

## O KOMUNIKACJI BIZNESOWEJ NA ZAJĘCIACH JĘZYKOWYCH

**Streszczenie:** Obecnie nauczanie języka biznesu odgrywa ważną rolę ze względu na rosnące zainteresowanie tą dziedziną komunikacji specjalistycznej wśród uczących się języków obcych. W procesie nauki języka biznesu dużą wagę przywiązujemy do aspektów poznawczych i psychologicznych, bez których trudno byłoby uzyskać pożądane efekty.

Warsztaty prowadzone metodą „sześciu kapeluszy” uznawane są za wartościową technikę pedagogiczną w nauczaniu języka biznesowego. Zapewniają one osobom studiującym praktyczne możliwości zastosowania swoich umiejętności językowych w rzeczywistych scenariuszach biznesowych. Ćwiczenia z odgrywaniem ról, studia przypadków i interaktywne zajęcia grupowe umożliwiają osobom studiującym ćwiczenie umiejętności negocjacji, rozwiązywania problemów i podejmowania decyzji. Ponadto warsztaty zwiększają świadomość kulturową osób studiujących i ich zdolności adaptacyjne w różnych kontekstach biznesowych, promując tym samym skuteczną komunikację międzykulturową.

**Słowa kluczowe:** biznes, komunikacja, dydaktyka, psychologia języka

### THE ROLE OF LANGUAGE CLASSES IN DEVELOPING EFFECTIVE BUSINESS COMMUNICATION

**Abstract:** Business language teaching is playing an important role nowadays, due to the growing interest in this area of specialized communication among language learners. In the process of learning business language, we attach a great importance to the cognitive and psychological aspects, without which it would be difficult to obtain the desired effects.

Practical workshops are identified as a valuable pedagogical approach in teaching business language. These workshops provide students with hands-on opportunities to apply their language skills in real-life business scenarios. Role-playing exercises, case studies, and interactive group activities enable students to practice negotiation, problem-solving, and decision-making skills. Additionally, workshops enhance student' cultural awareness and adaptability in diverse business contexts, promoting effective cross-cultural communication.

**Keywords:** business, communication, didactics, psychology of language

O znaczeniu słów Andrzeja Markowskiego, który mawiał, że „Język to najlepszy, najbardziej wyrafinowany, ale bywa, że i perfidny pośrednik w kontaktach międzyludzkich – od tych ściśle intymnych, poprzez codzienne, prywatne i oficjalne, do szczególnie wysublimowanych – w utworach literackich” (Markowski, 2015: 10), dowiadujemy się nieustannie, a zajęcia praktycznej nauki języka są ku temu stosowną okazją. Na zajęciach z języka rosyjskiego zarówno zajmujemy się najbardziej wyrafinowaną stroną możliwości komunikacyjnych, jak i zgłębiaamy meandry skutecznej komunikacji biznesowej, bez której trudno sobie wyobrazić współczesną dydaktykę językową. Warto zaznaczyć, że bariery w komunikacji interpersonalnej, z którymi mierzą się osoby studiujące, nader często obfitują w liczne podziały i przeszkody na drodze do porozumienia.

W dydaktyce języka biznesu skupiamy się na wielu aspektach różnorodnej komunikacji, zwłaszcza na różnicach w kulturze biznesu, odmiennych sposobach postrzegania rzeczywistości, niekonsekwencji w komunikacji słownej i tej niewerbalnej oraz na ogromnej ilości informacji i naszych emocjonalnych reakcjach na nie, które zależą od naszych psychologicznych uwarunkowań. A te ostatnie szczególnie często decydują o powodzeniu naszych inicjatyw komunikacyjnych.

