

# Magdalena Bielenia-Grajewska

---

## Hybrydyczność polskiego języka ekonomii

---

Studia Germanica Gedanensia 17, 137-144

---

2008

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Magdalena Bielenia-Grajewska

Instytut Anglistyki  
Uniwersytet Gdański

## Hybrydyczność polskiego języka ekonomii

Hybrydyczność jest terminem używanym w wielu dziedzinach. Najczęściej możemy go spotkać w naukach biologicznych (Mc Carthy 2006 oraz Singh, Dasgupta i Tripathi 2004), technologii (Savkin i Evans 2002) czy socjologii (Garcia Canclini, Rosaldo, Chiappari i Lopez 2005). Hybrydami zajmują się także specjaliści od zarządzania i finansów (Batchvarov 2004, Yeung 2004, Kleidt 2006) oraz językoznawcy (Burridge 2002). Artykuł ma na celu udowodnienie możliwości zastosowania tego terminu także w lingwistyce czy komunikacji międzykulturowej do analizy zawilosci języka ekonomii. Badania nad hybrydycznością obejmą więc dziedziny pomocne w opisie języka specjalistów od marketingu czy finansów. Zaczniemy od stwierdzenia Barkera (2005: 294–295), który uważa, że wszystkie kultury są hybrydowe. Tak więc hybrydyzacja oznacza mieszanie się elementów, które są hybrydowe same w sobie. W naszym przypadku język ekonomii obejmuje zlepek elementów takich jak Europa Centralna/Unia Europejska, Polska/język polski, firma, tłumacz, które z definicji charakteryzują się hybrydycznością. Celem pracy jest udowodnienie zależności między wymienionymi powyżej zagadnieniami oraz ukazanie wpływu jaki wywierają one na język ekonomii.

### 1. Europa Centralna / Unia Europejska

Zaczniemy od najszerszego pojęcia, Europy Centralnej oraz Unii Europejskiej. W tej części artykułu zostaną przedstawione oba te zagadnienia ze względu na sytuację geopolityczną Polski. Polityczna i kulturowa przeszłość, aspekt geograficzny jak też najnowsza historia naszego kraju w ramach wspólnoty Europejskiej powodują, że tłumaczenie tekstów ekonomicznych w Polsce może być rozpatrywane przy użyciu tych dwóch pojęć. Europa Centralna jest nam bliska ze względu na historię jak i geografie Polski. Wielu autorów postrzega Europę Centralną w kategoriach hybrydyczności. Jak stwierdza Dziamski (2004: 164), Europa Centralna jest wciąż

hybrydą, biorąc pod uwagę chociażby perspektywę Milana Kundery. Kundera w swoim esejju *Tragedia Centralnej Europy* uważa, że po 1945 roku Europa Centralna była geograficznym centrum, kulturalnym zachodem i politycznym wschodem. Z kolejnym przełomem w historii Europy Centralnej mamy do czynienia w roku 1989. Jak podaje Crane (2000: ix), był to czas ponownego rozkwitu sił kultury, które były pod wpływem ideologicznych podziałów Zimnej Wojny. Dziamski (2004: 165) uważa, że po 1989 Europa Centralna wciąż jest hybrydą, zawieszoną pomiędzy starym systemem, który odrzuca a nowym, do którego nie jest przyjęta. Europa Centralna była także omawiana biorąc pod uwagę aspekt językowy. Europę Centralną z punktu widzenia lingwistyki bada Maćkiewicz (2004: 7–14), która bierze pod uwagę elementy językowe zaczynające się na literę A i ukazuje jak wiele zbliżonych jednostek leksykalnych możemy znaleźć w językach krajów Europy Centralnej. Badane przez nią języki posiadają wiele wspólnych jak i odmiennych właściwości. Jednakże autorka udowadnia, że jest korpus słów, które występują tylko w Europie Centralnej. Takie słowa jak *absolwent* czy *adiunkt* odzwierciedlają sytuację geopolityczną Europy Centralnej. Należy jednak podkreślić, że język polski jest częścią rodziny języków Unii Europejskiej. Kalisz (1993: 117) uważa, że kultura brytyjska i polska mają cechy wspólne, które wywodzą się z europejskiego dziedzictwa mającego u podstaw tradycje antycznej Grecji i Rzymu. Te same pochodzenie sprawia, że na pozór odmienne języki posiadają wiele podobnych cech. Wspólnota językowa krajów Unii Europejskiej związana jest z celem Unii Europejskiej, której przyświecają takie idee jak posiadanie wspólnego rynku, otwarcie granic w celu umożliwienia swobodnego przepływu osób, towarów i usług. Takie obszary jak podatki są regulowane w podobny sposób na terenie całej Unii Europejskiej. Analizując rynek finansowy możemy stwierdzić, że instrumenty i usługi finansowe są bardzo podobne, ponieważ te same instytucje występują we wszystkich krajach europejskich. Z kolei w sferze nauki mamy do czynienia z implementacją strategii lizbońskiej a co za tym idzie z budowaniem państwa opartego na wiedzy, co ma istotny wpływ na sposób kształcenia współczesnych specjalistów. Reasumując, Polska czerpie jednocześnie z dziedzictwa Europy Centralnej jak też współtworzy kulturę państw Unii Europejskiej. Ta dychotomia widoczna jest w sposobie komunikacji ekonomicznej w Polsce, która zostanie szerzej omówiona w dalszej części pracy.

