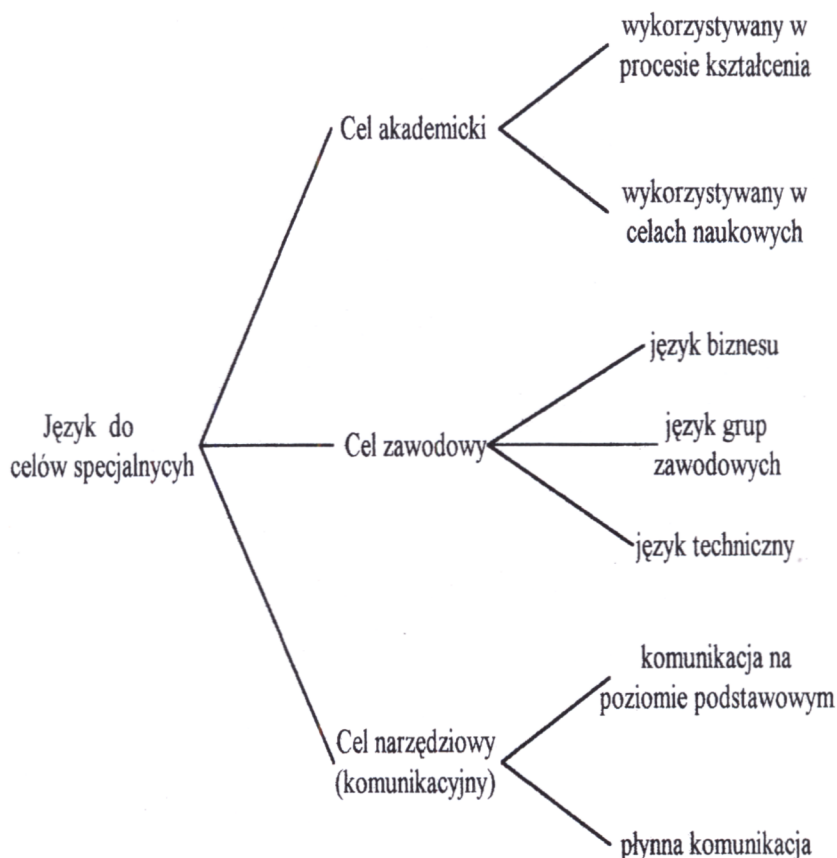
Na rysunku 1 umieszczono język biznesu wśród języków zawodowych, nie należy jednak zapominać, że prezentowany podział ma charakter sztuczny. Rozważając przykładowy język do celów specjalnych, trudno jest go jednoznacznie zakwalifikować do danej grupy, gdyż faktyczne granice między poszczególnymi grupami są rozmyte. Język biznesu umieszczono w grupie języków zawodowych, aby podkreślić jego nadrzędną funkcję. Można wskazać przykłady zastosowania języka biznesu do dwóch pozostałych celów: język biznesu wykorzystywany przez studentów kierunków ekonomicznych; negocjacje w biznesie.

W przeciwieństwie do języka ojczystego, który przyswajany jest w sposób nieświadomy, język zawodowy jest przedmiotem procesu dydaktycznego. Można tutaj zauważyć dwa aspekty nauczania tego ergolektu. Pierwszy z nich to nauczanie języka zawodowego na podbudowie języka ojczystego, a drugi to nauczanie języka zawodowego jako języka obcego. Oczywisty jest fakt, że istnieją podobieństwa pomiędzy językiem zawodowym ojczystym a językiem zawodowym obcym:

1. operują one na poziomie leksyki, a nie występują na poziomie gramatyki, tj. zawierają wyspecjalizowany system leksykalno-semantyczny;
2. są łącznikami pomiędzy szczegółami zawodowymi a językiem ogólnym;
3. nie są one wykorzystane **jedynie** do porozumiewania się w sprawach profesjonalnych, ale również do komunikacji interpersonalnej w określonym środowisku (Pickett, 1989).

1.2. Angielski biznesu jako obcy język zawodowy

Nawiązując do powyższej charakterystyki języka zawodowego, spróbujmy określić cechy języka biznesu, ale już jako języka obcego. Pomocnym tutaj będzie odwołanie się do autentycznych i typowych dla biznesu zwrotów i wyrażen. Analiza obejmie kolejno



Rys.1. Systematyzacja języka do celów specjalnych.

