

ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η μετάφραση οικονομικών κειμένων
από τα Γερμανικά στα Ελληνικά

ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ



Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά
Συγγράμματα και Βοηθήματα
www.kallipos.gr

HEALLINK
Συνάερος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013

ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ
Καθηγητής
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Ηπείρου

ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η μετάφραση οικονομικών κειμένων
από τα
Γερμανικά στα Ελληνικά



Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά
Συγγράμματα και Βοηθήματα
www.kallipos.gr

Διαπολιτισμική Επικοινωνία Στην Οικονομία
Η μετάφραση οικονομικών κειμένων
από τα Γερμανικά στα Ελληνικά

Συγγραφή

Στέφανος Βλαχόπουλος

Κριτικός αναγνώστης

Hans-Bernhard Schlumm

Συντελεστές έκδοσης

Γλωσσική Επιμέλεια: Χρυσούλα Βούλγαρη

Γραφιστική Επιμέλεια: Μαρία Καραμολέγκου

Τεχνική Επεξεργασία: Μαρία Καραμολέγκου

Copyright © ΣΕΑΒ, 2015



Το παρόν έργο αδειοδοτείται υπό τους όρους της άδειας Creative Commons Αναφορά Δημιουργού - Μη Εμπορική Χρήση - Όχι Παράγωγα Έργα 3.0. Για να δείτε ένα αντίγραφο της άδειας αυτής επισκεφτείτε τον ιστότοπο <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/gr/>

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ

Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο

Ηρώων Πολυτεχνείου 9, 15780 Ζωγράφου

www.kallipos.gr

ISBN: 978-960-603-029-1

Αφιερωμένο στον Κωνσταντίνο και στη Δάφνη που ανοίγουν τα φτερά τους

Αφιερωμένο στη Μαρία που στέκεται ακλόνητα δίπλα μου και με στηρίζει

όλα αυτά τα χρόνια

Πίνακας περιεχομένων

Πίνακας ελληνικών συντομεύσεων-ακρωνύμια	9
Πίνακας ξενόγλωσσων συντομεύσεων-ακρωνύμια	10
Πρόλογος.....	11
Εισαγωγή	12
1 Γερμανιστί <i>Lohntüte</i> , ελληνιστί;.....	12
2 Από την ειδική επικοινωνία στη μετάφραση ειδικών κειμένων	14
3 Το εύρος και ο σκοπός του βιβλίου.....	18
Βιβλιογραφία	21
Παράρτημα	24
Κεφάλαιο 1 Η μετάφραση (ειδικών) κειμένων.....	26
1.1 Τι δεν ξέρει το <i>google translate</i> !	26
1.2 Τι (δεν) μας διδάσκει το <i>google translate</i> για τη μετάφραση.....	26
1.3. Γιατί μια ελληνική ΕΠΕ δεν μπορεί να είναι το ίδιο με γερμανική GmbH, ή τι είναι οικονομικός πολιτισμός	29
1.4 Περί της δυναμικής της προσπάθειας του μεταφραστή	34
1.5 Η πολυπολιτισμικότητα, η διαπολιτισμικότητα και ο μεταφραστής	35
Βιβλιογραφία	40
Ασκήσεις κεφαλαίου 1	43
Άσκηση 1	43
Απάντηση/Λύση	43
Άσκηση 2	43
Απάντηση/Λύση	43
Άσκηση 3	43
Απάντηση/Λύση	43
Άσκηση 4	43
Απάντηση/Λύση	44
Κεφάλαιο 2 Η επικοινωνία στην οικονομία.....	46
2.1. Από την (ειδική) γλώσσα στην (ειδική) επικοινωνία	46
2.2. Η ειδική γλώσσα ως δομικό στοιχείο της ειδικής επικοινωνίας.....	49
2.2.1 Το λεξιλόγιο ενός ειδικού κειμένου	50
2.2.1.1 Ο όρος: Από τη στατικότητα στη δυναμικότητα	51
2.2.2 Το συντακτικό των ειδικών κειμένων	52

2.2.3 Τα κειμενικά χαρακτηριστικά των ειδικών κειμένων	54
2.3 Η επικοινωνία στον χώρο της οικονομίας. Άραγε υπάρχει;	55
2.4 Μηχανισμοί σχηματισμού όρων	57
2.4.1 Η δημιουργία νέων μορφών	57
2.4.2 Δημιουργία όρων από υπάρχουσες μορφές	60
2.4.3 Ο διαγλωσσικός δανεισμός	62
2.5 Τα λεξιλογικά χαρακτηριστικά των οικονομικών κειμένων	62
2.5.1 Ουσιαστικά και ουσιαστικοποίηση	63
2.5.2 Διεθνισμοί και νεολογισμοί	64
2.5.3 Συντομογραφημένες λέξεις.....	65
Βιβλιογραφία	66
Ασκήσεις κεφαλαίου 2	69
Άσκηση 1	69
Απάντηση/Λύση	69
Άσκηση 2	69
Απάντηση/Λύση	70
Άσκηση 3	70
Απάντηση/Λύση	70
Άσκηση 4	71
Απάντηση/Λύση	71
Άσκηση 5	71
Απάντηση/Λύση	72
Άσκηση 5	73
Απάντηση/Λύση	73
Κεφάλαιο 3 Η μετάφραση οικονομικών κειμένων ως διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων ...	75
3.1 Η επικοινωνία γνώσεων στο χώρο της οικονομίας ως γνωστική και γνωσιακή πρόκληση	75
3.1.1 Μια περίπτωση ασύμμετρης επικοινωνίας: Η επικοινωνία μεταξύ ειδικού και μη ειδικού.	79
3.1.2 Εξισορρόπηση ασυμμετριών γνώσης: Ασκήσεις υφολογίας;	81
3.2 Μετάφραση (οικονομικών κειμένων): Επικοινωνία γνώσεων πέρα από τα όρια των (οικονομικών) πολιτισμών	83
3.2.1 Λειτουργικές προσεγγίσεις στη μετάφραση και διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων	85
3.2.2 Περί της ψευδαίσθησης του μοναδικού ισοδυνάμου	87
3.2.3 Η μετάφραση οικονομικών κειμένων ως διαπολιτισμική ειδική επικοινωνία γνώσεων	89
3.3 Τεκμηρίωση και μετάφραση οικονομικών κειμένων.....	90
3.3.1 Λεξικά και μετάφραση οικονομικών κειμένων	93
3.4 Μια μελέτη περίπτωσης: Η μετάφραση των ιδιωτισμών ως παράδειγμα διαπολιτισμικής επικοινωνίας γνώσεων	96
Βιβλιογραφία	100

Ασκήσεις κεφαλαίου 3	104
Ασκηση 1	104
Απάντηση/Λύση	104
Ασκηση 2	104
Απάντηση/Λύση	105
Παράρτημα	106
Κεφάλαιο 4 Γράφουμε λέξεις αλλά κατανοούμε λόγο, ή αναλύοντας κριτικά οικονομικό λόγο	107
4.1 Ο λόγος οργανώνει και οργανώνεται: Τι μας διδάσκει η Κριτική Ανάλυση Λόγου	107
4.2 Ιχνηλατώντας την εμπιστοσύνη: Η ανάλυση των γερμανικών λόγων της οικονομίας.....	110
4.2.1 Μια γερμανική σύμβαση δικαιόχρησης (<i>Franchisevertrag</i>).....	112
4.2.2 Το εταιρικό προφίλ των γερμανικών εταιριών.....	115
4.2.3 Το δημοσιογραφικό κείμενο.....	119
4.3 Ιχνηλατώντας την εμπιστοσύνη 2: Η ανάλυση των λόγων της ελληνικής οικονομίας.....	123
4.3.1 Η σύμβαση δικαιόχρησης.....	123
4.3.2 Εταιρικά προφίλ.....	127
4.3.3 Ο ελληνικός οικονομικός Τύπος	129
4.4 Ο οικονομικός λόγος ως πολυτροπικό σύστημα	131
Βιβλιογραφία	133
Παράρτημα	135
Κεφάλαιο 5 Η ανάλυση μεταφράσεων	158
5.1 Στηρίζοντας μια επιχείρηση επικοινωνιακά.....	158
5.2 Η Κριτική Ανάλυση Λόγου στην ανάλυση μεταφράσεων	158
5.3 Η μελέτη μιας περίπτωσης.....	161
5.3.1 Το εταιρικό προφίλ	161
Βιβλιογραφία	166
Ασκήσεις κεφαλαίου 5	167
Ασκηση 1	167
Απάντηση/Λύση	168
Ασκηση 2	168
Απάντηση/Λύση	168
Επίλογος.....	170

Πίνακας ελληνικών συντομεύσεων-ακρωνύμια

ΑΕ	Ανώνυμη Εταιρεία
ΕΠΕ	Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης
Βλ.	βλέπε
Λ.χ.	Λόγου χάρη
επιμ.	επιμέλεια
κ.λπ.	και τα λοιπά
ΕΛΟΤ	Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης
ΕΛΕΤΟ	Ελληνικής Εταιρείας Ορολογίας
ΚΑΛ	Κριτική Ανάλυση του Λόγου
ΝΕΚ	Νεοελληνική Κοινή
ΟΔΓ	Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας
ΟΟΣΑ	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
σ.	σελίδα
σσ.	σελίδες
Φ.Π.Α.	Φόρος Προστιθέμενης Αξίας

Πίνακας ξενόγλωσσων συντομεύσεων-ακρωνύμια

Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
CAC	Cotation Assistée en Continu
DAX	Deutscher Aktienindex
DIN	Deutsche Industrienorm
EZB	Europäische Zentralbank
FOREX	Foreign Exchange
FTSE	Financial Times Stock Exchange
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HGB	Handelsgesetzbuch
ISO	International Organization for Standardization
PACTE	Process of Acquisition of Translation Competence and Evaluation
TÜV	Technischer Überwachungsdienst

Πρόλογος

Το βιβλίο αυτό έπρεπε να είχε γραφτεί. Όμως, πάντα υπήρξαν άλλες προτεραιότητες, ακαδημαϊκές και μη. Αφορμή για να γραφτεί, τελικά, υπήρξε η δράση *Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα*, που μου έδωσε την ευκαιρία να πραγματοποιήσω το σχέδιό μου. Το μάθημα στο οποίο και θα χρησιμοποιηθεί το εγχειρίδιο το διδάσκω χρόνια. Μέχρι σήμερα το δίδασκα με συνδυασμό σημειώσεων και βιβλίου, που ήταν μεν ένας ικανοποιητικός συμβιβασμός, απείχε δε από το επιθυμητό. Ουσιαστικά, εμπνευστές του βιβλίου είναι οι φοιτητές. Εκείνοι δημιούργησαν την ανάγκη για το βιβλίο και εκείνοι προκαθόρισαν και τον τρόπο οργάνωσης της ύλης. Γράφοντάς το, είχα κατά νου πώς θα προσλαμβάνουν το κάθε κεφάλαιο και την κάθε ενότητα οι φοιτητές.

Σημαντική στη συγγραφή του βιβλίου ήταν και η συμβολή του κριτικού αναγνώστη. Ο καθηγητής Hans-Bernhard Schlumm ήταν πρόθυμος συνομιλητής και στήριξε αποτελεσματικά την υλοποίηση του έργου. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον ανώνυμο κριτή της πρότασης που είχε υποβληθεί και με τίμησε με υψηλή βαθμολογία. Οφείλω να τον ευχαριστήσω και για τις εποικοδομητικές του παρατηρήσεις, που έστρεψαν την προσοχή μου σε πτυχές που είχα παραμελήσει στην πρότασή μου.

Αφιερώνω το βιβλίο στη σύζυγό μου Μαρία Παπασωζομένου για την υπομονή που έκανε –άλλη μια φορά– μαζί μου. Τα τελευταία τρία χρόνια ήταν περίοδος εντατικής ακαδημαϊκής δραστηριότητας. Βυθισμένος στη δουλειά, αμέλησα πολλές φορές το μερίδιο των οικιακών υποχρεώσεων που μου αναλογούσε. Εκείνη ομόρφυνε με την παρουσία και τα λόγια της τις στιγμές πίεσης και έδειξε –για άλλη μια φορά– κατανόηση, αναλαμβάνοντας το βάρος των δικών μου υποχρεώσεων. Χωρίς την κατανόηση και υποστήριξή της, το βιβλίο δεν θα γινόταν πραγματικότητα.

Αφιερώνω το βιβλίο στα παιδιά μου, στη Δάφνη και στον Κωνσταντίνο, που ξεκινούν νέους δρόμους. Η Δάφνη τελείωσε αυτές τις μέρες τις εξετάσεις της στο Γυμνάσιο, και τον Σεπτέμβριο θα πάει στο Λύκειο. Ο Κωνσταντίνος θα κάνει το μεγαλύτερο βήμα, προς το Πανεπιστήμιο. Τους εύχομαι να χρησιμοποιήσουν τα φτερά που τους δώσαμε, και να κάνουν τα όνειρά τους πραγματικότητα.

Ήπειρος, Αύγουστος 2015

Εισαγωγή

1 Γερμανιστί *Lohntüte*, ελληνιστί;

Θα ξεκινήσω με δύο παραδείγματα, το ένα σύγχρονο, καθημερινό και, φαινομενικά, ασήμαντο, το άλλο ιστορικό, που έχει ερευνηθεί επιστημονικά.

Το πρώτο παράδειγμα: Μια γερμανίδα εργαζόμενη σε ελληνική επιχείρηση στην Ελλάδα παραλαμβάνει τον πρώτο της μισθό στις αρχές του επόμενου μήνα. Ο εργοδότης της της δίνει έναν σφραγισμένο φάκελο, χωρίς περαιτέρω εξηγήσεις. Η Γερμανίδα τον ρωτά σχετικά με το περιεχόμενο του φακέλου και εκείνος την πληροφορεί πως αυτός περιέχει τον μισθό της σε μετρητά. Η Γερμανίδα απαντά έκπληκτη πως δεν το ήξερε πως οι εργαζόμενοι στην Ελλάδα πληρώνονται ακόμα με αυτόν τον τρόπο. Συμπλήρωσε πως είναι πενήντα ετών και στα χρόνια που εργάζεται ποτέ δεν έχει πάρει τον μισθό της σε μετρητά. Η Γερμανίδα παρατήρησε πως στη Γερμανία, όπου και αν εργάστηκε, ο μισθός κατετίθετο πάντα στον τραπεζικό λογαριασμό του εργαζόμενου. Παρατήρησε, επίσης, πως πολύ παλιά χρησιμοποιείτο η λέξη *Lohntüte* γι' αυτόν τον τρόπο καταβολής του μισθού και πως η έννοια αυτή χρησιμοποιείται στις μέρες μας στη Γερμανία μόνον μεταφορικά.

Το δεύτερο παράδειγμα έχει τύχει κοινωνιολογικής/ανθρωπολογικής μελέτης: Η Salamon (1985) καταγράφει πως στο νότιο Ιλινόι των ΗΠΑ οι απόγονοι καθολικών Γερμανών που εγκαταστάθηκαν στις ΗΠΑ το 1840 παρουσιάζουν στις πόλεις που έχουν εποικήσει διαφορετική εκμετάλλευση της γης, σε σύγκριση με τους Αμερικανούς που κατάγονταν από άλλα μέρη της χώρας, όπως το Κεντάκι, το Οχάιο και την Ιντιάνα, και κατοικούσαν πια στις διπλές πόλεις. Κατά τη Salamon, οι διαφορές εντοπίζονται, κυρίως, στη διαφορετική δομή της ιδιοκτησίας της γης, στις πρακτικές καλλιέργειάς της, στην επιλογή των φυτών αλλά και στη γεννητικότητα: Πιο συγκεκριμένα, από τη μια οι Γερμανοί σχεδόν ποτέ δεν εκποιούσαν τη γη τους και είχαν κατά μέσο όρο μεγαλύτερο αριθμό παιδιών. Αυτό είχε ως συνέπεια να καλλιεργούν φυτά που απαιτούσαν μεγαλύτερη επένδυση σε εργασία, για να μπορούν να απασχολούν τα παιδιά τους. Από την άλλη, οι Αμερικανοί των γειτονικών πόλεων αντιλαμβάνονταν τη γεωργία ως επιχειρηματική δραστηριότητα, αγόραζαν και πουλούσαν με μεγαλύτερη συχνότητα γη, καλλιεργούσαν φυτά που απαιτούσαν λιγότερη εργασία. Μετά από έναν αιώνα, το γερμανικό σύστημα ακόμα διατηρείται, παρόλο που είναι λιγότερο αποδοτικό – προφανώς λόγω του μεγαλύτερου αριθμού των απογόνων των γερμανών καθολικών. Κατά τη Salomon, πρόκειται για ένα φωτεινό παράδειγμα που δείχνει πως ο πολιτισμός δεν έχει –απλώς– επιρροή στο επιχειρείν, αλλά συντηρεί ένα μοντέλο, σε πείσμα ακόμη και της χαμηλότερης αποδοτικότητάς του.

Η περίπτωση που έχει μελετήσει η Salomon δείχνει πόσο στενά μπορεί να αλληλοεξαρτώνται η οικονομία και ο πολιτισμός.¹ Ακόμη και στην Ευρώπη, και ειδικότερα στους κόλπους της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι πολιτισμικές διαφορές και η επίδρασή τους στην οικονομική ζωή κάθε κράτους είναι εμφανείς. Προς επίρρωση, παραθέτουμε διαπίστωση που προέρχεται από τον χώρο των οικονομικών επιστημών:

In the recent years cultural factors have gained on significance on the international arena and in the economic field. The process of economic divergence is developing faster in comparison to cultural orientation one, because value orientations are much more time-resistant than economic reforms. In the academic and every day world it is speculated that the whole world is becoming a global village and that the national cultures are converging towards a global one. This has not been proven empirically so far, but we can confirm, that cultures are changing, because culture is a living and dynamic phenomenon. (Zivko, 2006: 1024).

¹ Η περίπτωση που παρατίθεται δεν είναι, προφανώς, η μοναδική. Δεν είναι αντικείμενο του βιβλίου να εξετάσει την επίδραση του πολιτισμού στην οικονομία. Εμείς θα εστιάσουμε στο πώς τα αποτελέσματα της διάδρασης πολιτισμού και οικονομίας αντανακλώνται στη γλώσσα και την επικοινωνία, καθώς και πώς η προσωπική γνώση των πολιτισμικών ιδιαιτεροτήτων μεταβιβάζεται σε έναν άλλον πολιτισμό, στο πλαίσιο της επικοινωνίας. Ο αναγνώστης που επιθυμεί να εντυφλήσει στη σχέση οικονομίας και πολιτισμού μπορεί να ξεκινήσει τη μελέτη του στον χώρο αυτό με την εργασία των Guiso & συν. (2006). Για μια γενικότερη θεώρηση της σχέσης πολιτισμού και κοινωνίας, προτείνουμε μια κριτική ανάγνωση του έργου των Richerson & Boyd (2005).

Η Ζίνκο μάς λέει πως το πολιτισμικό πλαίσιο που καθορίζει τη ζωή των ανθρώπων αλλάζει πολύ πιο γρήγορα από την οικονομική σύγκλιση των οικονομιών. Μπορεί να μιλάμε για *παγκόσμιο χωριό*, αλλά, τελικά, το χωριό αυτό έχει γειτονίες με διαφορετικό πολιτισμό και διαφορετικό βαθμό οικονομικής σύγκλισης. Στην έρευνά της διαπιστώνει ταύτιση απόψεων μεταξύ των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κυρίως σε βασικές δημοκρατικές αρχές, και διακρίνει μια τάση προς τη συστημική σκέψη, ως αντίβαρο στις εθνικές οικονομικο-πολιτισμικές ιδιαιτερότητες (Ζίνκο, 2006: 1032). Μπορεί η έρευνά της να πραγματοποιήθηκε πριν από δέκα χρόνια – όμως πιστεύουμε πως τα πράγματα δεν είναι πολύ διαφορετικά σήμερα.

Η ξεχωριστή πολιτισμική δόμηση της ελληνικής οικονομίας από τη γερμανική οικονομία είναι προφανής.² Δεν το πιστοποιεί μόνο το εναρκτήριο μας παράδειγμα, με τη γερμανίδα εργαζόμενη. Συχνά διαβάζουμε δημοσιεύσεις στον οικονομικό Τύπο και των δύο χωρών για το πώς συναλλάσσεται ως Έλληνας με Γερμανούς, αλλά κυρίως το αντίστροφο.³ Στο πραγματικό γεγονός που παραθέσαμε στην αρχή, αντανakλάται, στην πραγματικότητα, μια πολύ μικρή μόνο πτυχή των αποκλίσεων των οικονομικών πολιτισμών της Ελλάδας και της Γερμανίας. Προφανώς, οι διαφορές είναι πάρα πολλές: Η διαφορετική καθημερινότητα στην Ελλάδα και στη Γερμανία μεταφράζεται σε διαφορετική οικονομική συμπεριφορά, σε διαφορετικό οικονομικό πολιτισμό.⁴

Σε ανάλυσή του ο γερμανός ιστορικός Abelshauser (2013) κατατάσσει την Ελλάδα, ως προς τον οικονομικό πολιτισμό, στις βαλκανικές χώρες, μαζί με τη Ρουμανία, τη Βουλγαρία, την Κύπρο και τα υπόλοιπα δυτικά Βαλκάνια.⁵ Σε όλες τις πτυχές περιγράφει την οικονομική πραγματικότητα ως αρκετά διαφορετική από αυτή στη Γερμανία. Ο Abelshauser στηρίζει την κατάταξή του στην ιστορική διαφοροποίηση των οικονομικών πολιτισμών. Συγκεκριμένα, περιγράφει τον οικονομικό πολιτισμό στην Ελλάδα ως εξής: Από τη μια, ο ρόλος της οικογένειας είναι αυτός της προστατευτικής κοινότητας. Η κοινωνικοποίηση και το κοινωνικό κεφάλαιο αξιολογούνται χαμηλά, ενώ το κράτος φαίνεται να περιορίζεται σε ρόλο διαχειριστικό. Ο επιχειρηματικός ορίζοντας είναι βραχυπρόθεσμος, ενώ δεν υπάρχει συλλογικός συντονισμός των αγορών. Κύριοι τομείς οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα είναι οι υπηρεσίες και η γεωργία. Πρόσβαση σε κεφάλαια έχει ο επιχειρηματίας από τις αγορές κεφαλαίων, ενώ το ποσοστό αποταμίευσης είναι ιδιαίτερο υψηλό. Από την άλλη, ο ρόλος της οικογένειας στη γερμανική οικονομία έχει υποκατασταθεί από τοπικά δίκτυα (clusters) και συνεταιρισμούς. Οι επενδύσεις έχουν μακροχρόνιο ορίζοντα και η αγορά ρυθμίζεται από οργανισμούς και συνεργασίες μεγάλης κλίμακας. Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν *geduldiges Kapital*,⁶ κεφάλαια που επενδύονται σε μακρόπνοα έργα (λ.χ., υποδομές, ανθρώπινο δυναμικό) και έχουν αντίστοιχη απόδοση, ενώ η αποταμίευση είναι –απλώς– υψηλή. Οι κινητήριοι μοχλοί της αγοράς είναι η *μεταβιομηχανική καινοτομία* (*nachindustrielle Maßschneiderei*). Ο ρόλος του κράτους στη γερμανική οικονομία είναι συντονιστικός.

Οι οικονομικοί πολιτισμοί Ελλάδας και Γερμανίας έχουν διαφορετική υφή. Τουλάχιστον αυτό μας λέει ο Abelshauser. Είτε το δεχόμαστε είτε όχι, ακόμη και η ίδια η διαφορετική θεώρηση του ενός από τον άλλον γεννά επικοινωνιακές ασυμβατότητες. Πώς θα εξηγήσεις στον άλλον τα θέσμίά σου; Πώς θα εξηγήσεις κάτι που δεν γνωρίζει ή το γνωρίζει αλλιώς;

Ο οικονομικός πολιτισμός της Ελλάδας και της Γερμανίας αντανakλώνται σε κείμενα, ελληνικά και γερμανικά, αντίστοιχα, που είναι διαποτισμένα από τις διαφορετικές αξίες, στάσεις και συμπεριφορές. Η μεταβίβαση των γνώσεων που φέρουν αυτά τα κείμενα σε έναν άλλο πολιτισμό προαπαιτεί και τη μεταβίβαση του απαραίτητου, για την κατανόηση πολιτισμικών δεδομένων, γνωστικού πλαισίου.

² Οι αποκλίσεις των οικονομικών πολιτισμών Ελλάδας και Γερμανίας γίνονται και ορατές με μια ματιά στις δημοσιεύσεις του Ελληνογερμανικού Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου. Πέραν των μεμονωμένων εκδόσεων, το Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο δημοσιεύει το δίγλωσσο περιοδικό *Analysen*, που φιλοξενεί άρθρα αφιερωμένα σε τομείς της γερμανικής οικονομίας. Βλ. σχετικά <http://griechenland.ahk.de/gr/ypiresies/analysen/> (01.02.205).

³ Ενδεχομένως, ο ανυποψίαστος αναγνώστης θα εκπλαγεί να μάθει πόσες διαφορές υπάρχουν ακόμα και μεταξύ Γερμανών και Ελβετών. Πρόκειται για λαούς που μοιράζονται κατά ένα μεγάλο μέρος την ίδια γλώσσα και συνορεύουν. Ενδεικτική είναι η έρευνα της Korper (1993).

⁴ Στο πρώτο κεφάλαιο του βιβλίου θα αναλύσουμε διεξοδικότερα την έννοια του πολιτισμού, του οικονομικού πολιτισμού και των αλληλεπιδράσεών τους.

⁵ Στο παράρτημα παρατίθεται ο πίνακας που καταρτίστηκε από τον Abelshauser (2013). Είτε συμφωνούμε είτε διαφωνούμε με τον πίνακά του, η ίδια η κατάταξη είναι ενδεικτική του διαφορετικού τρόπου θεώρησης της ελληνικής οικονομίας από τη σκοπιά των Γερμανών.

⁶ Για την έννοια βλ.

[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2013\)0462_/com_com\(2013\)0462_de.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2013)0462_/com_com(2013)0462_de.pdf) (προσπέλαση 15.03.2015).

2 Από την ειδική επικοινωνία στη μετάφραση ειδικών κειμένων

Θα συνεχίσουμε με δύο ακόμη ξεχωριστές ιστορίες, που θα συνθέσουν το παζλ της έρευνας στον χώρο της μετάφρασης ειδικών κειμένων: Θα αφηγηθούμε αρχικά την ιστορία της έρευνας στον χώρο τόσο της ειδικής γλώσσας/επικοινωνίας όσο και, στη συνέχεια, αυτήν της μεταφρασεολογίας.⁷

Η πρώτη ιστορία, αυτή της έρευνας στον χώρο της ειδικής επικοινωνίας: Ο Roelcke (2010) διακρίνει τρία στάδια ως προς την έρευνα στον χώρο της ειδικής γλώσσας/επικοινωνίας: Σύμφωνα με την προσπάθεια *συστηματοποίησης* που προτείνει –*Systematisierungsvorschlag* το λέει ο ίδιος–, διακρίνονται οι πρώτες εργασίες από το 1950 μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του '70 του προηγούμενου αιώνα, για την εστίαση στα συστατικά της ειδικής γλώσσας. Η ειδική γλώσσα εξεταζόταν ως σύστημα γλωσσικών σημείων – χωρίς να ληφθεί υπόψη η επικοινωνιακή παράμετρος. Με άλλα λόγια, η έρευνα εκείνη την εποχή εστιάζει στο λεξιλογικό στάδιο και η ειδική γλώσσα ταυτίζεται με την ορολογία. Τέτοια έρευνα αποτελεί το έργο των Drozd & Seibicke (1973), όπου η ειδική γλώσσα και η ορολογία ταυτίζονται. Στην εργασία τους οι Drozd & Seibicke (1973: 178) προσδιορίζουν τις ειδικές γλώσσες ως *υποσυστήματα φυσικών γλωσσών*. Την ίδια περίπου εποχή, ο Ammon, που είναι από τους πρωτοπόρους της διερεύνησης των ειδικών γλωσσών, καταδεικνύει πως υπάρχουν τόσες ειδικές γλώσσες όσα και επιστημονικά και επαγγελματικά πεδία (Ammon, 1976: 29). Προς το τέλος αυτής της φάσης, η έρευνα επεκτείνεται και στη μορφολογία, ενώ είχε γίνει πια κατανοητό πως οι ειδικές γλώσσες δεν ταυτίζονται με την ορολογία. λ.χ., ο Beneš (1971 και 1973) και ο Littmann (1981) δουλεύουν στη συμπύκνωση της σημασίας στο επίπεδο της πρότασης και εξετάζουν πώς ένα κείμενο μεταβάλλεται συντακτικά όταν είναι ειδικό.⁸

Σε δεύτερη φάση, η έρευνα στον χώρο των ειδικών γλωσσών επεκτείνεται στην επικοινωνιακή διάσταση και εξετάζεται το πλαίσιο παραγωγής και κατανόησης του ειδικού κειμένου. Ο δε Spillner (1983: 16) επισημαίνει πως η ειδική γλώσσα διαφοροποιείται από την κοινή σε όλα τα επίπεδα. Αυτή η διαπίστωση επιτρέπει πια τη διερεύνηση πραγματολογικών, κειμενογλωσσολογικών, κοινωνιογλωσσολογικών, ψυχολογολογικών λειτουργιών. Η έρευνα επεκτάθηκε στις προεκτάσεις που έχει το κείμενο στο περιβάλλον. Το 1984 ο Hoffmann χρησιμοποιεί ακόμα τον όρο *Fachsprache*, ελληνιστί *ειδική γλώσσα* (Hoffmann, 1984: 53), τον οποίο εγκαταλείπει μια δεκαετία περίπου αργότερα, υιοθετώντας τον όρο *Fachkommunikation* (*ειδική επικοινωνία*) – γεγονός που συμβάλλει στην επικοινωνιακή πια εξέταση της ειδικής γλώσσας. Σε εκείνη την πρώιμη φάση των ερευνών του, ο Hoffmann ορίζει την ειδική γλώσσα ως το σύνολο όλων των γλωσσικών μέσων που χρησιμοποιούνται σε ένα θεματικά περιορισμένο πεδίο επικοινωνίας, για να διευκολυνθεί η επικοινωνία μεταξύ ανθρώπων που εργάζονται σε αυτόν τον χώρο. Ο ορισμός της ειδικής γλώσσας που έδωσε αγκαλιάζει και την εκλαΐκευση των θεματικών περιεχομένων, προκειμένου να διασφαλιστεί η επικοινωνία ειδικών και μη ειδικών:

Fachsprache – das ist die Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen (und die Popularisierung der fachlichen Inhalte sowie den Kontakt zu bestimmten Nicht-Fachleuten) zu gewährleisten.
(Hoffmann, 1984: 53)

Αξίζει να σταθούμε ιδιαίτερα στις μελέτες του γερμανού γλωσσολόγου Hoffmann (1976, 1984, 1985), το έργο του οποίου αποτελεί σταθμό στη μελέτη στο πεδίο των ειδικών γλωσσών. Οι Hoffmann & συν. (1998) καταλήγουν όνιμα στη διαπίστωση πως η κοινή γλώσσα και η ειδική γλώσσα διαφοροποιούνται ως εξής:

Als Gemeinsprache werden diejenigen Teile des Gesamtsprachrepertoires der Gesellschaft bezeichnet, die in den für alle Gesellschaftsmitglieder einigermaßen ähnlichen Lebensbereichen gebräuchlich sind und sich auf allgemeinbekannte Gegenstände,

⁷ Σε καμία περίπτωση δεν αξιόνομε πληρότητα για την καταγραφή των μελετών που έχουν γίνει τόσο στον χώρο της ειδικής επικοινωνίας όσο και στη θεωρία της μετάφρασης. Δεν εμπίπτει, άλλωστε, στο πλαίσιο του παρόντος εγχειριδίου. Σκοπός μας είναι να φωτίσουμε τη διαδρομή που ακολούθησε η έρευνα και πώς κατέληξε στο σημερινό της επίπεδο. Η έρευνα έχει λάβει τέτοιες διαστάσεις, που η συστηματική καταγραφή, ταξινόμηση και περιγραφή των ερευνών στους χώρους που αγγίζουμε θα απαιτούσε πολυετή εργασία διεπιστημονικής ερευνητικής ομάδας.

⁸ Η εργασία του Littmann θα παρουσιαστεί αναλυτικότερα στο δεύτερο κεφάλαιο του βιβλίου.

Sachverhalte und Vorstellungen beziehen. Als Fachsprache dagegen diejenigen Teile der Sprache, die in den zwischen den Gesellschaftsmitgliedern deutlich differenzierenden Lebensbereichen gebräuchlich sind und sich auf die dafür spezifischen Gegenstände, Sachverhalte und Vorstellungen beziehen.

(Hoffmann & συν., 1998: 158)

Τα παραπάνω λόγια του γερμανού γλωσσολόγου οριοθετούν την κοινή γλώσσα και την περιγράφουν ως το υποσύνολο του συνολικού γλωσσικού πλούτου που χρησιμοποιείται στους κοινούς, για τα περισσότερα μέλη της κοινωνίας, τομείς και που αναφέρονται σε αντικείμενα, καταστάσεις και εμπειρίες της καθημερινότητας. Αντίθετα, η ειδική γλώσσα αποτελεί τα τμήματα εκείνα της γλώσσας που χρησιμοποιούνται στους διαφοροποιημένους τομείς της ζωής των μελών του κοινωνικού συνόλου και που αναφέρονται στα αντικείμενα, τις καταστάσεις και τις εμπειρίες αυτού του χώρου.

Την τρίτη φάση αποτελούν γνωσιακής φύσης εργασίες. Οι Möhn και Pelka (1984) βλέπουν την ειδική γλώσσα ως ποικιλία της σύνολης γλώσσας που υπηρετεί τη νοητική σύλληψη, τον εννοιολογικό καθορισμό και την πραγμάτωση αντικειμένων κάποιου ειδικού επιστημονικού/επαγγελματικού κλάδου. Πρόκειται –κατά τους Möhn και Pelka– για ένα εργαλείο που τροφοδοτεί τη σκέψη με γνώση. Θεωρούν πως είναι κοινός τόπος συνεννόησης στους κόλπους της ειδικότητας μεταξύ των ειδημόνων, αλλά, παράλληλα, δεν αποκλείει και τη συμμετοχή ενδιαφερόμενων μη ειδικών. Μπορεί να εμφανίζεται με τη μορφή τόσο του προφορικού όσο και του γραπτού λόγου. Και εδώ διαπιστώνεται από τους Möhn και Pelka πως, εκτός από την επικοινωνία στους κόλπους του επιστημονικού κλάδου, η ειδική γλώσσα μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για τη μετάδοση γνώσεων πέρα από τα όρια του συγκεκριμένου γνωστικού πεδίου (Möhn & Pelka, 1984:26). Από τότε έχουν δημοσιευτεί πολυάριθμες εργασίες, όπως αυτές των Risku (2009), Baumann (2010), Dahl (2011), Engberg (2010 και 2013), αλλά και πολλών άλλων, σχετικά με το πώς γίνεται η διαχείριση της γνώσης από τον ειδικό κατά την επικοινωνία, με έμφαση στο τι είναι αυτό που διαφοροποιεί τη διαχείριση της γνώσης που κάνει ο ειδικός σε σύγκριση με τον μη ειδικό.⁹

Στο σημείο αυτό, θα περάσουμε στη δεύτερη ιστορία, αυτή της μεταφρασεολογίας: Θεμελιώδης προβληματισμός τόσο στη θεωρία όσο και στην πράξη της μετάφρασης είναι η σχέση που (πρέπει να) υπάρχει μεταξύ του κειμένου-πηγή και του μεταφράσματος. Εξετάζοντας τη σχέση αυτή διαχρονικά, διαπιστώνουμε ανάλογη πορεία με αυτή που διήνυσε η έρευνα στον χώρο της ειδικής επικοινωνίας.

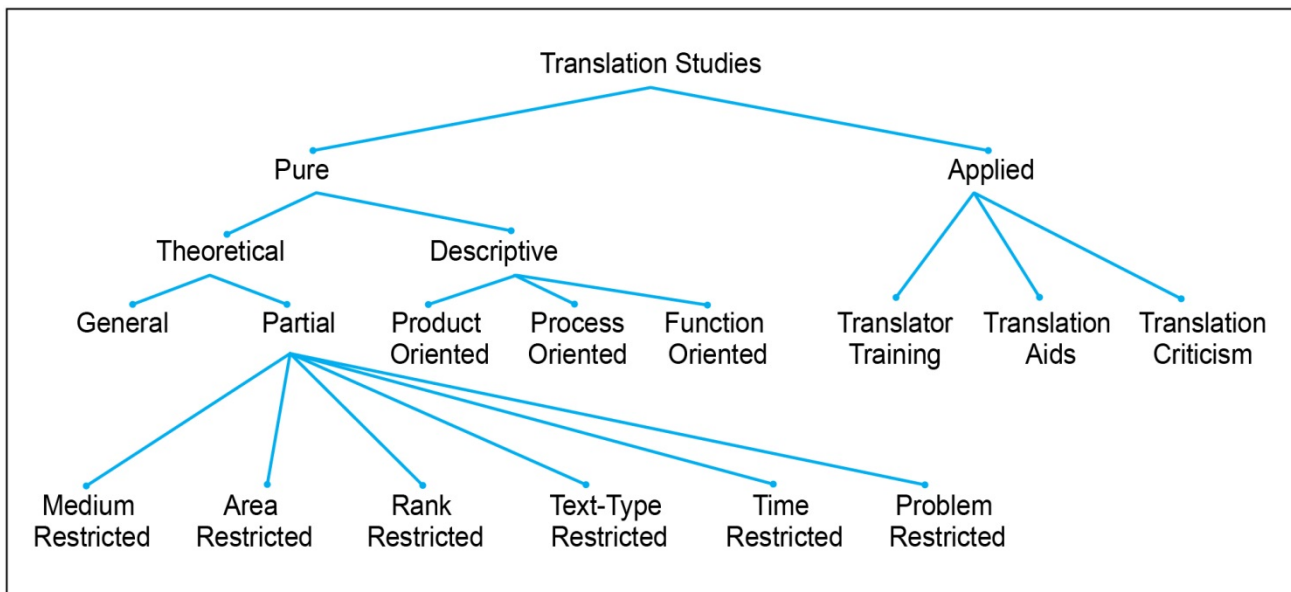
Και εξηγούμε: Στη μεταφρασεολογική βιβλιογραφία μετά το μισό του περασμένου αιώνα¹⁰ χρησιμοποιήθηκε αρχικά ο όρος *ισοδυναμία* (*equivalence*), για να περιγράψει τη σχέση μεταξύ του πρωτοτύπου και του μεταφρασμένου κειμένου. Κοιτάζοντας τη σχέση πρωτοτύπου και μεταφράσματος –πια– μέσα από τον φακό του τελευταίου τέταρτου του εικοστού πρώτου αιώνα, αντιλαμβανόμαστε πως η λέξη *ισοδυναμία* παραπέμπει, εκ του περιεχομένου της, στην ύπαρξη μιας γραμμικής σχέσης μεταξύ στοιχείων του πρωτοτύπου και στοιχείων του μεταφράσματος, ή και ολόκληρου του πρωτοτύπου και του συνολικού μεταφράσματος. Όπως θα φανεί και στο πρώτο κεφάλαιο του πονήματός μας, αυτή η σχέση γίνεται εσφαλμένα αντιληπτή ως σχέση υποκατάστασης λέξης της γλώσσας-πηγής από λέξη της γλώσσας-στόχος. Πέρα από την ψευδαίσθηση της γραμμικής σχέσης η έννοια της ισοδυναμίας γεννά μια επιπλέον: Μας μεταφέρει την πλάνη ότι, κατά τη μετάφραση ή τη διερμηνεία, μια λέξη της γλώσσας-πηγή μπορεί να αποδοθεί με μια λέξη της γλώσσας-στόχος που έχει την ίδια ακριβώς συνδηλωτική και δηλωτική αξία. Τόσο η γραμμική σχέση μεταξύ συστατικού στοιχείου του κειμένου-πηγή και συστατικού στοιχείου του μεταφράσματος όσο και η ύπαρξη λέξης ίσης επικοινωνιακής αξίας στους δύο εμπλεκόμενους πολιτισμούς (συνήθως) είναι πλάνη. Ο Nida (1964:159) προσέγγισε την έννοια από λειτουργικής πλευράς, διακρίνοντας μεταξύ *τυπικής ισοδυναμίας* (*formal equivalence*) και *δυναμικής ισοδυναμίας* (*dynamic equivalence*). Η μεν πρώτη αναφέρεται στη σχέση μεταξύ μορφής και περιεχομένου του πρωτοτύπου και του μεταφράσματος, η δε δεύτερη αναφέρεται στις προσδοκίες του παραλήπτη. Ανάλογη διάκριση κάνει ο Catford (1965 που διακρίνει μεταξύ *κειμενικής ισοδυναμίας* (*textual equivalence*), που αναφέρεται στην πραγμάτωση της επικοινωνίας, και *τυπικής ισοδυναμίας* (*formal correspondence*), δηλαδή της σχέσης που αναπτύσσεται στο επίπεδο του συστήματος. Αναλυτική περιγραφή της ισοδυναμίας κάνει ο Koller (1997: 214), που περιγράφει πέντε πλαίσια ισοδυναμίας, ακολουθώντας γλωσσολογικό παράδειγμα: *δηλωτική, παραδηλωτική, κειμενική,*

⁹ Να επισημάνουμε το έργο των Βαλεοντή & Κριμπί (2014), που αποτελεί έργο αναφοράς για την ελληνική ορολογία. Οι συγγραφείς μπορεί να αφιέρωσαν το έργο στη νομική ορολογία και γλώσσα, ωστόσο το βιβλίο περιγράφει ζητήματα που άπτονται συνολικά της ορολογίας.

¹⁰ Βλ. Munday (2009: 1-4) για μια σύντομη ιστορική αναδρομή μέχρι το 1964, αλλά και αναλυτική μέχρι τις μέρες μας.

πραγματολογική και τυπική ισοδυναμία. Η Snell-Hornby (1986:13 επέκρινε τη μέχρι τότε θεώρηση της ισοδυναμίας ως πολύ γλωσσολογική¹¹ και την απέρριψε ως έννοια ακατάλληλη για τη θεωρία της μετάφρασης, λόγω της ανύπαρκτης στη μεταφραστική πρακτική συμμετρίας που υπαινισσόταν. Στη συνέχεια η θεωρία της μετάφρασης, που διαμορφωνόταν ως επιστημονικός κλάδος, άρχισε να βλέπει την ισοδυναμία ως έννοια που όριζε το πλαίσιο αναφοράς μεταξύ του κειμένου-πηγή και του παραγόμενου κειμένου υπό το φως της επίτευξης του σκοπού της επικοινωνίας.¹² Στη διαμόρφωση αυτής της θεώρησης συνέβαλαν ερευνητές όπως οι Neubert (1985), Neubert & Shreve (1992), House (1997) – αλλά, κυρίως, το έργο των Reiß & Vermeer (1984), που θα παρουσιάσουμε αναλυτικότερα στο Κεφάλαιο 3.

Δύο λόγια για τη διάρθρωση της μεταφρασεολογίας: Η μεταφρασεολογία κατάλαβε πολύ νωρίς τον εφαρμοσμένο της προσανατολισμό για τον χώρο των γλωσσικών επιστημών. Ήδη από το 1972 υπάρχει για τον Holmes¹³ πέρα από τη θετική μεταφρασεολογία (*pure*), που χωρίζεται σε θεωρητική (*theoretical*) και περιγραφική (*descriptive*), και η εφαρμοσμένη μεταφρασεολογία (*applied translation studies*), που υποδιαιρείται στην εκπαίδευση μεταφραστών, στα μεταφραστικά εργαλεία, και στην κριτική της μετάφρασης.



Εικόνα 1. Η διαίρεση της μεταφρασεολογίας κατά Holmes

Από τότε που ο Holmes διατύπωσε τις απόψεις του για τη μετάφραση, ο κόσμος και οι ανάγκες επικοινωνίας έχουν αλλάξει. Φυσικά και η μετάφραση ως υπηρεσία προσαρμόστηκε από αυτούς που την υπηρετούν (επαγγελματίες μεταφραστές, μεταφρασεολόγους, γλωσσολόγους, λεξικογράφους, κ.λπ.) στα νέα δεδομένα, αλλά και από μέρους των καταναλωτών αντιμετωπίζεται πια διαφορετικά (Cronin, 2007). Η τοποθέτηση της Bassnett (1996: 22) καθίσταται όλο και πιο επίκαιρη:

There has never been a better time to study translations. From being a marginal activity outside linguistics, at the edges of literary studies ... translation is now being reconsidered, and its fundamental importance in intercultural transfer processes is becoming more apparent.

Ο κύκλος εργασιών της μετάφρασης παγκοσμίως εκτοξεύεται. Ο Cronin (2007: 40) στον πρόλογο της ελληνικής έκδοσης του βιβλίου του *Μετάφραση και παγκοσμιοποίηση* αιτιολογεί τη διόγκωση του μεταφραστικού έργου παγκοσμίως, εκφράζοντας την ακόλουθη άποψη:

¹¹ Βλ. επίσης Gallagher, 1998.

¹² Βλ. επίσης Grzymisch-Arbogast (2001) για συνολική εξέταση της ισοδυναμίας στην ιστορία της μεταφρασεολογίας.

¹³ Η πρόταση του Holmes έχει δεχτεί προσαρμογές και διευρύνσεις. Όλες αυτές στηρίζονται σε διαφορετική θεώρηση του μεταφραστικού φαινομένου. Ενδεικτικά βλ. Munday (2001), Lambert (1991), Snell-Hornby (1991) και Toury (1991).

... η τεράστια αύξηση της ζήτησης μεταφράσεων είναι απόδειξη της επιστροφής των κατεσταλμένων διαφορών τοπικής πλαισιοθέτησης σε έναν διάλογο όπου, πολύ συχνά, κυριαρχεί ο πρόχειρος, παγκοσμιοποιητικός λόγος.

Αυτά που έχουν αλλάξει σε σχέση με τη μετάφραση ως διαδικασία δεν είναι λίγα.¹⁴ Το σημαντικότερο που έχει αλλάξει είναι πως στις τελευταίες τέσσερις δεκαετίες έχει, πιστεύουμε, ωριμάσει και γίνει αποδεκτή ή άποψη ότι η μετάφραση πρέπει να αντιμετωπίζεται ως διαδικασία διαχείρισης γνώσεων. Αυτό σημαίνει ότι ο μεταφραστής και ο εντολέας του κρατούν στα χέρια τους τη στρόφιγγα μιας πηγής γνώσεων και έχουν τη δυνατότητα να μεταβάλλουν την ποιότητα και την ποσότητα των γνώσεων που αφήνουν να διαφύγει προς το μετάφρασμα και τον πολιτισμό-στόχο. Με άλλα λόγια, ο μεταφραστής (με ενδεχόμενο συνεργό τον εντολέα) κατευθύνουν, κατά το δοκούν, μέσω της διαδικασίας της μετάφρασης, τις γνώσεις που ρέουν από το κείμενο-πηγή στο μετάφρασμα. Άρα, το κείμενο που παράγεται στο πλαίσιο της μεταφραστικής διαδικασίας λειτουργεί με τον δικό του τρόπο στον πολιτισμό-στόχο. Για να λάβουμε υπόψη μας τις παραπάνω αλλαγές και να ανταποκριθούμε στις επιταγές των καιρών μας, θα διευρύνουμε την έννοια της *εφαρμοσμένης μεταφρασεολογίας* κατά τον Holmes, προσαρτώντας σε αυτήν τουλάχιστον ένα ακόμη πεδίο – αυτό της μετάφρασης ειδικών κειμένων, με όλες τις προεκτάσεις που έχει ο χώρος.¹⁵

Τι μας λένε οι δύο ιστορίες; Αντιπαραβάλλοντάς τες, διαπιστώνουμε συγκλίσεις: Ο αναγνώστης αντιλαμβάνεται πως αρχικά χρησιμοποιήθηκαν γλωσσολογικές προσεγγίσεις. Οι μελετητές επιχείρησαν να περιγράψουν τόσο την ειδική γλώσσα όσο και την ισοδυναμία με γλωσσολογικά εργαλεία. Από τα μέσα της δεκαετίας του '80 άρχισαν να αλλάζουν τα πράγματα και να έχουμε και στους δύο χώρους επικοινωνιακές προσεγγίσεις που λαμβάνουν υπόψη τούς αποδέκτες. Από τη μια, ο μεν χώρος της ειδικής γλώσσας είχε ανακαλύψει την επικοινωνία και την ικανοποίηση των επικοινωνιακών αναγκών των εταίρων – ακόμη και των μη ειδικών. Η δε μεταφρασεολογία, από την άλλη, ανακάλυψε το προς μεταβίβαση θεματικό περιεχόμενο και τις προσδοκίες του αποδέκτη. Συνεπώς, και στους δύο χώρους επικρατούν επικοινωνιακές προσεγγίσεις. Με τη δεύτερη ματιά, διαπιστώνουμε πως υπήρχε, όμως, και διαφορετική θεώρηση: Από την αρχή η μεταφρασεολογία ήταν εφαρμοσμένη. Το αργότερο από το 1964, με το έργο του Nida, έγινε σαφές πως η μετάφραση είναι δυναμική διαδικασία, που δεν μπορεί να περιγραφεί με παραδοσιακά γλωσσολογικά εργαλεία. Η κατανόηση της διαδικασίας της μετάφρασης και των σχέσεων που διαμορφώνονταν μεταξύ πρωτοτύπου και μεταφράσματος απαιτούσε ένα περιγραφικό εργαλείο το ίδιο δυναμικό όπως και η μετάφραση. Την ίδια εποχή και μέχρι τη δεκαετία του '80 ακόμα, η έρευνα στον χώρο της ειδικής γλώσσας εστίαζε σε περιγραφή και κατάταξη των συστατικών των ειδικών κειμένων – αγνοώντας την εφαρμοσμένη τους πλευρά σε πολύ μεγάλο βαθμό.

Αναζητώντας σήμερα βιβλιογραφία σχετικά με τη μετάφραση ειδικών κειμένων, διαπιστώνουμε πως δεν πρόκειται για πεδίο που έχει διερευνηθεί εκτεταμένα. Είναι εύλογο να αναρωτηθεί κανείς πως ένα πεδίο όπως αυτό της μετάφρασης ειδικών κειμένων έχει τύχει μόνο περιορισμένης διερεύνησης. Από όσα έχουν εκτεθεί αντιλαμβανόμαστε πόσο σημαντική είναι η μετάφραση των ειδικών κειμένων στον σημερινό κόσμο της τεχνολογίας και της παγκοσμιοποίησης. Η μετάφραση είναι αυτή που επιτρέπει τη διακίνηση των ιδεών, των προσώπων και των αγαθών στον σύγχρονο κόσμο.

Θα τολμούσαμε να πούμε πως στη διερεύνηση της μετάφρασης ειδικών κειμένων ξεχωρίζουν τα δύο έργα της Stolze (1999 και 2009). Το δεύτερο έργο αποτελεί επικαιροποιημένη και διευρυμένη έκδοση της πρώτης μονογραφίας. Οι μονογραφίες της Stolze συνιστούν μια εισαγωγή στον χώρο της μετάφρασης ειδικών κειμένων. Η Stolze συνθέτει ένα πολυσχιδές έργο το οποίο στηρίζεται αφενός στη διαπραγμάτευση επιστημονικών θέσεων της ειδικής επικοινωνίας και της θεωρίας της μετάφρασης. Αφετέρου εισάγει στη συζήτηση στοιχεία από την παρατήρηση της μεταφραστικής πράξης. Κεντρικό ερώτημα της Stolze είναι ποιες γλωσσικές γνώσεις είναι αυτές που απαιτούνται για την εκπαίδευση επαγγελματιών μεταφραστών (Stolze, 2009: 15). Σκοπός της είναι η ανάδειξη των πτυχών της μετάφρασης των ειδικών κειμένων, καθώς και η

¹⁴ Για αναλυτικότερη τοποθέτηση βλ. Βλαχόπουλο, 2010.

¹⁵ Ήδη στον Βλαχόπουλο (2010) έχουμε προτείνει διεύρυνση της εφαρμοσμένης μεταφρασεολογίας. Αναπαράγουμε: Ο Holmes είχε συμπεριλάβει στην εφαρμοσμένη μεταφρασεολογία την εκπαίδευση μεταφραστών, την αξιολόγηση μεταφράσεων και τη χρήση μέσων τεκμηρίωσης, που διατηρούν τη σπουδαιότητά τους. Εμείς προτείνουμε να συμπεριληφθεί η επαγγελματική δεοντολογία, η μετάφραση στα πλαίσια της διδασκαλίας των ξένων γλωσσών καθώς και στοιχεία διερμηνείας (επιχειρηματικής και δικαστηριακής), που στη χώρα μας ασκείται πολλές φορές από μεταφραστές. Η μετάφραση θα πρέπει να βρει το δρόμο της προς τη γλωσσοδιδασκτική – όχι ως μέθοδος διδασκαλίας, αλλά πια ως επιπλέον δεξιότητα. Αντίστοιχα ισχύουν και για αρκετές μορφές διερμηνείας ελλείψει ειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού στην Ελλάδα καλούνται –στην καλύτερη περίπτωση– μεταφραστές να προσφέρουν τις υπηρεσίες ως διερμηνείς στο περιβάλλον των επιχειρήσεων, των δημόσιων υπηρεσιών και των δικαστηρίων.

επεξεργασία βασικών κατηγοριών, μέσα από την ανάλυση ειδικών κειμένων και της μετάφρασής τους (2009: 13). Αντλεί το υλικό της από γερμανικά, αγγλικά, γαλλικά και ιταλικά κείμενα.

Ωστόσο, ο αριθμός των έργων που επιχειρούν συστηματική προσέγγιση δεν είναι μεγάλος και, συνήθως, εξαντλείται σε συλλογικά έργα. Τέτοια έργα είναι, λ.χ., οι συλλογικοί τόμοι των Hoffmann, Kalverkämper & Wiegand (1998), Scarpa (2001), Kowtyk & Wendt (2002), Cosmai (2003), Rega & Magris (2004), Gotti & Sarcevic (2006), Lavault-Olléon (2007), Schmitt & Jüngst (2007), Reinart (2009) και Engberg (2013).

Υπάρχουν, βέβαια, και ειδικότερες εργασίες που ασχολούνται με τη μετάφραση συγκεκριμένου είδους κειμένου, όπως, λ.χ., για τα νομικά κείμενα.¹⁶ Προτού αναφερθούμε στα έργα που θεραπεύουν τη μετάφραση οικονομικών κειμένων, θα σταθούμε στο πρόσφατο πόνημα των Δογορίτη & Βυζά, (2015). Οι δύο ερευνητές εκθέτουν την ειδική επικοινωνία (εξειδικευμένη επικοινωνία κατά τους ίδιους), τις ειδικές γλώσσες και την ορολογία, στο πλαίσιο μιας μονογραφίας που πραγματεύεται τη διδασκαλία γλωσσών ειδικότητας και της μετάφρασης ειδικών κειμένων με την αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων και γλωσσικών πόρων.¹⁷

Όσον αφορά τη μετάφραση των οικονομικών κειμένων, δεν υπάρχουν πολλές εργασίες. Υπάρχουν έργα που ασχολούνται με τη(ν) (διαπολιτισμική) οικονομική επικοινωνία,¹⁸ αλλά η ίδια η μετάφραση κειμένων από τον χώρο της οικονομίας έχει διερευνηθεί ελάχιστα. Αναζητώντας δημοσιεύσεις, θα βρεθούν, βέβαια, αρκετά μεγάλος αριθμός άρθρων και κάποιες διδακτορικές διατριβές¹⁹ που ασχολούνται με μεμονωμένες πτυχές της μετάφρασης των οικονομικών κειμένων. Σταθμός είναι η μονογραφία του Κελάνδρια (2007) με τίτλο *Η μετάφραση των οικονομικών κειμένων. Μια λειτουργική προσέγγιση*. Πρόκειται για μια από τις λιγοστές μονογραφίες που εντρυφούν στη μετάφραση οικονομικών κειμένων. Σκοπός του συγγραφέα είναι να αναδείξει πως δεν υπάρχει μοντέλο μετάφρασης οικονομικών κειμένων. Ο συγγραφέας, που δουλεύει στο ζευγάρι Αγγλικά-Ελληνικά, σκιαγραφεί την προβληματική της μετάφρασης κειμένων από την οικονομία, και τεκμηριώνει πως η διαχείριση των μεταφραστικών προβλημάτων εξαρτάται από την επιδιωκόμενη λειτουργία των μεταφρασμάτων στον πολιτισμό και τη γλώσσα-στόχος.

3 Το εύρος και ο σκοπός του βιβλίου

Το βιβλίο αποτελεί διδακτικό εγχειρίδιο που γράφτηκε στο πλαίσιο της δράσης *Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα*, και νοείται ως συνεισφορά στη μεταφρασεολογία, στο πεδίο της μετάφρασης ειδικών κειμένων (γερμανιστί *Fachübersetzen*). Σύμφωνα με τα παραπάνω, η μετάφραση των ειδικών κειμένων εντάσσεται στην εφαρμοσμένη μεταφρασεολογία κατά Holmes. Πρόκειται για χώρο –προφανώς– διεπιστημονικό όπου συναντώνται η θεωρητική μεταφρασεολογία, η γλωσσολογία και ο επιστημονικός κλάδος του οποίου η επικοινωνία εξετάζεται στην περίπτωση της δικής μας ανάλυσης, η οικονομία. Συγκεκριμένα, πραγματεύεται το ζήτημα της μετάφρασης κειμένων από τον χώρο της οικονομίας, με έμφαση στη μετάφραση μεταξύ των οικονομικών πολιτισμών της Ελλάδας και της Γερμανίας. Στο ανά χείρας έργο θα φωτίσουμε το πώς ένας οικονομικός πολιτισμός μπορεί να επικοινωνήσει με έναν άλλον. Θα ερμηνεύσουμε, δηλαδή, πώς οι διαφορετικές πολιτισμικές δομές του ενός οικονομικού πολιτισμού μπορούν να γίνουν κατανοητές από ανθρώπους του άλλου πολιτισμού σε επικοινωνία κατά την οποία χρησιμοποιείται μεταφραστική.

Όπως θα φανεί και μέσα από την ανάπτυξη της ύλης του βιβλίου, κατά την επικοινωνία, πέρα από τα όρια των πολιτισμών στον χώρο της οικονομίας, απαντούν συχνά πολιτισμικές ασυμβατότητες που πρέπει να αναγνωριστούν, προκειμένου να διασφαλιστεί η απρόσκοπτη μεταβίβαση της γνώσης από και προς την κάθε πλευρά του πολιτισμικού ρήγματος.

¹⁶ Βλ. Βλαχόπουλο (2014) για μια συνολική εικόνα. Θα θέλαμε να επισημάνουμε την εργασία της Gortych-Michalak, K. (2013): *Struktura polskich, greckich i cypryjskich aktów normatywnych. Studium porównawcze w aspekcie translologicznym*, Dissertationes legilinguisticae 1, Studies in Legilinguistics 1, Studies in Legal Language and Communication, Wydawnictwo Naukowe Contact, Poznań. Στη μονογραφία αναλύονται πολωνικά, ελληνικά και νομικά κείμενα και συγκρίνονται μεταφρασεολογικά.

¹⁷ Πρόκειται, προφανώς, για συμβολή στη διδακτική των ειδικών γλωσσών και της μετάφρασης ειδικών κειμένων.

¹⁸ Βλ. το έργο του Bolten. Ο Bolten είναι πρωτοπόρος στο πεδίο της διαπολιτισμικής οικονομικής επικοινωνίας. Παροτρύνουμε την ανάγνωση του έργου του Bolten (2012), όπου εξετάζει την έννοια της *διαπολιτισμικής δεξιότητας* (*Interkulturelle Kompetenz*).

¹⁹ Λ.χ., Pohosyan (2003).

Όσα εκτέθηκαν παραπάνω μας οδηγούν στο συμπέρασμα πως, όταν μιλάμε για μετάφραση ειδικών – στην περίπτωση μας οικονομικών– κειμένων, θα έχουμε τουλάχιστον δύο διαφορετικές αναγνώσεις: Αφενός την ανάγνωση των μελετητών της ειδικής –όπως λέγεται πια– επικοινωνίας, που θα αντιμετωπίζουν τη μετάφραση των ειδικών κειμένων εξετάζοντας τη διαφορετικότητά της ως επικοινωνιακής πρακτικής σε σχέση με την άμεση ειδική επικοινωνία στο πλαίσιο ενός πολιτισμού. Αφετέρου θα έχουμε και την ανάγνωση των μεταφρασεολόγων που θα εξετάζουν τη μετάφραση των οικονομικών κειμένων ως προς τις δεξιότητες που διαφοροποιούν τη μετάφραση ειδικών κειμένων από τα άλλα είδη μετάφρασης.

Η μετάφραση οικονομικών κειμένων θα εξεταστεί ως μορφή διαπολιτισμικής επικοινωνίας γνώσεων: Θα φωτίσουμε με τη βοήθεια της επικοινωνίας γνώσεων το πώς μεταφράζεται ένα ειδικό κείμενο. Δηλαδή, το πώς μεταβιβάζονται οι γνώσεις που περιέχει το κείμενο-πηγή στον οικονομικό πολιτισμό-στόχος, χωρίς να δημιουργούνται ασυμμετρίες. Οφείλουμε να επισημάνουμε πως το εύρος του εγχειριδίου περιορίζεται από την έννοια του οικονομικού πολιτισμού,²⁰ στις χώρες Ελλάδα και Γερμανία. Στο πλαίσιο ενός βιβλίου της περιορισμένης έκτασης ενός διδακτικού εγχειριδίου, αδυνατούμε να επεκταθούμε σε χώρες που έχουν την ίδια κοινή γλώσσα με την Ελλάδα (Κύπρος) και τη Γερμανία (Αυστρία, Ελβετία, Λουξεμβούργο, Λίχτενσταϊν και Ιταλία) αλλά διαφορετικό οικονομικό πολιτισμό.

Το βιβλίο είναι διαρθρωμένο σε πέντε κύρια κεφάλαια. Κάθε κεφάλαιο είναι σχεδιασμένο αυτοτελώς και αποτελείται από την ύλη του κεφαλαίου, τις ασκήσεις, τη βιβλιογραφία και το παράρτημα. Δύο λόγια για τις ασκήσεις, που παίζουν διττό ρόλο: Αφενός στηρίζουν την αφομοίωση της ύλης του κεφαλαίου, αφετέρου λειτουργούν ως πρωτογενής πηγή γνώσεων, στηρίζοντας την απόκτηση νέων γνώσεων μέσα από την επίλυση προβλημάτων που τίθενται.

Αναλυτικότερα: Στο πρώτο κεφάλαιο εισάγεται ο αναγνώστης στις βασικές έννοιες που αφορούν τη μετάφραση, και αναλύονται έννοιες που είναι συνυφασμένες με τη διαγλωσσική/διαπολιτισμική επικοινωνία. Συγκεκριμένα, αποφασίσαμε να χρησιμοποιήσουμε το *google translate* και τις αδυναμίες του ως διδακτικό μοτίβο, για να φωτιστεί η πολυπλοκότητα της προσπάθειας που καταβάλλει ο μεταφραστής. Απώτερος στόχος είναι να φανεί η σχέση (οικονομικού) πολιτισμού, των γλωσσικών/πολιτισμικών αποκλίσεων και των επικοινωνιακών περιστάσεων κατά τη μετάφραση. Στο δεύτερο κεφάλαιο περιγράφεται τι σημαίνει ειδική επικοινωνία. Για την κατανόηση των μηχανισμών της επαγγελματικής και επιστημονικής επικοινωνίας, αναλύουμε, από τη μια, την ολιστική φύση της επικοινωνίας, και, από την άλλη, περιγράφουμε τα δομικά στοιχεία της επικοινωνίας στην οικονομία, την ειδική γλώσσα. Σκοπός είναι να αναδειχθεί πως η ειδική επικοινωνία είναι συνεπακόλουθο συνειδητών επιλογών στο επίπεδο της γλώσσας. Στο επόμενο κεφάλαιο ο αναγνώστης μυείται στις αρχές και στους μηχανισμούς που διέπουν την επικοινωνία γνώσεων και τις προεκτάσεις που λαμβάνει όταν προκύπτει η μεταβίβαση γνώσεων πέρα από πολιτισμικά όρια. Αφού εξεταστούν οι μηχανισμοί της επικοινωνίας γνώσεων, καταγράφεται πώς αυτοί οι μηχανισμοί, εν τέλει, συμπίπτουν με την επικοινωνία στο πλαίσιο της μετάφρασης. Το κεφάλαιο κλείνει με τον ορισμό της ειδικής μετάφρασης. Στο προτελευταίο κεφάλαιο ο αναγνώστης μυείται αρχικά στις βασικές αρχές της *Κριτικής Ανάλυσης Λόγου (ΚΑΛ)*. Η ΚΑΛ χρησιμοποιείται, στη συνέχεια, για την ανάλυση ενδεικτικών κειμένων από την οικονομική πραγματικότητα και των δύο οικονομικών πολιτισμών που εξετάζονται στο βιβλίο, του ελληνικού και του γερμανικού, για να φανεί η επιλεκτική σχέση που υπάρχει μεταξύ λόγου και σκοπιμότητας επικοινωνίας. Η ΚΑΛ συνιστά εργαλείο που αποκαλύπτει τις σκοπιμότητες δεδομένων γλωσσικών επιλογών και του επιδιωκόμενου επικοινωνιακού αποτελέσματος. Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο του εγχειριδίου αναλύεται η μετάφραση γερμανικών κειμένων στα ελληνικά. Τα τμήματα κειμένου που εξετάζονται προέρχονται από πραγματικό μεταφραστικό έργο. Τα κείμενα, τόσο το πρωτότυπο όσο και το μετάφρασμα, θα εξεταστούν στον πολιτισμό στον οποίο λειτουργούν κριτικά. Η κριτική ανάλυση του λόγου φωτίζει αφενός πώς οι επιλογές του συντάκτη και του μεταφραστή σχετίζονται με την επικοινωνιακή σκοπιμότητα και με το πλαίσιο του πολιτισμού-στόχος, και αφετέρου εάν ο μεταφραστής λειτούργησε ορθά και μεταβίβασε διαπολιτισμικώς τις γνώσεις του κειμένου-πηγή στο σύστημα-στόχος.

Απώτερος σκοπός του πονήματος είναι να φωτίσει πως:

- α. Η μετάφραση οικονομικών κειμένων είναι ζήτημα διαπολιτισμικό και διαθεματικό,
- β. εξαρτάται από τη γνώση των ειδικών γλωσσών και της ειδικής επικοινωνίας εκατέρωθεν του πολιτισμικού ρήγματος, και
- γ. συνιστά μεταβίβαση γνώσεων πέρα από τα όρια των οικονομικών πολιτισμών.

²⁰ Βλ. επόμενο κεφάλαιο για τον ορισμό του οικονομικού πολιτισμού.

Κατά την ανάπτυξη της ύλης το βλέμμα μας παραμένει στραμμένο στον άνθρωπο, τον μεταφραστή και οποιονδήποτε άλλον μεταβιβάζει γνώσεις από τον έναν πολιτισμό στον άλλον. Αναδεικνύουμε πώς ο άνθρωπος λειτουργεί όταν στον χώρο της οικονομίας μεταβιβάζονται γνώσεις από τον έναν πολιτισμό στον άλλον, και φωτίζουμε ποιες πρέπει να είναι οι γνωσιακές προϋποθέσεις που οφείλουν να πληρούνται.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Βαλεοντής, Κ., Κριμπάς, Π. (2014). *Νομική Γλώσσα, Νομική Ορολογία*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη
- Βλαχόπουλος, Σ. (2010). *Μετάφραση και δημιουργικότητα*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Βλαχόπουλος, Σ. (2014). *Πολυγλωσσία στο δίκαιο. Μετάφραση νομικών κειμένων και δικαστηριακή διερμηνεία*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Cronin, M. (2007). *Μετάφραση και παγκοσμιοποίηση*. Αθήνα: Διάυλος.
- Δογορίτη Ε. & Βυζάς, Θ. (2015). *Ειδικές Γλώσσες και Μετάφραση για Επαγγελματικούς Σκοπούς*. Αθήνα: Διόνικος.
- Κελάνδριας, Π. (2007). *Η μετάφραση των οικονομικών κειμένων. Μία λειτουργική προσέγγιση*. Αθήνα: Διάυλος.