## 2. Polska i język polski

Kolejne elementy determinujące kształt języka ekonomii to Polska i język polski. W ciągu ostatnich dwudziestu lat Polska była areną ogromnych przeobrażeń gospodarczych. Te zmiany miały istotny wpływ na język polski i używane w nim słownictwo. We współczesnej historii Polski możemy zaobserwować dwa okresy, które determinowały kształt terminologii ekonomicznej. Pierwszy z nich to koniec lat osiemdziesiątych ubiegłego stulecia, czas

pojawienia się prywatnych firm i gospodarki rynkowej (Kwieciński 2001: 96). Według Holdena (1996: 47) to okres pozbywania się języka marksistowsko-leninowskiej ekonomii związanego z produkcją na rzecz akceptowania języka zarządzania. Następnym ważnym momentem dla polskiego języka ekonomii to rok 2004 kiedy Polska weszła do Unii Europejskiej, co zaowocowało pojawieniem się nowych instytucji związanych z biznesem, które oferowały polskiemu użytkownikowi nieznane dotąd produkty o nowych nazwach. W tymże roku rozpoczęła się także unifikacja polskiego systemu finansowego w celu dostosowania go do tego panującego w całej Unii Europejskiej. Ta sytuacja ma także wpływ na język polski. Omówmy najważniejsze zmiany. Wiele nowych wyrazów już nie jest postrzeganych jako zapożyczenia lecz funkcjonują jako normalne wyrazy – np. *marketing*, *menedżer*. Jak podaje Markowski (2002: 99) w polskich mediach używa się wiele słów hybrydowych, z pierwszym elementem obcym a drugim polskim: *eurobank*, *specgrupa*, *ekożywność*, *supercena*, *automyjnia*. Należy zwrócić uwagę, że hybrydy są widoczne w produktach oferowanych przez biznes rozrywkowy: *cinplex*, *docudrama*, *narrowcasting*. Więcej z nich dostępnych jest na stronach Wikipedii. Od słów przejdźmy do bardziej skomplikowanych struktur. Jak podają Schäffner i Adab (1995) we współczesnym świecie mamy do czynienia z hybrydowymi tekstami, które w naszym przypadku zawierają elementy polskie i obce. Przykładem są *to do's*, nazywane w żargonie biznesowym *tudusami*, czyli rzeczami, które należy wykonać. Życiorys, a raczej cv, także często posiada elementy polskie (umieszczanie informacji o pochodzeniu społecznym) jak i zachodnie (format). Ten sam pogląd jest reprezentowany przez Cronina (2003: 17), który podaje, że współcześnie żyjemy w dobie *ekonomii informacyjnej* i mamy do czynienia z tekstami hybrydowymi. To Internet jest odpowiedzialny za eliminację tradycyjnego podziału tekstów. W przeszłości każdy dokument miał określony format. Współcześnie nie ma już dokładnego podziału tekstów i ta sytuacja jest szczególnie łatwa do zaobserwowania w szybko zmieniających się dziedzinach takich jak nowe technologie czy ekonomia. Wielość elementów sprawia, że współczesny język polski ekonomii może być postrzegany w kategoriach hybrydycznych.