- dokładność i terminologiczność, czyli rzeczowniki stanowiące terminy i wyrażenia fachowe:
 - management board — zarząd przedsiębiorstwa
 - promissory note — skrypt dłużny
 - Stock exchange — giełda papierów wartościowych
 - redundancy — redukcja zatrudnienia
- jednoznaczność i jednomianowość, czyli jednoznaczność nazewnictwa i definiowania obiektów:
 - charter — statut spółki
 - share — akcja (papier wartościowy, udział)
 - form of proxy — formularz pełnomocnictwa
 - remedy — środki ochrony prawnej
 - quotation — oferta
 - commodity — towar
- systematyczność, czyli logiczna hierarchia pojęć, terminów struktury budowy tekstów, nazewnictwo oparte na językach klasycznych:

- share — udział
 shareholder — udziałowiec, właściciel akcji połączenie share i hold
 shareholders' meeting — zebranie udziałowców
 annual — roczny (*tac.*)
 panacea — środek uniwersalny (*tac.*)
 pro rata — proporcjonalnie (*tac.*)
- operatywność, czyli wykorzystanie możliwości systemu morfologicznego, syntaktycznego i leksykalnego, liczne metody słowotwórcze, derywanty, symbole skróty:
- DDP (delivered duty paid) — dostarczone, cło opłacone
 CIF (cost, insurance, freight) — koszt, ubezpieczenie, fracht
 Chairman of the Management Board — Prezes Zarządu
 shareholder — akcjonariusz.

Powyższa, choć pobieżna analiza przykładów pozwala stwierdzić, że język biznesu pasuje do przedstawionej wcześniej charakterystyki języka zawodowego. Język biznesu łączy funkcje języka zawodowego, jak i języka wykorzystywanego do komunikacji.

2. Nauczanie języka zawodowego: cele i zadania

Rosnąca liczba osób wykorzystujących języki obce w pracy zawodowej zwraca uwagę na konieczność nauczania tej odmiany języka. Celem nauczania języków obcych jest wyrobienie w uczących się sprawności produktywnych i receptywnych, to jest czytania, słuchania, mówienia i pisanie (Ellis, 1994). W zależności od konkretnych potrzeb uczącego się można ustalić szczegółowe cele nauczania, na przykład opanowanie sprawności pisanie w związku z prowadzeniem korespondencji.

Zadaniem dla nauczania języka specjalistycznego jest oddziaływanie na sferę recepcji i produkcji, to jest przekazywania informacji za pomocą

- **tekstów pisanych** — informacja odbierana jest przez kontakt wzrokowy
- **tekstów mówionych** — informacja odbierana jest przez kontakt słuchowy.

Te sposoby przekazywania informacji są ze sobą powiązane i narzucają następujące zadania w przyswajaniu tekstu specjalistycznego:

1. **opanowanie sprawności czytania** (w miarę potrzeb — pisanie)
2. **pracę nad słownictwem.** (Gajda, 1981)

Kolejnym zadaniem w dydaktyce języka specjalistycznego jest właściwe kierowanie uczącym się; określenie jego roli, zachęcanie go i motywowanie do samokształcenia. Istnieje związek między jego motywacją i oczekiwaniami a tym, co sam wnosi w swój proces dydaktyczny oraz jakie osiąga wyniki. Jego potrzeby i zainteresowania powinny współgrać z zakresem materiału dydaktycznego.

2.1. Strategie i techniki przyswajania języka ogólnego

Z punktu widzenia glottodydaktyki, istotny jest sposób, w jaki język biznesu przyswajany jest przez uczących się. Jakie procesy wewnętrzne, jakie techniki i strategie przyswajania tego rodzaju języka towarzyszą uczącym się oraz czy procesy te są podobne do zachodzących w przypadku akwizycji języka ogólnego, czy też specyficzne tylko dla akwizycji języka biznesu.

Procesami wewnętrznymi charakterystycznymi dla uczących się języka obcego są transfer językowy, fosalizacja, unikanie, stosowanie strategii komunikacyjnych oraz technik i strategii uczenia się (Ellis, 1994).

