

Anna Anielska
Rada Dyscypliny Językoznawstwo, UJ

L'expression verbale des émotions dans le discours des affaires.
De la théorie à l'application dans la didactique du français sur objectifs
spécifiques

*Verbalizacja emocji w dyskursie biznesowym.
Od teorii do zastosowania w nauczaniu języka francuskiego dla celów
zawodowych*

Promotor: prof. dr hab. Marcela Świątkowska

AUTOREFERAT

I. Wybór tematu pracy

Przedmiotem przedstawianej pracy jest sposób werbalnego wyrażania emocji w dyskursie używanym w świecie biznesu, który według obiegowej opinii jest racjonalny i pozbawiony emocjonalności.

Praca inspirowana jest doświadczeniami zawodowymi – nauczaniem języka francuskiego dla celów zawodowych (fr. *français sur objectifs spécifiques*), które od 2011 zdobywam w krakowskim oddziale Instytutu Francuskiego w Polsce, a od 2012 roku jako trener języka francuskiego dla celów zawodowych dla Accent for Professionals, firmy zajmującej się dostarczaniem usług językowych dla środowiska biznesowego.

W ciągu ostatniej dekady Kraków stał się cenionym w świecie centrum usług biznesowych sektora SSC/BPO/IT¹. Dziś liczba zatrudnionych w tego typu przedsiębiorstwach sięga blisko 78 tysięcy, co stanowi 10% wszystkich mieszkańców Krakowa. Ewolucja rynku pracy, nowe technologie, wzmocnienie roli komunikacji wielojęzycznej w środowisku usług, jak i rozwój sektora biznesowego w Krakowie zachęcają do pogłębienia badań nad dydaktyką języków specjalistycznych.

W trakcie mojej kariery zawodowej miałam szansę obserwować od wewnątrz zmiany zachodzące w tym środowisku. Zadania z jakimi się mierzę na co dzień to m.in. prowadzenie indywidualnych i grupowych kursów języka francuskiego dla celów zawodowych w międzynarodowych korporacjach, tworzenie i przeprowadzanie testów biegłości i plasujących, wykonywanie tłumaczeń, czy wspomaganie procesów rekrutacji poprzez przeprowadzanie jednego z etapów rozmów kwalifikacyjnych i ewaluację poziomu kandydatów ubiegających się o pracę. Wykonując kolejne zlecenia, poznawałam coraz lepiej środowisko biznesowe, a zdobywane doświadczenia pozwoliły mi obserwować wyrażanie emocji w sytuacjach komunikacyjnych środowiska biznesowego i rosnącą rolę języka francuskiego na rynku pracy.

Spośród tych wielorakich doświadczeń szczególnie interesujące wydały mi się rozmowy z kandydatami mającymi doświadczenie pracy w call center linii lotniczych, którzy w pracy z klientami – francuskojęzycznymi turystami – musieli informować o odwołanych lotach czy nieprzyznanych zwrotach, co zazwyczaj wywoływało bardzo gwałtowną reakcję rozmówców. Ci sami kandydaci poszukiwali nowej pracy, ponieważ ich centrum zostało zamknięte. Testowałam również pracowników działu obsługi klienta linii lotniczych, którzy ukończyli intensywny kurs podnoszący ich językowe kwalifikacje zawodowe. Udawałam pasażera, który stwarza kłopoty, a pracownicy musieli umieć poradzić sobie w tej sytuacji. Innym razem przygotowywałam panią menedżer do wyjazdu na tzw. *transition* do firmy mającej siedzibę w Québecu. Taki wyjazd polega na przejęciu procesu (procedur) od zespołu pracującego za granicą i wprowadzeniu go w polskim oddziale, w wyniku czego kanadyjscy pracownicy są przenoszeni do innego projektu lub są zwalniani. W wielu

¹ SSC ang. shared services center, pl. centrum usług wspólnych
BPO ang. business process outsourcing, pl. outsourcing procesów biznesowych

sytuacjach komunikacyjnych pracownicy mają prawo czuć się zaniepokojeni, zestresowani, przestraszeni, zagniewani czy rozbawieni.