### 3. Firma

Współczesna firma znacznie różni się od form działalności gospodarczej popularnej dwadzieścia lat temu. Firmę dwudziestego pierwszego wieku znakomicie charakteryzują słowa Philippsa i Boyacigillera (2004: 76), którzy uważają, że ludzie wielu narodowości prowadzą międzynarodowe firmy, pracują nad wielokulturowymi projektami i często podróżują do innych krajów. W ciągu tego samego roku pracują w Paryżu, Szanghaju czy Buenos Aires z kolegami reprezentującymi różne kultury. Ten wieloaspektowy i złożony obraz współcześnie działającej korporacji powoduje, że postrzeganie firm i zespołów zadaniowych jako struktury hybrydowe jest często podejmowane w literaturze fachowej.

Zacytujmy najpierw kilka badań dotyczących firm i ich pracowników. Gibson (2004: 221–222) w swojej pracy udowadnia, że osoby reprezentujące jednorodną firmę (składającą się z członków pochodzących z tej samej kultury) są bardziej zadowolone i reagują w pozytywny sposób na zmiany, podczas gdy firmy wielorodne (z międzynarodowymi członkami) charakteryzują się kreatywnością grupy i wielością rozwiązań dla konkretnych problemów. Twierdzi on także, że zespoły mogą być efektywne jeśli będą posiadały wspólne normy działania i wspólne wyobrażenia dotyczące norm. Te elementy składają się na *kulturę hybrydową*. Według Gibsona, kultura hybrydowa pochodzi z nakładających się na siebie kultur członków zespołu, takich jak kultura narodowa, organizacyjna czy funkcjonalna. Kultura hybrydowa to może być także zbiór nowych zachowań powstałych na skutek interakcji zachodzących przez jakiś czas. Philips i Boyacigiller (2004: 77) porównują kulturę do cebuli. Należy zdjąć wiele warstw, by zobaczyć to, co nienamacalne i abstrakcyjne. Warstwa zewnętrzna składa się z widocznych i łatwo uchwytnych właściwości lub artefaktów, które mają raczej charakter fizyczny (instrumenty, symbole, logo, sposób ubierania się), behawioralny (rytuały) lub werbalny (język, opowiadania). Poniżej znajduje się warstwa wartości składająca się z preferowanych zachowań i celów. Kultura wielonarodowej firmy jest jeszcze bardziej złożona. Wielowarstwowość kultury każdego z uczestników komunikacji organizacyjnej współlistnieje z inną kulturą kolegi z pracy czy przełożonego, która jest równie złożona i skomplikowana. Ich wspólna egzystencja prowadzi do powstania *trzeciej kultury*, która stanowi hybrydę wartości i norm pochodzących ze składających się na nią kultur. Adair, Tinsley i Taylor (2006: 206–210) uważają, że trzecia kultura to wspólna struktura wiedzy składająca się z wiedzy o grupie, zadaniu jak i z norm oraz wartości zakorzenionych w tradycyjnym systemie kulturowym jednego lub więcej zespołu. Trzecia kultura jest specjalnym rodzajem kultury, która powstaje, kiedy ludzie pochodzący z różnych kultur narodowych działają w sprawie wspólnego celu. Tak więc informacje na temat zespołu, kto pełni jaką funkcję i informacje na temat zadania takie jak cele projektu i terminy wykonania są elementem trzeciej kultury ale nie muszą być częścią kultury generalnej. Wyżej wymienieni autorzy cytują także podejście innych uczonych do konceptu trzeciej kultury. Earley and Mosakowski (2000) definiują trzecią kulturę jako kulturę hybrydową będącą *pojawiającym się i uproszczonym zbiorem reguł, norm, oczekiwań i ról, które są wspólne dla członków zespołu*. Istotne jest także poczucie wspólnej tożsamości, która jest charakterystyczna dla danego zespołu. Te rozważania są istotne dla badań nad firmami istniejącymi w naszym kraju. Możemy stwierdzić, że nowoczesne firmy w Polsce mają strukturę hybrydową. Jak podają zachodni przedstawiciele koncernów, które po roku 1989 pojawiły się na polskim rynku, w Polsce nie było zbyt wielu menedżerów, którzy mogliby pracować w firmach. Powodem było brak odpowiedniej edukacji oraz przyzwyczajenie do starego systemu. Tak więc początkowo czubek piramidy tworzyli zagraniczni specjaliści. Z biegiem czasu sytuacja oczywiście się zmieniała. Polski personel zaczął zarządzać firmami z kapitałem zagranicznym. Ogólnie