## Jak przewycięzać bariery?

Warto w tym miejscu przywołać klasyfikację Thomasa Gordona (Gordon, 2001: 75) ujmującą kategorie błędów komunikacyjnych. Na tej podstawie możemy dokonać selekcji działań językowych, mających na celu kształtowanie nie tylko właściwej postawy językowej, ale także pracę nad aspektami *stricte* psychologicznymi, w tym stawianie diagnoz, odwracanie uwagi czy logiczne argumentowanie. Zajęcia praktycznej nauki języka są bowiem dobrą okazją do doskonalenia swoich umiejętności w obszarze komunikacji specjalistycznej, ale pozwalają też nabrać dystansu do siebie i jednocześnie wyczulić każdą ze stron na emocje i reakcje uczestników interakcji. Inny godnym odnotowania i wdrożenia na zajęciach językowych jest podział proponowany przez Gabriela Łasińskiego (Łasiński, 2000: 17–24), określający bariery w komunikacji. Jego zdaniem na plan pierwszy wysuwają się kwestie semantyczne, związane ze zniekształceniem informacji, tempem jej przekazu, niezrozumieniem tematyki lub języka. Należy zauważyć, że równie ważnym, i często decydującym o powodzeniu przedsięwzięcia, aspektem praktycznej komunikacji biznesowej są kwestie psychologiczne, a także fizyczne i uwarunkowania środowiskowe. W trakcie naszych zajęć osoba studiująca zdobywa wiele umiejętności, w tym takie, które docelowo pozwolą jej wyzbyć się większości uprzedzeń do swojego rozmówcy, pomogą jej zwalczyć doskwierającą nieśmiałość lub zbyt duże zaangażowanie emocjonalne w relację, wzbudzą zainteresowanie prezentowanym problemem bez względu na prywatne preferencje uczestników, a jednocześnie będą wymagały od niej unikania maniery lekceważenia swoich słuchaczy, dbania o pełną koncentrację w procesie

komunikacji i wystrzegania się monotonii w swojej wypowiedzi. Zajęcia językowe z komunikacji biznesowej to również radzenie sobie z fizycznymi, środowiskowymi przeciwnościami, w tym zbyt dużą liczbą uczestników dyskusji czy złą aranżacją pomieszczeń, presją czasu czy awarią systemów teleinformatycznych, które na co dzień towarzyszą naszej pracy.

Należy pamiętać, że bariery w komunikacji biznesowej bardzo często mają podłoże różnic temperamentów czy też, jak twierdzi Janina Stankiewicz, nieumiejętności słuchania (Stankiewicz, 1999: 19); nader często obserwujemy tę tendencję wśród dziennikarzy czy polityków. Problemy wewnętrzne wymagają od naszych osób studiujących samodyscypliny i zaangażowania w proces przyswajania języka obcego przez próby dostosowania formy tego języka do rozmówcy.

## Kompetencje językowe i komunikacyjne

Nawet najlepsza znajomość języka obcego nie zwalnia nas z obowiązku przygotowania merytorycznego do rozmowy, bez względu na jej charakter. Oficjalne spotkania, negocjacje to okazje do tego, aby popisać się swoją kompetencją lub sytuacje ukazujące jej niedostatek. Nasza naturalność jest objawem spontaniczności, podczas gdy brak kompetencji wynika z nieprzygotowania. Zdarza się, iż przez lekceważenie swoich rozmówców niweczymy skrupulatnie budowane relacje biznesowe. Często nauczeni brakiem kultury politycznej próbujemy ją powiełać w świecie biznesu, rujnując długo zdobywane kontakty. Na naszych zajęciach uczymy słuchania, właściwej interpretacji, wyciągania wniosków. To podstawowe elementy świadczące o naszym szacunku do partnera biznesowego i dowód klasy nas samych. Niekiedy paraliżujący strach niweczy nasze plany, a zajęcia językowe to również platforma do praktycznego testowania podobnych zachowań. Ważne, aby dołożyć wszelkich starań, by stres stał się naszym sprzymierzeńcem i pozwolił nawiązać nić porozumienia w procesie negocjacyjnym.