Warto dodać, że pomysł na tę pracę pojawił się pod koniec 2013 roku, gdy świat przeszedł już przez kryzys gospodarczy, a we Francji rozpoczęła się fala ataków terrorystycznych, co nie pozostało bez wpływu na gospodarkę i obecność emocji we francuskich mediach.

Obserwacje i podjęta refleksja skłoniły mnie do postawienia następującego pytania: czy intuicja o istnieniu wyrażonych werbalnie emocji w dyskursie biznesowym jest właściwa?.

Z hipotezą o pojawiających się emocjach w sytuacjach biznesowych związane są też dalsze pytania badawcze:

- (i) Jakie są werbalne środki językowe użyte do wyrażania emocji w tekstach specjalistycznych dyskursu biznesowego?
- (ii) Czy podręczniki do nauki języka francuskiego dla celów zawodowych zawierają sposoby werbalnego wyrażania emocji oraz czy uczący się stosują je w sytuacjach zawodowych?

II. Struktura pracy

Praca składa się z pięciu zasadniczych części: wstępu, dwóch części o charakterze teoretycznym: przeglądu teorii językoznawstwa i glottodydaktyki języków specjalistycznych oraz opisu podstaw teoretycznych dotyczących emocji w języku, części analitycznej oraz podsumowania i planów badawczych na przyszłość. Praca zawiera również załącznik zawierający pięć scenariuszy lekcji języka francuskiego dla celów zawodowych odwołujących się do sposobów pracy nad wyrażaniem emocji. Następnie umieszczone zostały lista bibliograficzna oraz streszczenia w języku polskim i angielskim. Praca liczy 226 stron.

We wstępie określono przedmiot badań oraz przedstawiono pytania badawcze. W czterech rozdziałach tej części omówiono problematykę badania, przedmiot, charakter interdyscyplinarny pracy, a także przedstawiono plan rozprawy.

Część pierwsza składa się z dwóch rozdziałów, w których przedstawiono ważne metodologicznie pojęcia: (i) język i dyskurs specjalistyczny oraz (ii) ujęcie *français sur objectifs spécifiques* (FOS). Język specjalistyczny to użycie systemu

znaków w sytuacji zawodowej, którego celem jest przekazanie wiedzy specjalistycznej (Lerat, 1995). W ujęciu pragmatycznym, jak również glottodydaktycznym, język specjalistyczny może stanowić podzbiór języka narodowego charakteryzującego się specjalistycznym tematem, typem użytkowników o różnym stopniu specjalizacji i specjalistyczną sytuacją komunikacyjną (Cabré, 1998; Ligara, Szupelak, 2012). Dyskurs specjalistyczny to aktualizacja języka specjalistycznego w kontekście, użycie języka właściwego aktywności. Zdefiniowano dyskurs biznesu (fr. *discours des affaires*, ang. *business discourse*), który obejmuje teksty specjalistyczne z zakresu ekonomii, finansów i biznesu, a został opisany przez następujących autorów: Bargiela-Chiappini (2009), Iedema i Scheers (2009) oraz Daniushina (2010).

W drugim rozdziale zaprezentowano przegląd metodologii właściwych francuskiej dydaktyce języków specjalistycznych oraz przedstawiono ujęcie *français sur objectifs spécifiques* (FOS), szeroko opisane przez Mangiante i Parpette (2004), Mourlhon-Dallies (2007), Carras i in. (2008) oraz Gajewską i Sowę (2014). FOS, francuski dla potrzeb zawodowych² jest odpowiedzią na realne potrzeby uczących się w formie ograniczonych czasowo kursów opartych na analizie potrzeb.

Kolejna część jest poświęcona emocjom. Przedstawiono w niej teoretyczne aspekty emocjonalności (fr. *émotivité*) w języku, glottodydaktyce i świecie biznesu. W literaturze francuskojęzycznej hiperonimem, pojęciem najszerszym, które zawiera w sobie emocje i uczucia, jest *affect* (Flaux, Van de Velde, 2000). Zarówno autorzy polsko- jak i francuskojęzyczni często używają wymiennie pojęć *emocje i uczucia* jako określeń odwołujących się do afektywności.