współczesna firma działająca w Polsce składa się z osób mających różny stosunek do zarządzania. Starsze pokolenie często nie akceptuje zmian i preferuje pracę na starych zasadach. Ma inne podejście do takich aspektów jak konkurencyjność, zorientowanie na zadanie, praca w grupie, transfer wiedzy. Należy podkreślić, że wyżej wymieniony stan rzeczy nie jest negatywny. Co więcej, ta złożoność lub hybrydyczność sprawia, że firma odnosi sukces. Jak podaje Tenkasi i Boland (1998), powstająca ekonomia globalna jest charakteryzowana przez firmy, które potrzebują zróżnicowanej wiedzy specjalistycznej i taka jest oferowana w ramach hybrydycznej firmy. Jednakże działanie jakiegokolwiek firmy na arenie międzynarodowej nie byłoby możliwe bez osoby umożliwiającej kontakt językowy pomiędzy osobami reprezentującymi różne kultury. Tłumacza i jego rzemiosło omówimy w następnej części artykułu.

#### 4. Tłumacz

Nasza dyskusja na temat języka ekonomii, a w szczególności polskiej komunikacji ekonomicznej nie może obyć się bez przedstawienia osoby, bez której udziału nie byłoby zagranicznych tekstów ekonomicznych dostępnych dla polskiego użytkownika. Tłumacz jest mediatorem pomiędzy kulturami, osobą, której wiedza oraz kultura z jakiej pochodzi determinują efekt finalny pracy. Niestety, jego obecność jest często niedostrzegana a zauważany jest on dopiero najczęściej kiedy popełni błąd. Co więcej, jego rola jest często umniejszana. Ortega y Gasset (2003: 50) przekornie uważa, że pisanie w sposób ciekawy wymaga radykalnej odwagi, ponieważ często pisarz dokonuje *wtargnięcia* na pole gramatyki lub obszar związany ze stosowaniem danych struktur czy fraz. Z kolei tłumacz to osoba nieśmiała i, co więcej, z powodu pokory wybrała *tak nieistotny zawód*. Należy też podkreślić, że to tłumacz jest jako pierwszy oskarżany gdy czytelnik nie rozumie tekstu. Ale należy dodać za Poundem (2003: 33), że tłumacz nie może wykonać całej pracy *za językowo leniwego czytelnika*. Podobnie zdarza się także w trudnych tekstach ekonomicznych, które mogą być niezrozumiałe dla osoby, która nie używa terminologii ekonomicznej.

Ulotka bankowa musi pozostać ulotką bankową a nie książką liczącą wiele stron przypisów i wyjaśnień. Jak twierdzi Hönig (1997: 2) cytując Nord, tłumacz przede wszystkim powinien być lojalny. Obowiązuje go lojalność w stosunku nie tylko do klientów i użytkowników jego tłumaczenia ale także w stosunku do autora. Spełnienie tych wszystkich wymagań wobec osób pochodzących z różnych kręgów kulturowych powoduje, że często mamy do czynienia z tekstami będącymi wypadkową dwóch kultur – kultury źródłowej i kultury docelowej. Trzecia kultura, oprócz tych dwóch wymienionych kultur, obejmuje także ogólnie pojętą *kulturę tłumacza*, na którą składa się jego wykształcenie, pochodzenie i wychowanie. Nasze zdanie potwierdza także Just (2004: 1) stwierdzając, że każdy z nas bierze udział w wielu różnych kulturach, zaś kultury istnieją w ramach sieci interakcji. W naszym przypadku takie

