

小错误造成大误会

——谈企业标识与传播影响

李旻 河南理工大学外国语学院

在全球化经济时代下的今天,越来越多的企业有着开发国外市场的发展需求,从企业发展的角度来看,进行国际化的发展也是必然的发展趋势,在这种情况下,对于企业而言所首先要解决的问题便是语言翻译问题。在企业开发国外市场的过程中,会进行企业标识的翻译,这是获得国外市场认可的一个基础,也是开发国外市场的一个重要环节。在我国企业的表示翻译中,经常会出现一些翻译错误的问题,这种翻译错误问题就会使得国外消费者对于企业标识的含义产生误解,从而不利于企业的国外市场开发。因而在企业的国际化发展过程中,对于企业标识翻译应该加大重视,对于翻译中常见的一些问题应当积极改进。几下介绍几种常见的小错误:

1.无法充分体现内涵

在企业标识的翻译中,无法充分的体现出企业的表示内涵是一个常见的问题,这一问题对于企业在国外市场的开发中也是影响很大的一个问题。企业标识作为企业经营理念、核心企业文化、产品优势等企业内容的一个重要承载部分,在企业的市场国外市场开发中有着重要的作用。能够促使国外消费者对于企业的产品产生一个了解,提高国外消费者对于企业产品的认可程度。如果在企业标识的翻译中无法充分的体现出这种标识核心内涵,就很难起到企业标识在市场开发方面的应有作用,甚至一些企业的标识在翻译中还会出现错误,这还会给企业的国外市场开发带来反作用。分析我国企业的标识翻译可以看出,很多企业的表示翻译都没有充分的体现出企业产品的核心价值部分,对于企业产品以及企业的优势也没有充分的体现出来。从企业在国外市场的开发来看,标识翻译错误问题是一个影响很大的问题,直接关系到国外市场开发的成功与否。如果在标识翻译中无法充分的体现出企业以及企业产品的内涵,就不能使得国外消费者认可企业和其产品。另一方面,企业标识从某种意义上来说就是企业的品牌,翻译不当的企业标识不但不能起到提高企业品牌价值的作用,甚至还可能在一定程度上降低企业的品牌价值。

2.对企业的了解不充分

在企业标识的翻译中,翻译人员对于企业了解的不充分也会导致翻译结果不当,甚至会产生本意曲解。翻译人员在进行企业标识的翻译过程中,应当首先对于企业有一个充分的了解,这种了解包括企业的经营情况、核心理念、产品优势以及售后服务等等,只有在与企业充分了解的基础上,才能进行准确的企业标识翻译。企业标识多承载的信息量很大,包含了企业的经营理念以及产品特性和优势,只有在企业标识对这些信息进行充分的体现,才能吸引足够的消费者关注度。如果翻译人员对于企业的基本情况了解不充分,在翻译的过程中是很难对这些信息进行较好体现的。对于我国企业的标识翻译来说,



很多都是通过委托这种方式,但是这些被委托的翻译机构对于企业的基本情况可能并没有一个充分的了解,对于标识翻译的要求也没有较好的把握,很多企业标识翻译都停留在字面翻译水平就是这种问题的一个直观体现。由此可见,翻译人员对于企业了解不充分这一问题在我国的企业标识翻译中是普遍存在的,这种问题也造成了很大的不利影响。从企业的国际化发展而言,需要一个质量较高的品牌,如果企业标识在这一方面不能起到应有的作用,就会给企业的国外业务开展带来一定的障碍。

3.不适应文化环境

对于企业标识翻译来说,还存在着一个普遍性的问题,那就是没有很好的将国外文化融入进去,在不同的国家和地区会有着文化上的差异,在进行市场开发的过程中,企业应当努力的去降低这种文化差异,融入到国外的文化环境中去。在企业的表示翻译中也是如此,对于企业的标识来说,在一定程度上就代表着企业的形象和品牌,如果这种标识翻译不能很好的适应当地的文化,不符合国