Ξενόγλωσση

- Abelshauser, W. (2013). E pluribus unum? Eine alternative Strategie für Europa. *Zeitschrift für Staats- und Europawissenschaften: ZSE; der öffentliche Sektor im internationalen Vergleich*, τ. 11/4, 466-483. http://www.zse.nomos.de/fileadmin/zse/doc/Aufsatz_ZSE_13_04.pdf (προσπέλαση 09.11.2014)
- Ammon, U. (1976). *Probleme der Soziolinguistik*. Germanistische Arbeitshefte 15, Tübingen: Niemeyer.
- Beneš, E. (1971). Fachtext, Fachstil und Fachsprache. *Sprache und Gesellschaft* 13, 118-132.
- Benes, E. (1973). Die sprachliche Kondensation im heutigen deutschen Fachstil. *Sprache der Gegenwart. Linguistische Studien III. Teil*, 1, 40-50.
- Bolten, J. (2012). *Interkulturelle Kompetenz, Landeszentrale für politische Bildung Thüringen*: Erfurt.
- Catford, J. C. (1965). *A Linguistic Theory of Translation. An Essay in Applied Linguistics*. London: Oxford University Press.
- Cosmai, D. (2003). *Tradurre per l'Unione europea. Problematiche e strategie operative*. Milano: Hoepli.
- Dahl, T. (2011α). The ideal informant: On the use of subject specialists in analyses of LSP texts». Στο M. Pedersen και J. Engberg (επιμ.). *Current Trends in LSP Research. Aims and Methods*. Bern: Peter Lang (Linguistic Insights series), 107-125.
- Dahl, T. (2011β). Wrong or just different? How existing knowledge is staged to promote new claims in English economics and linguistics articles. Στο F. Salager-Meyer και B. A. Lewin (επιμ.) *Crossed words: Criticism in scholarly writing*. Bern/Berlin: Peter Lang (Linguistic Insights series), 259-282.
- Drozd, L., & Seibicke, W. (1973). *Deutsche Fach-und Wissenschaftssprache: Bestandsaufnahme, Theorie, Geschichte*. Wiesbaden: Brandestetter Verlag.
- Engberg, J. (2010). Knowledge construction and legal discourse: The interdependence of perspective and visibility of characteristics. *Journal of Pragmatics*, 42(1), 48-63.
- Engberg, J. (2013). Why Translator are not Lawyers. On Differences and Similarities of Interest and Knowledge. *En Alonso*, τ. I, 23-32.
- Gallagher, J. D. (1998). Möglichkeiten und Grenzen der Übersetzungsäquivalenz. *Beiträge zu Sprachvergleich und Übersetzung*. Tübingen: Narr, 1-29.
- Gortych-Michalak, K. (2013). *Struktura polskich, greckich i cypryjskich aktow normatywnych. Studium porownawcze w aspekcie translologicznym*. Dissertationes legilinguisticae 1, Studies in

Legilinguistics 1, Studies in Legal Language and Communication. Poznan: Wydawnictwo Naukowe Contact.

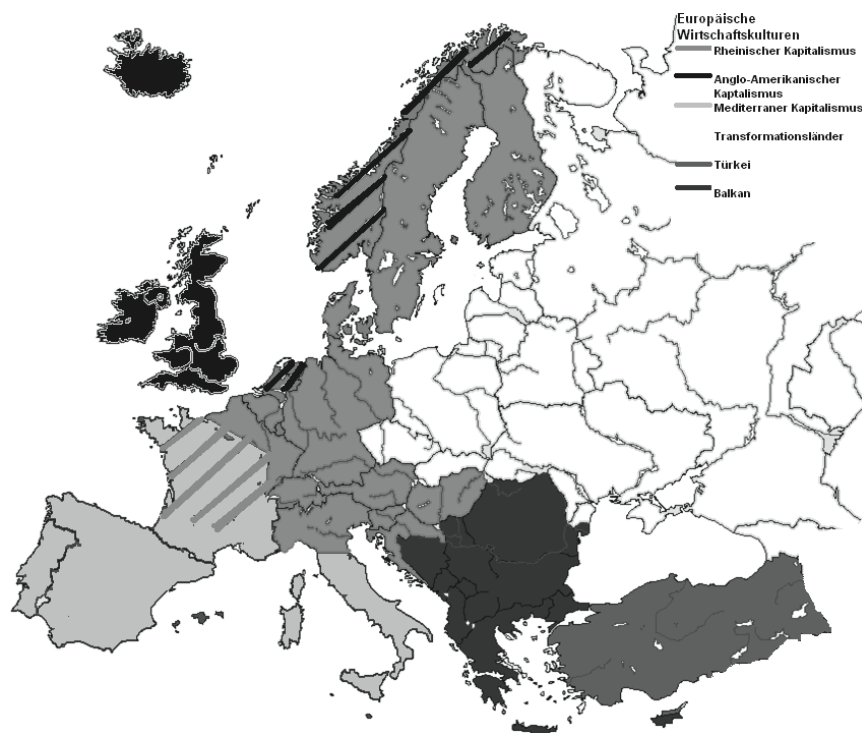
- Gotti, M. & Šarčević, S. (επιμ.) (2006). *Insights into Specialized Translation (Linguistic Insights)*. Studies in Language and Communication 46. Bern: Peter Lang.
- Gerzymisch-Arbogast, H. (2001). Equivalence parameters and evaluation. *Meta: Journal des traducteurs Meta:/Translators' Journal*, τ.46(2), 227-242.
- Hoffmann, L., Kalverkämper, H., & Wiegand, H. E. (επιμ.) (1998). *Fachsprachen/Languages for special purposes: Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft/An international handbook of special-language and terminology research. 2 τόμοι. Berlin / New York: Walter de Gruyter, Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft*, τ. 14-1, t. 1, XLIII-1369
- Hoffmann, L. (1985). *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. Tübingen: Narr (Forum für Fachsprachen-Forschung 1)
- Hoffmann, L. (1984). Seven roads to LSP. *Fachsprache*, 6, 1-2.
- Hoffmann, L. (1976). *Kommunikationsmittel Fachsprache: eine Einführung* (Vol. 1). Berlin: Akademie-Verlag.
- Holmes, J. S. (1972). The Name and Nature of Translation Studies. Expanded version. Στο *Translated Papers on Literary Translation and Translation Studies*. Rodopi, Amsterdam & Atlanta, 66-80.
- House, J. (1997). *Translation Quality Assessment. A Model Revisited*. Tübingen: G. Narr.
- Kalverkämper, H. (1998). Rahmenbedingungen für die Fachkommunikation, στο: Hoffmann, L. Kalverkämper, H., Wiegand, H.E. (επ.): *Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. Halbbd. 1.* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 14.1.), Berlin: de Gruyter, 24-47.
- Koller, W. (1992). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Heidelberg/Wiesbaden: UTb.
- Kovtyk, B. & Wendt, G. (επιμ.) (2002). *Aktuelle Probleme der angewandten Übersetzungswissenschaft. Sprachliche und außersprachliche Faktoren der Fachübersetzung*. Frankfurt: Lang.
- Kopper, E. (1993). Swiss and Germans: Similarities and differences in work-related values, attitudes, and behavior. *International Journal of Intercultural Relations*, 17(2), 167-184.
- Lavault-Olléon, E. (επιμ.) (2007). *Traduction spécialisée. Pratiques, théories, formations*. (Travaux Interdisciplinaires et Plurilingues en Langues Etrangères Appliquées 10), Bern: Lang.
- Littmann, G. (1980). *Fachsprachliche Syntax*. Hamburg: Helmut Buske Verlag..
- Littmann, G. (1981). *Fachsprachliche Syntax: zur Theorie und Praxis syntaxbezogener Sprachvariantenforschung* (Vol. 52). Hamburg: Buske Verlag..
- Littmann, G. (1983). *Fachsprachliche Syntax. Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 12*. München: Hueber, 98-109.
- Möhn, D. & Pelka, R. (1984). *Fachsprachen*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Munday, J. (επιμ.) (2009). *The Routledge Companion to Translation Studies*. London/New York: Routledge,
- Munday, J. (2001). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. London/New York: Routledge.
- Nida, E.A. (1964). *Toward a science of translating. With special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Leiden: Brill.
- Neubert, A. (1985): *Text und Translation*. Enzyklopädie Verlag, Leipzig.
- Neubert, A. & Shreve, G.M. (1992). *Translation as text*. Kent and London: The Kent State University Press.

- Pohosyan A. (2005). Übersetzungsprobleme in der Wirtschaftskommunikation: untersucht an Übersetzungen aus dem Russischen und Ukrainischen ins Deutsche. Διδακτορική διατριβή. Darmstadt: TU Darmstadt.
- Richerson, P. J. & Boyd, P. (2005). *Not by Genes Alone: How Culture Transformed Human Evolution*. Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Roelcke, Th. (2010). *Fachsprachen*. γ' έκδοση. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Rega, L. & Magris, M. (επιμ.) (2004). *Übersetzen in der Fachkommunikation. Comunicazione specialistica e traduzione*. Tübingen: Narr (Forum für Fachsprachen-Forschung 64).
- Reinart, S. (2009). *Kulturspezifität in der Fachübersetzung*. Berlin: Frank & Timme (Forum für Fachsprachen-Forschung 88).
- Salamon, S. (1985). Ethnic communities and the structure of agriculture. *Rural Sociology*, 50(3), 323-340.
- Sapienza, P., Zingales, L., & Guiso, L. (2006). *Does culture affect economic outcomes?* (No. w11999). National Bureau of Economic Research.
http://web.stanford.edu/~avner/Greif_228_2006/Guiso_Sapienza_Zingales%202005_JEP.pdf
 (προσπέλαση 09.11.2014).
- Scarpa, F. (2001/2008). *La traduzione specializzata. Un approccio didattico professionale*. Milano: Hoepli.
- Schmitt, P. A. & Jüngst, H. E. (επιμ.) (2007). *Translationsqualität* (Leipziger Studien zur angewandten Linguistik und Translatologie 5). Frankfurt: Lang.
- Snell-Hornby, M. (1991). Translation Studies: Art, Science or Utopia? Στο K. M. van Leuven-Zwart & T. Naaijken (επιμ.). *Translation Studies: The State of the Art*. Amsterdam & Atlanta: Rodopi, 13-23.
- Snell-Hornby, M. (1988). *Translation studies: An integrated approach*. John Benjamins Publishing.
- Snell-Hornby, M. (1986/1994). *Übersetzungswissenschaft - Eine Neuorientierung. Zur Integrierung von Theorie und Praxis*, Tübingen: Francke (UTB 1415).
- Stolze, R. (1982). *Grundlagen der Textübersetzung*. Heidelberg: Groos.
- Toury, G. (1991). What are Descriptive Studies into Translation Likely to Yield apart from Isolated Descriptions? Στο K. M. van Leuven-Zwart & T. Naaijken (επιμ.). *Translation Studies: The State of the Art. Proceedings of the First James S Holmes Symposium on Translation Studies* (No. 9). Amsterdam & Atlanta: Rodopi, 179-192.
- Toury, G. (1995). *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam: John Benjamins.
- Zivko, T. (2006). The economic-cultural context of the EU economies. *Kybernetes*, τ.35(7/8), 1024-1036.

Παράρτημα

Kulturelle Handlungsmuster	Anglo-Kapitalismus	Rheinischer Kapitalismus	Mediterraner Kapitalismus	Balkan-Kapitalismus
Familismus	schwach, aber stark ethnisch differenziert	regionale Netzwerke (<i>cluster</i>)	stark, schwache intermediäre Institutionen	amoralisch, Schutzgemeinschaften
Soziabilität/ Sozialkapital	hoch, aber nachlassend	hoch	schwach	sehr schwach
Rolle des Staates	nachrangig	moderierend	wirkungslos	instrumental
Unternehmerischer Horizont	kurzfristig	langfristig	kurzfristig	kurzfristig
Markt-koordination	einzelwirtschaftlich	Korporationen und Verbände	Staat, einzelwirtschaftlich	einzelwirtschaftlich
Finanzierung	Risikokapital	„geduldiges“ Kapital	Kapitalmarkt	Kapitalmarkt
Sparquote	sehr niedrig	hoch	sehr hoch	sehr hoch
Leitmärkte	„fordistisches Design“	„nachindustrielle Maßschneiderei“	Dienstleistung, Agrarmärkte	Dienstleistung, Agrarmärkte
Kulturelle Ausstrahlung	UK, Irland, Kapitalmärkte, Niederlande, Norwegen	Skandinavien, Benelux, Österreich, Deutschland, Norditalien, Frankreich, Schweiz	Süditalien, Spanien, Frankreich, Malta, Portugal	Rumänien, Bulgarien, Griechenland, Zypern, westl. Balkan

Εικόνα 2. Διαφοροποίηση οικονομικών πολιτισμών κατά Abelshauser (2013)



Εικόνα 3. Οι οικονομικοί πολιτισμοί στην Ευρώπη κατά Abelshauser (2013).

Κεφάλαιο 1 Η μετάφραση (ειδικών) κειμένων

Σύνοψη

Στο πρώτο κεφάλαιο, εισάγουμε στις βασικές έννοιες που αφορούν τη μετάφραση. Αναλύονται έννοιες που είναι συνυφασμένες με τη διαγλωσσική/διαπολιτισμική επικοινωνία. Συγκεκριμένα, θα χρησιμοποιηθεί το *google translate* και οι αδυναμίες του ως διδακτικό μοτίβο για να φωτιστεί η πολυπλοκότητα της προσπάθειας που καταβάλλει ο μεταφραστής. Επίσης, θα συζητηθεί η έννοια του πολιτισμού, του οικονομικού πολιτισμού, καθώς και η πολυπολιτισμικότητα του μεταφραστή. Απώτερος στόχος του κεφαλαίου είναι να φανεί η σχέση οικονομικού πολιτισμού, των γλωσσικών/πολιτισμικών αποκλίσεων, της πολυπολιτισμικότητας του μεταφραστή και των επικοινωνιακών περιστάσεων ως πλαίσιο για τις αποφάσεις του μεταφραστή.

1.1 Τι δεν ξέρει το *google translate*!

Πολύ συχνά παρατηρούμε χρήστες του διαδικτύου να αναζητούν τη λύση σε ένα πρόβλημα μεταφραστικής φύσης στο *google translate*. Πρόκειται είτε για χρήστες του διαδικτύου που αγνοούν τις πραγματικές προεκτάσεις της διαπολιτισμικής επικοινωνίας, είτε για ανθρώπους που γνωρίζουν τις αδυναμίες του εν λόγω συστήματος, αλλά, για τον έναν ή τον άλλον λόγο, συμβιβάζονται με ένα χαμηλής επικοινωνιακής αξίας προϊόν.²¹

Ο μνημένος στα ζητήματα της διαπολιτισμικής επικοινωνίας αντιλαμβάνεται τα όρια και συνειδητοποιεί πως το *google translate* ως λογισμικό δεν μπορεί παρά να έχει μικρές δυνατότητες, με συνέπεια να αδυνατεί να παράσχει μια αποτελεσματική μετάφραση κειμένου. Το *google translate* στερείται βασικών προϋποθέσεων που να του επιτρέπουν την παραγωγή ικανοποιητικών μεταφράσεων. Στη συνέχεια θα φανεί γιατί συμβαίνει αυτό.

Να επισημάνουμε πως δεν είναι σκοπός μας να καταδικάσουμε το *google translate*. Αντίθετα, το *google translate* μπορεί να είναι ένα χρήσιμο εργαλείο. Θα αναφερθούμε συχνά σε αυτό, διότι στην πράξη έχει αποδειχτεί πολύτιμο διδακτικά: Η προσφυγή στη μηχανική μετάφραση επιτρέπει να αναδυθεί τι, τελικά, είναι σε θέση να κάνει ο άνθρωπος – επιτρέπει να εστιάσουμε στον άνθρωπο.

Θα χρησιμοποιήσουμε το *google translate* προκειμένου να αναδειχθούν οι ικανότητες του ανθρώπου: Η εξέταση του προϊόντος που παράγει, η ανάλυση και περιγραφή του σε σχέση τόσο με το πρωτότυπο όσο και με το μετάφρασμα που παράγει ο άνθρωπος παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες για τα λάθη που θα μπορούσε να κάνει και ένας νεόκοπος μεταφραστής. Η αντιπαραβολή του προϊόντος της μηχανικής μετάφρασης με εκείνο που παράγει ο άνθρωπος θα μας επιτρέψει να αναδείξουμε τη σύνθετη υφή της διαπολιτισμικής επικοινωνίας μέσω της μετάφρασης. Με άλλα λόγια, μέσα από την απλοϊκότητα, με την οποία λειτουργεί το *google translate*, θα αναδείξουμε αφενός την πραγματική πολυπλοκότητα και την πολυσύνθετη υφή της μετάφρασης, αφετέρου πώς ανταποκρίνεται και αντεπεξέρχεται ο άνθρωπος.

1.2 Τι (δεν) μας διδάσκει το *google translate* για τη μετάφραση

Τι είναι ο μεταφραστής; Τι σημαίνει μετάφραση; Ο διερμηνέας είναι το ίδιο με τον μεταφραστή; Αρκεί η γνώση της ξένης γλώσσας; Γιατί δεν αρκεί το *google translate*; Αυτά είναι κάποια από τα ερωτήματα που ανακύπτουν –καμιά φορά και όχι– όταν μη ειδικοί προβληματίζονται για την επικοινωνία πέρα από τα όρια των γλωσσών, πέρα από τα όρια των πολιτισμών.

Το *google translate* θα μας βοηθήσει να απαντήσουμε αυτά τα βασικά ερωτήματα. Σίγουρο είναι πως το *google translate* δεν μπορεί να μεταφράσει όπως ο άνθρωπος. Το ευρύτερο κοινό που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο πιστεύει πως τα συστήματα μηχανικής μετάφρασης μπορούν να μεταφράσουν όποια κείμενα και να

²¹ Στη συνέχεια του βιβλίου θα φανεί κάτω από ποιες προϋποθέσεις κάποιος θα μπορούσε να συμβιβαστεί με ένα προϊόν του *google translate*.

εισάγουμε. Σίγουρα το σύστημα μεταφράζει κάποια κείμενα με επιτυχία – μέχρι ενός σημείου, όμως. Κυρίως μέχρι του σημείου όπου η μετάφραση εξαντλείται από την αντικατάσταση λέξης από λέξη και με τις προϋποθέσεις ότι

1. οι γλώσσες που έρχονται σε επαφή έχουν στο κείμενο που εισάγεται ίδια (περίπου) δομή και
2. το πρωτότυπο κείμενο και το κείμενο που παρήγαγε το σύστημα χρησιμοποιούνται σε αντίστοιχα επικοινωνιακά πλαίσια.

Αλλά πόσο συχνά συμβαίνει αυτό, να συναντώνται κείμενα που προέρχονται από φυσικές γλώσσες με παρόμοια συντακτική δομή και ίδια επικοινωνιακή αποτελεσματικότητα στα δεδομένα συγκεκριμένα; Δεν είναι συχνό φαινόμενο. Για παράδειγμα, ο Γερμανός λέει *Guten Tag* μετά το μεσημέρι. Χρησιμοποιεί, δηλαδή, μια φράση που αποτελείται από τις λέξεις *gut* (καλός) και *der Tag* (μέρα), για να χαιρετήσει μετά τις δώδεκα το μεσημέρι. Εμείς χρησιμοποιούμε το *Καλημέρα* μάλλον μέχρι τις δώδεκα. Όντως, εάν εισάγουμε τον γερμανικό χαιρετισμό στο σύστημα, μας το αποδίδει ως *Καλημέρα*. Εάν εισάγουμε το *Guten Morgen*, τον αντίστοιχο γερμανικό για τον ελληνικό χαιρετισμό, το *google translate* πάλι θα παραγάγει το *Καλημέρα*. Αυτό, όμως, που δεν γνωρίζει το λογισμικό είναι ποια δομή ταιριάζει σε ποια επικοινωνιακή συγκυρία.

Συνεπώς, ακόμη και αν πετύχει η γραμμική απόδοση της πρωτότυπης φράσης, το διαφοροποιημένο επικοινωνιακό πλαίσιο στο οποίο θα ενταχθεί το προϊόν δεν μπορεί να αξιολογηθεί από τη μηχανή. Ο μη ειδικός, που κάνει χρήση οποιουδήποτε συστήματος μηχανικής μετάφρασης, δεν μπορεί να αξιολογήσει την αξιοπιστία του κειμένου που παρέλαβε ως προϊόν, και την αποτελεσματικότητά του στο δεδομένο πλαίσιο επικοινωνίας. Ο αδαής χρήστης του συστήματος το χρησιμοποιεί θεωρώντας, συχνά, πως η μετάφραση είναι συνώνυμο της γλωσσομάθειας. Το ακόλουθο παράδειγμα θα φωτίσει αυτό που εννοούμε, ακόμη πιο έντονα. Η πρόταση που παρατίθεται προέρχεται από γερμανική οικονομική εφημερίδα, και μεταφράστηκε με τη βοήθεια του *google translate*:

Zum Jahresanfang startete der Index bei 3.576 Punkten, mittlerweile notiert er gut 20 Prozent höher bei 4300 Punkten und damit nahe am Jahreshoch.
(Handelsblatt 9.1.2015)

Το *google translate* μάς έδωσε το παρακάτω αποτέλεσμα:

Στις αρχές του δείκτη ξεκίνησε στις 3.576 μονάδες, τώρα αναφέρονται περίπου 20 τοις εκατό υψηλότερο σε 4.300 μονάδες, κοντά στο ετήσιο υψηλό.

Το ελληνικό κείμενο δεν είναι κατανοητό. Τι σημαίνει Στις αρχές του δείκτη ξεκίνησε ...; Εμείς θα προτείνουμε την ακόλουθη απόδοση της γερμανικής πρότασης:

Στις αρχές του έτους ο δείκτης (του χρηματιστηρίου) ξεκίνησε στις 3.576 μονάδες, εν τω μεταξύ κυμαίνεται περίπου 20% υψηλότερα στις 4300 μονάδες και έτσι πλησιάζει το υψηλότερο σημείο του έτους.

Το *google translate* αγνόησε πολλές παραμέτρους. Έκανε μια απλή ανάλυση, αλλά, ως μηχανή, δεν είχε την κρίση του ανθρώπου να αξιολογήσει τα χαρακτηριστικά της γλώσσας, το νόημα και τα συμφραζόμενα. Προφανώς δεν ανέλυσε το σύνθετο γερμανικό ουσιαστικό *Jahresanfang* στα συστατικά του: *das Jahr* (έτος) και *der Anfang* (αρχή). επίσης, δεν διαθέτει τη δυνατότητα να κρίνει το συγκεκριμένο απόσπασμα πάρθηκε από τη γερμανική οικονομική εφημερίδα *Handelsblatt* και αναφερόταν στις μεταβολές του δείκτη του χρηματιστηρίου της Φρανκφούρτης – κάτι που το σύστημα αδυνατεί να αξιολογήσει.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει και το εξής μικρό πείραμα που κάναμε: Πέρα από τις αδυναμίες του ως σύστημα, το *google translate*, όπως και πολλοί μη ειδικοί, συγχέει τη μετάφραση με τη διερμηνεία. Συχνά ακούμε συνανθρώπους μας να εξομοιώνουν τις δύο αυτές δεξιότητες, που, όπως θα φανεί και στη συνέχεια, είναι διαφορετικές μεταξύ τους. Το *google translate* μεταφράζει τον γερμανικό όρο *Dolmetschen* (*das*) ως ερμηνεύω. Θα περίμενε κανείς από ένα σύστημα μηχανικής μετάφρασης τουλάχιστον σωστή απόδοση των όρων που έχουν σχέση με τη διαγλωσσική επικοινωνία. Αλλά το *google translate* δεν αναγνώρισε, πρώτον, πως ο γερμανικός όρος χαρακτηρίζει τη διερμηνεία ως δεξιότητα και όχι την ερμηνεία, όπως μας προτείνει.

Δεύτερον, δεν αναγνώρισε πως πρόκειται για ουσιαστικό, ούτε από τη θέση του στην πρόταση ούτε επειδή γράφεται με κεφαλαίο το πρώτο του γράμμα.

Μπορεί το *google translate* να μη γνωρίζει τη διαφορά μεταξύ μετάφρασης και διερμηνείας. Στο πλαίσιο της διαπολιτισμικής επικοινωνίας και οι δύο δεξιότητες έχουν τη θέση τους στην οικονομική ζωή. Τόσο ο μεταφραστής όσο και ο διερμηνέας είναι επαγγελματίες απαραίτητοι για την επίτευξη στόχων στο πεδίο της οικονομίας. Το πώς θα φανεί και στη συνέχεια. Η μετάφραση και η διερμηνεία, παρόλες τις διαφορές, που θα αναδυθούν στη συνέχεια, έχουν και ομοιότητες ως διαδικασίες. Η βασικότερη είναι πως αποτελούν μορφή έμμεσης διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Η διαγλωσσική ή διαπολιτισμική επικοινωνία διακρίνεται σε άμεση και σε έμμεση. Η άμεση επικοινωνία αφορά την επικοινωνία μεταξύ δύο μερών με διαφορετικές μητρικές γλώσσες σε μία από τις δύο ή σε άλλη γλώσσα κοινής αποδοχής, χωρίς τη μεσολάβηση τρίτου. Έμμεση διαγλωσσική ή διαπολιτισμική επικοινωνία επέρχεται, όταν επικοινωνούν δύο μέρη με διαφορετικές μητρικές γλώσσες με τη μεσολάβηση τρίτου ατόμου, λ.χ. ενός μεταφραστή ή διερμηνέα.

Προτού εστιάσουμε αποκλειστικά στη μετάφραση (των οικονομικών κειμένων), που αποτελεί και το αντικείμενο του πονήματος, ας διακρίνουμε τη μετάφραση από τη διερμηνεία, εντοπίζοντας τις διαφορές μεταξύ τους. Καταρχήν, η μετάφραση και η διερμηνεία μπορεί να μοιάζουν πολύ ως διαδικασίες και ως δεξιότητες. Ίδιες, όμως, δεν είναι. Ο Κεντρωτής (2000: 117-118) ορίζει τη μετάφραση περιγραφικά ως εξής:

Αν ονομάσουμε τη γλώσσα από την οποία μεταφράζουμε ένα κείμενο, γλώσσα αφετηρίας και τη γλώσσα προς την οποία μεταφράζουμε το κείμενο αυτό γλώσσα αφίξεως, μετάφραση είναι γενικώς η μεταφορά ενός μηνύματος από τη γλώσσα αφετηρίας στη γλώσσα αφίξεως ή, πιο αναλυτικά, η μεταφορά ενός σταθερά συγκεκριμένου και, ως εκ τούτου, μονίμως προσφερομένου ή κατ'αρέσκειαν επαναλαμβανόμενου κειμένου, που έχει συνταχθεί σύμφωνα με τους κανόνες της γλώσσας αφετηρίας, από τη γλώσσα αφετηρίας στη γλώσσα αφίξεως, και δη σε ένα κείμενο, που α) συντάσσεται σύμφωνα με τους κανόνες της γλώσσας αφίξεως, β) διατηρεί το νόημα του πρωτοτύπου.

Ο Κεντρωτής (2000:118) διαφοροποιεί τη μετάφραση και τη διερμηνεία: Συγκεκριμένα, μια ουσιώδης διαφορά που επισημαίνει είναι το γεγονός ότι η μετάφραση επιτρέπει τον έλεγχο και την ενδεχόμενη βελτίωση του γραπτού αποτελέσματος του μεταφράσματος, όταν, ανά πάσα στιγμή, μπορεί αυτό να ελεγχθεί ως προς την ορθότητά του και να διορθωθεί είτε από τον μεταφράσαντα είτε από οποιονδήποτε άλλον. Αντίθετα, η διερμηνεία είναι για τον Κεντρωτή (2000: 118)

.... η μεταφορά ενός κειμένου που εκφέρεται μία μόνο φορά και κατά κανόνα προφορικώς στη γλώσσα αφετηρίας, από τη γλώσσα αφετηρίας στη γλώσσα αφίξεως, και δη σε ένα κείμενο, το οποίο, ένεκα ελλείψεως του απαραίτητου χρόνου, μόνο σε περιορισμένο βαθμό μπορεί να ελεγχθεί και μόνο προς στιγμήν και επί τόπου να διορθωθεί ως προς την ορθότητά του.

Η διαπίστωση πως η διερμηνεία και η μετάφραση δεν διαφέρουν ως ένα επίπεδο αφαίρεσης δεν ανήκει μόνο στον Κεντρωτή. Η γαλλική σχολή, με εκπροσώπους τις Seleskovitch & Lederer (2001: 90), πρεσβεύει την ίδια άποψη, ότι, δηλαδή, η διερμηνεία και η μετάφραση δεν διαφέρουν ως προς την ουσία. Τόσο η μετάφραση όσο και η διερμηνεία ενδιαφέρονται για το νόημα και όχι για τη μορφή, ενώ οι τρόποι αναδιατύπωσης θα διαφέρουν όπως διαφέρει ο προφορικός από τον γραπτό λόγο.

Ας εστιάσουμε στη μετάφραση: Η έρευνα των τελευταίων δεκαετιών έχει δείξει ότι οι διαδικασίες της μετάφρασης κινούνται από διακριτές μεταξύ τους σύνθετες γνωστικές διαδικασίες, που ξεπερνούν την (ακόμη και υψηλού επιπέδου) γλωσσομάθεια. Η πλούσια βιβλιογραφία σχετικά με τη *μεταφραστική ικανότητα (translation competence)*,²² αλλά και η απλή παρακολούθηση ενός έμπειρου επαγγελματία μεταφραστή την ώρα της εργασίας, και η αντιπαράβολή του με το απλοϊκό *google translate* αποκαλύπτουν δεξιότητες και ικανότητες απαραίτητες για τη μετάφραση, οι οποίες ξεπερνούν τις αντίστοιχες που απαιτούνται για τη συνήθη άμεση διαγλωσσική επικοινωνία.²³ Μπορεί, ωστόσο, η μετάφραση να προϋποθέτει δεξιότητες και γνώσεις που ενυπάρχουν σε όποιον γνωρίζει μια ξένη γλώσσα, η αποτελεσματική και επαγγελματική

²² Βλ. σχετικά Βλαχόπουλο (2010: 34-36).

²³ Βλ. Krings, 1986 και 1988, Lörscher, 1991, 1993 και 1996.

μετάφραση προαπαιτεί, όμως, επιπλέον γνώσεις, ικανότητες και δεξιότητες (Shreve, 1997: 121-122). Συγκεκριμένα, οι μεταφραστές οφείλουν²⁴ να είναι εφοδιασμένοι με τα παρακάτω:

- Να διαθέτουν *γλωσσικές γνώσεις* όχι μόνο στην ξένη γλώσσα. Οι μεταφραστές οφείλουν να γνωρίζουν άριστα τη μητρική τους γλώσσα – το γλωσσικό σύστημα στο οποίο εργάζονται συνήθως. Οι μεταφραστές πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιούν αυτές τις γλωσσικές γνώσεις, για την επιτυχή έκβαση της επικοινωνίας. Οι γλωσσικές τους γνώσεις πρέπει να περιλαμβάνουν γνώσεις της πραγματολογίας της γλωσσικής επικοινωνίας, κειμενικές και γραμματικές γνώσεις.
- Οι μεταφραστές οφείλουν, επίσης, να διαθέτουν *εγκυκλοπαιδικές, θεματικές και πολιτισμικές γνώσεις*, δηλαδή ένα υπόβαθρο γνώσεων που ενεργοποιείται ανάλογα με τις απαιτήσεις του κάθε μεταφραστικού έργου, ή να έχουν τις γνώσεις που θα τους οδηγήσουν στην οικοδόμηση του απαιτούμενου για κάθε μετάφραση γνωστικού υπόβαθρου.
- Οι μεταφραστές οφείλουν να διαθέτουν *επαγγελματικές γνώσεις*. Εδώ ανήκουν οι γνώσεις που σχετίζονται με τα εργαλεία του μεταφραστή και το ίδιο το επάγγελμα. Ο μεταφραστής οφείλει να γνωρίζει ποια μέσα τεκμηρίωσης και τεχνολογικά μέσα έχει στη διάθεσή του για ν' αυξήσει την ποιότητα του έργου του, αλλά και για να βελτιώσει την παραγωγικότητά του.
- Ο μεταφραστής πρέπει να διαθέτει τις αναγκαίες *φυσιολογικές και ψυχολογικές ικανότητες* για το έργο του, όπως είναι, λ.χ., η ανάγνωση και η γραφή, η λογική, η περιέργεια, η επιμονή κ.ά.
- Οι μεταφραστές οφείλουν να διαθέτουν την *ικανότητα μεταφοράς (transfer subcompetence)*· πρόκειται για τη συνθετική εκείνη δεξιότητα που επιτρέπει όλες οι προηγούμενες γνώσεις και δεξιότητες να συγκλίνουν και να συνεργάζονται για την αποτελεσματική απόδοση του νοήματος του κειμένου-πηγή στο κείμενο-στόχος, υπό το φως των προσδοκιών του αποδέκτη και της λειτουργίας του μεταφράσματος.
- Τέλος, ο μεταφραστής πρέπει να διαθέτει τη *στρατηγική ικανότητα* που συστρατεύει όλες τις επιμέρους διαδικασίες (συνειδητές και ασυνειδητές, γλωσσικές και μη) και να τις αναγάγει σε ολιστική μέθοδο που εφαρμόζεται για την υλοποίηση της μεταφραστικής διαδικασίας.

Στην παραπάνω καταγραφή των γνώσεων, ικανοτήτων και δεξιοτήτων που πρέπει να διαθέτει ο μεταφραστής, φάνηκε πως η μετάφραση συνιστά ουσιαστικά τη δυναμική και συνολική έντευξη όλων των δυνάμεών του, με στόχο τη βέλτιστη επίτευξη του στόχου. Η μετάφραση αποτελεί ολοκληρωμένη προσπάθεια του μεταφραστή να αποδώσει ένα μήνυμα από δεδομένο πολιτισμό-πηγή στον πολιτισμό-στόχο, υπό το φως συγκεκριμένης κατάστασης επικοινωνίας.

Όπως θα φανεί και στη συνέχεια του βιβλίου, η μετάφραση δεν αποτελεί συνήθη επικοινωνία, αλλά συνιστά ειδική κατηγορία της επικοινωνιακής πράξης. Όπως κάθε επικοινωνιακή κατάσταση, έτσι και η μετάφραση προϋποθέτει την ύπαρξη γνώσης που κρίνεται άξια μεταβίβασης και μερών που επιθυμούν να επικοινωνήσουν· οι γνώσεις εμπεριέχονται στο κείμενο-πηγή, το οποίο προέρχεται από τον πολιτισμό Α, και τα μέρη που επιθυμούν να μοιραστούν τις γνώσεις είναι ο εντολέας και ο καταγόμενος από τον πολιτισμό Β, τον πολιτισμό-στόχο, αποδέκτης. Όλα αυτά υπαινίσσονται πως η επικοινωνιακή κατάσταση της μετάφρασης δεν λειτουργεί όπως η διμερής ενδοπολιτισμική, αλλά και η άμεση διαπολιτισμική επικοινωνία,²⁵ επειδή σε αυτή συμμετέχουν, πέρα από τα μέρη που επιθυμούν να επικοινωνήσουν, και ο μεταφραστής ως ενδιάμεσος – ουσιαστικός– κρίκος.

1.3. Γιατί μια ελληνική ΕΠΕ δεν μπορεί να είναι το ίδιο με γερμανική GmbH, ή τι είναι οικονομικός πολιτισμός

Το *google translate* τρέφεται από την εντύπωση πως η μετάφραση αποτελεί την αντικατάσταση λέξεων ενός κώδικα, μιας γλώσσας, από τις λέξεις ενός άλλου κώδικα, της γλώσσας-στόχου. Στην ενότητα αυτή, θα μας απασχολήσει τι ακριβώς είναι αυτό που στέκεται εμπόδιο σε μια γραμμική απόδοση των λεχθέντων σε μια

²⁴ Βλ. PACTE project 2005. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα αναφέρεται σε *sub-competencies*, δηλαδή υπο-ικανότητες.

²⁵ Με τη χρήση του όρου *επικοινωνία* αναφερόμαστε στην εξαργύρωση της εντολής που έδωσε ο εντολέας από τον μεταφραστή ή τον διερμηνέα. Ο όρος συμπεριλαμβάνει και τη μειωμένη κατανόηση ενός κειμένου, που, τελικώς, ίσως καταλήξει και σε αποτροπή της κατανόησης του μεταφρασμένου κειμένου – όποτε ο σκοπός του κειμένου-στόχους το υπαγορεύει.

γλώσσα σε μια άλλη. Γιατί δεν μπορούμε να αντικαθιστούμε –απλώς– λέξεις της μιας γλώσσας με λέξεις μιας άλλης;

Προηγουμένως εκθέσαμε πως η μετάφραση δεν είναι συνήθης επικοινωνία. Στη συνέχεια, θα υπεισέλθουμε στον παράγοντα που καθιστά τη μετάφραση, ακόμη και για τους έμπειρους επαγγελματίες, ένα ταξίδι γεμάτο εμπόδια. Η μετάφραση αποτελεί επικοινωνία πέρα από τα όρια των πολιτισμών, που πραγματοποιείται με τη μεσολάβηση τρίτου ατόμου – ενός ειδικού με γνώση των δυσκολιών που γεννώνται, αλλά και με γνώση των δυνατοτήτων αντιμετώπισης αυτών: Ο μεταφραστής αντιμετωπίζει, κατά τη μετάφραση, προβλήματα που ορθώνονται μπροστά του λόγω πολιτισμικών ασυμβατοτήτων. Τα προβλήματα αυτά πρέπει να ξεπεραστούν, για να καταστεί το κείμενο-στόχος κατανοητό, προκειμένου να μπορέσει ο αποδέκτης να ανασυστήσει τη γνώση που του μεταβιβάζεται.

Όταν, λ.χ., ο μεταφραστής καλείται να αποδώσει ένα κείμενο όπου γίνεται λόγος για *Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)* που ιδρύθηκε και λειτουργεί στην Ελλάδα, ο έλληνας φοροτεχνικός γνωρίζει ότι πρόκειται περί εταιρείας που ιδρύεται με ελάχιστο εταιρικό κεφάλαιο 2.400 ευρώ.²⁶ Ο ανυποψίαστος γερμανός συνάδελφός του, ο οποίος θα διαβάσει τη μετάφραση, θα μπορούσε να υποθέσει πως ισχύουν αντίστοιχα με αυτά που ισχύουν στην πατρίδα του για την ίδρυση *Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)*, όπου το ελάχιστο εταιρικό κεφάλαιο είναι 25.000 ευρώ. Να επισημάνουμε πως ιδιαίτερη προσοχή απαιτεί όχι μόνο η διαφορά μεταξύ Γερμανίας και μη γερμανόφωνων χωρών, αλλά και μεταξύ των χωρών που χρησιμοποιούν τη γερμανική γλώσσα, όπως η Αυστρία, η Ελβετία, το Λιχτενστάιν, το Λουξεμβούργο και τμήμα της βόρειας Ιταλίας (*Autonome Provinz Bozen*). Στην Αυστρία, για παράδειγμα, η ίδρυση *GmbH* απαιτεί πλέον 10.000 ευρώ.

Σταθήκαμε μόνο στο θέμα του εταιρικού κεφαλαίου, αλλά οι διαφορές μεταξύ τους μπορεί να είναι περισσότερες.²⁷ Είναι προφανές πως οποιαδήποτε διαφορά εννοιολογικής φύσης που δεν ταυτοποιείται και μένει ασχολίαστη μπορεί να γεννήσει αρκετές παρεξηγήσεις: λ.χ., από τη μια η ελληνική εταιρεία ιδρύεται με μικρότερα κεφάλαια από τη γερμανική ή την αυστριακή και ένας έλληνας φοροτεχνικός θα μπορούσε να καταλήξει σε αυθαίρετα συμπεράσματα για αντίστοιχες γερμανικές ή αυστριακές εταιρείες. Από την άλλη, εάν κρίνει ανυποψίαστα ένας γερμανός ή αυστριακός φοροτεχνικός τη μετάφραση στη γερμανική γλώσσα του όρου Ε.Π.Ε., θα μπορούσε να υποθέσει πως αποτελεί εταιρεία με αντίστοιχα χαρακτηριστικά ίδρυσης με τις εταιρείες της πατρίδας του. Ακόμα, η χρήση της ίδιας ορολογίας θα μπορούσε να προκαλέσει και μεγάλη σύγχυση για την εθνικότητα της εταιρείας. Πρόκειται για γερμανική, αυστριακή ή ελβετική κ.ο.κ. εταιρεία;

Τι είναι, όμως, αυτό που ευθύνεται για τη διαφορετική δόμηση ή κατάτμηση του κόσμου της οικονομίας; Για τον Hall (1984), υπάρχει ένας υποσυνείδητος μηχανισμός ελέγχου που λειτουργεί στη σκέψη μας και γίνεται αντιληπτός μόνο σε περιπτώσεις στις οποίες δοκιμάζεται ο πολιτισμός. Ο ίδιος ερευνητής πιστεύει πως τα μέλη μιας κοινωνίας ενστερνίζονται τα πολιτισμικά συστατικά της κοινωνίας και λειτουργούν εντός των ορίων του κοινωνικά αποδεκτού. Ο μηχανισμός του υποσυνείδητου ελέγχου εκδηλώνεται, λ.χ., όταν έρθει αντιμέτωπος με διαφορετικό πολιτισμό και πρέπει να τον ερμηνεύσει. Ο Hall (1984: 230) γράφει:

Culture has always dictated where to draw the line separating one thing from another. These lines are arbitrary, but once learned and internalised they are treated as real. In the West a line is drawn between normal sex and rape, whereas in the Arab world is much more difficult, for a variety of reasons, to separate these two events.

Για τον ανθρωπολόγο Hofstede (1980: 25), ο πολιτισμός είναι ο συλλογικός προγραμματισμός του νου, ο οποίος διακρίνει τα μέλη της μιας ομάδας ανθρώπων από μια άλλη. Εάν δεχτούμε αυτόν τον συλλογικό προγραμματισμό ως την ίδια τη γνωστική μας εξέλιξη ως ανθρώπων, η οποία καθορίζεται από τις απαιτήσεις του περιβάλλοντος στο οποίο μεγαλώνουμε και που διαφέρει από πολιτισμό σε πολιτισμό, τότε αντιλαμβανόμαστε ότι οι γνωστικές ικανότητες των ανθρώπων σε έναν πολιτισμό και ο τρόπος ανάπτυξής τους απορρέουν από τη δομή της κοινωνίας (Hofstede 1986: 305). Αυτό σημαίνει ότι, όταν προσπαθούμε να κάνουμε κοινωνούς των απόψεών μας ανθρώπους από άλλον πολιτισμό, ερχόμαστε αντιμέτωποι με τη διαφορετική φιλοσοφία ζωής, τις διαφορετικές αξίες, τις δικές τους νόρμες, που ίσως διαφέρουν από τις δικές μας, τους κανόνες και τις συμπεριφορές τους –καθώς και τα υλικά και μη προϊόντα αυτών των πολιτισμών–

²⁶ Πρόκειται για δεδομένα που ισχύουν την εποχή κατά την οποία γράφονται αυτές οι γραμμές.

²⁷ Βλ. σχετικά τη συγκριτική μελέτη Müller, R., & König, P., (2011): *GmbH und AG in der Schweiz, in Deutschland und Österreich Gesellschaftsrecht, Corporate Governance und Statistik*, Berliner Wirtschaftsverlag, Berlin. Το βιβλίο εκθέτει αναλυτικά τις διαφορές ίδρυσης και λειτουργίας των Ε.Π.Ε. και Α.Ε. στην Ελβετία, τη Γερμανία και την Αυστρία.

που μεταφέρονται με την επιθυμία του ανθρώπου από προηγούμενες γενιές σε επόμενες και που έχουν τον αντίκτυπό τους στη μεταξύ τους επικοινωνία και τη γλώσσα.

Τόσο η προσέγγιση του Hall όσο και εκείνη του Hofstede μας διδάσκουν πως ο πολιτισμός είναι ένα σύνολο αξιών που δεν είναι συμφυές με τον άνθρωπο. Πρόκειται –κατά την άποψή τους– για ένα σύνολο συμπεριφορών που, αφενός, αποκτάται μέσω μάθησης και, αφετέρου, λειτουργεί υποσυνείδητα. Ο πολιτισμός ως μηχανισμός ελέγχου ή μορφής προγραμματισμού του νου –ανάλογα με τον ορισμό που αποφασίζουμε να υιοθετήσουμε– είναι κάτι που πέφτει στην αντίληψή μας μόνον όταν έρθει αντιμέτωπος με διαφορετικό σύνολο αξιών και συμπεριφορών, με διαφορετικό πολιτισμό.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει ο ορισμός της Spencer-Oatey (2000) για την έννοια του πολιτισμού. Εκείνη επεκτείνει την έννοια του πολιτισμού και της αποδίδει λειτουργίες πέρα από τη ρύθμιση συμπεριφορών. Η Spencer-Oatey (2000: 4) διευρύνει τους ορισμούς των προηγούμενων δύο ερευνητών και προσδίδει στην έννοια του πολιτισμού και λειτουργία ερμηνευτική:

Culture is a fuzzy set of attitudes, beliefs, behavioural norms, and basic assumptions and values that are shared by a group of people, and that influence each member's behaviour and his/her interpretations of the "meaning" of other people's behaviour.

Αντίλαμβανόμαστε πως ο πολιτισμός, ο οποίος επηρεάζει υποσυνείδητα τη συμπεριφορά μας, προφανώς αποτελεί έναν μηχανισμό ερμηνείας της συμπεριφοράς άλλων ανθρώπων. Συνεπώς, η παρατήρηση και αξιολόγηση της συμπεριφοράς των άλλων καθορίζει τη σχέση μας με τον δικό μας πολιτισμό.

Τα ίδια, όμως, ισχύουν και στην οικονομία και στον οικονομικό πολιτισμό. Ο Pleines γράφει για τον οικονομικό πολιτισμό τα εξής (2004: 18):

Wirtschaftskultur als "auf Wirtschaft bezogene grundlegende Denk-, Wahrnehmungs- und Verhaltensmuster" ist bei allen sozialen Gruppen anzutreffen, da Wirtschaft in allen Gesellschaften eine zentrale Rolle spielt. [...] Die hier vorgestellte Definition von Wirtschaftskultur erlaubt es vielmehr, ohne normative Komponente für jede soziale Gruppe Spezifika zu erfassen.

Ο Pleines ορίζει οικονομικό πολιτισμό τα θεμελιώδη πρότυπα, της σκέψης, της αντίληψης και της συμπεριφοράς, που αναφέρονται στην οικονομία. Ο Pleines γράφει πως ο οικονομικός πολιτισμός συναντάται σε όλες τις κοινωνικές ομάδες, μια και η οικονομία παίζει κεντρικό ρόλο σε όλες της κοινωνίες. Ο συγγραφέας ακόμη επισημαίνει πως ο οικονομικός πολιτισμός επιτρέπει την καταγραφή ιδιαιτεροτήτων για κάθε κοινωνική ομάδα. Σημειώνει πως ο οικονομικός πολιτισμός δεν ταυτίζεται απαραίτητα με τα όρια του κράτους. Μπορεί, δηλαδή, σε ένα κράτος να παρατηρούνται διαφορετικές οικονομικές συμπεριφορές σε διαφορετικές περιοχές της επικράτειάς του.²⁸ Όσα γράφει ο Pleines ταυτίζονται με τον ορισμό της Spencer-Oatey. Ο ερευνητής επισημαίνει την ύπαρξη συγκεκριμένων δομών σκέψης, αντίληψης και συμπεριφορών που σχετίζονται με την οικονομία σε κάθε κοινωνία. Και εκείνος θεωρεί πως ο οικονομικός πολιτισμός είναι μηχανισμός ερμηνείας που επιτρέπει την καταγραφή διαφορών – προφανώς μέσω της αντιπαράθεσης.

Πώς, όμως, εκδηλώνεται δεδομένος οικονομικός πολιτισμός και η διαφορετικότητά του σε σχέση με τους άλλους πολιτισμούς; Ήδη εκθέσαμε την περίπτωση της ελληνικής Ε.Π.Ε. και της γερμανικής GmbH. Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε ένα πολιτισμικό φαινόμενο μεγαλύτερης ιστορικής ιστορικότητας. Θα μπορούσε να προβληματιστεί κανείς σχετικά με την έννοια της διαφθοράς²⁹ και πώς αυτή βιώνεται στο πλαίσιο ενός οικονομικού πολιτισμού – αλλά και πώς αξιολογείται και δηλώνεται σε άλλους οικονομικούς πολιτισμούς. Η διαφθορά έχει οριστεί ως εξής (Nye, 1989):

Συμπεριφορά που ξεφεύγει από τα τυπικά καθήκοντα ενός δημοσίου ρόλου εξαιτίας ιδιωτικού (προσωπικού, οικογενειακού ή κλίμακας) χρηματικού ή κυβερνητικού οφέλους.

²⁸ Αυτό ισχύει για την Ιταλία. Σύμφωνα με την κατάταξη του Abelshauser (2013), στην οποία αναφερθήκαμε στην εισαγωγή, η βόρεια Ιταλία ανήκει σε διαφορετικό οικονομικό πολιτισμό από τη νότια.

²⁹ Βλ. σχετικά με τη διαφθορά και τη σχέση της με τον πολιτισμό στο Azariades, C., & Ioannides, Y.: Thinking about Corruption in Greece. Στο: Tufts University, Economics Department Working Papers, <http://ase.tufts.edu/economics/documents/papers/2014/AzariadisIoannidesCorruption.pdf> (10.01.2014).

Αντιλαμβανόμαστε πως η αξιολόγηση των αποκλινουσών συμπεριφορών διαφοροποιείται από πολιτισμό σε πολιτισμό. Αλλιώς θα αξιολογηθεί μια αποκλίνουσα συμπεριφορά για την εξασφάλιση πλεονεκτήματος στη Γερμανία και αλλιώς στην Ελλάδα. Εξηγούμε: Στον πολιτισμό μας διαθέτουμε έννοιες που αποσβένουν την ένταση της πράξης διαφθοράς. Στην Ελλάδα χρησιμοποιούμε έννοιες όπως ο *καφές* ή το *φακελάκι*, για να χαρακτηρίσουμε πράξεις δωροδοκίας. Πώς περιγράφεται το ελληνικό *φακελάκι* ή ο *καφές* και πώς μπορούν αυτά να δηλωθούν σε άτομα από διαφορετικό οικονομικό πολιτισμό και νομικό πλαίσιο;³⁰ Ο Μπαμινιώτης ορίζει στο *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας* (1998) το *φακελάκι* ως εξής:

Η παράνομη χρηματική αμοιβή για την εξασφάλιση καλύτερης ή ταχύτερης εξυπηρέτησης: έδωσα φακελάκι στον εφοριακό, στον ελεγκτή της πολεοδομίας [...].

Στο λήμμα του λεξικού δεν δηλώνεται πως το λέξημα *φακελάκι* δεν είναι όρος και πως πρόκειται στην ουσία για ευφημιστικό προσδιορισμό μιας παράνομης πρακτικής. Δεδομένου ότι η έννοια *φακελάκι* λειτουργεί υποκοριστικά και μετριάζει τη σημασία του πρωτοτύπου (Μπαμινιώτης 1969: 21), η πράξη δωροδοκίας μετριάζεται. Πώς μπορεί να χαρακτηριστεί η έννοια *φακελάκι* όπως τη γνωρίζει η ελληνική πραγματικότητα, ο δικός μας (οικονομικός) πολιτισμός, σε μια χώρα όπου οι πρακτικές αυτές δεν μετριάζονται γλωσσικά, αλλά ονοματίζονται με όρους που έχουν αρνητική συνδήλωση, όπως στα Γερμανικά (*die Bestechung, das Schmiergeld*);

Τι σημαίνουν αυτά για τον μεταφραστή; Προκειμένου να εξασφαλίσει ο μεταφραστής ότι όλοι οι αποδέκτες θα σχηματίσουν την ίδια αντίληψη περί *καφέ* ή για το *φακελάκι*, οφείλει να λειτουργήσει γεφυρώνοντας το πολιτισμικό χάσμα μεταξύ των κοινωνιών και να εξισορροπήσει τις ασυμβατότητες, παρέχοντας τις πολιτισμικές πληροφορίες που ίσως χρειαστεί ο αποδέκτης προκειμένου να ανασυστήσει τη γνώση που του μεταβιβάζεται. Στο πλαίσιο της μετάφρασης, ο μεταφραστής καλείται (συνήθως) να μεταφέρει γνώσεις διαπολιτισμικώς, που βρίσκονται σε γραπτή μορφή, δηλαδή να τις αντλήσει από κείμενο προερχόμενο από τον πολιτισμό Α, να τις μεταγγίσει σε έναν άλλον Β, έτσι ώστε ο αποδέκτης να μπορεί να ανασυστήσει τη γνώση στον πολιτισμό Β.³¹ Συνεπώς, η γεφύρωση του διαφορετικού προγραμματισμού του νου κατά Hofstede (1980: 25), δηλαδή ο διαφορετικός πολιτισμός, καθιστά τη μετάφραση επικοινωνιακή πρόκληση.³²

Με άλλα λόγια, αυτό που μπορεί να αποδειχθεί πρόκληση κατά τη μετάφραση είναι η προσπάθεια του μεταφραστή να ξεπεράσει τα εμπόδια που ορθώνουν οι πολιτισμικές ασυμβατότητες, προκειμένου να εξαλειφθούν ασυμμετρίες γνώσεων.³³ Τα είδη των πολιτισμικών ασυμβατοτήτων, τα οποία οφείλονται στις διαφορετικές αξίες και συμπεριφορές του κάθε πολιτισμού, και τα οποία πιθανώς θα συναντήσει ένας μεταφραστής, ή κατά τη μεταφορά ενός οποιουδήποτε κειμένου σε έναν άλλον πολιτισμό, μπορούν να χωριστούν στις εξής τρεις γενικές κατηγορίες (Stolze, 1992: 207): Στις πραγματολογικές, στις μορφικές και στις σημασιολογικές ασυμβατότητες. Αναλυτικότερα:

- Οι *πραγματολογικές ασυμβατότητες* είναι αποτέλεσμα της ανυπαρξίας *πραγματικοτήτων (realia)* του ενός πολιτισμού στους κόλπους του άλλου. Στις πραγματολογικές ασυμβατότητες συγκαταλέγονται λεξήματα που χαρακτηρίζουν έννοιες που υπάρχουν στον πολιτισμό-πηγή, ενώ ο πολιτισμός-στόχος στερείται ίδιας έννοιας. Τέτοιες έννοιες συναντάμε κυρίως σε *realia* που διακρίνονται για τον υψηλό βαθμό πολιτισμικότητας. Επί παραδείγματι, ο όρος *unclaimed property fund*, που συναντάται σε ξένα φορολογικά συστήματα, δεν έχει αντίστοιχο στο ελληνικό δίκαιο.³⁴ Πολλές φορές είναι δύσκολο να βρεθεί απόδοση. Το παρακάτω παράθεμα από την εργασία του Παυλίδη (2012) φωτίζει τις δυσκολίες που μπορούν να προκύψουν, όταν έχουμε να αντιμετωπίσουμε πραγματολογικές ασυμβατότητες:

³⁰ Βλ. σχετικά με το *φακελάκι* στην Ελλάδα την έκθεση της *transparency international* στη διεύθυνση http://www.transparency.org/news/pressrelease/20130307_less_and_cheaper_fakelaki_in_greece_the_key_results_of_2012_nation (10.01.2014).

³¹ Υπάρχουν και μεικτές διαδικασίες όπου εμπλέκονται γραπτό μήνυμα και προφορική απόδοσή του σε διαφορετική γλώσσα, όπως η οπτική μετάφραση (*a vue*). Τέτοια διαδικασία προκύπτει, λ.χ., όταν στο πλαίσιο κατάθεσης αλλοδαπού σε ελληνική ανακριτική αρχή ή δικαστήριο του μεταφράζονται τα όσα έχουν καταγραφεί στην κατάθεσή του.

³² Για αναλυτικότερη θεώρηση της σχέσης μεταξύ γλώσσας και πολιτισμού/μονοπολιτισμικότητας, βλ. Γκόγκα (2011: 68-70).

³³ Δεν είναι πάντα δυνατό να εξαλειφθούν εντελώς οι ασυμμετρίες γνώσεων που οφείλονται σε πολιτισμικές ασυμβατότητες, λόγω επικοινωνιακών περιορισμών.

³⁴ Για περαιτέρω πληροφορίες ο αναγνώστης παραπέμπεται στο Παυλίδη (2012).

Επισημαίνεται ότι στην παρούσα εργασία προκρίθηκε η χρήση του αγγλικού όρου «*unclaimed assets funds*», καθώς δεν υφίσταται αντίστοιχος θεσμός στο ελληνικό δίκαιο. Μια ενδεχόμενη κατά λέξη μετάφραση του όρου ως «ταμείο μη διεκδικηθέντων περιουσιακών στοιχείων» δεν κρίνεται ως ιδιαίτερα ικανοποιητική λύση. Επιπλέον, η αναφορά σε «αδρανή» ή «ανενεργά» περιουσιακά στοιχεία γίνεται με την επιφύλαξη και την υπόμνηση ότι αποδίδονται εδώ έννοιες αλλοδαπού δικαίου και ότι το ελληνικό εμπράγματο δίκαιο δεν ρυθμίζει, προς το παρόν, αντίστοιχη νομική κατάσταση. Ο θεσμός της σχολάζουσας κληρονομιάς κατά το άρθρο 1865 του ελληνικού Αστικού Κώδικα παρουσιάζει ομοιότητες προς το θεσμό των “*unclaimed assets*”, μόνο όμως στην ειδική περίπτωση όπου ο νόμιμος δικαιούχος των αδρανών περιουσιακών στοιχείων είναι άγνωστος κληρονόμος ή κληρονόμος που δεν είναι βέβαιο αν αποδέχτηκε την κληρονομία. Κατά το αλλοδαπό δίκαιο, τα περιουσιακά στοιχεία μπορούν να χαρακτηριστούν ως “*unclaimed*” σε περισσότερες περιπτώσεις (λ.χ. όταν ο νόμιμος δικαιούχος βρίσκεται εν ζωή, αλλά απλώς αδιαφορεί), ενώ διαφοροποιούνται και οι έννομες συνέπειες των δύο θεσμών.

Αντίστοιχη πρόκληση είναι η απόδοση στα ελληνικά ξένων εταιρικών μορφών: Στη Γερμανία υπάρχει μορφή εταιρείας που είναι άγνωστη στην Ελλάδα. Η *Unternehmergesellschaft* είναι μορφή εταιρείας που ιδρύεται με χαμηλότερο ιδρυτικό κεφάλαιο από την GmbH. Στην καθημερινότητα είναι γνωστή και ως *Mini-GmbH* ή *I-Euro-GmbH*. Η μετάφραση του όρου στα ελληνικά μπορεί να αποδειχθεί πρόκληση.³⁵

- Η δεύτερη κατηγορία ασυμβατοτήτων είναι οι *μορφικές ασυμβατότητες*. Αυτές γεννώνται μεταξύ των πολιτισμών, επειδή μερικές κατηγορίες κειμένων υλοποιούνται σε διαφορετικούς πολιτισμούς με διαφορετικά γλωσσικά μέσα. Για παράδειγμα, ένα εκκαθαριστικό σημείωμα της εφορίας στη Γερμανία ή και την Αυστρία μπορεί να έχει διαφορετική μορφή και δομή από το αντίστοιχο ελληνικό. Στις μορφικές ασυμβατότητες συγκαταλέγονται εκείνες που σχετίζονται με τη σύνταξη και τα κειμενικά χαρακτηριστικά ενός νομικού κειμένου σε κάποιο δίκαιο. Η ασυμβατότητα στην αρίθμηση των ενοτήτων ενός νομικού κειμένου (π.χ., στα γερμανικά συμφωνητικά το κείμενο διαρθρώνεται σε «*παράγραφους*» με το σύμβολο §. Το ελληνικό συμφωνητικό συνήθως χωρίζεται σε άρθρα, ενώ η παράγραφος στην ελληνική έννομη τάξη αποτελεί υπάλληλη έννοια). Επίσης, η διαφορετική διάταξη των πληροφοριών στα προς μετάφραση κείμενα και η χρήση τυπογραφικών τεχνικών (π.χ., διαφορετική γραμματοσειρά, μέγεθος των λέξεων κ.ά., στα αγγλικά νομικά κείμενα) συνιστούν μορφικές ασυμβατότητες, που γεννούν ιδιαίτερες δυσκολίες και διλήμματα στον μεταφραστή.
- Η τρίτη κατηγορία ασυμβατοτήτων που συναντάμε είναι οι *σημασιολογικές ασυμβατότητες*. Αυτές αφορούν τις συνδηλώσεις των λέξεων των οποίων η προσέγγιση και απόδοση εκ μέρους του ανυποψίαστου μεταφραστή/διερμηνέα ενδεχομένως να πυροδοτήσει ανεπιθύμητους συνειρμούς. Στις σημασιολογικές ασυμβατότητες ανήκουν εκείνες που οφείλονται στο διαφορετικό περιεχόμενο των αντίστοιχων λεξημάτων δύο πολιτισμών. Οι αρμοδιότητες των υπουργείων και των υπηρεσιών από κράτος σε κράτος μπορούν να γεννήσουν σημασιολογικές ασυμβατότητες. Είναι ίδιες οι δομές της διοίκησης από κράτος σε κράτος; Μπορούμε το *Gestion financière de la recherche* των γαλλικών Πανεπιστημίων να το αποδώσουμε ως *Οικονομική Διαχείριση Έρευνας* ή ως *Ειδικό Λογαριασμό Κονδυλίων Έρευνας*;³⁶

³⁵ Βλ. σχετικά <http://www.foerderland.de/gruendung/rechtsformen/ug-haftungsbeschaenkt/> (12.01.2015).

³⁶ Βλ. σχετικά Βυζά, & Δεληγιάννη, 2003.

1.4 Περί της δυναμικής της προσπάθειας του μεταφραστή³⁷

Πολλοί πιστεύουν πως η μετάφραση είναι μία, εννοώντας τη μετάφραση ως διαδικασία ή και ως δεξιότητα. Σίγουρα έχουν δίκιο, πως σε δεδομένο επίπεδο αφαίρεσης οι διαδικασίες που διενεργεί ο μεταφραστής μπορούν να χαρακτηριστούν από κάποιον παρατηρητή ως ανάλογες. Έτσι, εάν εξετάσουμε τις μεθόδους που εφαρμόζονται στη μετάφραση, λ.χ., λογοτεχνικών έργων και τις συγκρίνουμε με τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται στη μετάφραση οικονομικών κειμένων, μπορούμε να διαπιστώσουμε, σίγουρα, κοινές μεθοδολογικές προσεγγίσεις. Λόγου χάριν, τόσο η απόδοση της καταδήλωσης και παραδήλωσης της γερμανικής φράσης *Turbulenzen treffen Devisenhändler ins Mark*³⁸ στα ελληνικά όσο και η απόδοση του γερμανικού όρου *Glasversicherung*,³⁹ με όλες τις προεκτάσεις που έχει ο όρος στη γερμανική νομοθεσία, ίσως απαιτήσουν ανάλογες στρατηγικές μετάφρασης.

Ο όρος *μετάφραση* είναι πολυσήμαντος και χρησιμοποιείται για να δηλώσει όχι μόνο μια συγκεκριμένη διαδικασία επικοινωνίας, αλλά και την προσπάθεια του μεταφραστή, όπως και το τελικό προϊόν, το μετάφρασμα. Αλλά και οι τρεις έννοιες που έχει ο όρος *μετάφραση* χαρακτηρίζονται από εξαιρετική δυναμικότητα: Η μεταφραστική πρακτική δείχνει ότι δεν υπάρχει πάντα μία απάντηση σε μία εντολή, δηλαδή το μετάφρασμα που προέκυψε από συγκεκριμένο πρωτότυπο μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με τον σκοπό που επιδιώκεται. Η μεταφραστική καθημερινότητα μας το δείχνει με ανάλογα παραδείγματα: Η εξέταση μεταφρασμάτων, κυρίως εγγράφων που μεταφράστηκαν από επαγγελματίες μεταφραστές, αποκαλύπτει ότι στις θεωρήσεις με τις οποίες κλείνουν τις μεταφράσεις αυτών των εγγράφων απαντούν οι ακόλουθες διατυπώσεις:⁴⁰

- A. Πιστή μετάφραση συνημμένου πρωτοτύπου.
- B. Ακριβής μετάφραση εκ του συνημμένου γερμανικού πρωτοτύπου.
- Γ. Μετάφραση από τα Γερμανικά, Αγγλικά κ.λπ..
- Δ. Περιληπτική μετάφραση του συνημμένου κειμένου.
- Ε. Αποσπασματική μετάφραση συνημμένου κειμένου.

Αντίστοιχα, σε επιστημονική δημοσίευση, έλληνας νομικός προτείνει δύο αποδόσεις στα αγγλικά για την *Ανώνυμη Εταιρεία* όπως τη γνωρίζει η ελληνική νομοθεσία: Την αποδίδει ως *the company limited by shares*, ενώ σε υποσημείωση παρέχει και το εξής συμπλήρωμα:

*The translation in English can also be Public Company.*⁴¹

Πιστεύουμε ότι προτείνει και δεύτερη λύση για να δώσει την εικόνα του ελληνικού θέσμιου σε συγκεκριμένο αλλοδαπό κοινό, που αγνοεί την ελληνική έννομη τάξη. Λόγω της φύσης της δημοσίευσης αποβλέπει – εικάζουμε– στους γνώστες του αγγλικού δικαϊκού συστήματος. Η πρώτη του επιλογή είναι επεξηγηματική της φύσης της εταιρείας.

Μια περιήγηση σε ιστοσελίδες μεταφραστικών γραφείων, ή και στο ενημερωτικό υλικό που δημοσιεύει η *Μεταφραστική Υπηρεσία της Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, πείθει πως η εισαγωγή της μηχανικής μετάφρασης έχει δημιουργήσει μια άλλη μορφή προϊόντος. Η μηχανική μετάφραση προσφέρεται είτε ως δωρεάν υπηρεσία είτε ως υπηρεσία που κοστολογείται χαμηλά. Η μηχανική μετάφραση θεωρείται ότι εξυπηρετεί απλώς σκοπούς κατανόησης από τον τελικό χρήστη. Ο χρήστης της υπηρεσίας γνωρίζει ότι θα παραλάβει ένα μετάφρασμα (μάλλον)⁴² χαμηλής υφολογικής ποιότητας, που, ωστόσο, του επιτρέπει να κατανοήσει, τουλάχιστον σε γενικές γραμμές, το κείμενο.⁴³

³⁷ Για διεξοδική ανάλυση, βλ. Βλαχόπουλο, 2014.

³⁸ Η φράση δηλώνει ισχυρό ψυχολογικό πλήγμα.

³⁹ Ο όρος αποδίδεται ως *ασφάλεια θραύσης κρυστάλλων*. Η ελληνική απόδοση δηλώνει περισσότερο απ' ό,τι η γερμανική, που αποτελείται από τα συνθέματα *Glas*, -s (τζάμι, κρύσταλλο, γυαλί) και *Versicherung*, -e (ασφάλεια).

⁴⁰ Βλ. επίσης Βλαχόπουλο, 2014.

⁴¹ Nikolopoulos, 2001: 19.

⁴² Κείμενα υψηλής τυποποίησης, όπως, λ.χ., μετεωρολογικά δελτία μεταφράζονται με επιτυχία.

⁴³ Επεξηγηματικά επισημαίνουμε πως η διεύθυνση μετάφρασης της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρέχει την υπηρεσία *MT@EC*. Το σύστημα μηχανικής μετάφρασης *MT@EC* χρησιμοποιεί τα *BLEU scores*, που αποτελούν μέτρο αξιολόγησης του προϊόντος της

Το συμπέρασμα που επιβάλλεται τόσο από τους παραπάνω ποιοτικούς χαρακτηρισμούς του μεταφραστικού προϊόντος όσο και από το τι παράγει η μηχανική μετάφραση είναι ότι –τελικά– η μετάφραση με την έννοια του προϊόντος και της υπηρεσίας δεν μπορεί να είναι μόνο μία. Κατά τους μεταφραστές που επισφράγισαν το μετάφρασμά τους με έναν από τους παραπάνω χαρακτηρισμούς, η μετάφραση μπορεί να είναι ακριβής, πιστή, ελεύθερη, περιληπτική, αποσπασματική και απλή. Επίσης, ο χρήστης ενός συστήματος μηχανικής μετάφρασης συμβιβάζεται με ένα μετάφρασμα που είναι υφολογικά φτωχότερο, ίσως και ακατανόητο σε συγκεκριμένα σημεία, αλλά ικανοποιεί την ανάγκη του για πληροφόρηση σχετικά με το θέμα και το περιεχόμενο ενός κειμένου.

Οι παραπάνω διαπιστώσεις ανθρώπων που μεταφράζουν επαγγελματικά ή στο πλαίσιο της επαγγελματικής τους δραστηριότητας αποδίδουν στη μετάφραση ως διαδικασία, αλλά και στο προϊόν της μεταφραστικής διαδικασίας, διαστάσεις τόσο ποσοτικές όσο και ποιοτικές. Όταν η μετάφραση είναι αποσπασματική ή περιληπτική, ο μεταφραστής αναγκάζεται να επιλέξει πληροφορίες από το σύνολο των πληροφοριών που περιέχει το πρωτότυπο κείμενο. Όταν οι ίδιοι δικαστές του Ανώτατου Δικαστηρίου Κύπρου χρησιμοποιούν είτε τον προσδιορισμό *μετάφραση* είτε τον προσδιορισμό *ελεύθερη μετάφραση*, αξιολογούν τη διαδικασία της μετάφρασης και το μετάφρασμα ποιοτικά – ίσως και ποσοτικά.⁴⁴ Ο καταναλωτής του προϊόντος της μηχανικής μετάφρασης αποδέχεται το χαμηλής ποιότητας προϊόν – παρόλο που αυτό θα παρουσιάσει ποιοτικές και ποσοτικές αποκλίσεις από αντίστοιχη ανθρώπινη μετάφραση.

