



ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΕΡΜΗΝΕΙΑΣ

ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ «THE SIGNIFICANCE OF INTERCULTURAL COMMUNICATION FOR BUSINESSES AND THE OBSTACLES THAT MANAGERS SHOULD OVERCOME IN ACHIEVING EFFECTIVE INTERCULTURAL COMMUNICATION» ΤΩΝ SHUM SU KEI ΚΑΙ RASHAD YAZDANIFARD

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΠΑΧΣΕΒΑΝΟΓΛΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΟΥ ΙΩΑΝΝΑ

Ξ2016039

ΕΠΟΠΤΕΣ ΚΑΘΗΓΗΤΕΣ: ΣΩΤΗΡΗΣ ΛΙΒΑΣ, ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΕΛΑΝΔΡΙΑΣ

ΚΕΡΚΥΡΑ, 2021

ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ «THE SIGNIFICANCE OF INTERCULTURAL COMMUNICATION FOR BUSINESSES AND THE OBSTACLES THAT MANAGERS SHOULD OVERCOME IN ACHIEVING EFFECTIVE INTERCULTURAL COMMUNICATION» ΤΩΝ SHUM SU KEI ΚΑΙ RASHAD YAZDANIFARD

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	1
ΜΕΤΑΦΡΑΣΜΑ.....	2
ΠΡΩΤΟΤΥΠΟ	14
ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ	24
ΓΛΩΣΣΑΡΙ.....	33
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	39

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αφορά στην μετάφραση του άρθρου «The Significance of Intercultural Communication for Businesses and the Obstacles that Managers should Overcome in Achieving Effective Intercultural Communication», το οποίο αντλήθηκε από το ηλεκτρονικό επιστημονικό περιοδικό Global Journal of Management and Business Research. Η έκδοση του περιοδικού που περιλαμβάνει το συγκεκριμένο άρθρο κυκλοφόρησε το 2015. Πρόκειται, ουσιαστικά, για ένα ειδικό οικονομικό κείμενο, το οποίο πραγματεύεται τον σημαντικό ρόλο της διαπολιτισμικής επικοινωνίας στον τομέα των επιχειρήσεων, αλλά και τις δυσκολίες που πρέπει να ξεπεράσουν οι μάνατζερ των εταιρειών με σκοπό την επίτευξη αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας μεταξύ του προσωπικού. Η γλώσσα σύνταξης του πρωτοτύπου κειμένου είναι η αγγλική, ενώ η απόδοση της μετάφρασης έχει γίνει στην ελληνική γλώσσα. Σκοπό της παρούσας εργασίας αποτελεί η επίτευξη της ισοδυναμίας σε όλα τα γλωσσικά επίπεδα (μορφοσυντακτικό, πραγματολογικό, υφολογικό, λεξιλογικό, σημασιολογικό) μεταξύ του πρωτοτύπου και του μεταφράσματος, αλλά και η ορθή απόδοση των οικονομικών όρων της γλώσσας-πηγή στην γλώσσα-στόχος, καθώς υπάρχει ταύτιση σκοπού, λειτουργίας και αποτελέσματος του κειμένου στις δυο γλώσσες. Τέλος, ακολουθεί σχολιασμός των μεταφραστικών προβλημάτων που έχριζαν αντιμετώπισης προκειμένου να επιτευχθεί ο αρχικός σκοπός της μεταφραστικής εργασίας, καθώς και γλωσσάρι με την ορολογία των κειμένων.

ΜΕΤΑΦΡΑΣΜΑ

Ο σημαντικός ρόλος της Διαπολιτισμικής Επικοινωνίας στις επιχειρήσεις και οι δυσκολίες που κλίνονται να αντιμετωπίσουν οι μάνατζερ με σκοπό την επίτευξη Αποτελεσματικής Διαπολιτισμικής Επικοινωνίας.

Shum Su Kei & Rashad Yazdanifard

Περίληψη- Σε μια εποχή ταχείας παγκοσμιοποίησης, ο κόσμος δίνει μεγαλύτερη προσοχή στη διαπολιτισμική επικοινωνία καθώς αποτελεί σημαντικό συστατικό της επιτυχίας, τόσο στην προσωπική, όσο και στην επαγγελματική ζωή. Είναι ευρέως γνωστό ότι οι άνθρωποι δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς την επικοινωνία και αυτό συμβαίνει εν μέρει λόγω της επιρροής που ασκεί η παγκοσμιοποίηση. Η επικοινωνία δεν περιορίζεται πλέον αυστηρά σε τοπικό και σε εθνικό επίπεδο, αλλά εφαρμόζεται και σε διεθνή κλίμακα. Έτσι, η διαπολιτισμική επικοινωνία εμφανίζεται πλέον πιο σημαντική από ποτέ για τις επιχειρήσεις. Ωστόσο, η αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία που απαιτείται για την προαναφερθείσα επιτυχία είναι δύσκολο να επιτευχθεί. Αυτό το άρθρο εξετάζει τις δυσκολίες που κλίνονται να αντιμετωπίσουν οι μάνατζερ με σκοπό την επίτευξη διαπολιτισμικής επικοινωνίας.

Λέξεις κλειδιά: διαπολιτισμική επικοινωνία, κουλτούρα, επικοινωνία

I. Εισαγωγή

Η επιβίωση είναι αδύνατη χωρίς την αλληλεπίδραση με άλλους ανθρώπους. Έτσι, η επικοινωνία καθίσταται αναγκαίο μέρος της ζωής και η αποτελεσματική επικοινωνία μια εξαιρετικά χρήσιμη δεξιότητα. Οι θεμελιώδεις αρχές της διαδικασίας της επικοινωνίας περιλαμβάνουν την μετάδοση πληροφοριών, ιδεών και συναισθημάτων μέσω ενός καναλιού σε συγκεκριμένα άτομα ή ομάδες που λαμβάνουν και αποκωδικοποιούν την πληροφορία και που ενδέχεται με την σειρά τους να παράσχουν ανατροφοδότηση (Lussier, 2009). Επιπλέον, η επικοινωνία δεν ορίζεται μόνο ως συνδυασμός φυσικών και κοινωνικών επιστημών, αλλά αποτελεί ταυτόχρονα ένα ουσιαστικό και αποτελεσματικό εργαλείο για το μάνατζμεντ της εταιρείας (Snell, 1985). Ως αποτέλεσμα της ταχείας προόδου στην τεχνολογία της πληροφορίας, η επακόλουθη παγκοσμιοποίηση κατέστησε την επικοινωνία πιο περίπλοκη κατά τον 21ο αιώνα. Η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ διαφόρων ατόμων στην κοινωνία δεν

περιορίζεται πλέον σε τοπικό και εθνικό επίπεδο, αλλά εφαρμόζεται και σε παγκόσμιο επίπεδο, καθιστώντας έτσι τη διαπολιτισμική επικοινωνία πιο κρίσιμη από ποτέ.

α) Ο McLaren (1998) κατέδειξε ότι

«Η κουλτούρα αποτελεί ένα ανθρώπινο φαινόμενο. Είναι ο τρόπος που υπάρχουμε, τόσο σωματικά όσο και διανοητικά. Αποτελεί τόσο την κατάσταση στην οποία βρίσκεται ο καθένας μας, όσο και μια διαδικασία που αλλάζει συνεχώς ανάλογα με το άτομο, τον χρόνο και τον τόπο. Αυτός ο συνδυασμός κατάστασης και διαδικασίας που ονομάζεται κουλτούρα μας επηρεάζει όλους, καθώς αντιδρούμε στα γεγονότα, στο περιβάλλον και συναναστρεφόμαστε με άλλους ανθρώπους» (σελ.14).

β) Η διαπολιτισμική επικοινωνία ορίζεται συνήθως ως εξής:

«η ικανότητα επιτυχούς σχηματισμού, ενίσχυσης και βελτίωσης των σχέσεων με τα μέλη μιας διαφορετικής κουλτούρας... βασίζεται στη γνώση πολλών παραγόντων, όπως οι αξίες, οι αντιλήψεις, οι συνήθειες, η κοινωνική δομή και οι πρακτικές λήψης αποφάσεων της άλλης κουλτούρας, και στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα μέλη της ομάδας επικοινωνούν λεκτικά, μη-λεκτικά, αυτοπροσώπως, γραπτώς, καθώς και σε διάφορα επιχειρηματικά και κοινωνικά πλαίσια μεταξύ άλλων (“What is Cross-Cultural Communication?,” n.d.).

Ως επακόλουθο της ταχείας ανάπτυξης των διεθνών επιχειρήσεων, δίνεται μεγαλύτερη προσοχή στη σημασία της διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Με άλλα λόγια, η διαπολιτισμική επικοινωνία παρουσιάζεται όλο και πιο σημαντική τόσο στην επαγγελματική, όσο και στην προσωπική ζωή. Ωστόσο, για την επίτευξη αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας, υπάρχουν ορισμένες δυσκολίες που πρέπει να αντιμετωπιστούν και να ξεπεραστούν.

II. Ο Σημαντικός Ρόλος Της Αποτελεσματικής Διαπολιτισμικής Επικοινωνίας Για Τις Επιχειρήσεις

Γενικά, ο κύριος σκοπός της επικοινωνίας είναι να εκφραστεί κανείς. Ωστόσο, υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι έκφρασης, καθώς και διαφορετικοί τύποι επικοινωνίας, όπως για παράδειγμα, η διαπολιτισμική επικοινωνία. Η διαπολιτισμική επικοινωνία αποτελεί τη διαδικασία μεταβίβασης και λήψης μηνυμάτων μεταξύ ατόμων ή ομάδων, το πολιτισμικό υπόβαθρο των οποίων επηρεάζει σημαντικά τη διαφορετική ερμηνεία των λεκτικών και μη λεκτικών σημείων (Thill & Bonée, 2005). Δεδομένης της

παγκοσμιοποίησης, η ικανότητα στη διαπολιτισμική επικοινωνία δίνει σε κάθε εταιρεία ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

α) Επέκταση των Επιχειρήσεων

Παλαιότερες μελέτες έχουν καταδείξει σε μεγάλο βαθμό πως η ανεπαρκής επικοινωνία μπορεί να οδηγήσει σε μέτρια οργανωτική απόδοση, καθώς και πως η επικοινωνία είναι κρίσιμη για όλους τους εργαζομένους μιας εταιρείας, συμπεριλαμβανομένων τόσο των μάνατζερ, όσο και των υφισταμένων. Γενικά, η ικανότητα αποτελεσματικής επικοινωνίας αποτελεί αναμφισβήτητη μια πρόκληση παγκοσμίως. Για παράδειγμα, είναι δυνατόν να προκύψουν παρεξηγήσεις ακόμα και όταν οι συμμετέχοντες σε μια συζήτηση μιλούν την ίδια γλώσσα, λόγω διαφορετικών πολιτισμικών υποβάθρων (Hilton, 2007). Επομένως, η επίγνωση της επιρροής της παγκοσμιοποίησης στη διαπολιτισμική επικοινωνία είναι αναμφισβήτητη απαραίτητη για τις επιχειρήσεις που προσπαθούν να δημιουργήσουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις ίδιες τόσο στην εγχώρια, όσο και στη διεθνή αγορά.