Część trzecia ma charakter analityczny. W tym celu przedstawiono metodologię pozyskiwania danych, a następnie sposób analizy trzech korpusów z dziedziny dyskursu biznesowego. Do tego celu posłużyły: wybór tekstów z francuskojęzycznych mediów społeczno-ekonomicznych (grupa BFM, Les Echos, Le Capital, Le Revenu, Le Figaro, Alternatives économiques itd.), wybrane podręczniki języka francuskiego dla celów zawodowych oraz wypowiedzi pisemne uczących się języka francuskiego. Dzięki korpusowi tekstów przeznaczonych dla użytkownika

² W odróżnieniu od *français de spécialité*, francuskiego dla celów zawodowych adresowanego do wykorzystania w późniejszej karierze (Gajewska i Sowa 2014: 47)

francuskojęzycznego udowodniona została główna hipoteza badawcza. Przykłady zostały omówione ze względu na użyte środki językowe oraz ze względu na wyrażone emocje. Również korpus podręczników i wypowiedzi uczących się zostały kolejno poddane analizie w celu odpowiedzi na pytania badawcze.

W części czwartej podsumowano dokonaną analizę materiału językowego, potwierdzono hipotezy badawcze, a także zaproponowano rozwiązania dydaktyczne mające na celu stworzenie kontekstu do rozwoju językowej kompetencji afektywnej (fr. *compétence linguistique affective*) na zajęciach języka francuskiego dla celów/potrzeb zawodowych, których przykłady zostały przedstawione w aneksie.

III. Założenia metodologiczne i materiał badawczy

Praca ma wymiar interdyscyplinarny, ponieważ zależało mi na połączeniu szerokiej perspektywy zagadnień teoretycznych z dziedziny nauk humanistycznych z doświadczeniem zawodowym nauczyciela/trenera-praktyka.

Zestawienie dydaktyki języków obcych i badania nad wyrażaniem emocji nie wydaje się oczywiste. A jednak, współczesne metodologie dydaktyczne: podejście komunikacyjne i podejście ukierunkowane na działanie, skupiają cały proces kształcenia językowego wokół uczącego się, nazywając go pełnoprawnym użytkownikiem języka, uznając jego autonomię i kładąc nacisk na społeczny wymiar komunikacji, której częścią jest wyrażanie emocji. Mimo to, w najważniejszej publikacji glottodydaktycznej - Europejskim Systemie Opisu Kształcenia Językowego (CECR, 2001) - nie poświęcono mu wiele miejsca. Słowo *émotion* pojawiło się we francuskiej wersji dwa razy, a dopiero od uczącego się mającego poziom B1 oczekuje się wyrażania uczuć³(fr. *communiquer des sentiments*).

Co więcej - sytuacje komunikacji biznesowej, w których rozmówcy używają języka obcego wymagają świadomości oraz umiejętności zarządzania swoimi i cudzymi emocjami, jak również ich werbalnej ekspresji.

³ Tom uzupełniający ESOKJ (wersja francuska CECR, 2018) z nowymi deskryptorami uzupełnia działania takie jak interakcja online i mediacja o użycie pojęć empatii (s.109), inteligencji emocjonalnej (fr. *Une personne qui s'engage dans l'activité de médiation doit avoir une bonne intelligence émotionnelle(...)*(s.109), stanu emocjonalnego (fr. *état émotionnel*), rejestru afektywnego (fr. *registre affectif*). Deskryptory dotyczą poziomów B1-C2.

Aby zbadać emocje w dyskursie biznesowym planowałam obserwować język, jakim posługują się jego użytkownicy. Pojawia się tu jednak ogólnie znany problem metodologiczny w badaniach nad językami specjalistycznymi w postaci ograniczonej dostępności autentycznych materiałów. Wybór materiału badawczego jest często podyktowany polityką bezpieczeństwa przedsiębiorstw. Niejednokrotnie otrzymanie zgody na nagrywanie, badanie tekstów mówionych czy użycie korespondencji jest bardzo trudne lub wręcz niemożliwe.

W badaniu zebrałam zatem i poddałam analizie trzy korpusy pisemne z dostępnych mi tekstów z dziedziny dyskursu biznesowego. Korpus jest zbiorem wypowiedzi w użyciu (Cabré, 2008), a użyta przeze mnie metoda korpusowa polega na zestawieniu tekstów pisemnych lub ustnych w celu poddania ich analizie językowej, w tym przypadku również analizie dyskursu. W literaturze wyodrębnia się dwie odmiany dyskursu biznesowego: zawodową i dydaktyczną (Ligara, Szupelak, 2012), które pojawiają się w tekstach informacyjnych dostępnych dla rodzimych użytkowników, jak i w podręcznikach do nauki języka francuskiego dla celów zawodowych.