Każdy uczący się posiada dwa rodzaje wiedzy: deklaratywną i proceduralną. Wiedza deklaratywna obejmuje to, co już wiemy np. o świecie lub gramatyce danego języka. Wiedza proceduralna to zdolność posługiwania się tym, co już wiemy, a więc wiedzą deklaratywną. Uczący się odwołują się do różnego rodzaju strategii, czyli do specyficznych zachowań potrzebnych do przyswojenia języka, aby jak najefektywniej wykorzystać wiedzę deklaratywną. Zaprezentujemy teraz, proponowane przez O'Malley'a i Chamot (1990:46), rodzaje strategii (w tym techniki) wykorzystywane do uczenia się języka ogólnego. Autorzy dzielą strategię uczenia się na trzy kategorie uzależnione od poziomu i typu zaawansowanych procesów poznawczych:

I. Strategie metakognitywne — stosowane w sprawnościach recepcyjnych (słuchanie i czytanie) oraz produkcyjnych (pisanie i mówienie) złożone są z następujących elementów:

1. UWAGA WYBIÓRCZA — uczący koncentruje się na tych aspektach języka, które są dla niego najważniejsze, na przykład słuchanie w określonym celu.
2. PLANOWANIE — organizacja wypowiedzi pisemnej i ustnej.
3. MONITOROWANIE — koncentracja na określonym zadaniu lub informacji, która ma być zapamiętana.
4. OCENIANIE — sprawdzanie zrozumienia przez ucznia oraz ocenianie własnej wypowiedzi (produkcji) językowej.

II. Strategie kognitywne — występują, kiedy uczący się wykorzystuje posiadaną wiedzę. Charakterystyczne tutaj są następujące elementy:

1. ĆWICZENIE — powtarzanie w celu zapamiętania.
2. ORGANIZOWANIE — grupowanie i klasyfikowanie słów, terminologii czy pojęć zgodnie z ich syntaktycznymi czy semantycznymi własnościami.
3. WNIOSKOWANIE — używanie informacji z tekstu w celu odgadnięcia znaczenia nowego zjawiska w języku, przewidywanie rezultatów.
4. STRESZCZANIE — synteza informacji w celu upewnienia się, że została ona przyswojona.
5. DEDUKCJA — stosowanie reguł do zrozumienia języka.
6. STOSOWANIE WYOBRAŹNI — zapamiętywanie słów (wizualne).
7. TRANSFER JĘZYKOWY — wykorzystanie znanych zasad języka w celu lepszego przyswojenia sobie nowych kwestii.
8. DOKŁADNE PRZETWARZANIE — łączenie pojęć z nową informacją lub łączenie nowych pojęć z informacją znaną.

III. Strategie społeczno-emocjonalne — reprezentują szeroką grupę strategii, w których kontroluje się interakcję z inną osobą lub własne odczucia na temat procesu kształcenia. W ich skład wchodzi następujące elementy:

1. WSPÓŁPRACA — uczeń współpracuje z rówieśnikami, rozwiązując problemy językowe, sprawdzając notatki.
2. WYJAŚNIANIE — uczeń pyta nauczyciela lub rówieśnika o dodatkowe wyjaśnienia, przykłady.
3. ROZMAWIANIE Z SAMYM SOBĄ — przekonywanie lub upewnianie samego siebie, że zadanie językowe będzie wykonane poprawnie lub też obniżanie niepokoju towarzyszącego wypowiedziom w języku obcym.

Innym, również istotnym wydaje się charakterystyka technik pozwalających przyswajać słownictwo. Wyróżnia się następujące kategorie:

- **zapisywanie nowych słów i ich wizualizacja** — uczący się zapisują słowa, nadając im różne barwy, przyczepiają je w widocznych miejscach: przyciągają one uwagę, dzięki czemu łatwiej i szybciej są zapamiętywane;
- **asocjacje** — wielu uczących się tworzy różnorodne, indywidualne skojarzenia nowych słów ze słownictwem już przyswojonym lub też z wyrazami zaczerpniętymi z języka ojczystego;
- **kontekstualizacja** — polega na odgadywaniu znaczenia nowego wyrazu w kontekście lub sprawdzaniu jego znaczenia, budowaniu z nim zdania, zapisywania i pozostawiania w widocznym miejscu w celu zapamiętania;
- **powtarzanie** — polega w dużej mierze na połączeniu trzech poprzednich technik: zapisane słowa są wielokrotnie powtarzane przez uczących się i ostatecznie zapamiętywane. Ten rodzaj przyswajania słownictwa powszechnie stosowany (Oxford, 1990).