Διαπιστώσαμε ότι η επικοινωνία αποτελεί ένα κρίσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, η αποτελεσματική επικοινωνία επιτρέπει σε μια εταιρεία να εξηγεί με συντομία και με μεγαλύτερη σαφήνεια στους πελάτες της τις διαφορές και την υπεροχή των προϊόντων και των υπηρεσιών της, σε σύγκριση με εκείνων που παρέχουν οι ανταγωνίστριες εταιρείες (Hilton, 2007). Ομοίως, οι επιχειρήσεις που δύνανται να επικοινωνούν διαπολιτισμικά διαθέτουν κρίσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη διεθνή αγορά. Για παράδειγμα, η εταιρεία είναι σε θέση να διαθέτει περισσότερο χρόνο και πόρους για την άσκηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, αντί για την επίλυση εσωτερικών και εξωτερικών προβλημάτων επικοινωνίας (Hilton, 2007). Επιπλέον, η επικοινωνία με επιχειρηματικούς εταίρους από αλλοδαπές εταιρείες είναι αναπόφευκτη και απαραίτητη σε μια διεθνή εταιρεία. Χωρίς αμφιβολία, η επικοινωνία με επιχειρηματικούς εταίρους από το εξωτερικό είναι πιο δύσκολη απ' ό,τι με τους επιχειρηματικούς εταίρους από την ημεδαπή, λόγω των διαφορών στις κουλτούρες που πιθανότατα οδηγούν τις αλλοδαπές εταιρείες να ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα με έναν εντελώς διαφορετικό τρόπο. Επιπλέον, οι επιχειρηματικοί εταίροι που προέρχονται από άλλα πολιτισμικά περιβάλλοντα διαφέρουν από τους ημεδαπούς, με αποτέλεσμα να απαιτείται αποτελεσματική επικοινωνία, προκειμένου να υπάρξει κατανόηση μεταξύ των συμμετεχόντων σε μια

συζήτηση. Εν ολίγοις, η επικοινωνία με εργαζομένους, συνεργάτες, πελάτες, αλλά και επιχειρηματικούς εταίρους προερχόμενους από διαφορετικές κουλτούρες αποτελεί επιτακτική ανάγκη, προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της εταιρείας και η δημιουργία αξιών για τα ενδιαφερόμενα μέρη. Κατά συνέπεια, η αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία αποτελεί σημαντική απαίτηση για τις επιχειρήσεις.

β) Εξάλειψη των Αντιπαράθεσεων

Με τη διεθνή μετανάστευση να γίνεται όλο και πιο προσιτή και εφικτή, οι εργαζόμενοι απασχολούνται σε περιβάλλοντα που εμφανίζουν όλο και μεγαλύτερη ποικιλομορφία, εκθέτοντας έτσι τους εαυτούς τους σε διαφορετικές κουλτούρες. Κάθε άτομο έχει την δική του κουλτούρα που επηρεάζει τον τρόπο σκέψης, τα συναισθήματα και τη συμπεριφορά του. Αυτές οι διαφορές, λοιπόν, μπορούν και οδηγούν σε αντιπαράθεσεις.

Η αντιπαράθεση ορίζεται ως ένα είδος τριβής, διαφωνίας, διαμάχης ακόμη και επιθετικής σύγκρουσης μεταξύ δύο, τουλάχιστον, αλληλεξαρτώμενων μερών που αντιλαμβάνονται διαφορετικά τους στόχους, τους περιορισμένους πόρους και την παρέμβαση από άλλους στην επίτευξη των στόχων τους (Adams, 2009). Σε έναν χώρο εργασίας στον οποίο οι απαιτήσεις είναι πολλές, η αντιπαράθεση αποτελεί αναπόφευκτο ζήτημα για την οργάνωση της εταιρείας, λόγω των πολλαπλών προσωπικοτήτων, πιέσεων ή ακόμη και κουλτουρών (Adams, 2009). Ωστόσο, μια αντιπαραγωγική σύγκρουση στο χώρο εργασίας είναι δυνατόν να έχει πολλές αρνητικές συνέπειες. Η επικοινωνία κρίνεται, λοιπόν, απαραίτητη για την εξάλειψη της αντιπαράθεσης σε θεμελιώδες επίπεδο.

Οι αντιπαράθεσεις, η διαφωνία ή ο διαπληκτισμός που λαμβάνουν χώρα μεταξύ δύο ή και περισσότερων ατόμων σε μια σχέση, πιθανότατα προκύπτουν είτε όταν ένα άτομο συμπεριφέρεται με αρνητικό τρόπο προς τους άλλους είτε όταν οι άλλοι αντιλαμβάνονται τη συμπεριφορά του με στρεβλό τρόπο (Pelled, 1993). Οι εργαζόμενοι σε εταιρείες προέρχονται από διαφορετικά κοινωνικά στρώματα και διαφορετικές κουλτούρες με αποτέλεσμα να έχουν και διαφορετικές προσωπικότητες. Όταν τόσο διαφορετικά άτομα εργάζονται σε μια εταιρεία για την επίτευξη ενός κοινού στόχου, είναι σύνηθες να υπάρχουν διενέξεις μεταξύ των εργαζομένων, προκαλώντας ένταση σε διαπροσωπικό επίπεδο, δυσaráεσκεια και απογοήτευση (Jia-Chi, 2010). Η συνολική ομαδική απόδοση της εταιρείας ενδέχεται να μειωθεί δραστικά εάν τέτοιες

διενέξεις μεταξύ των εργαζομένων δεν επιλυθούν και δεν καταλήξουν σε κοινό έδαφος, ώστε να συνεργαστούν (Pelled, 1993). Ως εκ τούτου, η διαπολιτισμική επικοινωνία κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική για την αποφυγή αντιπαραθέσεων που προκαλούνται λόγω ενός ποικιλόμορφου εργασιακού περιβάλλοντος.

γ) Θετικό Εργασιακό Περιβάλλον

Ο καθένας επιθυμεί να τον σέβονται και να αναγνωρίζεται από τους άλλους και την κοινωνία, ώστε να αυξηθεί η αυτοεκτίμησή του. Οι εργαζόμενοι αποτελούν έναν κρίσιμο και θεμελιώδη πόρο οποιασδήποτε επιχείρησης, μικρής ή μεγάλης και επιθυμούν να έχουν τον σεβασμό των άλλων, καθώς και κοινωνική αναγνώριση. Δεδομένου ότι η συνεργασία των εργαζομένων και η επιτυχία των επιχειρήσεων είναι στενά συνδεδεμένες μεταξύ τους, κρίνεται αναγκαία η ανάπτυξη υγιών σχέσεων στο χώρο εργασίας, προκειμένου να τονώνεται το επιχειρηματικό πνεύμα (Hynes, 2012). Με άλλα λόγια, μια εταιρεία που στελεγχώνεται από παραγωγικούς εργαζομένους καινοτομεί περισσότερο και παρουσιάζει υψηλότερη παραγωγικότητα και τελικά υψηλότερη αποδοτικότητα (“Workplace conflict erodes productivity,”2014). Ένα από τα κρίσιμα στοιχεία για την ενίσχυση της αυτοαποτελεσματικότητας και της απόδοσης των εργαζομένων αποτελεί η χρήση κατάλληλης γλώσσας από τους μάνατζερ, με σκοπό την ενθάρρυνση και την παρακίνηση των εργαζομένων (Mayfield & Mayfield, 2012). Οι μάνατζερ μπορούν μέσω της γλώσσας να υιοθετήσουν τη χρήση πολιτισμικών στοιχείων για να ενθαρρύνουν τους υπαλλήλους με σκοπό την δημιουργία θετικού εργασιακού περιβάλλοντος. Αντίθετα, οι μη παραγωγικοί υπάλληλοι επηρεάζουν σημαντικά τη λειτουργία της εταιρείας.

Ένας από τους σημαντικούς καθοριστικούς παράγοντες που προκαλούν τη μη παραγωγικότητα των εργαζομένων είναι τα αρνητικά συναισθήματα. Τα συναισθήματα έχουν άμεση επίδραση στην υγεία και το αρνητικό εργασιακό περιβάλλον ενδέχεται να αποτελεί την αιτία ζητημάτων υγείας των εργαζομένων, όπως, για παράδειγμα, άγχος και κατάθλιψη. Κατά συνέπεια, οι μη υγιείς και οι μη παραγωγικοί υπάλληλοι λειτουργούν αναποτελεσματικά ή / και απρόθυμα, με αποτέλεσμα να είναι διανοητικά απόντες από τον εργασιακό χώρο (Sonnentag, Unger & Nägel, 2013). Αν υποθέσουμε ότι το αρνητικό εργασιακό περιβάλλον δεν μπορεί να αλλάξει και να γίνει θετικό, αυτή η διανοητική απουσία των εργαζομένων ενδέχεται να επιδεινωθεί, ακόμη και να οδηγήσει σε αυξημένο ποσοστό εναλλαγής προσωπικού (Sonnentag και άλλοι, 2013).

Κατά συνέπεια, η παραγωγικότητα μιας εταιρείας επηρεάζεται από το αρνητικό εργασιακό περιβάλλον, το οποίο με την σειρά του επηρεάζει την απόδοση και τα κέρδη της εταιρείας. Αυτό το ζήτημα αποτελεί πλέον κοινό πρόβλημα λόγω του όλο και πιο ποικιλόμορφου εργατικού δυναμικού που προκύπτει από την παγκοσμιοποίηση. Καθώς η παρανόηση και η αδυναμία κατανόησης αποτελούν κύρια αιτία για την ύπαρξη αρνητικού εργασιακού περιβάλλοντος, μία από τις βασικές προσεγγίσεις επίλυσης του προβλήματος είναι αυτή της αποτελεσματικής επικοινωνίας. Η αποτελεσματική επικοινωνία ορίζεται ως άμεση θετική επίδραση στην απόδοση μιας εταιρείας, όπως καταδεικνύει ο Schein (1993) «η οργανωτική αποτελεσματικότητα εξαρτάται, λοιπόν, όλο και περισσότερο από την έγκυρη επικοινωνία πέρα από τα όρια της υποκουλτούρας... Ο διάλογος, λοιπόν, βρίσκεται στη ρίζα κάθε αποτελεσματικής ομαδικής δράσης» (σελ. 28-29). Ως εκ τούτου, απαιτείται αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία για την πρόληψη του αρνητικού εργασιακού περιβάλλοντος που προκαλείται λόγω του ποικιλόμορφου εργατικού δυναμικού, όπως, επίσης, απαιτείται και η δημιουργία θετικού εργασιακού περιβάλλοντος.

III. Οι Δυσκολίες που Κλίνουν να Αντιμετωπίσουν οι Μάνατζερ με Σκοπό την Επίτευξη Αποτελεσματικής Διαπολιτισμικής Επικοινωνίας

Η κουλτούρα ορίζεται ως μια προσέγγιση στη ζωή και μια κοσμοθεωρία που μοιράζονται άτομα και ομάδες σε μια κοινωνία (Helman, 2001). Καθώς τα μέλη μιας κοινωνίας επικοινωνούν όλο και περισσότερο σε παγκόσμια κλίμακα, η ανάγκη για διαπολιτισμική επικοινωνία έχει αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία. Η συμμετοχή σε παγκόσμιες επιχειρηματικές δραστηριότητες αποτελεί την αιτία για ένα ποικιλόμορφο εργατικό δυναμικό στις εταιρείες, διότι οι εργαζόμενοι αποτελούν συνήθως άτομα που προέρχονται από διαφορετικές κουλτούρες και διαφορετικό υπόβαθρο. Επομένως, η ικανότητα των μάνατζερ να επικοινωνούν αποτελεσματικά και διαπολιτισμικά σίγουρα δεν γίνεται να υποτιμηθεί.

α) Αξίες και Πεποιθήσεις

Οι πολιτισμικές αξίες και οι πεποιθήσεις επηρεάζουν κρίσιμα τις αντιλήψεις της αποδοχής, της αξιοπιστίας και της φερεγγυότητας των άλλων (Brislin, 1993). Κάθε εργαζόμενος μπορεί να προτίθεται να ολοκληρώσει τα καθήκοντά του με τους δικούς του τρόπους, ανεξάρτητα από τις απόψεις των άλλων, σύμφωνα με τις αξίες και τις πεποιθήσεις του, οι οποίες επηρεάζονται σημαντικά από το πολιτισμικό του υπόβαθρο.

Όσοι περισσότεροι εργαζόμενοι από διαφορετικά πολιτισμικά περιβάλλοντα συνεργάζονται, τόσες περισσότερες απόψεις υπάρχουν στο χώρο εργασίας. Τελικά, υπάρχει πιθανότητα να προκύψει αντιπαράθεση από εργαζόμενους που επιμένουν στις δικές τους απόψεις και δεν αποδέχονται τις απόψεις των άλλων, πράγμα που είναι εις βάρος της εταιρείας. Έτσι, οι δεξιότητες αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας χρειάζονται, ώστε οι μάνατζερ να μπορούν να επικοινωνήσουν και να διασφαλίσουν ότι οι εργαζόμενοι που προέρχονται από διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο κατανοούν ο ένας τον άλλον και μοιράζονται ένα κοινό όραμα και στόχους. Ωστόσο, είναι αναπόφευκτο οι ίδιοι οι μάνατζερ να έχουν ξεκάθαρα διαφορετικές αξίες και πεποιθήσεις από τους υπαλλήλους τους. Η κατανόηση των αξιών και των πεποιθήσεων κάθε ατόμου, και η ταυτόχρονη υποχρέωσή τους να πείθουν τους εργαζομένους να αποδεχθούν τις κουλτούρες των άλλων δεν αποτελεί εύκολο ζήτημα για τους μάνατζερ. Ως εκ τούτου, οι διαφορές στις αξίες και τις πεποιθήσεις είναι μια από τις δυσκολίες που οι μάνατζερ πρέπει να αντιμετωπίσουν για την επίτευξη αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας.