W celu stworzenia pierwszego korpusu wspomagałam się narzędziami: Glossa Net, AntConc i korpusem Emolex, sposób działania tych narzędzi nie pozwalał natomiast na wyszukiwanie interesujących mnie elementów afektywności. Aby potwierdzić główną hipotezę badawczą, zgromadziłam i dokonałam analizy jakościowej około 200 tekstów przeznaczonych dla odbiorcy francuskojęzycznego z mediów zajmujących się tematyką społeczno-ekonomiczną (grupa BFM, Les Echos, Le Capital, Le Revenu, Le Figaro, Alternatives économiques itd.). Zgodnie z kryteriami definiującymi korpus jako zbiór produkcji użytych w kontekście (Cabré, 2008), badane teksty specjalistyczne pochodzą ze źródeł pisanych i transkrypcji tekstów mówionych, z którymi mogą mieć styczność francuskojęzyczni pracownicy takich jak: prasa ekonomiczna, portale społeczno-ekonomiczne, wywiady z przedsiębiorcami, komentarze internetowe, transkrypcje audycji radiowych i telewizyjnych. Wybrane teksty cechuje różnorodność gatunkowa i zróżnicowany poziom specjalizacji. Wszystkie są natomiast kierowane przez autorów do rodzimych użytkowników, a nie uczących się języka francuskiego jako obcego. Ich dobór został dokonany ze względu na cechującą je emocjonalność i użyte językowe środki

wyrażania emocji, których usystematyzowanie miało na celu odpowiedź na kolejne pytanie badawcze.

Następnie, aby skonfrontować się z ostatnim pytaniem badawczym, wzorując się na badaniu Valetopoulou (2014), przeanalizowałam treść wybranych podręczników języka francuskiego dla celów zawodowych (français.com, affaires.com, Objectif express, Communication progressive des affaires), by znaleźć w nich funkcje językowe odpowiadające werbalizowaniu uczuć.

Trzeci korpus jest złożony z 25 wypowiedzi pisemnych uczących się języka francuskiego na różnych poziomach znajomości języka według ESOKJ. Ta nieduża próba miała na celu wykazanie, że użytkownicy języka biznesowego, dla których język francuski nie jest językiem ojczystym rzeczywiście wyrażają emocje. Uczący się mieli wykonać zadanie komunikacyjne odzwierciedlające codzienną sytuację w środowisku biznesowym: napisać e-mail do swojego przełożonego, aby przeprosić i usprawiedliwić opóźnienie w wysłaniu raportu. W rozprawie załączono dziewięć wypowiedzi, w których zaznaczono elementy afektywne.

Zróżnicowanie korpusów pozwoliło poszerzyć perspektywę i doprowadziło do interesujących wniosków na temat werbalizacji uczuć w dyskursie biznesowym.

IV. Wyniki przeprowadzonych badań

Analiza pierwszego korpusu z ponad dwustoma przykładami niezaprzeczalnie wykazała używanie werbalnych środków językowych wyrażających emocje w dyskursie biznesowym. Pośród afektów (emocji i uczuć) wyrażanych w korpusie pojawiają się: radość/entuzjazm, smutek/żał, złość/niezadowolenie/oburzenie, strach, zaskoczenie, nadzieja, uznanie/zaufanie/ szacunek, duma/wstyd, empatia.

Zgodnie z obserwacją Kerbrat-Orecchioni (2000) każde słowo lub konstrukcja może mieć zabarwienie emocjonalne we właściwym kontekście. Do wyrażenia emocji użyto licznych środków językowych: leksykalnych, syntaktycznych, pragmatycznych oraz retorycznych: w badaniu znaleziono eksplicytne przykłady afektywnych rzeczowników, czasowników, przymiotników, przysłówków, a także implicytne w formie figur retorycznych (oksymoron, litota, metafora, porównanie, personalizacja).