1.5 Η πολυπολιτισμικότητα, η διαπολιτισμικότητα και ο μεταφραστής

Στις προηγούμενες ενότητες, αναφερθήκαμε στο τι ακριβώς είναι μετάφραση και ποιοι παράγοντες την επηρεάζουν. Η πολυσύνθετη υφή της μετάφρασης και οι απαιτήσεις για τον μεταφραστή αναδύθηκαν μέσω της αντιπαραβολής με ένα σύστημα μηχανικής μετάφρασης. Φάνηκε πως η μετάφραση ξεπερνά την απλή γλωσσομάθεια και πως προϋπόθεση για την επιτυχία της είναι η συνειδητότητα γλωσσικών, πολιτισμικών και επικοινωνιακών παραμέτρων.

Από την αρχή εκφράσαμε την άποψη πως δεν επιθυμούμε να παραμελήσουμε αυτόν που σηκώνει το βάρος της διαπολιτισμικής επικοινωνίας – τον μεταφραστή. Αντίθετα, ο μεταφραστής είναι εκείνος που αξίζει την επιστημονική μας αφοσίωση. Ποιος είναι αυτός που σηκώνει το βάρος της επικοινωνίας τρίτων και αποφασίζει για το πώς αυτή υλοποιείται; Γνωρίσαμε σε προηγούμενη ενότητα του κεφαλαίου αυτού ποιες δεξιότητες συγκροτούν τη μεταφραστική ικανότητα. Δεν αναφερθήκαμε, όμως, στο ποια είναι η σχέση του με τους πολιτισμούς που συναντά κατά τη μετάφραση. Όπως είδαμε και προηγουμένως, το PACTE συγκαταλέγει τις πολιτισμικές γνώσεις στα προαπαιτούμενα για τον μεταφραστή.

Πιστεύουμε πως η πολιτισμικότητα δεν μπορεί να είναι απλώς γνώση και ούτε μπορεί να τοποθετηθεί στο ίδιο επίπεδο με τα άλλα είδη γνώσεων. Για εμάς η πολιτισμικότητα, και μάλιστα η πολυπολιτισμικότητα, είναι χαρακτηριστική ιδιότητα της φύσης του μεταφραστή. Και εξηγούμε: Κυρίως με μεθόδους που προέρχονται από τον χώρο της ψυχολογίας, πολυάριθμοι ερευνητές προσπάθησαν να φωτίσουν πώς λειτουργεί ο μεταφραστής την ώρα της εργασίας.⁴⁵ Αυτό που έχει παραμεληθεί στην έρευνα είναι η εξέταση της επίδρασης της πολυπολιτισμικότητας στον μεταφραστή, πώς τη διαχειρίζεται ο μεταφραστής, αλλά και τι σχέση έχει η πολυπολιτισμικότητα με τη δημιουργικότητα που αναπτύσσει, για να μπορέσει να ξεπεράσει τις πολιτισμικές ασυμβατότητες που ορθώνονται μπροστά του.

Ήδη προηγουμένως μιλήσαμε για τον πολιτισμό, ορίζοντάς τον και περιγράφοντας πώς ο κάθε πολιτισμός χτίζει τείχη που καλείται να αποδομήσει ο μεταφραστής – τουλάχιστον μέσα του. Υπενθυμίζουμε

μηχανικής μετάφρασης από τον άνθρωπο. Το *MT@EC web interface* παρέχει μια αξιολόγηση της ποιότητας του παραγόμενου κειμένου σε τρία επίπεδα κατανόησης:

- gold (G) για *μέγιστο δυνατό*,
- silver (S) για *καλό για κατανόηση και*
- bronze (B) για *μια βασική ιδέα*.

Για περισσότερες πληροφορίες, βλ. EU Commission, *Machine translation-Description*, http://ec.europa.eu/isa/documents/mt-ec-service-description_en.pdf, 2014 (προσπέλαση 02.02.2015).

⁴⁴ Βλ. Βλαχόπουλος, 2014.

⁴⁵ Υπάρχουν πολυάριθμες πια προσπάθειες να ερμηνευτεί η μεταφραστική διαδικασία με εργαλεία από τον χώρο της ψυχολογίας. Στη συνέχεια θα σταχυολογήσω μερικές κλασικές πλέον έρευνες της μεταφρασεολογίας που χρησιμοποιούν εργαλεία από την ψυχολογία: Krings (1986), Kussmaul (1995), Lörscher (1991, 1993, 1996), Shreve (1997), Tirkkonen-Condit (1989), Tirkkonen-Condit (1989, 1991, 1992), Wilss (1989), Wilss (1992).

πως η Spencer-Oatey προσδιορίζει, στον ορισμό που δίνει, και την προέκταση που έχει ο πολιτισμός για την ερμηνεία του κόσμου πέρα από τον δικό μας πολιτισμό. Για την εν λόγω ερευνήτρια, ο πολιτισμός να μεν αποτελεί ένα σύνολο στάσεων, πεποιθήσεων, συμπεριφορών, καθώς και θεμελιωδών αρχών και αξιών που είναι κοινά σε μια ομάδα ανθρώπων. Αλλά σημαντική είναι η παρατήρηση της Spencer-Oatey πως αυτά τα στοιχεία επηρεάζουν και τη θεώρηση των άλλων πολιτισμών. Άρα, η εν λόγω ερευνήτρια υπαινίσσεται πως ο δικός μας πολιτισμός είναι αυτός ο παράγοντας που καθορίζει και τον τρόπο με τον οποίο βλέπουμε τον άλλον, τον ξένο πολιτισμό. Επαναλαμβάνουμε τον ορισμό της:

Culture is a fuzzy set of attitudes, beliefs, behavioural norms, and basic assumptions and values that are shared by a group of people, and that influence each member's behaviour and his/her interpretations of the "meaning" of other people's behaviour.
(Spencer-Oatey, 2000: 4)

Αυτό που έχει αξία είναι η εξέταση του βαθμού στον οποίο ο μεταφρασστής βιώνει τον δικό του – μητρικό – πολιτισμό ως μηχανισμό θεώρησης του άλλου, του ξένου. Επίσης, πρέπει να αναρωτηθούμε πόσο θεωρεί τον ξένο πολιτισμό δικό του. Στη βιβλιογραφία δεν έχει μελετηθεί αρκετά η συμπεριφορά του ατόμου σε πολυπολιτισμικό περιβάλλον. Η σημασία, ωστόσο, των σχετικών μελετών είναι μεγάλη, όχι μόνο για την αξιολόγηση της εργασίας του μεταφραστή, αλλά και για τη γενικότερη συμπεριφορά των ατόμων στο αυξανόμενο πολυπολιτισμικό περιβάλλον του πλανήτη μας. Το ακόλουθο παράθεμα πιστοποιεί την αυξημένη βαρύτητα σχετικών ερευνών για το περιβάλλον των επιχειρήσεων (Dahl, 2004: 2):

Comparative and so called 'intercultural' studies are becoming increasingly more important in the global business environment. However, despite its rising importance few researchers and educators rely on empirical cross cultural and intercultural research to interpret their observations.

Πιστεύουμε πως ακόμη και σήμερα, δηλαδή δέκα χρόνια μετά, η έρευνα του Dahl γύρω από τον πολιτισμό και την *ορθή* περιγραφή του ίδιου του πολιτισμού και της έννοιάς του με τις κοινωνικές προεκτάσεις είναι ανεπαρκής. Η ίδια η εγκυρότητα των στοιχείων που εξετάστηκαν αμφισβητείται: Στον χώρο της διοίκησης, λ.χ., αμφισβητείται η αξιοπιστία των δεδομένων που ισχυρίζεται πως ταυτοποίησε ο Hofstede (Holden 2002). Εν γένει, η συνολική καταγραφή και κατανόηση των πολιτισμικών χαρακτηριστικών και των προεκτάσεών τους στο σύνολό τους είναι δύσκολη υπόθεση. Ο πολιτισμός, ο συλλογικός προγραμματισμός του νου με τα λόγια του Hofstede, είναι δυναμικό στοιχείο που μεταβάλλεται διαρκώς. Η περιγραφή του μπορεί να έχει μόνον ιστορική αξία και να αναδείξει μεθοδολογικές προεκτάσεις που αφορούν τη μελέτη του πολιτισμού.

Παρ' όλ' αυτά, η σημασία και συνειδητότητα της πολυπολιτισμικότητας και της διαπολιτισμικότητας του έργου όσων εργάζονται στον χώρο μεταξύ των πολιτισμών και αναλαμβάνουν να επικοινωνήσουν για λογαριασμό δικό τους ή τρίτων πέρα από τα όρια αυτών είναι μεγάλη. Προς επίρρωση, παραθέτουμε χωρίο από τους Luring & Selmer (2010: 268) που αποδεικνύει πως δεν έχει γίνει καν καθολικά αποδεκτή η πολιτισμική διάσταση της διαγλωσσικής επικοινωνίας. Με άλλα λόγια, δεν έχει γίνει καν αντιληπτό πως κάθε μορφή διαγλωσσικής επικοινωνίας είναι και διαπολιτισμική:

While the role of languages in social life hardly can be overestimated (Vaara et al., 2005), research on the relationship between language and organization management is still in its early development (Piekkari et al., 2005). Recently, however, the role of language diversity and the use of common language in multinational corporations have attracted the interest among international management researchers.

Στο εν λόγω απόσπασμα γίνεται λόγος μόνο για γλώσσες και αγνοείται η πολιτισμική διάσταση της διαγλωσσικής επικοινωνίας. Ωστόσο, επισημαίνεται το όψιμο ενδιαφέρον όσων ερευνητών εργάζονται στο πεδίο της διαπολιτισμικής διοίκησης.

Για να φανεί η σημασία της πολυπολιτισμικότητας για την ανάπτυξη της δημιουργικότητας, όχι μόνο του μεταφραστή, θα παραθέσουμε τα συμπεράσματα από την έρευνα των Maddux & Galinsky (2007: 32)⁴⁶ από το πεδίο της διοίκησης επιχειρήσεων. Οι δύο ερευνητές κλείνουν την έρευνά τους με τα εξής λόγια:

Although travel may indeed broaden the mind, the current studies suggest that deeper experiences such as living abroad are critical for producing enduring cognitive change, such as enhanced creativity. Living in a different country may lead to the realization that every form –from gestures to vocal tones to a simple smile– can convey different meanings and have different functions depending on the cultural context. Those critical months or years of turning bewilderment into understanding may instill not only the ability ‘think outside the box’, but also the capacity to realize that the box is more than a simple square, more than its simple form, but is a repository of many functions and creative possibilities.

Υπαινίσσονται σε σχέση με τη γλωσσική επικοινωνία τα εξής: Η απλή γνώση της γλώσσας ως συνόλου πεπερασμένου λεξιλογικών τεμαχίων και συντακτικών μηχανισμών, χωρίς τη γνώση των πολιτισμικών στοιχείων που αντικατοπτρίζει η χρήση συγκεκριμένης λέξης ή η χρήση συγκεκριμένου συντακτικού μηχανισμού, και χωρίς συνείδηση με ποιον τρόπο αυτά τα στοιχεία γεννούν σημασία σε έναν ξένο πολιτισμό, καταδικάζει σε αποτυχία κάθε απόπειρα διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Με άλλα λόγια, η άγνοια των πολιτισμικών παραμέτρων εξουδετερώνει τη δημιουργική κατανόηση και οδηγεί σε γραμμική και άκριτη μεταφορά δομών της γλώσσας-πηγή στη γλώσσα-στόχος. Οδηγεί, δηλαδή, στην άκριτη μεταφορά δομών σκέψης του πολιτισμού-πηγή στον πολιτισμό-στόχος.

Σχετικά με τον μεταφραστή: Ορθά χαρακτηρίζει ο Vermeer τον μεταφραστή *Kultuurexperte*, δηλαδή ειδικό περί πολιτισμού.⁴⁷ Η εξοικείωση του μεταφραστή με τους πολιτισμούς στους οποίους εργάζεται είναι απαραίτητη, ώστε πρώτον να έχει εκείνος τις γνώσεις και την εμπειρία που θα υποστηρίξουν την κατανόηση του πολιτισμού-στόχος, και, δεύτερον, να είναι σε θέση να εκτιμήσει τα κριτήρια αποδοχής, προκειμένου να συγκλίνει στον μέγιστο δυνατό βαθμό με τις επικοινωνιακές προδιαγραφές που καλείται να σεβαστεί. Η πολυπολιτισμικότητά του είναι το απαραίτητο προσόν για ν’ αντεπεξέλθει στο έργο του. Βέβαια, για το τι ακριβώς συμβαίνει στο *black box*⁴⁸ του μυαλού του μεταφραστή μόνο επαγωγικά συμπεράσματα μπορούν να υπάρξουν. Το πώς διαχειρίζεται ο μεταφραστής την πολυπολιτισμικότητα και πώς η τελευταία επιδρά στην προσπάθειά του φωτίζονται μόνο από τη μελέτη των αποτελεσμάτων.

Θεμελιώδους σημασίας είναι, ωστόσο, το ερώτημα τι σημαίνει πολυπολιτισμικότητα για τον μεταφραστή; Όπως ήδη αναφέραμε, η πολυπολιτισμικότητα του μεταφραστή θα έπρεπε να είναι συνεπακόλουθο της γλωσσομάθειάς του – και το αντίστροφο. Σε κάθε περίπτωση, η πολυπολιτισμότητα είναι υπαρκτή, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, στον μεταφραστή. Δεν πρέπει να ξεχνάμε πως για τον ανθρωπολόγο Hofstede ο πολιτισμός είναι ο συλλογικός προγραμματισμός του νου, ο οποίος διακρίνει τα μέλη της μιας ομάδας ανθρώπων από μια άλλη. Πρόκειται για την ίδια τη γνωστική εξέλιξη του ανθρώπου που ζει σε κάποια κοινωνία, η οποία καθορίζεται από τις απαιτήσεις του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος. Άρα, και οι γνωστικές ικανότητες των ανθρώπων σε έναν πολιτισμό και ο τρόπος ανάπτυξής τους είναι ριζωμένα στη δομή της κοινωνίας.

Η έννοια *πολιτισμός* για τον μεταφραστή είναι διφυής. Από τη μια, συνιστά ένα σύνολο συμπεριφορών και αξιών που ρυθμίζουν τη συμπεριφορά του ατόμου – και του μεταφραστή – στο κοινωνικό σύνολο στο οποίο ζει. Στην περίπτωση αυτή, ο πολιτισμός, ως εμπειρία ζωής που καθορίζει την αντίληψη και τη δημιουργική κατανόηση του περίγυρου, είναι τα ίδια τα όρια της αποδεκτής λειτουργίας του. Προεκτείνοντας τον συγκεκριμένο συνειρμό, αντιλαμβανόμαστε ότι, τελικά, ο πολιτισμός δρα περιοριστικά στη δημιουργικότητα ενός ατόμου και την εγκλωβίζει στο πλαίσιο που ορίζει το γνώριμο και αποδεκτό στον συγκεκριμένο πολιτισμό. Από την άλλη, ο πολιτισμός είναι, παράλληλα, παράγοντας που επηρεάζει τη δημιουργικότητα, την τρέφει και την αξιολογεί. Η μύηση του μεταφραστή σε περισσότερους του ενός πολιτισμούς, η πολυπολιτισμικότητα, καλλιεργεί και διευρύνει τις δυνατότητές του.

⁴⁶ Βλ. επίσης Du-Babcorp (2006) και Goby (2007), που εστιάζουν στην αναγκαιότητα διαπολιτισμικής επικοινωνιακής κατάρτισης σε φοιτητές της διοίκησης επιχειρήσεων.

⁴⁷ Vermeer, 1992: 128.

⁴⁸ Με τον όρο *black box* εννοείται ένα σύστημα του οποίου η δομή και η λειτουργία είναι μόνο μερικώς ή καθόλου γνωστές. Η διερεύνηση ενός τέτοιου συστήματος γίνεται εκ των αντιδράσεων που παράγονται ύστερα από την επίδραση ερεθισμάτων, δυνάμεων, σημάτων (Βλ. Lewandowski, 1994: 193-194).

Στη βιβλιογραφία έχουν καταγραφεί οι ακόλουθες επιδράσεις της πολυπολιτισμικότητας στο άτομο (Leung & συν. 2008):

- Πρώτον, όταν το άτομο είναι εκτεθειμένο σε έναν άλλον πολιτισμό, γνωρίζει νέες ιδέες και έννοιες. Το άτομο, στην περίπτωση μας ο μεταφραστής, έρχεται σε επαφή με εναλλακτικές και καινοτόμες προσεγγίσεις στην επίλυση προβλημάτων, που, με τη σειρά τους, θα τροφοδοτούν τη δημιουργικότητά, τόσο ως προς την κατανόηση όσο και ως προς την παραγωγή κάποιου προϊόντος.
- Δεύτερον, τα πολυπολιτισμικά άτομα μαθαίνουν ότι αντίστοιχες συμπεριφορές έχουν διαφορετική λειτουργία και σκοπό στους μεμονωμένους πολιτισμούς. Ένα παραστατικό παράδειγμα είναι το εξής: Το να αφήσει κάποιος φαγητό στο πιάτο του ως καλεσμένος στην Κίνα ή στην Ιορδανία δείχνει την ευγνωμοσύνη του προς τον οικοδεσπότη, που πρόσφερε αρκετό φαγητό. Αντίθετα, στην Ινδονησία η ίδια πρακτική προσβάλλει τον οικοδεσπότη.⁴⁹ Ένα δεύτερο παράδειγμα πολιτισμικών αποκλίσεων από πολιτισμό σε πολιτισμό μπορεί να είναι ο τρόπος με τον οποίο γίνεται αντιληπτός ο χρόνος. Το πρωί, το μεσημέρι, το απόγευμα, το βράδυ και η νύχτα είναι ίδια για τους Έλληνες και τους Γερμανούς ή τους Ισλανδούς;⁵⁰ Τη σημασία που έχουν τέτοιες γνώσεις την αντιλαμβάνεται αμέσως όποιος ασχολείται με τη μετάφραση. Η άγνοια τέτοιων συμπεριφορών από τον μεταφραστή σίγουρα θα δημιουργήσει πρόβλημα στην απόδοση της σημασίας του κειμένου-πηγή στον πολιτισμό-στόχο.
- Τρίτον, η εντατική έκθεση σε ξένο πολιτισμό αποσταθεροποιεί τα όρια που επιβάλλουν οι συμπεριφορές και νόρμες του οικείου πολιτισμού, και τα άτομα αναπροσαρμόζουν τις αρχικές τους στάσεις, και, ενίοτε, υιοθετούν στάσεις μη συμβατές με τον πολιτισμό-πηγή.⁵¹ Όσο αυτό γίνεται συνειδητά και το άτομο ελέγχει την παλινδρόμησή του μεταξύ των πολιτισμών, η εν λόγω διαδικασία τροφοδοτεί τη δημιουργικότητα.
- Μια τέταρτη επίδραση της πολυπολιτισμικής εμπειρίας στο άτομο είναι η αυξημένη του διάθεση να αναζητεί εναλλακτικές και ασυνήθιστες πηγές για να τροφοδοτήσει τη δημιουργικότητά του.
- Η σύγκρουση στο πλαίσιο πολυπολιτισμικών εμπειριών μπορεί να οδηγήσει σε σύγκρουση (ίσως και αντιφατικών) αξιών στο ίδιο άτομο. Η σύγκρουση αυτή και η αναζήτηση σχέσεων μεταξύ των αξιών αυτών γεννά πιο σύνθετη γνωστική διαδικασία. Έχει διαπιστωθεί ότι η δημιουργικότητα είναι ενισχυμένη, όταν οι αξίες που συγκρούονται δεν επικαλύπτονται και συνδέονται η καθεμία με διαφορετικούς πολιτισμούς-πηγή. Γι' αυτόν τον λόγο, ένα άτομο που έχει εκτεθεί σε διαφορετικούς πολιτισμούς ανακαλεί αυθόρμητα τις διαφορετικές ιδέες, τις αντιπαραβάλλει και τις συνδυάζει με καινοτόμο τρόπο.
- Δεν πρέπει να υποτιμήσουμε το γεγονός ότι ο μητρικός πολιτισμός είναι εργαλείο για τη θεώρηση και γνωριμία του άλλου. Η πολυπολιτισμικότητα ανάγεται σε εργαλείο του μεταφραστή.

Τα έξι αυτά στοιχεία μαρτυρούν τη σημασία που έχει η πολιτισμική κατάρτιση, αλλά και η πολυπολιτισμικότητα, για το άτομο και για τη δημιουργικότητά του. Η επαφή με ξένους πολιτισμούς και η εμπειρία που αποκτάται στους κόλπους τους είναι σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη της δημιουργικότητας. Μπορεί ο μεταφραστής να μην είναι πολυπολιτισμικός; Προφανώς και όχι. Η όσο το δυνατό μεγαλύτερη πολυπολιτισμικότητα αποτελεί, πέρα από αντίστοιχου βαθμού γνώση που μεταβιβάζεται κατά τη μετάφραση, και απαραίτητο εργαλείο για τον μεταφραστή.

⁴⁹ Leung & συν. (2008: 172).

⁵⁰ Για μια ανάλυση πώς ο χρόνος γίνεται αντιληπτός από πολιτισμό σε πολιτισμό, βλ. Brislin & Kim (2003).

⁵¹ Leung & συν. (2008: 172).

Η πολυπολιτισμικότητα δεν καθιστά τον μεταφραστή απλώς ειδικό σε θέματα πολιτισμού· δεν αυξάνει απλώς την ικανότητά του για επίλυση προβλημάτων. Η πολυπολιτισμικότητα αποτελεί για τον μεταφραστή ένα μεθοδολογικό εργαλείο για την κριτική θεώρηση των πολιτισμών με τους οποίους έρχεται σε επαφή. Ταυτόχρονα, ο μεταφραστής καθίσταται αυξανόμενο πολυπολιτισμικός μέσω της εκπαίδευσης και της δουλειάς του. Η πολυπολιτισμικότητα, τόσο με την έννοια της συνειδητότητας των διαφορετικών πολιτισμικών δομών όσο και με την έννοια της διαδικασίας διεύρυνσης του πνευματικού του ορίζοντα, είναι προϋπόθεση και συνέπεια κάθε απόπειρας επικοινωνίας πέρα από πολιτισμικά όρια.

Θα κλείσουμε το κεφάλαιο με μια ενδιαφέρουσα τοποθέτηση, που δείχνει το μέγεθος της επίδρασης της πολιτισμικότητας στον μεταφραστή: Κατά τον Montgomery (2000: 2), η μετάφραση πρέπει να θεωρηθεί και η ίδια κινητή μορφή πολιτισμού, δεδομένων των μεταβαλλόμενων επικοινωνιακών συνθηκών και της δυναμικότητας του πλαισίου των συμφραζομένων. Σχετικά με τη σχέση επιστήμης και μετάφρασης, ο Montgomery παρατηρεί πως η γνώση ήταν πάντα μια κινητή μορφή πολιτισμού, οποιοδήποτε και αν είναι το περιεχόμενο. Η περιγραφή αυτή περιλαμβάνει κάθε μορφής γνώση, αλλά και τη μεταβαλλόμενη στην πορεία του χρόνου αντίληψη των ανθρώπων για τη γνώση. Κατά τον Montgomery, η κινητοποίηση της γνώσης συμβαίνει μέσα ή και πέρα από τους πολιτισμούς, σιωπηρά αλλά ουσιαστικά, κατά το πέρασμα από τον έναν αιώνα στον άλλον, ως στοιχείο της καθημερινότητάς μας εντός των γλωσσικών και εθνικών μας ορίων.

Προεκτείνοντας αυτές τις σκέψεις, καταλήγουμε αβίαστα στο συμπέρασμα πως, αφού η μετάφραση είναι κινητή μορφή πολιτισμού, ο μεταφραστής είναι ο δημιουργός πολιτισμού και δια-πολιτισμού. Από τη μια, μεταβιβάζει έννοιες από τον έναν πολιτισμό στον άλλον εμπλουτίζοντας τον πολιτισμό-στόχο, και, από την άλλη, διαμορφώνει τις προϋποθέσεις για την εξοικείωση του πολιτισμού-στόχου με τον πολιτισμό-αφετηρία.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Βλαχόπουλος, Σ. (2014). Πολυγλωσσία στο Δίκαιο. Η μετάφραση νομικών κειμένων και δικαστηριακή διερμηνεία. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Βυζάς, Θ. & Δεληγιάννη, Δ. (2003). Η μετάφραση διοικητικής ορολογίας γαλλικών Πανεπιστημίων: Προβλήματα και προτεινόμενες λύσεις, ΕΛΕΤΟ, <http://www.eleto.gr/gr/papers.htm#4thpapers> (15.09.2013).
- Γκόγκας, Θ. (2011). *Διαπολιτισμική Επικοινωνία. Ταυτότητες και Ετερότητες*. Αθήνα: Ανατολικός.
- Κεντρωτής, Γ. (2000). *Θεωρία και πράξη της μετάφρασης*. Αθήνα: Διάυλος.
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1969). *Ο διά συνθέσεως ύποκορισμός εις τὴν Ἑλληνικὴν*. Διατριβή επί διδακτορία. Αθήνα.
- Παυλίδης, Γ. (2012). Τραπεζικοί λογαριασμοί στη λήθη του χρόνου: Ζητήματα εθνικού, διεθνούς και συγκριτικού δικαίου. *Επισκόπηση εμπορικού δικαίου*. Έτος 18 (2012), τεύχ. 4, 853-864.

Ξενόγλωσση

- Abelshauser, W. (2013). E pluribus unum? Eine alternative Strategie für Europa. *Zeitschrift für Staats- und Europawissenschaften: ZSE; der öffentliche Sektor im internationalen Vergleich*, τ. 11/4, 466-483. http://www.zse.nomos.de/fileadmin/zse/doc/Aufsatz_ZSE_13_04.pdf (προσπέλαση 19.02.2015).
- Brislin, R. W., & Kim, E. S. (2003). Cultural diversity in people's understanding and uses of time. *Applied Psychology*, τ.52(3), 363-382.
- Dahl, S. (2004). Intercultural Research: The Current State of Knowledge (January 12, 2004). *Middlesex University Discussion Paper No. 26*, <http://ssrn.com/abstract=658202> (προσπέλαση 19.02.2015).
- Du-Babcock, B. (2006). Teaching Business Communication. Past, Present, and Future. *Journal of Business Communication*, τ.43(3), 253-264.
- EU Commission (2014). *Machine translation-Description*, http://ec.europa.eu/isa/documents/mt-ec-service-description_en.pdf (προσπέλαση 02.02.2015).
- Goby, V. P. (2007). Business communication needs a multicultural perspective. *Journal of Business and Technical Communication*, τ.21(4), 425-437.
- Hall E. T. (1983). *The dance of life. The other dimension of time*. Garden City New York: Anchor Press.
- Hofstede, G. (1980). *Cultural Differences in Teaching and Learning. International Journal of Intercultural Relations*, τ. 10, pp. 301-320.
- Holden, N. (2002). *Cross-cultural management: A knowledge management perspective*. New York: Pearson Education.
- Krings, H. P. (1988). Blick in die 'Black Box' –Eine Fallstudie zum Übersetzungsprozeß bei Berufsübersetzern. *Textlinguistik und Fachsprache: Akten des Internationalen übersetzungswissenschaftlichen AILA-Symposions*, 393-412.
- Krings, H. P. (1986). *Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht: Eine empirische Untersuchung zur Struktur des Übersetzungsprozesses an fortgeschrittenen Französischlernern* (Vol. 291). GNV.
- Kussmaul, P. (1995). *Training the translator* (Vol. 10). Amsterdam: John Benjamins Publishing.

- Lauring, J., & Selmer, J. (2010). Multicultural organizations: Common language and group cohesiveness. *International journal of cross cultural management*, 10(3), 267-284.
- Leung, A. K. Y., Maddux, W. W., Galinsky, A. D., & Chiu, C. Y. (2008). Multicultural experience enhances creativity: the when and how. *American Psychologist*, 63(3), 169-181.
- Lörscher, W. (1991). Translation performance, translation process and translation strategies. Tübingen: Narr.
- Lörscher, W. (1993). Translation process analysis. *SSOTT IV Translation and Knowledge*, 195-211.
- Lörscher, W. (1996). A psycholinguistic analysis of translation processes. *Meta: Journal des traducteurs Meta:/Translators' Journal*, 41(1), 26-32.
- Maddux, W. W., & Galinsky, A. D. (2007). Cultural Constraints and Mental Borders. Living in and adapting to foreign cultures facilitates creativity. Fontainebleau, Cedex: *INSEAD Working Papers*.
- Montgomery, S. L. (2000). *Science in translation: Movements of knowledge through cultures and time*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nikolopoulos, N. (2001). The implementation of the Mergers Directive in Greece. *EC Tax Review*, τ.10(1), 19-25.
- Nord, C. (1988). *Textanalyse und Übersetzen*. Heidelberg: Groos.
- PACTE Group (Process of Acquisition of Translation Competence and Evaluation) (2005). Investigating translation competence: Conceptual and methodological issues. *Meta*, τ.50(2), 609-619.
- Müller, R. & König, P. (2011). *GmbH und AG in der Schweiz, in Deutschland und Österreich: Gesellschaftsrecht, Corporate Governance und Statistik (inkl. Musterdokumente)*. Dike.
- Nye, J. S. (1967). Corruption and political development: A cost-benefit analysis. *American Political Science Review*, τ.61(02), 417-427.
- Piekkari R., Vaara, E., Tienari, J. & Sääntti, R. (2005). Integration or disintegration? Human resource implications of a common corporate language decision in a cross-border merger. *The International Journal of Human Resource Management*, τ.16(3), 330-344.
- Pleines, H. (2004). Zur Rolle wirtschaftskultureller Faktoren in der post-sozialistischen Transformation. Στο H.-H. Höhmann / H. Pleines. *Wirtschaftskultur in Osteuropa*. Bremen: Bremer Ansatz und Bremer Projekte, 16-25.
- Seleskovitch, D. & Lederer, M. (2001) (4η έκδ.). *Interpréter pour traduire*. Paris: Didier Érudition.
- Shreve, G. M. (1997). Cognition and the evolution of translation competence. Στο J. H. Dranks, G. M. Shreve, S. B. Fountain & K. B. McBeath (επιμ.). *Cognitive Processes in Translation and Interpreting*. Thousand Oaks, CA: Sage, 120-136.
- Spencer-Oatey, H. (επιμ.) (2000). *Culturally speaking: Managing rapport through talk across cultures*. A&C Black.
- Stolze, R. (1992). *Hermeneutisches Übersetzen: linguistische Kategorien des Verstehens und Formulierens beim Übersetzen* (Vol. 368). Tübingen: G. Narr.
- Tirkkonen-Condit, S. (1989). Professional vs Non-professional Translation: A Think-Aloud Protocol Study. Στο C. Séguinot (επιμ.) *The Translation Process*, Toronto: H.G. Publications, School of Translation, York University, 73-85.
- Tirkkonen-Condit, S. (επιμ.) (1991). *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies: Selected Papers of the TRANSIF Seminar, Savonlinna, 1988 (Vol. 5)*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- Tirkkonen-Condit, S. (1992). The Interaction of World Knowledge and Linguistic Knowledge in the Processes of Translation. A Think-Aloud Protocol Study. Στο B. Lewandowska-Tomaszczyk & M. Thelen (επιμ.), *Translation and Meaning, Part 2*, Maastricht: Rijkshogeschool Maastricht, Faculty of Translation and Interpreting, 433-440.

- Vaara, E., Tienari, J., Piekkari, R. & Sääntti, R. (2005). Language and the circuits of power in a merging multinational corporation. *Journal of Management Studies* 42(3), 595-623.
- Vermeer, H. J. (1992). *Skopos und Translationsauftrag - Aufsätze*. Frankfurt: IKO - Verlag für interkulturelle Kommunikation.
- Wilss, W. (1989). Towards a Multi-facet Concept of Translation Behavior. *Target*, 34, 129-149.
- Wilss, W. (1992). Übersetzungsfertigkeit. Annäherungen an einen komplexen übersetzungspraktischen Begriff. Tübingen: Gunter Narr.

Ασκήσεις κεφαλαίου 1

Άσκηση 1

Αναρωτηθείτε σε ποιες περιπτώσεις απαιτείται μεταφραστής στο πλαίσιο μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Απάντηση/Λύση

Ενδεικτική απάντηση: Ελληνική επιχείρηση προσπαθεί να επεκταθεί στο εξωτερικό είτε πωλώντας τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της από την Ελλάδα είτε ανοίγοντας υποκατάστημα(-τα). Αλλοδαπός ή αλλοδαπή επιχείρηση επιδιώκει να εγκατασταθεί στην Ελλάδα ή να πωλήσει προϊόντα ή υπηρεσίες. Σε οποιαδήποτε περίπτωση, ο μεταφραστής θα είναι απαραίτητος από την πρώτη στιγμή. Συνήθως, μεταφράζεται, στην αρχή, το σύνολο των κειμένων που αφορούν τη δραστηριότητα της επιχείρησης, όπως είναι καταστατικά, συμβάσεις κ.λπ.. Αργότερα, μεταφράζονται κείμενα που σχετίζονται με το προϊόν ή τις υπηρεσίες που πουλάει η επιχείρηση.

Άσκηση 2

Κάτω από ποιες συνθήκες μπορεί να χρειαστεί διερμηνέας στην πραγματική οικονομία;

Απάντηση/Λύση

Ενδεικτική απάντηση: Ο διερμηνέας απαιτείται, συνήθως, στα πρώτα στάδια εξέτασης, σχεδιασμού και υλοποίησης μιας συνεργασίας με το εξωτερικό. Ειδικότερα, όταν η επιχείρηση δραστηριοποιείται σε χώρα η γλώσσα της οποίας δεν είναι διαδεδομένη, η συνεργασία με διερμηνέα είναι συχνά προϋπόθεση. Σε πολλές, βέβαια, περιπτώσεις, σύμβουλοι κάθε είδους υποκαθιστούν τον διερμηνέα και αναλαμβάνουν διαμεσολαβητικό ρόλο.

Άσκηση 3

Αναφέρετε χαρακτηριστικά στοιχεία του ελληνικού οικονομικού πολιτισμού.

Απάντηση/Λύση

Ενδεικτικά: Στοιχεία του ελληνικού οικονομικού πολιτισμού είναι οι διάφορες μορφές εταιρειών που λειτουργούν στην Ελλάδα. Η υποχρεωτική ασφάλιση των επιτηδευματιών και των επιχειρηματιών στον ΟΑΕΕ. Η έντονη παρουσία του χρήματος στις συναλλαγές (όπως, λ.χ., μισθοδοσία στις μικρότερες επιχειρήσεις, πληρωμές στα καταστήματα λιανικής με μετρητά).

Άσκηση 4

Σχολιάστε τον ακόλουθο πίνακα και τι αποκαλύπτει για την ποιότητα της μηχανικής μετάφρασης στην Ευρωπαϊκή Ένωση σε σχέση με τα ζεύγη γλωσσών. Επεξηγηματικά επισημαίνουμε πως η υπηρεσία MT@EC της Ευρωπαϊκής Ένωσης χρησιμοποιεί τα BLEU scores, που αποτελούν μέτρο αξιολόγησης του προϊόντος της μηχανικής μετάφρασης από τον άνθρωπο. Το MT@EC web interface παρέχει αξιολόγηση της ποιότητας του παραγόμενου κειμένου σε τρία επίπεδα κατανόησης:

- gold (G) για μέγιστο δυνατό,

- silver (S) για καλό για κατανόηση και
- bronze (B) για μια βασική ιδέα.

MT@EC Service Description

Table 1: Quality indication by language pair.

To From	BG	CS	DA	DE	EL	EN	ES	ET	FI	FR	GA	HR	HU	IT	LT	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SK	SL	SV
BG		B	B	B	B	G	S	B	B	S	B	B	B	B	B	B	S	B	B	S	S	B	B	B
CS	B		B	B	B	S	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
DA	B	B		B	B	G	S	B	B	B	B	B	B	B	B	B	S	B	B	B	B	B	B	B
DE	B	B	B		B	S	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
EL	S	B	B	B		G	S	B	B	S	B	B	B	B	B	B	S	B	B	S	B	B	B	B
EN	S	S	S	B	S		G	B	B	S	B	B	B	S	B	B	G	S	B	G	S	B	B	S
ES	B	B	B	B	B	G		B	B	S	B	S	B	S	B	B	S	B	B	S	S	B	B	B
ET	B	B	B	B	B	B	B		B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
FI	B	B	B	B	B	B	B	B		B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
FR	B	B	B	B	B	G	G	B	B		B	S	B	S	B	B	S	B	B	S	S	B	B	B
GA	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B		B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
HR	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B		B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
HU	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B		B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
IT	B	B	B	B	B	G	S	B	B	S			B		B	B	S	B	B	S	S	B	B	B
LT	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B		B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
LV	B	B	B	B	B	S	B	B	B	B	B	B	B	B		B	B	B	B	B	B	B	B	B
MT	S	B	B	B	B	G	S	B	B	S	B	S	B	S	B		B	B	S	S	B	B	B	B
NL	B	B	B	B	B	S	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B		B	B	B	B	B	B	B
PL	B	B	B	B	B	G	S	B	B	B	B	B	B	B	B	B	S		B	B	B	B	B	B
PT	S	B	B	B	B	G	S	B	B	B	B	S	B	S	B	B	S	B	B		S	B	B	B
RO	S	B	B	B	B	G	S	B	B	S	B	B	B	S	B	B	S	B	B	S		B	B	B
SK	B	B	B	B	B	S	S	B	B	B	B	B	B	B	B	B	S	B	B	B	B		B	B
SL	B	B	B	B	B	S	S	B	B	B	B	B	B	B	B	B	S	B	B	B	B	B		B
SV	B	B	B	B	B	G	S	B	B	B	B	B	B	B	B	B	S	B	B	B	B	B	B	

G = gold, S = silver and B = bronze

Απάντηση/Λύση

Στο διαδίκτυο υπάρχουν άφθονες πληροφορίες σχετικά με τη μηχανική μετάφραση – κυρίως από υπηρεσίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η υπηρεσία MT@EC της Ευρωπαϊκής Ένωσης χρησιμοποιεί το στατιστικό σύστημα μηχανικής μετάφρασης που βασίζεται στο σύστημα Moses (<http://www.statmt.org/moses/>).

Στο πλαίσιο αυτό, η ποιότητα της μετάφρασης εξαρτάται από τους ακόλουθους παράγοντες:

1) Τον συνδυασμό των γλωσσών

Με άλλα λόγια, όσο πιο σύνθετες είναι οι γλώσσες από γραμματικής πλευράς, κυρίως η γλώσσα-στόχος, τόσο πιο φτωχό το αποτέλεσμα.

2) Το ύφος των κειμένων

Όσο πιο κοντά είναι τα κείμενα στο ύφος των κειμένων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τόσο καλύτερο το κείμενο που παράγεται. Μεγάλου μήκους ή ιδιαίτερα μικρού μήκους προτάσεις δημιουργούν προβλήματα. Η μετάφραση προφορικού λόγου ή λογοτεχνικού κειμένου μπορεί να αποδειχθεί προβληματική.

3) Το θέμα του κειμένου

Εάν το πεδίο και η αντίστοιχη ορολογία είναι άγνωστα στο σύστημα, δηλαδή δεν έχουν περιληφθεί σε προηγούμενα κείμενα της ΕΕ, κάποιοι όροι μπορεί να μη μεταφραστούν.

Πηγή: EU Commission Machine translation-Description, http://ec.europa.eu/isa/documents/mt-ec-service-description_en.pdf, 2014 (προσπέλαση 02.02.2015).

Κεφάλαιο 2 Η επικοινωνία στην οικονομία

Σύνοψη

Στο κεφάλαιο αυτό, θα περιγράψουμε τι σημαίνει ειδική επικοινωνία και θα φωτίσουμε τη σχέση της με την ειδική γλώσσα. Για την κατανόηση των μηχανισμών της επαγγελματικής και επιστημονικής επικοινωνίας, θα αναλύσουμε, από τη μια, την ολιστική φύση της επικοινωνίας, και, από την άλλη, θα περιγράψουμε τα δομικά στοιχεία της επικοινωνίας στην οικονομία, την ειδική γλώσσα. Σκοπός είναι να αναδειχθεί πως η ειδική επικοινωνία είναι συνεπακόλουθο συνειδητών επιλογών στο επίπεδο της γλώσσας. Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε τους μηχανισμούς σχηματισμού οικονομικών όρων, καθώς και γλωσσικές ιδιαιτερότητες που εμφανίζονται στα οικονομικά κείμενα.

2.1. Από την (ειδική) γλώσσα στην (ειδική) επικοινωνία

Γιατί η ενότητα αυτή δεν έχει τίτλο *Από την (οικονομική) γλώσσα στην (οικονομική) επικοινωνία*; Όπως θα φανεί και στη συνέχεια, η επικοινωνία στους ειδικούς επιστημονικούς και επαγγελματικούς χώρους διέπεται από τα ίδια κοινά χαρακτηριστικά. Είτε εξετάσουμε την επικοινωνία στον χώρο της ιατρικής ή της μηχανολογίας είτε την επικοινωνία σε έναν τομέα της οικονομίας, οι θεμελιώδεις αρχές είναι οι ίδιες.

Επίσης, όπως προσεγγίζουμε την επικοινωνία στην οικονομία, διαπιστώνουμε πως δεν υπάρχει μια ενιαία γλώσσα της οικονομίας που να στηρίζει μια ενιαία οικονομική επικοινωνία. Διαπιστώνουμε πως, τελικά, υπάρχουν περισσότερες οικονομικές επικοινωνίες: Προφανώς, άλλα τα χαρακτηριστικά της επικοινωνίας στον τομέα της πολιτικής οικονομίας, στη διοίκηση, στη λογιστική και ελεγκτική, τη διαφήμιση και το μάρκετινγκ, του χρηματιστηρίου κ.λπ.. Εξάλλου, ο χώρος που χαρακτηρίζεται ως οικονομία συνεχώς διευρύνεται. Έτσι, τελευταία βλέπουμε νέους κλάδους να αναπτύσσονται, που για την εξυπηρέτησή τους – ενδεχομένως – θα αναπτυχθούν νέα επικοινωνιακά εργαλεία. Μια τέτοια περίπτωση είναι ο κλάδος *craft economy*,⁵² που εμφανίστηκε πρόσφατα και κερδίζει έδαφος.

Συνεπώς, η επικοινωνία στον χώρο της λογιστικής διέπεται από τις βασικές αρχές της ειδικής επικοινωνίας. Ο Κελάνδριας (2009: 5) επισημαίνει:

Εάν, λοιπόν, ως κείμενο θεωρήσουμε, κατ' αρχάς, τους συνδυασμούς μεμονωμένων, ανεξάρτητων γλωσσικών μονάδων, οι οποίοι, με τη σειρά τους, αποτελούν ξεχωριστές μονάδες ή ενότητες έκφρασης, προς επίτευξη ενός συγκεκριμένου επικοινωνιακού αποτελέσματος, τότε ένα κείμενο της οικονομικής γλώσσας ή οικονομικό κείμενο είναι εκείνο το κείμενο στο οποίο οι συνδυασμοί των επί μέρους γλωσσικών μονάδων διατυπώνουν και μεταδίδουν μια πληροφορία οικονομικής φύσης. Συνεπώς, ένα κείμενο της οικονομικής γλώσσας είναι ένα κείμενο το οποίο διατυπώνει και μεταδίδει πληροφορίες οικονομικού περιεχομένου.

Κατ' αντιστοιχία με τα λεγόμενα του Κελάνδρια: Ένα ειδικό, λογιστικής φύσης, κείμενο χρησιμοποιείται για να επιτευχθεί επικοινωνία μεταφέροντας λογιστικές πληροφορίες. Ας τα εξετάσουμε αναλυτικά στη συνέχεια.

Κατά τους γερμανούς γλωσσολόγους Möhn και Pelka (1984: 26), η ειδική γλώσσα είναι εκείνη η ποικιλία της σύνολης γλώσσας που υπηρετεί τη νοητική σύλληψη, τον εννοιολογικό καθορισμό και την πραγμάτωση αντικειμένων κάποιου ειδικού επιστημονικού/επαγγελματικού κλάδου. Η ειδική γλώσσα αποτελεί κοινό τόπο συνεννόησης στους κόλπους της ειδικότητας μεταξύ των ειδημόνων, αλλά, παράλληλα,

⁵² Βλ. σχετικά Λαζαρέτου, Σ. (2014): *Working Paper 175: Η έξυπνη οικονομία: «πολιτιστικές» και «δημιουργικές» βιομηχανίες στην Ελλάδα. Μπορούν να αποτελέσουν προοπτική κρίσης;* Τράπεζα της Ελλάδος, Αθήνα. Ευχαριστώ την κ. Κ. Τουτουδάκη για την επισήμανση.

δεν αποκλείει και τη συμμετοχή ενδιαφερομένων μη ειδικών. Η εποχή μας, που διακρίνεται από πρόοδο των επιστημών και τη μεταξύ τους αλληλεπίδραση, επιβάλλει την όσμωση των ειδικών γλωσσών της καθημερινότητας.

Συνεπώς, εκτός από την επικοινωνία στους κόλπους του επιστημονικού κλάδου, η ειδική γλώσσα μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για τη μετάδοση και ανταλλαγή γνώσεων πέρα από τα όρια του συγκεκριμένου γνωστικού πεδίου. Συμπληρώνοντας τους Möhn και Pelka, πιστεύουμε ότι η ειδική γλώσσα μπορεί να υπηρετήσει, πέρα από την επικοινωνία που συντελείται μεταξύ ειδημόνων, ή μεταξύ ειδήμονα και μη ειδικού, και την επικοινωνία μη ειδικών που πραγματεύονται ένα εξειδικευμένο θέμα. Ειδικότερα, η μεταβίβαση γνώσεων από ειδικούς σε μη ειδικούς αποτελεί πεδίο στο οποίο η (ειδική) γλώσσα δοκιμάζεται κατά την επίτευξη του επικοινωνιακού σκοπού. Η ειδική γλώσσα εμφανίζεται με τη μορφή τόσο του προφορικού όσο και του γραπτού λόγου.

Ο ανωτέρω πραγματολογικός ορισμός της ειδικής γλώσσας, σε συνδυασμό με την επισήμανση ότι η ειδική γλώσσα καθιστά δυνατή και τη θεραπεία εξειδικευμένου ζητήματος από μη ειδικούς, είναι ιδιαίτερα διαφωτιστικός, διότι αναφέρεται στις ομάδες των χρηστών που εμπλέκονται σε συγκεκριμένη επικοινωνιακή κατάσταση και εκθέτει τους δυνατούς συνδυασμούς επικοινωνίας μεταξύ αυτών. Σύμφωνα, λοιπόν, με τα παραπάνω, η ειδική γλώσσα χρησιμοποιείται μεταξύ ειδημόνων, μεταξύ ειδήμονα και μη ειδικού και μεταξύ μη ειδικών, τόσο στο επίπεδο του προφορικού όσο και στο επίπεδο του γραπτού λόγου.

Όπως γράψαμε και στην εισαγωγή του βιβλίου, στα πρώτα της βήματα, η έρευνα στον χώρο των ειδικών γλωσσών εστίαζε στις λέξεις και αγνοούσε το υπόλοιπο επικοινωνιακό πλαίσιο. Για τους Bausch (1976: 128) και Henne (1979: 313), οι λεξιλογικές και ορολογικές πτυχές αποτελούσαν την καρδιά της έρευνας στο πεδίο των ειδικών επαγγελματικών γλωσσών. Αναλογιζόμενοι πως οι ιδιαιτερότητες των ειδικών επαγγελματικών γλωσσών φωτίζονται μέσω της αντιπαραβολής με την κοινή γλώσσα, οι ερευνητές άρχισαν να ενδιαφέρονται για τις διαφορές μεταξύ των χαρακτηριστικών των ειδικών γλωσσών και αυτών της κοινής.

Οι Hoffmann (1985: 48) και Fluck (1985: 160) θεωρούν τη διερεύνηση της σχέσης μεταξύ των δύο συστημάτων ως το σημαντικότερο ζήτημα. Διερευνώντας την επικοινωνία στον χώρο της οικονομίας, ο Bolten (1992: 153) στηρίζει την άποψη των Hoffmann και Fluck, με το επιχείρημα πως η διαφορετικότητα των ειδικών επαγγελματικών γλωσσών αποτέλεσε και το έναυσμα για την ενασχόληση μαζί τους. Από τα μέσα της δεκαετίας του 80', η διεύρυνση της έρευνας προς τις γνωστικές παραμέτρους των ειδικών επαγγελματικών γλωσσών (*Languages for Specific Purposes, Fachsprachen*) οδήγησε σε μετατόπιση των αναλύσεων (Kalverkämper/Baumann, 1996: 355).

Από τότε οι έρευνες άρχισαν να επικεντρώνονται στην επικοινωνιακή εφαρμογή των νοητικών δομών των ειδικών επαγγελματικών γλωσσών και των διαδικασιών παραγωγής και αντίληψης των κειμένων αυτών (Baumann 2010: 1). Η έρευνα γύρω από τις ειδικές επαγγελματικές γλώσσες μετατοπίζεται από την εξέταση των συστατικών στοιχείων της ειδικής γλώσσας στην ειδική επικοινωνία, και, λόγω της διευρυνόμενης διεθνοποίησης, διαμορφώνεται σε διαπολιτισμική διερεύνηση της ειδικής επικοινωνίας (*interkulturelle Fachkommunikationsforschung*), όπως φανερώνουν εργασίες των Schröder (1993: 517) και Baumann (1996: 368). Οι Buhlmann/Fearns (2000: 12-13) γράφουν:

Therefore, LSP as a means of communication is a result of socialisation within a certain scientific discipline. It is characterised as such by reflecting certain thought structures that are determined by the interest in findings and research prevailing in the respective field. LSP is important for the communication of technical contents – objects, operations, processes, procedures, theories, etc. – and, from a linguistic point of view, uses the most concise and precise form...

Την εποχή εκείνη άρχισε η θεώρηση της ειδικής γλώσσας μέσω της χρήσης της, ως αποτέλεσμα της κοινωνικοποίησης συγκεκριμένων δομών σε συγκεκριμένα πεδία, όπου χρησιμοποιούνται για να μεταβιβάσουν συγκεκριμένες γνώσεις. Οι δύο προαναφερθέντες ερευνητές (Buhlmann/Fearns 2000:13) καταλήγουν στο θεμελιώδες σημασία συμπέρασμα πως

... LSP is therefore linked to the thought elements of the field that the technical terms exist in – the thought structures of the field and the customary communication structures of the discipline.

Αυτή η θεώρηση οδηγεί στο συμπέρασμα πως κάθε πεδίο μπορεί να αναπτύξει ένα δικό του εξειδικευμένο επικοινωνιακό σύστημα, που συνδέεται με τον τρόπο σκέψης των ειδικών του χώρου και υλοποιείται –προφανώς, αλλά όχι απαραίτητα αποκλειστικώς– με στοιχεία της κοινής γλώσσας. Δηλαδή, η

επικοινωνία πραγματώνεται μέσω πάγιων υφολογικών σχηματισμών.⁵³ Προς επίρρωση της αλλαγής που συντελέστηκε σε δέκα περίπου χρόνια στην εξέταση των ειδικών γλωσσών, παραθέτουμε τα λόγια του γερμανού γλωσσολόγου Hoffmann. Το 1984 ο εν λόγω ερευνητής χρησιμοποιεί ακόμα τον όρο *Fachsprache*, ελληνιστί *ειδική γλώσσα* (Hoffmann 1985: 53):

Fachsprache – das ist die Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzbaren Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen (und die Popularisierung der fachlichen Inhalte sowie den Kontakt zu bestimmten Nicht-Fachleuten) zu gewährleisten.

Μια δεκαετία αργότερα, ο ίδιος ερευνητής έχει εγκαταλείψει τον όρο *ειδική γλώσσα* και φαίνεται να υιοθετεί τον όρο *Fachkommunikation*, ελληνιστί *ειδική επικοινωνία*. Αναπαράγουμε τα λόγια του Hoffmann (1993: 614):

Fachkommunikation ist die von außen oder von innen motivierte bzw. stimulierte, auf fachliche Ereignisse oder Ereignisabfolgen gerichtete Exteriorisierung und Interiorisierung von Kenntnissystemen und kognitiven Prozessen, die zur Veränderung der Kenntnissysteme beim einzelnen Fachmann und in ganzen Gemeinschaften von Fachleuten führen.

Ο Hoffmann προχωρεί πιο πέρα και ορίζει την ειδική επικοινωνία ως την εξωτερίκευση ή εσωτερίκευση συστημάτων γνώσεων και γνωστικών διαδικασιών που σχετίζονται με εξειδικευμένα γεγονότα και ακολουθίες γεγονότων, μετά από εξωτερικό ή από εσωτερικό ερέθισμα, που οδηγούν σε μεταβολή των συστημάτων γνώσεων στο μεμονωμένο ειδικό ή σε ολόκληρες κοινότητες ειδικών. Ο Engberg (2010: 53) ορθά επισημαίνει πως ο παραπάνω ορισμός της ειδικής επικοινωνίας εστιάζει στη συνολικότητα της επικοινωνίας, στις γνωστικές διεργασίες, στα γνωσιακά συστήματα, στον μεμονωμένο χρήστη και στη δυναμικότητα της εξαγωγής της σημασίας. Ο ορισμός υποδηλώνει πως η επικοινωνία δεν μπορεί να εστιάζει σε μεμονωμένα γλωσσικά στοιχεία, όπως είναι μεμονωμένα λεξήματα, συντακτικά σχήματα κ.ά.. Ο ορισμός της ειδικής επικοινωνίας προτείνει συνολική οπτική θεώρηση που δεν αγνοεί την ειδική γνώση και τη σχέση της με τη γλώσσα.

Οι Buhlman/Fearns (2000: 12-13) θεωρούν την ειδική γλώσσα ως μέσον επικοινωνίας, ως το αποτέλεσμα της κοινωνικοποίησης μέσα σε ένα συγκεκριμένο πεδίο, το οποίο συσχετίζεται με τα άλλα αποτελέσματα κοινωνικοποιήσεων στο πεδίο. Προφανώς, πρέπει να μελετηθούν τα χαρακτηριστικά του εκάστοτε πεδίου. Οι μονάδες σκέψης, που συντηρούνται στον ορολογία, οι δομές σκέψης και επικοινωνίας, που χρησιμοποιούνται στο πεδίο.

Ο πραγματολογικός ορισμός της επικοινωνίας σε ειδικό πεδίο και της ορολογίας ως συστατικά στοιχείων κειμενικών και γνωσιακών συστημάτων αποτελεί τη γέφυρα η οποία οδηγεί την εξέταση πια του φαινομένου της επικοινωνίας στους ειδικούς επαγγελματικούς τομείς, στις δυνατότητες του ανθρώπινου νου να αποκτά και να διαχειρίζεται γνώσεις (Roelcke, 2010: 24). Πρόκειται για θεώρηση που μετατοπίζει την εξέταση από τα επιμέρους γλωσσικά στοιχεία της επικοινωνίας στην ίδια την επικοινωνία, ανοίγοντας δρόμους για νέες μεθοδολογικές προσεγγίσεις στην κατηγοριοποίηση των ειδικών κειμένων. Ο Baumann (1996: 384) γράφει:

Die kognitive Erweiterung der aktuellen Fachsprachenforschung eröffnet der Klassifizierung von Fachtextsorten eine neue methodologische und methodische Dimension.

Η έρευνα εστιάζεται πλέον στον βαθμό εξειδίκευσης της επικοινωνίας, σε δομές γνώσεων, στη μεταβίβαση των γνώσεων, στη γλωσσική τους (εκ-)δήλωση, στην ανάπτυξη της ικανότητας επικοινωνίας στα εξειδικευμένα περιβάλλοντα, στη μελέτη του ύφους ως αντανakλαστικού του τρόπου σκέψης σε δεδομένο πεδίο κ.λπ.. Αυτό γίνεται σαφές στο έργο του Roelcke, ο οποίος διερευνά, ήδη από το 2002, την επίτευξη της οικονομίας στην ειδική επικοινωνία (Roelcke, 2002). Οι ειδικές γλώσσες έχουν πέντε λειτουργικές ιδιότητες (Roelcke, 2010: 25): *σαφήνεια, κατανοησιμότητα, οικονομία, ανωνυμία και ταυτότητα*. Οι ιδιότητες αυτές έχουν καθαρά επικοινωνιακό χαρακτήρα και αποβλέπουν στην ανάδειξη και ενίσχυση της δηλωτικής λειτουργίας των ειδικών γλωσσών. Αναλυτικότερα:

⁵³ Βλ. σχετικά Baumann (1993: 417), Gläser (1978: 463), Grabowski (1992: 17-18) και Hoffmann (1984: 47, 231).

- Συγκεκριμένα, η *σαφήνεια* αποτελεί από τα κύρια χαρακτηριστικά των ειδικών γλωσσών και αποβλέπει στη δημιουργία επαρκούς αναφοράς με τα αντικείμενα, γεγονότα και διαδικασίες (Roelcke, 2010). Για την επίτευξη της σαφήνειας χρησιμοποιούνται συγκεκριμένα γλωσσικά μέσα. Όπως θα φανεί και παρακάτω, το λεξιλόγιο μιας ειδικής γλώσσας παίζει πολύ μεγάλο ρόλο στην καθιέρωση της σαφήνειας.
- Η *κατανοησιμότητα* ως επικοινωνιακή ιδιότητα των ειδικών γλωσσών χαρακτηρίζει τη μεταβίβαση των πληροφοριών. Η κατανοησιμότητα επιτυγχάνεται με τη χρήση του κατάλληλου λεξιλογίου και του συντακτικού.
- Η ισορροπημένη σχέση μεταξύ γλωσσικής προσπάθειας και επικοινωνιακού αποτελέσματος, που αποτελεί και τον σκοπό της ειδικής επικοινωνίας, χαρακτηρίζεται από την ιδιότητα της *οικονομίας*.
- Η *ανωνυμία* είναι συνήθης στην ειδική επικοινωνία, διότι αυτό που προέχει είναι η μεταβίβαση ή ανταλλαγή των απαραίτητων πληροφοριών που δηλώνουν τα αντικείμενα, τα γεγονότα και τις διαδικασίες.
- Τελευταία επικοινωνιακή ιδιότητα που απαριθμεί ο Roelcke είναι η *ταυτότητα*. Ήδη παραπάνω αναφέρθηκε πως η ειδική γλώσσα αποτελεί τη γλώσσα μιας ομάδας ανθρώπων που ανήκουν σε κάποιον ξεχωριστό επαγγελματικό/επιστημονικό χώρο. Η ίδια η χρήση της ειδικής γλώσσας προσδίδει ταυτότητα στον χρήστη και τον ταυτίζει με συγκεκριμένη ομάδα. Αυτομάτως ισχύει πως όποιος δεν αντιλαμβάνεται την ειδική γλώσσα αποκλείεται από την επικοινωνία στον δεδομένο επαγγελματικό/επιστημονικό χώρο και μπορεί να θεωρηθεί πως δεν ανήκει σε αυτόν.

Μια επισήμανση σε σχέση με την τελευταία ιδιότητα: Όπως προαναφέρθηκε, η ειδική επικοινωνία δεν πραγματοποιείται μόνο μεταξύ ειδικών. Υπάρχει επικοινωνία ειδικών με μη ειδικούς, κατά την οποία οι τελευταίοι ενημερώνονται για ένα εξειδικευμένο ζήτημα. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η επικοινωνία διαφοροποιείται και δεν έχει τη μορφή που έχει η επικοινωνία μεταξύ δύο ειδικών. Η εξέταση της επικοινωνίας μεταξύ ειδικού και μη ειδικού θα γίνει σε μεταγενέστερο κεφάλαιο, που ασχολείται με τη διαμόρφωση και χρήση του ειδικού λόγου κατά την επικοινωνία (γνώσεων).

2.2. Η ειδική γλώσσα ως δομικό στοιχείο της ειδικής επικοινωνίας

Στο κεφάλαιο αυτό, θα απομονώσουμε, για σκοπούς ανάλυσης της ειδικής επικοινωνίας, την (ειδική) επικοινωνία από την (ειδική) γλώσσα. Από τη μια, μπορεί προηγουμένως να δώσαμε επικοινωνιακή υπόσταση στην ειδική γλώσσα – την υπόσταση που όντως της αρμόζει. Από την άλλη, και προτού αναλύσουμε τους μηχανισμούς επικοινωνίας διεξοδικότερα, θα πρέπει να εξετάσουμε ποια είναι η πρώτη ύλη της ειδικής επικοινωνίας. Τι είναι η ειδική γλώσσα; Από τι αποτελείται; Πώς την αναγνωρίζουμε και πώς τη διακρίνουμε από την κοινή γλώσσα;

Αναφερθήκαμε ήδη στους Möhn και Pelka, για τους οποίους η ειδική γλώσσα είναι εκείνη η ποικιλία της σύνολης γλώσσας που υπηρετεί τη νοητική σύλληψη, τον εννοιολογικό καθορισμό και την πραγμάτωση αντικειμένων κάποιου ειδικού επιστημονικού/επαγγελματικού κλάδου. Όπως, επίσης, επισημάνθηκε και προηγουμένως, η ειδική γλώσσα είναι κοινός τόπος συνεννόησης στους κόλπους της ειδικότητας μεταξύ των ειδημόνων. Παράλληλα, δεν αποκλείει και τη συμμετοχή ενδιαφερόμενων μη ειδικών, ενώ εμφανίζεται με τη μορφή τόσο του προφορικού όσο και του γραπτού λόγου. Εκτός, όμως, από την επικοινωνία στους κόλπους του επιστημονικού κλάδου, η ειδική γλώσσα μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για τη μετάδοση γνώσεων πέρα από τα όρια του συγκεκριμένου γνωστικού πεδίου (Möhn/Pelka, 1984: 26). Επίσης, διατυπώσαμε την άποψη ότι η ειδική γλώσσα μπορεί να υπηρετήσει, πέρα από την επικοινωνία που συντελείται μεταξύ ειδημόνων, ή μεταξύ ειδήμονα και μη ειδικού, και την επικοινωνία μη ειδικών που πραγματεύονται ένα εξειδικευμένο θέμα.

Ο παραπάνω πραγματολογικός ορισμός της ειδικής γλώσσας, σε συνδυασμό με την επισήμανσή μας ότι η ειδική γλώσσα καθιστά δυνατή και τη θεραπεία εξειδικευμένου ζητήματος από μη ειδικούς, αναφέρεται στις ομάδες των χρηστών που εμπλέκονται σε συγκεκριμένη επικοινωνιακή κατάσταση, και εκθέτει τους δυνατούς συνδυασμούς επικοινωνίας μεταξύ αυτών. Σύμφωνα, λοιπόν, με τα παραπάνω, η ειδική γλώσσα

χρησιμοποιείται μεταξύ ειδημόνων, μεταξύ ειδήμονα και μη ειδικού και μεταξύ μη ειδικών, στο επίπεδο τόσο του προφορικού όσο και του γραπτού λόγου.

Προκειμένου να εξετάσουμε την πρώτη ύλη της ειδικής επικοινωνίας, να εξετάσουμε, δηλαδή, τα συστατικά στοιχεία της ειδικής γλώσσας, θα επιστρατεύσουμε μια συστημική προσέγγιση, η οποία τοποθετεί το γλωσσικό αυτό υποσύστημα της ειδικής γλώσσας στο ευρύτερο πλαίσιο του συστήματος της σύνολης γλώσσας. Αυτή η οπτική μάς επιτρέπει την ασφαλέστερη προσπέλαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ειδικής γλώσσας, καθώς και στη διάκριση της ειδικής γλώσσας από άλλα γλωσσικά υποσυστήματα, τα οποία είναι όργανα επικοινωνίας μεταξύ ατόμων με κοινό γλωσσικό κώδικα που ανήκουν σε αντίστοιχες ομάδες (*Sondersprachen*), όπως, λ.χ., των κυνηγών και των μαθητών (Fluck, 1976:11).

Κατά τους Möhn και Pelka (1984: 24), οι ειδικές γλώσσες διακρίνονται για την αυστηρή επιλογή, τη χρήση και συχνότητα της εμφάνισης συγκεκριμένων γλωσσικών μέσων, ιδιαίτερα στα επίπεδα της μορφολογίας, του λεξιλογίου, του συντακτικού και των στοιχείων κειμενικότητας. Περαιτέρω γνώρισμα μιας ειδικής γλώσσας είναι ότι πρόκειται για υποσύστημα με υψηλό βαθμό τυποποίησης, ειδικότερα στον τομέα του λεξιλογίου και των στοιχείων κειμενικότητας.

Με γνώμονα τα προηγούμενα, θα εξετάσουμε στη συνέχεια το λεξιλόγιο, το συντακτικό, και την κειμενική μορφή των ειδικών κειμένων. Πρώτα θα εξετάσουμε τη συνιστώσα *λεξιλόγιο*, που, αναμφισβήτητα, κατέχει εξέχουσα θέση στα ειδικά κείμενα, διότι αυτή φέρει το κύριο σημασιολογικό βάρος στα κείμενα αυτά. Οι υπόλοιπες συνιστώσες, δηλαδή το συντακτικό και οι κειμενικές ιδιότητες, παίζουν δευτερεύοντα ρόλο, συνεπικουρώντας το λεξιλόγιο στη διαμόρφωση της σημασίας του συνολικού κειμένου, και θα εξεταστούν ακολούθως.

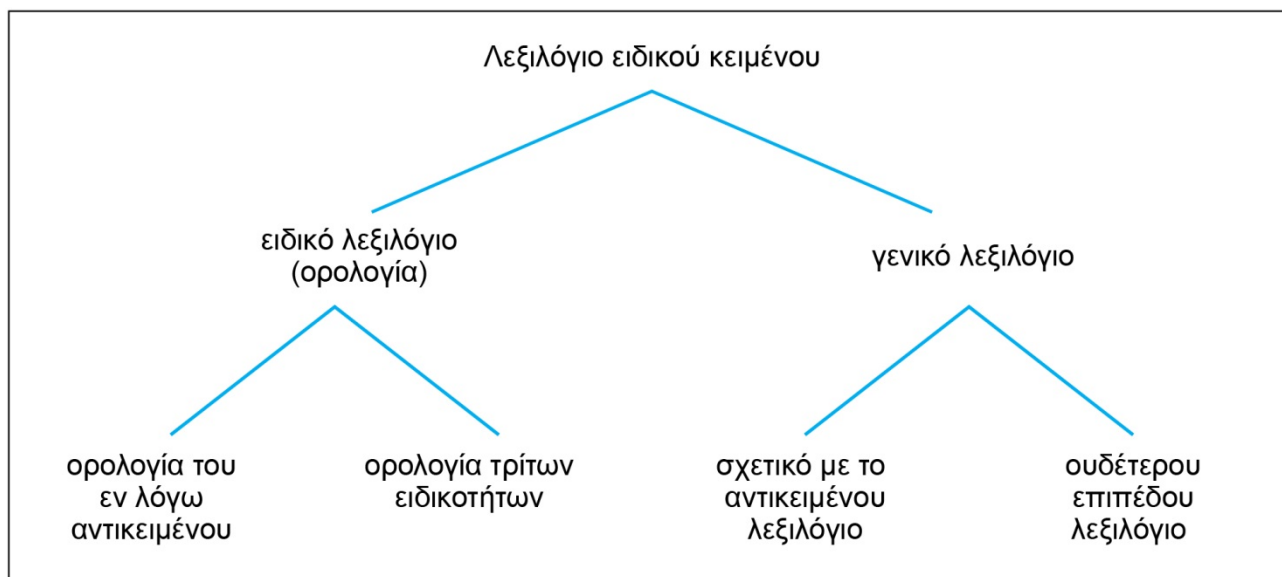
Και δύο λόγια σχετικά με μια ευρέως διαδεδομένη πλάνη: Συχνά ακούμε και διαβάζουμε την έννοια της ορολογίας να χρησιμοποιείται ως συνώνυμη της ειδικής γλώσσας. Βλέπουμε, ακόμη και σε προγράμματα σπουδών της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, τίτλους μαθημάτων όπως *Οικονομική ορολογία*, *Τουριστική ορολογία* κ.λπ., αντί του ορθού *Γλώσσα της οικονομίας* ή *Επικοινωνία στην οικονομία* και *Γλώσσα του τουρισμού* ή *Επικοινωνία στον τουρισμό*. Η ταύτιση της ορολογίας με την ειδική γλώσσα αποτελεί πλάνη, που έχει παρασύρει ακόμη και αρκετούς ειδήμονες. Ιδιαίτερη εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι στο έργο των Drozd/Seibicke (1973)⁵⁴ έχουν αγνοηθεί τα υπόλοιπα επίπεδα της γλώσσας, όπως το συντακτικό, τα στοιχεία κειμενικότητας και το ύφος των ειδικών γλωσσών, παρόλο που ο τίτλος του έργου αναφέρεται στην ειδική και επιστημονική γλώσσα.