czynniki jak wymienione wyżej pochodzenie geopolityczne (Europa Środkowa i Unia Europejska), język ojczysty i jego kultura (polski język i jego otoczenie kulturowe) oraz firma będą determinowały jego sposób i styl tłumaczenia. Należy podkreślić, że nie tylko w tej kolejności mamy do czynienia z oddziaływaniem szeregu czynników na sposób tłumaczenia. Odwrotna kolejność także ma istotne znaczenie. Osoba tłumacza i jego praca nie pozostaje obojętna na firmę i jej działanie. Firma zaś ma wpływ na rozwój kraju i jego języka. To przecież dzięki firmom rozwija się gospodarka narodowa, zaś sytuacja poszczególnych państw ma wpływ na sytuację całej Unii Europejskiej. Wróćmy jednak do samej osoby tłumacza. Jego praca znakomicie jest oddana w kilku popularnych stwierdzeniach na temat tłumaczenia i tłumacza. Porównywany jest on do kobiety, która jest albo piękna albo wierna. Inni uważają, że służy on dwóm panom, co jest niewykonalne. Rola tłumacza jest także różna w zależności od kultury, w jakiej on pracuje. Jak twierdzą Trompenaars i Hampden-Turner (2005: 81) w tradycji anglosaskiej tłumacz powinien być neutralny podczas rozmów. Porównywany jest on do maszyny, do której dostarczany jest tekst, zaś produktem wyjściowym powinien być tekst dla odbiorcy docelowego. Trompenaars i Hampden-Turner (2005: 134–135) podają także, że w kulturach kolektywistycznych tłumacz dodaje swoje komentarze i próbuje rozwiązać kulturalne i lingwistyczne nieporozumienia. W rezultacie tłumacz bardziej interpretuje niż tłumaczy tekst. Ta wyżej wymieniana różnica związana jest z rodzajem statusu (status przypisany a status osiągnany). Jeśli bierze się pod uwagę menadżerów brytyjskich, niemieckich, amerykańskich czy holenderskich to tłumacz traktowany jest przez nich jako pełnoprawny członek zespołu. Jego zadanie polega na tłumaczeniu najlepiej jak potrafi i unikania opowiadania się po jednej ze stron. Jego tłumaczenie powinno być neutralne i pozbawione zbędnej interpretacji. Jednakże, sytuacja prezentuje się odmiennie w takich krajach jak Japonia. Tam tłumacz potrzebuje około minuty do przetłumaczenia rozmowy trwającej piętnaście sekund. Dyskutuje on z resztą grupy o czym ktoś mówił. Jego rola polega nie tylko na tłumaczeniu ale także na wspieraniu grupy i jej ochronie. Jednakże powinniśmy podkreślić, że bez względu na otoczenie kulturowe, w jakim tłumacz pracuje, na kształt jego tłumaczenia składa się wiele czynników związanych z pochodzeniem geopolitycznym, przyswojonymi wartościami kulturowymi, językiem ojczystym, wykształceniem czy nawet ze specyfiką firmy, dla jakiej pracuje. Te wszystkie cechy powinny być brane pod uwagę podczas analizy jego pracy.

Celem niniejszego artykułu była próba wykazania hybrydycznego charakteru języka ekonomii. Jego kształt jest determinowany przez szereg czynników geograficznych, politycznych, kulturowych, językowych czy ludzkich. W ramach wstępnej analizy wyżej wymienionego tematu omówione zostały następujące determinanty: Europa Centralna i Unia Europejska, Polska i język polski, firma oraz tłumacz. Złożoność każdego z tych czynników sprawia, że zarówno tłumaczenie tekstów ekonomicznych jak i zrozumienie polskiego języka ekonomicznego wymaga znajomości szeregu uwarunkowań geograficznych, historycznych, politycznych czy kulturowych.