W opinii praktyków utrzymanie właściwej koncentracji bywa wyzwaniem, a chcąc wystąpić z prezentacją, wygłosić referat, wziąć udział w negocjacjach biznesowych czy spotkaniach o charakterze doradczym, właśnie o niej należy pamiętać (Nęcki, 2000: 215–219). Warto podkreślić, że zarówno nadawca, jak i odbiorca komunikacji biznesowej są równorzędnymi podmiotami. Wszelkie próby sugerowania jakichkolwiek zachowań mogą być uznane za nietakt i nie mają związku z przedmiotem podejmowanej przez nas działalności. Uczymy zatem osoby studiujące samodyscypliny językowej, która okazuje się szczególnie pożądana w praktyce korporacyjnej, dbałości o czystość językową i unikania zbytniego pośpiechu w przekazywaniu tego, na czym nam zależy. Zbyt często zdarza się nam zapominać, że w tej interakcji obecny jest inny człowiek, ze wszystkimi możliwymi ułomnościami. Posługując się zakodowanym językiem specjalistycznym, chcemy, aby nasz interlokutor dostrzegł wszelkie niuanse naszego komunikatu i właściwie je rozkodował. Co i jak mówimy, to podstawa sukcesu

każdej komunikacji, środowisko biznesu oferuje wiele możliwości, ale również wymaga od nas zadbania nie tylko o warstwę merytoryczną, ale także o empatię poznawczą.

Jak słusznie zauważył Zbigniew Nęcki, stwierdzenie odmiennosci opinii niepotrzebnie wywołuje napięcie i pretensje. Różnica przekonań ma wiele korzystnych stron: wzbogaca obraz sprawy, ujawnia nowe możliwości, mobilizuje do większego wysiłku dla osiągnięcia porozumienia (Nęcki, 2008). Na zajęciach praktycznej nauki języka obcego taka postawa nie tylko wzbogaca nasz tezaurus, ale przede wszystkim buduje naszą otwartość, pozwala kontrolować emocje, uczy konstruktywnego argumentowania i uczestnictwa w dyskusji. Te umiejętności są niezwykle cenne na rynku pracy, docenione przez pracodawców gwarantują nam pomyślność zawodową w wielu obszarach. Idąc tym tokiem rozumowania, warto podkreślić, że częstym zjawiskiem na zajęciach bywa zatem zamiana ról nadawcy i odbiorcy. Uczenie osób studiujących przyjmowania punktu widzenia ich rozmówcy, patrzenia na sprawy jego oczami oraz wyrażania niezgody w sposób subtelny to umiejętności krytyczne. W mojej ocenie uczenie języka obcego ma wiele wspólnego z negocjacjami, bowiem każda z tych czynności wymaga bycia czynnym słuchaczem. Warsztaty językowe służą aktywnemu śledzeniu toku wypowiedzi adwersarzy, zadawaniu pytań w celu wyjaśnienia momentów niezrozumiałych, a także ujawnianiu swoich odczuć i refleksji. Słuchaniu musi również towarzyszyć obserwacja. Adeptci biznesu zwracają uwagę na zachowania niewerbalne swoich rozmówców, język ciała uzupełnia właściwy komunikat. Z tego też powodu sztuka oratorska jest jednym z istotnych elementów zajęć językowych. Retoryka, dykcja to umiejętności, dzięki którym nasze osoby studiujące wyposażone zostaną w solidny bagaż wiedzy i sprawności. Każda z tych osób, bez względu na wybrany profil kształcenia, wykorzysta te umiejętności w swojej karierze zawodowej. Nie ulega wątpliwości, że umiejętność przekonywania i budowania wiarygodności może mieć kluczowe znaczenie dla osiągnięcia sukcesu w biznesie. Połączenie zajęć językowych z doskonaleniem sztuki oratorskiej zagwarantuje w przyszłości powodzenie w różnych profesjach, od dydaktyków poprzez dziennikarzy i prawników aż po polityków.

## Osobowości językowe

Warto w tym miejscu zauważyć, że w zajęciach językowych na studiach wyższych uczestniczą różne osobowości uczących się. Wśród najczęstszych typów wyróżniają się wyrobnicy, ekshibicjoniści, fantaści, beztrosecy oraz myśliciele. Podążając za klasyfikacją Andrzeja Voellnagela (Voellnagel, 1985: 72), warto zauważyć, że wyrobnicy mozolnie przykładają się do zgłębiania meandrów języka specjalistycznego, znają bowiem swoje niedociągnięcia, dlatego weryfikują wszelkie informacje w literaturze przedmiotu. Należy jednak odnotować, że bez

wąskiej specjalizacji takowa osoba studiująca nie może nadrobić braków w wykształceniu technicznym.