β) Φόβος

Κάθε άτομο αντιπροσωπεύει με διαφορετικό τρόπο την κουλτούρα του, άλλα άτομα σε μικρότερο και άλλα άτομα σε μεγαλύτερο βαθμό. Οι διαφορετικές κουλτούρες επηρεάζουν τα πρότυπα επικοινωνίας μεταξύ ατόμων ή ομάδων. Η άγνοια οδηγεί σε φόβο και οι ποικιλόμορφοι χώροι εργασίας, όπου υπάρχουν όλο και πιο συχνές αλληλεπιδράσεις μεταξύ κουλτουρών που παραδοσιακά δεν είχαν καμία σχέση μεταξύ τους, αποτελούν πιθανές πηγές αντιπαράθεσης. Εάν αυτό το ζήτημα δεν αντιμετωπιστεί εν τη γενέσει, και εάν δεν παρέχεται εκπαίδευση για τις άλλες κουλτούρες, η απόδοση της εταιρείας επηρεάζεται και τελικά βλάπτει τις αξίες των ενδιαφερομένων μερών. Εκτός από την κατανόηση των διαφορετικών κουλτουρών, οι μάνατζερ πρέπει να αποκτήσουν, επιπλέον, δεξιότητες αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Παρόλα αυτά, όπως αναφέρεται παραπάνω, η κατανόηση της κουλτούρας των άλλων δεν αποτελεί εύκολη υπόθεση για τους μάνατζερ. Καθώς κάθε άτομο μεγαλώνοντας αποτελεί μέρος μιας μόνο κουλτούρας, η αλληλεπίδραση με άτομα από διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο αποτελεί αναμφίβολα πρόκληση για τους ίδιους τους εργαζομένους, συμπεριλαμβανομένων των μάνατζερ (Fink, Neyer & Kölling, 2006). Έτσι, για τους μάνατζερ που ενδέχεται να μην διαθέτουν επαρκείς γνώσεις, ώστε να αντιμετωπίσουν εργαζομένους που προέρχονται από διαφορετικά πολιτισμικά

υπόβαθρα, είναι διπλά δύσκολο να διαχειριστούν τέτοιου είδους αντιπαραθέσεις. Αυτός είναι, επίσης, ο κύριος παράγοντας που οδηγεί σε φόβο τους μάνατζερ, καθώς και μια από τις δυσκολίες που κλίνουν να αντιμετωπίσουν με σκοπό την επίτευξη αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας.

γ) Άγνοια

Οι άνθρωποι που ζουν στην ίδια περιοχή, μοιράζονται πιθανότατα την ίδια κουλτούρα με την ομάδα ανθρώπων με την οποία αλληλεπιδρούν (Hofstede, 2001). Για παράδειγμα, οι Ιάπωνες που ζουν στην Ιαπωνία ασπάζονται κοινές αξίες και πεποιθήσεις. Ωστόσο, οι Ιάπωνες που ζουν σε ξένες χώρες υπάρχει πιθανότητα να έχουν ελαφρώς ή ακόμη και εξαιρετικά διαφορετικές κουλτούρες από τους Ιάπωνες που ζουν στην Ιαπωνία, λόγω των διαφορετικών υποβάθρων. Κάθε άτομο ορίζει με τον δικό του τρόπο την έννοια της κουλτούρας, ανάλογα με το υπόβαθρό του, που απαρτίζεται από ένα ιστορικό, πολιτικό, κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο (Sorrells, 2013). Αυτές οι εμπειρίες κατά την ανάπτυξη επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα τους ανθρώπους στον ορισμό της έννοιας της κουλτούρας, με αποτέλεσμα τελικά κάθε άτομο να έχει τον δικό του ιδιαίτερο ορισμό για την κουλτούρα. Αυτό οδηγεί σε ένα από τα γενικά σφάλματα που τακτικά κάνουν οι μάνατζερ, οι οποίοι συχνά υποθέτουν ότι οι εργαζόμενοι του ίδιου έθνους, φυλής ή ακόμα και θρησκείας ασπάζονται την ίδια κουλτούρα. Έτσι, υιοθετούν εσφαλμένα έναν κοινό τρόπο επικοινωνίας με τους εργαζόμενους που θεωρούν ότι έχουν τις ίδιες κουλτούρες. Δυστυχώς, αυτό οδηγεί σε μη αποτελεσματική επικοινωνία, γεγονός που πρέπει να συνειδητοποιήσουν οι μάνατζερ, ώστε να υιοθετήσουν τον κατάλληλο τρόπο διαπολιτισμικής επικοινωνίας που να λαμβάνει υπόψη τις διαφορετικές κουλτούρες των εργαζομένων.

δ) Εθνοκεντρισμός

Το αρχικό βήμα για την επίτευξη αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας καθορίζεται ως μη εθνοκεντρικό (“Intercultural Communication,” n.d.). Ο εθνοκεντρισμός ορίζεται ως εξής:

«Η αίσθηση ότι ο τρόπος ζωής, οι αξίες και η αποτελεσματική προσαρμοστικότητα μιας κοινωνικής ομάδας είναι ανώτερα από αυτά άλλων ομάδων. Συνδυάζεται, επίσης, με μια γενικευμένη περιφρόνηση για τα μέλη άλλων ομάδων. Ο εθνοκεντρισμός μπορεί να εκδηλωθεί ως στάση ανωτερότητας ή μερικές φορές και ως εχθρότητα. Η βία, οι

διακρίσεις, ο προσηλυτισμός και η λεκτική επιθετικότητα αποτελούν άλλα μέσα με τα οποία μπορεί να εκφραστεί ο εθνοκεντρισμός» (“Ethnocentrism” 2013).

Ως εκ τούτου, ο εθνοκεντρισμός αναγνωρίζεται ως εμπόδιο που δεν επιτρέπει την επίτευξη διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Αυτό συμβαίνει διότι ένας από τους κρίσιμους όρους προκειμένου να επιτευχθεί αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία είναι η κατανόηση και ο σεβασμός των διαφορετικών культурών. Παρ'όλα αυτά, είναι σχεδόν σίγουρο ότι τα εθνοκεντρικά άτομα δεν μπορούν να εκτιμήσουν μια άλλη κουλτούρα και αποδοκιμάζουν τις υπόλοιπες που διαφέρουν από την δική τους. Για αυτόν τον λόγο, ο εθνοκεντρισμός πρέπει απαραίτητως να αποφεύγεται από τους μάνατζερ. Όλες οι κουλτούρες πρέπει να προσδιορίζονται ως ίσες και να αντιμετωπίζονται ισότιμα, διότι δεν υπάρχει κουλτούρα που να είναι ανώτερη των άλλων. Ωστόσο, πρόκειται για κάτι που δεν είναι εύκολο να εφαρμοστεί, καθώς οι περισσότεροι άνθρωποι αισθάνονται υπερηφάνεια για την κοινωνική ομάδα στην οποία ανήκουν και για την κουλτούρα τους, ενώ, παράλληλα, αμφιβάλλουν για τους άλλους και τις κουλτούρες αυτών. Είναι σαφές ότι ο εθνοκεντρισμός αποτελεί ένα από τα εμπόδια που πρέπει να ξεπεράσουν οι μάνατζερ προκειμένου να επιτευχθεί αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία.

ε) Στερεότυπα

Ο Ball (2010) κατέδειξε ότι τα στερεότυπα είναι:

«Η πρακτική της απόδοσης σε όλα τα μέλη μιας ομάδας, ιδιαίτερα σε μια εθνοτική ή φυλετική ομάδα, των ίδιων χαρακτηριστικών με βάση την υπόθεση ότι όλα τα μέλη αυτής έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά... τα στερεότυπα είναι δυνατόν να βασίζονται σε χαρακτηριστικά που αφορούν τη φυλή, το πολιτισμικό υπόβαθρο, τον σεξουαλικό προσανατολισμό, την ηλικία, το φύλο, ακόμη και το επάγγελμα και τις σωματικές αναπηρίες».

Γενικά, οι άνθρωποι τείνουν να χαρακτηρίζουν και να εντάσσουν σε κατηγορίες τους άλλους με βάση τις πληροφορίες που λαμβάνουν από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τις δικές τους εμπειρίες και ούτω καθεξής, διότι με αυτόν τον τρόπο έχουν τη δυνατότητα να αισθάνονται ασφαλείς, καθώς μπορούν να θεωρήσουν τους εαυτούς τους «γνώστες», ακόμη και αν δεν είναι (Gill, 2012). Τα στερεότυπα περιλαμβάνουν τόσο θετικές, όσο και αρνητικές κρίσεις. Ωστόσο, η προκατάληψη αποτελεί αναμφισβήτητο μειονέκτημα για τη διαπολιτισμική επικοινωνία. Καθώς η κουλτούρα

δεν είναι ορατή έως ότου οι άνθρωποι κατά την επικοινωνία και την αλληλεπίδραση με άλλους ανθρώπους αρχίσουν να αποκτούν συγκεκριμένες συμπεριφορές που συνδέονται με την κουλτούρα τους (Brislin, 1993), οι μάνατζερ που αναπαράγουν στερεότυπα ενδέχεται να αποτύχουν να κατανοήσουν πραγματικά τους εργαζομένους που προέρχονται από διαφορετικά πολιτισμικά υπόβαθρα. Κατά συνέπεια, η αποτυχία της διαπολιτισμικής επικοινωνίας οφείλεται σε αυτή την στάση των μάνατζερ.

IV. Συζήτηση

Η επικοινωνία αποτελεί έναν κρίσιμο παράγοντα για την ανταγωνιστικότητα μιας εταιρείας που δεν είναι δυνατόν να αγνοηθεί. Αυτό συμβαίνει διότι οι εργαζόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να συνεργάζονται μεταξύ τους για να επιτύχουν τον στόχο της εταιρείας (Erez, 1992; Bennis & Nanus, 1985; όπως αναφέρουν οι He & Liu, 2010). Με την ταχεία πρόοδο της τεχνολογίας και την έλευση της παγκοσμιοποίησης, οι άνθρωποι άρχισαν να επικοινωνούν περισσότερο με άτομα από διαφορετικές κουλτούρες, είτε εκούσια είτε ακούσια. Η ικανότητα αποτελεσματικής επικοινωνίας με άτομα από κουλτούρες που έχουν μικρή απόκλιση ή που είναι εντελώς διαφορετικές μεταξύ τους, αποτελεί ταυτόχρονα πλεονέκτημα και ανάγκη. Έτσι, η σημαντική σχέση μεταξύ της διαπολιτισμικής επικοινωνίας και των επιχειρήσεων, αφορά τόσο στις εσωτερικές, όσο και στις εξωτερικές σχέσεις της εταιρείας.