2.2.1 Το λεξιλόγιο ενός ειδικού κειμένου

Όπως προαναφέρθηκε, η ορολογία συνιστά σημαντικό συστατικό της ειδικής γλώσσας. Πέρα από την ορολογία, υπάρχουν στο κείμενο επιπλέον στοιχεία, που την πλαισιώνουν και της επιτρέπουν να αναπτυχθεί σημασιολογικά.

Λεξιλογικώς, ένα ειδικό κείμενο δεν συγκροτείται αποκλειστικά από ορολογία· επίσης, συναντάμε λεξιλογικό υλικό διαφορετικής φύσης, στο οποίο θα γίνει αναφορά αργότερα. Το μεγαλύτερο μέρος της παρούσας ενότητας, όμως, είναι αφιερωμένο στην ορολογία, η οποία αποτελεί και την αιτία των περισσότερων εμποδίων που ο μη ειδικός καλείται να υπερπηδήσει κατά την προσπάθειά του να καταλάβει ένα ειδικό κείμενο. Η λεξιλογική σύνθεση ενός ειδικού κειμένου παριστάνεται σχηματικά ως εξής (Reinhardt, 1992: 3):

⁵⁴ Drozd, L./Seibicke, W. (1973): *Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache*, Oscar Brandstetter, Wiesbaden.



Εικόνα 2.1 Λεξιλογική σύνθεση ειδικού κειμένου

Στην ανωτέρω παράσταση αποτυπώνονται όλες οι μορφές με τις οποίες εμφανίζεται το λεξιλόγιο σε ένα ειδικό κείμενο. Παρατηρούμε ότι σε ένα οποιοδήποτε ειδικό κείμενο ίσως χρησιμοποιηθεί και *ορολογία τρίτων ειδικοτήτων*.⁵⁵

Στην περίπτωση των οικονομικών κειμένων που εξετάζουμε, ο χρήστης αντιμετωπίζει συχνά τέτοιες καταστάσεις, εφόσον τα οικονομικά επηρεάζουν όλες τις πτυχές της ανθρώπινης δραστηριότητας. Αυτό, όμως, που θα μας απασχολήσει είναι η *ορολογία του εν λόγω αντικειμένου*, το *ουδέτερου επιπέδου λεξιλόγιο* και το *σχετικό με το αντικείμενο λεξιλόγιο*. Η *ορολογία τρίτων ειδικοτήτων* δεν εμπίπτει στο πεδίο έρευνας του πονήματος αυτού, και θα ασχοληθούμε μαζί της μόνο περιφερειακά.

2.2.1.1 Ο όρος: Από τη στατικότητα στη δυναμικότητα

Η λέξη (στην περίπτωση μας ο όρος) είναι η σημειακή αντιπροσώπευση μιας έννοιας, που καλείται σημειολογική σημασία. Σύμφωνα με το DIN⁵⁶ 2342 (1986: 5) ο όρος είναι ο προσδιορισμός της έννοιας με γλωσσικά μέσα. Για τους Arnzt και Picht (1991: 35), όρος είναι πιο σύνθετη πραγματικότητα:

... spezifische lexikalische Einheit und einnamige Bezeichnung eines im betreffenden Fach exakt definierten Begriffes oder Gegenstandes, die einen definierten Begriff im System eines Fachgebietes bezeichnet.

Σύμφωνα με τα λόγια των παραπάνω ερευνητών, ο όρος είναι ειδική λεξιλογική μονάδα και μονολεκτικός χαρακτηρισμός μιας με ακρίβεια καθορισμένης έννοιας στο πεδίο, ή ενός αντικειμένου που προσδιορίζει μια έννοια στο σύστημα ενός πεδίου. Κατά τον Wüster (1991: 1), το βασίλειο των εννοιών (*Begriffe*) στην επιστήμη της ορολογίας (*Terminologie*) θεωρείται ανεξάρτητο από το βασίλειο των σημειολογικών σημασιών (*Bennennungen*). Η σημειολογική σημασία, το γνωστικό-αναφορικό περιεχόμενο, αποτελεί τον πυρήνα της λεξικής σημασίας. Στη βάση της σημειολογικής σημασίας βρίσκεται η έννοια, επειδή δε η κάθε έννοια προσδιορίζεται από δύο παραμέτρους, την έκταση και το εσωτερικό περιεχόμενο, συνεπάγεται τη διττή λειτουργικότητα της λέξης-σημείο, που όχι απλώς κατονομάζει, δηλώνει ένα στοιχείο της εμπειρίας, αλλά, ταυτόχρονα, παρέχει πληροφορίες που αναφέρονται σε αυτό, καθώς το κατατάσσει και το ιεραρχεί σε μια

⁵⁵ Ο Darbelnet (1982: 51) ακολουθεί την ίδια διάκριση, χρησιμοποιώντας τους αγγλικούς όρους: *primary terms* (όροι), *adjuncts* (λεξιλόγιο σχετικό με το αντικείμενο) και *subjuncts* (λεξιλόγιο της κοινής).

⁵⁶ Deutsche Industriennorm.

τάξη βάσει ορισμένων χαρακτηριστικών τα οποία υποδηλώνει, δηλαδή τα αποδίδει σε αυτό το στοιχείο ως μέλος της τάξης (Μότσιου, 1994: 120).

Αντισταμβανόμαστε πως η ιδανική περίπτωση για τις γλώσσες θα ήταν η αντιστοιχία μιας έννοιας προς ένα λέξημα, πράγμα που δεν είναι, ωστόσο, εφικτό. Από τη μια, η γλώσσα θα στερείτο την ικανότητα να ανταποκριθεί στις εξελίξεις που σημειώνονται σε έναν κόσμο που αλλάζει ραγδαία, δηλαδή δε θα κατονόμαζε και δε θα κατέτασσε καινοτομίες στο αρμόδιο πλαίσιο, και, από την άλλη, θα περιόριζε την επικοινωνιακή δεινότητα των φυσικών ομιλητών.

Αρκεί, όμως, ο ορισμός; Στον χώρο της ορολογίας, και πάντα στο πλαίσιο ενός ορισμένου γνωστικού πεδίου, όπου στον όρο αποδίδεται, συνήθως, μια έννοια που καθορίστηκε μέσω ενός ορισμού, ισχύει η αντιστοιχία ένα προς ένα. Οι Buhlman/Fearns (1987: 34) προτείνουν τα εξής κριτήρια για τη διάκριση όρων και μη-όρων. Για τους δύο ερευνητές, ο όρος χαρακτηρίζεται από

1. εξειδίκευση (*Fachlichkeit*),
2. εννοιολογικό χαρακτήρα (*Begrifflichkeit*),
3. ακρίβεια (*Exaktheit*),
4. σαφήνεια (*Eindeutigkeit*),
5. μονοσημαντικότητα (*Selbstdeutigkeit*),
6. περιορισμό (*Knappheit*),
7. αισθητική και τροπική ουδετερότητα (*ästhetische, modale Neutralität*).

Πώς όμως μπορούν να εννοούνται οι ανωτέρω χαρακτηρισμοί; Η *εξειδίκευση* αναφέρεται στο ότι ο όρος ανήκει σε ένα επιστημονικό πεδίο. Προφανώς, υπάρχουν όροι που χρησιμοποιούνται σε διαφορετικούς τομείς – τους διαφοροποιούν, όμως, μεταξύ τους τα περιβάλλοντα στα οποία γίνεται η χρήση τους. Το χαρακτηριστικό της *εξειδίκευσης* πλαισιώνεται από τον *εννοιολογικό χαρακτήρα*, δηλαδή τη γλωσσική λειτουργία που έχει ο όρος στο δεδομένο πεδίο, όπου και περιγράφεται με ακρίβεια. Η *ακρίβεια* αποτελεί προσπάθεια για όσο το δυνατό μεγαλύτερο προσδιορισμό και *περιορισμό* της σημασίας του όρου και διάκρισή του από τους άλλους όρους (*μονοσημαντικότητα*), προκειμένου να διασφαλιστεί η απαιτούμενη οικονομία του λόγου. Ζητούμενο είναι να επιτευχθεί η *σαφήνεια* του όρου και της επικοινωνίας μέσα στο σύστημα του συνόλου εννοιών του συγκεκριμένου επιστημονικού πεδίου. Η *αισθητική και τροπική ουδετερότητα* του όρου παραπέμπει στην ορθολογική και αντικειμενική επικοινωνία, που αντανάκλαται στην κατά το δυνατό μεγαλύτερη απουσία αισθητικών και εκφραστικών στοιχείων.

Ο όρος εμφανίζεται στη βιβλιογραφία ως στατικό, σταθερό φαινόμενο. Από την επικοινωνιακή υπόσταση της ειδικής γλώσσας προκύπτει, όμως, το εξής: Όπως είδαμε και παραπάνω, ο γερμανός γλωσσολόγος Roelcke (2010) εξετάζει την ειδική γλώσσα υπό το φως της επικοινωνίας και της επίτευξης του επικοινωνιακού αποτελέσματος. Η προσέγγισή του ρίχνει νέο φως στις ιδιότητες των ειδικών γλωσσών, και κυρίως των όρων. Η επικοινωνία μπορεί να λάβει διαφορετική μορφή, ανάλογα με τα συμφραζόμενα και το συγκεκριμένο,⁵⁷ να χρησιμοποιηθούν, δηλαδή, διαφορετικά γλωσσικά μέσα. Η ασάφεια, η πολυσημία και η εξάρτηση της έννοιας των όρων από το συγκεκριμένο και τα συμφραζόμενα. πρέπει να θεωρηθούν πια εγγενή χαρακτηριστικά της ορολογίας. Οι εξελίξεις στα διάφορα πεδία διαφοροποιούν την έννοια των όρων. Οι όροι πρέπει να διατηρούν τη δυνατότητα να απορροφούν επικοινωνιακά τις μεταβολές που οφείλονται σε εξελίξεις. Άρα, η έννοια του όρου διαμορφώνεται από ένα δίπολο μεταξύ στατικότητας και αξίωσης για ακρίβεια και σαφήνεια από τη μια, και της αξίωσης για προσαρμοστικότητα που μπορεί να εκδηλωθεί μέσα από ασάφεια ή πολυσημία, από την άλλη.

2.2.2 Το συντακτικό των ειδικών κειμένων

Τα χαρακτηριστικά του συντακτικού των ειδικών κειμένων συναντώνται σχεδόν εξολοκλήρου και στην κοινή γλώσσα. Σε αντίθεση με το λεξιλόγιο των εν λόγω κειμένων, όπου η ορολογία είναι το διακριτικό στοιχείο της ειδικής γλώσσας από την κοινή, η ειδική γλώσσα χρησιμοποιεί συντακτικές δομές που υπάρχουν και στην

⁵⁷ Στο σημείο αυτό, εξηγούμε τους όρους *συμφραζόμενα* και *συγκεκριμένο* που θα εμφανιστούν αρκετά συχνά από εδώ και πέρα: *Συγκεκριμένο* ονομάζονται οι σχέσεις που αναπτύσσονται μέσα στο κείμενο, ενώ το πλέγμα που περιβάλλει και επιδρά στην εξαγωγή της σημασίας του κειμένου ονομάζεται *συμφραζόμενα*. Στα *συμφραζόμενα* ανήκουν οι φυσικές, ιστορικές, πολιτισμικές, θρησκευτικές, κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές, τεχνικές, προσωπικές και συγκυριακές περιστάσεις (Βλ. Stolze, 1992: 100).

κοινή. Επισημαίνουμε πως το γεγονός αυτό δεν πρέπει να μας παρασύρει στην ταύτιση ειδικού λεξιλογίου και ειδικής γλώσσας, διότι, παρόλο που από ποιοτικής πλευράς το συντακτικό των ειδικών κειμένων παραμένει ουδέτερο, ποσοτικώς συμπεριφέρεται διαφορετικά. Έχει παρατηρηθεί πως συγκεκριμένες δομές της καθομιλουμένης εμφανίζονται με διαφορετική συχνότητα στα ειδικά κείμενα.

Η ενασχόλησή μας με το συντακτικό των ειδικών κειμένων δεν θα εξαντληθεί με την επανάληψη της προηγούμενης θέσης.⁵⁸ Αντίθετα, η προσπάθειά μας θα περιστραφεί γύρω από την προσέγγιση της υφής του φαινομένου αυτού και της ανάδειξης των ιδιαιτεροτήτων του. Θεωρούμε ιδιαίτερα σημαντική την προσφορά του Littmann (1983). Ο Littmann εξέτασε το συντακτικό των ειδικών κειμένων στις ειδικές γλώσσες και εντόπισε κάποιες κανονικότητες. Συγκεκριμένα: Με την έκφραση *συντακτικές δομές* (*syntaktische Strukturen*), ο Littmann (1983: 98) χαρακτηρίζει εκείνο το είδος των σχέσεων που υφίστανται μεταξύ της επιφάνειας του λόγου και μιας βαθύτερης λογικο-σημασιολογικής δομής. Ο συγκεκριμένος μελετητής με την έννοια *συντακτικές δομές* εννοεί τις διασχέσεις μεταξύ *μύχιας δομής*⁵⁹ (*zugrundeliegende Struktur*) και *δομής επιφανείας* (*Oberflächenstruktur*) ενός γλωσσικού ενεργήματος. Ο Littmann στηρίζει την προσέγγισή του στην ικανότητα των περισσότερων χρηστών της γλώσσας να αναγνωρίζουν ένα ειδικό κείμενο εμπειρικά και να το κατατάσσουν σε ορισμένη κατηγορία.⁶⁰ Ο εν λόγω ερευνητής προσδιορίζει σε πρώτη φάση τα συντακτικά χαρακτηριστικά των ειδικών κειμένων στην επιφάνεια (*δομή επιφανείας*), και σε δεύτερη φάση προσπαθεί να τα αναπαράγει με την αναζήτηση της πιο απλής ρηματικής μορφής (*μύχια δομή*), δηλαδή προχωρεί στην παραγωγή της *θεμελιώδους ρηματικής αλυσίδας* (*zugrundeliegende verbale Kette*). Με τον όρο αυτό, ο Littmann (1980: 147, 150) εννοεί ρηματική φράση της οποίας το περιβάλλον είναι πλήρως αναλυμένο στη ρηματική μορφή της μυχιότερης δομής. Μόνο εφόσον έχει αναλυθεί το περιβάλλον του ρήματος σε τέτοιο βαθμό ώστε να φτάσουμε στη μυχιότερη δομή, ολοκληρώνεται η ανάλυση. Βάσει των παραπάνω, ο Littmann καταλήγει σε έναν νέο ορισμό της ειδικής γλώσσας, εξετάζοντας το συντακτικό (1980: 100):

Όσο περισσότερα συντακτικά στοιχεία της μύχιας δομής μεταβάλλουν κατά τη μετάβαση στη δομή επιφανείας τη λειτουργία τους, τόσο πιο ειδικό γίνεται ένα κείμενο.

Αντιστρέφοντας την παρατήρηση του Littman, ότι, δηλαδή, όσο περισσότερα συντακτικά στοιχεία της μύχιας δομής χάνουν κατά τη μεταφορά προς τη δομή επιφανείας την αρχική συντακτική τους λειτουργία τόσο περισσότερο το κείμενο μετατρέπεται σε ειδικό, μας παρέχεται ένα εργαλείο που καθιστά δυνατή τη μέτρηση του βαθμού συμπίκνωσης της σύνταξης σε μια φράση και την πραγματολογική μεταβολή του εκάστοτε βαθμού συμπίκνωσης. Με άλλα λόγια, το μοντέλο του Littmann μάς επιτρέπει να μετρήσουμε τον βαθμό συντακτικής συμπίκνωσης σε κάθε επικοινωνιακή κατάσταση, λ.χ. σε επικοινωνία μεταξύ ειδικών, ειδικού και μη ειδικού, καθώς και σε επικοινωνία μη ειδικών μεταξύ τους.

Στη συνέχεια, παραθέτουμε πρόταση από ιδιωτικό συμφωνητικό μίσθωσης:

3. *Wird M die Konzession für diesen Geschäftsbetrieb oder für den Vertrieb einzelner der in § 12 Abs. 1 erwähnten Artikel nach Vertragsbeginn entzogen aus Gründen, ...*
2. *Wird M die Konzession für diesen Geschäftsbetrieb oder für den Vertrieb einzelner Artikel, die in § 12 Abs. 1 erwähnt werden, nach Vertragsbeginn entzogen aus Gründen, ...*
1. *Wenn man M nach Vertragsbeginn die Konzession für diesen Geschäftsbetrieb oder für den Vertrieb einzelner Artikel, die der Verfasser in § 12 Abs. 1 erwähnt, aus Gründen entzieht,...*

Ο υψηλότερος βαθμός, δηλαδή το 3 για την παραπάνω φράση, αντιστοιχεί στην υψηλότερη συντακτική συμπίκνωση της σημασίας στην αρχική πρόταση, που πάρθηκε από ιδιωτικό συμφωνητικό μίσθωσης

⁵⁸ Η κοινή αυτή θέση, ότι, δηλαδή, η ιδιαιτερότητα του συντακτικού των ειδικών κειμένων έγκειται στην απλή ποσοτική επανάληψη ορισμένων δομών της καθομιλουμένης, συναντάται στους περισσότερους ειδικούς. Βλ. Wüster (1991: 2), Beier (1979: 276), Schwanzer (1981: 214), (Möhn/Pelka 1984: 19), Buhlmann/Fearns (1987: 50).

⁵⁹ Αποφεύγουμε τον όρο *βαθεία δομή*, για να μη δημιουργηθεί η εντύπωση ότι πρόκειται για ανάλυση που στηρίζεται εξολοκλήρου στη *Γενετική Μετασχηματιστική Γραμματική*, η οποία –κατά τον Littmann (1980: 100-108 και 142)– αποδείχτηκε ανεπαρκής.

⁶⁰ Αυτό ισχύει ειδικά στην περίπτωση του μεταφραστή, που κατατάσσει κάθε πρωτότυπο εμπειρικά σε συγκεκριμένη κατηγορία, προτού αρχίσει τη διαδικασία της μετάφρασης.

καταστήματος. Οι κατώτεροι βαθμοί ανάλυσης αντιστοιχούν σε συντακτικές δομές χαμηλότερης εξειδίκευσης. Θεωρούμε πως είναι δομές που μπορεί, υπό το πρίσμα δεδομένης επικοινωνιακής κατάστασης, να χρησιμοποιηθούν σε άλλη επικοινωνιακή περίσταση, όταν, π.χ., κάποιος ειδικός επικοινωνεί με μη ειδικό, ή και κατά την επικοινωνία μη ειδικών μεταξύ τους σχετικά με ένα ειδικό θέμα. Στη δεύτερη εναλλακτική, οι μετοχές αναλύθηκαν σε προτάσεις, αφαιρώντας ακόμη ένα χαρακτηριστικό του ειδικού κειμένου που χαρακτηρίζει τα νομικά κείμενα. Στην τελευταία εναλλακτική, αναλύονται και οι παθητικές φωνές και αναδύονται τα υποκείμενα – χαρακτηριστικό, κυρίως, του συντακτικού της κοινής γλώσσας.⁶¹

Οπωσδήποτε δεν πρέπει να προκύψει το γενικό συμπέρασμα πως ο ειδικός λόγος διακρίνεται για συμπτυκνωμένο συντακτικό. Αντίθετα, μάλιστα. Η παρακάτω πρόταση, που πάρθηκε από τη μηνιαία έκθεση της *Deutsche Bundesbank*, και είναι αντιπροσωπευτική του συντακτικού του συνολικού κειμένου, πιστοποιεί το αντίθετο:

Mit dem Ölpreisverfall und der Abwertung des Euro, die gegen Mitte des Jahres 2014 einsetzten und sich zum Jahresende markant verstärkten, haben sich einige Eckwerte des globalen Umfelds erheblich verändert.

(Deutsche Bundesbank, Monatsbericht Februar 2015:50)

Δεν πρόκειται, βέβαια, να αμφισβητηθεί η υψηλή εξειδίκευση του κειμένου προέλευσης της παραπάνω πρότασης – απλώς και μόνο επειδή έχει αναλυμένο συντακτικό. Η θεματολογία, η ορολογία και ο σκοπός για τον οποίο δημοσιεύτηκε το κατατάσσουν αναμφίβολα στα ειδικά κείμενα.

2.2.3 Τα κειμενικά χαρακτηριστικά των ειδικών κειμένων

Κάθε κείμενο συνδέεται μέσω μιας ορισμένης επικοινωνιακής αναγκαιότητας με έναν πολιτισμό, ο οποίος καθορίζει και το πλαίσιο παραγωγής και εξαγωγής της σημασίας του.⁶² Αναφορικά με τα ειδικά κείμενα, η Stolze⁶³ προχωρεί περισσότερο, συνδέοντας τα στοιχεία κειμενικότητας με τον τρόπο σκέψης του ειδικού. Για την εν λόγω ερευνητρια, ο διαφορετικός τρόπος σκέψης στους ξένους πολιτισμούς εξωτερικεύεται με την ιδιαίτερη δομή των κειμένων.

Συνεπώς, επιβάλλεται η μελέτη των δομών που απαρτίζουν τα κείμενα στον κάθε πολιτισμό και η συγκριτική θεώρησή τους κατά τη μετάφραση. Απόρροια των παραπάνω συλλογισμών είναι η αναγκαιότητα να αντιπαραβάλλονται τα στοιχεία εκείνα που είναι φορείς της παραγωγής και σύλληψης μιας κειμενικής μονάδας στους κόλπους ενός ξένου πολιτισμού. Η ανάλυση των στοιχείων αυτών αποκαλύπτει σημασιολογικό δυναμικό που είναι εγγολπωμένο στις δομές του κειμένου.

Πέρα από τον ερευνητή, οφείλει, επομένως, και ο μεταφραστής να μελετά τα στοιχεία κειμενικότητας που συγκροτούν και συγκρατούν το κείμενο που καλείται να μεταφράσει και που (μπορεί να) είναι καθρέφτης της γνωσιολογικής οργάνωσης του συγκεκριμένου είδους κειμένου στον εν λόγω πολιτισμό. Η αποκωδικοποίηση των ιδιαίτερων κειμενικών χαρακτηριστικών του κειμένου θα δώσει στον μεταφραστή να κατανοήσει και να αξιοποιήσει πλήρως το πληροφοριακό φορτίο αυτών των δομών.

Προκειμένου να επιτευχθεί ο αντικειμενικός σκοπός της αποτελεσματικής σύγκρισης των μεταφρασμάτων, οφείλουμε να προχωρήσουμε πρώτα σε ανάλυση του κειμένου-πηγή, καθώς και αντίστοιχων κειμένων στον πολιτισμό-στόχος. Η ανάλυση ειδικότερα συνιστάται, επειδή φωτίζει τις κειμενικές ιδιαιτερότητες του συγκεκριμένου είδους κειμένων που βρίσκονται ενταγμένα σε διαφορετικά πολιτισμικά περιβάλλοντα, επιτρέποντας στον μεταφραστή να συνειδητοποιήσει τα στοιχεία κειμενικότητας και να κατανοήσει τη σημασία τους. Μόνο με αυτόν τον τρόπο είναι δυνατό να προλαμβάνονται τυχόν παρεμβολές από το κείμενο-πηγή, δηλαδή να αποτρέπεται η ακούσια μίμηση δομών του πρωτοτύπου.

Η μελέτη των στοιχείων κειμενικότητας και η εξοικείωση του χρήστη με αυτές αποτελούν προϋπόθεση για την ανταπόκριση στις γλωσσικές προσδοκίες του. Έτσι, λ.χ., ο έλληνας φοροτεχνικός είναι εξοικειωμένος με συγκεκριμένη μορφή εκκαθαριστικού σημειώματος, καθώς και με την τυποποιημένη διάταξη των πληροφοριών στο εν λόγω κείμενο. Κάθε απόκλιση από τους τύπους που έχουν καθιερωθεί θα

⁶¹ Βλ. Βλαχόπουλο 2014, για περιγραφή του συντακτικού της γερμανικής και της ελληνικής νομικής γλώσσας.

⁶² Βλ. Koller, 1992: 59.

⁶³ Stolze, 1992: 192.

δυσκολεύει τον χρήστη στην αναζήτηση των απαιτούμενων πληροφοριών. Παράλειψη του συντάκτη να συμμορφωθεί προς τα στοιχεία κειμενικότητας ίσως οδηγήσει κατά την παραγωγή του κειμένου σε απόκλιση από τις προσδοκίες του αναγνώστη.

Σημαντικό ρόλο παίζει ο μηχανισμός διατήρησης της *συνοχής* (*Kohärenz*)⁶⁴ στους κόλπους του μακροκειμένου, όπως τον περιγράφει η Stolze (1992: 109). Κατά την εν λόγω ερευνήτρια, η συνοχή σε ένα κείμενο εξασφαλίζεται με τους εξής μηχανισμούς:

- τη *συμφωνία* (*Kongruenz*), δηλαδή την ταύτιση συγκεκριμένων στοιχείων, όπως ο αριθμός, χρόνος κ.λπ. μέσα σε μία πρόταση,
- τις *διασχέσεις* (*Verweisrelationen*), δηλαδή την *αναφορά* και την *καταφορά*. Στην αναφορά πρόκειται για την παραπομπή σε προηγούμενο στοιχείο, ενώ στην περίπτωση της καταφοράς έχουμε παραπομπή σε στοιχείο που ακολουθεί,
- τους *αρμούς προτάσεων* (*Satzverknüpfungen*), δηλαδή τη σύνδεση προτάσεων με συνδέσμους ή επιρρηματικά σχήματα κατά παράταξη και καθ' υπόταξη, και
- τις *σημασιολογικές σχέσεις* (*semantische Relationen*) που δημιουργούνται με την *επανάληψη* (*Rekurrenz*), τη χρήση συνωνύμων, την παράφραση, καθώς και τη λογική συμπερίληψη ως έμμεση σύνδεση των προτάσεων (*logische Inklusion als implizite Satzverknüpfung*).

Οι εν λόγω παράγοντες δεν αρκούν –κατά την άποψή μας– να καλύψουν επαρκώς τη δομή και λειτουργία των κειμένων και των κειμενικών μηχανισμών. Αντιλαμβανόμαστε πως ο παραλήπτης ενός κειμένου, ήδη από την πρώτη οπτική επαφή με το κείμενο, το κατατάσσει. Από μακριά διακρίνουμε, λ.χ., το εκκαθαριστικό της εφορίας, λόγω της χαρακτηριστικής του δομής. Επίσης, η δομή του συγκεκριμένου είδους κειμένου μάς επιτρέπει να επικεντρωθούμε στην πληροφορία που αναζητούμε (στην περίπτωση του εκκαθαριστικού, το πληρωτέο).

Συνεπώς, έχουμε την πεποίθηση ότι η μελέτη των παραπάνω τεσσάρων μηχανισμών δεν επαρκεί για την ολοκληρωμένη περιγραφή και ερμηνεία της συνοχής στο μακροκείμενο ενός δεδομένου είδους κειμένου. Θεωρούμε επιτακτική την εξέταση δύο επιπλέον στοιχείων:

- α. της διάταξης των πληροφοριών μέσα στο κείμενο, καθώς και
- β. της χρήσης των οπτικών μηχανισμών έμφασης ή διατήρησης της συνοχής (τυπογραφικά-υφολογικά στοιχεία).

Πρέπει να τονίσουμε, όμως, ότι η συνοχή ενός κειμένου δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τις σχέσεις μέσα στο συγκεκριμένο, αλλά και από το συγκεκριμένο πλέγμα που περιβάλλει το κείμενο (συμφραζόμενα). Το σχετικό σκεπτικό θα το εκθέσουμε στο κεφάλαιο που περιγράφει τη λειτουργία του λόγου ενός επιστημονικού πεδίου. Εκεί θα φανεί πως στο πλέγμα που συγκροτεί τα συμφραζόμενα, ανήκουν οι φυσικές, ιστορικές, πολιτισμικές, θρησκευτικές, κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές, τεχνικές, προσωπικές και συγκυριακές περιστάσεις (Stolze, 1992: 110).

2.3 Η επικοινωνία στον χώρο της οικονομίας. Άραγε υπάρχει;

Στη συνέχεια, θα επιχειρήσουμε να προσεγγίσουμε την *οικονομική επικοινωνία*. Στο προηγούμενο κεφάλαιο, εξετάσαμε τι ακριβώς σημαίνει ειδική επικοινωνία και ποια τα συστατικά της. Αντιληφθήκαμε πως η επικοινωνία σε ειδικούς επαγγελματικούς χώρους προϋποθέτει αυστηρότητα στη χρήση των γλωσσικών μέσων, αλλά και τη συνδεδεμένη με τα γλωσσικά αυτά μέσα γνώση του αντικειμένου. Ισχύουν τα ίδια και για την επικοινωνία στον χώρο της οικονομίας;

⁶⁴ Η έννοια της *συνοχής* όπως χρησιμοποιείται από τη Stolze παραπέμπει στην *έννοια της συνοχής* (*Kohäsion*) κατά Beaugrande και Dressler (1981: 3-4). Οι δύο ερευνητές διακρίνουν μεταξύ *συνοχής* (*Kohäsion*) και *συνεκτικότητας* (*Kohärenz*). Θεωρούν ότι η *συνοχή* αναφέρεται στις γραμματικές αλληλεξαρτήσεις στο κείμενο, δηλαδή στη γλώσσα, σε αντίθεση με τη *συνεκτικότητα*, που αναφέρεται στις γνωστικές παραμέτρους, δηλαδή στα νοήματα. Οι δε Halliday και Hasan (1976: vii) δεν διακρίνουν μεταξύ *συνοχής* και *συνεκτικότητας*. Ορίζουν τον όρο *συνοχή* (*cohesion*) ως σχέση σημασίας μεταξύ των κειμενικών στοιχείων. Για τη διάκριση μεταξύ *συνοχής* και *συνεκτικότητας*, βλ. επίσης Μπαμπινιώτη (1991: 27-28) και Κουτσουλέλου-Μίχου (1997: 41-42).

Οι ορισμοί που έχουν δοθεί κατά καιρούς από γερμανικής πλευράς είναι αρκετοί:

Wirtschaftsdeutsch, das ist die Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich, nämlich dem der Wirtschaft, verwendet werden, um die Verständigung der in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten. Sie ist begründet durch die Kommunikationsbereiche und -formen der in der Wirtschaft handelnden Personen. (Buhlmann/Fearns, 1987: 306)

Wir verwenden den allgemeinen Begriff „Wirtschaftsdeutsch“ und meinen damit sowohl die wirtschaftsbezogene Fachsprache im wissenschaftlich - theoretischen Bereich als auch die Berufssprachen in der Wirtschaft und die fachbezogene Umgangssprache bzw. fachexterne Kommunikation.

(von Hahn, 1993: 92)

Ein Konglomerat aus einer unendlichen Vielzahl von einzelnen Unter- Wirtschaftssprachen. (Schmidt, 1983)

Wirtschaftsdeutsch (...) schließt die Sprache der Wirtschaftswissenschaft ebenso ein wie die der Wirtschaftspolitik, er kann den spezifischen Sprachgebrauch in Handel und Industrie meinen oder die Sprache der Börse oder Werbung.

(Scholtes/Schmid, 1986: 35)

Το κοινό σημείο των ανωτέρω τεσσάρων ορισμών είναι πως η γερμανική γλώσσα της οικονομίας δεν είναι ενιαία, και ο χαρακτηρισμός *Wirtschaftsdeutsch* δεν αποτελεί έννοια επάλληλη που περιγράφει έναν αριθμό άλλων ειδικών γλωσσών και άλλων μορφών επικοινωνίας πέραν αυτής μεταξύ ειδημόνων. Αυτό που δηλώνουν σαφώς οι εν λόγω ορισμοί είναι πως δεν υπάρχει μία και μοναδική, ενιαία γλώσσα της οικονομίας. Η ειδική γλώσσα της οικονομίας συντίθεται συνεπώς από τις διάφορες επιμέρους ειδικές γλώσσες που αναπτύχθηκαν σε μεμονωμένους τομείς της οικονομίας. Έτσι, η γλώσσα που χρησιμοποιείται στο χρηματιστήριο διαφέρει από εκείνη που χρησιμοποιείται στον ασφαλιστικό τομέα ή στον τομέα της οικονομικής πολιτικής.

Αφού δεχτήκαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο πως η ειδική επικοινωνία κάνει χρήση της ειδικής γλώσσας, προφανώς και η έννοια της *οικονομικής επικοινωνίας* είναι επάλληλη των επιμέρους ειδών επικοινωνίας που αναπτύσσονται στους διαφορετικούς τομείς της οικονομικής δραστηριότητας.⁶⁵ Επίσης, αυτό που μας επιβάλλεται είναι και μια διάκριση όχι μόνο της μορφής της επικοινωνίας ανάλογα με τον τομέα της οικονομίας, αλλά και με την πραγματολογία της επικοινωνίας. Ήδη στο κεφάλαιο για την ειδική επικοινωνία αναφερθήκαμε στην κοινωνιολογική παράμετρο της επικοινωνίας – η επικοινωνία σε δεδομένο πεδίο κοινωνικοποιεί. Με άλλα λόγια, η επικοινωνία στην οικονομία μπορεί να έχει διαφορετική μορφή, ανάλογα με το θέμα της οικονομικής δραστηριότητας το οποίο θεραπεύουν οι συμμετέχοντες.

Οι Buhlmann-Fearns (1996) μιλάνε για την ύπαρξη μιας οριζόντιας και μιας κάθετης διαστρωμάτωσης στην ειδική επικοινωνία. Ο Fluck (1996: 16) θεωρεί, από τη μια, πως η οριζόντια διάρθρωση των επιμέρους μορφών επικοινωνίας στους κόλπους της οικονομίας δικαιολογείται από την ύπαρξη πολλών τομέων. Από την άλλη, η οριζόντια διαστρωμάτωση δικαιολογείται και από τις διαφορετικές επικοινωνιακές περιστάσεις. Μπορεί να προκύψει ενδοθεματική, διαθεματική ή εξωθεματική επικοινωνία. Για το ευρύτερο θεματικό πεδίο *οικονομία*, αυτό σημαίνει διαφορετικές ειδικές γλώσσες και διαφορετικά συστήματα επικοινωνίας για τη διοίκηση επιχειρήσεων και οργανισμών, το εμπόριο, την πολιτική οικονομία, τα χρηματοοικονομικά κ.λπ.. Για καθένα από τα προηγούμενα υποσυστήματα, μπορεί η επικοινωνία να αναπτυχθεί στους κόλπους του, διαθεματικά, αλλά και εκτός των ορίων του πεδίου.

Όσον αφορά την κάθετη διαστρωμάτωση, οι προαναφερθέντες ερευνητές τη συνδέουν με τον βαθμό εξειδίκευσης της επικοινωνίας. λ.χ., διαφορετικό βαθμό εξειδίκευσης έχει ένα σχολικό εγχειρίδιο πολιτικής οικονομίας και διαφορετικό βαθμό εξειδίκευσης η έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδος, διαφορετικό βαθμό μια τεχνική ανάλυση για το χρηματιστήριο και διαφορετικό βαθμό εξειδίκευσης το κείμενο εφημερίδας.⁶⁶ Η κάθετη διαστρωμάτωση αξιολογεί τον παραλήπτη και το γνωσιακό υπόβαθρό του.

⁶⁵ Βλ. σχετικά: von Hahn (1981/ 1983), Wüster (1981), Kalverkämper (1998), Beier (1979), Möhn/Pelka (1984), Roelcke (2010).

⁶⁶ Βλ. Buhlmann/Fearns (2000: 13).

Αυτό καθίσταται σαφέστερο στις εργασίες του Bolten (1991). Ο εν λόγω ερευνητής επισήμανε το περιορισμένο εύρος του μοντέλου των διαστρωματώσεων. Επισημαίνει την ανάγκη για περιγραφή της ομάδας των αποδεκτών (Bolten, 1991: 72-73). Ειδικότερα για τη γλώσσα της οικονομίας, διαπιστώνει τη διαφορετικότητά της σε σχέση με τις ειδικές γλώσσες των άλλων επιστημονικών και επαγγελματικών πεδίων, όπως της φυσικής, της ιατρικής, της μουσικής κ.λπ.. Για τον Bolten, η επικοινωνία στον χώρο της οικονομίας διαφοροποιείται ανάλογα με τον τομέα και –συνεπώς– γεννάται διαφορετική επικοινωνία στον χώρο του εμπορίου και διαφορετική, λ.χ., στις χρηματιστηριακές συναλλαγές. Άρα, ως γλώσσα της οικονομίας ορίζουμε το σύνολο των υποσυστημάτων που υπάρχουν κάτω από την ομπρέλα της οικονομίας. Μιλάμε, δηλαδή, για ένα συνάθροισμα πολλών μικρότερων σε εύρος υποσυστημάτων επικοινωνίας.

Ο von Hahn (1993: 92) γράφει για τη γερμανική οικονομική γλώσσα:

Diskussionen zum Gegenstandsbereich des Wirtschaftsdeutschen machen Heterogenität und Vielschichtigkeit des Bereiches Wirtschaft deutlich. Wir verwenden den allgemeinen Begriff, Wirtschaftsdeutsch‘ und meinen damit sowohl die wirtschaftsbezogene Fachsprache im wissenschaftlich-theoretischen Bereich als auch die Berufssprachen in der Wirtschaft und die fachbezogene Umgangssprache bzw. fachexterne Kommunikation.

Τα λόγια του von Hahn επικυρώνουν όσα εκτέθηκαν και στις προηγούμενες γραμμές. Η ετερογένεια και η πολλαπλή διαστρωμάτωση της οικονομικής γλώσσας καθίστανται σαφείς, μόλις εξετάσουμε την επικοινωνία στον χώρο. Η έννοια της γλώσσας της οικονομίας χρησιμοποιείται για να περιγράψει την επιστημονική, την επαγγελματική επικοινωνία, αλλά και την επικοινωνία πέρα από τα όρια όλων των τομέων της οικονομικής δραστηριότητας. Ωστόσο, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να καλύψει την πολυτροπικότητα της επικοινωνίας που λαμβάνει χώρα στο ευρύτατο πεδίο της οικονομικής δραστηριότητας.

2.4 Μηχανισμοί σχηματισμού όρων

Στην παρούσα ενότητα, θα περιγράψουμε τους μηχανισμούς με τους οποίους σχηματίζονται όροι. Ο χώρος των επιστημών και των επαγγελματιών πεδίων είναι ιδιαίτερα δυναμικός, με αποτέλεσμα και οι ορολογίες να αλλάζουν διαρκώς. Σύμφωνα με το πρότυπο ΕΛΟΤ 402, οι όροι σχηματίζονται με τους παρακάτω τρόπους:^{67, 68}

- τη δημιουργία νέων μορφών (νεο-όρων)
- τη χρήση υπαρχουσών μορφών και
- τον διαγλωσσικό δανεισμό.

Στις ακόλουθες ενότητες θα περιγραφούν αυτοί οι μηχανισμοί αναλυτικότερα.

2.4.1 Η δημιουργία νέων μορφών

Οι νέες μορφές (νεο-όροι) είναι νέες λεξικές οντότητες που δεν υπήρχαν προηγουμένως και αποτελούν είδος νεολογισμού. Τρεις είναι οι κύριοι μηχανισμοί δημιουργίας νέων μορφών:

- A. η παραγωγή,
- B. η σύνθεση και
- Γ. η συντόμηση.

⁶⁷ Βλ., επίσης, το δελτίο της Ελληνικής Εταιρείας Ορολογίας (ΕΛΕΤΟ) *Ορόγραμμα*, αρ. 103 Ιούλιος-Αύγουστος 2010, διαθέσιμο στη διεύθυνση

http://www.eleto.gr/download/Orogramma/Or103_V04.pdf (προσπέλαση 03.02.2015).

⁶⁸ Για διεξοδικότερη ανάλυση των μηχανισμών σχηματισμού ελληνικών όρων, βλ., επίσης, Βαλεοντή/Κριμπίά σσ. 212-239.

Η παραγωγή δίνει παράγωγους απλούς όρους. Αντίθετα, η σύνθεση διακρίνεται περαιτέρω στη *σύμπλεξη* (που δίνει *μονολεκτικούς* ή *πολυλεκτικούς σύμπλοκους όρους*) και στη *σύμμειξη* (που δίνει *συμμείγματα*), ενώ η *συντόμηση* διακρίνεται περαιτέρω στη δημιουργία *συντομογραφίας*, *συνοπτικής μορφής*, *συντετμημένης μορφής*, *αρκτικολέξου* ή *ακρωνύμιου*. Στη συνέχεια, παραθέτουμε τις μορφές αυτές αναλυτικότερα:

A. Παραγωγή

Κατά την παραγωγή, σχηματίζονται νέοι μονολεκτικοί όροι, με την προσθήκη ενός ή περισσότερων προσφυσμάτων σε μια ρίζα ή σε μια λέξη. Οι όροι που προκύπτουν από την παραγωγή είναι παράγωγες λέξεις από απλές πρωτότυπες λέξεις (παράγωγα), ή παράγωγες λέξεις από σύνθετες πρωτότυπες λέξεις (παρασύνθετα). Τέτοιες περιπτώσεις όρων είναι στα Ελληνικά

τράπεζα+*-ικός* = *τραπεζικός*, *ομόλογο*+*ακός* = *ομολογιακός*

και στα Γερμανικά

ab+schreiben + -ung = *Abschreibung (die)*
begünstigen+ -ter = *Begünstigte (der)*

B. Σύνθεση

Με τη σύνθεση (*σύμπλεξη* ή *σύμμειξη*) σχηματίζονται νέες μορφές με συνδυασμό δύο ή περισσότερων λέξεων ή λεξικών στοιχείων που ήδη υπάρχουν. Η σύνθεση εδώ αποτελεί γενίκευση της κλασικής σύνθεσης της γραμματικής. Στα σύνθετα που προκύπτουν από αυτήν τη διεργασία συμπεριλαμβάνονται *μονολεκτικοί σύμπλοκοι όροι* (που είναι τα *κλασικά σύνθετα* ή *πολυσύνθετα* ή *επισύνθετα*), *πολυλεκτικοί (σύμπλοκοι) όροι* και *συμμείγματα*, τα οποία σχηματίζονται με δύο διαδοχικές διεργασίες, τη σύντμηση και, στη συνέχεια, τη συνένωση.⁶⁹ Τέτοια παραδείγματα είναι:

B.1. *Οι απλοί όροι* (μονολεκτικοί όροι που περιέχουν μία ρίζα):

Ελληνικά: *εργασία (η)*, *μέσο (το)*, *εταιρεία (η)*
Γερμανικά: *Kredit (der)*, *Zins (der)*

B.2. *Οι μονολεκτικοί σύμπλοκοι όροι*

Οι *μονολεκτικοί όροι* που περιέχουν περισσότερες από μία ρίζες λέγονται *μονολεκτικοί σύμπλοκοι όροι*. Και αυτοί οι όροι παρουσιάζουν υπάλληλες κατηγορίες:

Τα *κλασικά σύνθετα*, τα οποία αποτελούνται από δύο ή περισσότερα απλά συνθετικά, λ.χ. όπως τα ακόλουθα:

Ελληνικά: *συνεργασία (η)*, *αποταμίευση (η)*, *τραπεζογραμματίο (το)*, *φαρμακοβιομηχανία (η)*, *εκπρόθεσμος*
Γερμανικά: *Haushalt (der)*, *akkreditiv*, *kontraproduktiv*

Και οι *πολυσύνθετοι όροι*, που αποτελούνται από περισσότερα των δύο απλά συνθετικά ανήκουν στην κατηγορία αυτή. Για παράδειγμα,

Ελληνικά: *ναυπηγοεπισκευαστικός*, *αυτοχρηματοδότηση (η)*
Γερμανικά: *Zahlungsunfähigkeit (die)*, *Braunkohleproduktion (die)*

Μια τρίτη κατηγορία μονολεκτικών σύμπλοκων όρων είναι τα *επισύνθετα*, που αποτελούνται από δύο συνθετικά, εκ των οποίων τουλάχιστον ένα είναι ήδη κλασικό σύνθετο ή πολυσύνθετο:

Ελληνικά: *διασυνεργασία (η)*, *διασυννοριακός*

⁶⁹ Τα *συμμείγματα* εμποδίζουν τη διαφανή και αναμφίσημη πρόσβαση στα χαρακτηριστικά της έννοιας.

Γερμανικά: *Dienstleistungsangebot (das), Wettbewerbsfähigkeit (die)*

B.3. Οι πολυλεκτικοί (σύμπλοκοι) όροι

Οι πολυλεκτικοί (σύμπλοκοι) όροι είναι οι παρακάτω:

Ελληνικά: *διατραπεζικό επιτόκιο (το), ασφάλιση υγείας (η), Αναπληρωτής Υπουργός (ο)*

Γερμανικά: *Statistisches Bundesamt (das), Stellvertretender Präsident (der), geschlossener Markt (der)*

B.4. Τα συμμείγματα

Παραδείγματα συμμειγμάτων είναι τα ακόλουθα:

δυναδικό+ψηφίο = δυφίο, ιστός + ημερολόγιο = ιστολόγιο

Γ. Συντόμευση

Η *συντόμευση* είναι δημιουργία μορφής πιο σύντομης από την πλήρη μορφή ενός όρου ή ενός ονόματος. Αποτέλεσμα της συντόμευσης είναι η *συντομομορφή* ή *συντομευμένη μορφή*. Κατά κανόνα, η συντομομορφή προκύπτει από τα μορφολογικά στοιχεία της πλήρους μορφής (*εξαρτημένη συντομομορφή*). Η συντομομορφή που επιλέγεται ως συνώνυμο της πλήρους μορφής βάσει κάποιου χαρακτηριστικού της έννοιας και δεν προκύπτει από τα μορφολογικά στοιχεία της πλήρους μορφής λέγεται ανεξάρτητη συντομομορφή (λ.χ., *ISO* για *International Organization for Standardization*) και υπακούει στους κανόνες σχηματισμού οποιουδήποτε όρου. Σύμφωνα με την ΕΛΟΤ 402, διακρίνονται οι ακόλουθοι τύποι συντομομορφής:

Γ.1. Συντομογραφία

Η *συντομογραφία* είναι γραπτή συντομομορφή που προκύπτει με παράλειψη λέξεων και/ή τμημάτων λέξεων της πλήρους μορφής, αλλά προφέρεται όπως ακριβώς η πλήρης μορφή. Τέτοια παραδείγματα είναι

για τα Ελληνικά

πλήρης μορφή *αριθμός* - συντομογραφία *αρ.* ή *αριθ.*,
πλήρης μορφή *Διεύθυνση* - συντομογραφία *Δ/νση*

και για τα Γερμανικά

πλήρης μορφή *Nummer (die)*, συντομογραφία *Nr.*
πλήρης μορφή *Klasse (die)*, συντομογραφία *Kl.*

Γ.1.1. Συνοπτική μορφή

Η συνοπτική μορφή είναι συντομομορφή ενός πολυλεκτικού όρου ή ονόματος, που περιλαμβάνει λιγότερες λέξεις από την πλήρη μορφή, για την απόδοση της ίδιας έννοιας σε συντετμημένη μορφή: συντομομορφή ενός μονολεκτικού όρου ή ονόματος που σχηματίζεται με παράλειψη του πρώτου, του μεσαίου, ή του τελευταίου τμήματος του όρου ή ονόματος. Το αποτέλεσμα είναι ένας συντετμημένος όρος ή ένα συντετμημένο όνομα. Για παράδειγμα:

προκάτ (= *προκατασκευασμένος*)

Γ.2. Το αρκτικόλεξο

Το *αρκτικόλεξο* είναι συντομομορφή που σχηματίζεται από τα αρχικά γράμματα καθενός από τα στοιχεία της πλήρους μορφής ενός σύμπλοκου όρου ή ονόματος, και προφέρεται με διαδοχική απαγγελία των ονομάτων των γραμμάτων της. Λόγου χάρη,

για τα Ελληνικά

ΙΧ (ιδιωτικής χρήσης), *ΦΠΑ* (φόρος προστιθέμενης αξίας)

και για τα Γερμανικά

RWE (*Rheinisch-Westfälisches Elektrizitätswerk*), *AOK* (*Allgemeine Ortskrankenkasse*)

Γ.3. Το ακρώνυμο

Πρόκειται για συντομομορφή που σχηματίζεται από τα αρχικά γράμματα ή συλλαβές όλων ή μερικών από τα στοιχεία της πλήρους μορφής ενός σύμπλοκου όρου ή ονόματος, και προφέρεται πάντοτε συλλαβικά σαν κανονική λέξη.

πλήρης μορφή *Κέντρο Τεχνικού Ελέγχου Οχημάτων* - ακρώνυμο *KTEO*,
πλήρης μορφή *Ιδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων* - ακρώνυμο *ΙΚΑ*

πλήρης μορφή *Technischer Überwachungsverein*, ακρώνυμο *TÜV*
πλήρης μορφή *LOFO*, ακρώνυμο *Lowest in, first out*

Προτού προχωρήσουμε στην επόμενη κατηγορία σχηματισμού όρων, θα αναφερθούμε στα *Μορφολογικά αμαλγάματα*, τα οποία παραθέτει ο Κελάνδριος (2007: 97-104), πέραν των μορφών που εκθέσαμε εδώ. Πρόκειται για μορφές όπως το *smoke + fog = smog*, *Channel + tunnel = Chunnel* κ.λπ.. Η Kemmer (2004: 70) θεωρεί πως η μορφή αυτή σχηματισμού ορολογίας έχει υποδεέστερη σημασία για τη γερμανική:

This situation is in sharp contrast to many, if not most other languages, where lexical blending of the English type is rare to non-existent. One might think that blending would be common in languages closely related to English, but in other Germanic languages compounding appears to be the dominant word-formation process for neologisms at least, and lexical blends are rare. I am aware of no other language in which blending plays anywhere near the role that it does in English.

2.4.2 Δημιουργία όρων από υπάρχουσες μορφές

Στη δημιουργία νέων όρων από υπάρχουσες μορφές χρησιμοποιούνται οι διεργασίες:

- μετατροπή,
- οροποίηση,
- διαθεματικός δανεισμός και
- σημασιολογική μεταφορά.

Επισημαίνεται πως η χρησιμοποίηση υπάρχουσών μορφών ως έχουν μπορεί να οδηγήσει σε ομωνυμία (όπως, π.χ., στην οροποίηση και στον διαθεματικό δανεισμό), με αποτέλεσμα σύγχυση ή αμφισημία. Η χρήση τους, όμως, σε νέους συνδυασμούς (όπως, π.χ., με παραγωγή ή σύνθεση), είναι χρησιμότητα.

A. Η μετατροπή

Η μετατροπή είναι η μορφοσυντακτικά διαφοροποιημένη χρήση της ίδιας μορφής, π.χ. όταν ένα επίθετο χρησιμοποιείται ως ουσιαστικό. Για παράδειγμα,

στα Ελληνικά

κάθετος (επίθ.), *κάθετος* (ουσ.)

και στα Γερμανικά

zurückstellen (ρήμα), *das Rückstellen* (ουσ.)

B. Η οροποίηση

Η *οροποίηση* είναι διεργασία με την οποία μια λέξη ή φράση της κοινής γλώσσας μετατρέπεται σε όρο που δηλώνει έννοια σε ειδική γλώσσα. λ.χ., στα Ελληνικά η έννοια της κοινής γλώσσας *αποθήκευση* (τοποθέτηση πραγμάτων ή υλικών σε αποθήκη για φύλαξη) χρησιμοποιείται στην πληροφορική με την έννοια της εγγραφής ενεργού εγγράφου σε μαγνητικό ή άλλο μέσο – π.χ., σε σκληρό δίσκο. Αντίστοιχη περίπτωση στη γερμανική γλώσσα είναι το λέξιμα *Aktivität, die*, το οποίο στην οικονομία δηλώνει τις αποφάσεις των οικονομικών υποκειμένων. Αντίστοιχα ισχύουν στην περίπτωση του ουσιαστικού *Kurs, (der)*, το οποίο στην κοινή δηλώνει την έννοια *κατεύθυνση*, ενώ στα οικονομικά δηλώνει την ισοτιμία, την τιμή μετοχής κ.λπ..

Γ. Διαθεματικός δανεισμός

Ο *διαθεματικός δανεισμός* (γνωστός και ως εσωτερικός δανεισμός) αναφέρεται στις περιπτώσεις εκείνες όπου μια ειδική δήλωση σε ένα θεματικό πεδίο επαναχρησιμοποιείται σε άλλο θεματικό πεδίο, για να δηλώσει μια διαφορετική έννοια. Τα χαρακτηριστικά που αποτελούν το βάθος των δύο εννοιών στα δύο θεματικά πεδία είναι συχνά συγκρίσιμα και εμφανίζουν αναλογία. Από τον χώρο των φυσικών επιστημών έχουμε τα εξής παραδείγματα:

Για τα ελληνικά: Από τον χώρο της χημείας έχουμε τη λέξη *αντίδραση* (αλληλεπίδραση μεταξύ δύο ή περισσότερων χημικών στοιχείων ή ενώσεων, που έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία άλλης χημικής ένωσης), τον οποίο συναντάμε στη φυσιολογία με την έννοια της απόκρισης του οργανισμού σε λειτουργική ανωμαλία ή εξωτερικό ερέθισμα.

Ένα γερμανικό παράδειγμα συνιστά ο ιατρικός όρος *Kreislauf, (der)*, που εμφανίζεται στον οικονομικό λόγο με την έννοια μοντέλου που απεικονίζει τη λειτουργία μιας εθνικής οικονομίας.

Δ. Σημασιολογική μεταφορά στην ίδια ειδική γλώσσα

Η *σημασιολογική μεταφορά* είναι διεργασία μέσω της οποίας υπάρχων όρος σε μια ειδική γλώσσα χρησιμοποιείται για να δηλώσει άλλη έννοια με λογική επέκταση. Δύο τρόποι σημασιολογικής μεταφοράς είναι οι ακόλουθοι:

Δ.1. Η παρομοίωση

Η *παρομοίωση* είναι δήλωση μιας έννοιας αναλογικά προς άλλη πιο γνωστή ή πιο οικεία. Η παρομοίωση εκφράζεται με ποικίλους τρόπους (π.χ., με παραγωγικά ή συνθετικά μορφήματα, όπως *-ειδής, -μορφος, -σχημος*, ή με επιρρήματα ή επιρρηματικές λέξεις, π.χ. *τύπου, εν είδει, δίκην*). Παραδείγματα στην ελληνική γλώσσα είναι τα εξής:

Ηλεκτρονική: *δικτύωμα Π, διεπαφή τύπου αρτηρίας*

Και στα Γερμανικά από τον χώρο της οικονομίας: *avisierend*

Δ.2. Η συνεκδοχή

Πρόκειται για μια πολύ παραγωγική τεχνική αξιοποίησης υπαρχουσών μορφών, η οποία στη σύγχρονη γλωσσολογική θεωρία της σημασιολογίας ονομάζεται *συστηματική πολυσημία*. Κατά τη *συνεκδοχή*, το όλον δηλώνεται με το μέρος και αντίστροφα, το υλικό με το πράγμα και αντίστροφα, το κτίριο με τους ανθρώπους που βρίσκονται σε αυτό κ.ά.. Τέτοια περίπτωση έχουμε στα Ελληνικά στην ακόλουθη περίπτωση:

συγκεκριμένο: *χρηματιστήριο* (χώρος)

αφηρημένο: *χρηματιστήριο* (ο θεσμός όπως εμφανίζεται στην πρόταση το *χρηματιστήριο έπεσε*)

και στα Γερμανικά με τον αντίστοιχο όρο *Börse* (*die*).

2.4.3 Ο διαγλωσσικός δανεισμός

Ο *διαγλωσσικός δανεισμός*, σύμφωνα και με την αρχή της γλωσσικής εντοπιότητας, καλό είναι να αποφεύγεται. Υπάρχουν, όμως, και περιπτώσεις, όπως στους όρους που είναι ή περιέχουν ξενόγλωσσο κύριο όνομα (π.χ., οι μονάδες μέτρησης), όπου ο διαγλωσσικός δανεισμός είναι μονόδρομος. Ο διαγλωσσικός δανεισμός είναι είτε άμεσος δανεισμός είτε μεταφραστικός δανεισμός.

A. Ο άμεσος δανεισμός

Ο *άμεσος δανεισμός* είναι η πλήρης υιοθέτηση όρων από άλλες γλώσσες κατά τη διαδικασία του δευτερογενούς σχηματισμού όρων. Τα άμεσα δάνεια, κατά κανόνα, μεταγράφονται με ελληνικούς χαρακτήρες στην κοντινότερη απόδοση της προφοράς του ξενόγλωσσου όρου –με τον απλούστερο δυνατό τρόπο– και εντάσσονται στο φωνολογικό σύστημα της ελληνικής (δηλαδή, δεν προφέρονται με φθόγγους που δεν έχει η ελληνική γλώσσα). Από αυτά τα άμεσα δάνεια άλλα είναι αφομοιωμένα και στο κλιτικό σύστημα της ελληνικής (κλιτά) και άλλα όχι (άκλιτα). Συχνή εξαίρεση ως προς τη φωνολογική αφομοίωση αποτελεί η προφορά των δίψηφων συμφώνων μπ, ντ, γκ στο εσωτερικό των λέξεων, όταν τα δίψηφα αυτά αποδίδουν τα ξενόγλωσσα b, d, g, όπου προφέρονται χωρίς ρινικοποίηση του πρώτου μέλους των διψηφών, ή όταν τα δίψηφα μπ, ντ αποδίδουν τα συμπλέγματα mp, nt, όπου προφέρονται χωρίς ηχηροποίηση του δεύτερου μέλους τους (δηλαδή, χωρίς τις μετατροπές pb, td). Τέτοια παραδείγματα είναι οι ακόλουθοι όροι:

μοντέλο (από το ιταλ. *modello*), κλιτό, φωνολογικά αναφομοίωτο, προφ. [modέλο]

τέμπο (από το ιταλ. *tempo*), άκλιτο, φωνολογικά αναφομοίωτο, προφ. [τέmpo]

αμπέρ (<*ampere* μονάδα μέτρησης από το κύριο όνομα *Ampère*), άκλιτο, φωνολογικά αναφομοίωτο, προφ. [αμπέρ].

B. Ο μεταφραστικός δανεισμός

Κατά τον *μεταφραστικό δανεισμό*, τα μορφολογικά στοιχεία (μορφήματα ή ολόκληρες λέξεις) ενός όρου της γλώσσας-πηγής μεταφράζονται στοιχείο προς στοιχείο, για να σχηματίσουν έναν νέο όρο στη γλώσσα-στόχο. Τέτοιο παράδειγμα είναι το λέξημα *κοσμοθεωρία*, που προήλθε από το γερμανικό ουσιαστικό *Weltanschauung* (*die*).

2.5 Τα λεξιλογικά χαρακτηριστικά των οικονομικών κειμένων

Στο κεφάλαιο αυτό, που είναι αφιερωμένο στην ειδική επικοινωνία, εξετάσαμε την ειδική γλώσσα ως δομικό στοιχείο της επικοινωνίας σε έναν επιστημονικό/επαγγελματικό χώρο. Όσον αφορά την οικονομία, καταλήξαμε στο συμπέρασμα πως είναι αδύνατο να υπάρχει ενιαία επικοινωνία. Ο οικονομικός λόγος⁷⁰ δεν μπορεί να γίνει αντιληπτός ως ενιαίος, διότι ο ίδιος ο χώρος της οικονομίας δεν μπορεί να θεωρηθεί ενιαίος.

⁷⁰ Σχετικά με την έννοια του λόγου, βλ. Κεφάλαιο 4.

Διαπιστώσαμε στα προηγούμενα κεφάλαια πως η σύνθεση του λόγου μπορεί να διαφέρει από πεδίο σε πεδίο. Άλλου είδους λόγος αναπτύσσεται στην επιχειρησιακή επικοινωνία, άλλο είδος στην οικονομική δημοσιογραφία, άλλου είδους λόγος στον χώρο του χρηματιστηρίου κ.λπ.. Εξετάσαμε στην προηγούμενη ενότητα και με ποιους –γενικότερους– μηχανισμούς σχηματίζονται οι όροι.

Στη συνέχεια, θα επιδιώξουμε, ωστόσο, να καταλήξουμε σε μια πιο εστιασμένη περιγραφή των γλωσσικών –και, κυρίως, των λεξιλογικών– χαρακτηριστών της γερμανικής και της ελληνικής γλώσσας της οικονομίας. Παρόλο που δεν πιστεύουμε στις τυποποιημένες λύσεις μετάφρασης σε έναν χώρο τόσο δυναμικό όσο τα Οικονομικά, δεν θα αντισταθούμε στον πειρασμό να προτείνουμε κάποιες τακτικές μετάφρασης που φαίνεται να επικρατούν. Ωστόσο, επισημαίνουμε πως δεν μπορούμε να υποστηρίξουμε καθολική και γενικότερη εφαρμογή των στρατηγικών μετάφρασης που προτείνουμε, και πως σε πολλές περιπτώσεις υπάρχουν περισσότερες δυνατές αποδόσεις – ανάλογα με τον σκοπό του μεταφράσματος και τη σκοπιμότητα της επικοινωνίας.

2.5.1 Ουσιαστικά και ουσιαστικοποίηση

Βασικό χαρακτηριστικό του γερμανικού οικονομικού –και γενικότερα του επιστημονικού– λόγου είναι το ουσιαστικό. Προς επίρρωση, παραθέτουμε απόσπασμα από τον εμπορικό κώδικα της ΟΔΓ.

Handelsgesetzbuch

§ 8a Eintragungen in das Handelsregister; Verordnungsermächtigung

(1) Eine Eintragung in das Handelsregister wird wirksam, sobald sie in den für die Handelsregistereintragungen bestimmten Datenspeicher aufgenommen ist und auf Dauer inhaltlich unverändert in lesbarer Form wiedergegeben werden kann.

(2) Die Landesregierungen werden ermächtigt, durch Rechtsverordnung nähere Bestimmungen über die elektronische Führung des Handelsregisters, die elektronische Anmeldung, die elektronische Einreichung von Dokumenten sowie deren Aufbewahrung zu treffen, soweit nicht durch das Bundesministerium der Justiz nach § 387 Abs. 2 des Gesetzes über das Verfahren in Familiensachen und in den Angelegenheiten der freiwilligen Gerichtsbarkeit entsprechende Vorschriften erlassen werden. Dabei können sie auch Einzelheiten der Datenübermittlung regeln sowie die Form zu übermittelnder elektronischer Dokumente festlegen, um die Eignung für die Bearbeitung durch das Gericht sicherzustellen. Die Landesregierungen können die Ermächtigung durch Rechtsverordnung auf die Landesjustizverwaltungen übertragen.

Παρατηρούμε την παρουσία μεγάλου αριθμού ουσιαστικών και, κυρίως, σύνθετων ουσιαστικών [*Verordnungsermächtigung (die)*, *Handelsgesetzbuch (das)*, *Handelsregistereintragung (die)*, *Datenübermittlung (die)*]. Στο συγκεκριμένο παράδειγμα, υπάρχουν 38 ουσιαστικά στο σύνολο 133 λέξεων. Η γερμανική γλώσσα έχει μια ροπή προς την ουσιαστικοποίηση ρημάτων. Αυτό συμβάλλει στην ακρίβεια και την οικονομία του λόγου. Τέτοιες περιπτώσεις είναι *Einreichung (die)*, *Datenübermittlung (die)*, *Führung (die)* κ.λπ.. Όπως θα φανεί και αργότερα, κατά την εξέταση ενός εταιρικού προφίλ που μεταφράστηκε στα ελληνικά, τα σύνθετα λεξήματα αποδίδονται συνήθως με ανάλυση. Έτσι, λ.χ., οι όροι *Datenübermittlung (die)* και *Produktqualität (die)* μπορεί να αποδοθούν στα ελληνικά ως «μεταβίβαση/μετάδοση δεδομένων» και «ποιότητα προϊόντος», αντίστοιχα.

Μια ενδιαφέρουσα περίπτωση σύνθετων ουσιαστικών είναι τα μορφολογικά αμαλγάματα. Τα μορφολογικά αμαλγάματα αποτελούνται από τα συστατικά δύο λέξεων, κάποιο εκ των οποίων χάνει κάποιο μέρος του, προκειμένου να ενωθεί με τη δεύτερη λέξη. Επειδή παραπέμπουν έντονα σε σύνθετο ουσιαστικό, τα εξετάζουμε στην αντίστοιχη ενότητα. Τέτοια λέξη είναι *Ökonometrie (die)*. Ενδιαφέρον παράδειγμα που μπορεί να αποτελέσει πρόκληση για τον μεταφραστή αποτελεί το αμάλγαμα ουσιαστικών *Gesamtkonzeption Fenster-System (die)*. Σε μετάφρασμα που αναλύεται από εμάς σε άλλη ενότητα, ο μεταφραστής αποφάσισε να το αποδώσει ως *ολοκληρωμένο πρόγραμμα διαχείρισης της παραγωγής παραθύρων*. Αντίστοιχη πρόκληση μπορεί να αποδειχθεί η μετάφραση του αμαλγάματος *Dax-Aufwärtstrend (der)*. Και οι δύο δυνατές λύσεις που βλέπουμε συνιστούν ανάλυση και περιφραστική απόδοση είτε ως *ανοδική τάση του Dax*, είτε ως *ανοδική τάση του δείκτη τιμών του γερμανικού χρηματιστηρίου*.

Κατά τον Desinger (1999), εμφανίζονται στη γερμανική οικονομική γλώσσα, πολύ συχνά, σύνθετα ουσιαστικά που αποτελούνται κατά το ένα, βασικό, μέρος τους από ουσιαστικό. Τα παραδείγματα που παραθέτουμε φαίνεται να το επιβεβαιώνουν. Διαπιστώνουμε, όμως, και την ύπαρξη σύνθετων ουσιαστικών που αποτελούνται από επίθετο και ουσιαστικό, όπως το *Hochkonjunktur (die)*, *Höchstwert (der)*, *Bestleistung (die)* κ.λπ.. Παρατηρούμε πως το επίθετο που συμμετέχει στο αμάλγαμα μπορεί να εμφανιστεί τόσο σε ουδέτερο όσο και σε υπερθετικό βαθμό.

Υπάρχουν, όμως, και σύνθετοι γερμανικοί όροι που μπορούν να αποδοθούν με αντίστοιχο σύνθετο ελληνικό όρο. Τέτοια περίπτωση είναι οι όροι *Franchisegeber* και *Franchisenehmer*, των οποίων η έννοια δηλώνεται σε αντίστοιχα ελληνικά κείμενα με τους επίσης σύνθετους όρους *δικαιοπάροχος* και *δικαιοδότης*.

2.5.2 Διεθνισμοί και νεολογισμοί

Θα ξεκινήσουμε την ενότητα αυτή με τα ακόλουθα λόγια του Munske (στο Kraif, 2010: 33):

Fremdwörter, die ‚Gastarbeiter‘ der Sprache, zeigen deutlich, dass unsere Kultur nicht bloß eine nationale ist, sondern auch viele internationale Züge trägt.

Ο Munske γράφει ότι οι ξένες λέξεις είναι μάρτυρες πως η κοινωνία μας δεν είναι εθνική, αλλά δέχεται και διεθνείς επιρροές. Στην ενότητα όπου εκθέσαμε τους μηχανισμούς με τους οποίους δημιουργούνται οι όροι, αναφερθήκαμε στα μεταφραστικά δάνεια ως έναν βασικό τέτοιο μηχανισμό. Θα χρησιμοποιούμε τον όρο *διεθνισμό* και θα τον μεταχειριζόμαστε ως συνώνυμο του όρου *διαγλωσσικό δάνειο*.

Οι *διεθνισμοί* είναι η πρώτη κατηγορία δημιουργίας ορολογίας που αναφέρει ο Κελάνδριος (2007: 82). Γράφει πως οι διεθνισμοί είναι χαρακτηριστικό στοιχείο της οικονομικής γλώσσας, όπως, άλλωστε, κάθε ειδικής γλώσσας. Για τη μορφή αυτή των λεξιλογικών ανταλλαγών μεταξύ πολλών γλωσσών ευθύνονται κυρίως παράγοντες που σχετίζονται με εξελίξεις στον τομέα της τεχνολογίας, της επιστήμης και της εκπαίδευσης. Σε αυτούς τους παράγοντες η Kania (2010: 9) προσθέτει την κυκλοφορία προσώπων και εμπορευμάτων μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των διεθνών πρακτορείων ειδήσεων, τη γλωσσική συγγένεια, τον δανεισμό λέξεων από μη ευρωπαϊκές χώρες, τα αμοιβαία δάνεια και τις συμβάσεις επικοινωνίας σε διεθνή fora, όπως οι εκκλησίες και διάφορες οργανώσεις.

Αξίζει να επισημάνουμε τα εξής:⁷¹ Ενδιαφέρον είναι και το λήμμα *Internationalismus (der)* από την 11η έκδοση του λεξικού *Rechtschreibduden* (1934):

Sucht nach überstaatlicher Organisation bzw. Gemeinschaft
(Μανία για υπερκρατική οργάνωση ή κοινότητα)

Στη 12η έκδοση (1941), η λέξη *Sucht* αντικαθίσταται από το *Streben* (επιδίωξη). Στη δε 19η έκδοση του ορθογραφικού λεξικού, απαλείφεται ή έννοια *Organisation*.