Emocje są wyrażane werbalnie nie tylko w pierwszej osobie, ale również przypisywane pojęciom abstrakcyjnym takim jak rynek czy giełda. Na szczególną uwagę zasługuje nagromadzenie przykładów wyrażających niepokój i strach. Jest to bez wątpienia związane z momentem dyskursywnym niestabilnych czasów ostatniej dekady: kryzysu ekonomicznego, ataków terrorystycznych czy kryzysu Unii Europejskiej.

Badanie treści podręczników i wypowiedzi uczących się potwierdza obecność przede wszystkim elementów leksykalnych i gramatycznych dotyczących podstawowych afektów, typowych również dla uczenia się/nauczania języka ogólnego. Przeprowadzona analiza pozwala przypuszczać, że takie akty mowy, jak: wyrażanie dumy, wdzięczności, zaufania, uznania oraz rozwój podejścia empatycznego nie zostały jeszcze ujęte w programach i podręcznikach. Wydaje się dobrym pomysłem wprowadzenie ich do programów nauczania choćby ze względu na rozwijanie kompetencji interkulturowej. Na przykład otwarte wyrażanie dumy z wyznawanych wartości, z odnoszonych sukcesów, poczucie przynależności jest z pewnością naznaczone filtrem kulturowym.

Przykłady potwierdzające użycie form empatycznych pozwalają przypuszczać, że szczególnie istotne w środowisku biznesowym są grzeczność i szacunek. Emocje, które są wyrażone werbalnie, nie zawsze są w rzeczywistości odczuwane, ale sytuacja komunikacyjna wymaga ich użycia. Do podobnego wniosku prowadzi analiza trzeciego korpusu, gdzie można zaobserwować użycie (lub próbę użycia) utartych zwrotów grzecznościowych, których intencją pragmatyczną jest wyrażenie żalu, nadziei, podziękowanie za wyrozumiałość, uspokojenie odbiorcy i zaangażowanie we współpracę. Co więcej szczegółowa analiza jakości korespondencji przyczyniło się przy okazji do ciekawego spostrzeżenia: niezależnie od poziomu znajomości języka, ilość wyrażen emocjonalności pozostaje podobna.

W ostatniej części rozprawy, oprócz wniosków, przedstawiono praktyczne rozwiązania aplikacyjne, których przykłady stanowią aneks do pracy. Są to konspekty zajęć, których tematyka niejako wymusza wyrażanie emocji w kontekście środowiska biznesowego i skupia się wokół takich aktów mowy, jak mówienie o swoich emocjach na początku kursu językowego, mówienie o porażkach i sukcesach, wyrażaniu strachu, złości związanymi z wpływem terroryzmu na

gospodarkę, czy mówieniu o relacjach z kłopotliwymi kolegami. Zaproponowano również model gry w oparciu o „Grę na emocjach”⁴ zaadaptowany do wykorzystania w ramach zajęć języka francuskiego, aby wprowadzić ludyczność i uatrakcyjnić kurs.

Badanie nad werbalnym wyrażaniem emocji w dyskursie biznesowym pozwoliło mi poszerzyć wiedzę o emocjach i skonsolidować znajomość dydaktyki języków specjalistycznych oraz zastanowić się głębiej nad rolą trenera języka dla celów/potrzeb zawodowych. Trener języka obcego dla celów zawodowych nie tylko motywuje i wskazuje kierunek w uczeniu się języka, ale pomaga nabyć umiejętności transwersalne, wspólne wielu zawodom takie jak: pisanie wiadomości e-mail, negocjowanie, przygotowywanie wystąpień czy zachowanie w trakcie ubiegania się o pracę. Przeprowadzenie tego badania uświadomiło mi, jak istotny wydaje się aspekt rozwijania u siebie i innych językowej kompetencji afektywnej (fr. *compétence linguistique affective*), czyli umiejętności rozpoznawania własnych emocji, nazywania ich, poszerzania środków używanych do ich wyrażania, używania wyrażen dostosowanych do rejestru i kontekstu, a także rozpoznanie i odpowiedź na emocje interlokutora nie tylko w języku obcym, ale też w języku ojczystym.