Πρωτίστως, καθώς οι δεξιότητες επικοινωνίας αποτελούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις εταιρείες, η δεξιότητα αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας κρίνεται διπλά σημαντική για μια εταιρεία που επιθυμεί να αποτελεί ισχυρό παράγοντα στη διεθνή αγορά. Η αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία επιτρέπει στους πελάτες να λαμβάνουν σαφείς πληροφορίες και να κατανοούν την εταιρεία (π.χ. να κατανοούν τη διαφορά και την υπεροχή των προϊόντων και των υπηρεσιών της εταιρείας σε αντίθεση με εκείνων που παρέχουν οι ανταγωνίστριες εταιρείες), καθώς τα μηνύματα μπορούν να μεταβιβαστούν με ακρίβεια και αποτελεσματικότητα. Επιπλέον, η αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της εταιρείας, ειδικά στη διεθνή αγορά, καθώς αποτρέπει την εταιρεία από την σπατάλη χρόνου και πόρων για την επίλυση προβλημάτων επικοινωνίας. Με αυτόν τον τρόπο, επιτρέπεται στην εταιρεία να διαθέτει το χρόνο της πιο συνετά και αποτελεσματικά κατά την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Δεύτερον, η κατοχή δεξιοτήτων για αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία βοηθά στην αποφυγή περιττών παρεξηγήσεων και στην εξάλειψη των αντιπαραθέσεων στον χώρο εργασίας. Καθώς τα διαφορετικά πρότυπα σκέψης, συναισθημάτων και συμπεριφοράς προκύπτουν λόγω διαφορετικών πολιτισμικών υποβάθρων, έτσι και κάθε εργαζόμενος διαθέτει διαφορετικούς τρόπους διαχείρισης των καθηκόντων του. Συνεπώς, όπως έχουν καταδείξει προηγούμενες μελέτες, οι διενέξεις προκύπτουν συνήθως όταν εργαζόμενοι που προέρχονται από κουλτούρες με πολύ διαφορετικές προσεγγίσεις απαιτείται να συνεργαστούν για την επίτευξη ενός κοινού στόχου, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται τελικά η απόδοση της εταιρείας. Ως εκ τούτου, η αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία αποτελεί τον πιο έγκαιρο, πρωτοπόρο και πρακτικό τρόπο για την επίλυση των παρεξηγήσεων και των αντιπαραθέσεων πριν καν συμβούν. Πέρα από αυτά, η αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία είναι σημαντική για τη δημιουργία θετικού εργασιακού περιβάλλοντος σε ένα ποικιλόμορφο χώρο εργασίας (π.χ. χρησιμοποιώντας την κατάλληλη γλώσσα για την καλλιέργεια κινήτρων, εντάσσοντας ταυτόχρονα τη χρήση πολιτισμικών στοιχείων σε αυτή). Η αποφυγή ενός αρνητικού εργασιακού περιβάλλοντος είναι σημαντική, καθώς έχει άμεσο αρνητικό αντίκτυπο στην εταιρεία, που εκδηλώνεται για παράδειγμα, μέσω του αυξημένου ποσοστού εναλλαγής προσωπικού και του χαμηλού ποσοστού διατήρησης πελατών. Οι κύριοι παράγοντες εξαιτίας των οποίων προκύπτει το αρνητικό εργασιακό περιβάλλον, είναι η παρανόηση και η αδυναμία κατανόησης, επομένως η απόκτηση δεξιοτήτων αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας αποτελεί μία από τις θεμελιώδεις προσεγγίσεις που απαιτούνται για την επίλυση αυτών των ζητημάτων.

Ωστόσο, είναι αδιαμφισβήτητο ότι η αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία είναι δύσκολο να επιτευχθεί, αλλά πρέπει, παρόλα αυτά, να τύχει ορθής διαχείρισης. Υπάρχουν πέντε βασικές δυσκολίες που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι μάνατζερ προκειμένου να επιτύχουν αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία. Πρώτον, η κουλτούρα είναι γνωστή ως το «λογισμικό του νου», το οποίο πιθανώς επηρεάζει τα πρότυπα σκέψης, συναισθημάτων και συμπεριφοράς (Hofstede, 1997, σελ. 4). Επομένως, οι εργαζόμενοι που προέρχονται από διαφορετικά πολιτισμικά υπόβαθρα και οι οποίοι διαθέτουν διαφορετικές αξίες και πεποιθήσεις είναι δύσκολο να συνεργαστούν, έχοντας παράλληλα έναν κοινό οργανωτικό στόχο. Επιπλέον, αυτό δεν αποτελεί εύκολη υπόθεση για τους μάνατζερ, καθώς αισθάνονται αγχωμένοι όταν δεν διαθέτουν αρκετές γνώσεις σχετικά με το πως να αντιμετωπίσουν ένα ποικιλόμορφο

εργατικό δυναμικό σε διάφορες καταστάσεις. Ακόμα ένα συνηθισμένο σφάλμα των μάνατζερ είναι να υποθέτουν ότι ομάδες ανθρώπων που υιοθετούν την ίδια κουλτούρα, πρέπει να αντιμετωπίζονται με τον ίδιο τρόπο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την μη αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία, λόγω ενός ακατάλληλου τρόπου επικοινωνίας. Η απομάκρυνση από τον εθνοκεντρισμό αποτελεί το πρώτο βήμα που πρέπει να κάνουν οι μάνατζερ προκειμένου να επιτύχουν διαπολιτισμική επικοινωνία, αφού οι εθνοκεντρικοί μάνατζερ αγνοούν ή ακόμη και κρίνουν την κουλτούρα των άλλων, εις βάρος του εργασιακού περιβάλλοντος και των σχέσεων εργοδότη-εργαζομένου. Εκτός από αυτό, η κατάρριψη των στερεοτύπων αποτελεί απαίτηση προκειμένου οι μάνατζερ να επικοινωνούν καλύτερα με τον κάθε εργαζόμενο. Οι μάνατζερ που είναι προκατειλημμένοι αποτυγχάνουν να κατανοήσουν πραγματικά τους εργαζομένους τους που διαθέτουν διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο. Γενικά, γίνεται κατανοητό ότι η διαπολιτισμική επικοινωνία είναι εξαιρετικά σημαντική για τις επιχειρήσεις. Ωστόσο, δεν είναι εύκολο να επιτευχθεί, ιδίως από τους μάνατζερ.

V. Συμπεράσματα

Στη σύγχρονη εποχή της εύκολης διεθνούς μετανάστευσης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η διαπολιτισμική επικοινωνία αποτελεί πλέον μια αναγκαιότητα που δεν είναι δυνατόν να αποκλειστεί από τη ζωή μας. Οι δεξιότητες αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας μπορούν όχι μόνο να βοηθήσουν στην εξάλειψη πολλών προβλημάτων, όπως οι αντιπαραθέσεις και οι παρεξηγήσεις, αλλά και στην προώθηση καλών σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων. Επιπλέον, δύνανται να ενισχύσουν την απόδοση των εργαζομένων και την ανάπτυξη της εταιρείας. Έτσι, είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης. Ωστόσο, η επίτευξη αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας δεν είναι εύκολη. Επομένως, οι μάνατζερ θα πρέπει να είναι σε θέση να εντοπίσουν τις δυσκολίες που υπάρχουν στην επίτευξη αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας και να καταβάλουν μεγαλύτερη προσπάθεια για την υπέρβαση αυτών. Με λίγα λόγια, οι δεξιότητες αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας αποτελούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και μια ανάγκη για την επιτυχία τόσο στην προσωπική ζωή, όσο και στον επιχειρησιακό τομέα.

ΠΡΩΤΟΤΥΠΟ

The Significance of Intercultural Communication for Businesses and the Obstacles that Managers should Overcome in Achieving Effective Intercultural Communication

Shum Su Kei & Rashad Yazdanifard

Abstract- Along with the rapid globalization of the era, the public is increasingly paying attention to intercultural communication as an important component to success, both in life and in work. It is general knowledge that human beings cannot live without communication and due to the influence of globalization; communication is no longer confined solely to a community and nationwide level but also on an international scale. Thus, intercultural communication is now more important than it ever was for enterprises. Yet the effective intercultural communication needed for the aforementioned success is difficult to achieve. This paper will discuss the obstacles that a manager should overcome in order to achieve intercultural communication.

Keywords: intercultural communication, culture, communication

I. Introduction

It is impossible to live in a world without interacting with others, thus making communication an indispensable part of living and effective communication an extremely useful skill. The basic principles of the communication process is the sending information, ideas and emotions through a channel to specific individuals or groups who receive and decode it and may give feedback (Lussier, 2009). Additionally, communication is not only defined as a combination of natural sciences and social sciences, but is also an essential and effective tool for the management of a company (Snell, 1985). As a result of the rapid advances in information technology, the ensuing globalization has led to communication becoming more complicated in the 21st century. The sharing of information among various individuals in society is no longer confined to a communal and national level, but also to a global level, thus making intercultural communication more crucial than ever before.

a) McLaren (1998) has demonstrated that

“Culture is a human phenomenon; it is the way we are, both physically and mentally. It is both state in which each of us exists and a process which changes constantly according to the individual, the time and the place. This combined state and process called culture affects us all as we respond to others, to events and to the environment.” (p.14)

b) Intercultural communication, also known as crosscultural communication, is commonly defined as the following

"the ability to successfully form, foster, and improve relationships with members of a culture different from one's own...is based on knowledge of many factors, such as the other culture's values, perceptions, manners, social structure, and decision-making practices, and an understanding of how members of the group communicate--verbally, non-verbally, in person, in writing, and in various business and social contexts, to name but a few" (“What is Cross-Cultural Communication?,” n.d.).

As a consequence of the rapid development of international business, more attention is being paid to the importance of intercultural communication. In other words, intercultural communication has become increasingly significant both in work and in life. Nevertheless, to achieve effective intercultural communication there are some hurdles that we are required to confront and overcome.

II. The Significance Of Effective Intercultural Communication For Businesses

Generally, the main intention of communication is to express oneself; however, there are different modes of expression and also different types of communication, for example, cross-culture communication. Intercultural communication is the process of conveying and receiving messages between individuals or groups whose cultural background scan considerably affect to the different interpretation of verbal and non-verbal signs (Thill & Bovée, 2005). In view of globalization, aptitude at inter cultural communication will give any company a competitive edge.

a) Business Expansion

An enormous amount of previous studies have illustrated how poor communication can result in lackluster organizational performance, as well as how communication is crucial to all employees of the company including both the manager and subordinates. Generally, the ability to communicate effectively is undeniably a challenge in the global

environment. For an instance, misunderstandings can still arise when both parties speak the same language because of different cultural backgrounds (Hilton, 2007). Therefore, an understanding of the influence of globalization on intercultural communication is undeniably necessary to businesses which are attempting to create a competitive advantage for themselves in both the domestic and international markets.

We have established that communication is a critical competitive advantage for businesses. For instance, effective communication enables a company to explain more succinctly to the customers the differences and superiority of the company's products and services in comparison to their competitors (Hilton, 2007). Likewise, businesses which can communicate cross-culturally will possess a vital competitive edge in the international market; for example, the company is capable of spending more of their time and resources to engage in business instead of solving internal and external communication problems (Hilton, 2007). Furthermore, communicating with business partners from foreign corporations is unavoidable and necessary in an international company. Without a doubt, communicating with foreign business partners is more difficult than with domestic business partners, due to the difference in cultures that most probably lead to the foreign companies to conduct business in a whole other way. Moreover, business partners from other cultural environments are unpredictable to us therefore necessitating effective communication in order for clarity of understanding to both parties. In short, dealing with employees, colleagues, customers, and also business partners from different cultures is imperative, in order to achieve the mission of the company and building values for the stakeholders. Accordingly, an effective intercultural communication is a significant requirement for businesses.

b) Elimination of Conflicts

With international migration becoming increasingly affordable and available, employees work in increasingly diverse environments, thereby being exposed to diverse cultures. Each person has their own culture which influences their mode of thinking, feeling and behavior and these differences can and will result in conflict.

Conflict is defined as a type of friction, disagreement, discord and even expressed struggle between at least two interdependent parties who perceive incompatible goals, scarce resources, and interference from others in accomplishing their goals (Adams, 2009). In a busy workplace, conflict is acknowledged as an unavoidable issue in an

organization due to multiple personalities, multiple pressures, or even multiple cultures (Adams, 2009). Nevertheless, a counterproductive workplace conflict can result in numerous negative consequences. For the purpose of eliminating the conflict at a fundamental level, communication is required.