Η Kania (2010: 18) παρατηρεί πως ο όρος *διεθνισμός* δηλώνει έννοια επάλληλη για όλες τις μορφές έκφρασης που προσδιορίζονται με γλωσσικά σημεία σε διάφορα επίπεδα διεθνών γλωσσικών συστημάτων, όπως διεθνή μορφήματα, διεθνή λεξήματα, διεθνείς συνάνσεις, διεθνείς ιδιωτισμούς, διεθνείς φράσεις, όπως το *veni, vidi, vici*, και διεθνή κείμενα (επιγραφές, σλόγκαν κ.λπ.). Συνήθως, αυτό που αντιμετωπίζει ο μεταφραστής στα οικονομικά κείμενα είναι λεξήματα. Πρόκειται κυρίως για λεξήματα που υιοθετούνται γραφημικά, σημασιολογικά και φωνητικά. Πολύ διαδεδομένοι είναι οι διεθνισμοί που δηλώνουν εμπορικά σήματα, όπως *McFit*, *Apple*, *Sky*. Αντίστοιχα, οι μη αγγλικοί διεθνισμοί που ακούγονται και διαβάζονται είναι επωνυμίες, όπως *Mercedes Benz*, *Siemens*, *BMW*, *Häagen Dasz*, *Lacoste*, *Lancia*. Έντοντοι είναι οι διεθνισμοί στον τραπεζικό τομέα. Έτσι, οι όροι αυτοί δεν περιορίστηκαν μόνο στις ειδικές γλώσσες, αλλά διεισδυσαν και μέσω της αυξημένης χρήσης εξειδικευμένων οικονομικών εργαλείων στην καθομιλουμένη. Οι όροι *webbanking* ή *online banking*, τα *spreads*, που ήταν στο στόμα όλων κατά τη διάρκεια της κρίσης χρέους, και εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται, βρήκαν το δρόμο τους προς την κοινή. Το ίδιο ισχύει και για τους όρους του τύπου *leasing* και *franchise*, που μπορεί να έχουν αποκτήσει ελληνικό ισοδύναμο (*χρηματοδοτική μίσθωση* και *δικαιόχρηση*, αντίστοιχα), αλλά οι αγγλικής προέλευσης όροι χρησιμοποιούνται στην κοινή και

⁷¹ Βλ. Kania, 2010: 9-10.

ειδική επικοινωνία. Καθημερινά συναντάμε και διεθνείς συντομογραφίες που έχουν επικρατήσει και στα ελληνικά, όπως το *ATM*, *EUROGROUP*, *G8* κ.ά..

Κατά τον Desinger (1999), εμφανίζονται στη γερμανική οικονομική γλώσσα, πολύ συχνά, σύνθετα επίθετα που συναποτελούνται από επίθετα, όπως *technisch*, *spezifisch* και *individuell* και σχηματίζουν σύνθετα επίθετα-όρους. Η Horst (1998: 145) επιβεβαιώνει πως υπάρχει πληθώρα τέτοιων σύνθετων επιθέτων, όπως *verfahrenstechnisch*, *informationstechnisch*, *fachspezifisch*, *kundenspezifisch*, *kundenindividuell* κ.λπ.. Κατά την ίδια, ακολουθούν συνθέσεις που αποτελούνται από ουσιαστικό και παθητική μετοχή ή μετοχή ενεστώτα σε μικρότερο βαθμό. Τέτοια επίθετα είναι *prüfungsberechtigt*, *problemorientiert*, *zukunftsorientiert*, *flächendeckend*, *richtungsweisend* (Horst, 1998: 151). Η Horst επισημαίνει στην ίδια εργασία (1998), στην οποία περιγράφει ένα σώμα δεδομένων κειμένων, πως τα επίθετα και επιρρήματα που εμφανίζονται στα οικονομικά κείμενα προέκυψαν κυρίως από παραγωγή. Τα παράγωγα επίθετα και επιρρήματα σχηματίζονται κυρίως με επίθεμα (73%) και πρόθεμα (7%), ενώ σύνθετα είναι το 20%, κατά τις μετρήσεις της. Τα επίθετα που εμφανίζονται στα οικονομικά κείμενα έχουν κυρίως τις καταλήξεις *-lich*, όπως τα επίθετα *rechtlich*, *gesetzlich* και *wirtschaftlich*, που έχουν βάση ουσιαστικά, και τα *befindlich*, *erforderlich* και *vordringlich*, που έχουν ρηματική βάση (Horst, 1998: 98). Επίσης, υπάρχουν επίθετα σε *-ig*, που αναφέρονται συνήθως σε ποσοτικά ή χρονικά δεδομένα: λ.χ., *hochprozentig*, *mehrfährig*. Αρκετά παραγωγικό θεωρείται το στερητικό/αρνητικό πρόθεμα *-un* (λ.χ., *unabhängig*, *unverbindlich*, *unverzöglich*).

Ωστόσο, οφείλουμε να αναρωτηθούμε εάν το σώμα κειμένων που εξέτασε η Horst (1998) είναι (μετά την πάροδο σχεδόν είκοσι ετών) ακόμα αντιπροσωπευτικό. Βεβαίως, έχουν ενδιαφέρον τα νούμερα που παραθέτει και σύμφωνα με τα οποία το επίθεμα *-lich* συναντάται στο 30% και το *-ig* στο 18% των επιθεμάτων. Αντίστοιχα, τα επίθετα που προκύπτουν από ουσιαστικό με κατάληξη *-lich* ανέρχονται σε 70%, σε αντίθεση με τα επίθετα που παρήχθησαν από ρήμα και αποτελούν το 30% των επιθέτων με επίθεμα στο δείγμα της.

2.5.3 Συντομογραφημένες λέξεις

Αναλυτικότερα:

A. Οι συντομογραφίες

Οι συντομογραφίες αποτελούν μορφές που αποτελούνται από τα αρχικά γράμματα κάθε συντάγματος και κάθε γράμμα προφέρεται ξεχωριστά (Κελάνδριας, 2007: 98). Τέτοιες συντομογραφίες είναι, λ.χ., *GmbH* (*Gesellschaft mit beschränkter Haftung*), *AG* (*Aktiengesellschaft*), *BGB* (*Bürgerliches Gesetzbuch*), *HGB* (*Handelsgesetzbuch*).

B. Τα αρκτικόλεξα

Τα αρκτικόλεξα διαφέρουν από τις συντομογραφίες στη φωνολογική αντιμετώπιση.⁷² Τα αρκτικόλεξα μπορούν να διαβαστούν ως ολοκληρωμένη λέξη, σε αντίθεση με τις συντομογραφίες, που διαβάζονται προφέροντας κάθε συστατικό γράμμα τους. Αρκτικόλεξα της γερμανικής γλώσσας είναι, λ.χ., *TÜV* (*Technischer Überwachungsdienst*) και *EZB* (*Europäische Zentralbank*). Τα ακρωνύμια διαφοροποιούνται από τα αρκτικόλεξα, επειδή τα πρώτα συντίθενται από συνδυασμό αρχικών γραμμάτων και τμήματος των λέξεων, όπως το *Dax* (*Deutscher Aktienindex*) και *FOREX* (*Foreign Exchange*).

⁷² Βλ. σχετικά Κελάνδρια (2007: 99-100).

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Βαλεοντής, Κ. & Κριμπάς, Π. (2014). *Νομική Ελώσσα, Νομική Ορολογία*, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Ελληνική Εταιρεία Ορολογίας (2010). *Ορόγραμμα*, αρ.103, Ιούλιος–Αύγουστος 2010, http://www.eleto.gr/download/Orogramma/Or103_V04.pdf (προσπέλαση 03.02.2015).
- Κελάνδριας, Π. (2007). *Η μετάφραση των οικονομικών κειμένων. Μία λειτουργική προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος.
- Κελάνδριας, Π. (2009). Η ορολογική ασάφεια των οικονομικών κειμένων ως μεταφραστικό πρόβλημα, Εισήγηση στο συνέδριο *Ελληνική Γλώσσα και Ορολογία*, Αθήνα, 22-24 Οκτωβρίου 2009.
- Κουτσουλέλου-Μίχου, Σ. (1997). *Η γλώσσα της διαφήμισης. Κειμενογλωσσολογική προσέγγιση του διαφημιστικού κειμένου*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
- Μότσιου, Β. (1994.). *Στοιχεία λεξικολογίας*, Αθήνα: Νεφέλη/Γλωσσολογία.

Ξενόγλωσση

- Arntz, R. & Picht, H. (1992). *Einführung in die Terminologearbeit*. Hildesheim: Georg Olms Verlag.
- Bausch, K.-H. (1976). Fach- und Gemeinsprache als kommunikationssoziologisches Problem. Στο Bausch, K.-H./Schewe, W. H. U. & Spiegel, H-R. (επιμ.). *Fachsprachen. Terminologie, Struktur, Normung*. Berlin-Köln: Beuth-Verlag, 124-135.
- Bausch, K.-H. , Schewe, W. H. U. & Spiegel, H-R. (επιμ.) (1976). *Fachsprachen. Terminologie, Struktur, Normung*, Berlin-Köln: Beuth-Verlag.
- Beier, R. (1979). Zur Syntax in Fachtexten. Στο Mentrup, W. (επιμ.). *Fachsprachen und Gemeinsprache*, Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann, 276-301.
- Bolten, J. (1991). Fremdsprache Wirtschaftsdeutsch: Bestandsaufnahme und Perspektiven. Στο Müller, B. – D. (επιμ.): *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*, München: Iudicium, 71-89.
- Bolten, J. (1992). Fachsprache oder Sprachbereich? Empirisch-pragmatische Grundlagen zur Beschreibung der deutschen Wirtschafts-, Medizin- und Rechtssprache. Στο Bungarten, Theo (επιμ.). *Beiträge zur Fachsprachenforschung: Sprache in Wissenschaft und Technik, Wirtschaft und Rechtswesen*, Tostedt, 57-72.
- Buhlmann, R. & Fearn A. (2000). *Handbuch des Fachsprachenunterrichts*. Berlin und München: Langenscheidt.
- Bungarten, Th. (1981). *Wissenschaftssprache*, München: Wilhelm Fink Verlag.
- Darbelnet, J. (1982). Niveaux et réalisations de discours juridique. Στο Gémar, J.-Cl.. (επιμ.). *Langage du droit et traduction, Essais de jurilinguistique*, Québec, Linguatex, 51-60.
- Desinger, B., Frischkopf, H. W., Scheck, U. & Seliger, H. (επιμ.) (1999). *Basiswissen Wirtschaftsdeutsch. Stoffgebiete und Fachwortschatz*. München: Iudicium.
- DIN 2330 (1990). Begriffe und Benennungen: Allgemeine Grundsätze. Berlin und Köln: Beuth.
- DIN 2342 (Teil 1) (1986). Begriffe der Terminologielehre: Grundbegriffe. Berlin und Köln: Beuth.

- Drozd, L. / Seibicke, W. (1973). *Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache*. Wiesbaden: Oscar Brandstetter.
- Engberg, J. (2010). Knowledge construction and legal discourse: The interdependence of perspective and visibility of characteristics, *Journal of Pragmatics*, τ.42, 48-63.
- Fluck, H.-R. (1985). *Fachsprachen*. München: UTB.
- Gémar, J.-Cl. (1982). *Langage du droit et traduction, Essais de jurilinguistique*. Québec: Linguattech
- Gläser, R. (1978). Die funktionalstilistische Komponente in der fachsprachlichen Forschung und Lehre. Στο *Wissenschaftliche Zeitschrift der Humboldt-Universität zu Berlin. Gesellschafts- und sprachwissenschaftliche Reihe*, 27/ 4, 463 – 465.
- Grabowski, M. (1992). *Fachsprache und Funktionalstil. Ihr Zusammenwirken, demonstriert am Beispiel russischer Fachtexte des Außenhandels* (= Beiträge zur Slavistik; Bd. 19). Frankfurt/ Main: Peter Lang Verlag.
- Halliday, M. & Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. London: Longman.
- Henne, H. (1979). Fachidiome: Über die eigene Zeit, studiert an der Sprache. Στο W. Mentrup (επιμ.), *Fachsprachen und Gemeinsprache*. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann, 302-316.
- Hoffmann, L. (1985). *Kommunikationsmittel Fachsprache: eine Einführung*. Β' έκδοση. Forum für Fachsprachen-Forschung. Bd. 1., UTB:Tübingen.
- Hoffmann, L. (1993). Fachwissen und Fachkommunikation. Zur Dialektik von Systematik und Linearität in den Fachsprachen. Στο T. Bungarten, (επιμ.), *Fachsprachentheorie*, τόμος 2, Attikon: Tostedt, 595-617.
- Horst, S. (1998). *Wortbildung in der deutschen Wirtschaftskommunikation. Linguistische Modelle und fremdsprachendidaktische Perspektiven*. Waldsteinberg: Heidrun Popp.
- Kania, A. (2010). *Internationalismen unter dem Verwendungsaspekt. Pragmatisch-semantische Analyse anhand empirischer Daten von polnischen Studierenden der Germanistik*. Dissertation, Wien: Universität Wien.
- Kalverkämper, H. (1998). Fachsprache und Fachsprachenforschung. Στο Lothar et al. Hoffmann, (επιμ.), *Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*, Berlin: De Gruyter, 48-57.
- Kalverkämper, H. (1993). Das fachliche Bild. Zeichenprozesse in der Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse. Στο H. Schröder (επιμ.) *Fachtextpragmatik*. Tübingen: Narr, 215- 238.
- Kalverkämper, H. & Baumann, K.-D. (επιμ.). 1996: *Fachliche Textsorten: Komponente - Relationen - Strategien*. Tübingen: Narr.
- Kemmer, S. (2004). Schemas and lexical blends. Στο H. Cuyckens, Th. Berg, R. Dirven and K.-U. Panther (επιμ.). *Motivation in language: Studies in honour of Günter Radden*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 69-99.
- Littmann, G. (1983). Fachsprachliche Syntax. Στο *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 12*, München: Hueber, 98-109.
- Littmann, G. (1980). *Fachsprachliche Syntax*. Hamburg: Helmut Buske Verlag,
- Mentrup, W. (1979). *Fachsprachen und Gemeinsprache*. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann.
- Möhn, D. & Pelka, R. (1984). *Fachsprachen*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Reinhardt, W., Köhler, C. & Neubert, G. (1992). *Deutsche Fachsprache der Technik*. Hildesheim: OLMS.
- Roelcke, Th. (2002). Efficiency of communication. A new concept of language economy. *Glottometrics 4, To honor G. K. Zipf*, τ.2, 27-38.
- Roelcke, Th. (2010). *Fachsprachen*. Γ' έκδοση. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

- Schubert, K. (2007). *Wissen, Sprache, Medium, Arbeit. Ein integratives Modell der ein- und mehrsprachigen Fachkommunikation*. Tübingen: Narr (Forum für Fachsprachenforschung 76).
- Schubert, K. (2009). Kommunikationsoptimierung. Vorüberlegungen zu einem fachkommunikativen Forschungsfeld. *trans-kom. Zeitschrift für Translationswissenschaft und Fachkommunikation*, 2(1), 109-150 http://www.trans-kom.eu/bd02nr01/transkom_02_01_06_Kommunikationsoptimierung.20090721.pdf ((προσπέλαση 19.02.2015)).
- Schröder, H. (1993). Interkulturelle Fachkommunikationsforschung. Aspekte kulturkontrastiver Untersuchungen schriftlicher Wirtschaftskommunikation. Στο Th. Bungarten, (επιμ.), *Fachsprachentheorie: FST*. Bd. 1. Tostedt, 517-550.
- Stolze, R. (1992). Rechts- und Sprachvergleich beim Übersetzen juristischer Texte. Στο K.-D. Baumann/Kalverkämper, H. (επιμ.). *Kontrastive Fachsprachenforschung*. Narr: Tübingen, 223-230.
- Wagner, H. (1984). *Die deutsche Verwaltungssprache der Gegenwart*. Düsseldorf: Schwann.
- Weinrich, H. (1993). *Textgrammatik der deutschen Sprache*. Mannheim: Duden.
- Wüster, E. (1991). *Einführung in die allgemeine Terminologielehre und terminologische Lexikographie*. Bonn: Romanistischer Verlag.

Ασκήσεις κεφαλαίου 2

Άσκηση 1

Εντοπίστε τους όρους στο ακόλουθο απόσπασμα:

Το 2014 χαρακτηρίστηκε από μια μικρή αύξηση της απασχόλησης και μείωση του αριθμού των ανέργων για πρώτη φορά μετά το 2008. Στις θετικές εξελίξεις όσον αφορά την απασχόληση εκτιμάται ότι επέδρασαν η βαθμιαία αποκατάσταση θετικού ρυθμού ανάπτυξης, η βελτίωση του οικονομικού κλίματος, η υποχώρηση του κόστους εργασίας των επιχειρήσεων, στην εξέλιξη του οποίου συνέβαλαν και οι μεταρρυθμίσεις στην αγορά εργασίας, καθώς και η αναδιάρθρωση της απασχόλησης προς πιο ευέλικτες μορφές μετά την άρση των θεσμικών περιορισμών στην αγορά εργασίας. Ορισμένοι από τους ανωτέρω παράγοντες εκτιμάται ότι θα συνεχίσουν να συμβάλλουν στην αποκλιμάκωση της ανεργίας το 2015.

Πηγή: Έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος για το έτος 2014, <http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/ekthdkth2014.pdf>, σ.74.

Απάντηση/Λύση

Το 2014 χαρακτηρίστηκε από μια μικρή αύξηση της απασχόλησης και μείωση του αριθμού των ανέργων για πρώτη φορά μετά το 2008. Στις θετικές εξελίξεις όσον αφορά την απασχόληση εκτιμάται ότι επέδρασαν η βαθμιαία αποκατάσταση θετικού ρυθμού ανάπτυξης, η βελτίωση του οικονομικού κλίματος, η υποχώρηση του κόστους εργασίας των επιχειρήσεων, στην εξέλιξη του οποίου συνέβαλαν και οι μεταρρυθμίσεις στην αγορά εργασίας, καθώς και η αναδιάρθρωση της απασχόλησης προς πιο ευέλικτες μορφές μετά την άρση των θεσμικών περιορισμών στην αγορά εργασίας. Ορισμένοι από τους ανωτέρω παράγοντες εκτιμάται ότι θα συνεχίσουν να συμβάλλουν στην αποκλιμάκωση της ανεργίας το 2015.

Άσκηση 2

Εντοπίστε τους όρους στο ακόλουθο απόσπασμα:

Die Währungsunion wurde mit der Finanz- und Schuldenkrise auf eine schwere Belastungsprobe gestellt. Auf dem Höhepunkt der Krise verloren einige Mitgliedstaaten den Zugang zum Kapitalmarkt, und es wurde über das Aus- scheiden einzelner Länder und sogar über den Bestand der Währungsunion diskutiert. Wäh- rend die Situation in Griechenland erneut extrem angespannt ist, haben sich insgesamt die akuten Bedrohungen an den Finanzmärkten zurückgebildet, und auch gesamtwirtschaftlich ist eine Besserung in Sicht. Ungeachtet dessen ist die Lage der öffentlichen Haushalte in einigen Mitgliedstaaten nach wie vor problema- tisch. Knapp die Hälfte der Mitgliedstaaten weist immer noch übermäßige Defizite auf, und die Staatsverschuldung hat in einigen Ländern ein äußerst hohes Niveau erreicht. Gleichzeitig ist das Wirtschaftswachstum im Euro-Raum niedrig. Die Arbeitslosigkeit tendiert zwar seit Mitte 2013 nach unten, ist aber immer noch sehr hoch. Strukturereformen sind weiterhin ebenso notwendig wie eine Rückführung der teilweise noch sehr umfangreichen Verschuldung im privaten Sektor. Dabei wird die Verant- wortung für die akute Krisenbekämpfung in starkem Maße der Geldpolitik zugewiesen. Diese hat durch zahlreiche Sondermaßnahmen dazu beigetragen, die Krise und ihre Folgen ein- zudämmen, operiert aber teilweise zumindest im Grenzbereich ihres Mandats. So wurden unter anderem Programme aufgelegt, die auf den Kauf von Staatsanleihen speziell von Ländern mit hohen Risikoprämien abzielen. Der Sicherheitenrahmen für geldpolitische Refinanzierungsgeschäfte wurde stark erweitert, und durch Notfallmaßnahmen wurden umfangreiche Finanzmittel bereitgestellt.

Πηγή: Deutsche Bundesbank, Monatsbericht März 2015,
http://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Veroeffentlichungen/Monatsberichtsauftaezte/2015/2015_03_ordnungsrahmen_ewu.pdf?__blob=publicationFile

Απάντηση/Λύση

Die Währungsunion wurde mit der Finanz- und Schuldenkrise auf eine schwere Belastungsprobe gestellt. Auf dem Höhepunkt der Krise verloren einige Mitgliedstaaten den Zugang zum Kapitalmarkt, und es wurde über das Ausscheiden einzelner Länder und sogar über den Bestand der Währungsunion diskutiert. Während die Situation in Griechenland erneut extrem angespannt ist, haben sich insgesamt die akuten Bedrohungen an den Finanzmärkten zurückgebildet, und auch gesamtwirtschaftlich ist eine Besserung in Sicht. Ungeachtet dessen ist die Lage der öffentlichen Haushalte in einigen Mitgliedstaaten nach wie vor problematisch. Knapp die Hälfte der Mitgliedstaaten weist immer noch übermäßige Defizite auf, und die Staatsverschuldung hat in einigen Ländern ein äußerst hohes Niveau erreicht. Gleichzeitig ist das Wirtschaftswachstum im Euro-Raum niedrig. Die Arbeitslosigkeit tendiert zwar seit Mitte 2013 nach unten, ist aber immer noch sehr hoch. Strukturereformen sind weiterhin ebenso notwendig wie eine Rückführung der teilweise noch sehr umfangreichen Verschuldung im privaten Sektor. Dabei wird die Verantwortung für die akute Krisenbekämpfung in starkem Maße der Geldpolitik zugewiesen. Diese hat durch zahlreiche Sondermaßnahmen dazu beigetragen, die Krise und ihre Folgen einzudämmen, operiert aber teilweise zumindest im Grenzbereich ihres Mandats. So wurden unter anderem Programme aufgelegt, die auf den Kauf von Staatsanleihen speziell von Ländern mit hohen Risikoprämien abzielen. Der Sicherheitsrahmen für geldpolitische Refinanzierungsgeschäfte wurde stark erweitert, und durch Notfallmaßnahmen wurden umfangreiche Finanzmittel bereitgestellt.

Άσκηση 3

- A. Ποια η διαφορά των παρακάτω ορισμών της ειδικής επικοινωνίας;
- B. Συζητήστε ποια άποψη θεωρείτε ορθότερη!

Hoffmann (1993: 614):

Fachkommunikation ist die von außen oder von innen motivierte bzw. stimulierte, auf fachliche Ereignisse oder Ereignisabfolgen gerichtete Exteriorisierung und Interiorisierung von Kenntnissystemen und kognitiven Prozessen, die zur Veränderung der Kenntnissysteme beim einzelnen Fachmann und in ganzen Gemeinschaften von Fachleuten führen.

Schubert (2007: 210):

.... zielgerichtete, informative, mit optimierten Kommunikationsmitteln ausgeführte einsprachige und mehrsprachige mündliche und schriftliche Kommunikationshandlungen fachlichen Inhalts, die von Menschen in Ausübung ihrer beruflichen Aufgaben ausgeführt werden.

Απάντηση/Λύση

Ο πρώτος ορισμός περιορίζει την ειδική επικοινωνία μόνο μεταξύ ειδημόνων. Ο δεύτερος ορισμός εξετάζει την ειδική επικοινωνία ευρύτερα, επεκτείνοντας το πεδίο εφαρμογής της και στη σχέση ειδήμονα/μη ειδικού.

Άσκηση 4

Για τον Schubert (2009: 110), υπάρχει ο έλεγχος της επικοινωνίας (*Kommunikationsoptimierung*), που ορίζει ως εξής:

Kommunikationsoptimierung ist bewusstes Eingreifen in das kommunikative Handeln, das mit dem Ziel vorgenommen wird, die Kommunikation im Hinblick auf bestimmte Merkmale zu verbessern. Die Kommunikationsoptimierung kann durch Einwirken auf das kommunikative Handeln selbst oder durch Einwirken auf die Kommunikationsmittel und damit mittelbar auf das kommunikative Handeln erfolgen.

Ο έλεγχος της επικοινωνίας περιγράφεται ως συνειδητή επέμβαση στην ίδια την επικοινωνία, για να βελτιστοποιηθεί η επικοινωνία. Συζητήστε ποια η εφαρμογή της μεθόδου στην ειδική επικοινωνία.

Απάντηση/Λύση

Ο έλεγχος της επικοινωνίας με την έννοια αυτή βρίσκει εφαρμογή στην προσαρμογή κειμένου, προκειμένου να απευθυνθεί σε συγκεκριμένη ομάδα αποδεκτών. λ.χ., η προσαρμογή κειμένων της διοίκησης, ώστε να αυξηθεί η φιλικότητά τους για τον πολίτη ή για την επίτευξη γλωσσικής ομοιομορφίας.

Ενδεικτικά, παρατίθενται οι ακόλουθοι οδηγοί για τη διαμόρφωση φιλικών κειμένων της διοίκησης στην ΟΔΓ:

A. [Bayern] (2008) *Freundlich, korrekt und klar – Bürgernahe Sprache in der Verwaltung*. Neuaufl. München: Bayerisches Staatsministerium des Innern – <http://www.verwaltung.bayern.de/egov-portal/xview/Anlage/2104463/BuergernaheSpracheinderVerwaltung.pdf> (25.02.2015).

B. [Bochum] (o.J.) *Tipps zum einfachen Schreiben. Ein Leitfaden zur bürgernahen Verwaltungssprache*. [http://www.bochum.de/C12571A3001D56CE/vwContentByKey/N26R27EF053HGILDE/\\$FILE/einfachesschreiben.pdf](http://www.bochum.de/C12571A3001D56CE/vwContentByKey/N26R27EF053HGILDE/$FILE/einfachesschreiben.pdf) (30.01.2015).

Γ. Bundesverwaltungsamt (2002) *Bürgernahe Verwaltungssprache*. 4. Aufl. Köln: Bundesverwaltungsamt – Bundesstelle für Büroorganisation und Bürotechnik – http://www.bit.bund.de/nn_374978/SharedDocs/Publikationen/Verwaltungsmodernisierung/Buergernahe_Verwaltungssprache_BBB,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/Buergernahe_Verwaltungssprache_BBB.pdf (30.12.2014).

Δ. Bundesverwaltungsamt (o.J.) *BBB-Arbeitshandbuch Bürgernahe Verwaltungssprache*. – http://www.bva.bund.de/cln_046/nn_722556/SharedDocs/Publikationen/Verwaltungsmodernisierung/Buergernahe_Verwaltungssprache_BBB.html__nnn=true%20 (05.12.2014).

by (2005) *Broschüre zur bürgernahen Sprache in der Verwaltung neu aufgelegt. Deutsche Sprachwelt* – http://deutschesprachwelt.de/nachrichten/neues_detail.php?id=324 (05.12.2014).

Άσκηση 5

Διαβάστε το ακόλουθο κείμενο και επισημάνετε τα σημεία που σχετίζονται με τη γλώσσα. Συζητήστε τη σχέση ταυτότητας και γλώσσας!

EU-DOKUMENTE:

Bundestagsvize verlangt mehr deutsche Texte in Europa

Der CSU-Politiker Johannes Singhammer fordert von der Brüsseler Bürokratie, alle wichtigen Dokumente ins Deutsche zu übersetzen. Auch für ein Volksmusikarchiv kämpft er.

8. April 2014

Bundestagsvizepräsident [Johannes Singhammer](#) (CSU) verlangt von der EU, mehr Unterlagen in deutscher Sprache zu veröffentlichen. "Alle wichtigen Dokumente aus [Brüssel](#) sollten gleichzeitig auch auf Deutsch

veröffentlicht werden", sagte der CSU-Politiker der Nachrichtenagentur dpa. Vieles betreffe die Bürger direkt. "Aber oft können sie die Details überhaupt nicht ausreichend verstehen."

Die Menschen würden sich nur mit Europa identifizieren, wenn sie EU-Texte in ihrer Muttersprache lesen könnten. Ansonsten "dürfen wir uns nicht wundern, wenn wir bei der Europawahl den Denkkzettel einer geringen Wahlbeteiligung erhalten", sagte Singhammer. Aber auch der Bundestag benötige dringend mehr Texte in deutscher Sprache aus Brüssel. "Vor allem bei speziellem Fachenglisch ist das wichtig."

Bei vielen Arbeitstexten sei eine Übersetzung nicht mehr vorgesehen. Wichtige Texte erschienen oft nur mit großer Verzögerung. Selbst bei Dokumenten wie dem Fortschrittsbericht zur [Türkei](#) könne das Monate dauern. Dabei sei Deutsch die meistgesprochene Muttersprache in der EU.

Einsatz für einen Volksmusikarchiv

Zuletzt wurde Singhammer auf Bitten des Volksmusikarchivs und der Volksmusikpflege des Bezirks Oberbayern aktiv. Deren Vertreter wandten sich an den CSU-Politiker, weil sie sich an einer Beratung der EU für Pläne einer Urheberrechtsreform beteiligen wollen. Sie fühlten sich aber ausgeschlossen, da es die Vorlage dazu trotz kniffliger juristischer Fragen nur auf Englisch gebe.

Singhammer wandte sich mit einem der dpa vorliegenden Schreiben an den deutsche EU-Botschafter in Brüssel, Peter Tempel. Er bat diesen mitzuteilen, "auf welchem Wege der Bezirk Oberbayern die von ihm gewünschten Informationen in deutscher Sprache erhalten könnte".

QUELLE ZEIT ONLINE

ADRESSE: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2014-04/eu-csu-sprache-deutsch/komplettansicht>

Απάντηση/Λύση

- A. ... mehr Unterlagen in deutscher Sprache zu veröffentlichen.
- B. Alle wichtigen Dokumente aus [Brüssel](#) sollten gleichzeitig auch auf Deutsch veröffentlicht werden,
- Γ. Vieles betreffe die Bürger direkt. "Aber oft können sie die Details überhaupt nicht ausreichend verstehen."
- Δ. Die Menschen würden sich nur mit Europa identifizieren, wenn sie EU-Texte in ihrer Muttersprache lesen könnten.
- E. Aber auch der Bundestag benötige dringend mehr Texte in deutscher Sprache aus Brüssel. "Vor allem bei speziellem Fachenglisch ist das wichtig."
- ΣΤ. Bei vielen Arbeitstexten sei eine Übersetzung nicht mehr vorgesehen. Wichtige Texte erschienen oft nur mit großer Verzögerung.
- Z. Dabei sei Deutsch die meistgesprochene Muttersprache in der EU.

Άσκηση 5

Και στην Αυστρία ομιλείται η γερμανική γλώσσα. Πρόκειται, βέβαια, για άλλη μορφή της γερμανικής γλώσσας. Λόγω της διαφορετικής διοικητικής διάρθρωσης, η γερμανική της Αυστρίας είναι αρκετά διαφορετική στο επίπεδο της νομικής και οικονομικής γλωσσικής οργάνωσης. Το 1993 συντάχθηκε το Protokoll Nr.10 ως παράρτημα της συνθήκης προσχώρησης της Αυστρίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, που περιείχε 23 όρους. Πρόκειται για τους αυστριακούς όρους, οι οποίοι θα εμφανίζονταν δίπλα στους αντίστοιχους γερμανικούς σε όλα τα κείμενα της ΕΕ. Πρόκειται για τους ακόλουθους, τους οποίους καλείστε να αντιστοιχίσετε με τους αντίστοιχους γερμανικούς:

Αυστριακοί όροι
Marillen
Melanzani
Karfiol
Vogerlsalat
Lungenbraten
Grammeln
Fisolen
Faschiertes
Rostbraten
Hüferl
Ribisel
Erdäpfel
Schlögel
Nuss
Kren
Eierschwammerl
Powidl
Topfen
Beiried
Kohlsprossen
Obers
Weichseln
Paradeiser

Γερμανικοί όροι

Aprikosen, Aubergine, Blumenkohl, Feldsalat, Filet, Grieben, Grüne Bohnen, Hackfleisch, Hochrippe, Hüfte, Johannisbeeren, Kartoffeln, Keule, Kugel, Meerrettich, Pfifferlinge, Pflaumenmus, Quark, Roastbeef, Rosenkohl, Sahne, Sauerkirschen, Tomaten.

Απάντηση/Λύση

Beiried = Roastbeef
Eierschwammerln = Pfifferlinge
Erdäpfel = Kartoffeln
Faschiertes = Hackfleisch
Fisolen = Grüne Bohnen
Grammeln = Grieben
Hüferl = Hüfte
Karfiol = Blumenkohl
Kohlsprossen = Rosenkohl
Kren = Meerrettich
Lungenbraten = Filet
Marillen = Aprikosen

Melanzani = Aubergine
Nuss = Kugel
Obers = Sahne
Paradeiser = Tomate
Powidl = Pflaumenmus
Ribisel = Johannisbeere
Rostbraten = Hochrippe
Schlögl = Keule
Topfen = Quark
Vogersalat = Feldsalat
Weichsel = Sauerkirsche

Πηγή: http://ec.europa.eu/translation/german/guidelines/documents/austrian_expressions_de.pdf

Κεφάλαιο 3 Η μετάφραση οικονομικών κειμένων ως διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων

Σύνοψη

Στο κεφάλαιο αυτό, ο αναγνώστης μνείται στις αρχές και στους μηχανισμούς που διέπουν την επικοινωνία γνώσεων και τις προεκτάσεις που λαμβάνει, όταν προκύπτει η μεταβίβαση γνώσεων πέρα από πολιτισμικά όρια. Αρχικά, θα εξετάσουμε τους μηχανισμούς της επικοινωνίας γνώσεων, και, στη συνέχεια, θα δείξουμε πώς αυτοί οι μηχανισμοί, εν τέλει, συμπίπτουν με την επικοινωνία στο πλαίσιο της μετάφρασης. Θα ορίσουμε τη μετάφραση οικονομικών (ειδικών) κειμένων και θα εξετάσουμε τον ρόλο της τεκμηρίωσης κατά τη μετάφραση. Στο τέλος, θα μελετήσουμε μια περίπτωση, τη μετάφραση των ιδιωτισμών ως διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων.

Προαπαιτούμενη γνώση

Στα προηγούμενα κεφάλαια, ο αναγνώστης έχει γνωρίσει τις βασικές έννοιες και τη φύση τόσο της μετάφρασης όσο και της επικοινωνίας σε οικονομικά περιβάλλοντα. Συγκεκριμένα, στο πρώτο κεφάλαιο ο αναγνώστης γνώρισε τι είναι η μετάφραση και πώς επικοινωνιακοί και πολιτισμικοί παράγοντες την καθιστούν εξαιρετικά δυναμική διαδικασία. Στο δεύτερο κεφάλαιο ο αναγνώστης γνώρισε τόσο τα χαρακτηριστικά της επικοινωνίας σε ειδικά επαγγελματικά/επιστημονικά περιβάλλοντα, την πολυτροπικότητα της επικοινωνίας στον χώρο της οικονομίας, όσο και τα χαρακτηριστικά της ειδικής γλώσσας της οικονομίας, που αποτελεί και την πρώτη ύλη για τη δόμηση της επικοινωνίας.

3.1 Η επικοινωνία γνώσεων στο χώρο της οικονομίας ως γνωστική και γνωσιακή πρόκληση

Μια επιφανειακή θεώρηση της επικοινωνίας αποκαλύπτει ότι η επιτυχής επικοινωνία προϋποθέτει τρία δεδομένα.⁷³

- την ύπαρξη γνώσης που κρίνεται άξια μεταβίβασης,
- την ύπαρξη ή τη δυνατότητα οικοδόμησης κοινού γνωστικού και γνωσιακού πλαισίου και
- τη γνώση του μηχανισμού αλλά και της λειτουργίας του μηχανισμού που χρησιμοποιείται για τη μεταβίβαση.

Η πρώτη προϋπόθεση, δηλαδή η ύπαρξη γνώσης που να κρίνεται άξια μεταβίβασης, θεωρείται αυτονόητη. Τι, όμως, σημαίνει το δεύτερο στοιχείο, δηλαδή η ύπαρξη (της δυνατότητας οικοδόμησης) κοινού γνωστικού και γνωσιακού πλαισίου; Γιατί πρέπει να ικανοποιείται αυτή η προϋπόθεση; Για τον Widdowson (στο Johns, 1997: 35), δεν υπάρχει κείμενο που μπορεί να σταθεί έξω από κάποιο πλαίσιο. Στο Tsoukas (2011: xi), η άποψη του Widdowson διατυπώνεται με όρους της οργανωσιακής θεωρίας:

Nonetheless, purposefully organized systems, be they bureaucratic or spontaneously collaborative, in so far as they consist of relatively bounded socio-technical activities, within which cooperative human action is to be secured under some kind of authority relations, rely for their effective functioning on stocks of knowledge, on which they regularly draw. This is so because for organized action to be effective over time, some

⁷³ Τα six Cs της Glaser (1978), που αναφέρονται στα context, condition, cause, covariance, contingent, και consequence, όπως σχετίζονται με ένα γεγονός A και χρησιμοποιήθηκαν για την ανάπτυξη της θεμελιωμένης θεωρίας (grounded theory).

form of institutional memory is required. That memory may be codified in formal rules and routines, be immanent in informal understandings and norms, or be widely distributed.

Κάθε οργανωμένο σύστημα, στο πλαίσιο του οποίου οι άνθρωποι δρουν υπό δεδομένες σχέσεις εξουσίας, προϋποθέτει, για την αποτελεσματική λειτουργία του, αποθέματα γνώσεων, στα οποία οι άνθρωποι μπορούν να προσφεύγουν. Η αποτελεσματική λειτουργία κάθε συστήματος είναι αδύνατη χωρίς κάποια συλλογική θεσμική μνήμη. Η μνήμη αυτή μπορεί να είναι οργανωμένη σε τυπικούς κανόνες και παγιωμένες συμπεριφορές, που είναι ευρύτερα αποδεκτές και προσβάσιμες. Στο ίδιο κείμενο, ο Tsoukas (2011: xii) επεξηγεί ότι τα εκούσια οργανωμένα συστήματα περιλαμβάνουν το στοιχείο της αφαίρεσης και συνιστούν *έμπειρα συστήματα (expert systems)* κατά Giddens. Αποτελούν, δηλαδή, απρόσωπα συστήματα γνώσης και εμπειρίας, η προσφυγή στα οποία αποτελεί εχέγγυο αξιοπιστίας, και τα οποία είναι απαγκιστρωμένα από την προσωπική εμπειρία των ανθρώπων που τα χρησιμοποιούν ως πηγή. Ένα τέτοιο σύστημα παρέχει εγγυημένες προσδοκίες στον απομακρυσμένο χρόνο-χώρο (Giddens, 1990: 28).⁷⁴ Τα συστήματα αυτά τροφοδοτούνται με εξειδικευμένη γνώση, επαγγελματικές νόρμες και ιδιοσυγκρασιακή οργανωσιακή τεχνογνωσία.⁷⁵

Με την έννοια αυτή, και ο κάθε οικονομικός πολιτισμός αποτελεί ένα έμπειρο σύστημα: Η λογική του συστήματος που έχει αναπτυχθεί και σε σχέση με την ταυτότητα αντανακλάται στις θέσεις του Herrmann-Pillath (2010: 331):

In these contemporary revolutions and evolutions, established identities and institutional frameworks are shaken up, such as the roles of consumers or the common understanding of intellectual property rights. This is a time when cultural and economic change closely interact, possibly heading towards new systemic designs, similarly to earlier stages in human history when economic action, cultural change and the rise of new identities were closely intertwined: The emergence of feudalism, the capitalist modernity, or the Roman empire. In order to understand and explain these historical evolutions, cultural science re-arranges analytical tools as diverse as hermeneutic approaches or complex adaptive systems modelling into an alliance of intellectual forces that center on one goal: To understand the evolution of human collective knowledge in the face of irreducible uncertainty.

Ο Herrmann-Pillath τονίζει τη συστημικότητα της οικονομίας, αλλά, ταυτόχρονα, και τη δυναμικότητα του συστήματος αυτού. Ο πολιτισμός δρα στην οικονομία και συν-διαμορφώνει νέους συστημικούς σχηματισμούς. Αυτό που προκαλούσε επαναστάσεις και εξελίξεις στο παρελθόν συνεχίζει να σφυρηλατεί συλλογική γνώση και σήμερα – η οικονομική δραστηριότητα, οι πολιτισμικές μεταβολές και η γέννηση νέων ταυτοτήτων είναι στενά συνυφασμένες.

Τα κακά νέα για την επιστήμη των οικονομικών είναι πως εκείνη δεν επιτρέπει διεπιστημονική έρευνα με επιστήμες που θεωρούν την έννοια του πολιτισμού θεμελιώδους σημασίας. Ο πολιτισμός διεισδύει στο πεδίο των οικονομικών μέσα από χαραμάδες που αφήνουν οι εφαρμογές των ποσοτικών μοντέλων, και χρησιμοποιείται για να περιγράψει τις ανωμαλίες που φαίνονται να ερμηνεύονται από ανθρώπινα καθολικά, με την έννοια των συστηματικών αποκλίσεων από πάγιες γνωστικές διαδικασίες που αντιστέκονται στην ορθολογική αξιολόγηση (Herrmann-Pillath, 2010: 318).

In this context, culture creeps in through the cracks of failed empirical testings of standard economic models, operating as one of the explanatory devices to cope with the astounding number of behavioral anomalies, as diagnosed by the rational choice approach. Many of those anomalies appear to be explainable via human universals, in the sense of systematic deviations of modes of action in the human cognitive apparatus from the normative

⁷⁴ Ο Giddens (1990: 28) χρησιμοποιεί την εξής διατύπωση στα αγγλικά: *An expert system provides 'guarantees' of expectations across distanced time-space.*

⁷⁵ Πολύ μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάλυση της επικοινωνίας σε σχέση με την οργανωσιακή θεωρία. Παροτρύνουμε τον αναγνώστη να μελετήσει εισαγωγικά το έργο Canary, H. E & McPhee, R. D. (2011). *Communication and Organizational Knowledge. Contemporary Issues for Theory and Practice.* Routledge: New York.

presumptions of rationality. Some of them might reveal the additional characteristics of being culture-specific.

Από τις προηγούμενες γραμμές προκύπτει πως έχουμε συμμετρική επικοινωνία και ασύμμετρη. Συμμετρική έχουμε στις εξής περιπτώσεις:

- όταν η επικοινωνία γίνεται σε επίπεδο επιστημονικού λόγου συνήθως, με σκοπό την προαγωγή του πεδίου, και
- όταν η επικοινωνία πραγματοποιείται σε επίπεδο επαγγελματικό, με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων για την επίλυση ενός προβλήματος.

Ασύμμετρη επικοινωνία, όταν, δηλαδή, ο παραγωγός έχει υψηλότερο επίπεδο σχετικών γνώσεων από τον αποδέκτη, γεννάται στις εξής περιπτώσεις (Engberg, 2006: 682):

- όταν επικοινωνεί ο ειδικός με νεόκοπο στον χώρο,
- όταν επικοινωνεί ο ειδικός με πελάτη, και
- όταν ο ειδικός εκλαϊκεύει τη γνώση του.

Το ζήτημα που γεννάται είναι πώς αντιμετωπίζουμε την ασύμμετρη επικοινωνία. Καλούμαστε, στη συνέχεια, να απαντήσουμε τα εξής ερωτήματα, που προκύπτουν αυθόρμητα από μεταφραστικής άποψης:

A. Πώς επικοινωνούμε πέρα από το έμπειρο σύστημα που λέγεται (οικονομικός) πολιτισμός;

B. Πώς καθιστά ο ειδικός τη γνώση προσιτή στον ειδικό, και πώς στον μη ειδικό, που λειτουργούν σε άλλο σύστημα και

Γ. Πώς κωδικοποιείται η ανθρώπινη εμπειρία που προέρχεται από άλλο σύστημα, ώστε αυτή να γίνει κατανοητή από τον ειδικό ή μη που προέρχεται από άλλο οικονομικό πολιτισμό, κατά τον επιθυμητό τρόπο;

Και στα τρία ερωτήματα απαντά η επικοινωνία γνώσεων κατά Erppler. Ως *επικοινωνία γνώσεων* ορίζεται η διαδικασία που ο Erppler περιγράφει ως (εκούσια) πράξη μεταφοράς και οικοδόμησης νέας γνώσης, αξιολογήσεων, εμπειριών ή δεξιοτήτων (Erppler, 2007: 291).⁷⁶ Κατά τον Erppler, η *επικοινωνία γνώσεων (knowledge communication)* θεωρείται επιτυχής, όταν η γνώση, η εμπειρία ή η δεξιότητα μεταβιβάστηκε επιτυχώς, χάρη στις προσπάθειες που κατέβαλε ο κοινωγός αλλά και ο αποδέκτης, προκειμένου να (ανα-)δομήσει τη σημασία του μηνύματος (2007: 292). Ο ορισμός αυτός της επικοινωνίας γνώσεων υποδηλώνει μετασχηματισμούς και μεταβολές γνωσιακών –σε ορισμένες περιπτώσεις και γνωστικών– συστημάτων, χάρη στην αναδόμηση της μεταβιβαζόμενης γνώσης, και που πραγματοποιούνται ύστερα από ερέθισμα από τον τελικό αποδέκτη. Η επικοινωνία γνώσεων προς τις δύο πλευρές αποτελεί (εκούσια) πράξη ανταλλαγής και οικοδόμησης νέας γνώσης, αξιολογήσεων, εμπειριών ή δεξιοτήτων (Erppler, 2007: 291). Προσπάθεια του κοινωγού είναι η αναδόμηση της γνώσης, της εμπειρίας ή των δεξιοτήτων από τον αποδέκτη του μηνύματος.

Τα παραπάνω γίνονται σαφέστερα, εάν εξετάσουμε τις έννοιες γνώση και κατανόηση. Σημαντική για την κατανόηση της διαδικασίας της επικοινωνίας γνώσεων είναι η σχέση της γνώσης με την κατανόηση. Στη συνέχεια, παραθέτουμε έναν ορισμό της γνώσης;

Knowledge is a flux mix of framed experiences, values, contextual information and expert insight that provides a framework for evaluating and incorporating new experiences and information. It originates and is applied in the minds of knowers. In organisations it often becomes embedded not only in documents and reports but also in organisational routines, processes, practices and norms. (Tsoukas/Vladimirov 2001)

⁷⁶ Δεν είναι πρώτη φορά που η μετάφραση χαρακτηρίζεται ως επικοινωνία γνώσεων. Βλ. σχετικά Sandrini (2004) και Βλαχόπουλος (2014), που αναφέρονται στη μετάφραση νομικών κειμένων ως διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων.

Άρα, η γνώση είναι στενά συνυφασμένη με την ήδη υπάρχουσα γνώση του παραλήπτη, και, προφανώς, η μεταβίβασή της προαπαιτεί την αξιολόγηση του γνωσιακού υπόβαθρου του. Με άλλα λόγια, στον ορισμό της γνώσης των Tsoukas/Vladimirov έχουμε τρία σημαντικά στοιχεία:

- Πρώτον, διατυπώνεται η άποψη πως η υπάρχουσα γνώση είναι το πλαίσιο για την κατανόηση της νέας γνώσης.
- Δεύτερον, η γνώση δημιουργείται και εφαρμόζεται στον νου αυτών που την κατέχουν.
- Τρίτον, η γνώση και η κατανόηση είναι διαφορετικές διαδικασίες, με τη δεύτερη, την κατανόηση, να (καθ-)ορίζει την πρώτη.

Η Risku & Windhager (2009: 4) γράφουν τα εξής, φωτίζοντας τη σχέση γνώσης και κατανόησης ακόμα καλύτερα:

Knowledge is relatively stable in comparison to understanding: By “understanding”, we mean the process of combining experience-based knowledge with information gathered from the present environment to form a new mental or physical action. Thus, making sense of the environment and understanding are challenges that confront us every single day.

Η γνώση είναι σχετικά σταθερή, σε αντίθεση με την κατανόηση. Κατανόηση, σύμφωνα με τους Risku & Windhager, είναι η παράλληλη αξιοποίηση της εμπειρίας και των πληροφοριών από το περιβάλλον. Συνεπώς, για να μεταβιβαστούν γνώσεις, είναι προαπαιτούμενο η ύπαρξη κατάλληλου γνωσιακού υπόβαθρου στον αποδέκτη, προκειμένου να εξασφαλιστεί η κατανόηση.

Για τους Eppler & συν. (1999), η επικοινωνία γνώσεων χαρακτηρίζει την επιτυχή μεταβίβαση και αναδόμηση των γνώσεων από τον παραλήπτη, δηλαδή την πετυχημένη ένταξη σε ένα γνωσιακό υπόβαθρο, και μπορεί να είναι είτε συγχρονική είτε ασύγχρονη. Ως συγχρονική επικοινωνία γνώσεων προβάλλει η διαπροσωπική και διά ζώσης επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο, ενώ ασύγχρονη επικοινωνία γνώσεων νοείται η επικοινωνία γνώσεων κατά την οποία η γνώση αναδομείται από τον παραλήπτη μόνο σε δεύτερο χρόνο. Η ασύγχρονη επικοινωνία της γνώσης πραγματοποιείται με τη χρήση κάποιου μέσου που καταγράφει το μήνυμα.⁷⁷

Η γλώσσα –προφανώς– είναι ένας από τους παράγοντες που δοκιμάζει –αλλά και δοκιμάζεται– κατά τη μεταβίβαση και κατανόηση της γνώσης όχι μόνο εγχωρίως, αλλά και διεθνώς (Welch/Welch, 2008). Η γλώσσα είναι κρίσιμος παράγοντας κατά την επικοινωνία, διότι, όπως είδαμε και προηγουμένως, χρησιμοποιείται για να εκφραστεί ο άνθρωπος. Η γλώσσα είναι η γέφυρα που ενώνει διαφορετικές πεποιθήσεις, υποθέσεις, πολιτισμικές νόρμες και εμπειρίες. Τα χαρακτηριστικά αυτά της γλώσσας θεωρούνται ενίοτε τα εμπόδια για την επιτυχή επικοινωνία των γνώσεων, είτε καθυστερώντας είτε αποτρέποντας την κατανόηση. Εάν δεν χρησιμοποιηθεί η γλώσσα ορθά, δεν προκύπτει επικοινωνία, δεν μεταβιβάζονται οι γνώσεις όπως επιθυμεί αυτός που εκκινεί τη διαδικασία της επικοινωνίας. Εάν η γλώσσα δεν χρησιμοποιηθεί καταλλήλως, όπως, εξάλλου, φάνηκε στο δεύτερο κεφάλαιο του βιβλίου, δεν διασφαλίζεται η κατανόηση. Οι Welch/Welch (2008: 354) χαρακτηρίζουν τη γλώσσα *reconfiguration agent*, δηλαδή μηχανισμό επαναδιαμόρφωσης της γνώσης, σημειώνοντας πως η γλώσσα έχει την ικανότητα να επηρεάζει τη μεταβίβαση της γνώσης συνολικά σε όλο το σύστημα.

Συμπερασματικά, πέρα από τις πληροφορίες και τα γλωσσικά στοιχεία της επικοινωνίας, πρέπει να συνυπάρξουν και να συνδράμουν πάρα πολλοί άλλοι παράγοντες, προκειμένου να μεταβιβαστεί και να αναδομηθεί η γνώση επιτυχώς. Αυτοί οι παράγοντες είναι εκείνοι που επιτρέπουν στον ενδιαφερόμενο να αναδομήσει ορθά τη γνώση που μεταβιβάζεται, και να τη συνδέσει με την προϋπάρχουσα εμπειρία του. Η απουσία προηγούμενης γνώσης δεν του επιτρέπει την αξιολόγηση και ένταξη στο γνωσιακό σύστημα της νέας γνώσης που του προσφέρεται.

⁷⁷ Για μια πιο εμπεριστατωμένη ανάλυση, βλ. Eppler & συν., 1999.

3.1.1 Μια περίπτωση ασύμμετρης επικοινωνίας: Η επικοινωνία μεταξύ ειδικού και μη ειδικού.

Τα παρακάτω λόγια του Bolten (2012: 66) αντανακλούν αυτό που συνδέει τη γλώσσα και αντίληψη του κόσμου, ενώ υπαινίσσονται όσα ισχύουν για την επικοινωνία του ειδικού με τον μη ειδικό:

Was für Problemlösehandeln und damit für die Wahrung von Normalität und Plausibilität eines (ethnischen) Systems Bedeutung besitzt, wird häufiger abgerufen und rekonstruiert, als das, was hierfür weniger bedeutsam ist. Umgekehrt wird die Relevanz von Wissensvorräten dadurch erzeugt und aufrechterhalten, dass eine solche Rekonstruktion permanent stattfindet.

Για τον Bolten, αυτά που έχουν μεγαλύτερη βαρύτητα για τη διατήρηση των κανονικών συνθηκών ενός εθνικού συστήματος ανακαλούνται και αναδομούνται πιο συχνά. Η σχέση, βέβαια, μεταξύ των γνώσεων και του βαθμού αυτοματοποίησης της αναδόμησης είναι αμφίδρομη. Όσο πιο συχνά ανακαλούνται συγκεκριμένες γνώσεις τόσο πιο εύκολα αναδομούνται. Προκύπτει πως τα στοιχεία εκείνα που έχουν αξιολογηθεί ως περιφερειακής σημασίας δεν (ανα)δομούνται με την ευκολία των στοιχείων που χρησιμοποιούνται πιο συχνά.

Χάριν παραστατικότητας, θα περάσουμε στον χώρο του δικαίου –χώρο με ιδιαίτερο πολιτισμικό φορτίο–, όπου τα λόγια του White (2008: 4) αντανακλούν αυτό που συνδέει τη γλώσσα και το δίκαιο, καθώς και την επικοινωνία του ειδικού με τον μη ειδικό:

Those who actually practice law, including both lawyers and judges, must always be prepared to go back and forth between the language of law and the languages of other disciplines and communities. One of these is the ordinary language of the culture that is normally spoken by the parties, the witnesses and the jurors (if there are any). After all, the events upon which a lawsuit is based are experienced by people who may not have any idea about what the law says or how it says it: the client has been damaged in an automobile crash, or by prescription medicines that were perhaps misprepared, or by police who beat him on the street, or by the failure of a building contractor to do what in the client's view he agreed to do. The client has his own ways of talking about these experiences and what they mean, which may or may not be influenced by the law, and it is these he brings to his lawyer.

Ο πελάτης μεταφέρει τον κόσμο του στον νομικό με τον οποίο διαβουλεύεται. Ο White (2008: 5) εξηγεί πως ο κόσμος στον οποίο ζουν οι άνθρωποι δεν είναι ο νομικός κόσμος, παρόλο που οι νομικοί έχουν την τάση να το βλέπουν έτσι. Αντίθετα, οι άνθρωποι κατοικούν στον κόσμο της πραγματικής ζωής και επικοινωνίας. Εάν χρειαστούν την αρωγή ενός νομικού, προκύπτει σε σχέση με την επικοινωνία τους άμεσα το προφανές ερώτημα: Ποια σχέση μπορεί να δημιουργηθεί μεταξύ αυτού του πραγματικού κόσμου στον οποίο ζούμε και του δικαίου; Πώς μπορούν τα όσα βιώνει και εκφράζει ο πελάτης να αποδοθούν με νομικούς όρους; Τι συμβαίνει όταν η ιστορία του πελάτη επαναδιατυπώνεται με νομικό λόγο; Αλλοιώνεται ή όχι; Εν τέλει, τι θα είναι σε θέση να πει ο δικηγόρος και με ποιο αποτέλεσμα; Ο ίδιος μελετητής επισημαίνει: Η διάδραση μεταξύ του νομικού και του πελάτη είναι μια άσκηση διαρκούς *μετάφρασης (translation)* και *επαναμετάφρασης (retranslation)*.⁷⁸ Προφανώς, ο White δεν αναφέρεται στη μετάφραση ως μορφή διαπολιτισμικής επικοινωνίας, αλλά ως μορφή ενδογλωσσικής, ενδοπολιτισμικής, διαθεματικής επικοινωνίας – διαδικασία ανταλλαγής γνώσεων.

Μήπως οι όροι *translation* και *retranslation* δηλώνουν την υφολογική⁷⁹ σχέση που αναπτύσσεται, τη σχέση μεταξύ γλώσσας και λόγου; Μια κριτική θεώρηση της επικοινωνίας μεταξύ ειδικού και μη ειδικού υπό το πρίσμα της επικοινωνίας γνώσεων αποκαλύπτει τα εξής: Έργο του δικηγόρου είναι να διδάξει στον πελάτη του αρκετή νομική γλώσσα, ώστε να είναι εκείνος σε θέση να καταλάβει αυτά που ρωτάει ο δικηγόρος και έχουν αφαιρετικά μεταφερθεί στη γλώσσα του δικαίου. Μετάφραση και επαναμετάφραση με την παραπάνω έννοια είναι η μεταφορά των απαραίτητων γνώσεων μέσω των κατάλληλων γλωσσικών επιλογών, ώστε ο απέναντι να μπορέσει να αναπαραγάγει τη σημασία των λεγομένων. Από τη μία, ο δικηγόρος διδάσκει τα απαραίτητα νομικά στον πελάτη του, με τη στήριξη υφολογικών μέσων που δεν ανήκουν στον νομικό λόγο.

⁷⁸ Ο όρος *μετάφραση* όπως τον χρησιμοποιεί ο White διαφέρει από τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιείται στο βιβλίο. Στο βιβλίο η μετάφραση χαρακτηρίζει μορφή διαπολιτισμικής επικοινωνίας.

⁷⁹ Για το ύφος και τη λειτουργία του, βλ. επόμενη ενότητα.

Από την άλλη, ο μη ειδικός επιχειρεί να κάνει κτήμα του όσο περισσότερα νομικά –κατά συνέπεια, και νομικό λόγο – μπορεί. Συνεπώς, επιχειρείται να περιοριστεί μια ασυμμετρία γνώσεων μέσω της επικοινωνίας γνώσεων, η οποία θεωρείται επιτυχής όταν η γνώση, η εμπειρία ή η δεξιότητα αναδομήθηκε επιτυχώς – χάρη στις προσπάθειες που κατέβαλε ο κοινωνός αλλά και ο αποδέκτης, προκειμένου να (ανα-)δομήσει τη σημασία της γνώσης που μεταβιβάζεται (Erppler, 2001: 292).

Ένα παράδειγμα: Εξετάζοντας την περίοδο που ακολουθεί, διαπιστώνουμε ότι, εάν εκφραστεί κάποιο μήνυμα από κάποιον ειδικό με σκοπό να το προσλάβει και να το ανασκευάσει άλλος ειδικός με το ίδιο γνωσιακό υπόβαθρο, αυτός πρέπει να γνωρίζει την καθομιλουμένη και τον οικονομικό λόγο:

Πιστωτικά καταστήματα, που χορηγούν δάνεια με κεφάλαια που προέρχονται από έντοκα ομολογιακά δάνεια, επιτρέπεται να συνομολογούν προκαταβολικά, για τα δάνεια που χορηγούν, ότι οι τόκοι γίνονται αυτοδικαίως τοκοφόροι, ύστερα από εξάμηνη καθυστέρηση (Άρθρο 110, ΑΚ)

Τι είναι πιστωτικά ιδρύματα, τι είναι ομολογιακά δάνεια, τι σημαίνει συνομολογούν, τι σημαίνει αυτοδικαίως; Κάποιος που δεν έχει την ειδική γνώση από τη μία θα δυσκολευτεί να ακολουθήσει τη δομή της πρότασης και από την άλλη δεν μπορεί να αντιληφθεί καθόλου ή μόνον σε περιορισμένη έκταση τη σημασία της.⁸⁰ Στο επίπεδο που επικοινωνούν μεταξύ τους δύο ειδικοί, στην περίπτωση μας νομικοί, ο αποδέκτης του μηνύματος είναι σε θέση να οργανώσει, να επεξεργαστεί και να μεταβιβάσει τις παραπάνω πληροφορίες σε άλλους ειδικούς (Engberg, 2010).

Ας υποθέσουμε ότι κάποιος ειδικός θα επιδιώξει να κάνει κοινωνό των παραπάνω πληροφοριών κάποιον που στερείται της ειδικής γνώσης, όπως κάποιον νεόκοπο στον χώρο ή κάποιον πελάτη. Κάποιος που έχει περιορισμένη ή καμία ειδική γνώση θα δυσκολευτεί να προσλάβει τη σημασία του μηνύματος. Ο ειδικός που επιθυμεί να μεταβιβάσει πληροφορίες πρέπει να καταφύγει σε άλλους τρόπους, προκειμένου να επιτρέψει στον συνομιλητή του να συμμετάσχει στην ανταλλαγή απόψεων. Δεδομένου ότι επιθυμεί ο απέναντί του να καταστεί πράγματι κοινωνός των πληροφοριών, ο παραγωγός του αρχικού μηνύματος θα καταφύγει σε διαφορετικές τεχνικές, που θα διευκολύνουν την άλλη πλευρά να συμμετάσχει ενεργά σε συλλογική και στοχευμένη αναδόμηση της σημασίας του πρωτότυπου μηνύματος.⁸¹ Με άλλα λόγια, δρομολογείται και ολοκληρώνεται η παραγωγή νέας γνώσης για τον μη ειδικό αποδέκτη.⁸²

Λόγου χάρη, εάν μια τράπεζα δεν επικοινωνήσει με όρους κατανοητούς με τον πελάτη της, πώς εκείνος θα είναι σε θέση να κρίνει εάν ένα τραπεζικό προϊόν είναι κατάλληλο για εκείνον; Προφανώς, η τράπεζα οφείλει, μέσω των στελεχών της, να μεταβιβάσει το τμήμα εκείνο της ειδικής γνώσης που απαιτείται, για να μπορέσει ο μη ειδικός πελάτης να (ανα-)δομήσει την απαραίτητη γνώση, προκειμένου να κρίνει την καταλληλότητα του προϊόντος. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι τα δάνεια με ρήτρα το φράγκο Ελβετίας, που έχει συνάψει μεγάλος αριθμός ελλήνων πολιτών. Τα τελευταία χρόνια οι δανειολήπτες πληρώνουν υψηλότερη δόση λόγω συναλλαγματικών διακυμάνσεων. Τα δάνεια αυτά προσβάλλονται από τους δανειολήπτες δικαστικά. Οι τελευταίοι ισχυρίζονται, μεταξύ άλλων, πως κατά τη σύναψη του δανείου, δεν ενημερώθηκαν καταλλήλως από εξειδικευμένο προσωπικό.⁸³ Προφανώς, ο Bolten, ο White και ο Erppler αναφέρονται στην ίδια διαδικασία. Και οι τρεις ερευνητές περιγράφουν διαδικασίες μεταβίβασης – ή, καλύτερα, ανταλλαγής– γνώσεων μεταξύ ειδικού και μη ειδικού και τις προσδιορίζουν ως δυναμικές και διαλεκτικές.

Σημαντική αλλά, μέχρι αυτό το σημείο του κεφαλαίου, παραμελημένη παράμετρος είναι η γλώσσα: το τι είδους σχέσεις θα δομήσουμε εξαρτάται από τη γνώση της γλώσσας και των μηχανισμών της. Αυτό πάλι σημαίνει ότι δεν αρκεί η γνώση της γλώσσας, αλλά θα πρέπει αυτή να συμπληρώνεται από τη γνώση για τη γλώσσα και τη λειτουργία της – παράμετροι που θα θεραπευτούν λίγο πιο κάτω.

Από τα προηγούμενα γραφόμενά μας προκύπτει πως ο ειδικός που επιδιώκει τη μεταβίβαση των πληροφοριών οφείλει να έχει συνείδηση των δυσκολιών και γνώση των μηχανισμών αυτών επικοινωνίας γνώσεων. Συνεπώς, η επικοινωνία αυτής της μορφής προαπαιτεί διάδραση, ώστε να δημιουργηθεί το πλαίσιο που θα προαγάγει τη συμπλήρωση της γνώσης του αποδέκτη σε τέτοιο βαθμό, που θα μπορέσει εκείνος να τη

⁸⁰ Εδώ πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και παράγοντες διακειμενικότητας, δηλαδή το πώς συσχετίζεται το συγκεκριμένο απόσπασμα του Αστικού Κώδικα με άλλα χωρία του ίδιου νόμου ή και άλλων νόμων.

⁸¹ Δεν πρέπει να αποκλείεται η περίπτωση ο παραγωγός του αρχικού μηνύματος να μην επιθυμεί ο αποδέκτης να καταλαβαίνει το μήνυμα πλήρως.

⁸² Βλ. Weick, 1995.

⁸³ Για το θέμα βλ.: <http://www.daneia-chf.gr>.

συνδέσει με την προηγούμενη εμπειρία του, να την επεξεργαστεί, προκειμένου να καταλάβει, να εμπλουτίσει ή να τροποποιήσει τη γνώση του ή να αποκτήσει νέες δεξιότητες.⁸⁴

3.1.2 Εξισορρόπηση ασυμμετριών γνώσης: Ασκήσεις υφολογίας;

Η έννοια του ύφους είναι διάχυτη στη ζωή μας. λ.χ., οι προσκεκλημένοι σε γάμο έχουν επιλέξει συγκεκριμένο είδος ενδύματος, προκειμένου να ταιριάζουν στην τελετή και στη δεξίωση που ακολουθεί. Θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε πως η εμφάνιση με βερμούδα, σαγιονάρες και πολύχρωμο, χαβανέζικο πουκάμισο δεν ταιριάζει. Συνηθίζουμε να χρησιμοποιούμε συγκεκριμένα ρούχα μας για να πάμε στον γάμο. Τα έχουμε επιλέξει προφανώς προσεκτικά. Αντίστοιχα ισχύουν και στη γλώσσα και στην επικοινωνία. Σε συγκεκριμένες καταστάσεις ταιριάζουν συγκεκριμένες δομές.

Η προηγούμενη ενότητα μας έδειξε πως για να επικοινωνήσουμε πρέπει να έχουμε κοινό πλαίσιο. Στο πλαίσιο ανήκει τόσο η γνώση της γλώσσας όσο και η γνώση περί της γλώσσας. Φάνηκε πως, για να μεταβιβαστεί γνώση, αυτός που αναλαμβάνει τη διαδικασία ανασύστασής της οφείλει να είναι εξοικειωμένος με τους μηχανισμούς του φαινομένου. Πέρα από τις γνωστικές διεργασίες και τη διευκόλυνσή τους από το άτομο που επιθυμεί τη μεταβίβαση της γνώσης, η γνώση όχι απλώς της γλώσσας αλλά και περί της γλώσσας είναι απαραίτητη. Είναι πρόδηλο ότι η επιτυχής μεταβίβαση των γνώσεων, ή ακόμη και η εκούσια αποτροπή αυτής, από τον παραγωγό του μηνύματος προαπαιτεί γνώση περί της γλώσσας και ιδιαίτερα των μηχανισμών της:

Το παράδειγμα της προηγούμενης ενότητας μας διδάσκει για τη γλώσσα και την επικοινωνία ότι

- η γλώσσα αποτελεί γνωστικό φαινόμενο και η δυνατότητα επεξεργασίας οργάνωσης και χρήσης της γλώσσας εξαρτάται προφανώς από το γνωστικό δυναμικό του χρήστη,
- χωρίς τη γλώσσα δεν θα ήταν δυνατή η επεξεργασία και η αποθήκευση των πληροφοριών,
- χωρίς τη γλώσσα θα αδυνατούσαμε να δομήσουμε κοινωνικές σχέσεις (Trudgill, 1983: 14), και
- η γλώσσα αποκαλύπτει πληροφορίες για τον χρήστη, και, ως κοινωνικό φαινόμενο, η γλώσσα είναι στενά συνδεδεμένη με τη δομή της κοινωνίας και τις αξίες της, επιτρέποντας την ύφανση των ποικίλων σχέσεων μεταξύ της γλώσσας και των χρηστών που ανήκουν σε δεδομένο πολιτισμό.

Επομένως, αυτό που καθιστά τη γλώσσα λειτουργική και επιτρέπει τη δόμηση του λόγου είναι η δυνατότητα της γλώσσας ως συνόλου σημείων να δώσει άπειρους συνδυασμούς λόγου. Η δυνατότητα αυτή της γλώσσας είναι το ύφος. Το ύφος ενός κειμένου είναι και το χαρακτηριστικό εκείνο που γίνεται αντιληπτό ως έκφραση της σκοπιμότητας του συντάκτη του. Η ανάλυση των υφολογικών στοιχείων που απαρτίζουν ένα κείμενο αποκαλύπτει τις προθέσεις του συντάκτη. Το ύφος είναι κρίσιμο κατά την επικοινωνία. Συγκεκριμένα, το ύφος παίζει σημαντικό ρόλο στην εξαγωγή της σημασίας ενός μηνύματος από τον αποδέκτη,⁸⁵ δηλαδή το πώς αντιλαμβάνεται το μήνυμα που έλαβε.