## Język w biznesie i życiu

Komunikacja biznesowa wymaga sprawności w obszarze marketingu, w szczególności internetowego, prawa gospodarczego czy ekonomii, które umożliwiają przyswojenie wiedzy dotyczącej funkcjonowania przedsiębiorstw w gospodarce wolnorynkowej. Obecnie równie istotna jest komunikacja w nowoczesnych mediach, w tym celu na zajęciach językowych wdramy elementy profesjonalnego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych, pomocnych w rozwijaniu własnej działalności gospodarczej, tworzeniu specjalistycznych treści w tradycyjnych i nowoczesnych mediach.

## Warsztaty tematyczne

Z mojego punktu widzenia szczególnie istotną funkcję pełnią zajęcia realizowane w formie warsztatów metodą „sześciu kapeluszy” Edwarda de Bono, to jest wcielanie się osób studiujących w sześć różnych ról, co pozwala na analizę zagadnienia z różnych perspektyw i odkrywanie tym samym różnych faktów. Taka metoda ma szczególne zastosowanie w grupach jednorodnych tematycznie, na przykład osoby studiujące prawo, gdy odtwarzają sceny z sali rozpraw, doskonałą nie tylko swój warsztat zawodowy, ale nade wszystko biegłe posługiwanie się językiem w rzeczywistej sytuacji prawnej, zwracając uwagę na formalny styl komunikacji dla reprezentantów wymiaru sprawiedliwości, biegłych i ekspertów oraz język potoczny przesłuchiwanym nieposiadającym wiedzy prawnej. Dodatkowo uczący się ma możliwość podzielenia się na forum swoimi pasjami, umiejętnościami, wiedzą. Publiczne wystąpienia, wywiady, przesłuchania to przełamanie bariery wstydu i obawy przed krytyką otoczenia. To głównie doświadczenie, pozwalające wyzbyć się stresu, który towarzyszy nam wszystkim, gdy po raz pierwszy występujemy na forum publicznym i musimy zabrać głos w dyskusji, szczególnie w języku obcym. Niekiedy składna wypowiedź publiczna w języku ojczystym bywa problemem, a język obcy i realia kulturowe z nim związane stwarzają dodatkowe bariery. Na zajęciach z języka obcego osoba studiująca nie tylko może wystąpić z prezentacją, ale często ma także za zadanie poprowadzić spotkanie na podany temat. Każdorazowo warsztaty dzielimy na sesję, wśród których wyróżniamy sesję wprowadzającą, praktyczną i podsumowującą. Podział ten służy zróżnicowaniu wkładu językowego poszczególnych uczestników warsztatów, a następnie umożliwia każdemu zweryfikowanie swoich umiejętności lingwistyczno-psychologicznych. Symulacje prawnicze czy psychologiczne mają bowiem na celu pokazanie uczestnikom, z jakimi sytuacjami z prawdziwego życia będą mieli do czynienia i tym samym jak mogą wykorzystać zdobytą wiedzę

językową. Podobnie jest przy prowadzeniu spotkań biznesowych, gdzie wymagane jest posiadanie niezbędnej wiedzy merytorycznej, ale przede wszystkim nieodzowne są umiejętna współpraca z audytorium, włączenie w dyskusję innych uczestników procesu, często z różnych obszarów kulturologicznych czy merytorycznego przygotowania, a także zniwelowanie stresu, nieśmiałości i obaw przed kompromitacją.