Relationship conflicts, a disagreement or argument that takes place between two or more people within a relationship, most probably arises when an individual behaves in a negative manner or others have skewed perception (Pelled, 1993). Employees in firms come from various walks of life and different cultures thus resulting in different personalities. When such diverse individuals work in a firm to achieve a common goal, it is common that the disputes between personalities occur, causing interpersonal tension, resentment and frustration (Jia-Chi, 2010). The overall group performance of the firm can decrease drastically if such disputes of personalities are not resolved and they do not reach a common ground to work collaboratively (Pelled, 1993). Therefore, intercultural communication is particularly important to avoid conflict caused by a diverse cultural working environment.

c) Positive Work Atmosphere

Each individual wishes to be respected and to be recognized by others and society so as to find their self-worth. Employees are a critical and fundamental resource of any business, small or large, who want to get the respect of others as well as social recognition. Since employee engagement and business success are closely interrelated, healthy relationships in the workplace should be built to establish a good business sense (Hynes, 2012). In other words, a company which contains energized employees will possess higher innovation and productivity, and ultimately higher profitability (“Workplace conflict erodes productivity,”2014). Motivating language being used by the management is one of the critical elements to strengthen the self-efficacy of employees and to enhance the performance of employees (Mayfield & Mayfield, 2012). Managers can adopt the usage of cultural-related motivating languages to encourage employees in order to build a positive working atmosphere. On the contrary, non-energized employees will significantly affect the company’s operation.

One of the important determinants causing employees to become non-energized is negative emotions. Emotions have a direct effect on health and a negative work atmosphere in the workplace will result in health issues among employees, for

examples, stress and depression. Consequently, unhealthy and nonenergized employees will work ineffectively and/or reluctantly, thereby, resulting in absenteeism (Sonnentag, Unger & Nägel, 2013). Supposing that the negative work atmosphere is not able to be changed to become positive, the absenteeism will get worse and may even lead to the increased employee turnover (Sonnentag et al., 2013). Accordingly, the productivity of a company is influenced by a negative work atmosphere which will affect the company's performance and profits. This problem has become a common issue because of the increasingly diverse workforce caused by globalization. As the main cause of a negative work atmosphere is misapprehension and incomprehension, one of the fundamental solving approaches is that of effective communication. Effective communication is defined as having a direct positive effect on the performance of a company as the demonstration of Schein (1993) that "organizational effectiveness is therefore increasingly dependent on valid communication across subculture boundaries . . . Dialogue, then, is at the root of all effective group action" (p. 28-29). Therefore, effective intercultural communication is significantly required for preventing a negative working atmosphere caused by a diverse cultural working environment, and also building a positive working atmosphere.

III. Obstacles that Manager should Overcome in Achieving Intercultural Communication

Culture is defined as an approach to life and worldview shared by individuals and groups in a society (Helman, 2001). As a society becomes more globally connected, the necessity of intercultural communication has gained increasing prominence. Getting involved in global business operations causes the workforce in a company to become more complex because employees are commonly composed of individuals who possess diverse cultures with different backgrounds. Therefore, the ability of managers to communicate effectively and cross-culturally is definitely unable to be underestimated.

a) Values and Beliefs

Cultural values and beliefs have a vital influence on the perceptions of others' acceptance, credibility and trust worthiness (Brislin, 1993). Each employee may intend to complete their tasks in their own ways regardless of others' opinions, in accordance to each person's values and beliefs, which are significantly influenced by their cultural background. The more employees from different cultural backgrounds who work

together, the more different opinions there will be in the workplace. Eventually, conflict could arise from employees who insist on their own views and do not accept others' opinions, which is to the detriment of the company. Thus, skills for effective intercultural communication are needed by managers to communicate with and ensure the employees from different cultural background can understand each other and share a common vision and goals. Nonetheless, it is inevitable that managers themselves may possess definitely different values and beliefs from their employees. Understanding each person's values and beliefs while also convincing employees to accept others' cultures is not recognized as an easy matter for managers. Hence, differences in values and beliefs are one of the obstacles that managers need to overcome to achieve effective intercultural communication.

b) Apprehension

Culture is represented differently from person to person, either slightly or extremely. Different cultures influence the communication patterns between individuals or groups. Ignorance leads to apprehension and the diverse workplaces that are becoming increasingly common force interaction among cultures that traditionally never had anything to do with each other, becoming a possible source of conflict. If this issue is not nipped in the bud, and education on other cultures is not provided, the performance of company will be affected, and eventually damaging the values of stakeholders. Managers need to learn effective intercultural communication skills in addition to having a certain understanding of different cultures. Nonetheless, understanding others' cultures is not an easy matter for managers as mentioned above. As each individual grows up within a single culture, interacting with others from different cultural backgrounds is undoubtedly a challenge for them, including managers (Fink, Neyer & Kölling, 2006). Thus, managers who may not possess a sufficient knowledge on dealing with employees from diverse cultural backgrounds will find it doubly difficult to deal with conflicts of that sort. This is also the major factor resulting in apprehension in managers, and also one of the obstacles that managers should overcome in order to achieve effective intercultural communication.

c) Ignorance

People who live in the same area and interact with the similar group of people most probably have the same culture (Hofstede, 2001). For examples, Japanese living in

Japan share common values and beliefs. However, Japanese living in foreign countries may have slightly or even extremely different cultures from Japanese who live in their home country due to the different growth backgrounds. Each individual forms their own definitions of culture based on their growth background, which consists of the historical, political, social as well as cultural contexts (Sorrells,2013). These growth experiences will directly or indirectly affect people in that defining culture, ultimately resulting in each person having their own distinctive definitions for culture. This results in one of the general errors that managers will regularly make. Managers often assume that employees from the same nation, race, or even religion adopt the same cultures. Thus, managers will mistakenly apply an identical mode of communication to employees who they assume adopt the same cultures. Regrettably, this leads to ineffective communication and managers should abandon this ignorance so as to adopt the appropriate mode of intercultural communication that takes into account different growth cultures.

d) Ethnocentrism

The initial step in achieving effective intercultural communication is determined as not to be ethnocentric (“Intercultural Communication,” n.d.). Ethnocentrism is defined as the following:

“The feeling that one's group has a mode of living, values, and patterns of adaptation that are superior to those of other groups. It is coupled with a generalized contempt for members of other groups. Ethnocentrism may manifest itself in attitudes of superiority or sometimes hostility. Violence, discrimination, proselytizing, and verbal aggressiveness are other means whereby ethnocentrism may be expressed” (“Ethnocentrism,” 2013).

Hence, ethnocentrism is recognized as an obstacle leading to failure in intercultural communication. The reason is because one of the critical terms for effective intercultural communication is to understand and respect different cultures. Nonetheless, individuals who are ethnocentric are almost certainly not able to appreciate another culture, but will engage in judgmental behavior of other cultures which differ from theirs. For this reason, ethnocentrism must necessarily be avoided by managers. All cultures should be determined as equal and be treated equally because there is no one culture which is superior to another culture. Nevertheless, this is not an

easy matter to be implemented due to most people feeling a sense of pride in their own group and cultures, while also doubtful of others and others' cultures. It is clear that ethnocentrism is one of the obstacles that managers should overcome in order to achieve effective intercultural communication.

e) Stereotyping

Ball (2010) has demonstrated that stereotyping is:

“The practice of assigning to all members of a group—particularly an ethnic or racial group—the same characteristics on the assumption that all members of the group share these traits...stereotyping can be based on traits associated with race, cultural backgrounds, sexual orientations, age, gender, and even occupations and physical disabilities.”

Generally, people tend to label and classify others based on information from the media, their own experiences and so on because it can make people feel secure, as they can consider themselves to be someone that “knows something” even though they may not (Gill, 2012). Stereotyping encompasses both positive or and negative judgments; none the less, the negative bias will undeniably be a disadvantage to intercultural communication. As culture is not observable until people engage in their culture specific behaviors by communicating and interacting with other people (Brislin, 1993), managers who are stereotyping may fail to truly understand their employees from different cultural backgrounds. Consequently, the failure of intercultural communication occurs as a result of this.

IV. Discussion

Communication is a critical factor of a company's competitiveness which cannot be ignored. This is because employees need to be able to cooperate with each other in order to achieve the company's goal (Erez, 1992; Bennis & Nanus, 1985; as cited in He& Liu,2010). With the rapidly advancement of technology and the advent of globalization, people begin to have more contact with others who adopt other cultures, either voluntarily or involuntarily. Having the ability to communicate effectively with others who possess slightly or definitely different cultures, is at once an advantage and a necessity; thus, the important relationship between the intercultural communication and businesses, both internal and external, is.

Above all, as communication skills area competitive advantage for companies, skill at effective intercultural communication is doubly important for a company that wishes to be a major player on the international market. Effective intercultural communication enables customers to have clear information and understanding of a company, for instance, the difference and superiority of the company's products and services in contrast to that of their competitors, because the messages are able to be conveyed accurately and effectively. In addition, effective intercultural communication becomes a competitive advantage of the company, especially in the international market, as it prevents the company from wasting time and resources on solving communication problems; thus enabling the company to spend their time more wisely and effectively in conducting business.

Secondly, having effective intercultural communication skills helps to avoid unnecessary misunderstandings and thereby eliminating conflict in the workplace. As different patterns of thinking, feeling and behavior are the results of different cultural backgrounds, each employee will possess different ways of dealing with their tasks. Therefore, disputes will commonly arise when employees from cultures with vastly different approaches are required to work together to implement a common goal, and eventually the performance of company will be affected as the previous studies have demonstrated. Hence, effective intercultural communication is the most timely, forefront and practical way to correct the misunderstandings and solve the conflicts before they even happen. Apart from those, effective intercultural communication is significant to build a positive working atmosphere in the diverse working environment, i.e., by using cultural-related motivational languages. As a negative working atmosphere will have a direct negative impact to the company, for example, high employee turnover and retention, it should be prevented. The main factors resulting in a negative working atmosphere are misapprehension and incomprehension, therefore having effective intercultural communication skills are one of the fundamental solving approaches needed to solve these issues.

Nevertheless, it is undeniable that effective intercultural communication is difficult to achieve but it must be, regardless, handled well. There are five main obstacles that managers should overcome in order to achieve effective intercultural communication. Firstly, culture is known as the "software of mind" that one's patterns of thinking, feeling and behaving are possibly influenced by (Hofstede, 1997, p.4). Therefore, the

integration of employees from different cultural backgrounds who possess different values and beliefs to work together and share a common organizational goal is not an easy matter for managers. Additionally, managers feel apprehensive when they have not enough knowledge on dealing with diverse employees in various situations. Furthermore, assuming that groups of people who adopt the same cultures is a common mistake that managers make, resulting in ineffective intercultural communication because of an inappropriate mode of communication. The abandonment of ethnocentrism is the initial step that managers should take in order to achieve intercultural communication since ethnocentric managers ignore or even judge others' cultures, to detriment of the work environment and employer-employee relationships. Aside from that, the abandonment of stereotyping is also required by managers in order to better communicate with the individual employee. Managers who possess negative bias fail to truly understand their employees from different cultural backgrounds. Overall, I recognized that intercultural communication is exceedingly important for businesses; however, it is not an easy matter to be achieved, particularly by management level employees.

V. Conclusion

In the modern era of easy international migration and social media, intercultural communication is now a necessity that cannot be excluded from our life. Effective intercultural communication skills can not only assist us to eliminate many problems such as conflicts and misunderstanding, but also to promote good relationships with each other. Additionally, it is able to strengthen the performance of employees and enhance the development of the company. Thus, it is essential to the development and competitiveness of the business. However, achieving effective intercultural communication is not easy. Therefore, managers should be able to identify the obstacles that stand in the way of achieving effective intercultural communication and put more effort into overcoming these obstacles. In a nutshell, effective intercultural communication skills area competitive advantage and a necessity required by us to succeed in life or business.

ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αφορά στη μετάφραση και τον σχολιασμό του άρθρου «The Significance of Intercultural Communication for Businesses and the Obstacles that Managers should Overcome in Achieving Effective Intercultural Communication» των Shum Su Kei και Rashad Yazdanifard, το οποίο αντλήθηκε από το ηλεκτρονικό επιστημονικό περιοδικό Global Journal of Management and Business Research. Το συγκεκριμένο άρθρο πραγματεύεται τον σημαντικό ρόλο της διαπολιτισμικής επικοινωνίας στον τομέα των επιχειρήσεων. Ειδικότερα, σε μια εποχή που η παγκοσμιοποίηση συμβάλλει στην συνύπαρξη ανθρώπων προερχόμενων από διαφορετικές κουλτούρες στον ίδιο χώρο εργασίας, η αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για την συνεργασία του προσωπικού και τελικώς την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης. Η γλώσσα σύνταξης του πρωτότυπου κειμένου είναι η αγγλική, ενώ το μετάφρασμα έχει αποδοθεί στην ελληνική γλώσσα. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι οι συντάκτες του πρωτοτύπου φαίνεται να μην είναι φυσικοί ομιλητές της αγγλικής γλώσσας, καθώς στο κείμενο εντοπίστηκαν τόσο ορθογραφικά, όσο και συντακτικά λάθη, με αποτέλεσμα να προκύψουν προσκόμματα κατά την μεταφραστική διαδικασία.