2.2. Strategie i techniki przyswajania języka biznesu

W celu znalezienia podobieństw i różnic pomiędzy wykorzystaniem strategii w uczeniu się języka dla celów profesjonalnych a uczeniu się języka ogólnego, przeprowadzono badanie dotyczące technik uczenia się języka biznesu. Techniki, będące komponentami strategii, różnią się od nich tym, że koncentrują się na poszczególnych aspektach uczenia się języka, tj. przyswajaniu dźwięku, gramatyce, słownictwie, rozumieniu ze słuchu, mówieniu, czytaniu, pisaniu. W badaniach na temat zastosowania technik przy uczeniu się języka ogólnego uczący się największą uwagę poświęcali technikom pomagającym przyswajać słownictwo (Naiman et al. 1978).

Dla porównania wykorzystania technik uczenia się w dwóch podejściach do języka, poproszono studentów kierunku marketing i zarządzanie Wyższej Szkoły Zarządzania w Częstochowie o wypełnienie poniższej ankiety. Stwierdzenia wykorzystane w ankiecie zaadaptowano z Naimana et. al. 1978.

Badaną populację stanowiła 45 osobowa grupa studentów, którzy ukończyli kurs języka angielskiego na poziomie średnio-zaawansowanym, a rozpoczynali naukę języka biznesu. Ankieta złożona jest z 23 zamieszczonych poniżej stwierdzeń, obok których umieszczono procentowy wskaźnik obrazujący, jaka część przebadanej populacji utożsamia się z danym stwierdzeniem.

Analizując wyniki powyższej ankiety, można zauważyć, że uczący się języka biznesu największą uwagę poświęcają technikom pomagającym przyswajać słownictwo. Zaznaczane najczęściej stwierdzenia i ich częstotliwość występowania to:

5 — 93.3 % — *robię listy słów*: stosowana technika zapisywania;

6 — 88.8 %, 8 — 97.7 %, 9 — 100 %, 18 — 86.6 % — *uczę się biznesowych słów w kontekście, etc*: stosowana technika kontekstualizacji;

7 — 91.1 %, 19 — 80 % — *uczę się słów na zasadzie skojarzeń, etc*: stosowana technika asocjacji;

Techniki wykorzystywane do przeprowadzania konwersacji okazały się również popularne, są to stwierdzenia: 12 — 66.6 %; 13 — 46.6 %; 14 — 91.1 %.

Ankieta

Jakie techniki w uczeniu się **języka biznesu** są przez Pana /Panią stosowane. Proszę je wskazać. Proszę odpowiadać szczerze. DZIĘKUJĘ.

Podczas przyswajania języka biznesu:

1	powtarzam za nauczycielem głośno nowe słowa:	31.0 %
2	zatrzymuję taśmę z nagraniem, aby powtórzyć nowe słowa;	57.7 %
3	słucham bardzo uważnie brzmienia nowego słownictwa	100.0 %
4	odgrywam scenki	8.8 %
5	robię listy słów, a następnie zapamiętuję je	93.3 %
6	uczę się biznesowych słów w kontekście	88.8 %
7	uczę się słów na zasadzie kojarzeń	91.1 %
8	używam nowe słowa w zwrotach	97.7 %
9	używam słownika, jeśli to konieczne	100.0 %
10	prowadzę swój własny słowniczek	35.5 %
11	słucham programów zawierających słownictwo biznesowe	42.2 %
12	nie boję się popełniać błędów w mówieniu	66.6 %
13	nie boję się zawierać znajomości z angielskimi biznesmenami	46.6 %
14	proszę o poprawę, jeśli powiedziałbym coś niewłaściwie	91.1 %
15	zapamiętuję dialogi	26.6 %
16	koresponduję z różnymi zagranicznymi firmami	8.8 %
17	czytam prasę dotyczącą biznesu	40.0 %
18	często odgaduję znaczenie słów, opierając się na kontekście	86.6 %
19	szukam polskich słów, które są podobne do nowych angielskich	80.0 %
20	kiedy podczas rozmowy brakuje mi słów, używam gestów	53.3 %
21	robię własne streszczenia na temat tego, co przeczytałem	28.8 %
22	staram się czytać bez sprawdzania każdego nieznanego słowa	82.2 %
23	kiedy słyszę nowe słowo, kojarzę jego brzmienie z tym, co ono wyobraża	73.3 %