外消费者的消费习惯和生活习惯,就很难有效的打开国外市场。在企业标识翻译中,文化差异问题也是一个比较突出的问题,在很多企业的表示翻译中,都没有把这种文化差异融入进去,在翻译的过程中没有根据国外的文化环境、消费习惯、生活习惯进行充分考虑,从而导致所翻译的表示结果很难被消费者所接受。适应国外的文化环境是企业国际化发展所必须要进行的一个部分,这种环境适应和文化差异的消除首先就体现在企业标识的翻译上,如果没有一个好的表示翻译,是很难促使企业产品品牌获得国外市场接受的。从这种意义上来说,在企业标识翻译中消除文化差异也是企业国际化发展的一个重要措施,如果没有这种充分的文化差异考量,很难保障企业在国外市场开发中取得较好的成果。

如何实现企业标识与传播的统一

首先,正确体现企业标识核心含义。在企业标识翻译中应当首先保证的便是正确、全面、充分的体现出企业标识的核心含义,这就要求翻译人员在翻译的过程中不能将翻译

停留在字面翻译水平,应当全面的了解企业标识含义,在选词、语法上进行更加恰当、正确的选择。对于企业而言,应当加强对于企业标识的重视,在翻译人员的选择上应当更为的严格,并且明确提出对于企业标识翻译的要求,要保证翻译结果充分的体现出标识含义。企业标识对于企业品牌而言是非常重要的一个体现,承载了大量的企业信息,是企业进行市场宣传和推广的一个重要部分,因此在企业标识翻译方面应当加大重视力度。在企业标识翻译中,不能断章取义,选择标识中的某个方面进行翻译,应当全面的体现出企业标识的全部含义,并且在企业产品核心优势和特性方面应该进行重点展示。从企业的发展而言,在走出国门,进行国际化发展的过程中所首要解决的便是语言翻译问题,而企业标识作为企业在国外市场开发中的品牌体现,进行效果较好的翻译对于提高企业的市场影响力、提升企业的品牌价值有着重要的作用,因而在标识的翻译中更加应该正确、全面、充分的体现出核心含义。

其次,加强翻译人员对企业的了解。作为

翻译人员,在进行企业标识的翻译前,应当对企业进行充分的了解,了解企业的经营情况、经营理念、产品特色、产品优势等等,只有对企业情况有一个充分的了解之后才能在企业标识的翻译中较好的完成翻译工作。对于企业来说,在企业标识的翻译中,应当采取更加多样化的翻译人员选择方式,应当让翻译人员对于企业进行实地考察,在对于企业有了一个充分了解之后再行进行标识翻译。企业进行标识翻译对于企业的国外市场开发而言有着重要的作用和意义,应当对此提高足够的重视,在委托其他机构进行标识翻译时应当明确要求,特别是在标识的内涵体现方面,应当对企业自身的详细情况向对方进行详尽的描述。在进行企业标识翻译的过程中,翻译人员对于企业的了解是非常重要的,翻译人员只有在对企业有了一个全面、充分的了解之后,才能在标识的翻译中真正的体现出企业产品的特色以及优势,这对于促进企业在国外市场开发中有着重要的作用。同时,翻译人员对于企业的充分理解也有助于标识翻译能够在国外市场上吸引消费者关注度,对于企业产品或者服务的特点进行重点突出,以此吸引消费者眼球,这样更加有利于企业的国际化发展。