Προτού προχωρήσουμε τη συζήτηση περί ύφους, θα εξηγήσουμε τους όρους *συμφραζόμενα* και *συγκείμενο*, που θα εμφανίζονται αρκετά συχνά στο εξής.⁸⁶ Συγκείμενο ονομάζονται οι σχέσεις που αναπτύσσονται μέσα στο κείμενο, ενώ το πλέγμα που περιβάλλει και επιδρά στην εξαγωγή της σημασίας του κειμένου ονομάζεται *συμφραζόμενα*. Στα *συμφραζόμενα* ανήκουν οι φυσικές, ιστορικές, πολιτισμικές, θρησκευτικές, κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές, τεχνικές, προσωπικές και συγκυριακές περιστάσεις. Σύμφωνα με το πλαίσιο που έχουμε αναπτύξει στην πρώτη ενότητα του κεφαλαίου, τα *συμφραζόμενα* ως όρος είναι συνώνυμος του όρου *έμπειρα συστήματα*.

⁸⁴ Βλ., επίσης: Scarbrough, 1995: 997, Antonelli, 2000, Harada, 2003.

⁸⁵ Η υφολογία, ως κλάδος της γλωσσολογίας, υπήρξε για δεκαετίες ένα αναπτυσσόμενο και αμφιλεγόμενο πεδίο, που ερευνάται από πολλές οπτικές γωνίες. Η γένεση αρκετά μεγάλου αριθμού διαφορετικών προσεγγίσεων στην υφολογική ανάλυση προκαλεί σύγχυση και δεν επιτρέπει τη σαφή οριοθέτηση κάθε μεθοδολογικής προσέγγισης (Crystal & Davy, 1969: vii). Για μια εμπεριστατωμένη ανάλυση του τι είναι ύφος, βλ. Spillner, 1974 και Μπαμπινιώτη, 1991.

⁸⁶ Βλ. σχετικά Stolze, 1992: 100.

Γενικότερα, το ύφος χαρακτηρίζει την ανθρώπινη συμπεριφορά. Κοινές ανθρώπινες δραστηριότητες, όπως το ντύσιμο, η πρόσληψη τροφής, ο καθαρισμός του σπιτιού, η οδήγηση, ο (απο-)χαιρετισμός συνανθρώπου κ.λπ. είναι συμπεριφορές σε μεγάλο βαθμό σταθερές, αλλά εμπεριέχουν και ένα μέρος μεταβλητότητας. Η διαδικασία και το αποτέλεσμα αυτών των ενεργειών είναι λίγο-πολύ ίδιες για όλους τους ανθρώπους σε μια κοινωνία. Αλλά ο τρόπος με τον οποίο κάποιο άτομο διεκπεραιώνει τη συγκεκριμένη ενέργεια και φτάνει στο αποτέλεσμα μπορεί να διαφέρει (McMenamin, 2002:109). Ανάλογα ισχύουν και στην επικοινωνία.

Ο Μπαμπινιώτης (1991:106) δέχεται ότι το

Ύφος είναι η συνειδητή επιλογή ορισμένων επαναλαμβανομένων, κατά κανόνα, δομικών σχημάτων, που απαρτίζουν ένα ιδιαίτερο γλωσσικό σύστημα, μια ποιητική γραμματική. Το σύστημα αυτό χαρακτηρίζεται κυρίως από έμφαση στη μορφή (έναντι του περιεχομένου) και στη συγκινησιακή/βιωματική πλευρά της γλώσσας (αντί στην λογική της έκφρασης). Η όλη οργάνωση του ύφους υπηρετεί συγκεκριμένες προθέσεις.

Θεωρείται, συνεπώς, ότι το ύφος είναι η ιδιότητα του μηνύματος που οφείλεται στη χρησιμοποίηση συγκεκριμένων στοιχείων από ένα πλήθος που διαθέτει ο γλωσσικός κώδικας. Το ύφος συνίσταται σε εκείνη την ποσότητα πληροφορίας η οποία πλεονάζει, μετά την αφαίρεση της ποσότητας πληροφορίας που φέρει το σύνολο των δηλωτικών στοιχείων, δηλαδή των στοιχείων εκείνων που η απουσία τους αλλοιώνει τη γραμματικότητα ενός κειμένου.⁸⁷ Σχηματικά αυτό απεικονίζεται ως εξής:



Εικόνα 3.1 Ορισμός του ύφους

Προφανώς, δεν μπορεί να υπάρχει κάποιο ενοποιημένο και ομογενοποιημένο (φυσικό) γλωσσικό σύστημα. Όπως είδαμε και παραπάνω, κοινωνικές και επικοινωνιακές περιστάσεις είναι εκείνες που καθορίζουν την επιλογή συγκεκριμένων γλωσσικών στοιχείων. Το ύφος των ειδικών κειμένων είναι – τουλάχιστον σε πρώτη φάση – προϊόν εκούσιας ενέργειας, που αποβλέπει σε συγκεκριμένο σκοπό και καταλήγει, εν τέλει, στην τυποποίηση – όμως, μετά από εξοικείωση με συγκεκριμένο είδος κειμένων, καταλήγει βιωματικό ως προς την αναπαραγωγή του (McNemamin, 2002: 236-237). Επίσης, με την επιλεκτική χρήση γλωσσικών στοιχείων από τον συνολικό πλούτο μιας γλώσσας μπορεί να φωτιστεί η ιδιαιτερότητα της γλωσσικής επικοινωνίας υπό το φως συγκεκριμένης λειτουργίας. Η επιλογή μεταξύ των εναλλακτικών γλωσσικών στοιχείων εξαρτάται από τον σκοπό της επικοινωνίας.

Το ύφος, ως ιδιαίτερο στοιχείο της επικοινωνίας, εμπεριέχει συγκεκριμένες πληροφορίες, καθώς δηλώνει την τοποθέτηση του ομιλητή απέναντι στον συνομιλητή, στη μεταξύ τους σχέση, στο θέμα και στις επικοινωνιακές συνθήκες (Μπατσαλιά/Σελλά-Μάζη, 1997: 178). Στην περίπτωση των ειδικών κειμένων, η ανάγκη για συμμόρφωση του ειδήμονα με συγκεκριμένη επικοινωνιακή κατάσταση τον ωθεί στην επιλογή συγκεκριμένων υφολογικών συμβάσεων, που διαφέρουν από εκείνες των γενικών κειμένων. Ο Crystal (1988: 95), λ.χ., αναφερόμενος στην ποικιλομορφία που οφείλεται στην ύπαρξη συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων, είναι πεπεισμένος ότι όσο περισσότερο μια ομάδα ξεχωρίζει μέσα σε μια κοινότητα τόσο περισσότερο ξεχωρίζει και ως προς τη χρήση γλωσσικών στοιχείων. Μια τέτοια περίπτωση είναι οι ειδικές γλώσσες που αναπτύσσονται από ομάδες επαγγελματιών που επικοινωνούν μεταξύ τους στο πλαίσιο συγκεκριμένων επιστημονικών κλάδων, λ.χ. στη νομική επιστήμη ή στην ιατρική.

Με άλλα λόγια, στην περίπτωση της επικοινωνίας με τη μετάφραση, το ύφος είναι το επακόλουθο της επιλογής από τον μεταφραστή ανταγωνιστικών εκφραστικών μέσων στο επίπεδο του λεξιλογίου, του

⁸⁷ Βλ. Spillner, 1974: 64.

συντακτικού και των κειμενικών στοιχείων, υπό το φως της επίτευξης του επιθυμητού τελικού αποτελέσματος. Άρα, το ύφος ενός μεταφράσματος που παρήγαγε ο μεταφραστής πρέπει να συναρτάται όσο το δυνατόν περισσότερο με τις συνθήκες επικοινωνίας.

Ας εξετάσουμε το ακόλουθο παράδειγμα: Στο παρακάτω απόσπασμα, από άρθρο του γερμανικού οικονομικού περιοδικού *Wirtschaftswoche*, διακρίνουμε δύο ιδιωτισμούς:

Der Wortwechsel beim Bäcker über Mario Draghi, den Chef der Europäischen Zentralbank (EZB), zeigt, wie blank die Nerven bei vielen Bewohnern des 750-Seelendorfs in der Ostschweiz liegen. Denn die Entscheidung der EZB, den Euro zu schwächen und damit nun auch die Schweizer Notenbank in die Knie zu zwingen, trifft in Samnaun so gut wie jeden und zwar ganz direkt: den Bäcker und den Skihüttenbesitzer, die Hoteliers und die Skiliftgesellschaft, den Kellner in der Jause und die Bedienung in der Après-Ski-Bar. (Wirtschaftswoche 18.01.2015).

Ας υποθέσουμε πως οι ιδιωτισμοί *die Nerven liegen blank* και *in die Knie zwingen* στο παραπάνω απόσπασμα πιθανότατα δεν αναγνωρίζονται ως μία σημασιολογική μονάδα, και μεταφέρονται αυτολεξεί ως απογυμνώνονται τα νεύρα και αναγκάζονται στα γόνατα από κάποιον ανυποψίαστο μεταφραστή. Προφανώς, μέρος της σημασίας –του ύφους– του κειμένου χάνεται. Η γραμμική απόδοση των ιδιωτισμών δεν αποδίδει στον πολιτισμό-στόχο τη συνδήλωση που φέρει ο ιδιωτισμός ως σταθερή φράση, με αποτέλεσμα να διατηρηθεί μόνο η δηλωτική σημασία, και το συναισθηματικό και αξιολογικό μέρος της σημασίας που φέρουν οι φράσεις στο πρωτότυπο κείμενο να χαθούν. Ο συντάκτης του πρωτοτύπου προφανώς διάλεξε τους ιδιωτισμούς για να αυξήσει την παραστατικότητα του λόγου του. Η αποτελεσματική μεταβίβαση των γνώσεων του κειμένου-πηγή που φέρουν οι ιδιωτισμοί στα ελληνικά προαπαιτούν από τον μεταφραστή α. γνώση της γλώσσας, ότι, δηλαδή, αυτές οι φράσεις παράγουν ένα νόημα, και β. γνώση του μηχανισμού με τον οποίο αυξάνουν την εκφραστικότητα του κειμένου.

Ο μεταφραστής πρέπει να επιδείξει γνώση και δεξιότητα για να μεταβιβαστεί η σημασία μιας τέτοιας φράσης. Οι φράσεις θα μπορούσαν να μεταφραστούν ως *τα νεύρα είναι τεντωμένα* και *γονατίζω*, αντίστοιχα, ή με άλλες συνώνυμες εναλλακτικές – ανάλογα με το βάρος που είχε η φράση στο πρωτότυπο και τον επικοινωνιακό σκοπό. Να επισημάνουμε πως το ύφος είναι αυτό που διαφοροποιεί τον προφορικό και τον γραπτό λόγο στο ίδιο θεματικό πεδίο. Και αυτό που καθορίζει το ύφος είναι τα συμφοραζόμενα⁸⁸ ή το έμπειρο σύστημα, στο οποίο θα ενταχθεί η γνώση.

3.2 Μετάφραση (οικονομικών κειμένων): Επικοινωνία γνώσεων πέρα από τα όρια των (οικονομικών) πολιτισμών^{89, 90}

Θα ξεκινήσουμε την ενότητα με τα λόγια του Cronin (2007: 96) που σαφώς παραπέμπουν στην επίτευξη οικονομικού αποτελέσματος της μετάφρασης:

Και όμως, η μετάφραση δεν είναι τίποτε άλλο από τη δημιουργία σχέσεων, οι οποίες συνδέουν πολιτισμούς και γλώσσες και διαμορφώνουν τις συνθήκες για ανοιχτή ανταλλαγή αγαθών, τεχνολογιών και ιδεών.

Τα παραπάνω λόγια μάς βάζουν σε σκέψεις για το τι θα συνέβαινε εάν δεν υπήρχε σωστή μετάφραση. Θα υπήρχε σε αυτή την περίπτωση, άραγε, οικονομική συναλλαγή, και, εάν ναι, ποια θα είναι η ποιότητα αυτής και τι είδους αξιοπιστία θα εμπνέει;

⁸⁸ Συνιστούμε η ενότητα αυτή να διαβαστεί σε συνδυασμό με την ενότητα για την *Κριτική Ανάλυση του Λόγου (ΚΑΛ)*, στο Κεφάλαιο 4.

⁸⁹ Ένα πρόβλημα ασυμβατότητας των γλωσσών: Στο βιβλίο χρησιμοποιείται ο όρος *επικοινωνία γνώσεων*, αγγλιστί *knowledge communication*. Στις σελίδες του βιβλίου ο αναγνώστης θα συναντήσει τα ρήματα *ανταλλάσσω* ή *μεταβιβάζω*, που αποφασίσαμε να χρησιμοποιούμε για το αγγλικό ρήμα *communicate*. Διστάζουμε να εισάγουμε το ρήμα *επικοινωνώ* ως μεταβατικό.

⁹⁰ Αντίστοιχο πλαίσιο έχουμε αναπτύξει για την εξέταση της μετάφρασης και της διερμηνείας στο δίκαιο. Βλ. σχετικά Βλαχόπουλο, 2014.

Επίσης, ο Cronin μας κάνει να αναρωτηθούμε πώς η μετάφραση και η σημασία της για οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα θα γίνει ορατή και σε αυτούς που δεν ανήκουν στον περιορισμένο χώρο των μεταφρασεολόγων ή των επαγγελματιών μεταφραστών, οι οποίοι στην Ελλάδα έχουν ελάχιστη απήχηση ως επαγγελματική ομάδα. Στη μικρή Ελλάδα, με τη μικρή γλώσσα, αλλά τις τεράστιες οικονομικές και επιχειρηματικές δυνατότητες, όπου θα περίμενε κανείς οι μεταφραστές και το έργο τους να γνωρίζουν ιδιαίτερη επαγγελματική αναγνώριση. Δυστυχώς, και ακατανοήτως, για μια μικρή χώρα που θέλει να συμμετέχει στον μεγάλο κόσμο, ακριβώς το αντίθετο φαίνεται να συμβαίνει.

Προς επίρρωση, παραθέτουμε παρακάτω τις διαπιστώσεις του Spillner (2002:152-153), ο οποίος καταγράφει την απόκλιση μεταξύ των οικονομικών πολιτισμών στο επίπεδο των κειμένων και καλεί τις επιχειρήσεις να οπλιστούν ανάλογα: Ο Spillner παρατηρεί, μετά από την εξέταση γερμανικών, γαλλικών και φινλανδικών οικονομικών κειμένων, πως υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις στην υλοποίηση της επικοινωνίας – κατάσταση που αντανακλάται στη διαφορετική δόμηση των αντίστοιχων ειδών κειμένου. Ο Spillner παροτρύνει δε την εντατικοποίηση της διερεύνησης τέτοιων αποκλίσεων και διατυπώνει την άποψη πως όσο δεν θα υπάρξει εναρμόνιση στη διεθνή διακίνηση εμπορευμάτων πρέπει οι επιχειρήσεις να έχουν λάβει τα μέτρα τους όσον αφορά την τεκμηρίωση:

Trotz internationaler Standardisierung sind im Bereich der Wirtschaftskommunikation insbesondere im Bereich der Konsumenteninformation beträchtliche Unterschiede zu erkennen. Sie lassen sich vor allem dann erkennen, wenn unterschiedliche, zum Teil von nationaler Rhetorik geprägte Textsortenkonventionen bestehen oder wenn auf unterschiedliche Mittel der Adressatenansprache und der Popularisierung recurriert wird. Solche Unterschiede sind für die Kontrastive Pragmatik von Interesse. Solange im internationalen Warenaustausch keine vollständige Nivellierung stattgefunden hat, besteht auch ein praktisches Interesse für Export und Import. Die Wirtschaft hat sich bei Geschäftsverhandlungen, in der Handelskorrespondenz, für die Produktpräsentation, zum Zweck der Werbung und im Hinblick auf die Technische Dokumentation auf solche interkulturellen Unterschiede einzustellen.

Δεν είναι μόνο η επικοινωνία στο πλαίσιο των συναλλαγών με πελάτες όπου συναντάμε τη μετάφραση στην οικονομία. Και η μετάφραση στο πλαίσιο πολυεθνικών μπορεί να αποτελέσει πρόκληση λόγω της διαφορετικής θεώρησης των αξιών της επιχείρησης, ανάλογα με την τοποθεσία. Αυτό γεννά προβλήματα σχετικά με την εταιρική ταυτότητα της πολυεθνικής (Ciuk/James, 2014). Ανάλογο ζήτημα περιγράφει η Boxenbaum (2006) στην εργασία της. Εκείνη περιγράφει πως μια νέα έννοια αμερικανικής προέλευσης (*Diversity Management*) εισήχθη –εκουσίως– μέσω της μετάφρασης στον πολιτισμικά διαφορετικό χώρο της διοίκησης στη Δανία. Η ετοιμότητα των επιχειρήσεων να αντιμετωπίσουν πολιτισμικές και επικοινωνιακές προκλήσεις είναι το ζητούμενο στον πλανήτη, όπου οι οικονομικοί πολιτισμοί διαμορφώνουν ποικιλομορφία επικοινωνιακών πλαισίων, που κάθε άλλο παρά παράλληλα είναι.

Η μετάφραση δεν μπορεί να είναι απλώς η μεταφορά λέξεων από τον έναν πολιτισμό στον άλλον: Φάνηκε στα όσα έχουμε γράψει στο πρώτο κεφάλαιο πως πρόκειται για διαδικασία που από μια αφετηρία μπορεί να δώσει ποσοτικά και ποιοτικά διαφοροποιημένα προϊόντα. Σε ποια μορφή μεταφράσματος θα καταλήξει ο μεταφραστής εξαρτάται από τις γενικότερες συνθήκες επικοινωνίας και τα δεδομένα του (οικονομικού) πολιτισμού-στόχος. Τα προηγούμενα αντανακλώνται στο λόγια του Larson (1998: 3), ο οποίος μας λέει πως η μετάφραση δεν είναι παρά η αλλαγή μορφής:

Translation consists of studying the lexicon, grammatical structure, communication situation and cultural context of the source language text, analyzing it in order to determine its meaning and then reconstructing this same meaning using the lexicon and grammatical structures which are appropriate in the receptor language and its cultural context.

Συνεπώς: Από τη μια, η μετάφραση είναι η σύναψη σχέσεων σύμφωνα με τον Cronin. Από την άλλη, η μετάφραση συνιστά αλλαγή μορφής ενός νοήματος σύμφωνα με τα λόγια του Larson. Γιατί, όμως, η δημιουργία των (διαπολιτισμικών) σχέσεων προαπαιτεί την αλλαγή μορφής; Έχουμε ήδη εξηγήσει το πολιτισμικό και επικοινωνιακό πλαίσιο στο οποίο λειτουργεί ο μεταφραστής, στο πρώτο κεφάλαιο. Στη συνέχεια θα το εξειδικεύσουμε:

Προφανώς, η μετάφραση συνιστά κρίκο στην αλυσίδα για την επίτευξη απώτερου αποτελέσματος, το οποίο επιδιώκεται από τον εντολέα ή κάποιο τρίτο πρόσωπο (Stellbrink, 1985: 26). Ο μεταφραστής μπορεί να παράγει μόνον εφόσον γνωρίζει τι και πώς θα το παράγει. Ο εντολέας που εκκινεί τη διαδικασία της μετάφρασης⁹¹ συνήθως με την εντολή που δίνει σε κάποιον μεταφραστή ορίζει τον σκοπό για τον οποίο θα χρησιμοποιηθεί το τελικό κείμενο. Ο εντολέας, χαρακτηρίζοντας τον παραλήπτη και τη λειτουργία που θα υπηρετήσει το μετάφρασμα, οριοθετεί το πλαίσιο στο οποίο θα ενεργήσει ο μεταφραστής.⁹² Τόσο η διαφορετική ομάδα αποδεκτών όσο και η συχνή ανυπαρξία συμμετρικών δομών που εκφράζουν το ίδιο νόημα στο σύστημα-στόχος αναγκάζουν τον μεταφραστή να προβεί σε επιλογές η φύση των οποίων θα φανεί στη συνέχεια του κεφαλαίου. Σχετικά με τις επιλογές, ο Zhong (2002: 4) περιγράφει αυτό που συμβαίνει ως εξής:

Translation is rarely an accurate transmission or reincarnation of the original meaning. As a matter of fact, whether equivalence can be achieved or not is off the point to me. A more relevant question is which of the many meanings to select and to translate and how to represent the selected meaning, as I am aware that, by selective interpretation and representation, translation legitimates only one single meaning at the expense of many alternative meanings.

Άρα, η μετάφραση προϋποθέτει μετασχηματισμούς: Μια θεώρηση που να εγκλωβίζεται σε μια γραμμική σχέση μεταξύ κειμένου-πηγή και του προϊόντος δεν ανταποκρίνεται στη σύνθετη υφή της μετάφρασης. Τα λόγια του Zhong αλλά και του Larson που παραθέτουμε στην αρχή του κεφαλαίου υπαινίσσονται την αναγκαιότητα ευρύτερης οπτικής για το πώς παράγεται, μεταφέρεται και προσλαμβάνεται η γνώση, αρχικά ενδοπολιτισμικά και στη συνέχεια διαπολιτισμικά: Ο μεταφραστής, στον ρόλο του αποδέκτη του κειμένου, διαπιστώνει τις πιθανές διαφορετικές σημασίες του πρωτότυπου μηνύματος και, λαμβάνοντας υπόψη τις επικοινωνιακές παραμέτρους, καταλήγει στην επικρατούσα σημασία. Η επιλογή της δεδομένης σημασίας έναντι των πιθανών εναλλακτικών έγινε δυνατή αφού ο μεταφραστής εξέτασε τη μεταβιβαζόμενη γνώση στο πλαίσιο των διαμορφωμένων συνθηκών επικοινωνίας. Άρα, ο μεταφραστής είναι ο πρώτος που (ανα-) συγκρότησε τη γνώση του μηνύματος-πηγή σε γνώση –αρχικά σε δική του, και, στη συνέχεια, τη μεταβίβασε στον τελικό αποδέκτη– προφανώς, με τρόπο τέτοιο, που να διευκολύνει την αξιοποίησή της από τον αποδέκτη του μεταφράσματος.

3.2.1 Λειτουργικές προσεγγίσεις στη μετάφραση και διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων

Μέχρι τώρα έχουμε εξηγήσει τι είναι μετάφραση, τι είναι ειδική γλώσσα, ειδική επικοινωνία και τι είναι επικοινωνία γνώσεων. Έχουμε περιγράψει γιατί μια μετάφραση μπορεί να μην είναι ίδια με κάποια άλλη και για ποιους λόγους μπορεί να διαφοροποιούνται μεταφράσματα του ίδιου πρωτοτύπου. Έχουμε δει ότι η διαφορετική κατάταξη των πολιτισμών, κατά συνέπεια και των οικονομικών πολιτισμών, δημιουργεί ασυμμετρίες που γίνονται ορατές, όταν, στην προσπάθειά μας να μεταβιβάσουμε γνώσεις από το ένα σύστημα στο άλλο, συγκρίνουμε.

Συνοψίζοντας τα βασικά σημεία όσων έχουμε εκθέσει μέχρι τώρα, διακρίνεται ότι ο μεταφραστής που δραστηριοποιείται στον χώρο της οικονομίας έρχεται αντιμέτωπος με

- δύο οικονομικά συστήματα, ως έμπειρα συστήματα, με διαφορετική εσωτερική δομή και ιεράρχηση των εννοιών,
- δύο πολιτισμούς και δύο γλώσσες που οι διαφορές τους αποτρέπουν την ευθεία αντιπαραβολή δομών και όρων,
- δύο τουλάχιστον μέρη που επιθυμούν να επικοινωνήσουν,
- διαφορετικό επίπεδο γνώσεων μεταξύ αποδέκτη και εντολέα και
- (ενδεχομένως) διαφοροποιημένο σκοπό του μεταφράσματος.

⁹¹ Μεταφραστική διαδικασία ή διαδικασία της μετάφρασης είναι το σύνολο των ενεργειών στις οποίες καταφεύγει συγκεκριμένος μεταφραστής κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες, ώστε ένα συγκεκριμένο κείμενο-πηγή να μεταφραστεί και να δώσει συγκεκριμένο μεταφραστικό αποτέλεσμα (Krings, 1988: 393).

⁹² Βλ. Nord, **Error! Bookmark not defined.** 1988: 4.

Η δε δυναμικότητα του μεταφραστικού προϊόντος, ότι, δηλαδή, το ίδιο πρωτότυπο μπορεί να μεταφραστεί πιστά ή ακριβώς, περιληπτικά ή/και αποσπασματικά κ.λπ. αποτελεί παράγοντα που χρήζει ιδιαίτερης προσοχής. Άρα, το ότι το ίδιο πρωτότυπο μπορεί να καταλήξει σε, ποσοτικά ή και ποιοτικά, διαφοροποιημένα μεταφράσματα το μετατρέπει σε πηγή μιας δεδομένης ποσότητας πληροφοριών που αποδίδεται από τον μεταφραστή ή τον διερμηνέα στον πολιτισμό-στόχος, υπό το φως κάποιου επιδιωκόμενου αποτελέσματος.

Όταν η Reiß (1971) πρότεινε μια θεωρία για τη μετάφραση που λαμβάνει υπόψη όχι μόνο την τυπολογία του κειμένου αλλά και τη λειτουργία του μεταφράσματος,⁹³ έστρεψε την προσοχή των ειδικών στις πραγματολογικές πτυχές της επικοινωνίας που συντελούνται μέσω της μετάφρασης και απομάκρυνε τις σκέψεις τους από τις γλωσσολογικές θεωρίες που είχαν αναπτυχθεί νωρίτερα. Η άποψή της αποτελεί και την καρδιά της επιχειρηματολογίας της *Θεωρίας του σκοπού*⁹⁴ (*Skopostheorie*), που ανέπτυξε με τον γερμανό μεταφρασεολόγο Vermeer (Reiß & Vermeer, 1984) αργότερα: Σύμφωνα με τη Θεωρία του Σκοπού, η μετάφραση είναι συνάρτηση του σκοπού της⁹⁵ και αποτελεί προσφορά πληροφοριών σε έναν πολιτισμό-στόχος και στη γλώσσα αυτού σχετικά με μια προσφορά πληροφοριών από έναν πολιτισμό-πηγή (Reiß & Vermeer, 1984: 119). Η Θεωρία του Σκοπού προχωρεί παραπέρα και χαρακτηρίζει τη μετάφραση μεταφορά πολιτισμικών στοιχείων. Οι Reiß & Vermeer (Reiß & Vermeer, 1984: 26) υποστηρίζουν ότι ο μεταφραστής δεν ενδιαφέρεται ούτε για αντικειμενική πραγματικότητα ούτε για *αλήθειες*. Αυτό που ενδιαφέρει τον μεταφραστή είναι η αξία ενός ιστορικού γεγονότος, πώς αυτό εκδηλώνεται στους κόλπους ενός κειμένου που ανήκει σε δεδομένο πολιτισμό, καθώς και η αλλαγή της αξίας κατά τη μετάφραση του κειμένου. Προκειμένου να παρακολουθεί και να αξιολογεί τη μεταβολή στην αξία του ιστορικού γεγονότος, ο μεταφραστής πρέπει να γνωρίζει τόσο τον πολιτισμό-πηγή όσο και τον πολιτισμό-στόχο. Η αξία ενός γεγονότος μπορεί να βιώνεται από πολιτισμό σε πολιτισμό διαφορετικά.

Άρα, η μετάφραση προκαλεί τη μετατόπιση των πολιτισμικών φορτίων του πρωτότυπου μηνύματος κατά την απόδοσή τους στον πολιτισμό-στόχο. Ο μεταφραστής, κατά τους Reiß & Vermeer, εκθρονίζει το πρωτότυπο και είναι απαλλαγμένος από την υποχρέωση να αναπαραγάγει το κείμενο-πηγή στον πολιτισμό-στόχο. Με το θεωρητικό οικοδόμημα που πρότειναν οι Reiß & Vermeer ουσιαστικά αναβαθμίζεται ο μεταφραστής και ο διερμηνέας σε παραγωγό του μεταφράσματος· αυτό το νέο κείμενο συστήνεται με το πληροφοριακό υλικό που παρέχει το πρωτότυπο κείμενο, υπό το φως των περιορισμών που θέτουν η λειτουργία του μεταφράσματος αλλά και τα πολιτισμικά δεδομένα του πολιτισμού στον οποίο θα ενταχθεί (Reiß & Vermeer, 1984: 76).

Προεκτείνοντας τον συλλογισμό των εν λόγω μεταφρασεολόγων, επιβεβαιώνεται ότι το κάθε κείμενο-πηγή μπορεί να μεταφραστεί με εναλλακτικούς τρόπους, ανάλογα με την επιθυμητή χρήση του μεταφράσματος, και να προσλάβει διαφορετική ποιοτική και ποσοτική οντότητα. Αυτό, εξάλλου, επιβεβαιώνεται και από την πρακτική, όπως φάνηκε στις προηγούμενες ενότητες. Με άλλα λόγια, ο σκοπός που το μετάφρασμα καλείται να επιτελέσει είναι αυτό που καθορίζει και την τελική μορφή του.

Παραλληλίζοντας τα παραπάνω με τον ορισμό της επικοινωνίας γνώσεων, μπορούμε να συμπεράνουμε τα εξής: Τόσο ο Erppler (2001:292), που θεωρεί ότι η επικοινωνία γνώσεων είναι επιτυχής όταν η γνώση, η εμπειρία ή η δεξιότητα αναδομήθηκε επιτυχώς, χάρη στις προσπάθειες που κατέβαλε ο κοινωνός αλλά και ο αποδέκτης προκειμένου να (ανα-)δομήσει τη σημασία του μηνύματος, όσο και οι Reiß & Vermeer, που βλέπουν το πρωτότυπο κείμενο ως πηγή πληροφοριών που χρησιμοποιούνται από τον μεταφραστή στη δόμηση του λειτουργικού κειμένου-στόχου, αναφέρονται

- α. στην ανταλλαγή πληροφοριών ή γνώσεων,
- β. σε αναδόμηση κειμενικής πραγματικότητας σε άλλες επικοινωνιακές συνθήκες, και
- γ. αφήνουν χώρο για την παρέμβαση του κοινωνού και μεταφραστή, ώστε να μεταβιβαστεί καταλλήλως το πληροφοριακό φορτίο του πρωτότυπου μέσα από την αναδόμηση της κειμενικής πραγματικότητας

Η Θεωρία του Σκοπού δέχτηκε σφοδρή κριτική,⁹⁶ κυρίως επειδή

⁹³ Βλ. Reiß, 1971: 32.

⁹⁴ Για εμπειρισταωμένη περιγραφή και κριτική της Θεωρίας του σκοπού στα Ελληνικά, βλ. Κεντρωτή, 1996: 71-75.

⁹⁵ Βλ. Reiß & Vermeer, 1984: 116. Trl.= Translat (μετάφρασμα), f= Funktion (λειτουργία), sk= Skopos.

⁹⁶ Βλ. σχετικά: Kelletat, 1987· Schreiber, 1993· Stolze, 1992 και 2008.

- α. ανάγει τον μεταφραστή σε συν-συγγραφέα,
- β. αφήνει ανεξέλεγκτα περιθώρια παρέμβασης, και επειδή
- γ. κηρύττει την απομάκρυνση από τη βάση, το πρωτότυπο.

Το να βρεθούν επιχειρήματα που να καταρρίπτουν τις αντιρρήσεις στην εφαρμογή λειτουργικών προσεγγίσεων στη μετάφραση –και δη οικονομικών κειμένων– δεν είναι δύσκολο: Από τη μια, η υψηλή αφαίρεση των επιχειρημάτων και η μεταφραστική πράξη, από την άλλη, στηρίζουν τις λειτουργικές προσεγγίσεις.

Η εφαρμογή λειτουργικών προσεγγίσεων⁹⁷ φαίνεται να προσφέρεται λόγω της ποικιλομορφίας των πιθανών εναλλακτικών αποδόσεων που πρέπει να παράξει ο μεταφραστής, των πιθανών συστημάτων στα οποία θα ενσωματωθούν οι γνώσεις. Καταρρίπτει την αντίληψη της μοναδικής αποδεκτής λύσης και απεγκλωβίζει τον μεταφραστή στις περιπτώσεις όπου διαφορετικές προσλαμβάνουσες του αποδέκτη ή τα δεδομένα του (οικονομικού) πολιτισμού-στόχος καθιστούν αδύνατη την εύρεση του μοναδικού και τέλειου ισοδυνάμου. Ο Κελάνδριας (2007:159) γράφει, στηρίζοντας την παραγωγή λειτουργικών μεταφρασμάτων:

Η διαχείριση των μεταφραστικών προβλημάτων, τα οποία θέτει ένα προς μετάφραση κείμενο, τόσο σε επίπεδο επιμέρους γλωσσικών μονάδων όσο και σε επίπεδο ενότητων έκφρασης γίνεται κάθε φορά με διαφορετικό τρόπο, ανάλογα με την επιδιωκόμενη λειτουργία του μεταφράσματος στον πολιτισμό και τη γλώσσα αφίξεως.

Δεν μπορούμε, συνεπώς, να αρνηθούμε ότι μια λειτουργική προσέγγιση, όπως η Θεωρία του Σκοπού, μας επιτρέπει να εξετάσουμε τη μετάφραση κειμένων ιδιαίτερης πολιτισμικότητας και να απεγκλωβιστούμε από τη λογική της κατά-λέξη μετάφρασης και να εστιάσουμε στη σκοπιμότητα της επικοινωνίας.

3.2.2 Περί της ψευδαίσθησης του μοναδικού ισοδυνάμου⁹⁸

Στη συνέχεια, θα εκθέσουμε τις βασικές θέσεις που έχουν διατυπωθεί σε σχέση με το ισοδύναμο, την ψευδαίσθηση ότι για κάθε λέξη του δικού μας πολιτισμού (πρέπει να) υπάρχει και μία λέξη και στους άλλους πολιτισμούς. Νομίζουμε πως αυτή την αντίληψη την έχει ήδη αναθεωρήσει ο αναγνώστης που έφτασε μέχρι το σημείο αυτό του βιβλίου.

Τι ισχύει, όμως, στις μεταφράσεις ειδικών κειμένων, όπου απομονώνονται μεμονωμένοι όροι ή άλλες λέξεις ή ακόμα και προτάσεις και συγκρίνονται εκτός κειμένου; Θα αρχίσουμε τη συζήτηση του ζητήματος με μια αναφορά στη γενική μεταφρασεολογία, προτού εξετάσουμε πώς βλέπει η ειδική βιβλιογραφία το θέμα αυτό. Μια σύντομη ιστορική αναδρομή στη βιβλιογραφία της γενικής μεταφρασεολογίας και αντιπαραβολή με την αντίστοιχη βιβλιογραφία που θεραπεύει τη μετάφραση νομικών κειμένων θα δείξει μια παράλληλη πορεία. Ιστορικά, η έννοια της *ισοδυναμίας* καταλαμβάνει κεντρική θέση στη θεωρία της μετάφρασης,⁹⁹ έχει περιγραφεί ποικιλοτρόπως, έχει γεννήσει αντιφάσεις (Wilss, 1977: 156). Στη σχετική βιβλιογραφία η έννοια της ισοδυναμίας σμιλεύεται μέσα από τα γραπτά των μεταφρασεολόγων και μεταβάλλεται ανάλογα με την εκάστοτε θεώρηση του μεταφραστικού φαινομένου.

Η *ισοδυναμία* υιοθετήθηκε στη δεκαετία του 1950, με αφορμή την ανάπτυξη της μηχανικής μετάφρασης, και χρησιμοποιείτο για να δηλώσει την αντιστρεψιμότητα του μεταφραστικού αποτελέσματος. Την εποχή εκείνη δήλωνε, δηλαδή, μια σχέση 1:1 (Grzymisch-Arbogast, 2001: 228). Αργότερα ο Nida (Nida, 1964: 159) προσέγγισε την έννοια από λειτουργικής πλευράς, διακρίνοντας μεταξύ *τυπικής ισοδυναμίας* (formal equivalence) και *δυναμικής ισοδυναμίας* (dynamic equivalence). Η μεν πρώτη αναφέρεται στη σχέση μεταξύ μορφής και περιεχομένου του πρωτοτύπου και του μεταφράσματος, ενώ η δεύτερη αναφέρεται στις προσδοκίες του παραλήπτη. Ανάλογη διάκριση κάνει ο Catford (1965), που διακρίνει μεταξύ *κειμενικής ισοδυναμίας* (textual equivalence), που αναφέρεται στην πραγμάτωση της επικοινωνίας, και της *τυπικής ισοδυναμίας* (formal correspondence), δηλαδή της σχέσης που αναπτύσσεται στο επίπεδο του συστήματος.

⁹⁷ Βλ. Garzone, 2000.

⁹⁸ Συνιστούμε η παρούσα ενότητα να διαβαστεί ως συνέχεια του πρώτου κεφαλαίου του βιβλίου, όπου εκτίθεται γιατί μια μετάφραση δεν μπορεί να είναι πάντα ίδια, γιατί το μετάφρασμα ενός κειμένου-πηγή μπορεί να διαφοροποιείται από δεύτερο μετάφρασμα του ίδιου πρωτοτύπου.

⁹⁹ Βλ. σχετικά Koller, 1992:189.

Αναλυτική περιγραφή της ισοδυναμίας κάνει ο Koller (1992: 214), ο οποίος περιγράφει πέντε πλαίσια ισοδυναμίας: δηλωτική, παραδηλωτική, κειμενική, πραγματολογική και τυπική ισοδυναμία. Η Snell-Hornby (1986: 13) επέκρινε τη μέχρι τότε θεώρηση της ισοδυναμίας ως πολύ γλωσσολογική¹⁰⁰ και την απέρριψε ως έννοια ακατάλληλη για τη θεωρία της μετάφρασης, λόγω της ανύπαρκτης στη μεταφραστική πρακτική συμμετρίας που υπαινισσόταν. Στη συνέχεια, η θεωρία της μετάφρασης, που διαμορφωνόταν ως επιστημονικός κλάδος, άρχισε να βλέπει την ισοδυναμία ως έννοια που όριζε το πλαίσιο αναφοράς μεταξύ του κειμένου-πηγή και του παραγόμενου κειμένου υπό το φως της επίτευξης του σκοπού της επικοινωνίας (Grzymisch-Arbogast, 2001: 228).

Τα τελευταία χρόνια οι λειτουργικές προσεγγίσεις αξιοποιούν την έννοια της *δημιουργικότητας*, για να εξηγήσουν τον τρόπο λειτουργίας του μεταφραστή κατά το πέρασμα από τον έναν πολιτισμό στον άλλον. Σαφέστατα, η δημιουργικότητα έχει θέση στη σύγχρονη μεταφρασεολογία. Ο Mackenzie έγραψε ότι έχει συζητηθεί στο παρελθόν και ότι οι μεταφραστές καταφεύγουν σε απροσδόκητα μέσα για να μεταφέρουν το νόημα (Mackenzie, 1998: 201). Για τον γερμανό μεταφρασεολόγο Kussmaul (2000), η δημιουργικότητα στη μετάφραση είναι το αποτέλεσμα μιας αναγκαστικής παρέμβασης στη ροή της μετάφρασης, η οποία καταλήγει σε μια λύση που μπορεί να αξιολογηθεί ως ορθή και νέα σε δεδομένη γλώσσα, σε δεδομένη χρονική στιγμή και στην προσπάθεια επίτευξης δεδομένου αποτελέσματος (Kussmaul, 2000:31).¹⁰¹

Το ερώτημα που παραμένει αναπάντητο είναι το εξής: Ποια είναι η σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ (στοιχείου του) πρωτοτύπου και (στοιχείου του) μεταφράσματος; Μετά τα όσα εκτέθηκαν, φάνηκε πως όροι όπως *ισοδυναμία* ή *αντιστοιχία* δεν είναι κατάλληλοι, διότι δηλώνουν μια αξιακή θεώρηση που δεν συνιστά παρά μόνο μια περίπτωση σχέσης μεταξύ πρωτοτύπου και μεταφράσματος – εκείνη κατά την οποία ένα γλωσσικό στοιχείο του πρωτοτύπου ταυτίζεται ή είναι αντίστοιχο (ότι αυτό σημαίνει) σε όλες τις γλωσσικές, πολιτισμικές και θεματικές εκφάνσεις με ένα γλωσσικό στοιχείο του μεταφρασμένου κειμένου. Ο όρος *ισοδυναμία* αδυνατεί, συνεπώς, να καλύψει εννοιολογικά το σύνολο των σχέσεων που μπορούν να γεννηθούν μεταξύ πρωτοτύπου και μεταφράσματος.

Από τη μια, η μετάφραση αποτελεί διαδικασία που είναι στενά συνυφασμένη με την επικοινωνιακή κατάσταση και το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα, και ως μορφή της επικοινωνίας γνώσεων αποβλέπει στην ελαχιστοποίηση ασυμμετριών γνώσης. Από την άλλη, το έργο του μεταφραστή είναι στενά συνδεδεμένο με τη φύση του μεταφραστικού εγχειρήματος, τα δεδομένα της επικοινωνιακής κατάστασης στην οποία θα ενταχθεί το μετάφρασμα και στα οποία έχει πρόσβαση ο μεταφραστής, τις δυνατότητες που έχει ο μεταφραστής να αξιοποιήσει τις πληροφορίες που του δίνονται και να τις επεξεργαστεί. Η δυναμική που αναπτύσσεται μεταξύ ενοτήτων του κειμένου-πηγή και των αντίστοιχων αποδόσεων που ενσωματώθηκαν στο μετάφρασμα, αλλά και μεταξύ του συνολικού πρωτοτύπου και του συνολικού κειμένου-στόχος, μπορεί να εκφραστεί μόνο από έναν όρο που έχει την ευελιξία του μεταφραστικού προϊόντος και υποδηλώνει ένα εύρος μεταβλητότητας. Σε προηγούμενο κείμενό μας είχαμε προτείνει την υιοθέτηση του όρου *επικοινωνιακή επάρκεια* (Βλαχόπουλος, 2010: 61-67).

Στο Βλαχόπουλος (2010) ορίζεται ως *επικοινωνιακή επάρκεια* η σχέση εκείνη που υπάρχει μεταξύ ενός δομικού στοιχείου του κειμένου-πηγή ή ολόκληρου του κειμένου-πηγή και ενός δομικού στοιχείου του μεταφράσματος ή του συνολικού μεταφράσματος, όταν το δομικό στοιχείο του μεταφράσματος ή το συνολικό μετάφρασμα πληροί τα κριτήρια αποδοχής του μεταφράσματος που, είτε σιωπηρά είτε ρητά, έχουν τεθεί από τον εντολέα.¹⁰² Βλέπουμε στην επικοινωνιακή επάρκεια ένα μεθοδολογικό εργαλείο που περιορίζεται στην περιγραφή των επιλογών του μεταφραστή, ενώ τα κριτήρια αποδοχής αναφέρονται στην αναγνώριση των λειτουργικών παραμέτρων της επικοινωνιακής επάρκειας από τον παραλήπτη του μεταφράσματος. Συνεπώς, η αλλαγή μιας συγκεκριμένης συνιστώσας της επικοινωνιακής κατάστασης ή ενός κριτηρίου αποδοχής πρέπει να επιφέρει και την αλλαγή της συνολικής σχέσης αναφοράς μεταξύ πρωτοτύπου και μεταφράσματος, δηλαδή πρέπει να έχει ως συνέπεια και τη μεταβολή της επικοινωνιακής επάρκειας.

Εφαρμόζοντας την επικοινωνιακή επάρκεια στην περίπτωσή μας, ο παραπάνω ορισμός λαμβάνει την εξής μορφή:

Επικοινωνιακή επάρκεια νοείται η σχέση εκείνη που υπάρχει μεταξύ ενός δομικού στοιχείου του κειμένου-πηγή ή ολόκληρου του κειμένου-πηγή και ενός δομικού στοιχείου του κειμένου-στόχος ή του συνολικού κειμένου-στόχος, όταν το δομικό στοιχείο του κειμένου-στόχος ή το συνολικό κείμενο-στόχος

¹⁰⁰ Βλ., επίσης, Gallagher 1998.

¹⁰¹ Για την έννοια της *δημιουργικότητας* στη μετάφραση, βλ. Βλαχόπουλο 2010.

¹⁰² Βλ. Βλαχόπουλο 2010, για μια συνολική θεώρηση του σκεπτικού που κατέληξε στον όρο της *επικοινωνιακής επάρκειας*.

επιτρέπουν την αναδόμηση της γνώσης, της εμπειρίας ή της δεξιότητας από τον αποδέκτη του μηνύματος σύμφωνα με τη σκοπιμότητα της επικοινωνίας.

Σύμφωνα με τον ανωτέρω ορισμό, και προκειμένου να εξετάσουμε κάποιο στοιχείο του μεταφράσματος και να το συγκρίνουμε με το στοιχείο του πρωτοτύπου ή αντίστροφα, πρέπει να διασφαλίζεται πως η απομόνωση του στοιχείου από τα συμφραζόμενα και το συγκείμενο δεν επηρεάζει τη δυνατότητα αναδόμησης της γνώσης που πρεσβεύει. Η αξιολόγηση γλωσσικού υλικού εκτός κειμένου ή – ακόμα χειρότερα– εκτός συστήματος αποτελεί αναξιόπιστη διαδικασία.

3.2.3 Η μετάφραση οικονομικών κειμένων ως διαπολιτισμική ειδική επικοινωνία γνώσεων

Η μετάφραση ειδικών κειμένων, και προκειμένου να δομηθούν οι σχέσεις που καλείται να υπηρετήσει ο μεταφραστής, συνιστά μεταφορά του νοήματος με άλλη μορφή στον πολιτισμό-στόχος. Και στην περίπτωση της μετάφρασης οικονομικών κειμένων ισχύουν για την πρώτη φάση της μετάφρασης όσα ισχύουν γενικότερα για την ειδική επικοινωνία και την επικοινωνία γνώσεων ειδικότερα. Αναπαράγουμε τα λόγια του γερμανού γλωσσολόγου Hoffmann (1993: 614), που, ουσιαστικά, ταυτίζονται με τις απόψεις του Eppler, που παρατέθηκαν στην ενότητα 3.1.1:

Fachkommunikation ist die von außen oder von innen motivierte bzw. stimulierte, auf fachliche Ereignisse oder Ereignisabfolgen gerichtete Exteriorisierung und Interiorisierung von Kenntnissystemen und kognitiven Prozessen, die zur Veränderung der Kenntnissysteme beim einzelnen Fachmann und in ganzen Gemeinschaften von Fachleuten führen.

Ο Hoffmann ορίζει την ειδική επικοινωνία ως την εξωτερίκευση ή εσωτερίκευση συστημάτων γνώσεων και γνωστικών διαδικασιών που σχετίζονται με εξειδικευμένα γεγονότα και ακολουθίες γεγονότων, μετά από εξωτερικό ή από εσωτερικό ερέθισμα, που οδηγούν σε μεταβολή των συστημάτων γνώσεων στο μεμονωμένο ειδικό ή σε ολόκληρες κοινότητες ειδικών ή και σε μη ειδικούς. Ο Engberg (2010: 53) ορθά επισημαίνει πως ο ανωτέρω ορισμός της ειδικής επικοινωνίας εστιάζει στη συνολικότητα της επικοινωνίας, στις γνωστικές διεργασίες, στα γνωσιακά συστήματα, στον μεμονωμένο χρήστη και στη δυναμικότητα της σημασίας. Ο ορισμός αυτός σκιαγραφεί τη θεμελιώδη σημασία της ειδικής, θεματικής γνώσης, ως τμήματος της πραγματικότητας που τυγχάνει γνωστικής επεξεργασίας και αποθήκευσης: Ο ειδικός φαίνεται να προσλαμβάνει τη νέα γνώση με τη βοήθεια της υπάρχουσας, να μεταβάλλει το γνωσιακό του σύστημα και να αναθεωρεί, να αναδομεί, τις σημασίες των εννοιών, αξιολογώντας τα νέα δεδομένα. Μην ξεχνάμε τα λόγια των Buhlmann/Fearns (2000: 13) για τη γνωστική υφή της ειδικής γλώσσας:

... LSP is therefore linked to the thought elements of the field that the technical terms exist in – the thought structures of the field and the customary communication structures of the discipline.

Συνεπώς, τα κείμενα ενός επιστημονικού ή επαγγελματικού πεδίου, τα οποία αποτελούν αντανάκλαση των γνωστικών και γνωσιακών δομών στο εν λόγω πεδίο, προαπαιτούν και προεξοφλούν συγκεκριμένη κατανόηση. Επαναλαμβάνουμε αυτό που έως τώρα έχει γίνει κοινός τόπος: Ο ειδικός κατανοεί τη νέα γνώση στηριζόμενος στην υπάρχουσα και τροποποιεί το γνωσιακό του σύστημα. Αυτό επιβεβαιώνεται και σε μακροκλίμακα, τόσο από εκπροσώπους των επιστημών της επικοινωνίας που διενεργούν τις έρευνές τους στον χώρο της διοίκησης επιχειρήσεων, όπως ο Eppler και οι Tsoukas/Vladimirov, όσο και από γλωσσολόγους, όπως ο Hoffmann και οι Buhlmann /Fearns. Σε μικροκλίμακα η άποψη αυτή στηρίζεται από τη θέση του Widdowson, η οποία αντανakλάται στα λόγια του πως *no text is an island*.¹⁰³ Η Johns (1997: 35) ερμηνεύει τη ρήση του Widdowson ως εξής:

Individual texts are influenced by previous experiences of all kinds, with texts of the same genre and with texts and spoken discourses from outside the genre. Experienced readers and writers draw from their previous genre knowledge and experiences to process a text within a specific context. In every

¹⁰³ Πηγή: Johns (1997: 35).

discipline, experienced writers defend or reject hypotheses, methods, theories, and practices they have read about in other texts. In their classes, students' essay examination responses generally refer to the assigned readings, lectures, and discussions. The students' textbooks are also highly intertextual, drawing from the literature in the discipline and often from other textbooks. We can safely say that every academic text draws from and depends on other texts and discursial experiences in some way, and thus is intertextual.

Ο Widdowson μας λέει το προφανές πια, πως τα μεμονωμένα κείμενα είναι συνδεδεμένα μεταξύ τους μέσω προηγούμενων εμπειριών μέσα στο θεματικό πεδίο, αλλά και πέρα από αυτό, δηλαδή μέσα και πέρα από τα όρια ενός έμπειρου συστήματος. Η αντίληψη ενός κειμένου (προ-) καθορίζεται από την κατανόηση των δεδομένων πληροφοριών από άλλα κείμενα, που χρονικά προηγήθηκαν. Άρα, η κατάλληλη επικοινωνία προϋποθέτει τη γνωστική και γνωσιακή συμμετοχή στο δεδομένο δίκτυο που δημιουργεί το προϋπάρχον έμπειρο σύστημα. Χάριν παραστατικότητας: Το κείμενο που τυγχάνει ανάγνωσης σε χρόνο β προσεγγίζεται με βάση τις γνώσεις που αποκτήθηκαν από τα κείμενα προγενέστερου χρόνου α. Επίσης, αντιλαμβανόμαστε πως το κείμενο του χρόνου β εντάσσεται στο γνωστικό και γνωσιακό πλαίσιο που έχουν δημιουργήσει τα προγενέστερα κείμενα και το τροποποιεί.

Τι σημαίνουν όσα εκθέσαμε στην ενότητα αυτή για τη μετάφραση και, κυρίως, για τον μεταφραστή των οικονομικών κειμένων; Όπως αναφέρθηκε λίγο πριν, ο μεταφραστής, ως ένας αρχικός κρίκος στην αλυσίδα της επικοινωνίας,¹⁰⁴ εσωτερικεύει όσα περιγράφονται στο πρωτότυπο, μετά από ερέθισμα που δέχτηκε από τον εντολέα. Δηλαδή, όσα προσλαμβάνει εντάσσονται στο δικό του γνωσιακό υπόβαθρο. Κατανοεί με βάση τις γνώσεις που έχει.

Και ο μεταφραστής χρησιμοποιεί τη γνώση που έχει, για να μπορέσει να κατανοήσει το νέο τμήμα της που προσφέρει το πρωτότυπο κείμενο. Η γνώση που προσλαμβάνει τροποποιεί το γνωσιακό του σύστημα. Οποιαδήποτε έλλειψη γνώσης αποτελεί εμπόδιο στην κατανόηση του πρωτότυπου κειμένου. Ο μεταφραστής καλείται να συμπληρώσει τις γνώσεις που απαιτούνται, για να κατανοήσει μέσω της τεκμηρίωσης. Μόνο εφόσον αποκτήσει γνώση του περιεχομένου του πρωτοτύπου και τροποποιήσει το δικό του γνωσιακό σύστημα, μπορεί να προχωρήσει, στη συνέχεια, στην εξωτερίκευση της γνώσης σε άλλη γλώσσα, σε άλλον πολιτισμό και, ενδεχομένως, υπό διαφοροποιημένες συνθήκες επικοινωνίας. Εφόσον ο μεταφραστής προσλαμβάνει τη γνώση ως κομμάτι της πραγματικότητας, όπως κατά την ερμηνεία του αντανakλάται στο πρωτότυπο, επακόλουθο είναι πως και εκείνος με τη σειρά του θα μεταβιβάσει στον πολιτισμό-στόχος αυτό το τμήμα της πραγματικότητας υπό το φως συγκεκριμένων επικοινωνιακών συνθηκών, για να ενσωματωθεί στο γνωσιακό σύστημα του αποδέκτη.

Στο σημείο αυτό, θα ορίσουμε τη μετάφραση οικονομικών – και άλλων ειδικών – κειμένων ως την

ειδική διαπολιτισμική επικοινωνία, ασύμμετρη ή συμμετρική, που συντελείται με τη μεταβίβαση των γνώσεων που περιλαμβάνονται σε ένα ειδικό κείμενο-πηγή σε ένα κείμενο-στόχος, το οποίο είναι ενταγμένο σε διαφορετικό πολιτισμό και με σκοπό την επίτευξη επικοινωνιακής επάρκειας χάρη στη μεταβολή του γνωσιακού συστήματος του αποδέκτη.

Ο ορισμός που δίνουμε στην οικονομική και, κατ' επέκταση, στην ειδική επικοινωνία γενικότερα ανταποκρίνεται στις γνωσιακές, γνωστικές, πολιτισμικές και επικοινωνιακές παραμέτρους που έχουμε επεξεργαστεί μέχρι τώρα. Δέχεται τη μετάφραση ειδικών κειμένων ως διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων.

3.3 Τεκμηρίωση και μετάφραση οικονομικών κειμένων

Η μεταβίβαση των γνώσεων συνιστά (εκούσια) πράξη μεταφοράς και οικοδόμησης νέας γνώσης, αξιολογήσεων, εμπειριών ή δεξιοτήτων (Erppler, 2007: 291). Κατά τον Erppler, η επικοινωνία γνώσεων θεωρείται επιτυχής, όταν η γνώση, η εμπειρία ή η δεξιότητα μεταβιβάστηκε επιτυχώς, χάρη στις προσπάθειες που κατέβαλε ο κοινωνός, αλλά και ο αποδέκτης, προκειμένου να (ανα-)δομήσει τη σημασία του μηνύματος (2007: 292). Δηλαδή, ο ορισμός της επικοινωνίας γνώσεων αναφέρεται σε μεταβολές γνωσιακών συστημάτων χάρη στην αναδόμηση της μεταβιβαζόμενης γνώσης, που γίνονται για κάποιο λόγο. Ο

¹⁰⁴ Ο Picht (1996) χαρακτήρισε τη μετάφραση *intersprachliche Fachkommunikation*, ελληνιστί *διαγλωσσική ειδική επικοινωνία*.

μεταφραστής δεν είναι μόνον αυτός που φροντίζει για τη μεταβίβαση γνώσεων προς τρίτους. Αντίθετα, λαμβάνει όλα τα μέτρα εκείνα που απαιτούνται, προκειμένου ο ίδιος να αναδομήσει τις γνώσεις ενός κειμένου. Για να το πετύχει αυτό, καταφεύγει στην τεκμηρίωση.

Δεν μπορούμε παρά να συμφωνήσουμε με την άποψη του Kautz¹⁰⁵ ότι μια σημαντική δεξιότητα του μεταφραστή είναι αυτή της αναζήτησης πληροφοριών. Αυτή η δεξιότητα δεν έγκειται απλώς στην εξεύρεση λεξιλογίου στη γλώσσα-στόχος. Όπως θα εξηγήσουμε και στη συνέχεια, στη δεξιότητα της αναζήτησης γνώσεων από τον μεταφραστή στηρίζεται η συμπλήρωση του ελλιπούς γνωστικού υπόβαθρου σχετικά με το πεδίο στο οποίο ανήκει το προς μετάφραση κείμενο. Έχουμε υπεισέλθει στη σημασία που έχει η ανάπτυξη του γνωστικού υποβάθρου του μεταφραστή, προκειμένου να εξασφαλιστεί η κατανόηση και να δρομολογηθεί η επικοινωνιακά επαρκής απόδοση του μηνύματος του κειμένου-πηγή στον πολιτισμό-στόχο, που να διασφαλίζει την αναδόμηση της γνώσης από τον αποδέκτη. Στην πράξη, πέρα από τα λεξικά, ο μεταφραστής χρησιμοποιεί άλλα μέσα τεκμηρίωσης, όπως είναι τα σώματα παράλληλων κειμένων, οι βάσεις δεδομένων, ενώ δεν πρέπει να διστάζει να αναζητεί τις συμβουλές ειδικών επιστημόνων στον τομέα στον οποίο ανήκει το προς μετάφραση κείμενο. Υπάρχουν, όμως, μέσα που χρησιμοποιεί ο μεταφραστής τα οποία να μην θα τα κατέτασσε κάποιος στα μέσα τεκμηρίωσης με την πρώτη ματιά· η δεύτερη ματιά, όμως, μαρτυρεί ότι και αυτά συμβάλλουν τα μέγιστα στην επίλυση προβλημάτων που ανακύπτουν. Τέτοια μέσα είναι το λογισμικό για μηχανική μετάφραση, οι μεταφραστικές μνήμες, το διαδίκτυο κ.λπ..

Η δε δεξιότητα που αφορά τον σωστό και αποδοτικό τρόπο χειρισμού των πηγών αναζήτησης πληροφοριών είναι ιδιαίτερα σημαντική για τη μετάφραση. Η μεταφρασεολογία έχει καταγράψει αυτή τη σημασία.¹⁰⁶ Η αναζήτηση πληροφοριών εκτιμάται ότι απορροφά τα 2/3 του χρόνου της μετάφρασης, κατά μέσο όρο.¹⁰⁷ Πρέπει να έχει φανεί, μέχρι αυτό το σημείο του βιβλίου, πως η μεταβίβαση γνώσεων κατά τη μετάφραση δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί χωρίς πληροφορίες. Εμπειρικά, έχουμε παρατηρήσει ότι για τον μεταφραστή, ως επαγγελματία, η δεξαμενή πληροφοριών στην οποία θα στηριχτεί μπορεί να είναι ο ίδιος του ο εαυτός, δηλαδή οι γνώσεις και οι εμπειρίες του παρελθόντος, αλλά και το κάθε είδος τεκμηρίωσης στο οποίο έχει πρόσβαση. Όπως επισημάναμε, τα μέσα τεκμηρίωσης που χρησιμοποιούν οι μεταφραστές για να τροφοδοτήσουν τη μεταφραστική διαδικασία είναι τα (μονόγλωσσα και δίγλωσσα, γενικά και ειδικά) λεξικά,¹⁰⁸ το πιο κλασικό βοήθημα του μεταφραστή, οι εγκυκλοπαίδειες, οι βάσεις δεδομένων, τα σώματα παράλληλων κειμένων, και κάθε δυνατή πηγή που πιστεύει ο μεταφραστής ότι μπορεί να τον βοηθήσει.

Στη φάση της κατανόησης ενός κειμένου που πρόκειται να μεταφραστεί, ο μεταφραστής πρέπει να χρησιμοποιεί μέσα τεκμηρίωσης που τον βοηθούν να διευρύνει το γνωστικό του υπόβαθρο μειώνοντας τις ασυμμετρίες. Η διατήρηση ασυμμετριών γνώσης μπορεί να καταλήξει στην οικοδόμηση ασθενούς πλαισίου, που δεν θα στηρίζει λογικά τις επιλογές. Το ασθενές αυτό πλαίσιο θα οδηγήσει τον μεταφραστή στην αναζήτηση της λύσης σε κάποιο πρόβλημα στη λάθος κατεύθυνση.

Η Stolze συνιστά τη χρήση λεξικών κατά την παραγωγή του μεταφράσματος.¹⁰⁹ Όταν η Stolze αναφέρεται σε λεξικά, μάλλον δεν αποκλείει τη χρήση και άλλων μέσων τεκμηρίωσης. Αντιλαμβανόμαστε πως η μελέτη ενός λήμματος ή ενός παράλληλου κειμένου από οποιαδήποτε πηγή πληροφόρησης μπορεί να μην μας δώσει άμεσα τη λύση του μεταφραστικού προβλήματος, μας δείχνει, όμως, τον δρόμο προς τη λύση, παρέχοντας γνωστικά και γνωσιακά ερεθίσματα. Αντίθετα, κατά τη σύνθεση του μεταφράσματος, ο μεταφραστής ίσως θα αναζητήσει στα μέσα τεκμηρίωσης τα στοιχεία που θα του επιτρέψουν να δομήσει το κείμενο-στόχος – αυτά που να διασφαλίζουν τη μεταβίβαση της γνώσης σε πλαίσιο που είναι επικοινωνιακώς επαρκές και προσεγγίζει σε πολύ μεγάλο βαθμό τα κριτήρια αποδοχής του αποδέκτη.

Οι White & συν. (2008) συμπεριφέρονται τα ανωτέρω, πως ο μεταφραστής δεν περιορίζεται για την τεκμηρίωση στα λεξικά.¹¹⁰ Με όσα έχουν γραφτεί μέχρι τώρα για τη μετάφραση, οι λόγοι γι' αυτό είναι προφανείς. Τα λεξικά παρέχουν στο λήμμα τους συνήθως μόνο περιορισμένο αριθμό συγκειμένων, δηλαδή αδυνατούν να φωτίσουν όλες τις σημασιολογικές εκφάνσεις κάποιας λέξης ή σταθερής φράσης. Αυτό που προκαλεί ιδιαίτερη εντύπωση είναι ότι οι ερευνητές που μελέτησαν τη συμπεριφορά μεταφραστών, κατά την αναζήτηση πληροφοριών, χρησιμοποιούν τον όρο *creative*, όταν αναφέρονται στη χρήση των μέσων

¹⁰⁵ Kautz, 2000:89.

¹⁰⁶ Βλ. σχετικά Pacte (2005).

¹⁰⁷ Kautz, 2000: 89.

¹⁰⁸ Τα συστήματα μηχανικής μετάφρασης χρησιμοποιούνται συχνά από τους μεταφραστές ως λεξικό.

¹⁰⁹ Stolze, 2003: 234-235.

¹¹⁰ White & συν. 2008: 587-588.

τεκμηρίωσης, αποδίδοντας στην τεκμηρίωση και κάποια προσωπική, όχι απαραίτητα συστηματική, νότα. Συγκεκριμένα, παρατηρούν σε δύο σημεία της εργασίας τους:¹¹¹

Translating drives their information – seeking, and they are not only flexible but also creative in finding the information they need during the translation task. The resources they (the translators) use fall into several categories corresponding roughly to the focus and centrality of the resource for the translating task.

Επίσης, οι ερευνητές παρατηρούν ότι οι μεταφραστές χρησιμοποιούν με δημιουργικότητα κάθε μέσο που είναι στη διάθεσή τους και εκτιμούν τα ποιοτικά μέσα τεκμηρίωσης:

... the translators seem task-driven and use whatever resources are effective to translate the document. In general, the translators are creative and flexible about the sources they consult and do not arbitrarily privilege one type of resource over another. Instead they value high quality resources that are user friendly and best fit for the requirements of the particular translation task they are performing.

Οι ερευνητές που μελέτησαν τη συμπεριφορά των μεταφραστών, όσον αφορά την τεκμηρίωση, θεωρούν ότι και η αναζήτηση πληροφοριών που θα διαφωτίσουν τη σημασία ενός λεξήματος ή μιας φράσης διέπεται από δημιουργικότητα. Προφανώς, αναφέρονται όχι μόνο στη διαδικασία περιορισμού των πιθανών εναλλακτικών συγκειμένων ενός λεξήματος-πηγή μέσω της τεκμηρίωσης σε ποικίλες πηγές, αλλά και στην επιλογή του κατάλληλου μέσου τεκμηρίωσης και της πλήρους εκμετάλλευσης των πληροφοριών που παρέχει στον μεταφραστή.

Όσα παρατήρησαν οι ίδιοι ερευνητές ως προς τη συμπεριφορά των μεταφραστών κατά την τεκμηρίωση θα έπρεπε να προβληματίσουν στον σχεδιασμό προγραμμάτων σπουδών, αλλά και στον σχεδιασμό των ιδίων των εργαλείων που προορίζονται για μεταφραστική χρήση. Όσον αφορά τη χρήση των μέσων τεκμηρίωσης από τους μεταφραστές,¹¹² έχουν διαπιστωθεί τα ακόλουθα:

1. Ως προς τη συνάρτηση δυσκολίας ενός έργου και τεκμηρίωσης.

Όσον αφορά τους παράγοντες που επηρεάζουν τον χαρακτηρισμό κάποιου έργου ως πολύπλοκου και δύσκολου, διαπιστώνεται ότι αυτό εξαρτάται από ενδογενείς (εξοικείωση με τις συγκεκριμένες ή παρόμοιες ενέργειες τεκμηρίωσης) και εξωγενείς παράγοντες (γνώση των σχετικών μέσων τεκμηρίωσης, του τρόπου αναζήτησης πληροφοριών στο διαδίκτυο κ.λπ.).

2. Για τη σχέση εξοικείωσης με ένα ζήτημα και τεκμηρίωσης.

Όσον αφορά την αυξημένη συχνότητα της εκτέλεσης μιας δραστηριότητας, διαπιστώθηκε ότι το άτομο αποκτά χάρη σε αυτήν έναν πυρήνα γνώσεων και εξοικειώνεται με στοιχεία, με θεωρίες, με την ίδια τη δραστηριότητα ή με παρόμοιες δραστηριότητες, με στρατηγικές επίλυσης προβλημάτων, με στρατηγικές αναζήτησης πληροφοριών και με γνώση των πηγών που σχετίζονται με την επιτυχή αντιμετώπιση του ζητήματος. Κατά τους ερευνητές, τα στοιχεία αυτά συνιστούν τη ζώνη οικειότητας του ατόμου (*zone of familiarity*).

3. Για τη συνάρτηση οικειότητας και αντιληφθείσας πολυπλοκότητας ως προς την τεκμηρίωση.

Στην εν λόγω έρευνα διαπιστώθηκε ότι οποιοδήποτε θέμα που σχετίζεται με την αναζήτηση των απαραίτητων πληροφοριών ή με την επίλυση ενός προβλήματος ωθεί το άτομο εκτός ζώνης οικειότητας. Λόγω της μετατόπισης των ενεργειών του ατόμου εκτός ζώνης οικειότητας, το συγκεκριμένο ζήτημα πιθανώς να γίνεται αντιληπτό ως (πιο) πολύπλοκο.

4. Για τη σχέση μεταξύ ενεργειών εκτός ζώνης οικειότητας και πολυπλοκότητας.

Επίσης, η αναζήτηση πληροφοριών εκτός ζώνης οικειότητας μπορεί να κάνει την εργασία πιο πολύπλοκη, διότι απαιτούνται περισσότερα βήματα για την αντιμετώπιση του ζητήματος.

¹¹¹ White & συν. 2008: 587-588.

¹¹² White & συν., 2008: 593-594.

5. Για τη σχέση μεταξύ ενός νέου ζητήματος που είναι προς επίλυση και της φύσης και του αριθμού των πηγών.

Εάν το άτομο χρειάζεται πληροφορίες για ένα νέο ζήτημα, αποδείχτηκε ότι καταφεύγει σε όλες τις διαθέσιμες πηγές. Αντίθετα, όταν το ζήτημα προς επίλυση εμπίπτει στη ζώνη οικειότητας του ατόμου, αυτό έχει την τάση να στηρίζεται είτε σε προσωπικές γνώσεις είτε σε πηγές που είναι εύκολα προσπελάσιμες. Ο αριθμός των πηγών που συμβουλευεται το άτομο ίσως να είναι μικρότερος απ' ό,τι στην περίπτωση όπου το ζήτημα δεν εμπίπτει στη ζώνη οικειότητάς του. Ο λόγος προφανώς είναι ότι το άτομο γνωρίζει πού μπορεί να εντοπίσει τις απαιτούμενες πληροφορίες.

6. Για τη σχέση μεταξύ ποιότητας και ποσότητας πηγών και αντιληφθείσας πολυπλοκότητας ενός ζητήματος.

Η ποιότητα των πηγών πληροφόρησης που είναι άμεσα προσπελάσιμες αποδείχτηκε ότι επιδρά σημαντικό στη μείωση της πραγματικής ή/και της αντιληφθείσας πολυπλοκότητας ενός ζητήματος.