Όπως αναφέρθηκε στον Πρόλογο, πρόκειται για ένα ειδικό, οικονομικό κείμενο. Γενικά, δεν υπάρχει ομοφωνία μεταξύ των θεωρητικών για την διάκριση των ειδικών κειμένων από τα υπόλοιπα είδη κειμένων (Αλεξάκη, 2015: 55). Σύμφωνα με τον Delisle (1994:22), τα κείμενα διακρίνονται σε λογοτεχνικά και πραγματολογικά, μέρος των οποίων αποτελούν και τα ειδικά κείμενα (στο Αλεξάκη, 2015: 55). Σκοπός των πραγματολογικών και άρα και ειδικών κειμένων είναι *«η μεταφορά πληροφοριών και γνώσεων τεχνικής, τεχνολογικής και επιστημονικής φύσης, ενώ χαρακτηριστικό τους συνιστά η έλλειψη της κειμενικά αισθητικής τους διάστασης»*. (Delisle, 1994: 22) (στο Αλεξάκη, 2015: 55). Επεξηγηματικά, σκοπός των ειδικών κειμένων είναι η πληροφόρηση και προέχουν το μήνυμα και η εγκυρότητα της πληροφορίας (Αλεξάκη, 2015: 55). Σύμφωνα με τις Μπατσαλιά και Σελλά-Μάζη (1997: 115-116), το ύφος των συγκεκριμένων κειμένων είναι λιτό και ακολουθεί τη μορφή των εν λόγω κειμένων (νομικό, οικονομικό, κ.ά.) (στο Αλεξάκη, 2015: 55). Συμπερασματικά, το πρωτότυπο αποτελεί ένα ειδικό, οικονομικό κείμενο, με σκοπό να πληροφορήσει το κοινό για τον σημαντικό ρόλο της αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας στις επιχειρήσεις

(πληροφοριακό), διατηρώντας λιτό ύφος, ακολουθώντας ,δηλαδή, την μορφή του κειμένου.

Το πρωτότυπο, όπως προαναφέρθηκε, αποτελεί ειδικό κείμενο και πιο συγκεκριμένα οικονομικό κείμενο. Σύμφωνα με τον Κελάνδρια, *«η παραγωγή οικονομικών κειμένων είναι τεράστια και στοχεύει στην επικοινωνία τόσο διαφορετικών μεταξύ τους κοινών ώστε, αυτό το οποίο ονομάζουμε κείμενο της οικονομικής γλώσσας, να καταλήγει να είναι ένας ορισμός τόσο ευρύς και γενικός που να επιτρέπει την ταυτόχρονη ένταξη ενός τέτοιου κειμένου σε περισσότερες από μια τυπολογίες και κατηγοριοποιήσεις»* (Κελάνδριας, 2007: 15). Έτσι, παρά το γεγονός ότι με μια πρώτη ματιά το πρωτότυπο δεν φαίνεται να είναι αμιγώς οικονομικού χαρακτήρα, οι πληροφορίες που συμπεριλαμβάνονται σε αυτό για τον τομέα των επιχειρήσεων και την ορθότερη διοίκηση και διαχείριση της εταιρείας μέσω της διαπολιτισμικής επικοινωνίας, το κατατάσσουν στην ευρύτερη κατηγορία των οικονομικών κειμένων. Στον χαρακτηρισμό του κειμένου ως οικονομικό συνέβαλε, επιπλέον, η ειδική γλώσσα και πιο συγκεκριμένα η ύπαρξη οικονομικής ορολογίας. Σύμφωνα, άλλωστε, με τον Newmark (1995: 151), η ορολογία συμβάλλει στον χαρακτηρισμό των ειδικών κειμένων παρά το γεγονός ότι τις περισσότερες φορές αποτελεί μόλις το 5-10% του συνολικού κειμένου (στο Αλεξάκη, 2015: 60). Άλλωστε, τα χαρακτηριστικά των οικονομικών κειμένων διαμορφώνονται από την οικονομική ορολογία και την κοινή γλώσσα μέσω της μεταξύ τους αναπτυσσόμενης διαλεκτικής σχέσης (Κελάνδριας, 2007: 61). Τέλος, το πρωτότυπο απευθύνεται σε ειδικό κοινό, εξοικειωμένο με το περιεχόμενο και την οικονομική ορολογία. Σύμφωνα με τους Neubert και Shreve (1992: 58), σε αυτές τις περιπτώσεις οι μεταφραστές ειδικών κειμένων χρησιμοποιούν τον λόγο με ιδιαίτερη οικονομία, δηλαδή δε χρειάζεται να προβαίνουν σε επεξηγήσεις, δεδομένου ότι το κοινό στο οποίο απευθύνονται διαθέτει μια πρότερη γνώση των όσων καλείται να αναγνωρίσει στο μετάφρασμα (στο Αλεξάκη, 2015: 63).

Όσον αφορά το μετάφρασμα, πρέπει να αναφερθεί πως η λειτουργία, ο σκοπός και ο χαρακτήρας του κειμένου παρέμειναν όμοια με εκείνα του πρωτοτύπου. Επιπλέον, βασικό μέλημα αποτέλεσε η μεταφορά όλων των νοημάτων του πρωτοτύπου στο μετάφρασμα. Έτσι, η ύπαρξη ισοδυναμίας μεταξύ πρωτοτύπου και μεταφράσματος αποτέλεσε τον κύριο άξονα κατά τη διάρκεια της μεταφραστικής διαδικασίας. Σημαντικό αρωγό στην επίλυση των προβλημάτων που προέκυψαν κατά τη μετάφραση αποτέλεσαν τα γενικά και μονόγλωσσα λεξικά, τα δίγλωσσα λεξικά οικονομικών όρων,

η σχετική ειδική βιβλιογραφία, τα παράλληλα κείμενα, τα ηλεκτρονικά λεξικά και οι βάσεις ορολογίας.

Όπως έχει ήδη επισημανθεί, οι συγγραφείς του πρωτοτύπου πιθανώς δεν αποτελούν φυσικούς ομιλητές της αγγλικής γλώσσας, γεγονός που προκύπτει από την ύπαρξη γραμματικών και συντακτικών σφαλμάτων στο κείμενο. Τα γραμματικά λάθη, ενδεικτικά «required to overcame», «considerably affect to the different interpretation», «stereotyping is encompasses» δεν αποτέλεσαν εμπόδιο κατά τη μετάφραση, καθώς δεν επηρέασαν την κατανόηση του νοήματος του πρωτοτύπου. Εν αντιθέσει με τα γραμματικά, τα συντακτικά λάθη στάθηκαν αρκετές φορές εμπόδιο κατά τη μεταφραστική διαδικασία, καθώς επηρέαζαν άμεσα το νόημα του κειμένου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η πρόταση «*thus, the important relationship between the intercultural communication and businesses, both internal and external, is*», η οποία αποδόθηκε ως «Έτσι, η σημαντική σχέση μεταξύ της διαπολιτισμικής επικοινωνίας και των επιχειρήσεων, αφορά τόσο στις εσωτερικές, όσο και στις εξωτερικές σχέσεις της εταιρείας». Επιπλέον, πρόβλημα αποτέλεσε η πρόταση «*Furthermore, assuming that groups of people who adopt the same cultures is a common mistake that managers make, resulting in ineffective intercultural communication because of an inappropriate mode of communication*», στην οποία φαίνεται ότι έχει παραλειφθεί κάποιο ρήμα. Έτσι, με σκοπό την ύπαρξη νοήματος, η πρόταση αποδόθηκε βάσει του συγκεκριμένου ως εξής «Ακόμα ένα συνηθισμένο σφάλμα των μάνατζερ είναι να υποθέτουν ότι ομάδες ανθρώπων που υιοθετούν την ίδια κουλτούρα, πρέπει να αντιμετωπίζονται με τον ίδιο τρόπο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την μη αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία, λόγω ενός ακατάλληλου τρόπου επικοινωνίας».

Ακόμη, στο πρωτότυπο κείμενο υπήρξε χρήση τόσο του ενεστώτα, όσο και του μέλλοντα. Ωστόσο, στο μετάφρασμα υιοθετήθηκε κατά κύριο λόγο η χρήση του ενεστώτα, ώστε να υπάρχει συνοχή στο κείμενο. Άλλωστε, τα ειδικά κείμενα «*χαρακτηρίζονται από αυστηρή χρήση της γλώσσας και από ενιαίο επίπεδο συνοχής*» (Αλεξάκη, 2015:85). Για παράδειγμα, η πρόταση «*In other words, a company which contains energized employees will possess higher innovation and productivity, and ultimately higher profitability*», αποδόθηκε ως «Με άλλα λόγια, μια εταιρεία που στελεχώνεται από παραγωγικούς εργαζομένους καινοτομεί περισσότερο και παρουσιάζει υψηλότερη παραγωγικότητα και τελικά υψηλότερη αποδοτικότητα». Επιπλέον, κύριο

μέλημα κατά την μεταφραστική διαδικασία ήταν η διατήρηση λιτού ύφους στο μετάφρασμα, καθώς αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό των ειδικών κειμένων. Για αυτόν το λόγο, προχώρησα σε αλλαγή του πρώτου ενικού και του πρώτου πληθυντικού προσώπου στις εξής περιπτώσεις: «*Overall, I recognized that intercultural communication is exceedingly important for businesses;*», η οποία αποδόθηκε ως «Γενικά, γίνεται κατανοητό ότι η διαπολιτισμική επικοινωνία είναι εξαιρετικά σημαντική για τις επιχειρήσεις», και στην περίπτωση «*In a nutshell, effective intercultural communication skills area competitive advantage and a necessity required by us to succeed in life or business*», η οποία αποδόθηκε ως «Με λίγα λόγια, οι δεξιότητες αποτελεσματικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας αποτελούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και μια ανάγκη για την επιτυχία τόσο στην προσωπική ζωή, όσο και στον επιχειρησιακό τομέα». Αυτή η επιλογή έγινε ώστε να μην υπάρχει το υποκειμενικό στοιχείο στο μετάφρασμα.

Σύμφωνα με την Rogers (1996), «κατά τη μεταφραστική διαδικασία ειδικών κειμένων κύριο μέλημα του μεταφραστή είναι να επιλύσει τα προβλήματα ορολογίας, τα οποία προκύπτουν εξαιτίας των δυσκολιών που παρουσιάζει η συστηματοποίησή της» (στο Αλεξάκη, 2015: 59). Στην πράξη, τα βασικά προβλήματα που στάθηκαν εμπόδιο κατά τη μεταφραστική διαδικασία, αποτελούσαν προβλήματα της ευρύτερης οικονομικής ορολογίας. Το βασικότερο όλων των προβλημάτων ορολογίας ήταν η απόδοση των όρων «*culture*» και «*cultural*», ακόμη και αν δεν αποτελούν αμιγώς οικονομικούς όρους. Γενικότερα, υπάρχει μεγάλη σύγχυση για την σημασία των συγκεκριμένων όρων τόσο στην αγγλική, όσο και στην ελληνική γλώσσα.

Αρχικά, ο όρος «*culture*» μπορεί να αποδοθεί τόσο ως «*κουλτούρα*», όσο και ως «*πολιτισμός*». Η σύγχυση προκύπτει καθώς οι έννοιες του πολιτισμού και της κουλτούρας διαθέτουν ορισμένα κοινά στοιχεία, αλλά, ταυτόχρονα, αναφέρονται σε δυο ξεχωριστές οντότητες (Karras, 2020: 24). Ο Mukund Hambarde (2012) παρομοιάζει τους δύο όρους με τον ανθρώπινο κορμό. Για εκείνον, η κουλτούρα αποτελεί «*το μυαλό της κοινωνίας*», ενώ ο πολιτισμός αποτελεί το σώμα της. Με άλλα λόγια, η κουλτούρα αποτελεί την κινητήρια δύναμη (δηλαδή, τις παραδόσεις, τις αξίες και τις πεποιθήσεις), ενώ ο πολιτισμός τα αποτελέσματα μιας κουλτούρας (π.χ. την τέχνη, την αρχιτεκτονική) (στο Karras, 2020:24). Ουσιαστικά, η κουλτούρα αποτελεί τον κινητήριο μοχλό και την προϋπόθεση για την ανάπτυξη του πολιτισμού. Με άλλα λόγια, ο πολιτισμός δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς την κουλτούρα (Karras, 2020: 25).