## Bibliografia

- Adair W.L., C.H. Tinsley, M.S. Taylor (2006): *Managing the Intercultural Interface: Third Cultures, Antecedents, and Consequences*, [w:] E. Mannix, E. Mannix, M. Neale, Y. Chen (red.): *Research on Managing Groups and Teams (część 9)*. Amsterdam: Elsevier.
- Barker Ch. (2005): *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Batchvarov A. (2004): *Hybrid Products*. Londyn: Risk Books.
- Burridge K. (2002): *Blooming English: Observations on the Roots, Cultivation and Hybrids of the English Language*. Cambridge: The Press Syndicate of the University of Cambridge.
- Crane R. (2000): *European Business Cultures*. Dorchester: Pearson Education.
- Cronin M. (2003): *Translation and Globalization*. Londyn: Routledge.
- Dziamiński G. (2004): *Hybrydyczna tożsamość Europy Środkowej po 1989*, [w:] Nycz R. (red.): *Dylematy wielokulturowości*. Kraków: Universitas.
- Garcia Canclini, N. R. Rosaldo, Ch.L. Chiappari, S.L. Lopez (2005): *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gibson C.B. (2004): *Building Multicultural Teams: Learning to Manage Homogeneity and Heterogeneity* [w:] N.A. Boyacigiller, R.A. Goodman, M.E. Phillips (red.): *Crossing Cultures: Insights from Master Teachers*. Nowy Jork: Routledge.
- Holden N. (1996): *The reorientation of management language in Russia and Poland in the transition to the market economy: A neglected perspective*, [w:] Somers H. (red.): *Terminology, LSP and Translation Studies in Language Engineering*. Amsterdam: John Benjamins.
- Hönig H. (1997): *Positions, Power and Practice: Functionalist Approaches and Translation Quality Assessment*". *Current Issues in Language & Society* 4/1. <http://www.tlinc.com/article4.htm>
- Just S. (2004): *Communicative prerequisites for diversity- protection of difference or promotion of commonality?* *Journal of Intercultural Communication* 7. <http://www.immi.se/intercultural/nr7/just.htm>
- Kalisz R. (1993): *Different Cultures, Different Languages, and Different Speech Acts Revisited*. *Papers and Studies in Contrastive Linguistics* 27.
- Kleidt B. (2006): *The Use of Hybrid Securities; Market Timing, Investor Rationing, Signalling and Asset Restructuring*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Kwieciński P. (2001): *Disturbing strangeness. Foreignisation and domestication in translation procedures in the context of cultural asymmetry*. Toruń: Edytor.
- Maćkiewicz J. (2004): *Czy istnieje środkowoeuropejska wspólnota językowa? (na podstawie występowania europeizmów w językach Europy Środkowej)*, [w:] Kątny A. (red.): *Kontakty językowe w Europie Środkowej. Sprachkontakte in Mitteleuropa*. Olecko: Wszelchnica Mazurska.
- Markowski A. (2002): *Jawne i ukryte nowsze zapożyczenia leksykalne w mediach* [w:] Bralczyk J., K. Mosiołek (red.): *Język w mediach masowych*. Warszawa: Upowszechnianie Nauki-Oświata "UN-O" Sp z o.o.



- McCarthy E.M. (2006): *Handbook of Avian Hybrids of the World*. Nowy Jork: Oxford University Press.
- Ortega y Gasset J. (2003): The Misery and the splendor of translation, [w:] Venuti L. (red.): *The Translation Studies Reader*. London: Routledge.
- Overhaus M., A. Bermudez, H. Buehler, A. Ferraris, Ch. Jordinson, A. Lamnouar (2007): *Equity Hybrid Derivatives*. Hoboken: John Willey&Sons, Inc.
- Philips M.E., N.A. Boyacigiller (2004): Cultural Scanning. An integrated cultural frameworks approach, [w:] N.A. Boyacigiller, R.A. Goodman, M.E. Phillips (red.): *Crossing Cultures: Insights from Master Teachers*. Routledge: Nowy Jork.
- Pound E. (2003): Guido's relations, [w:] Venuti L. (red.): *The Translation Studies Reader*. London: Routledge.
- Savkin A.V., R.J. Evans (2002): *Hybrid Dynamical Systems*. Boston: Birkhauser.
- Schäffner C., B. Adab (1995): Translation as Intercultural Communication. Contact as Conflict, [w:] Snell-Hornby M., Jetmarová Z., K. Kaindl (red.): *Translation as Intercultural Communication. Selected Papers from The EST Congress, Prague, 1995*. Amsterdam: John Benjamins.
- Singh P.K., S.K. Dasgupta, S.K. Tripathi (2004): *Hybrid Vegetable Development*. Binghamton: Food Products Press.
- Tenkasi R.V., R.J. Boland (1998): Exploring Knowledge Diversity in Knowledge Intensive Firms, A New Role For Information Systems. *Journal of Systemic Knowledge Management*.
- Trompenaars F., Ch. Hampden-Turner (2005): *Zarządzanie personelem w organizacjach zróżnicowanych kulturowo*. Kraków: Oficyna Wydawnicza.
- Yeung W.-Ch. (2004): *Chinese Capitalism in a Global Era: Towards a Hybrid Capitalism (Routledge Advances International Political Economy 12)*. Abingdon: Routledge.

## **Hybridism of the Polish language of economics**

### Summary

Hybridism is a concept used in many areas of studies, such as biology, sociology, linguistics or management. In this paper an attempt will be made to discuss some complexities connected with the language of economics and its hybrid nature. To elaborate on this issue, several concepts will be examined in greater detail. The first section will deal with Central Europe and the European Union. The second part will be devoted to Poland and Polish. The primary goal of the third part will be to elaborate on international companies. The fourth section will cover such elements as the translator and his craft. In exploring these issues, this paper will focus on the interrelation between the above mentioned concepts as well as their impact on the language of economics.