7. Όσον αφορά τη σχέση μεταξύ των αναγκών συγκεκριμένων ομάδων χρηστών, από τη μια, και της δομής και του περιεχομένου των πηγών, από την άλλη, διαπιστώθηκε ότι η συχνότητα με την οποία χρησιμοποιούνται από συγκεκριμένη ομάδα χρηστών δεδομένες πηγές για την αντιμετώπιση συγκεκριμένων ζητημάτων αντικατοπτρίζει τις ανάγκες των χρηστών αυτών. Οι ανάγκες αυτές θα έπρεπε να λαμβάνονται υπόψη κατά την παραγωγή των πηγών ως προς το περιεχόμενο, την οργάνωση των πληροφοριών και την προσπελασιμότητα του περιεχομένου.¹¹³

8.¹¹⁴ Για τη σχέση ευθείας/αντίστροφης μετάφρασης και χρήσης λεξικών, έχει διαπιστωθεί ότι στις ευθείες μεταφράσεις, δηλαδή αυτές από την ξένη γλώσσα προς τη μητρική, γίνεται αυξημένη χρήση λεξικών.

Οι ανωτέρω διαπιστώσεις αναδεικνύουν αρκετούς σημαντικούς παράγοντες. Αρχικά, μπορούμε να συμπεράνουμε πως όσο πιο προσβάσιμες οι πηγές για τον μεταφραστή τόσο λιγότερο ασύμμετρη θα αντιλαμβάνεται την επικοινωνία όσον αφορά τον ίδιο. Αυτό μας το δείχνει σαφώς η έρευνα των White & συν.. Δεύτερον, όσο λιγότερο ασύμμετρη είναι η επικοινωνία για τον μεταφραστή τόσο λιγότερο καταφεύγει σε μέσα τεκμηρίωσης. Και τρίτον, η καλή ποιότητα μέσων τεκμηρίωσης μειώνει την αντιληφθείσα ασυμμετρία.

Στην ενότητα που ακολουθεί θα εξετάσουμε πώς τα λεξικά, τόσο τα έντυπα όσο και τα ηλεκτρονικά, χρησιμοποιούνται από τους μεταφραστές για τεκμηρίωση και συμβάλλουν στον περιορισμό των επικοινωνιακών ασυμμετριών.

3.3.1 Λεξικά και μετάφραση οικονομικών κειμένων

Ο Jackson ορίζει το λεξικό ως ένα βιβλίο¹¹⁵ σχετικά με τις λέξεις. Είναι ένα βιβλίο για τη γλώσσα και ο κοντινότερος ξάδερφός του θεωρείται η εγκυκλοπαίδεια, η οποία, όμως, είναι ένα βιβλίο σχετικά με τα πράγματα, τους ανθρώπους, τους τόπους και τις ιδέες, δηλαδή ένα βιβλίο για τον «πραγματικό κόσμο», όχι ένα βιβλίο σχετικά με τη γλώσσα (Jackson, 2003:21). Βέβαια, το όριο μεταξύ λεξικού και εγκυκλοπαίδειας δεν είναι πάντα ευδιάκριτο και μερικές φορές το ένα διαθέτει στοιχεία του άλλου. Σίγουρα διαφοροποιούνται στο ληματολόγιο. Σε μια εγκυκλοπαίδεια δύσκολα θα συναντήσουμε το λήμμα ενός ρήματος της καθομιλουμένης, ενώ και τα λήμματα έχουν διαφορετική ανάπτυξη.

Ωστόσο, δεν υπάρχει μόνο μία μορφή λεξικού, αλλά πολλά διαφορετικά είδη λεξικών. Μια πρώτη διάκριση μπορεί να γίνει μεταξύ μονόγλωσσων λεξικών και λεξικών που ασχολούνται με περισσότερες γλώσσες. Στα δε μονόγλωσσα λεξικά μια γενικότερη διάκριση μπορεί να γίνει μεταξύ α. των ιστορικών λεξικών που περιγράφουν τη γέννηση, τον θάνατο και την εξέλιξη του λεξιλογίου για συγκεκριμένο χρονικό

¹¹³ Εδώ εννοείται η δυνατότητα αναζήτησης με πολλά κριτήρια, όπως είναι η αναζήτηση, π.χ., με αλφαβητικά ή/και εννοιολογικά κριτήρια.

¹¹⁴ Πρόκειται για άποψη που αντλήσαμε από τον Kautz (βλ. Kautz, 2000:91).

¹¹⁵ Το λεξικό μπορεί να είναι έντυπο και ηλεκτρονικό. Η ενότητα αυτή αναφέρεται και στις δύο μορφές.

διάστημα ή σε δεδομένη περίοδο, β. των σύγχρονων λεξικών. Τα δε σύγχρονα λεξικά μπορούν πάλι να χωριστούν σε γενικά και σε ειδικά (π.χ., οικονομικά, νομικά, τεχνικά). Συνήθως, τα γενικά λεξικά περιλαμβάνουν πληροφορίες που αφορούν προφορά, γραμματική και ετυμολογία, ενώ τα ειδικά λεξικά έχουν λήμματα πιο επεξεργασμένα, που κινούνται προς την κατεύθυνση του λημματολογίου εγκυκλοπαίδειας (Jackson, 2003: 23-24).

Πότε, όμως, ο μεταφραστής καταφεύγει στο λεξικό; Κατά τον Kautz (2000: 90-91), ο μεταφραστής χρησιμοποιεί το λεξικό, όταν

- έχει συναντήσει κάποια λέξη, αλλά αγνοεί τη σημασία της στο δεδομένο συγκείμενο,
- συναντά σε κάποιο κείμενο πολλές λέξεις με παρόμοια σημασία, αλλά αδυνατεί να διακρίνει τις μεταξύ τους διαφορές,
- όταν κάποια λέξη τού είναι γνωστή, αλλά στο ειδικό κείμενο που μεταφράζει υποψιάζεται ότι έχει διαφορετική, ειδική, σημασία,
- όταν συναντά σε ένα ειδικό κείμενο κάποιον όρο του οποίου τη σημασία αγνοεί και
- όταν συναντά λεξιλογικό σύνολο αγνοώντας τη σημασία όλων των συστατικών του.

Στην αντίπερα όχθη του χρήστη ενός λεξικού υπάρχει ο λεξικογράφος. Η πρόκληση για τον λεξικογράφο είναι η εποπτική και κατανοητή δομή και οργάνωση του λεξικού και η προσπελασιμότητα του λήμματος βάσει όσο το δυνατόν περισσότερων κριτηρίων, προκειμένου να ικανοποιούνται οι ανάγκες της ομάδας χρηστών στην οποία απευθύνεται. Συγκεκριμένα, ένα δίγλωσσο λεξικό για την καθομιλουμένη πρέπει να παρουσιάζει τρία είδη πληροφοριών (Fraser, 2008:69):

- Πρώτον, πληροφορίες σχετικά με τη μορφή της λέξης, δηλαδή ορθογραφία, φωνολογία, κλίση, αριθμός, γένος, διαλεκτικά στοιχεία.
- Δεύτερον, το λήμμα ενός δίγλωσσου λεξικού παρέχει επίσης ισοδύναμο ή ισοδύναμα του λήμματος στη γλώσσα-στόχος.
- Τρίτον, το λήμμα πρέπει να περιέχει πληροφορίες για το συγκείμενο (δηλαδή, το γλωσσικό περιβάλλον) και πληροφορίες σχετικά με τα συμφραζόμενα (δηλαδή, το εξωγλωσσικό περιβάλλον της έννοιας). Οι πληροφορίες αυτές ορίζουν και τη ή τις σημασίες κάποιας λέξης.

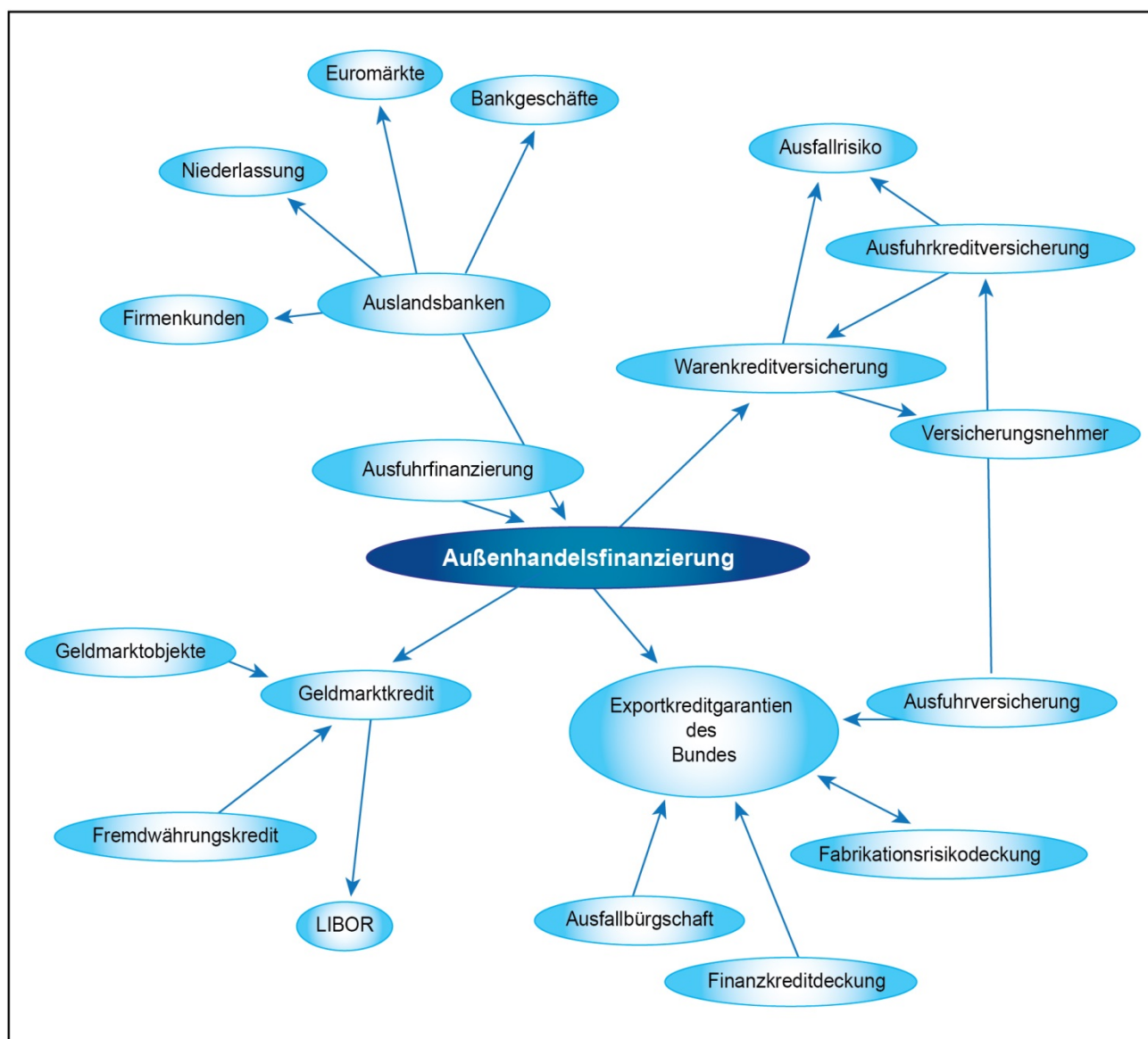
Όσον αφορά την προσπελασιμότητα των πληροφοριών, έχουμε την εντύπωση ότι αυτή δεν αναπτύσσεται σε πολλά λεξικά στο απόλυτο. Βέβαια, το έντυπο λεξικό έχει όρια που το ηλεκτρονικό ξεπερνάει, χάρη σε λειτουργίες όπως είναι το υπερκείμενο, αναζητήσεις με διασταυρώσεις κ.λπ.. Δυστυχώς, σε πολλές περιπτώσεις, τα λεξικά αδυνατούν να ανταποκριθούν ακόμη και στις θεμελιώδεις προσδοκίες των χρηστών. Σε πολλά λεξικά, δεν παρατίθενται συγκείμενα με αποτέλεσμα αυτά να υποβιβάζονται σε γλωσσάρι. Όπου τα συγκείμενα των λέξεων παρατίθενται στα λήμματα αυτά, συχνά είναι τεχνητά και έχουν κατασκευαστεί από τον συντάκτη· σπάνια αποτελούν καταγραφή της ζωντανής γλωσσικής πραγματικότητας. Επίσης, κυρίως τα δίγλωσσα λεξικά δίνουν περιορισμένες πληροφορίες σχετικά με κοινωνιόλεκτους, ορολογία κ.λπ., ενώ παρέχουν αριθμό αποδόσεων που μπορούν να γίνουν αντιληπτές από τον αρχάριο χρήστη ως συνώνυμα. Για να μην οδηγηθεί ο μεταφραστής σε λάθος δρόμο, οφείλει να γνωρίζει τα όρια των λεξικών και να είναι υποψιασμένος απέναντι στις λύσεις που προτείνονται σε κάποιο λήμμα. Τα λεξικά αδυνατούν να δώσουν την εικόνα του συνολικού έμπειρου συστήματος στο οποίο λειτουργεί ένας όρος. Ο μεταφραστής οφείλει να στηρίζεται στα δεδομένα που του παρέχουν συγκείμενο και συμφραζόμενα και να προστρέχει στην εμπειρία του, καθώς και σε άλλα μέσα, για να διασφαλίσει την επιλογή του.

Ας εξετάσουμε, όμως, ένα λήμμα ειδικού λεξικού. Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε τη δομή λήμματος από γερμανικό λεξικό οικονομικών επιστημών.¹¹⁶ Συγκεκριμένα, θα παραθέσουμε λήμμα από το πιο γνωστό λεξικό του χώρου, το *Gabler Wirtschaftslexikon* των εκδόσεων *Springer Gabler*. Θα εργαστούμε με την ηλεκτρονική του έκδοση, που είναι δωρεάν προσβάσιμη.¹¹⁷ Το λεξικό υπάρχει και σε έντυπη, πολύτομη μορφή.

¹¹⁶ Για την εμπεριστατωμένη εργασία του ορολόγου και της συστηματικής καταγραφής της λειτουργίας των όρων, βλ. Βαλεοντή & Κριμπά, 2014: 262-264.

¹¹⁷ <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (02.02.2015).

Το λήμμα *Cross border Leasing* έχει την ακόλουθη δομή:¹¹⁸ Αρχικά, παρατίθενται τα περιεχόμενα του λήμματος. Αυτό επιτρέπει την εστιασμένη αναζήτηση της πληροφορίας που αναζητεί ο χρήστης. Συγκεκριμένα, το λήμμα δομείται στις ενότητες ορισμός, βιβλιογραφία/διασυνδέσεις και θεματικά πεδία. Στην ενότητα των ορισμών, παρατίθεται τόσο ένα σύντομος όσο και ένας αναλυτικός ορισμός. Ακολουθεί η ενότητα με την επίκαιρη και σχετική βιβλιογραφία, καθώς και διασυνδέσεις που αφορούν τον όρο. Στην τελευταία ενότητα, αναλύεται το γνωσιολογικό πλαίσιο του όρου πώς κατατάσσεται στον ευρύτερο χώρο των οικονομικών επιστημών. Ο όρος *Cross Border Leasing* κατατάσσεται στο πεδίο της Επιστήμης της διοίκησης επιχειρήσεων και, συγκεκριμένα, στη διοίκηση (διεθνών) επιχειρήσεων. Στη συνέχεια, ακολουθούν λήμματα που σχετίζονται. Το κάθε λήμμα κλείνει με το όνομα και τον ακαδημαϊκό τίτλο του συντάκτη του. Εξαιρετικό στήριγμα στην κατανόηση των προεκτάσεων ενός όρου είναι το *mindmap*, η γνωσιολογική θέση του όρου στο οικονομικό (μικρο-)σύστημα. Ακολουθεί το *mindmap* ενός άλλου, ιδιαίτερα αναπτυγμένου όρου, του όρου *Außenhandelsfinanzierung*.



Εικόνα 3.2 Λεξιλογική Mindmap του όρου *Außenhandelsfinanzierung*

Το λήμμα του συγκεκριμένου λεξικού είναι πλήρως αναπτυγμένο και στον χρήστη δίνεται μεγάλο κομμάτι του έμπειρου συστήματος στο οποίο λειτουργεί ο όρος. Παρέχει στον χρήστη όλες τις απαραίτητες

¹¹⁸ Το λήμμα παρατίθεται στο παράρτημα του κεφαλαίου.

πληροφορίες για την κατανόηση του όρου. Σημαντικό είναι πως ο όρος εντάσσεται στο συνολικό πλαίσιο του στον χώρο της οικονομικής επιστήμης. Ο χρήστης αποκτά συνολική εικόνα για τον όρο, αλλά και τις σημασιολογικές και θεματικές του προεκτάσεις. Ο λεξικογράφος δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να κατανοήσει τον όρο, στον βαθμό που ο τελευταίος χρειάζεται. Υπάρχει η δυνατότητα ο χρήστης να περιοριστεί στον σύντομο ορισμό για την απλή κατανόηση του όρου. Δεν του στερείται, όμως, και η δυνατότητα να μελετήσει τον όρο σε όλες του τις προεκτάσεις.

Τα στοιχεία του συντάκτη προσθέτουν κύρος και αξιοπιστία στο λήμμα. Επισημαίνεται πως η δυνατότητα ανάπτυξης του λήμματος δίδεται μόνο στην ψηφιακή μορφή. Παρόλο που το έντυπο λεξικό είναι πολύτομο, η ανάλυση των όρων σε αυτό το εύρος είναι δυνατή μόνο στην ψηφιακή έκδοση. Η ψηφιακή έκδοση επιτρέπει και στον λεξικογράφο να επικαιροποιεί το λεξικό με τη συχνότητα που υπαγορεύουν οι εξελίξεις στον χώρο.

3.4 Μια μελέτη περίπτωσης: Η μετάφραση των ιδιωτισμών ως παράδειγμα διαπολιτισμικής επικοινωνίας γνώσεων

Πιστεύουμε πως έχει ενδιαφέρον να μελετήσουμε μια περίπτωση διαπολιτισμικής επικοινωνίας γνώσεων. Στην ενότητα αυτή, θα εξετάσουμε τη μετάφραση των ιδιωτισμών ως παράδειγμα για τη διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων. Οι ιδιωτισμοί προσφέρονται, διότι αποτελούν ένα σύνθετο μεταφραστικό φαινόμενο λόγω του υψηλού βαθμού πολιτισμικότητάς τους. Επίσης, πρόκειται για στοιχεία της γλώσσας που εμφανίζονται συχνά στον οικονομικό Τύπο.¹¹⁹ Όπως φάνηκε και σε προηγούμενη ενότητα, συμβάλλουν στη δημιουργία δελεαστικής λειτουργίας στα κείμενα του οικονομικού Τύπου.

Ο Burger (1973), σε βιβλίο με τίτλο *Idiomatik des Deutschen*, σημειώνει ότι ιδιωτισμοί είναι όλες εκείνες οι εκφράσεις η σημασία των οποίων δεν εξάγεται κανονικά· δηλαδή, η συνολική σημασία δεν είναι το αποτέλεσμα κανονικών σημασιολογικών διαδικασιών. Διακρίνει, όμως, *ιδιωτισμούς με την ευρύτερη έννοια και ιδιωτισμούς με τη στενότερη έννοια του όρου*. Ιδιωτισμοί με την ευρύτερη έννοια είναι εκείνοι η σημασία των οποίων προκύπτει χωρίς μεταφορά· ταυτόχρονα, όμως, έχουμε μη κανονική εξαγωγή της σημασίας. Τέτοιο παράδειγμα συνιστά ο ιδιωτισμός με *χίλια ζόρια*. Αντίθετα, ιδιωτισμοί με τη στενότερη έννοια είναι εκείνοι το νόημα των οποίων δεν προκύπτει από την ελεύθερη σημασία των συστατικών τους, π.χ. *μου φεύγει το καφάσι*. Ο συγκεκριμένος ερευνητής θεωρεί τη *μεταφορά* αιτία που προκαλεί τη δημιουργία νέας σημασίας. Δεν πρόκειται για τη *μεταφορά* που γνωρίζουμε, δηλαδή σχήμα λόγου κατά το οποίο μια έννοια εκφράζεται με παραβολή ή παρομοίωση. Επίσης, θεωρεί ότι, όταν μια λέξη ή μια φράση τοποθετείται σε ένα νέο γλωσσικό περιβάλλον, στο οποίο, συνήθως, δεν εμφανίζεται, τότε διαμορφώνεται εκ νέου η σημασία αυτής. Δεν πρόκειται για *μεταφορά* της αρχικής σημασίας της λέξης ή της φράσης που μετατράπηκε σε ιδιωτισμό, αλλά για νέα σημασία διαμορφωμένη από το συγκεκριμένο.

Σύμφωνα με τον ανωτέρω ορισμό, αποκρυσταλλώνονται οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί μια σημασιολογική μονάδα για να χαρακτηριστεί ιδιωτισμός:

- Οι ιδιωτισμοί είναι αμετάβλητες σημασιολογικές μονάδες.
- Οι ιδιωτισμοί μπορεί να είναι μεμονωμένες λέξεις, φράσεις αλλά και ολοκληρωμένες προτάσεις.
- Η σημασία των ιδιωτισμών δεν ισούται με το άθροισμα των σημασιών των συστατικών τους και –κυρίως στην περίπτωση των μονολεκτικών ιδιωτισμών– δεν εξάγεται κανονικά.

Συνεπώς, οι ιδιωτισμοί θεωρούνται λεξιλογικά σύνολα ιδιαίτερα για κάθε πολιτισμό και, συχνά, ακούγεται η άποψη ότι δεν μεταφράζονται και ότι αυτή η αδυναμία μετάφρασης είναι και το κύριο γνώρισμά τους. Μάρτυρες αυτής της αντίληψης είναι οι έννοιες *γερμανισμός*, *γαλλισμός*, *αγγλισμός* κλ.π., που χρησιμοποιούνται για να χαρακτηρίσουν ιδιωτισμούς της αντίστοιχης γλώσσας. Φυσικά, η αντίληψη ότι οι ιδιωτισμοί δεν μεταφράζονται είναι εσφαλμένη – πράγμα που θα φανεί και στη συνέχεια.

Το γνώρισμα των ιδιωτισμών είναι ότι πρόκειται για αμετάβλητες σημασιολογικές μονάδες, που μπορεί να είναι από μεμονωμένες λέξεις, φράσεις μέχρι και ολοκληρωμένες προτάσεις, ενώ η σημασία των

¹¹⁹ Βλ., επίσης, για την περιγραφή και τη μετάφραση των ιδιωτισμών στα οικονομικά κείμενα: Κελάνδρια (2007: 115-119).

ιδιωτισμών δεν ισούνται με το άθροισμα των σημασιών των συστατικών τους και –κυρίως στην περίπτωση των μονολεκτικών ιδιωτισμών– δεν εξάγεται κανονικά.¹²⁰

Η θρυλούμενη αδυναμία μετάφρασης των ιδιωτισμών, ωστόσο, δεν έχει αναγκάσει κανέναν μεταφραστή να «παραδώσει τα όπλα». Σίγουρα, όμως, η μετάφραση των ιδιωτισμών,¹²¹ και των στερεότυπων εκφράσεων, εν γένει, προβληματίζει συχνά τους μεταφραστές. Γενικά, μπορούμε να πούμε ότι ένας ιδιωτισμός μπορεί να αποδοθεί ανάλογα

- με τις δυνατότητες του μεταφραστή να μειώσει την επικοινωνιακή ασυμμετρία,
- με τη διάθεση του μεταφραστή να επενδύσει,
- με τις δυνατότητες της γλώσσας-στόχος να εκφράσει τις γνώσεις που μεταφέρει ο ιδιωτισμός της γλώσσας-πηγή,
- με το σκοπό του μεταφράσματος και
- με τις προσδοκίες του αποδέκτη.

Η απόδοση του ιδιωτισμού μπορεί να καταλήξει σε μία λέξη ή σε περιφραστική απόδοση στο κείμενο-πηγή, ενώ μπορεί να μεταφραστεί γραμμικά και λειτουργικά (με ιδιωτισμό της γλώσσας-στόχος ή μονολεκτικά).

Ας μελετήσουμε, όμως, μια περίπτωση: Στην περίπτωση του ιδιωτισμού *Gas geben*, όπως χρησιμοποιείται στον τίτλο *Osrām-Vorstand gibt Gas beim Konzernumbau*, ο μεταφραστής, ανάλογα με τις παραμέτρους του επικοινωνιακού πλαισίου, έχει τουλάχιστον τρεις μεθόδους απόδοσης στη διάθεσή του:

Πρώτον, γραμμικά (ελληνιστί *δίνω γκάζι*), στην περίπτωση, λ.χ., που ζητήσει ο εντολέας από τον μεταφραστή να αποδώσει τον ιδιωτισμό κατά τέτοιο τρόπο ώστε ο παραλήπτης που αγνοεί ή μαθαίνει τη γερμανική γλώσσα να κατανοεί τη λεξιλογική σύνθεση αυτού, καθώς και τη σημασία των λέξεων που απαρτίζουν το εν λόγω σύνολο. Στην περίπτωση αυτή, και υπό τις δεδομένες συνθήκες, υπάρχει επικοινωνιακή επάρκεια και ικανοποιούνται τα κριτήρια αποδοχής του παραλήπτη με μια κατά-λέξη απόδοση. Μια τέτοια απόδοση του ιδιωτισμού πρέπει να συνοδεύεται από επισημάνσεις σχετικά με την ορθή χρήση και σημασία του ιδιωτισμού στη γερμανική γλώσσα, για να μη γεννώνται παρερμηνείες. Η γραμμική απόδοση είναι και ο τρόπος με τον οποίο θα αναμέναμε ένα σύστημα μηχανικής μετάφρασης να απέδιδε τον ιδιωτισμό – εφόσον τον ταυτοποιούσε. Ο ανυποψίαστος χρήστης ενός τέτοιου συστήματος είτε θα υιοθετούσε, ενδεχομένως, τη γραμμική απόδοση του ιδιωτισμού ως σημασιολογικά ορθή είτε θα την απέρριπτε ως μη αποδεκτή. Θεωρούμε ότι η συγκεκριμένη λύση είναι επικοινωνιακά επαρκής και ικανοποιεί τις προσδοκίες, εφόσον ο παραλήπτης του μεταφράσματος γνωρίζει τις δυνατότητες και τα όρια του εν λόγω λογισμικού και έχει συμβιβαστεί με την αναμενόμενη ποιότητα του προϊόντος.

Δεύτερον, εναλλακτικές μέθοδοι απόδοσης του ιδιωτισμού με επεξεργασία είναι οι εξής: Η λειτουργική μονολεκτική ή περιφραστική απόδοση, δηλαδή η απόδοση του γερμανικού ιδιωτισμού με ένα λέξημα που έχει την έννοια του ιδιωτισμού, ή με περιφραστική διατύπωση που δηλώνει την ίδια έννοια, ενώ η τρίτη μέθοδος είναι η απόδοση του γερμανικού ιδιωτισμού με έναν αντίστοιχο της γλώσσας-στόχος. Στην πρώτη περίπτωση λειτουργικής απόδοσης, ο μεταφραστής θα μπορούσε να καταφύγει στο λέξημα *επιταχύνω*, ενώ στην περίπτωση που επιθυμεί να αποδώσει τη σημασία του γερμανικού ιδιωτισμού περιφραστικά θα προσφερόταν ή φράση *πατάει γκάζι* – φράση-ιδιωτισμός με σημασιολογική διαύγεια για τον έλληνα αναγνώστη, αφού χρησιμοποιείται και στα Ελληνικά. Άρα, εφόσον ο ιδιωτισμός αποδοθεί

- με λέξημα της γλώσσας-στόχος που έχει την ίδια δήλωση ή
- με περιφραστικό τρόπο, ικανοποιείται το κριτήριο αποδοχής μόνο στις περιπτώσεις που δεν έχει σημασία η συνδήλωση του ιδιωτισμού. Αυτό θα μπορούσε να ισχύσει, λόγου χάρη, για λήμμα δίγλωσσου λεξικού.

Στην περίπτωση της τρίτης μεθόδου, δηλαδή της απόδοσης του ιδιωτισμού με έναν αντίστοιχο ελληνικό, ο μεταφραστής θα μπορούσε να διαλέξει ανάλογα με το συγκεκριμένο και με τα κριτήρια αποδοχής του παραλήπτη, μεταξύ των παρακάτω εναλλακτικών ιδιωτισμών:

¹²⁰ Βλ. Βλαχόπουλος 2007.

¹²¹ Για πιο εμπεριστατωμένη μελέτη του χώρου, βλ. και τα παρακάτω: Higi-Wydlar (1989), Roos (1981), Σελλά (1993), Taraman (1986).

- *πατάω γκάζι* (γραμματική απόδοση του γερμανικού ιδιωτισμού που υπάρχει και στα Ελληνικά)
- *τα δίνω όλα* (για να εκφραστεί επιτάχυνση)
- *γίνομαι λαγός* (δηλώνει φυγή προκειμένου να αποφύγω κυρώσεις)

Από τα μέχρι τώρα γραφόμενά μας αναδύονται τα εξής σε σχέση με την επικοινωνία γνώσεων κατά τη μετάφραση των ιδιωτισμών: Η απόδοση της έννοιας του ιδιωτισμού του πρωτοτύπου που δεν είναι κατά λέξη απόδοση στη γλώσσα-στόχος απαιτεί επεξεργασία από τον μεταφραστή, για να μεταφερθούν οι γνώσεις που απαιτούνται για την κατανόηση του γνωσιακού φορτίου στον πολιτισμό-πηγή. Η μεταφορά των γνώσεων που φέρει ο ιδιωτισμός από τον έναν πολιτισμό στον άλλον απαιτεί αρχικά την ταυτοποίησή του – που δεν είναι πάντα εύκολη κατά τη μετάφραση για όλους τους μεταφραστές. Από τη μία απαιτείται και η κατανόηση του νοήματος μέσα στο συγκεκριμένο και τα δεδομένα συμφραζόμενα. Είδαμε παραπάνω πως, λ.χ., ο ιδιωτισμός *Gas geben* μπορεί να σημαίνει τόσο *επιταχύνω για να αποκτήσω ή διατηρήσω πρωτοπορία* όσο και *επιταχύνω για να ξεφύγω από κάποιον*. Ωστόσο, η επεξεργασία για τη μεταφορά του νοήματος απαιτεί μεγαλύτερη προσπάθεια από τη γραμμική μεταφορά της δομής, αγνοώντας τη σημασία. Πρέπει – όπως δείξαμε παραπάνω – ο μεταφραστής να διαλέξει. Άρα, διαπιστώνουμε ότι η μετάφραση των ιδιωτισμών είναι κάθε άλλο παρά περιορισμένης δυναμικής γραμμική διαδικασία. Αντίθετα, φαίνεται να είναι σύνθετη διαδικασία επικοινωνίας γνώσεων από έναν πολιτισμό σε έναν άλλο.

Σπάνια συναντάμε στην περίπτωση των ιδιωτισμών συμμετρική απόδοση επικοινωνιακά επαρκούς γλωσσικού υλικού στον πολιτισμό-στόχο. Όλα αυτά γίνονται ανάγλυφα με τη βοήθεια του *google translate*. Συγκεκριμένα, σε ένα μικρό πείραμα εισαγάγαμε τους παρακάτω γερμανικούς ιδιωτισμούς σε ένα σύστημα μηχανικής μετάφρασης: Στο πρώτο παράδειγμα πρόκειται για φράση που αποτελεί τίτλο άρθρου από τον οικονομικό Τύπο:

In Schäuble hat Varoufakis seinen Meister gefunden

Στη φράση απομονώνουμε τον ιδιωτισμό *seinen Meister finden*, για τον οποίο η ελληνική διαθέτει λειτουργικό και δομικό αντίστοιχο, τον ιδιωτισμό *βρίσκω το μάστορά μου*. Κατά την απόπειρα λειτουργικής απόδοσης, ο μεταφραστής θα επέλεγε, ενδεχομένως, την ακόλουθη λύση, που, από τη μια, μεταβιβάζει το γνωσιακό φορτίο του πρωτοτύπου γερμανικού ιδιωτισμού, και, από την άλλη, αντανακλά και τη δομή του:

Στον Σόιμπλε ο Βαρουφάκης βρήκε τον μάστορά του.

Το σύστημα μηχανικής μετάφρασης *google translate* παρήγαγε την εξής πρόταση:

Στην Βαρουφάκης Σόιμπλε έχει εκπληρώσει αγώνα του.

Προφανώς, το σύστημα δεν αναγνώρισε τον ιδιωτισμό και παρήγαγε μια πρόταση που δεν έχει νόημα. Αντίστοιχα συμβαίνουν και στην περίπτωση του ιδιωτισμού *rote Zahlen schreiben*. Για να φανεί ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί ο ιδιωτισμός, παραθέτουμε την ακόλουθη φράση, που ήταν τίτλος άρθρου:

Atomausstieg ließ RWE rote Zahlen schreiben

Το *google translate* αποδίδει τον ιδιωτισμό ως εξής:

Atomausstieg ας RWE γράφετε κόκκινο αριθμούς

Καταρχήν, το σύστημα δεν σκόνταψε μόνο στον ιδιωτισμό. Δεν μπόρεσε να αναγνωρίσει τα ουσιαστικά. Από τη μια, το *Atomausstieg* (εδώ δηλώνει την εγκατάλειψη της παραγωγής πυρηνικής ενέργειας), από την άλλη το αρκτικόλεξο *RWE*, που δηλώνει τη *AEH* σε συγκεκριμένη περιοχή της Γερμανίας. Ο ιδιωτισμός αποδίδεται γραμμικά, και νομίζουμε πως γίνεται κατανοητός. Πρόκειται, βέβαια, για ιδιωτισμό που υπάρχει και στα Ελληνικά, οπότε η σχεδόν γραμμική του μεταφορά γίνεται κατανοητή στο πλαίσιο ενός άρθρου από τον οικονομικό Τύπο.

Από το πείραμα που παραθέσαμε καταλαβαίνουμε πως ένα πρόβλημα που οδηγεί σε παρερμηνείες προκύπτει εάν/όταν ένας μεταφραστής δεν αναγνωρίσει μια τυποποιημένη φράση, όπως είναι ο ιδιωτισμός. Εδώ ισχύει και αυτό που ισχύει για την ορολογία. Προκειμένου να γίνει κατανοητό το σύνολο της σημασίας που φέρει ένας ιδιωτισμός, πρέπει να εξεταστεί το συγκείμενο και τα συμφραζόμενα. Η (μη) αναγνώριση, λ.χ., ενός ιδιωτισμού στο πρωτότυπο συνδέεται άμεσα με τη δημιουργική διαδικασία στην περίπτωση της μετάφρασης. Εάν, σε αυτή την αρχική φάση της προπαρασκευής, ο μεταφραστής δεν αναγνωρίσει και εκτιμήσει σωστά το ζήτημα που καλείται να αντιμετωπίσει, θα τροφοδοτήσει την κατασκευή του πλαισίου που του επιτρέπει τη λήψη αποφάσεων με λανθασμένες πληροφορίες. Αυτό θα οδηγήσει σε ασθενές γνωστικό οικοδόμημα στον πολιτισμό-στόχος και ελλιπή μεταβίβαση γνώσεων.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Βαλεοντής Κ. & Κριμπάς. Π. (2014). *Νομική γλώσσα, Νομική ορολογία. Θεωρία και πράξη*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Βλαχόπουλος, Σ. (2007). *Λεξικό των Ιδιωτισμών της Νέας Ελληνικής*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Βλαχόπουλος, Σ. (2010). *Μετάφραση και δημιουργικότητα*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Βλαχόπουλος, Σ. (2014). *Πολυγλωσσία στο δίκαιο. Μετάφραση νομικών κειμένων και δικαστηριακή διερμηνεία*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Cronin, M. (2007). *Μετάφραση και παγκοσμιοποίηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Διάυλος.
- Κελάνδριος, Π. (2007). *Η μετάφραση των οικονομικών κειμένων. Μία λειτουργική προσέγγιση*, Αθήνα: Εκδόσεις Διάυλος.
- Κελάνδριος, Π. (2009). Η ορολογική ασάφεια των οικονομικών κειμένων ως μεταφραστικό πρόβλημα, Εισήγηση στο συνέδριο *Ελληνική Γλώσσα και Ορολογία*, Αθήνα, 22-24 Οκτωβρίου 2009.
- Κεντρωτής, Γ. (1996). *Θεωρία και πράξη της μετάφρασης*. Αθήνα: Εκδόσεις Διάυλος.
- Μπατσαλιά, Φ. & Σελλά-Μάζη, Ε. (1997). *Γλωσσολογική Προσέγγιση στη Θεωρία και τη Διδακτική της Μετάφρασης*. Αθήνα: Έλλην.
- Σελλά, Ε. (1993). Η μετάφραση των ιδιωτισμών. Εισήγηση στο διεθνές συνέδριο *Η μετάφραση, μέσον επικοινωνίας και δημιουργίας*, (χειρόγραφο), Κέρκυρα.

Ξενόγλωσση

- Antonelli, C. (2000). Collective Knowledge Communication and Innovation: The Evidence of Technological Districts. *Regional Studies*. τ.34(6), 535-547.
- Arntz, R. & Picht, H. (1992). *Einführung in die Terminologearbeit*, Hildesheim: Georg Olms Verlag.
- Bolten, J. (2012). Interkulturelle Kompetenz. Jena: Landeszentrale für politische Bildung Thüringen.
- Boxenbaum, E. (2006). Lost in translation. The Making of Danish Diversity Management. *American Behavioral Scientist*, 939-948.
- Buhlmann, R. & Fearn A. (2000). *Handbuch des Fachsprachenunterrichts*. Berlin und München: Langenscheidt.
- Burger, H. (1973). *Idiomatik des Deutschen*. Tübingen: Niemeyer.
- Byers, P. (1997). *Organizational Communication*. Boston: Allyn&Bacon.
- Canary, H.E & Mcphee, R.D. (2011). *Communication and Organizational Knowledge. Contemporary Issues for Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Catford, J.C. (1965): *A Linguistic Theory of Translation. An Essay in Applied Linguistics*. London: Oxford University Press.
- Ciuk, S. & James, P. (2014). Interlingual translation and transfer of value-infused practices: An in-depth qualitative exploration. *Management Learning*, 1-17.
- Crystal, D. & Davy, D. (1969). *Investigating English Style*. London: Longman.
- Crystal, D. (1988). *The Cambridge Encyclopaedia of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Engberg, J. (2006). Languages for Specific Purposes. Στο Brown, K. (επιμ.), *Encyclopedia of Language & Linguistics*, Amsterdam, Boston: Elsevier, 679-84.
- Engberg, J. (2010). Knowledge construction and legal discourse: The interdependence of perspective and visibility of characteristics. *Journal of Pragmatics*. τ.42, 48-63.
- Eppler, M., Röpnack A. & Seifried P. (1999). Improving Knowledge Intensive Processes through an Enterprise Knowledge Medium. Στο J. Prasad, J. (επιμ.), *Proceedings of the 1999 ACM SIGCPR Conference 'Managing Organisational Knowledge for Strategic Advantage: The Key Role of Information Technology and Personnel'*. New York: ACM Press, 222-230.
- Eppler, M. (2007). Knowledge Communication Problems between Experts and Decision Makers: an Overview and Classification. *Electronic Journal of Knowledge Management*. τ.5/3, 291-300.
- Fraser, B.L. (2008). Beyond definition: Organising semantic information in bilingual dictionaries. *International Journal of Lexicography*. τ.21/1, 69-93.
- Gabler's *Wirtschaftslexikon*. Wiesbaden: Springer Verlag, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de>.
- Gallagher, J. D. (1998). Möglichkeiten und Grenzen der Übersetzungsäquivalenz, στο: W. Börner / K. Vogel (επιμ.), *Kontrast und Äquivalenz: Beiträge zu Sprachvergleich und Übersetzung*. Tübingen: Narr Verlag, 1-29.
- Garzone, G. (2000). Legal Translation and Functionalist Approaches: A Contradiction in Terms? Στο *Actes du Colloque International "La traduction juridique. Histoire, théorie(s) et pratique"*, Geneva: Ecolé de Traduction et d'Interpretation, University of Geneva, 395-414.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity.
- Grzymisch-Arbogast, H. (2001). Equivalence Parameters and Evaluation. *META*, XLVI, 2, 227-242.
- Harada, T. (2003). Three Steps in Knowledge Communication: the Emergence of Knowledge Transformers. *Research Policy*. T.32, 1737-1751.
- Herrmann-Pillath, C. (2010). What have we learnt from 20 years of economic research into culture? *International Journal of Cultural Studies*, τ.13(4), 317-335.
- Higi-Wydlar, M. (1989). Zur Übersetzung von Idiomen. *Eine Beschreibung und Klassifizierung deutscher Idiome und ihrer französischen Übersetzungen*. Bern: Peter Lang.
- Hoffmann, L. (1993). Fachwissen und Fachkommunikation. Zur Dialektik von Systematik und Linearität in den Fachsprachen. Στο T. Bungarten (επιμ.), *Fachsprachentheorie*. Tostedt: Attikon, 595-617.
- Jackson, H. (2003). *Lexicography. An Introduction*. London and New York: Routledge
- Johns, A.M. (1997). *Text, Role, and Context*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kautz, U., (2000). *Handbuch Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens*. München: Iudicium Verlag und Goethe Institut.
- Kelletat, A. (1987). Die Rückschritte der Übersetzungstheorie. Übersetzen im Fremdsprachenunterricht. Beiträge zur Übersetzungswissenschaft. Annäherungen an eine Übersetzungsdidaktik. Στο R. Ehnert /W. Schleyer, *Arbeitskreis Deutsch als Fremdsprache beim DAAD*, Regensburg, 33-49.
- Koller, W. (1992). Einführung in die Übersetzungswissenschaft. Heidelberg/Wiesbaden: UTB.
- Krings, H. P. (1988). Blick in die Black Box - Eine Fallstudie zum Übersetzungsprozeß bei Berufsübersetzern. Στο R. Arntz **Error! Bookmark not defined.**, *Textlinguistik und Fachsprache*, Hildesheim: OLMS, 393-411.
- Kusmaul, P. (2000). *Kreatives Übersetzen*. Tübingen: Stauffenburg,
- Larson, M. L. (1998). *Meaning-Based Translation: A guide to cross-language equivalence*. (2nd ed.), New York: University Press of America.

- Mackenzie, R. (1998). Creative Problem-Solving and Translator Training, Translator's Strategies and Creativity. Στο *Selected papers from the 9TH International Conference on Translation and Interpreting*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 201-206.
- McMenamin, G.R. (2002). *Forensic Linguistics: Advances in Forensic Stylistics*. Florida: CRC Press.
- Nida, E.A. (1964). *Toward a science of translating. With special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Leiden: Brill.
- Nord, Ch. (1988). *Textanalyse und Übersetzen*. Heidelberg: Groos.
- PACTE Group (2005). Investigating Translation Competence: Conceptual and Methodological Issues. *META*, τ.2, 609-620.
- Roos, E. (1981). Contrastive Analysis and Translation of Idioms, Some remarks on contrasting idioms. Στο W. Kühlwein, G.Thome & W. Wilss (επιμ.). *Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft*. München: Wilhelm Fink, 230-238.
- Reiss, K. (1971). *Möglichkeiten und Grenzen der Übersetzungskritik*. München: Hueber.
- Reiss, K. & Vermeer, H.J. (1984). *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: Niemeyer.
- Risku, H. & Windhager, F. (2009). Transcultural Communication: Managing Knowledge and Diversity, στο: *Synapse*, τ.23, 3-14.
- Scarbrough, H. (1995). Blackboxes, Hostages and Prisoners. *Organsation Studies*. 16(6), 991-1019.
- Schreiber, M. (1993). *Übersetzung und Bearbeitung. Zur Differenzierung und Abgrenzung des Übersetzungsbegriffs*. Tübingen: Narr (Forum für Fachsprachenforschung 76).
- Schubert, K. (2007). Wissen, Sprache, Medium, Arbeit. *Ein integratives Modell der ein- und mehrsprachigen Fachkommunikation*. Tübingen: Narr (Forum für Fachsprachenforschung 76).
- Snell-Hornby, M. (1986). *Übersetzungswissenschaft - Eine Neuorientierung*. Tübingen: UTB.
- Spillner, B. (2002). Fachtexte im interkulturellen Vergleich. Kontrastive Pragmatik deutscher, finnischer und französischer Wirtschaftstexte. Στο A. Nuopponen, T. Harakka & R.Tatje (επιμ.), *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Forschungsobjekte und Methoden*, Vaasa: Vaasan yliopiston julkaisuja, Selvityksiä ja raportteja 93, 144-164.
- Spillner, B. (1974). *Linguistik und Literaturwissenschaft. Stilforschung, Rhetorik, Textlinguistik*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Stolze, R. (2008). *Übersetzungstheorien. Eine Einführung*. Tübingen: Narr.
- Stolze, R. (1992). Rechts- und Sprachvergleich beim Übersetzen juristischer Texte. Στο K.-D. Baumann, K. & H. Kalverkämper (επιμ.), *Kontrastive Fachsprachenforschung*. Tübingen: Narr, 223-230.
- Szulanski, G. (1999). *The process of knowledge transfer: A diachronic analysis of stickiness*. Prepared for OBHDP. Special issue on Knowledge Transfer.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.202.1378&rep=rep1&type=pdf>
(προσπέλαση 11.12.2014).
- Taraman, S. (1986). *Das Kulturspezifische als Übersetzungsproblem. Ein Vergleich arabischer und deutscher Phraseologismen am Beispiel von Übersetzungen aus dem Arabischen*. Αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Gernersheim-Mainz: Johannes Gutenberg Universität.
- Tirkkonen-Condit, S. (1992). The interaction of World Knowledge and Linguistic Knowledge in the Processes of Translation. A Think-Aloud Protocol Study. Στο B. Lewandowska-Tomaszczyk (επιμ.), *Translation and Meaning*. Maastricht: Faculty of Translation and Interpreting.
- Trudgill, P. (1983). *Sociolinguistics: An introduction to language and society*. London: Penguin.
- Tsoukas, H. (2011). Foreword: Representation, Signification, Improvisation. A Three-Dimensional View of Organizational Knowledge. Στο H.E. Canary & R.D.McPhee (επιμ.), *Communication and Organizational Knowledge. Contemporary Issues for Theory and Practice*. New York: Routledge.

- Tsoukas, H., & Vladimirou, E., (2001). What is Organisational Knowledge? *Journal of Management Studies*, τ.38 (97), 973-993.
- Welch, L. /Welch, D. (2008). The importance of language in international knowledge transfer. *Management International Review*, 48.3, 339-360.
- Weick, K.E. (1995). *Sensemaking in Organisations*. Thousand Oaks: Sage Publications,
- White, B.J. (2008). Establishing relations between Law and other forms of Thought and Language. *Eramus Law Review*, τ.1/3, 3-22.
- White, M.D. / Matteson, M. (2008).Beyond dictionaries. Understanding information behavior of professional translators. *Journal of Documentation* 64, no. 4, 576-601.
- Wilss, W. (1977). *Übersetzungswissenschaft. Probleme und Methoden*. Stuttgart: Klett.
- Zhong,Y. (2002). Transcending the Discourse of Accuracy in the Teaching of Translation: Theoretical Deliberation and Case Study. *Meta*, τ.4, 575-585.

Ασκήσεις κεφαλαίου 3

Άσκηση 1

Πολύ μεγάλο μέρος της οικονομικής επικοινωνίας είναι μη λεκτική. Μεγάλη ποσότητα πληροφοριών στον χώρο της οικονομικής ανάλυσης, των επιχειρήσεων κ.λπ. αντλούνται από πίνακες, παραστάσεις, πικτογράμματα. Η μη λεκτική επικοινωνία συνιστά επικοινωνία γνώσεων όπως την έχει ορίσει ο Erppler (1999). Σκεφτείτε πού μπορεί να υπάρχει επικοινωνία ειδικού με μη ειδικό μη λεκτικά!

Απάντηση/Λύση

Σε περίπτωση, λ.χ., οδηγιών χρήσης κάποιας συσκευής που θα πουληθεί σε διάφορες χώρες, ίσως θεωρηθεί σκόπιμο να μη μεταφραστούν, αλλά να αντικατασταθούν από πικτογράμματα οι οδηγίες χρήσης.

Άσκηση 2

Εντοπίστε τους ιδιωτισμούς στο παρακάτω γερμανικό άρθρο:

BERLIN KONTRA ATHEN

„In Schäuble hat Varoufakis seinen Meister gefunden“

Schäuble hat Athen abblitzen lassen. Damit hat er seinem griechischen Amtskollegen Varoufakis klar gemacht, wer das Sagen in Europa hat. Allerdings riskiert der Deutsche, am Ende doch Zugeständnisse machen zu müssen.

Berlin In der Griechenland-Frage gibt Wolfgang Schäuble (CDU) den Ton an. Das passt der Regierung in Athen nicht. Dass der deutsche Finanzminister den neuen Hilfsantrag der Griechen brüsk zurückgewiesen hat, löste dort erhebliche Missstimmung aus. Regierungschef Alexis Tsipras machte seinem Ärger in einem Telefonat mit Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) Luft. Den Antragsbrief als „trojanisches Pferd“ zu bezeichnen, „helfe in keiner Weise bei den echten Diskussionen“, wird Tsipras zitiert.

Schäuble dürfte das wenig beeindrucken. Einzelne Akteure der neuen griechischen Links-Rechts-Koalition waren in den vergangenen Tagen mit ihm auch nicht gerade zimperlich umgegangen und hatten ihn mit Nazi-Vergleichen geschmäht. Sein Sprecher nennt solche Seitenhiebe treffend „unverschämt“ und „widerwärtig“. Schäuble selbst konzentriert sich lieber auf die Sache. Und hier zeigt sich Deutschlands oberster Kassenwart hart und unnachgiebig – vor allem dann, wenn er den Eindruck hat, man wolle ihn über den Tisch ziehen.

„Der Brief aus Athen ist kein substanzieller Lösungsvorschlag“, ließ Schäuble am Donnerstag seinen Sprecher mitteilen. In Wahrheit zielt der Antrag auf eine Brückenfinanzierung, ohne die Anforderungen des Programms zu erfüllen: „Das Schreiben entspricht nicht den am Montag in der Euro-Gruppe vereinbarten Kriterien.“

Die Ablehnung kommt nicht überraschend. Man erinnere sich nur an das erste Treffen Schäubles mit dem neuen griechischen Finanzminister Yanis Varoufakis in Berlin. Als Schäuble angesichts der Differenzen in die Kameras sagte: „We agree to disagree“ („Wir sind uns einig, dass wir uns nicht einig sind.“) konterte der Grieche prompt: „Wir sind uns nach meinem Verständnis nicht einmal darin einig.“

Der Dissens zwischen Schäuble und den Griechen löste ein unterschiedliches Echo aus. Frankreich widersprach der Einschätzung des deutschen Finanzministers: Ministerpräsident Manuel Valls nannte den Brief aus Athen am Donnerstag ein „sehr ermutigendes Zeichen“. Portugals Finanzministerin Maria Luis Albuquerque sagte dem Handelsblatt, im Rahmen des Hilfsprogramms könne es Zugeständnisse geben. Und auch in der Berliner Koalition gibt es erstmals einen handfesten Krach in der Griechenland-Krise: „Ich bin dafür, dass wir jetzt nicht zu schnell Ja oder Nein sagen“, konterte Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel (SPD) Schäubles Nein.

(Handelsblatt 20.02.2015)

Απάντηση/Λύση

seinen Meister finden
abblitzen lassen
das sagen haben
den Ton angeben
seinem Ärger Luft machen
mit jmdm zimperlich umgehen
jmdn über den Tisch ziehen

Παράρτημα

Gabler Wirtschaftslexikon

Unter der URL:

<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1659/cross-border-leasing-v9.html>

finden Sie dauerhaft die unten aufgeführte Version Ihres Stichworts.

Cross Border Leasing

Kurzerklärung

Form der Exportfinanzierung. Grenzüberschreitende Leasingverträge, d.h. Leasingnehmer und Leasinggeber sind in unterschiedlichen Staaten ansässig und unterliegen verschiedenen steuerlichen Rechtsordnungen.

Ausführliche Erklärung

Form der Exportfinanzierung. Grenzüberschreitende Leasingverträge, d.h. Leasingnehmer und Leasinggeber sind in unterschiedlichen Staaten ansässig und unterliegen verschiedenen steuerlichen Rechtsordnungen. Gegenstand von Cross Border Leasings als Instrument der Absatzförderung und der Außenhandelsfinanzierung sind häufig kapitalintensive Investitionsgüter (Flugzeuge, Schiffe, Schienenfahrzeuge, Industrieanlagen etc.). Cross Border Leasing zielt auf die Ausnutzung von Unterschieden in den steuerlichen Rechtsordnungen, die zwischen den Staaten des Leasinggebers und Leasingnehmers bestehen, da bisher keine international einheitlichen Beurteilungsmaßstäbe - insbesondere in der Frage der steuerlichen Zurechnung des Leasing-Gegenstandes beim Leasingnehmer oder Leasinggeber - existieren (vgl. Arbitrage).

Vorteile für den ausländischen Leasingnehmer: Gewährleistung der Finanzierung der Anschaffungskosten ohne Bereitstellung entsprechender Liquidität; langfristige Nutzung zu flexiblen Zahlungsbedingungen (z.B. Kopplung der Leasingrate an erzielte Erträge); (in vielen Ländern) Bilanzneutralität, u.U. Steuerstundungseffekt durch bilanzielle Aktivierung und Abschreibung des Leasing-Gegenstandes beim Leasinggeber und beim Leasingnehmer (Doppelaktivierungsleasing, Double Dip Leasing); geringe Leasingraten aufgrund der Verrechnung von Abschreibung und Finanzierungskosten mit der Steuerlast des Leasinggebers.

Nachteile für den ausländischen Leasingnehmer: Risiken ergeben sich v.a. aus den meist sehr langen Laufzeiten der Cross Border Leasings, bspw.: Änderungen der steuerrechtlichen Beurteilung des Cross Border Leasings (steuererhöhende Wirkung); Instandhaltungskosten des Leasing-Gegenstandes können vorab nicht mit Sicherheit abschließend bestimmt werden; Gerichtsstand ist i.d.R. im Sitzstaat des Leasinggebers; Verlustrisiko, wenn durch Doppelaktivierung des Leasing-Gegenstandes (Double Dip Leasing) rechtlich zwei Eigentümer existieren.

Literaturhinweise

Bücher

Piltz, D./Schaumburg, H.: **Internationale Unternehmensfinanzierung**
Köln, 2006 S. 119-136

Autoren

- Prof. Dr. Johann Engelhard

Κεφάλαιο 4 Γράφουμε λέξεις αλλά κατανοούμε λόγο, ή αναλύοντας κριτικά οικονομικό λόγο

Σύνοψη

Στο κεφάλαιο αυτό, ο αναγνώστης μνείται αρχικά στο τι είναι λόγος και στις βασικές αρχές της Κριτικής Ανάλυσης του Λόγου (ΚΑΛ). Η ΚΑΛ θα χρησιμοποιηθεί στη συνέχεια ως εργαλείο για την ανάλυση ενδεικτικών κειμένων από την οικονομική πραγματικότητα και των δύο οικονομικών πολιτισμών που εξετάζονται στο βιβλίο, του ελληνικού και του γερμανικού, για να φανεί η επιλεκτική σχέση που υπάρχει μεταξύ του λόγου και της σκοπιμότητας της επικοινωνίας. Η ΚΑΛ συνιστά πολύτιμο εργαλείο, που αποκαλύπτει ενδοπολιτισμικά τις σκοπιμότητες δεδομένων γλωσσικών επιλογών και του επιδιωκόμενου επικοινωνιακού αποτελέσματος.

Προαπαιτούμενη γνώση

Στα προηγούμενα κεφάλαια, ο αναγνώστης γνώρισε τις παραμέτρους της μετάφρασης ειδικών κειμένων, τα χαρακτηριστικά της οικονομικής γλώσσας και τις πτυχές της μετάφρασης ως μορφής διαπολιτισμικής επικοινωνίας γνώσεων. Όσα εκτέθηκαν μέχρι τώρα του επιτρέπουν να κάνει τις αναλύσεις ως προς τη μεταφραστική διαδικασία. Στο κεφάλαιο αυτό, θα συμπληρωθεί η αποκτηθείσα γνώση με ένα εργαλείο, που θα επιτρέπει την αξιολόγηση της οικονομικής επικοινωνίας σε σχέση με τη σκοπιμότητα, στο πλαίσιο του κάθε εμπλεκόμενου πολιτισμού.

4.1 Ο λόγος οργανώνει και οργανώνεται: Τι μας διδάσκει η Κριτική Ανάλυση Λόγου

Ήδη στο δεύτερο κεφάλαιο επισημάναμε πως είναι ορθότερο να εστιάζουμε στην έννοια της (ειδικής) επικοινωνίας παρά της (ειδικής) γλώσσας. Μπορεί η γλώσσα να μας παρέχει τα συστατικά για την επικοινωνία, αλλά η τελευταία είναι εκείνη που γίνεται ολιστικά αντιληπτή και που διαμορφώνει το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα.

Ο λόγος και η συγκρότησή του θα είναι το αντικείμενό μας στην ενότητα αυτή, όπου θα αναλύσουμε δείγματα οικονομικού λόγου τόσο από τη γερμανική όσο και από την ελληνική πραγματικότητα. Θα αναλύσουμε κείμενα από τη γερμανική και την ελληνική οικονομική πραγματικότητα, ενταγμένα στα αντίστοιχα έμπειρα συστήματα, προκειμένου να φωτίσουμε τη σχέση του λόγου με τα γλωσσικά συστατικά του. Στην περίπτωση της ανάλυσης του πρωτοτύπου και του μεταφράσματος στο επόμενο κεφάλαιο, θα διερευνηθεί, με τη βοήθεια της ΚΑΛ, πώς οι μεταφραστές βιώνουν τον λόγο των οικονομικών κειμένων, εάν και πώς (ανα-)γνωρίζουν τις διαπολιτισμικές διαφορές στον λόγο, και εάν συνδέεται η επίγνωση των ιδιαιτεροτήτων των εμπλεκόμενων λόγων με τις αποφάσεις τους.

Στις ακόλουθες γραμμές, θα αναπαραγάγουμε το σκεπτικό της ΚΑΛ για την ανάλυση του λόγου στο πλαίσιο του πολιτισμού. Να επισημάνουμε πως η ΚΑΛ φαίνεται να μην μπορεί να συγκρίνει διαπολιτισμικά επικοινωνιακές δομές με την αποτελεσματικότητά τους στους αντίστοιχους πολιτισμούς. Αντίθετα, η εξέταση της μετάφρασης ως διαπολιτισμικής επικοινωνίας γνώσεων¹²² αποκαλύπτει όσα συμβαίνουν κατά το πέρασμα από τον έναν πολιτισμό στον άλλον, στην προσπάθεια να επιτευχθεί επικοινωνιακή επάρκεια. Υπενθυμίζουμε πως στο προηγούμενο κεφάλαιο ορίσαμε τη μετάφραση ειδικών – οικονομικών στην περίπτωση μας – κειμένων ως την

ειδική διαπολιτισμική επικοινωνία, ασύμμετρη ή συμμετρική, που συντελείται με τη μεταβίβαση των γνώσεων που περιλαμβάνονται σε ένα ειδικό κείμενο-πηγή σε ένα κείμενο-στόχος, το οποίο είναι ενταγμένο σε διαφορετικό πολιτισμό και με σκοπό την επίτευξη επικοινωνιακής επάρκειας χάρη στη μεταβολή του γνωσιακού συστήματος του αποδέκτη.

¹²² Βλ. επόμενο κεφάλαιο.

Ο ορισμός που δίνουμε στην οικονομική και, κατ' επέκταση, στην ειδική μετάφραση γενικότερα ανταποκρίνεται στις γνωσιακές, γνωστικές, πολιτισμικές και επικοινωνιακές παραμέτρους που έχουμε επεξεργαστεί μέχρι τώρα. Δέχεται τη μετάφραση ειδικών κειμένων ως διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων.

Η επικοινωνία γνώσεων δεν μας παρέχει, όμως, το εργαλείο για να αναλύσουμε ποιες γνώσεις πρέπει να μεταβιβαστούν με ποια μορφή από τον έναν πολιτισμό στον άλλον. Περιορίζεται στην ανάλυση της διαδικασίας μεταβίβασης και δεν μπορεί να αξιολογήσει πώς λειτουργούν οι γνώσεις στους δύο τουλάχιστον εμπλεκόμενους πολιτισμούς. Τις πληροφορίες αυτές θα τις παράσχει η εξέταση των κειμένων υπό το φως της ΚΑΛ. Διεξοδικότερα θα περιγράψουμε τα σχετικά με την ΚΑΛ και τη μετάφραση στην εισαγωγή του επόμενου κεφαλαίου.

Η ΚΑΛ προέκυψε από την ανάγκη της μελέτης της επικοινωνίας πέρα από τη γραμματική. Επιτρέπει τη μελέτη της επικοινωνίας και στο επίπεδο των ενεργειών και των αποτελεσμάτων τους (Wodak, 2008). Η ΚΑΛ, συνεπώς, ανταποκρίνεται στα όσα εκθέσαμε για τη σχέση λόγου και κοινωνικής πραγματικότητας. Η ΚΑΛ αναγνωρίζει την αναγκαιότητα θεώρησης της επικοινωνίας σε πραγματικές συνθήκες, μακριά από εξιδανικευμένα και κατασκευασμένα παραδείγματα. Επιτρέπει την εξέταση των ευρύτερων μονάδων της επικοινωνίας και απεγκλωβισμό από τη λέξη και από την πρόταση. Προκειμένου να καταλάβει ο ερευνητής την επικοινωνία, η ΚΑΛ τού επιτρέπει να κινηθεί πέρα από τη γραμματική και το κειμενικό περιβάλλον και να ενσωματώσει στην εξέτάσή του και εξωγλωσσικά στοιχεία (σημειολογικά, οπτικά, πολυτροπικά στοιχεία). Μια τέτοια προσέγγιση δίνει τη δυνατότητα αναπαραγωγής των γνωστικών αποφάσεων και στρατηγικών του παραγωγού του μηνύματος και διευκολύνει τους συσχετισμούς συγκεκριμένων και γραμματικής, προκειμένου να εντοπιστούν κανονικότητες της χρήσης τους κατά την επικοινωνία.

Σύμφωνα με τον van Dijk (1993: 256), η ΚΑΛ δεν έχει στόχο να συμβάλει σε συγκεκριμένο επιστημονικό κλάδο, παράδειγμα, σχολή ή θεωρία της μελέτης του λόγου. Προέκυψε πρωτίστως προκειμένου να συμβάλει στην κατανόηση κοινωνικών προβλημάτων μέσα από την ανάλυση του λόγου που αναπτύσσεται. Οι διάφορες προσεγγίσεις της ΚΑΛ έχουν νοηθεί κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να λαμβάνουν υπόψη τους τα χαρακτηριστικά της επικοινωνίας: Έχουμε ήδη επισημάνει πως η επικοινωνία δεν περιορίζεται στις λέξεις, αλλά είναι δράση που ελέγχει τις κοινωνικές σχέσεις. Η ΚΑΛ, συγκεκριμένα, μελετά τη σχέση λόγου και εξουσίας και δέχεται ότι η επικοινωνία δημιουργεί και ανα-δημιουργεί το κοινωνικό μας περιβάλλον. Ουσιαστικά η ΚΑΛ επιζητεί να φωτίσει τη σχέση που υπάρχει σε κάθε επικοινωνιακή κατάσταση μεταξύ του λόγου και της γνώσης (van Dijk, 2003: 85). Κεντρική έννοια της ΚΑΛ είναι η σημασία του λόγου.

Η έννοια λόγος έχει λάβει κατά καιρούς ποικίλες σημασίες. Στη συνέχεια, παραθέτουμε κάποιους ορισμούς του λόγου όπως δόθηκαν στη βιβλιογραφία που ασχολείται με την ΚΑΛ:

Discourse is: 'language above the sentence level or above the clause. (Stubbs, 1998)

The study of discourse is the study of any aspect of language use. (Fasold, 1990)

The analysis of discourse is the analysis of language in use...it cannot be restricted to the description of linguistic forms independent of the purposes or functions that they serve in human affairs. (Brown & Yule, 1983)

'Discourse' is for me more than just language in use: It is language use, whether speech or writing, seen as a type of social practice. (Fairclough, 1992)

Discourse constitutes the social... Discourse is shaped by relations of power, and invested with ideologies. (Fairclough, 1992)

Διαβάζοντας τους ανωτέρω ορισμούς, συνειδητοποιούμε ότι ο λόγος αντιμετωπίζεται ως κοινωνική πρακτική, ως χρήση της γλώσσας που ορίζεται από το πλαίσιο επικοινωνίας και ότι η γλώσσα δεν μπορεί να εξεταστεί εκτός πλαισίου επικοινωνίας. Οι δύο ορισμοί του Fairclough και ο ορισμός των Brown και Yule ξεφεύγουν από την απομονωμένη θεώρηση του λόγου ως γλώσσας όπως εξωτερικεύεται, και οι δύο ερευνητές διευρύνουν ακόμα περισσότερο την έννοια της ΚΑΛ. Για τον (Fairclough, ο λόγος διαμορφώνεται από τις σχέσεις εξουσίας σε μια κοινωνική δομή και είναι ιδεολογικά φορτισμένος.

Προκειμένου να γίνει αντιληπτό το εύρος του όρου *λόγος* και η αξία του για άλλους επιστημονικούς χώρους, παραθέτω τον ορισμό που δίνεται στον λόγο, το κείμενο και την ανάλυση του λόγου από τους Grant & Hardy (2004: 6) στο ειδικό τεύχος του περιοδικού *Organization Studies*:

The term “discourse” has been defined as sets of statements that bring social objects into being (Parker 1992). In using the term “organizational discourse”, we refer to the structured collections of texts embodied in the practices of talking and writing ... that bring organizationally related objects into being as those texts are produced, disseminated, and consumed ... Consequently, texts can be considered to be a manifestation of discourse and the distinctive unit... on which the researcher focuses. Accordingly, discourse analysis is the systematic study of texts.

Ο ορισμός που παραθέτουμε παραπάνω εξετάζει τα κείμενα τόσο ως προϊόν όσο και ως διαδικασία. Ως προϊόν, τα κείμενα μπορούν να αποθηκεύονται, να πωλούνται, μπορούμε να τα μεταφράζουμε, να κάνουμε περίληψη κ.ά.. (Fairclough 2003). Ως διαδικασία, τα κείμενα μπορούν να παράγονται προκειμένου να μεταβιβάζονται έννοιες, γνώσεις, αντιλήψεις, συναισθήματα, κοινωνικές σχέσεις, κοινωνικές και προσωπικές ταυτότητες.

Εξετάζοντας το κείμενο ως προϊόν, αλλά και ως διαδικασία, αυτό αποκτά ταυτόχρονα και μια χρονική διάσταση: Ο Halliday (1994) χρησιμοποιεί τον όρο *logogenesis*, εξετάζοντας το κείμενο ως χρονικό πλαίσιο, στο οποίο οντότητες (αντικείμενα, άτομα, χώροι) μπορούν να κατασκευαστούν ή να *κειμενοποιηθούν* (*textured*). Για παράδειγμα, αναφέρει την ουσιαστικοποίηση ως περίπτωση λογογέννησης: Άλλο το νόημα και το αποτέλεσμα της φράσης *Ξεκινάει να δουλεύει* και άλλο της φράσης *Η έναρξη της εργασίας*. Η ουσιαστικοποιημένη μορφή της πρότασης έχει διαφορετικό κοινωνικό αντίκτυπο από τη ρηματική φράση. Η απουσία ποιητικού αιτίου στην ουσιαστικοποιημένη φράση ουδετεροποιεί την πρόταση και την απομακρύνει από το άτομο, τονίζοντας τη διαδικασία και όχι τον προσωπικό μόχθο.

Το απλό αυτό παράδειγμα δείχνει πώς διαμορφώνεται η επικοινωνία μας με τους άλλους και πώς η γλώσσα μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο ελέγχου άλλων ανθρώπων. Συγκεκριμένα, το παράδειγμα μας φανερώνει πως η γλώσσα αντανάκλα την πραγματικότητα, από τη μια, αλλά και τη δημιουργεί και τη διαμορφώνει, από την άλλη. Μας δείχνει, επίσης, πώς η γλώσσα μάς οργανώνει και διαμορφώνει την ταυτότητά μας, δηλαδή πώς βλέπουμε τον εαυτό μας σε σχέση με το σύνολο.