Taka forma pracy z językiem pozwala szybciej poprawić komunikację, usprawnić sam proces jej prowadzenia w wybranych obszarach; dla przykładu: obsłudze klienta, doradztwie, skutecznym egzekwowaniu należności i innych działaniach. Interakcja z grupą pozwala szybciej, łatwiej i skuteczniej osiągnąć zamierzony cel, ugruntować swoją wiedzę w danym obszarze oraz umocnić swoją pozycję językową w przestrzeni oferowania czegoś innym czy zwracania uwagi na zaistniały problem. Praktyka pokazuje, że szczególnie trudne bywa skupienie się na jednym zadaniu komunikacyjnym, angażując w maksymalnym stopniu wszystkich uczestników zajęć językowych. Należy podkreślić, że samo przygotowanie warsztatu okazuje się pracochłonne, a „wyrobnicy” odnajdują się w tej kwestii doskonale: gromadzą materiał merytoryczny, piszą scenariusze czy analizy przypadków, tworzą tezaury, które z powodzeniem bywają wykorzystywane przez grupę.

Sam proces przeprowadzenia warsztatu językowego wygląda tak samo, zmianie podlega wyłącznie zawartość, a mianowicie ćwiczone treści. Każdorazowo kluczowe jest wspólne ustalenie kontraktu, określenie zamierzonego celu, którego osiągnięcie będzie możliwe dzięki tej formie językowej. Dokonanie podziału ról ma zwrócić uwagę uczestników warsztatów na aspekt związany z ich przygotowaniem, szczególnie wskazać narzędzia pomocne do uzyskania pożądanego efektu. Rola prowadzącego sprowadza się tutaj do funkcji coacha. Różnorodność zajęć zależy od inwencji twórców, prym wiodą tutaj materiały audio, wizualizacje, glosariusze, podcasty, ustawy, rozporządzenia i dyrektywy Unii Europejskiej. To one bywają pomocne i towarzyszą niemalże każdemu warsztatowi. Aby całość miała znamiona rzeczywistej sytuacji, konieczne jest uprzednie opracowanie zwrotów, terminologii w pożądanym zakresie, m.in. informowania, negocjacji, sprzedaży, obsługi. Bezsprzecznie ważną funkcję pełni tu moderator warsztatów, każdorazowo wyłaniany demokratycznie na początku realizacji projektu. To on musi skutecznie wskazać grupie obszary do zagospodarowania, od jego kreatywności zależeć będą efekty, a także płynność i produktywność samych zajęć. Zajęcia mają za zadanie uczyć nie tylko tego, jak skutecznie posługiwać się dostępnymi narzędziami, ale nade wszystko wskazywać obszary, w których możliwe są różne sposoby ich wykorzystania. Zainicjowane na zajęciach językowych warsztaty pozwalają osiągnąć wysoką swobodę komunikacji, a dodatkowo precyzję w omawianym zakresie, co w rezultacie zwiększa efektywność podejmowanej inicjatywy. Obecne zapotrzebowanie na specjalistów z obszaru odnawialnych źródeł energii i „zielonego” transportu sprawia, że w czasie zajęć językowych trudno przejść obojętnie obok treści specjalistycznych z tego zakresu, ze szczególnym

naciskiem na zróżnicowany rozwój i ochronę środowiska. Rzeczywistość kształtuje nowy model pracownika biznesu, którego umiejętności w sposób bezpośredni wymagają biegłości w wyrażaniu myśli na temat zielonej energii i transportu, a dodatkowo poprawności politycznej, językowej i kultury biznesowej w kontaktach międzykulturowych.

Bez wątpienia kluczowe jest precyzyjne i skuteczne wyrażanie myśli w języku obcym, a dodatkowo zgłębienie tajników redagowania dokumentów biznesowych, takich jak raporty, umowy, prezentacje, e-maile czy notatki. Klarowna i efektywna komunikacja zbyt często bywa deficytowa. Rozumienie różnic kulturowych i ich wpływu na komunikację jest szczególnie oczekiwane od osób kandydujących na stanowiska biznesowe. Umiejętność aktywnego słuchania i empatycznej reakcji na potrzeby klientów stanowi istotę środowisk korporacyjnych. Rozmowy panelowe, krótkie „sztuki teatralne” okazują się idealną okazją do pozyskania szerokiego spektrum zaprezentowanych umiejętności, w tym osiągnięcia kompromisu w prowadzonych negocjacjach, a budowanie zaufania i efektywnego porozumiewania się z innymi uczestnikami projektu jest kwintesencją biegłości w doborze odpowiednich środków językowych i stosownych emocji.