Ciekawym polem do dalszych badań byłaby analiza konwersacyjna korpusu dyskursu biznesowego w formie ustnej, jak również studium porównawcze wypowiedzi uczących się oraz rodzimych użytkowników. Takie rozważania pozwoliłyby na zbadanie dogłębniej emocjonalności dyskursu biznesowego oraz na poszerzenie perspektywy. Wyzwaniem pozostają wciąż odpowiedzi na pytania o to, jak wprowadzić nauczanie afektywne dla początkujących, jak angażować rozwój wszystkich sprawności i przede wszystkim jak przygotować nauczyciela do zachęcania do kształcenia językowej kompetencji afektywnej. Szczególnie interesujące wydaje się włączenie technik związanych z koncepcją *Porozumienia bez przemocy* Marshalla B. Rosenberga czy aktywnego słuchania zaproponowanego przez Carla Rogersa, które mogłyby pomóc w sytuacjach komunikacyjnych charakterystycznych dla świata biznesu: negocjacji, rozwiązywania konfliktów, czy obsługi klienta.

⁴ Wyd. Nasza Księgarnia.

Podsumowując, werbalne wyrażanie emocji bez wątpienia sprzyja komunikacji, budowaniu relacji i współpracy, które stanowią podstawę działalności biznesowej.

Wybrane pozycje bibliograficzne:

BARGIELA-CHIAPPINI, F., (red.) (2009): *The handbook of business discourse*. Edinburgh University Press.

CABRÉ, M.-T., (2008): Constituer un corpus de textes de spécialité, *Aspects de la recherche en langues de spécialité* red. John Humbley. URL: <http://www.eila.univ-paris-diderot.fr/recherche/clillac/ciel/cahiers/2007-2008> (dostęp 30 grudnia 2020).

CARRAS, C., TOLAS, J., KOHLER, P., SZILAGYI, E., (2007): *Le Français sur Objectifs Spécifiques et la classe de langue*. Paris : Clé-International.

CONSEIL DE L'EUROPE, (2001): *Cadre européen commun de référence pour les langues – apprendre, enseigner, évaluer*. URL : <https://rm.coe.int/16802fc3a8> (dostęp 30 grudnia 2020).

CONSEIL DE L'EUROPE, (2018): CECR - Volume complémentaire : <https://rm.coe.int/cecr-volume-complementaire-avec-de-nouveaux-descripteurs/16807875d5> (dostęp 30 grudnia 2020).

DANIUSHINA, Y., (2010): Business linguistics and business discourse, *Calidoscópico* Vol. 8, n. 3, p. 241-247, sept/déc 2010. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.842.4719&rep=rep1&type=pdf> (dostęp 30 grudnia 2020).

FLAUX, N., VAN DE VELDE, D., (2000): *Les Noms en français: esquisse de classement*. Paris : Ophrys.

GAJEWSKA, E., SOWA, M., (2014): *LSP – FOS – Fachsprache: dydaktyka języków specjalistycznych*. Lublin: Werset.

KERBRAT-ORECCHIONI, C., (2000): Quelle place pour les émotions dans la linguistique du XXe siècle? Remarques et aperçus. *Les émotions dans les interactions* (red.) Ch. Plantin, Doury, V. Traverso. Lyon: Presses universitaires de Lyon.

LERAT, P., (1995): *Les langues spécialisées*. Paris : PUF.

LIGARA, B., SZUPELAK, W., (2012): *Lingwistyka i glottodydaktyka języków specjalistycznych na przykładzie języka biznesu : podejście porównawcze*. Kraków: Księgarnia Akademicka.

MANGIANTE, J.-M., PARPETTE, CH., (2004): *Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*, Hachette.

MOURLHON-DALLIES, F., (2007): Quand faire, c'est dire : évolutions du travail, révolutions didactiques? in *Le français dans le monde recherche et applications n° 42 Langue et travail*, Paris.

VALETEOPOULOS, F., (2014): Les sentiments dans les manuels FLE in Sujecka-Zajac J., Jaroszewska A., Szymankiewicz K., Sobańska-Jędrych J. (red.) pp 197-203 *Inspiracja–Motywacja–Sukces. Rola materiałów dydaktycznych i form pracy na lekcji języka obcego*. Warszawa : Instytut Germanistyki i Instytut Romanistyki Uniwersytetu Warszawskiego, pp. 47-60.