

Προς μια κοσμοπολίτικη επιχειρηματικότητα

‘Η πού πας ρε Καραμήτρο χωρίς... ξένες γλώσσες και πολιτισμικές γνώσεις



Στέφανος Βλαχόπουλος

• [Link](#)

Καθηγητής στο Τμήμα Ξένων Γλωσσών, Μετάφρασης και Διερμηνείας (ΤΞΓΜΔ) του Ιονίου Πανεπιστημίου

Ομολογώ, πως με ταλαιπώρησε λίγο ο τίτλος. Έτσι είπα να αφήσω την τελική επιλογή σε σας. Πάντως, σκοπός του άρθρου είναι η ανάδειξη της σημασίας της πολιτισμικής γνώσης και του γλωσσικού αλφαριθμητισμού στην επιχειρηματικότητα. Το ό,τι η επιχειρηματικότητα είναι διεθνοποιημένη είναι πέρα από κάθε αμφιβολία. Δεν νομίζω να υπάρχει νέος ή ώριμος επιχειρηματίας που δεν δραστηριοποιείται ή δεν θα ήθελε να κινηθεί πέρα από τα οικονομικά όρια της χώρας. Απαραίτητη προϋπόθεση για την προσφορά αγαθών και υπηρεσιών σε άλλους οικονομικούς πολιτισμούς είναι η (διαπολιτισμική) επικοινωνία, δηλαδή η στοχευμένη διάδραση με ανθρώπους με διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο είτε βρίσκονται στη χώρα μας είτε αλλού.

Ο πολιτισμός¹ είναι αυτός ο παράγοντας που ρυθμίζει την καθημερινότητα της συνύπαρξης των ανθρώπων. Γεννά, δηλαδή, τη βάση της συνεννόησης και της αποφυγής συγκρούσεων μέσα από τη δημιουργία κοινού πλαισίου. Για τον Αμερικανό ανθρωπολόγο [Clifford Geertz](#) ο πολιτισμός ορίζεται ως ο ιστός που έχουν υφάνει

οι ίδιοι οι άνθρωποι. Ο πολιτισμός ορίζει και περιορίζει τα άτομα μέσα στον ιστό, αλλά και τα ίδια τα άτομα συμβάλλουν στη διαχρονική μετεξέλιξή του.

Τί γίνεται όταν στον ιστό μας βρεθούν άνθρωποι που προέρχονται από άλλον ιστό ή εμείς βρεθούμε σε κάποιον άλλον ιστό για λόγους κοινωνικούς ή επαγγελματικούς; Τότε ο πολιτισμικός ιστός μπορεί να μετατραπεί σε ναρκοπέδιο.

Σίγουρα η (επιφανειακή) γλωσσομάθεια (που αγνοεί τις πολιτισμικές παραμέτρους) διευκολύνει σε έναν βαθμό την επικοινωνία, το διάλογο και την ανταλλαγή πληροφοριών που οικοδομούν σχέσεις με πελάτες ή συνεργάτες σε ξένους ιστούς, σε ξένες αγορές. Τα Αγγλικά ως διεθνής γλώσσα έχουν συμβάλει στην κατάλυση αρκετών εμποδίων επικοινωνίας στη διεθνή επιχειρηματικότητα. Θα έλεγα όμως και τα Κινεζικά, τα Αραβικά, τα Πορτογαλικά και τα Ισπανικά αξίζουν τον ποιοτικό χαρακτηρισμό *διεθνείς γλώσσες* και έχουν κάνει την επικοινωνία ευκολότερη – σε αρκετές περιπτώσεις. Σε άλλες περιπτώσεις εγκλώβισαν τους ανθρώπους σε ξένους, άγνωστους πολιτισμικούς ιστούς.

Α, ρε Καραμήτρο! Τί θέλεις τον πελαργό και τα

παπούτσια!