Για τους παραπάνω λόγους, ο όρος «*culture*» αποδόθηκε ως «*κουλτούρα*», καθώς σε διάφορα σημεία του κειμένου γίνεται λόγος για τις αξίες και τις πεποιθήσεις των εργαζομένων («*values and beliefs*»). Ωστόσο, το επίθετο «*cultural*» δεν ήταν δυνατόν να αποδοθεί ως «*κουλτουρικός*» καθώς δεν έχει καθιερωθεί η χρήση του εν λόγω επιθέτου στην ελληνική γλώσσα. Αντίθετα, χρησιμοποιήθηκε το επίθετο «*πολιτισμικός*» σε όλους του σύμπλοκους όρους. Ενδεικτικά, ο σύμπλοκος όρος «*cultural background*», ο οποίος εμφανίζεται με μεγάλη συχνότητα στο πρωτότυπο, αποδόθηκε ως «*πολιτισμικό υπόβαθρο*», ενώ ο σύμπλοκος όρος «*cultural environment*» ως «*πολιτισμικό περιβάλλον*».

Η ύπαρξη πολλαπλής ορολογίας αποτέλεσε ακόμη ένα πρόβλημα που χρειάστηκε να αντιμετωπιστεί για να επιτευχθεί η ισοδυναμία ανάμεσα στο πρωτότυπο και το μεταφράσμα. Η χρήση διπλής ορολογίας αποφεύχθηκε καθώς δημιουργεί, συχνά, σύγχυση στον αναγνώστη (Κελάνδριας, 2007: 16). Έτσι, στις περιπτώσεις έγκυρης πολλαπλής ορολογίας, χρησιμοποιήθηκαν οι όροι με την συχνότερη εμφάνιση στην σχετική βιβλιογραφία και τα παράλληλα κείμενα, και άρα οι όροι τους οποίους συνηθίζει να χρησιμοποιεί ο αναγνώστης του μεταφράσματος (Κελάνδριας, 2007: 33). Σύμφωνα με τον Κελάνδρια, «για την σωστή επιλογή ισοδύναμου όρου και την αποφυγή της διπλής ορολογίας –όποτε κρίνεται απαραίτητο– εξετάζουμε, κυρίως, το κειμενικό περιβάλλον και την επικοινωνιακή λειτουργία του κειμένου» (Κελάνδριας, 2007: 149). Για τους παραπάνω λόγους, λοιπόν, στην περίπτωση αυτών των όρων έγινε επιλογή και χρήση μόνο ενός όρου στην ελληνική γλώσσα, παρόλο που ακόμη και το ευρύ κοινό είναι πιο εξοικειωμένο με την οικονομική γλώσσα σε σύγκριση με άλλες ειδικές, λόγω της καθημερινότητας που είναι τρομερά επηρεασμένη από την οικονομία.

Ο Χαραλαμπίδης (1992:339) αναφέρει ότι υπάρχουν ορισμένες λέξεις που προέρχονται από κάποια μεγάλη γλώσσα και χρησιμοποιούνται με την ίδια σημασία και με την ίδια ή παραπλήσια μορφή σε διαφορετικές γλώσσες. Αυτές οι λέξεις ονομάζονται διεθνισμοί (στο Κελάνδριας, 2007: 83). Χαρακτηριστικό παράδειγμα διεθνισμού αποτελεί ο όρος «*manager*» που αποδόθηκε ως «*μάνατζερ*», καθώς το ελληνικό κοινό και πόσο μάλλον το ειδικό, είναι εξοικειωμένο με την χρήση του όρου. Με βάση την παραπάνω λογική, με σκοπό, δηλαδή, την χρήση των όρων που είναι πιο γνωστοί στο κοινό και τους οποίους συνηθίζει να χρησιμοποιεί ο αναγνώστης, έγιναν οι εξής επιλογές: ο σύμπλοκος όρος «*business partner*» αποδόθηκε ως «*επιχειρηματικός εταίρος*», ο όρος «*stakeholder*» ως «*ενδιαφερόμενο μέρος*», ο όρος

«colleague» ως «συνεργάτης», ο όρος «*information technology*» ως «τεχνολογία της πληροφορίας», ο όρος «*domestic market*» ως «εγχώρια αγορά», ο όρος «*workplace*» ως «χώρος εργασίας», ο όρος «*workforce*» ως «εργατικό δυναμικό», ο όρος «*firm*» ως «εταιρεία», ο όρος «*performance*» ως «επίδοση», ο σύμπλοκος όρος «*ineffective communication*» ως «μη αποτελεσματική επικοινωνία», οι σύμπλοκοι όροι «*foreign company*» και «*foreign corporation*» ως «αλλοδαπή εταιρεία».

Εν αντιθέσει με τις παραπάνω επιλογές απόδοσης με έναν μόνο όρο, στην περίπτωση του «*employee*» δεν ήταν δυνατό να συμβεί αυτό. Έτσι, μεταφράστηκε τόσο ως «εργαζόμενος», όσο και ως «εργατικό δυναμικό» και «προσωπικό» σε δυο περιπτώσεις σύμπλοκων όρων. Ειδικότερα, στην περίπτωση «*diverse employees*», ο σύμπλοκος όρος αποδόθηκε ως «ποικιλόμορφο εργατικό δυναμικό», καθώς για να γίνει διακριτή η έννοια του «*diverse*» πρέπει να γίνει αισθητή η έννοια του συνόλου. Επιπλέον, το επίθετο «*diverse*» αποδόθηκε τόσο ως «διαφορετικός», όσο και ως «ποικιλόμορφος» (π.χ. ο σύμπλοκος όρος «*diverse culture*» αποδόθηκε ως «διαφορετική κουλτούρα» και ο σύμπλοκος όρος «*diverse workplace*» ως «ποικιλόμορφος χώρος εργασίας»). Στην περίπτωση «*employee turnover*» ο όρος αποδόθηκε ως «ποσοστό εναλλαγής προσωπικού». Επιλέχθηκε ο συγκεκριμένος όρος μεταξύ των διαθέσιμων επιλογών (π.χ. δείκτης ανανέωσης προσωπικού, δείκτης εναλλαγής προσωπικού, ποσοστό ανανέωσης προσωπικού, ποσοστό κίνησης προσωπικού, δείκτης κίνησης προσωπικού, ρυθμός εναλλαγής προσωπικού), λόγω της συχνότερης χρήσης του και λόγω της περιγραφικότητάς του, κάνοντας έτσι ακόμα πιο εύκολη την κατανόηση του κειμένου από τον αναγνώστη.

Ένα ακόμη πρόβλημα αποτέλεσε η απόδοση των όρων «*management*» και «*customer*». Ο όρος «*management*» προκαλεί σύγχυση τόσο στην ελληνική, όσο και στην αγγλική γλώσσα. Ο Κελάνδριας αναφέρει ότι υπάρχουν ορισμένες λέξεις διεθνούς εμβέλειας που απαντώνται με απλή μορφηματική και ορθογραφική προσαρμογή στην γλώσσα αφίξεως (διεθνισμοί) (Κελάνδριας, 2007: 83). Ο όρος «*management*» αποτελεί έναν από αυτούς τους όρους και για αυτό απαντάται ως «μάνατζμεντ», αλλά και ως «διοίκηση». Σύμφωνα με την Σωτηροπούλου, οι όροι «διοίκηση» και «μάνατζμεντ» χρησιμοποιούνται ως συνώνυμοι, παρόλο που δεν φαίνεται να υπάρχει συμφωνία στην ελληνόγλωσση και την ξενόγλωσση βιβλιογραφία (Σωτηροπούλου, 2016: 3). Επιπλέον, «στον αγγλοσαξονικό χώρο επικρατεί η άποψη ότι ο όρος «*management*» έχει ευρύτερη σημασία από τον όρο διοίκηση (*administration*)» (Σωτηροπούλου, 2016:

3). Το «μάνατζμεντ» συμπεριλαμβάνει τις έννοιες «οργάνωση και διοίκηση» και κάποιες φορές και την «διαχείριση» (Σωτηροπούλου, 2016: 4). Σύμφωνα με τον Κελάνδρια, σε αυτές τις περιπτώσεις δεν αποδίδεται ολόκληρο το σημασιολογικό εύρος του όρου της γλώσσας-πηγή στην γλώσσα-στόχος (Κελάνδριας, 2007: 150). Για τους παραπάνω, λοιπόν, λόγους ο όρος αποδόθηκε ως «μάνατζμεντ». Ομοίως, ο όρος «customer» μπορεί να αποδοθεί ως «πελάτης», «αγοραστής», «καταναλωτής», «συνδρομητής». Καθώς, όμως στο πρωτότυπο γίνεται λόγος για «products and services», αποφάσισα να αποδώσω τον όρο ως «πελάτης» προκειμένου να περιλαμβάνει όλες τις υπόλοιπες σημασίες (αγοραστές, καταναλωτές, συνδρομητές).

Παραμένοντας στα προβλήματα ορολογίας, η πολλαπλή ορολογία στην αγγλική γλώσσα μπορούσε σε συγκεκριμένες περιπτώσεις να αποδοθεί με μοναδικό τρόπο στην ελληνική. Ο Κελάνδριας αναφέρει πως σε αυτές τις περιπτώσεις το μόνο πρόβλημα του μεταφραστή είναι η αναγνώριση των συνώνυμων όρων στο πρωτότυπο κείμενο (Κελάνδριας, 2007: 151). Παράδειγμα αποτελούν οι σύμπλοκοι όροι «competitive edge» και «competitive advantage» που αποδίδονται ως «ανταγωνιστικό πλεονέκτημα». Ακόμη ένα παράδειγμα αποτελούν οι σύμπλοκοι όροι «intercultural communication» και «cross-cultural communication». Ακόμη και στην αγγλική γλώσσα υπάρχει σύγχυση για την σημασία αυτών των όρων, καθώς για πολλούς θεωρούνται συνώνυμοι. Μάλιστα, θεωρούνται συνώνυμοι όροι ακόμα και για τους συγγραφείς του πρωτότυπου κειμένου («Intercultural communication, also known as crosscultural communication...»). Ο όρος «intercultural» αφορά στην πρόθεση αλληλεπίδρασης και την επακόλουθη ανάπτυξη βαθιάς κατανόησης και σεβασμού για όλους τους πολιτισμούς (Karras, 2020: 112). Αντίθετα, ο όρος «cross-cultural» σχετίζεται με την σύγκριση διαφορετικών πολιτισμών. Αποτελεί, ουσιαστικά, έναν ουδέτερο όρο, καθώς δεν συνεπάγεται μια ευνοϊκή στάση που υποστηρίζεται από έναν πολιτισμό απέναντι σε έναν άλλο (Karras, 2020: 113). Ωστόσο, στην ελληνική γλώσσα οι όροι απαντώνται με τον όρο «διαπολιτισμικός», όπως, δηλαδή, αποδόθηκαν και στο μετάφρασμα.

Επιπλέον, ιδιαίτερο προβληματισμό προκάλεσε η πρόταση «As a negative working atmosphere will have a direct negative impact to the company, for example, high employee turnover and retention, it should be prevented», η οποία αποδόθηκε ως «Η αποφυγή ενός αρνητικού εργασιακού περιβάλλοντος είναι σημαντική, καθώς έχει άμεσο αρνητικό αντίκτυπο στην εταιρεία, που εκδηλώνεται για παράδειγμα, μέσω του αυξημένου ποσοστού εναλλαγής προσωπικού και του χαμηλού ποσοστού διατήρησης

πελατών». Πιο συγκεκριμένα, ο όρος «*retention*» αποδίδεται ως «*διατήρηση πελατών*». Η διατήρηση πελατών θεωρείται προσόν για μια εταιρεία. Για αυτόν τον λόγο έγινε προσθήκη του «*χαμηλού ποσοστού*» προκειμένου να γίνει ξεκάθαρη η αρνητική επιρροή του αρνητικού εργασιακού περιβάλλοντος στην λειτουργία της εταιρείας.