Badani wykazali mniejsze zainteresowanie pozostałymi technikami polepszającymi inne umiejętności językowe, takie jak czytanie, pisanie, słuchanie. Można stąd wnioskować, że najważniejszą dla nich rzeczą jest akwizycja słownictwa oraz umiejętność praktycznego wykorzystania go. Porównując wyniki przeprowadzonej ankiety z wnioskami uzyskanymi przez Naimana (1978), można stwierdzić, że występuje znaczne podobieństwo w ilościowym i jakościowym stosowaniu technik przy uczeniu się ogólnego języka obcego, jak i języka obcego dla celów profesjonalnych.

Spojrzenie na strategię uczenia się poprzez stosowane techniki pozwala dostrzec fakt, że badani stosują wszystkie omówione wcześniej strategie: metakognitywne, kognitywne oraz społeczno-emocjonalne.

Jednakże, w stosowaniu strategii pojawia się „hierarchia ważności”, to znaczy, uczący się częściej niż w przypadku uczenia się języka ogólnego stosują strategię kog-

nitywne: wykorzystują wiedzę, którą już posiadają. Zjawisko to ma swoje uzasadnienie, mianowicie uczenie się języka zawodowego, a więc w dużej mierze leksyki, oparte jest na języku ogólnym, którego zasady funkcjonowania są znane uczącemu się.

3. Implikacje dla glottodydaktyki

Z powyższej analizy języka specjalistycznego (na przykładzie języka biznesu) wynika, że nauczanie tej odmiany języka powinno koncentrować się na:

1. rozwijaniu umiejętności pracy nad leksyką;
2. doskonaleniu ćwiczeń rozszerzających podstawowe, jak i specjalistyczne minimum leksykalne;
3. opracowaniu modeli i zjawisk słowotwórczych;
4. doskonaleniu umiejętności rozumienia tekstów czytanych, mówionych, pisanych i słyszanych poprzez wykorzystanie słownictwa specjalistycznego. Dobrym przykładem jest translacja w obie strony — z języka obcego na ojczysty i z języka ojczystego na obcy jako efektywna forma nauczania korespondencji handlowej zawierającej standardowe zwroty;
5. wprowadzaniu elementów realioznawczych i kulturowych dla lepszego zrozumienia środowiska języków zawodowych;

Dokładne sprecyzowanie zadań i celów dydaktyki języka specjalistycznego oraz ich konsekwentna realizacja pozwoli uczącym się rozwijać ich sprawności językowe tak, aby komunikacja przebiegała w sposób zrozumiały i zawodowo poprawny.

Bibliografia

- Całus, E. *Wybrane aspekty nauczania języka specjalistycznego* [w:] Prace Naukowe SPNJO Politechniki Wrocławskiej Nr 20, Wrocław 1985.
- Ellis, R. 1994. *The study of Second Language Acquisition*. Oxford: Oxford University Press.
- Gajda, S. *Miejsce języka naukowego wśród odmian współczesnego języka polskiego* [w:] Prace Naukowe SPNJO Politechniki Wrocławskiej Nr 15, Wrocław 1981.
- Johns, A. M. 1990. *ESP in the USA: State of the Art*. [w:] Robinson, P. *ESP Today: A Practitioner's Guide*. Nowy Jork: Prentice Hall 1991.
- Milewski, T. 1947. *Język a społeczeństwo*. Lublin: Towarzystwo Naukowe K.U.L.
- Naiman, N., M. Frohlich, H. H. Stern, A. Todesco. 1978. *The Good Language Learner*. Ontario: Ontario Institute for Studies in Education.
- O'Malley, J. and A. U. Chamot. 1990. *Learning Strategies in Second Language Acquisition*. New York: Cambridge University Press.
- Oxford, R. 1990. *Language Learning Strategies. What Every Teacher Should Know*. New York. New House Publishers.
- Pickett, D. 1989. The Sleeping Giant.: *Language International*, vol. 1, pp. 5 – 11 [w:] Robinson, P. 1991. *ESP Today: A Practitioner's Guide*.