最后,充分了解国外文化环境。另一方面,在进行企业标识翻译中,充分了解国外文化环境也是非常重要的一个方面,由于地域不同,我国的文化和国外文化肯定存在着一定的差异,在企业标识的翻译中应当努力的消除这种文化差异,从而积极地融入到国外的文化环境中去。这就要求翻译人员在进行企业标识的翻译中应当对于国外文化环境有一个充分的了解,包括国外消费者的消费习惯、生活习惯、语言习惯等等,只有这样,才能使得标识翻译能够被国外消费者所接受。很多企业标识的翻译由于没有消除这种文化差异,都可能造成标识翻译的结果不被国外消费者所接受,从而不利于企业的国外市场开发。从企业的国际化发展角度来说,在产品标识设计方面应当去适应当地的文化环境,以便便于打开国外市场,这种产品适应的过程中,在标识翻译上适应当地的文化环境也是非常重要的一个方面。因此,企业在进行标识翻译中,对于翻译人员的要求就应当明确消除文化差异这一点,要求翻译人员在翻译的过程中充分考虑当地的文化环境和生活习惯,只有这样,才能翻译出能够被国外消费者接受的企业标识。同时,消除文化差异也是一个有着较高难度的工作,因而对于翻译人员的要求也就很高,对于此,企业应当格外重视,选择有着较高素质的翻译人员进行企业标识翻译。

随着全球化经济时代的来临,我国越来越多的企业都有着开发国外市场,进行国际化发展的需求。在企业的国际化发展中,企业标识翻译是非常重要的一个问题,对于很多企业来说,在企业标识翻译中出现的一些问题也是普遍性存在的。为了保障企业的国外市场开发,促进企业发展,就应当积极的对这些问题进行改正,在多方面采取措施,保障取得质量较高、效果较好的企业标识翻译。

激活领导气质

在团队中获得更高的地位。简言之,如果你提升自己的权力感,主动在团队面前展现领导风范,你将更有可能成为领导者。

当代企业组织愈扁平化、项目导向化,多元化临时团队逐渐成为常态。在这样的环境中,我们的研究对管理者尤其有借鉴意义。由于企业内部员工流动更灵活,领导者树立威信的传统方式不再有效,员工对领导者的第一印象将发挥关键作用。下文将介绍一种简单易行的自我训练方法,帮助你塑造领导形象。

主动出击

你马上面临一个重要会议。族裔、性别、年龄、外貌、职位、业务背景和专业技能显然无法在一夜之间改变;你能改变的是自己的思维和行为方式。研究表明,有些行为和性格特征被视为领导气质的体现,例如声音洪亮、主动、自信等。具有此类特征的人可能能力强、经验丰富,也可能只是性格外向、喜欢掌握主导权。但很多心理实验证实,任何人都可以通过改变心态和思维方式,进入积极主动的状态。

人类行为受两个心理动机系统支配:行为抑制系统和行为激活系统。前者的功能是规避风险、防止受伤,后者则使人集中精力、积极主动达成目标。帮助我们主动出击、获得更高地位的,正是行为激活系统。

我们的研究重点关注三种行为激活系统主导的心理状态,观察它们对行为的影响:聚焦于目标达成的进取精神、快乐,以及权力感。已有研究证明,这三种心理状态均能激活大脑左前额叶的一处特定区域,减少压力荷尔蒙可体松分泌,使人更乐观自信。脑神经、荷尔蒙和心态的变化,会导致行为的改变;例

如,权力感强的人不会迁就他人,而积极、乐观的人会在集体讨论中贡献更多。我们想探究的是,这类心理状态能否使人在人际互动中更积极主动,从而在团队中获得更高的地位。

我们推荐一种简单易行的方法,使你通过正向自我暗示进入积极主动的状态。我们的实验证实,只需写下或思考正面的生活体验或未来愿景,即可完成自我暗示:描述希望达成的目标,你将进入进取状态;回忆胜人一筹的经历,可提升权力感;写下曾让你激动喜悦的事情,你将更快乐。相反,如果进行反向自我暗示,例如回想被动承担的职责、受制于人的经历,以及悲伤的往事,你将进入消极、抑制的心理状态。在正向、反向自我暗示之外,思考通勤或购物之类日常事项,则不会影响心理状态。

在实验中,同性参与者被分为3人小组,我们分别对每个小组的3位成员进行正向、反向、中性暗示。随后每个小组需通过讨论完成一项任务,例如列出北极生存必备物品清单,或研究出成立公司的最佳方式。讨论结束后,每位参与者要对本组成员的地位和参与积极性作出评价:你在多大程度上尊重、佩服这位队友?她是否领导了你的小组?她在多大程度上影响了小组决策?她是否果断地提出主张?她是否在讨论中占据主动?