Αντίστοιχα, η πρόταση «*Consequently, unhealthy and nonenergized employees will work ineffectively and/or reluctantly, thereby, resulting in absenteeism*» αποδόθηκε ως «*Κατά συνέπεια, οι μη υγιείς και οι μη παραγωγικοί υπάλληλοι λειτουργούν αναποτελεσματικά ή / και απρόθυμα, με αποτέλεσμα να είναι διανοητικά απόντες από τον εργασιακό χώρο*». Ο όρος «*absenteeism*» σχετίζεται με την απουσία από τον χώρο εργασίας. Παρόλα αυτά, στο συγκεκριμένο γίνεται λόγος για την αναποτελεσματικότητα και την απροθυμία των εργαζομένων να εργαστούν σε ένα αρνητικό εργασιακό περιβάλλον. Για τον λόγο αυτό, χάριν νοήματος, προστέθηκε το επίθετο «*διανοητικά*».

Τέλος, σημαντικό είναι να αναφερθεί πως κρίθηκε αναγκαία η περιγραφική απόδοση δύο σύμπλοκων όρων. Πιο συγκεκριμένα, πρόκειται για τους όρους «*motivating language*» και «*business sense*». Έτσι, η πρόταση «*Motivating language being used by the management is one of the critical elements to strengthen the self-efficacy of employees and to enhance the performance of employees*» αποδόθηκε ως «*Ένα από τα κρίσιμα στοιχεία για την ενίσχυση της αυτοαποτελεσματικότητας και της απόδοσης των εργαζομένων αποτελεί η χρήση κατάλληλης γλώσσας από τους μάνατζερ, με σκοπό την ενθάρρυνση και την παρακίνηση των εργαζομένων*». Έγινε, δηλαδή, προσπάθεια περιγραφής του όρου «*motivating language*». Το ίδιο συνέβη και στην περίπτωση του «*business sense*» στην πρόταση «*Since employee engagement and business success are closely interrelated, healthy relationships in the workplace should be built to establish a good business sense*», η οποία αποδόθηκε ως «*Δεδομένου ότι η συνεργασία των εργαζομένων και η επιτυχία των επιχειρήσεων είναι στενά συνδεδεμένες μεταξύ τους, κρίνεται αναγκαία η ανάπτυξη υγιών σχέσεων στο χώρο εργασίας προκειμένου να τονώνεται το επιχειρηματικό πνεύμα*».

Εν κατακλείδι, η εκπόνηση της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας αποτέλεσε δύσκολο εγχείρημα, καθώς οι συγγραφείς του κειμένου φαίνεται να μην είναι φυσικοί ομιλητές της αγγλικής γλώσσας. Επιπλέον, δεν υπάρχει επαρκής βιβλιογραφία για την μετάφραση των οικονομικών κείμενων και την επίλυση των προβλημάτων που προκύπτουν κατά τη διάρκεια της μεταφραστικής διαδικασίας. Για τον λόγο αυτό,

χρειάστηκε να ανατρέξω και σε βιβλιογραφία σχετική με την επίλυση προβλημάτων ειδικών κειμένων και ορολογίας. Τέλος, η χρήση λεξικών και η ανάγνωση παράλληλων κειμένων και σχετικής οικονομικής βιβλιογραφίας κρίθηκαν αναγκαίες κατά τη μετάφραση.

ΓΛΩΣΣΑΡΙ

ΑΓΓΛΙΚΟΣ ΟΡΟΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΟΣ

argument	διαπληκτισμός, λογομαχία
background	υπόβαθρο
belief	πεποίθηση
business	επιχείρηση, άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας
business operation	επιχειρηματική δραστηριότητα
business partner	επιχειρηματικός εταίρος, επιχειρηματικός συνεργάτης
channel	κανάλι
colleague	συνεργάτης, συνάδελφος
communicate	επικοινωνώ
communication	επικοινωνία
communication pattern	πρότυπο επικοινωνίας
communication skill	δεξιότητα επικοινωνίας
company	εταιρεία
competitive advantage	ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
competitive edge	ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
competitiveness	ανταγωνιστικότητα
competitor	ανταγωνιστής
conflict	αντιπαράθεση
contact	επικοινωνώ
convey	μεταβιβάζω

cooperate	συνεργάζομαι
counterproductive	αντιπαραγωγικός
cross-cultural communication	διαπολιτισμική επικοινωνία
cross-culturally	διαπολιτισμικά
cultural background	πολιτισμικό υπόβαθρο
cultural belief	πολιτισμική πεποίθηση
cultural environment	πολιτισμικό περιβάλλον
cultural value	πολιτισμική αξία
culture	κουλτούρα
customer	πελάτης, αγοραστής, καταναλωτής, συνδρομητής
decision-making	λήψη αποφάσεων
decode	αποκωδικοποιώ
dialogue	διάλογος
disagreement	διαφωνία, διένεξη, διαπληκτισμός
discord	διαμάχη, διαφωνία, διένεξη
discrimination	διάκριση
dispute	διένεξη
diverse	ποικιλόμορφος, διαφορετικός, ποικίλος, ευρύς
domestic market	εγχώρια αγορά, εσωτερική αγορά
effective communication	αποτελεσματική επικοινωνία
effective intercultural communication	αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία
employee	εργαζόμενος, προσωπικό, υπάλληλος

employee turnover	ποσοστό εναλλαγής προσωπικού, δείκτης ανανέωσης προσωπικού, δείκτης εναλλαγής προσωπικού, ποσοστό ανανέωσης προσωπικού, ποσοστό κίνησης προσωπικού, δείκτης κίνησης προσωπικού, ρυθμός εναλλαγής προσωπικού
employer-employee relationship	σχέση εργοδότη-εργαζομένου
enterprise	επιχείρηση
ethnocentric	εθνοκεντρικός
ethnocentrism	εθνοκεντρισμός
expression	έκφραση
external communication	εξωτερική επικοινωνία, εξωεταιρική επικοινωνία
feedback	ανατροφοδότηση
firm	εταιρεία, επιχείρηση
foreign company	αλλοδαπή εταιρεία, ξένη εταιρεία
foreign corporation	αλλοδαπή εταιρεία, ξένη εταιρεία
friction	τριβή
frustration	απογοήτευση, δυσαρέσκεια, αγανάκτηση
global business operation	παγκόσμια επιχειρηματική δραστηριότητα
globalization	παγκοσμιοποίηση
group	ομάδα
group action	ομαδική δράση
incomprehension	αδυναμία κατανόησης
individual	άτομο, άνθρωπος

ineffective cultural communication	μη αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία, αναποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία
information	πληροφορία
information technology	τεχνολογία της πληροφορίας, τεχνολογία πληροφοριών, πληροφορική
interact	αλληλεπιδρώ, επικοινωνώ
interaction	αλληλεπίδραση, επικοινωνία
intercultural communication	διαπολιτισμική επικοινωνία
interference	παρέμβαση, ανάμειξη, επέμβαση
internal communication	εσωτερική επικοινωνία, ενδοεταιρική επικοινωνία
international business	διεθνής επιχείρηση
international company	διεθνής εταιρεία
international market	διεθνής αγορά
international migration	διεθνής μετανάστευση
interpersonal	διαπροσωπικός
interpretation	ερμηνεία
judgment	κρίση
language	γλώσσα
management	μάνατζμεντ, διοίκηση, διαχείριση, διεύθυνση
manager	μάνατζερ, manager, διευθυντής, στέλεχος επιχείρησης, διευθυντικό στέλεχος, υπάλληλος διεύθυνσης, διοικητικό στέλεχος, προϊστάμενος, διαχειριστής επιχειρήσεως ή εταιρίας
media	μέσα μαζικής ενημέρωσης

message	μήνυμα
misapprehension	παρανόηση
misunderstanding	παρεξήγηση, παρανόηση
negative bias	προκατάληψη
non-verbal sign	μη λεκτικό σημείο
occupation	επάγγελμα
operation	λειτουργία
organization	οργάνωση, οργανισμός
organizational effectiveness	οργανωτική αποτελεσματικότητα
organizational goal	οργανωτικός στόχος
organizational performance	οργανωτική απόδοση
party	μέρος, συμμετέχων
perception	αντίληψη
performance	απόδοση, επίδοση
product	προϊόν
productivity	παραγωγικότητα
profit	κέρδος
profitability	αποδοτικότητα, κερδοφορία
receive	λαμβάνω
recognition	αναγνώριση
relationship	σχέση
resentment	δυσανεμία
resource	πόρος
retention	διατήρηση πελατών

self-efficacy	αυτοαποτελεσματικότητα
service	υπηρεσία
social media	μέσα κοινωνικής δικτύωσης
social structure	κοινωνική δομή
society	κοινωνία
speak	μιλάω
stakeholder	ενδιαφερόμενο μέρος, ενδιαφερόμενος παράγοντας, συμφεροντούχος, ενδιαφερόμενοι κύκλοι συμφερόντων
struggle	σύγκρουση, πάλη, μάχη
subculture	υποκουλτούρα
subordinate	υφιστάμενος
tension	ένταση
valid communication	έγκυρη επικοινωνία
verbal aggressiveness	λεκτική επιθετικότητα
verbal sign	λεκτικό σημείο
violence	βία
walk of life	κοινωνική τάξη
work	εργάζομαι, εργασία
workforce	εργατικό δυναμικό
working atmosphere	εργασιακό περιβάλλον
working environment	εργασιακό περιβάλλον
workplace	χώρος εργασίας, εργασιακός χώρος

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. Έντυπα και Ηλεκτρονικά Λεξικά

Κασιώλας, Ε., Μείζον Αγγλοελληνικό & Ελληνοαγγλικό Λεξικό, Εκδόσεις Πελεκάνος, Αθήνα, 2005.

Μπαμπινιώτης, Γ., Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας, Κέντρο Λεξικολογίας, Αθήνα, 2004.

Χρυσοβιτισιώτης, Ι. & Σταυρακόπουλος, Ι., Λεξικό Αγγλοελληνικό και Ελληνοαγγλικό Εμπορικών - Τραπεζικών και Χρηματο-οικονομικών Όρων. 7η Έκδοση. Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 2011.

IATE – Βάση Ορολογίας της Ε.Ε. <https://iate.europa.eu/home>

Β. Έργα στην Ελληνική Γλώσσα

Αλεξάκη, Λ., Η Κειμενογλωσσολογική Προσέγγιση της Μετάφρασης Ειδικών Κειμένων, Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, Κέρκυρα, 2015.

Κελάνδριας, Π., Η Μετάφραση των Οικονομικών Κειμένων, Εκδόσεις Δίαυλος, Αθήνα, 2007.

Μπατσαλιά, Φ., & Σελλά-Μάζη, Ε., Γλωσσολογική Προσέγγιση στη Θεωρία και τη Διδακτική της Μετάφρασης, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, Κέρκυρα, 1997.

Σωτηροπούλου, Α., Ο ρόλος της Διοίκησης και της Ηγεσίας στη διαμόρφωση του εργασιακού περιβάλλοντος στο Δημόσιο Νοσοκομείο: Η περίπτωση του Γενικού Νοσοκομείου Κορίνθου, Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Κόρινθος, 2016.

Χαραλαμπίκης, Χ., Νεοελληνικός Λόγος. Μελέτες για τη γλώσσα, τη λογοτεχνία και το ύφος, Νεφέλη, Αθήνα, 1992.

Γ. Ξενόγλωσσα Έργα

Delisle, J., L'analyse du discours comme méthode de traduction, Initiation à la traduction française de textes pragmatiques anglais, Théorie et pratique, Editions de l'Université d'Ottawa, Ottawa, 1994.

Karras, I., The Culture and Communication Interface, Diavlos, Athens, 2020.

Mukund, H., What is the difference between civilization and culture [Blog post], 2019.

Neubert, A., & Shreve, G.M., Translation as Text, The Kent University Press, Kent, Ohio, 1992.

Newmark, P., A Textbook in Translation, Prentice Hall International, London, 1995.

Rogers, M., Terminology Part I, University of Surrey, Guilford, 1996.