Για να συμβιώσουμε και να συναλασσόμαστε οφείλουμε να εξετάσουμε τον πολιτισμικό ιστό των άλλων. Από ηθικής, ανθρωποκεντρικής πλευράς, αλλά και από στρατηγικής, πλευράς. Στο διεθνές επιχειρείν δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις, στις οποίες μεγάλες επιχειρήσεις αναπτύχθηκαν χωρίς την κατάλληλη προεργασία σε ξένες αγορές, με απώλειες στην εμπιστοσύνη των καταναλωτών, στην αξιοπιστία τους και [μεγάλες οικονομικές ζημιές](#). Εύκολα καταλήγει κανείς να πουλάει πάνες για μωρά που τα φέρνει ο πελαργός σε πολιτισμό όπου τα μωρά έρχονται με γιγάντια, πλωτά ... ροδάκινα όταν δεν έχει εξοικειωθεί με τον πολιτισμικό ιστό της χώρας. Ούτε μπορούμε σε Ιάπωνα προσκεκλημένο σε δείπνο να σερβίρουμε το επιδόρπιο σε - έστω - μικροσκοπικό δερμάτινο παπούτσι. Όσο πρωτότυπη ιδέα και εάν είναι, αυτό θα προκαλέσει τουλάχιστον αμηχανία - ίσως και παρεξηγήσεις. Κατά την επίσκεψη του Πρωθυπουργού της Ιαπωνίας στο Ισραήλ το 2018, όταν στο επίσημο δείπνο με τον ισραηλινό ομόλογό του, το επιδόρπιο [σερβιρίστηκε σε μικρό παπούτσι](#). Οι οικοδεσπότες αγνοούσαν πως στην Ιαπωνία το παπούτσι θεωρείται μιαρό και μένει εκτός ... τραπεζιού (και όχι μόνον). Θα υποθέσουμε πως οι ιθύνοντες και στις δύο παραπάνω περιπτώσεις γνώριζαν Αγγλικά. Αυτό που, σίγουρα, δεν γνώριζαν είναι τις γλώσσες και τον πολιτισμό των εταίρων τους. Εγκλωβίστηκαν στον ιαπωνικό πολιτισμικό ιστό τρομάζοντας γονείς και πρωθυπουργούς.

A, ρε Καραμήτρο! Πού πας με τα Αγγλικούλια!

Όσον αφορά τη χρήση της Αγγλικής στο επιχειρείν, σε άρθρο του περιοδικού Forbes με τίτλο [Leadership Skills Multiply With Language Skills](#) του [Rawn Shah](#) διαπιστώνεται πως η ελλιπής γλωσσομάθεια και η απουσία πολιτισμικών γνώσεων απειλεί την επιχειρηματικότητα των κατεχοχόν αγγλόφωνων ΗΠΑ. Σε άλλο άρθρο του ίδιου περιοδικού με τίτλο

[Never Underestimate The Value Of Language Skills And Participatory Development](#)

επισημαίνεται η ανάγκη τα στελέχη να μαθαίνουν ξένες γλώσσες και να εντρυφούν στον πολιτισμό για την αποτελεσματική επικοινωνία.

Προφανώς και δεν ακυρώνεται η σημασία της αγγλικής γλώσσας στην επιχειρηματικότητα. Κυρίως σε πολυπολιτισμικούς οργανισμούς η συνεννόηση πρέπει να γίνει σε μία κοινή γλώσσα. Αλλά όπως επισημαίνουν ο [Tsedal Neeley](#) και ο [Robert Steven Kaplan](#) στο άρθρο τους με τίτλο [What's Your Language Strategy?](#) που δημοσιεύτηκε στο Harvard Business Review πρέπει να μιλάμε την τοπική γλώσσα και να κατανοούμε τον πολιτισμό. Επίσης, επισημαίνουν πως στο εσωτερικό των πολυεθνικών οργανισμών οι φυσικοί ομιλητές της Αγγλικής δημιουργούν την ψευδαίσθηση της υψηλότερης ικανότητας και απόδοσης. Αυτό οδηγεί στην περιθωριοποίηση στελεχών, των οποίων τα Αγγλικά δεν είναι η μητρική γλώσσα.

Πού πας ρε Καραμήτρο! Γίνε επιτέλους κοσμοπολίτης!

Όψιμα γνώρισα την κοινωνιολογική έννοια του όρου *κοσμοπολιτισμός*. Το τελευταίο σαββατοκύριακο του Μαΐου του τρέχοντος βρέθηκα στην Κομοτηνή στο Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης στο διεθνές επιστημονικό συνέδριο «*Οικουμενικότητες (και Κοσμοπολιτισμός)*». Το συνέδριο ήταν μία όμορφη πρωτοβουλία της Καθηγήτριας του Τμήματος Γλώσσας, Φιλολογίας και Πολιτισμού Παρευξείνιων Χωρών Μαρίας Δημάση. Πέραν του προαναφερθέντος τμήματος, το συνέδριο συνδιοργανώθηκε από το Τμήμα Ξένων Γλωσσών, Μετάφρασης και Διερμηνείας του Ιονίου Πανεπιστημίου, το Πανεπιστήμιο Suor Orsola Benincasa της Νάπολης και το Πανεπιστήμιο του Cambridge. Είχα την τιμή να συμμετέχω στην επιστημονική επιτροπή του συνεδρίου. Αρχικά είχαμε συμφωνήσει στον τίτλο

Οικουμενικότητες για το συνέδριο. Στη συνέχεια προτάθηκε από τα άλλα μέλη της επιστημονικής επιτροπής η προσθήκη της έννοιας *κοσμοπολιτισμός*. Ο πρώτος μου συνειρμός ήταν το γνωστό κοκτέιλ *Cosmopolitan* που απολάμβανε σε στιγμές ανεμελιάς για πολλά χρόνια στην τηλεόραση διάσημη γυναικοπαρέα στη Νέα Υόρκη. Εξυπακούεται πως στη συνέχεια άρχισα να αναζητώ πιο αξιόπιστες πηγές για την έννοια του όρου.