Warsztaty językowe pełnią funkcję edukacyjną, praktyczną, społeczną i kulturową, pomagając uczestnikom w doskonaleniu umiejętności językowych oraz rozwijaniu pewności siebie i lepszego zrozumienia i zanurzenia się w języku obcym.

## Funkcja warsztatów projektowych

Główne zadanie, jakie nam przyświeca, to pełna interakcja w procesie doskonalenia języka obcego. Dodatkowo forma warsztatów daje możliwości pewnego eksperymentu językowego. Odnajdują się na tych zajęciach zarówno wyrobownicy, skrupulatnie przygotowujący treści na zajęcia, ekshibicjoniści, otwarci na przygodę językową, fantaści, oferujący swój wkład językowy w omawiany temat, a także myśliciele, którzy sami stawiają przed grupą wyzwania prawdziwych sytuacji życiowych, w których muszą się posłużyć językiem obcym w celu znalezienia określonego rozwiązania.

Rola każdego z uczestników procesu komunikacji jest nieoceniona, a same warsztaty mają się przysłużyć do czynnego posługiwania się językiem w kontekstach *stricte* zawodowych i pozwolić na szeroką autonomię w tej komunikacji.

Aspekt poznawczy i psychologiczny jest realizowany dzięki formule zajęć. Interakcja, burza mózgów, praca własna pozwalają uczącym się przezwyciężyć obawę, „jak mnie oceni grupa”, i tym samym zminimalizować pesymizm, brak pozytywnej postawy do życia, skłonność do nadmiernej autorefleksji czy brak przewidywania następstw swojego i cudzego zachowania (Ledwoch, 1993: 32).

Reasumując, warsztaty językowe w przedstawionej formule pozwalają niwelować nieśmiałość jęgo uczestników przy jednoczesnej nauce słuchania oponentów,

a także z uwzględnieniem różnic temperamentów każdego z nich i wyczuleniem na sposób komunikowania się innych osób. Świadomość czynników psychologicznych i semantycznych wraz z ugruntowaną bazą językową zagwarantują oczekiwany sukces komunikacyjny w przyszłości. Zajęcia językowe w takim kształcie uczą perswazji, która w znacznym stopniu polega na sztuce wywierania wpływu słowem i umiejętnym argumentowaniu.

Nauka języka w tym kształcie pomaga rozwijać umiejętności widzenia i zrozumienia różnych perspektyw, często z uwzględnieniem innego punktu widzenia lub potrzeb i interesów drugiej strony. Gotowość do adaptacji jest z kolei gwarantem naszej elastyczności i chęci dostosowania swoich strategii do różnych sytuacji, tak jak osoba ucząca się języka obcego musi dostosować swoje umiejętności do różnych kontekstów komunikacyjnych.

## Bibliografia

- Gordon, T. (2001). *Jak żyć dobrze z ludźmi*. Warszawa.
- Ledwoch, M. (1993). Obraz siebie w sytuacji przeżywanego lęku. W: W. Tłokiński (red.). *Lęk. Różnorodność przeżywania*. Warszawa.
- Łasiński, G. (2000). *Sztuka prezentacji*. Poznań.
- Markowski, A. (2015). *Biznes, który zmienia świat*, Międzynarodowa Konferencja „15 lat Forum Odpowiedzialnego Biznesu”, 20–21.10.2015, Warszawa.
- Morreale, S.P., Spitzberg, B.H., Barge, J.K. (2007). *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*. Warszawa.
- Nęcki, Z. (2000). *Negocjacje w biznesie*. Kraków.
- Nęcki, Z. (2008). *Komunikacja doskonała*, Materiały szkoleniowe Ars Docendi.
- Voellnagel, A. (1985). *Jak nie tłumaczyć tekstów technicznych*. Warszawa.