实验结果清楚地显示,经过正向暗示而进入进取状态、更有权力感、更快乐的参与者,在小组讨论中表现得积极主动,并获得了更高的地位。积极主动的参与者中,60%被至少一位队友评价为“团队领导”,这一比例是自然概率的近两倍。在另一项实验中,中立观察者观看小组讨论录像后确认,在讨论的

前10分钟,权力感提升的参与者发言更主动、果断。我们还发现,经过正向自我暗示进入积极状态,可使你在团队中的地位不输原本就外向、控制欲强的人。

由此可以得出结论:调整心态,在人际交往中采取更积极的姿态,你将更可能成为受人尊重的领导者。

保持优势

不过,在第一印象中获得的优势能保持多久?此前已有研究显示,心理暗示对行为的影响并不持久,通常只能持续几分钟到1小时。但我们的实验证实,新团队组建后,等级秩序会快速确立并不断强化,在这种条件下,心理暗示的效用更持久。在开始时更受尊重、被视为更有价值的员工,即使并无过人之处,仍将保持在团队中的地位。实际上,由于受到特殊待遇(消息更灵通、发言机会更多),他们在往业绩更好,更容易保持自己的地位。这与皮格马利翁效应颇为相似:起初被教师青睐的学生,在一年后的标准化测验中成绩更好。

为证实以上结论,我们在第一次实验48小时后请参与者回到原先的小组,完成两项新任务:在20分钟内为一家环保机构提出方案;在5分钟内完成一项数据估算(例如估计美国每天使用牙刷者的比例)。没有长篇大论或援引专业经验的时间,所有人必须立即着手工作。任务完成后,参与者再次进行互评,结果与两天前一致:虽然这次没有心理暗示,且任务也不同,但上次实验中更有权力感、更快乐的参与者能够继续对队友施加影响力。

我们还进行了一项资源分配实验,意在探究获得领导者地位的参与者能否获得实际好处。答案是肯定的:我们要求参与者根据各

自团队成员的贡献,自行分配一定数量的奖券。结果是先前经过心理暗示而更快乐的参与者得到了更多奖券。

我们由此得出结论:临阵磨枪激活积极心态,也可使你在团队中获得并保持较高地位和影响力。

实际应用

如何将我们的研究成果运用到实际工作中?只需进行上述正向自我暗示,你就有机会在新同事面前树立领导形象。

实验表明,各类正向暗示起到的作用基本相似,因此你可以根据心情,选择让自己富于进取精神、更具权力感,或变得更快乐。

但我们的研究也存在局限性。例如,企业中大部分团队项目的时长远超过两天;我们认为团队的等级秩序会不断强化,但未能证实心理暗示的效用也会增强。我们还必须承认,在积极主动的行为方式不受鼓励的变化中,这一方法不会奏效。此外,实验得出的结论在多大程度上适用于现实世界,还有待观察。但至少,我们的研究明确显示,个体可以通过自我暗示,提升领导力和影响力。

本文描述的现象与混沌理论家所说的“蝴蝶效应”不无相似之处:微小的变化能带来难以预想的后果,例如蝴蝶扇动翅膀,可能几周后会在千里之外掀起一场飓风。科幻小说和电影曾描绘过人际关系中的蝴蝶效应,这也许不仅仅是幻想。我们现在知道,只要花一点时间进行积极的自我暗示,稍稍改变自己的心态和情绪,你在新团队中的地位就将显著提升。传统观点将成功视为实力和机遇的产物,我们的研究则证明,适时调整心态同样重要。(慧琳译)