Μία αρχική αλλά και περιεκτική πηγή για τον κοσμοπολιτισμό είναι το *Routledge Handbook of Cosmopolitanism Studies* με επιμελητή τον Gerard Delanty.

Στο τρίτο κεφάλαιο που συνέταξε ο ίδιος ο επιμελητής, συνοψίζει τα γενικά χαρακτηριστικά του κοσμοπολιτισμού ως εξής:

Η ανεμπόδιστη υποδοχή και αποδοχή του άλλου και η αποδόμηση των διακρίσεων, η διάδραση, η συλλογιστική της ανταλλαγής, της συνάντησης και του διαλόγου,

η διαβουλευτική επικοινωνία, ο μετασχηματισμός του ατόμου και της κοινωνίας και, τέλος, η κριτική αξιολόγηση.

Αυτά είναι τα χαρακτηριστικά του κοσμοπολιτισμού, τα οποία – κατά τον συγγραφέα – δεν εντοπίζονται ούτε στο επίπεδο του τοπικού ούτε στο επίπεδο του παγκόσμιου. Εντοπίζονται ακριβώς στο σημείο διασύνδεσης, εκεί όπου συναντώνται το τοπικό και το παγκόσμιο. Αντιλαμβανόμαστε πως αυτά τα χαρακτηριστικά αναδύονται μέσα από την κοινωνική πραγματικότητα ως ιδιαίτερο είδος εμπειρίας που αποκτάται κατά την επαφή με άλλους πολιτισμούς.

Η κοινωνία μας κινείται προς την κατεύθυνση μιας κοσμοπολιτισμικής κοινωνίας. Ακόμα απέχουμε πολύ, αλλά κινούμαστε αργά προς τη σωστή κατεύθυνση. Έχω την αίσθηση πως το ίδιο ισχύει και για τον οικονομικό πολιτισμό που στρατηγικά δεν έχει την πολυτέλεια να αγνοεί το πνεύμα της εποχής και κινείται προς την ίδια



κατεύθυνση και ίσως με λίγο μεγαλύτερη ταχύτητα από την υπόλοιπη.

Πού πας ρε Καραμήτρο (γλωσσικά και πολιτισμικά) αναλφάβητος! Μην είσαι τσιγγούνης και τουλάχιστον πλήρωσε έναν μεταφραστή!

Η γλωσσομάθεια δεν συνδέεται απαραίτητα με πολιτισμική επίγνωση. Η περίπτωση των διεθνών γλωσσών, οι οποίες χρησιμοποιούνται πολλές φορές πολιτισμικά ανυποψίαστα, το αποδεικνύει. Η κοινωνιολογική έννοια του *κοσμοπολιτισμού* συμπληρώνει – νομίζω – ιδανικά την έννοια της γλωσσομάθειας όπως την έχουμε γενικότερα στο μυαλό μας: δεν πρέπει να ταυτίζουμε τον γλωσσικό αλφαριθμητισμό με την απλή γνώση λεξιλογικών και συντακτικών στοιχείων μίας γλώσσας, αγνοώντας πως η γλώσσα τρέφεται και τρέφει έναν πολιτισμικό ιστό διαφορετικά δομημένο από το δικό μας.

Ωστόσο, ο κοσμοπολιτισμός – και στο επιχειρείν – δεν συνοδεύεται απαραίτητα από τη γλωσσομάθεια. Κοσμοπολιτισμός είναι να αναγνωρίζουμε την ύπαρξη διαφορετικών πολιτισμών, να τους σεβόμαστε και να επιχειρούμε να τους γνωρίσουμε ακόμα με τη βοήθεια ειδικών, των μεταφραστών και διερμηνέων.

Τί κρατάμε από τα προηγούμενα; Είμαστε κοσμοπολίτες στο επιχειρείν και στη ζωή μας. Το δείχνουμε με πράξεις σεβασμού στο διαφορετικό, με τη γνώση των γλωσσών και των πολιτισμών και συμβάλλουμε στη δόμηση του κοσμοπολιτικού ιστού στο διεθνές επιχειρείν. Οφείλουμε να το πράξουμε από ηθικής, ανθρωποκεντρικής, και από στρατηγικής, πλευράς.

¹Για τη σχέση πολιτισμός, οικονομία και διαπολιτισμική επικοινωνία ενθαρρύνουμε τον ενδιαφερόμενο αναγνώστη να διαβάσει τις σσ. 26-35, 46-49 και 107-110 στο *Βλαχόπουλος, Στέφανος (2015), Διαπολιτισμική Επικοινωνία στην Οικονομία*, Κάλλιπος.