Η ΚΑΛ διερευνά το πώς, πού, πότε, σε ποιον και γιατί της επικοινωνίας. Σε αντίθεση με άλλες προσεγγίσεις, η ΚΑΛ προσπαθεί να φωτίσει την επικοινωνία από όλες τις πλευρές και να την εξετάσει ως ολοκληρωμένο φαινόμενο. Διερευνά την επικοινωνία ως τρόπο άσκησης επιρροής, επικεντρώνεται σε σχέσεις εξουσίας και μελετά τον τρόπο με τον οποίο αυτές πραγματώνονται, ενισχύονται ή αποδυναμώνονται (van Dijk, 1993). Όπως επισημάνθηκε ήδη, η χρήση της γλώσσας αποτελεί κοινωνική πρακτική που καθορίζεται από την κοινωνική δομή και συμβάλλει στη σταθεροποίηση και μεταβολή της δομής, ταυτόχρονα. Αυτό επιβάλλει τη διερεύνηση των μηχανισμών παραγωγής συγκεκριμένου λόγου και της αιτίας και αφορμής της παραγωγής. Η Wodak (1996) επισημαίνει ότι ο λόγος αποτελεί το θεμέλιο των σχέσεων εξουσίας στις σύγχρονες κοινωνίες. Αυτό οφείλεται κυρίως στο πώς οι συσχετισμοί προκύπτουν αλλά και πώς τους διαπραγματεύεται ο λόγος. Ως εκ τούτου, η Wodak εισηγείται τόσο την εξέταση της εξουσίας που έχει ο λόγος ο ίδιος, αλλά και την ταυτόχρονη εξέταση της εξουσίας επί του λόγου.

Ο van Dijk (1993: 250) θεωρεί ότι υπάρχει ο πειρασμός να μελετηθούν οι δομές του λόγου και της εξουσίας γραμμικά και υποστηρίζει ότι τις περισσότερες φορές αυτό είναι αποτελεσματικό και επαρκές. λ.χ., μπορούμε να υποθέσουμε ότι ο ευθύς λόγος, όπως είναι οι προσταγές ή οι διαταγές, χρησιμοποιείται για ν' ασκηθεί εξουσία και, άρα, να ασκηθεί ή να αναπαραχθεί εξουσία. Αντίστοιχα, μπορούμε να εξετάσουμε το ύφος και τη σημασία κειμένων τα οποία έχουν συνταχθεί στο πλαίσιο στρατηγικών που αποβλέπουν στην απόκρυψη συγκεκριμένων κοινωνικών συσχετισμών εξουσίας και, για παράδειγμα, μετριάζουν, μειώνουν ή δηλώνουν εμμέσως τη συμμετοχή των παραγόντων που έχουν προκαλέσει την παραγωγή των κειμένων. Πολλές φορές, όμως, η απλή εξέταση των υφολογικών χαρακτηριστικών ενός κειμένου δεν αρκεί για να αποκαλυφθούν οι κοινωνικοί συσχετισμοί. Αυτό φαίνεται ιδιαίτερα στις ιεραρχικές σχέσεις μεταξύ γονιών και παιδιών, προϊσταμένων και υφισταμένων ή μεταξύ αστυνομικών και πολιτών. Σε αυτές τις περιπτώσεις, ισχύουν ειδικές κοινωνικές συνθήκες, για να μπορέσουν οι συγκεκριμένες ιδιότητες του λόγου να συμβάλουν στην αναπαραγωγή της εξουσίας. Αντίστοιχα ισχύουν σε πολλές άλλες περιπτώσεις (van Dijk, 1993: 250).

Εν συντομία, αφενός η ΚΑΛ προτείνει την εξέταση όχι μόνο του ίδιου του λόγου και του ποιος έχει τον έλεγχό του, αλλά και των κοινωνικών συνθηκών που επικρατούν κατά την παραγωγή του. Αφετέρου, πιστεύουμε ότι ο μελετητής οφείλει να μην αγνοεί και τη νομιμοποίηση της παραγωγής του λόγου και του

βαθμού αποδοχής του. Δεν μπορούμε να αγνοούμε παράγοντες όπως είναι το κύρος του παραγωγού του λόγου για τον αποδέκτη, αλλά και την ικανότητα ή διάθεσή του να τον κατανοήσει. Πόσο αξιόπιστο μπορεί να είναι, λ.χ., ένα κείμενο για τις συναλλαγές με συνάλλαγμα γραμμένο από μη ειδικό;

Επίσης, αυτό που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι το γεγονός ότι κάποιες *μακρο-έννοιες* (*macro-notions*), όπως ομάδα, εξουσία, κυριαρχία, και κοινωνική ανισότητα δεν μπορούν άμεσα να συσχετιστούν με χαρακτηριστικές μικρο-έννοιες, όπως κείμενο, διάδραση, επικοινωνία (van Dijk, 1993: 250). Αυτό δεν αναφέρεται αποκλειστικά στη συνάρτηση που υπάρχει μεταξύ μακρομεγεθών και μικρομεγεθών στην κοινωνιολογία, αλλά (για μας ίσως πιο σημαντικό) στη σχέση μεταξύ λόγου, κοινωνίας και κοινωνικής αντίληψης. Ο van Dijk (1993: 251) πιστεύει ότι, για να μπορέσουμε να συσχετίσουμε τον λόγο και την κοινωνία, δηλαδή τον λόγο με την αναπαραγωγή της εξουσίας και της ανισότητας, οφείλουμε να διερευνήσουμε ενδελεχώς τους συμμετέχοντες στο κοινωνικό γίγνεσθαι και πώς αντιλαμβάνονται την κοινωνική πραγματικότητα. Πιο συγκεκριμένα, η *κοινωνική νόηση* (*social cognition*) φαίνεται να είναι ο συνδετικός κρίκος μεταξύ του λόγου και της εξουσίας (van Dijk, 1993:251).

Η κατακλείδα: Η ΚΑΛ συμμερίζεται ότι το νόημα του κειμένου, γραπτού ή προφορικού, δεν εμπεριέχεται στο ίδιο το κείμενο. Ο αποδέκτης του κειμένου προσεγγίζει και αντιλαμβάνεται το νόημα μόνο εφόσον συνδέσει τις δικές του γνώσεις και προσδοκίες, που είναι αποθηκευμένες στη μακροπρόθεσμη και βραχυπρόθεσμη μνήμη, στην επεξεργασία της γλωσσικής ύλης (Fairclough, 1989:11). Με αυτόν τον τρόπο, ο αποδέκτης μπορεί να ανακτήσει τις γνώσεις που μεταβιβάζονται με την έννοια του Erppler, όπως είδαμε σε προηγούμενη ενότητα. Η προσέγγιση του Fairclough βασίζεται στην υπόθεση ότι η γλώσσα και η κοινωνική πραγματικότητα πραγματώνονται μέσα από τα κείμενα, τη διαδοχή των λόγων και των γλωσσών και πως η γλώσσα είναι αναπόσπαστο μέρος της κοινωνικής ζωής (Fairclough, 2003: 24).¹²³ Ο Fairclough περιγράφει τη διαδικασία και το τελικό προϊόν της παραγωγής της σημασίας, δηλαδή των γνωσιακών μηχανισμών που ενεργοποιούνται, όταν οι άνθρωποι επενδύουν και ερμηνεύουν σημασίες σε κείμενα που λειτουργούν σε ποικίλα κοινωνικά συμφραζόμενα. Τα κείμενα προκαλούν αλλαγές και συμβάλλουν σε αλλαγές που σχετίζονται με τους ανθρώπους, με δράσεις, κοινωνικές σχέσεις και τον υλικό πολιτισμό (Fairclough, 2003: 8).

Να κλείσουμε την ενότητα με την αξιοσημείωντη άποψη του Chilton (2005: 23), που γράφει:

If language use (discourse) is, as the tenets of CDA assert, connected to the „construction“ of knowledge about social objects, identities, processes, etc., then that construction can only be taking place in the minds of (interacting) individuals.

Και παραφράζουμε: Εάν ο λόγος συνδέεται με τη δόμηση της γνώσης σχετικά με κοινωνικά αντικείμενα, ταυτότητες, διαδικασίες κ.λπ., τότε, μελετώντας τον λόγο κριτικά, θα γνωρίζουμε πότε μεταβάλλονται καταστάσεις στον νου όσων συμμετέχουν στην επικοινωνία.

4.2 Ιχνηλατώντας την εμπιστοσύνη: Η ανάλυση των γερμανικών λόγων της οικονομίας

Όπως επισημάνθηκε και στα προηγούμενα κεφάλαια, το βασικό χαρακτηριστικό της επικοινωνίας στον χώρο της οικονομίας είναι η πολυτροπικότητα. Το μεγάλο εύρος των θεμάτων που θεραπεύονται κάτω από την ομπρέλα της έννοιας *οικονομία* γέννησε διαφορετικά επιμέρους συστήματα με διαφορετικό λόγο, επειδή το μεγάλο εύρος των θεμάτων και η συνεχής αύξηση του αριθμού τους, λόγω της διαρκούς ανάπτυξης της δραστηριότητας στον χώρο της οικονομίας, δεν επιτρέπει την κωδικοποίηση του λόγου της οικονομίας. Στην ενότητα αυτή, αλλά και σε αυτήν που ακολουθεί, θα αναλύσουμε τυχαία επιλεγμένα είδη λόγου, που συναντάμε στον χώρο της οικονομίας.

Η ανάλυση θα γίνει με γνώμονα τις βασικές αρχές της ΚΑΛ, όπως εκτέθηκαν στην ενότητα 4.1. Στις επόμενες σελίδες, θα εξετάσουμε έναν αριθμό κειμένων που συναντά κανείς στον σύγχρονο οικονομικό βίο. Θα εξετάσουμε μία σύμβαση δικαιόχρησης, δύο εταιρικά προφίλ και δύο άρθρα εφημερίδων, τόσο από τη γερμανική όσο και από την ελληνική οικονομική πραγματικότητα. Πρόκειται για κείμενα που εξυπηρετούν διαφορετικές επικοινωνιακές σκοπιμότητες. Από τη μια, η σύμβαση δικαιόχρησης, που σκοπό έχει να

¹²³ Ο Fairclough χρησιμοποιεί τους όρους *social events* (texts), *social practices* (orders of discourse) και *social structures* (languages), αντίστοιχα.

ρυθμίσει τις σχέσεις μεταξύ των μερών που συμβάλλονται στη συγκεκριμένη σύμβαση, τα εταιρικά προφίλ, που αποβλέπουν στην προσέλκυση πελατών, και, από την άλλη, ο οικονομικός λόγος των δημοσιογραφικών κειμένων, που μπορούν να έχουν πολύ μεγάλη ποικιλία σκοπιμοτήτων. Και τα τρία είδη κειμένων αποβλέπουν στη δημιουργία και εμπέδωση των σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των εντολέων και των αποδεκτών, μεταξύ δικαιιοπαρόχου και δικαιοδόχου, μεταξύ πελατών και των επιχειρήσεων, καθώς και μεταξύ αναγνώστη και δημοσιογράφου, στην περίπτωση του οικονομικού Τύπου. Κατά την ανάλυσή μας, θα αξιοποιήσουμε την ΚΑΑ, για να μελετήσουμε με ποιους μηχανισμούς καλλιεργούνται οι σχέσεις εμπιστοσύνης. Αποφασίσαμε να εργαστούμε με κείμενα που έχουν συγκρίσιμες δομές και λειτουργίες. Υπάρχουν, βέβαια, κείμενα που υλοποιούνται εντελώς διαφορετικά, με εντελώς διαφορετικά μέσα, στους δύο οικονομικούς πολιτισμούς που εξετάζουμε. Λόγου χάρη, οι φορολογικές δηλώσεις, τα εκκαθαριστικά σημειώματα, οι ισολογισμοί επιχειρήσεων κ.λπ.. Η αντιπαράβολή εντελώς διαφορετικών κειμένων δεν θα εξυπηρετούσε την άμεση συγκρισιμότητα σε όλα τα επίπεδα του λόγου.

Προκειμένου να μπορέσουμε να κάνουμε αξιόπιστη ανάλυση των κειμένων ως προς την οικοδόμηση και καλλιέργεια εμπιστοσύνης, θα πρέπει πρώτα να την περιγράψουμε.

Η καλλιέργεια της εμπιστοσύνης εξαρτάται από δύο παράγοντες: Από τη διάθεση του ατόμου να εμπιστευτεί και από την εικόνα της αξιοπιστίας του άλλου (Mayer, Davis & Schoorman, 1995). Για τον σκοπό μας, θα χρησιμοποιήσουμε τον εξής ορισμό της εμπιστοσύνης:

...a willingness to render oneself vulnerable to another based on confident positive expectations.
(Rousseau & συν., 1998: 395)

Με άλλα λόγια, το άτομο εμπιστεύεται, εκτίθεται σε κάποιον, όταν προσδοκά θετικό αποτέλεσμα. Οι συγγραφείς Mayer & συν. (1995) αντιμετωπίζουν την εμπιστοσύνη ως τον συνδυασμό της *ικανότητας (ability)*, της *θετικής προαίρεσης (benevolence)* και της *ακεραιότητας (integrity)*, προκειμένου να επιτευχθούν όσα θεωρούν οι Rousseau & συν., στον παραπάνω ορισμό, *εμπιστοσύνη*. Τα τρία αυτά χαρακτηριστικά συνδυάζονται ως ακολούθως, προκειμένου να καλλιεργηθεί η εμπιστοσύνη:

- Η *ικανότητα* ορίζεται ως η ομάδα των δεξιοτήτων, των γνώσεων και των χαρακτηριστικών που καθιστούν κάποιο μέρος ικανό να ασκεί επιρροή σε συγκεκριμένο πεδίο. Προφανώς, το πεδίο μπορεί να είναι ιδιαίτερα περιορισμένο, λόγω της ιδιαίτερης και εξειδικευμένης τεχνογνωσίας του ατόμου. Η εμπιστοσύνη στο πρόσωπο αυτό εξαντλείται στην τεχνογνωσία του. Μπορεί σε άλλα πεδία το άτομο να μην έχει ιδιαίτερα αναπτυγμένες δεξιότητες – άρα, περιορισμένη αξιοπιστία.
- Η *θετική προαίρεση* είναι η έκταση στην οποία ο κάτοχος της τεχνογνωσίας θέλει να ευεργετήσει πέρα από τα εγωιστικά του κίνητρα ή την οποιαδήποτε αμοιβή. Πρόκειται για τη θετική στάση του ατόμου που κατέχει τη τεχνογνωσία προς το άλλο μέρος (Mayer & συν., 1995: 719). Συναισθηματική ταύτιση, συνέπεια και αξιοπιστία είναι φορείς έκφρασης της θετικής προαίρεσης.
- Η *ακεραιότητα* αναφέρεται στην πεποίθηση του ατόμου που δείχνει εμπιστοσύνη πως ο στόχος της τεχνογνωσίας κατευθύνεται από θεμελιώδεις αρχές που ο πρώτος αναγνωρίζει και αποδέχεται. Τέτοιες πράξεις είναι η ιστορική συνέπεια των πράξεων, αλλά και των πράξεων και των λόγων (Mayer & συν., 1995: 719). Αυτό το χαρακτηριστικό εκφράζεται μέσα από τις έννοιες αξιοπιστία, εντιμότητα και δικαιοσύνη. Οι Mayer & συν. (1995: 719) επισημαίνουν πως η θετική προδιάθεση και η ακεραιότητα διαφέρουν ιδιαίτερα στο εξής σημείο: Όσο η θετική προδιάθεση αυξάνεται τόσο η σχέση εξελίσσεται. Η αίσθηση της ακεραιότητας δημιουργείται, συνήθως, ευθύς εξαρχής ως παράγοντας αξιοπιστίας στην όψιμη σχέση (Mayer & συν., 1995: 722).

Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε τα κείμενα ως προς τα τρία βασικά χαρακτηριστικά. Οι γλωσσικές επιλογές των συντακτών αποκαλύπτουν ικανότητα, θετική προαίρεση και ακεραιότητα που συνθέτουν εμπιστοσύνη; Η μεθοδολογία ανάλυσης των γερμανικών κειμένων θα εφαρμοστεί και στην ανάλυση των ελληνικών, που ακολουθεί στην ενότητα 4.3.

4.2.1 Μια γερμανική σύμβαση δικαιόχρησης (*Franchisevertrag*)¹²⁴

Η πρώτη περίπτωση που θα εξεταστεί είναι αυτή μιας σύμβασης δικαιόχρησης (*Franchisevertrag*). Θα διαπιστώσουμε πως η σύμβαση αυτή παρουσιάζει πολλά κοινά με τον λόγο των γερμανικών νομικών κειμένων.¹²⁵ Ο λόγος που αναπτύσσεται χρησιμοποιεί στοιχεία που υπάρχουν και στα αμιγώς νομικά κείμενα. Μόνο στο επίπεδο του συντακτικού διαφοροποιείται το κείμενο ποιοτικά από άλλα είδη συμβάσεων του γερμανικού δικαίου.

Προφανώς, η σύμβαση είναι νομικό κείμενο, στην ουσία. Ωστόσο, η θεραπεία της δικαιόχρησης και η ρύθμιση των επιχειρηματικών και των επιχειρησιακών παραμέτρων της αποτελεί σε μεγάλο μέρος οικονομικής φύσης συμφωνία. Ούτως ή άλλως, ο λόγος του δικαίου συχνά αναμειγνύεται με τον λόγο συγκεκριμένων τομέων της οικονομίας.

Γενικότερα, ισχύει πως ο γερμανικός νομικός λόγος δεν διαφέρει πάρα πολύ από τον ελληνικό. Παρουσιάζει πολλά κοινά στοιχεία με τον ελληνικό νομικό λόγο. Αυτό οφείλεται στο ότι

- τα δύο νομικά συστήματα ανήκουν στην ίδια οικογένεια δικαίου (ρωμανογερμανική), και
- στο ότι η ελληνική νομική γλώσσα είναι, σε μεγάλο βαθμό, δημιούργημα της μετάφρασης
- από τη γερμανική και τη γαλλική γλώσσα (Κουτσιβίτης, 1994: 225).

Κατά κανόνα, αρκεί μια ματιά στο δίκαιο, για να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με τον λόγο των συμβάσεων. Αυτό, ωστόσο, δεν ισχύει για τη σύμβαση δικαιόχρησης στη Γερμανία. Η μορφή αυτή δικαιοπραξίας δεν έχει ρυθμιστεί ούτε στη Γερμανία ούτε στην Αυστρία με νόμο. Αυτό σημαίνει πως ο λόγος που αναπτύσσεται στο πλαίσιο της σύνταξης μιας σύμβασης δικαιόχρησης εξαρτάται από τον μεγάλο αριθμό δικαστικών αποφάσεων και μεμονωμένων περιφερειακών νομοθετημάτων. Αντίθετα, χώρες όπως το Βέλγιο, η Γαλλία, η Ιταλία, η Σουηδία, η Ισπανία και η Ελλάδα έχουν σχετικούς νόμους, που προϊδεάζουν για χαμηλότερης δυναμικής διαφοροποίηση στον λόγο τους.

Αναλυτικότερα, ο λόγος της σύμβασης δικαιόχρησης που εξετάσαμε έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: Όπως και στις άλλες επιστήμες και επαγγελματικούς κλάδους, το ουσιαστικό δεσπόζει στη γερμανική νομική ορολογία.¹²⁶ Ο Weyers (1990: 301), παραθέτοντας τα λόγια του διακεκριμένου νομικού Gast, γράφει: *Οι νομικοί αγαπούν το ουσιαστικό*. Ο Daum (1981: 87) ερμηνεύει την προτίμηση αυτή με πιο αντικειμενικά επιχειρήματα: Το βαθύτερο αίτιο της ευρύτερης χρήσης του ουσιαστικού είναι μια *εννοιοκρατική αντίληψη της νομικής επιστήμης (Begriffsjurisprudenz)*, που κληρονομήθηκε από το ρωμαϊκό δίκαιο και η οποία οδήγησε στη διαμόρφωση μιας νομικής γλώσσας που, γενικεύοντας, προσανατολίζεται σε αφηρημένες έννοιες. Στο επίπεδο της ορολογίας παρακολουθούμε, επίσης, μια ροπή προς τον σχηματισμό σύνθετων λέξεων (λεξιλογικά σύνολα). Πρόκειται για δομές που συγκροτούνται από επιμέρους λεξιλογικά συστατικά, καθένα από τα οποία είναι φορέας σημαντικής έννοιας, και σημασιολογικά συνδέονται μεταξύ τους μέσα από τον περιορισμό της έννοιας του ενός μεμονωμένου ουσιαστικού από το άλλο (Weinrich, 1993: 924). Ο Reynolds (1986: 553), δικαιολογημένα, επισημαίνει ότι όσοι μη Γερμανοί ασχολούνται με τη γερμανική νομική βιβλιογραφία γνωρίζουν ότι δεν πρόκειται για γλώσσα που μπορεί να παρακολουθηθεί εύκολα, κυρίως λόγω της τάσης της να συνθέτει νέες ή όλο πιο μακρές λέξεις. Προφανώς, τα λεξιλογικά σύνολα εξυπηρετούν λόγους οικονομίας, διότι συχνά υποκαθιστούν έναν αναλυτικό επιρρηματικό προσδιορισμό ή ακόμη και ολόκληρη πρόταση, με αποτέλεσμα να οδηγούν στη συμπίκνωση¹²⁷ της σημασίας σε μικροκειμενικό επίπεδο. Παρατηρούνται περιπτώσεις όπου τα λεξιλογικά σύνολα συγκροτούνται από περισσότερες των δύο λέξεων. Για παράδειγμα, στη σύμβαση που εξετάζουμε βρίσκουμε όρους όπως *Franchisegeber (der)*, *Franchisenehmer (der)*, *Franchisegegenstand (der)*, *Geschäftsbezeichnung (die)*, *Erfahrungswissen (das)*, *Farbzusammenstellung (die)* κ.λπ.. Το τελευταίο συνθετικό αποτελεί την εστία της σημασίας του λεξιλογικού συνόλου, που προσδιορίζεται από τα επιμέρους λεξήματα που προηγούνται. Έτσι, στο λεξιλογικό σύνολο *Erfahrungswissen*, η εστία είναι το λέξημα *-wissen (das)*, που εντοπίζεται νοηματικά από το λέξημα *-e Erfahrung (die)*.

¹²⁴ Το κείμενο που εξετάστηκε παρατίθεται στο παράρτημα του κεφαλαίου.

¹²⁵ Βλ. σχετικά Βλαχόπουλο (2014: 46-52).

¹²⁶ Βλ., επίσης, τις ενότητες 2.4 και 2.5 του ανά χείρας πονήματος.

¹²⁷ Για το συντακτικό των ειδικών κειμένων και ειδικότερα την έννοια της συμπίκνωσης, βλ. την ενότητα 2.2.2.

Ιδιαίτερο γνώρισμα της γερμανικής σύμβασης είναι η χρησιμοποίηση ουσιαστικοποιημένων ρημάτων (*führen, unterstützen, betreiben, errichten, ausführen* κ.λπ.), τα οποία στο συντακτικό επίπεδο υποκαθιστούν τελικές προτάσεις, π.χ. *Geschäftsführung (die), Unterstützung (die), Geschäftsbetrieb (der), Errichtung (die), Ausführung (die)* κ.λπ.. Η ουσιαστικοποίηση έχει ως αποτέλεσμα να μετατοπιστεί μεγάλη ποσότητα πληροφορίας από το ρηματικό πεδίο στα ουσιαστικά (Weinrich, 1993: 988). Εν προκειμένω, παρατηρείται χρήση ρημάτων που σπάνια συναντώνται στην καθομιλουμένη (π.χ., *bedürfen*), καθώς και ρημάτων που νοηματικώς είναι κενά (Wagner, 1984: 80) και χρησιμοποιούνται μόνο από συντακτική αναγκαιότητα, για να συμπληρωθεί συντακτικώς η πρόταση. Τα συγκεκριμένα ρήματα συναντώνται αποκλειστικά στο περιβάλλον ουσιαστικοποιημένων ρημάτων, π.χ.,

*Im Übrigen erfolgen Schulungen des Franchisenehmers durch den Franchisegeber.
... wobei eine Offenlegung der Umsätze einzelner Franchisenehmer ohne deren
Zustimmung nicht erfolgen darf.*

Στην περίπτωση αυτή, το ρήμα περιτεύει και η έλλειψή του δεν θα επηρέαζε την κατανόηση της σημασίας της πρότασης, αλλά χρησιμοποιείται αποκλειστικά και μόνο για να συμπληρωθεί ή να ολοκληρωθεί στο δεύτερο παράδειγμα το ρηματικό πλαίσιο, που αρχίζει με το ρήμα *dürfen* και που συντακτικά πρέπει να κλείσει με ένα απαρέμφατο – εδώ το *erfolgen*. Στην πρώτη περίπτωση, το κενό από νόημα ρήμα αποτελεί το απαραίτητο συντακτικό συμπλήρωμα.

Το ίδιο ισχύει και στις περιπτώσεις *Reparaturen und Neuanschaffungen ausführen, Versicherung abschliessen, Absprache treffen* κ.λπ.. Η γερμανική σύμβαση δεν παρουσιάζει συντακτικές ιδιαιτερότητες που να ξενίζουν τον έλληνα μεταφραστή. Τα περισσότερα συντακτικά δεδομένα του γερμανικού λόγου συναντώνται και στο αντίστοιχο γλωσσικό σύστημα της ελληνικής.

Συχνά κατακρίνεται η πολυσύνθετη σύνταξη γερμανικών νομικών κειμένων (Arnzt, **Error! Bookmark not defined.** 1994: 11). Ωστόσο, στην περίπτωση της σύμβασης που εξετάζουμε, δεν διαπιστώνουμε ιδιαίτερα πολύπλοκη σύνταξη. Από τις πιο επεξεργασμένες προτάσεις της σύμβασης είναι η ακόλουθη:

Unverzüglich nach Erteilung der erforderlichen behördlichen Genehmigungen hat der Franchisenehmer auf eigene Kosten die für die Ausstattung des Betriebes nach den Richtlinien und Anweisungen des Franchisegebers erforderlichen Gegenstände beim Franchisegeber zu erwerben und den Einbau und die Gestaltung seiner Verkaufsstelle einschließlich der Außen- und Innenausstattung entsprechend den Richtlinien vorzunehmen.

Η πολύπλοκη σύνταξη της ανωτέρω φράσης οφείλεται στη μετοχική πρόταση, που λειτουργεί ως επιρρηματικό στοιχείο και καθιστά την εξαγωγή και την παρακολούθηση του νοήματος της συνολικής πρότασης εξαιρετικά δύσκολη υπόθεση για αποδέκτη που δεν είναι εξοικειωμένος με τον συγκεκριμένο λόγο.

Όπως επισημάνθηκε, η τάση προς την ουσιαστικοποίηση, που περιγράψαμε προηγουμένως, δεν συνιστά αποκλειστικά λεξικολογικό φαινόμενο, αλλά, κατ' επέκταση, και συντακτικό που αυξάνει τον βαθμό συμπύκνωσης της σημασίας της πρότασης. Λ.χ.,

Die Einrichtung und Ausstattung des Franchisebetriebes ist vom Franchisenehmer nach den Richtlinien des Franchisegebers auf eigene Kosten instand zu halten.

Der Franchisenehmer wird seinen Betrieb unter Kenntlichmachung seiner Stellung als Franchisenehmer auf eigene Rechnung und Gefahr als selbstständiger Kaufmann führen

Χάρη στην ουσιαστικοποίηση των όρων *Die Einrichtung und Ausstattung des Franchisebetriebes* και *unter Kenntlichmachung seiner Stellung*, συμπυκνώθηκε η σημασία των προτάσεων – κάνοντας τις προτάσεις πιο δύσκολες για μη ειδικούς αποδέκτες ή αποδέκτες με τα Γερμανικά ως ξένη γλώσσα.

Ένα άλλο γνώρισμα του κειμένου που εξετάζουμε είναι η παθητική διάθεση πολλών ρημάτων. Συναντήσαμε, ωστόσο, λίγες μόνο προτάσεις με παθητική σύνταξη του τύπου:

Der Franchisenehmer wird bei allen Werbemaßnahmen dafür Sorge tragen, dass das Image des gesamten Systems gewahrt und gefördert wird.

και

..... ob und wie gegen die Beeinträchtigung und Verletzung von Schutzrechten des Franchisesystems eingeschritten werden soll.

Αυτό που παρατηρείται είναι ο μικτός τρόπος έκφρασης των υποχρεώσεων των συμβαλλομένων. Ο νομικός λόγος διακρίνει τρεις βαθμίδες υποχρεωτικότητας –υποχρεωτικός, υποχρεωτικός υπό ορισμένες προϋποθέσεις και προαιρετικός (*Muß-, Soll- und Kann- Bestimmungen*)–, που εκφράζονται με τη χρήση τριών διαφορετικών τροποποιητικών ρημάτων (*müssen, sollen, dürfen*), το καθένα από τα οποία είναι φορέας συγκεκριμένου βαθμού υποχρεωτικότητας (Weinrich 1993: 117). Πέρα από τις συνηθισμένες μορφές, όπως είναι η χρήση του ρήματος *müssen*, παρατηρούνται

A. Ο απλός μέλλοντας.

Der Franchisenehmer wird seinen Franchisebetrieb in (Ort) in den in seinem Besitz befindlichen Geschäftsräumen in der (Straße) ein Bräunungsstudio im Rahmen des in der Präambel beschriebenen Systems betreiben.

Der Franchisenehmer wird nach Abschluss des vom Franchisegeber angebotenen Schulungskurses (vgl. § 8 dieses Vertrages) seinen Geschäftsbetrieb an dem in § 2 Abs. 1 dieses Vertrages genannten Standort eröffnen,

B. Ρήματα που είναι ασυνήθιστα στην καθομιλουμένη, όπως, *obliegen, gewähren, sicherstellen, bedürfen*.

Γ. Ρήματα που εμφανίζονται και στην καθομιλουμένη, όπως *versichern, gewähren*.

Δ. Ο σχηματισμός *sein* + παθητική μετοχή, όπως *ist verpflichtet, ist gehalten*.

Εντύπωση προκαλεί η παράλειψη του χρονικο-υποθετικού συνδέσμου *wenn* ή του υποθετικού *falls* στις υποθετικές προτάσεις. Το είδος αυτό των δευτερευουσών προτάσεων σχηματίζεται με την πρόταξη του ρήματος, π.χ.

Kommt es wegen derartiger Ansprüche zu gerichtlichen Verfahren gegen den Franchisegeber, trägt der Franchisenehmer die Gerichtskosten und die Anwaltsgebühren und übernimmt die Erfüllung einer Urteilsforderung,

Πρόκειται για μορφή υποθετικής σύνδεσης που χρησιμοποιείται και στην καθομιλουμένη, αλλά εμφανίζεται ευρύτερα στον επιστημονικό λόγο για τη διατύπωση προϋποθέσεων (Weinrich, 1993: 744).

Η διάταξη των πληροφοριών μέσα στο κείμενο είναι ευδιάκριτη. Μετά το προοίμιο –στο οποίο ορίζεται το είδος της σύμβασης, καθώς και τα στοιχεία των συμβαλλόμενων μερών–, ακολουθούν οι αριθμημένες παραγράφους και εδάφια που φέρουν τίτλο, δηλώνοντας το περιεχόμενό τους.

Ως προς τις διασχέσεις στους κόλπους του μακροκειμένου, διακρίνουμε αρκετούς μηχανισμούς διατήρησης της κειμενικής συνοχής. Χρησιμοποιούνται τόσο προσωπικές όσο και κτητικές αντωνυμίες, καθώς και εκφράσεις της μορφής *die in seiner Person liegen*, για να δηλωθεί αναφορά. Επιπλέον, διακρίνουμε τη χρήση επιρρημάτων όπως *zusätzlich, ferner, weiter* κ.λπ.. Καταφορά δηλώνεται μόνο με το επίρρημα *nachfolgend*.

Πέρα από αυτούς τους μηχανισμούς δημιουργίας διασχέσεων στο μακροκείμενο, διαγνώσαμε και την παραπομπή σε συγκεκριμένες παραγράφους της σύμβασης, με τη χρήση των επιρρηματικών φράσεων *gemäß § 1* και *des in § 2 Abs. 1 bestimmten*, όπως στις παρακάτω προτάσεις.:

Vertragliche Hauptpflicht des Franchisenehmers ist es, die gemäß § 1 dieses Vertrages eingeräumten Rechte mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns zum Betrieb des in § 2 Abs. 1 bestimmten Franchise-Outlets auszuüben und zu nutzen.

Η σύνδεση του κειμένου με ποικίλους αρμούς είναι ανύπαρκτη. Τον ρόλο των αρμών προφανώς παίζει η αρίθμηση των παραγράφων και των εδαφίων. Η διατήρηση της συνοχής με σημασιολογικά μέσα επιτυγχάνεται με την επανάληψη λέξεων [*Franchisegeber (der)*, *Franchisenehmer (der)* κ.ά.] και με την αντικατάσταση αυτών με προσωπικές αντωνυμίες.

Αποτιμώντας την ανάλυση και συγκρίνοντας τα χαρακτηριστικά της σύμβασης δικαιόχρησης με άλλες συμβάσεις του γερμανικού δικαίου, διαπιστώνουμε αρκετές ομοιότητες και μικρές αποκλίσεις: Προκειμένου να εξασφαλιστεί όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ακρίβεια και σαφήνεια σε όλα τα προαναφερθέντα γλωσσικά επίπεδα, οι γερμανοί νομικοί καταφεύγουν σε επιλογές ασυνήθιστες για την καθομιλουμένη, οι οποίες φυσικά, με τη σειρά τους, διαμορφώνουν το ιδιαίτερο ύφος του γερμανικού νομικού λόγου (Βλαχόπουλος, 2014). Η προτίμηση στο ουσιαστικό, στα λεξιλογικά σύνολα –αποτέλεσμα της ροπής της γερμανικής γλώσσας προς τη σύνθεση λεξιλογικών συνόλων– και η τάση για ουσιαστικοποίηση των ρημάτων αποτελούν ένα υφολογικό σύνολο που χαρακτηρίζει τα νομικά κείμενα γενικότερα – αλλά και την υπό εξέταση σύμβαση δικαιόχρησης ειδικότερα. Επιπλέον, υφολογικά στοιχεία της σύμβασης, αλλά και του γερμανικού λόγου, είναι η επιλογή ανύπαρκτων στην καθομιλουμένη ρημάτων ή η χρησιμοποίηση ρημάτων σημασιολογικά κενών, σε συνδυασμό με ουσιαστικά ρηματικής προέλευσης.

Τα συντακτικά χαρακτηριστικά που συντελούν στη διαμόρφωση ύφους είναι τα εξής: Ο συμπυκνωμένος λόγος στο επίπεδο της φράσης, που είναι αποτέλεσμα της χρήσης μετοχικών προτάσεων (σχήμα υπερβατό) και ουσιαστικοποιημένων ρημάτων, ο μακροπερίοδος λόγος και η παθητική διάθεση, που δηλώνεται με ποικίλες μορφές σύνταξης, καθώς και η εναλλακτική διατύπωση της σημασίας των τροποποιητικών ρημάτων. Η σύμβαση δικαιόχρησης δεν παρουσιάζει υψηλό βαθμό συντακτικής συμπίκνωσης. Οι προτάσεις της χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη σημασιολογική διαύγεια. Επίσης, ο τρόπος με τον οποίο εκφράζεται η υποχρέωση δεν είναι σταθερός όπως στα αμιγώς νομικά κείμενα.

Το ερώτημα που καλούμαστε να απαντήσουμε είναι εάν με το κείμενο καλλιεργούνται σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ του εντολέα ή παραγωγού του κειμένου και του αποδέκτη του. Προφανώς, η φύση του κειμένου ως σύμβαση εμπνέει –αλλά και καλλιεργεί– εμπιστοσύνη. Μπορούμε να υποθέσουμε πως η μικρή διαφοροποίηση στο συντακτικό επίπεδο οφείλεται, ενδεχομένως, είτε στο γεγονός πως η σύμβαση δικαιόχρησης στη Γερμανία δεν διέπεται ακόμα από ενιαία νομοθεσία¹²⁸ είτε επειδή η συγκεκριμένη μορφή σύμβασης αποτελεί και χάρτη συμπεριφοράς του, συνήθως, μη νομικού δικαιοδόχου. Αντίθετα, οι λοιπές δικαιοπραξίες στηρίζονται σε παγιωμένη νομοθεσία, με αποτέλεσμα να αντανakλούν οι αντίστοιχες συμβάσεις και τον λόγο των αντίστοιχων νόμων και να έχουν πιο συμπαγές υφολογικό προφίλ, λόγω υψηλότερης συντακτικής συμπίκνωσης.

Η χρήση του λόγου με τα χαρακτηριστικά του νομικού λόγου δείχνουν την ικανότητα του συντάκτη ή/και εντολέα. Η σύνταξη σύμβασης δικαιόχρησης θα ήταν εξαιρετικά δύσκολο εγχείρημα για μη ειδικό. Η θετική του προαίρεση ενδεχομένως να αντανakλάται μερικώς. Ο αυστηρός και τυποποιημένος νομικός λόγος του κειμένου δεν επιτρέπει την έκφραση οποιασδήποτε συναισθηματικότητας εκτός της προσήλωσης στο γράμμα και πνεύμα του κειμένου: Με άλλα λόγια, ο λόγος της σύμβασης δικαιόχρησης, με την αυστηρότητα που τη διακρίνει, είναι φορέας συνέπειας και αξιοπιστίας. Ο γερμανός αποδέκτης θα είναι πεπεισμένος ως προς την ακεραιότητα των προθέσεων του δικαιοπαρόχου και δεν θα είχε αμφιβολίες για κάποιον που συνάπτει μια συνεργασία τέτοιας μορφής. Η ίδια η σύμβαση έχει σκοπό να μεριμνήσει για τη συνέπεια πράξεων και λόγου.

Συνολικά, το κείμενο δημιουργεί σχέση εμπιστοσύνης μέσω των νομικών θεμελίων που θέτει για τη σχέση συνεργασίας που θα προκύψει από τη σύναψή της.

4.2.2 Το εταιρικό προφίλ των γερμανικών εταιριών

Το δεύτερο είδος λόγου από το ευρύτατο πεδίο της οικονομίας που θα εξετάσουμε είναι ο λόγος των εταιρικών προφίλ ως προς την οικοδόμηση και καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης. Τα κείμενα αυτά έχουν σκοπό να μεταφέρουν τις βασικές πληροφορίες για την επιχείρηση, τόσο στους καταναλωτές όσο και σε άλλες επιχειρήσεις που αναζητούν συνεργασία της μιας ή άλλης μορφής. Πρόκειται για κείμενα που,

¹²⁸ Βλ. Βλαχόπουλος 2014, για περιγραφή του ύφους ιδιωτικού συμφωνητικού μισθώσεως.

συνήθως, είναι μέτριου μήκους και συνοψίζουν τις βασικές πληροφορίες για την επιχείρηση.¹²⁹ Εξυπακούεται πως το εταιρικό προφίλ αποτελεί θετική παρουσίαση της εταιρείας, με στόχο την καλλιέργεια εμπιστοσύνης.

Όπως θα δούμε παρακάτω, συνήθως ένα εταιρικό προφίλ αναφέρεται στη διαδρομή της επιχείρησης στον χρόνο, στις δραστηριότητες και στους στόχους της. Αναφέρεται, οπωσδήποτε, στα προϊόντα που πουλάει ή παράγει ή στις υπηρεσίες που προσφέρει. Σημαντικό στοιχείο είναι η παράθεση βασικών οικονομικών μεγεθών και της νομικής μορφής της επιχείρησης. Η φιλοσοφία της επιχείρησης παίζει κεντρικό ρόλο, όπως και η σχέση της με τους πελάτες της και τους επενδυτές. Επιλέξαμε να εξετάσουμε δύο εταιρικά προφίλ, ένα πιο απλό και ένα λιγότερο απλό. Και τα δύο επιλέχθηκαν τυχαία.

A. Το απλό εταιρικό προφίλ

Στη συνέχεια, βλέπουμε ένα αρκετά απλό εταιρικό προφίλ γερμανικής εταιρείας του μεταλλουργικού τομέα. Ο συντάκτης αποφάσισε να παραθέσει τις πληροφορίες κατά χρονολογική σειρά, και να αφιερώσει μία παράγραφο σε κάθε σημαντικό χρονικό διάστημα:

Firmenprofil

1986 wurde von Uwe Levermann die Rems Metall gegründet. Nach einem Einspruch gegen den Namen, entschloss sich der Firmengründer seine Firma nach seinen beiden Kindern Rainer und Marion in Raima Metall umzubenennen.

Am Anfang wurden sehr erfolgreich Aluminium Standardbleche verkauft und später das Sortiment um Aluminiumprofile für den Metallbau erweitert. Der Firmengründer wurde durch befreundete und treue Kunden sehr stark unterstützt und auch heute noch steht das partnerschaftliche Miteinander an vorderster Stelle.

Zu Anfang wurde ein Lagerarbeiter und ein LKW-Fahrer beschäftigt. Im Laufe der Zeit erhöhte sich die Zahl des Personals auf heute ca. 20 Mitarbeiter.

Im Jahr 2000 wurde eine Querteilanlage angeschafft, wodurch sich das Lieferprogramm um Fixformatbleche und Coils erweiterte. Dadurch konnte der Umsatz entschieden gesteigert und auch der Kundenstamm erweitert werden.

Das Familienunternehmen Raima Metall wird auch zukünftige Anstrengungen unternehmen, um sich der gesteigerten Kundenanforderungen stellen zu können.

Αναλύοντας τον λόγο του εταιρικού προφίλ, καταλήγουμε στον ακόλουθο χάρτη του κειμένου: Παρατηρούμε αρχικά μια αναδρομή στην ιστορική πορεία της επιχείρησης. Ξεκινά με το έτος ίδρυσης και τη διαμόρφωση της επωνυμίας. Ο συντάκτης δίνει έμφαση στη φυσιογνωμία της επιχείρησης ως οικογενειακής, και επισημαίνει τους δεσμούς φιλίας και αξιοπιστίας συνεργασίας. Παράλληλα, οριοθετείται ο τομέας στον οποίο δραστηριοποιείται η εταιρεία. Στη συνέχεια, περιγράφεται η εξέλιξη της επιχείρησης και η ανάπτυξή της. Το κείμενο αναφέρεται σε σημαδιακές, για την πορεία της επιχείρησης, περιόδους και τη θετική πτυχή των επενδύσεων στην περαιτέρω ανάπτυξή της.

Από υφολογικής πλευράς, διακρίνουμε την περιορισμένη χρήση όρων. Χρησιμοποιούνται μόνο ελάχιστοι όροι του χώρου της μεταλλουργίας [(λ.χ., *Fixformatblech (das)*, *Coils*, *Aluminiumprofil (das)*] και κάποιοι οικονομικοί [*Lieferprogramm (das)*, *Umsatz (der)*, *Familienunternehmen (das)*]. Τα ρήματα του κειμένου χρησιμοποιούνται και στην κοινή γερμανική και δεν ξενίζουν τον μη ειδικό αναγνώστη. Η επιλογή του λεξιλογίου παραπέμπει διαρκώς στην οικογενειακή υπόσταση της εταιρείας και σε δεσμούς φιλίας και συνεργασίας με ευχαριστημένους πελάτες. Έτσι, προκύπτουν σχήματα όπως τα ακόλουθα:

... das partnerschaftliche Miteinander...

... befreundete und treue Kunden...

Das Familienunternehmen ...

.... nach seinen beiden Kindern Rainer und Marion in Raima Metall umzubenennen

Από συντακτικής πλευράς, διακρίνουμε επανειλημμένη χρήση της παθητικής φωνής με χαμηλή συντακτική συμπύκνωση – επιλογή που διατηρεί υψηλό βαθμό διαύγειας. Προφανώς, ο συντάκτης επέλεξε

¹²⁹ Το μήκος ενός κειμένου μπορεί να δημιουργήσει την προδιάθεση για ανάγνωσή του ή και να αποτρέψει.

την παθητική φωνή για να δοθεί έμφαση στις διαδικασίες και όχι στα πρόσωπα – δημιουργώντας, όμως, ένα αίσθημα απόστασης:

1986 wurde von Uwe Levermann die Rems Metall gegründet.

Am Anfang wurden sehr erfolgreich Aluminium Standardbleche verkauft und später das Sortiment um Aluminiumprofile für den Metallbau erweitert.

Im Jahr 2000 wurde eine Querteilanlage angeschafft.

Dadurch konnte der Umsatz entschieden gesteigert und auch der Kundenstamm erweitert werden.

Όπως παρατηρήσαμε και παραπάνω, οι προτάσεις είναι κανονικού μήκους και εύκολα παρακολουθείται η ανάπτυξη του νοήματός τους.

Από κειμενικής πλευράς, διαπιστώνουμε μια χρονολογική δόμηση, η οποία αντανακλά την ανάπτυξη της επιχείρησης. Οι παράγραφοι εισάγονται είτε με χρονολογία είτε με επιρρηματική φράση που δηλώνει χρόνο ή διαδοχή.

Η ανάλυση του λόγου που χρησιμοποιείται στο συγκεκριμένο εταιρικό προφίλ μάς επιτρέπει να διαπιστώσουμε πως πρόκειται για κείμενο που γράφτηκε για να δώσει μια εποπτική εικόνα της επιχείρησης, τονίζοντας τον οικογενειακό χαρακτήρα της και τη στενή και εποικοδομητική σχέση με τους συνεργάτες. Ο συντάκτης κατέφυγε σε λιτό λόγο και δεν χρησιμοποίησε υφολογικά στοιχεία που θα απαιτούσαν ιδιαίτερη προσπάθεια από τον αναγνώστη.

Εδώ διακρίνουμε την προσπάθεια καλλιέργειας εμπιστοσύνης, με την επισήμανση της τεχνογνωσίας, της συναισθηματικής ταύτισης της (οικογενειακής) επιχείρησης με τον πελάτη, που διακρίνεται για τη συνέπειά της. Ωστόσο, η χρήση της παθητικής φωνής, αλλά και η αυστηρή χρονολογική καταγραφή της εξέλιξης, μειώνει την ένταση της συναισθηματικότητας του λόγου του συγκεκριμένου κειμένου. Η ιστορική αναδρομή έχει σκοπό να φωτίσει την αξιοπιστία της επιχείρησης σε σχέση με τους εταίρους και την παρουσία της στον χώρο.

B. Το πιο σύνθετο

Στη συνέχεια, θα αναλύσουμε ένα πιο σύνθετο εταιρικό προφίλ γερμανικής εταιρείας. Πρόκειται για το προφίλ εταιρείας από τον χώρο της πληροφορικής, και συγκεκριμένα τον χώρο της ανάπτυξης λογισμικού.

Unternehmensprofil IT GmbH

Als mittelständischer, inhabergeführter Lösungsanbieter bietet die IT GmbH Unternehmen den passenden Mix aus Standard- und Individual-Software. Denn gerade der Mittelstand braucht hochwertige Software-Lösungen, die sich positiv auf Produktivität, Umsatz und Kosten auswirken. Denn gerade der Mittelstand braucht hochwertige Software-Lösungen. Im Vordergrund steht dabei eine kostengünstige, effiziente und flexible Standardlösung. Dieser von Mesonic entwickelten betriebswirtschaftlichen Software kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Als Entwicklungspartner von Mesonic ist S&S in der Lage, auch kundenspezifische und brachenorientierte Anforderungen innerhalb dieser modernen ERP-Standard-Software umzusetzen. Dazu hat die IT GmbH verschiedene Module wie Zeit- und Betriebsdatenerfassung, einen Prozesseditor, ein Artikelinformationssystem sowie einen Stücklistengenerator als funktionale Ergänzung der Mesonic-Software programmiert. Ein weiterer Schwerpunkt sind webbasierte Module wie zum Beispiel Shopsysteme und Portallösungen.

„Service mit System“ durch maßgeschneiderte Individual-Lösungen

Die Service-Orientierung ist den Geschäftsführern Michael Suermann und Jürgen Oberbeck derart wichtig, dass sie diesen Anspruch bereits bei der Unternehmensgründung 1995 in den Firmennamen integrierten. Die intensive, begleitende Beratung – von der Prozessanalyse bis zur erfolgreichen Implementierung in die IT-Infrastruktur der Kunden – ist deshalb auch ein integraler Bestandteil aller Software-Projekte der IT GmbH. Durch diese enge Zusammenarbeit mit den Kunden entwickelt der Lösungsanbieter maßgeschneiderte und zukunftssichere Individual-Lösungen, mit

denen Unternehmen ihre Optimierungspotenziale voll ausschöpfen können. Im Focus steht immer die Gesamtlösung, mit der die IT GmbH seinen Kunden den Weg zu effizienteren Geschäftsprozessen ebnet und sie beim Erreichen von führenden Marktpositionen durch eine moderne, flexible und leistungsfähige Unternehmenssoftware unterstützt.

Die Lösungen werden unter der Marke Mittelstandssoftware.de vertrieben. Unter dieser Marke haben sich bundesweit Partner zusammen gefunden, die das Portfolio ergänzen und gemeinsam vertreiben. Alle Lösungen sind auch als SaaS (Software as a Services) auf monatlicher Mietbasis verfügbar.

Η εταιρεία πληροφορικής που παρουσιάζεται στο κείμενο επιδιώκει να μεταφέρει στους ενδιαφερόμενους επισκέπτες της ιστοσελίδας της τον τρόπο με τον οποίο είναι οργανωμένη, να εξηγήσει τις υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει, αλλά και τη φιλοσοφία της όσον αφορά την εξυπηρέτηση των πελατών. Το κείμενο προβάλλει τα βασικά χαρακτηριστικά της εμπιστοσύνης, την ικανότητα, τη θετική προαίρεση και την ακεραιότητα. Συγκεκριμένα, παρατηρούμε πως με την εισαγωγική πρόταση μας μεταβιβάζει την εικόνα της επιχείρησης. Η ακόλουθη πρόταση δείχνει πως πρόκειται για μικρομεσαία επιχείρηση (*mittelständisch*), που διευθύνεται από τον ιδιοκτήτη (*inhabergeführt*) και έχει τη νομική μορφή της GmbH.

Als mittelständischer, inhabergeführter Lösungsanbieter bietet die S&S Software und Service GmbH Unternehmen den passenden Mix aus Standard- und Individual-Software

Η εταιρεία απευθύνεται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις (*Denn gerade der Mittelstand braucht hochwertige Software-Lösungen*), προσφέροντας προσιτές, αποτελεσματικές και ευέλικτες λύσεις:

Im Vordergrund steht dabei eine kostengünstige, effiziente und flexible Standardlösung.

Το κείμενο αναφέρεται, επίσης, σε συνεργασία με άλλη εταιρεία ανάπτυξης λογισμικού (*Als Entwicklungspartner von Mesonic ...*) και επισημαίνει πως προσφέρει εξειδικευμένες λύσεις (*kundenspezifische und brachenorientierte*). Σύμφωνα με το κείμενο, η επικέντρωση στις υπηρεσίες είναι ιδιαίτερης σημασίας για τους ιδιοκτήτες και αντανακλάται στην επιλογή του διακριτικού τίτλου της εταιρείας:

Die Service-Orientierung ist den Geschäftsführern Michael Suermann und Jürgen Oberbeck derart wichtig, dass sie diesen Anspruch bereits bei der Unternehmensgründung 1995 in den Firmennamen integrierten.

Μέσα από τον λόγο του κειμένου, η εταιρεία ταυτίζεται συναισθηματικά με τους πελάτες της, μνημονεύοντας την εντατική και διαρκή συμπαράσταση σε αυτούς:

Die intensive, begleitende Beratung – von der Prozessanalyse bis zur erfolgreichen Implementierung in die IT-Infrastruktur der Kunden

Η στενή συνεργασία με τους πελάτες εγγυάται την παραγωγή εξειδικευμένων υπηρεσιών που αντέχουν στις απαιτήσεις του μέλλοντος.

Durch diese enge Zusammenarbeit mit den Kunden entwickelt der Lösungsanbieter maßgeschneiderte und zukunftssichere Individual-Lösungen.

Αποτιμώντας το κείμενο, παρατηρούμε πως είναι πιο φιλικό από το πρώτο εταιρικό προφίλ που παρουσιάσαμε. Η συνοπτική και η αυστηρή μορφή που επιβάλλει η εκτεταμένη χρήση της παθητικής φωνής, αλλά και η χρονολογική δόμηση του πρώτου κειμένου, συγκροτούν κείμενο λιγότερο συναισθηματικό. Αντίθετα, το παραπάνω κείμενο είναι σαφώς πιο συναισθηματικό. Το δεύτερο κείμενο χρησιμοποιεί μικρό αριθμό όρων [*Betriebsdatenerfassung (die)*, *Prozesseditor (der)*, *Artikelinformationssystem (das)* κ.λπ.] που έχουν σχέση με τις υπηρεσίες της εταιρείας. Οι προτάσεις είναι πλήρως αναπτυγμένες με τη βοήθεια της ενεργητικής φωνής. Και η συνολική δόμηση του κειμένου στηρίζεται στη διασφάλιση συνοχής με διάφορους μηχανισμούς. Αφενός έχουμε τη διάρθρωση του κειμένου σε δύο τμήματα με διαφορετικό περιεχόμενο –

αλλά με επικεφαλίδα. Αφετέρου χρησιμοποιούνται μηχανισμοί δημιουργίας αναφοράς (λ.χ., *Durch diese enge Zusammenarbeit, der Lösungsanbieter, Dieser*) για τη δημιουργία των σχέσεων συνοχής μέσα στο κείμενο.

Το κείμενο που αναλύθηκε είναι σαφώς προσανατολισμένο στην καλλιέργεια της εμπιστοσύνης. Πέρα από την ικανότητα και την αξιοπιστία που δηλώνονται θεματικά, η καθολική χρήση της ενεργητικής φωνής και η θεματική διάρθρωσή του –και όχι η χρονολογική όπως στην προηγούμενη περίπτωση– αυξάνουν τη συναισθηματική του ένταση.

4.2.3 Το δημοσιογραφικό κείμενο

Προτού εξετάσουμε δύο κείμενα δημοσιογραφικού χαρακτήρα ως προς την οικοδόμηση και καλλιέργεια εμπιστοσύνης, θα πρέπει να αναφερθούμε στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του δημοσιογραφικού λόγου. Οι γραμμές που ακολουθούν θα φωτίσουν και τις διαφορές του δημοσιογραφικού οικονομικού λόγου από τα άλλα είδη οικονομικού λόγου που εξετάσαμε ήδη.

Ο ίδιος ο δημοσιογραφικός λόγος δεν είναι ενιαίος. Ο Χατζησαββίδης (1999: 48-52) διακρίνει τέσσερα είδη του δημοσιογραφικού λόγου:

- τον ειδησεογραφικό λόγο,
- τον σχολιογραφικό λόγο,
- τον λόγο της συνέντευξης και
- τον λόγο των τίτλων.

Μια ματιά στις οικονομικές εφημερίδες και στις οικονομικές σελίδες των καθημερινών εφημερίδων μας πείθει πως και ο δημοσιογραφικός οικονομικός λόγος έχει αυτές τις μορφές και δεν διαφοροποιείται περαιτέρω. Συγκεκριμένα, κατά τον Χατζησαββίδη ισχύουν:

Ο ειδησεογραφικός λόγος έχει πληροφοριακό χαρακτήρα και ο στόχος του είναι η ενημέρωση και η παροχή πληροφοριών για γεγονότα της τρέχουσας επικαιρότητας που θεωρούνται σημαντικά. Έχει τα στοιχεία του γραπτού λόγου όσον αφορά τη σύνταξη και το λεξιλόγιο. Ως προς τη δομή, ακολουθεί είτε το μοντέλο της *ανεστραμμένης πυραμίδας*, όπου στην κορυφή του δημοσιεύματος βρίσκεται το σημαντικό στοιχείο της είδησης και ακολουθούν, με βάση τη σημαντικότητά τους, και τα υπόλοιπα στοιχεία, είτε αυτό του *αφηγηματικής γραφής*, ενώ το ύφος του είναι απρόσωπο και ουδέτερο, αντικατοπτρίζοντας την απόσταση του συντάκτη από τα περιγραφόμενα γεγονότα.

Ο σχολιογραφικός λόγος έχει ως στόχο τον σχολιασμό, την ανάλυση και την άσκηση κριτικής στα γεγονότα της τρέχουσας επικαιρότητας, προβάλλοντας επιχειρήματα υπέρ της μιας ή της άλλης άποψης.

Ο λόγος της συνέντευξης παραπέμπει σε είδη κειμένων όπως είναι η συνέντευξη και οι εκπομπές λόγου, και εμφανίζονται χαρακτηριστικά του προφορικού λόγου.¹³⁰

Ο λόγος των τίτλων βρίσκεται σε συνδυασμό με κάποια από τα παραπάνω είδη και περιλαμβάνει τους τίτλους των δημοσιογραφικών κειμένων. Όπως αναφέρει ο Χατζησαββίδης, ο λόγος των τίτλων είναι έντονα υπαινικτικός, ελλειπτικός και χαρακτηρίζεται από τη χρήση στερεότυπων εκφράσεων του προφορικού λόγου. Η πρωταρχική λειτουργία των τίτλων είναι η *κατευθυντική*, εκ μέρους του πομπού, και η *επιλεκτική*, εκ μέρους του δέκτη. Έχει περιληπτική λειτουργία (φαινομενικά αυτόνομος, μορφολογικά μικρός, νοηματικά συμπυκνωμένος). Επιπλέον, ο τίτλος έχει *δελεαστική* λειτουργία, αφού αποσκοπεί να είναι όσο το δυνατόν πιο ελκυστικός. Τέλος, αναφέρουμε την *ενισχυτική* λειτουργία του τίτλου, που συμβάλλει στην ενίσχυση των αρχών και της φυσιογνωμίας του εκάστοτε εντύπου, καθώς είθισται οι κύριοι τίτλοι των εφημερίδων να καθορίζονται από τη διεύθυνση ή τη σύνταξη και όχι από τον ίδιο τον παραγωγό του κειμένου (Χατζησαββίδης, 1999:108).

Η Γαλαμπουράκη (2008: 14) προσθέτει ακόμα κάποια χαρακτηριστικά. Η ερευνήτρια γράφει πως ο δημοσιογραφικός λόγος είναι δημόσιος και έντονα διακειμενικός. Η παραγωγή του δημοσιογραφικού λόγου πραγματοποιείται στο δημόσιο πεδίο και τα κείμενα απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό, με στόχο την ενημέρωσή του γύρω από θέματα της επικαιρότητας. Ο Χατζησαββίδης (1999: 36) συμπληρώνει πως, ως προς το περιεχόμενο, ο δημοσιογραφικός λόγος είναι λόγος πληροφοριακός, με πρωταρχικό στόχο την

¹³⁰ Για τις διαφορές προφορικού και γραπτού λόγου, βλ. Βλαχόπουλο, 2010.

παροχή αξιόπιστης και έγκυρης ενημέρωσης για τρέχοντα θέματα που αφορούν τη δημόσια σφαίρα. Ο ίδιος, σε μια απόπειρα να προσδιορίσει τον δημοσιογραφικό λόγο, του αποδίδει τις εξής ιδιότητες:

Ο δημοσιογραφικός λόγος

- δεν μπορεί να είναι εσωστρεφής,
- εμφανίζεται αντικειμενικός χωρίς να είναι,
- είναι πειθαναγκαστικός χωρίς να είναι αυταρχικός,
- δεν είναι λογοτεχνικός, αλλά, υπό συνθήκες, δανείζεται στοιχεία του λογοτεχνικού λόγου,
- δεν είναι θεατρικός,
- δεν είναι επιστημονικός, αν και μπορεί να εμπεριέχει στοιχεία επιστημονικού λόγου και
- δεν ταυτίζεται με τον καθημερινό προφορικό λόγο, αν και χρησιμοποιεί ορισμένα στοιχεία του.

Ο Χατζησαββίδης (1999) επισημαίνει τις εξής τρεις λειτουργίες του δημοσιογραφικού λόγου:

- τη λειτουργία της διαμεσολάβησης,
- την εξουσιαστική λειτουργία και
- τη λειτουργία ανατροφοδότησης του δημοσιογραφικού λόγου.

Αναλυτικότερα: Η πρώτη λειτουργία περιλαμβάνει τη λειτουργία της πληροφόρησης-ενημέρωσης, τη διαμορφωτική-παιδαγωγική λειτουργία και την κοινωνικοποιητική λειτουργία, όπου ο δημοσιογραφικός λόγος διαμεσολαβεί μεταξύ της πραγματικότητας, της κοινής γνώμης προς τον δέκτη και μεταξύ της γνώσης του πομπού και της άγνοιας του δέκτη. Στην εξουσιαστική λειτουργία, ο πομπός υποτάσσει τον δέκτη, αναγκάζοντάς τον να παραμένει σιωπηλός, καθώς επικαλείται την απόλυτη αλήθεια και την αντικειμενικότητα. Στην τρίτη λειτουργία ανατροφοδότησης του δημοσιογραφικού λόγου, δίνεται η δυνατότητα έκφρασης και στον δέκτη, με αποτέλεσμα την ενδεχόμενη μείωση της εξουσιαστικής λειτουργίας του δημοσιογραφικού λόγου.

Εάν θυμηθούμε όσα αναφέρθηκαν στις προηγούμενες ενότητες, και αφορούν την πολυτροπικότητα των οικονομικών κειμένων,¹³¹ και τα συνδυάσουμε με όσα ισχύουν για τον δημοσιογραφικό λόγο, γίνεται αντιληπτό πόσο πολυτροπικός, τελικά, μπορεί να είναι όχι μόνο ο οικονομικός λόγος, αλλά και ο ίδιος ο δημοσιογραφικός λόγος της οικονομίας.

Θεωρούμε πως η ετερογένεια και η πολλαπλή διαστρωμάτωση της οικονομικής γλώσσας καθίστανται σαφείς, μόλις εξετάσουμε την επικοινωνία στον χώρο του Τύπου. Μην ξεχνάμε πως η επικοινωνία στον χώρο της οικονομίας μπορεί να είναι εσωστρεφής αλλά και εξωστρεφής και –όπως επισημάναμε– ενδοθεματική, διαθεματική, αλλά και εξωθεματική. Προφανώς, τα γραπτά οικονομικά κείμενα των μέσων ενημέρωσης μπορούν να ανήκουν και στις δύο κατηγορίες.

Όπως είδαμε και παραπάνω, παραθέτοντας τις θέσεις του Χατζησαββίδη, στον Τύπο συναντάμε κείμενα διαφορετικής σκοπιμότητας, που συντάχθηκαν έχοντας υπόψη διαφορετικό κοινό. Θα μπορούσε να διακρίνει κάποιος μεταξύ του κειμένου, μάλλον άρθρου, που γενικότερα ενημερώνει το κοινό για μια εξέλιξη στα φορολογικά. Προφανώς, αυτό το άρθρο θα έχει συνταχθεί κατά τέτοιον τρόπο, ώστε το περιεχόμενο και ειδικότερα οι εξειδικευμένες έννοιες να μεταβιβάζονται στον μη ειδικό αναγνώστη. Επιπλέον, υπάρχουν κείμενα που θα μπορούσαν να θεωρηθούν κείμενα δημοσιογραφικής παραγωγής που απευθύνονται σε ειδικούς. Τέτοια κείμενα μπορεί να είναι οι τεχνικές αναλύσεις που δημοσιεύονται στον Τύπο και αφορούν, λ.χ., την πρόβλεψη της μελλοντικής διακύμανσης νομισμάτων. Σε κάθε περίπτωση, ισχύουν οι λειτουργίες του δημοσιογραφικού λόγου που έχει περιγράψει ο Χατζησαββίδης.

Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε δύο άρθρα οικονομικής θεματολογίας, ως προς την καλλιέργεια της εμπιστοσύνης μεταξύ του συντάκτη και του αναγνώστη:

A. Ειδησεογραφικός λόγος: *Das Handelsblatt*

¹³¹ Βλ. Κεφάλαιο 2.

Το πρώτο άρθρο προέρχεται από την οικονομική εφημερίδα που κυκλοφορεί στη Γερμανία Das Handelsblatt. Το άρθρο δημοσιεύτηκε στις 09.02.2015, στην ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας:¹³²

Furcht vor „Grexit“ bremst den Dax

Sorgen um Griechenland und den Konflikt in der Ostukraine setzen dem deutschen Aktienmarkt zu. Die Anleger entscheiden zunehmend, Gewinne mitzunehmen. Von Bullen-Stimmung der vergangenen Tage keine Spur.

Frankfurt. Die Furcht vor einer Griechischen Tragödie hat die Anleger doch noch erfasst. In seiner Regierungserklärung machte der griechische Premier Alexis Tsipras zwar Zugeständnisse, doch eine Verlängerung des laufenden EU-Hilfsprogramms lehnte er strikt ab. Auf dem heutigen G20-Finanzministertreffen spitzte sich die Lage weiter zu. Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble (CDU) ist ohne Reformzusagen nicht zu weiteren Hilfen bereit. EU-Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker sieht kaum noch Chancen für eine rasche Einigung. Die britische Regierung spielt bereits auf höchster Ebene die Folgen eines Euro-Austritts durch. An den Börsen wächst unterdessen die Furcht vor einem chaotischen Euro-Austritt, dem sogenannten „Grexit“. Der Leitindex verließ heute nicht die Verlustzone und notiert kurz vor Börsenschluss zwei Prozent im Minus bei 10.627 Punkten. Die 10.800-Punkte-Marke, die er in der vergangenen Woche mehrfach übersprang konnte der Index heute nicht einmal ansatzweise halten - dazu ist Griechenland derzeit zu präsent. Auch der EuroStoxx 50 verlor rund zwei Prozent.

Το εν λόγω γερμανικό άρθρο δημοσιεύτηκε στην οικονομική εφημερίδα Das Handelsblatt στην κατηγορία αγορές. Η περιγραφή του κειμένου και η ανάλυση των συστατικών μερών θα μας αποκαλύψουν πώς επιχειρείται η καλλιέργεια της εμπιστοσύνης μεταξύ του συντάκτη και του αναγνώστη.

Το κείμενο που εξετάζουμε κάνει χρήση αρκετών όρων. Από τη μια, έχουμε χρηματιστηριακούς όρους, όπως τα ουσιαστικά *Dax*, *der* (*Deutscher Aktienindex*, ελληνιστί *δείκτης χρηματιστηρίου Φρανκφούρτης*), *Anleger*, *der* (ο επενδυτής), *Bullen-Stimmung*, *die* (θετική πορεία του χρηματιστηρίου), *Börse*, *die* (χρηματιστήριο), *Leitindex*, *der* (δείκτης του χρηματιστηρίου), *Punkt*, *der* (η μονάδα), *EuroStoxx 50* (δείκτης που παρακολουθεί τις 50 μεγαλύτερες εταιρείες της ευρωζώνης). Πρόκειται για όρους που έχουν άμεση σχέση με το χρηματιστήριο. Από την άλλη, συναντάμε και όρους από το πεδίο της οικονομικής πολιτικής, όπως *G20 Bundesfinanzminister* (υπουργοί οικονομικών των είκοσι μεγαλύτερων χωρών) και *EU-Kommissionspräsident*, *der* (Πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής). Γνώρισμα του κειμένου είναι η χρήση μεταφορών, που εκδηλώνονται με τη χρήση των ακόλουθων λέξεων: *bremsen* (φρενάρει), *keine Spur* (ούτε ίχνος), *Griechische Tragödie* (ελληνική τραγωδία), *durchspielen* (κάνω δοκιμή/πρόβα).

Τόσο ο τίτλος, *Furcht vor „Grexit“ bremst den Dax*, που εκφράζει την ανησυχία των επενδυτών μπορούστά στο ενδεχόμενο εξόδου της Ελλάδας από την ευρωζώνη, όσο και η χρήση ουσιαστικών στην αρχή των προτάσεων που εκφράζουν ανησυχία (*Sorgen um Griechenland...*, *Die Furcht vor einer Griechischen Tragödie...*), δημιουργούν ιδιαίτερη συναισθηματική φόρτιση. Λεξιλόγιο που έχει αρνητικές δηλώσεις (*Gewinne mitzunehmen*, *Von Bullen-Stimmung ... keine Spur*, *... lehnte er strikt ab...*, *spitzte sich die Lage weiter zu*, *nicht zu weiteren Hilfen bereit* κ.ά.) επικρατεί στο κείμενο. Το συντακτικό είναι αναπτυγμένο και δεν χρησιμοποιείται η παθητική φωνή – στοιχείο που αυξάνει την αμεσότητα, τη δελεαστική λειτουργία του κειμένου.

Οι πληροφορίες είναι διαρθρωμένες κατά την ανεστραμμένη πυραμίδα, κατά Χατζησαββίδη. Αρχικά, ο αρθρογράφος επιλέγει μεταφορικό λόγο στον τίτλο, που τονίζει την πιθανότητα εξόδου της Ελλάδας από την ευρωζώνη και τις επιπτώσεις στο, δείκτη του χρηματιστηρίου της Φρανκφούρτης. Στη συνέχεια, στο σώμα του κειμένου, εκθέτει και δεύτερο λόγο για τις αρνητικές μεταβολές του δείκτη στο χρηματιστήριο της Φρανκφούρτης. Παραθέτει και την κρίση στην Ουκρανία ως επιβαρυντικό παράγοντα, αλλά, γενικότερα, εστιάζει στις διαπραγματεύσεις της Ελλάδας. Αφού έχει σκιαγραφήσει το πολιτικό πλαίσιο, αναλύει τις μεταβολές του χρηματιστηρίου, ειδικότερα προς το τέλος του άρθρου (*Der Leitindex verließ heute nicht die Verlustzone und notiert kurz vor Börsenschluss zwei Prozent im Minus bei 10.627 Punkten. Die 10.800-Punkte-Marke, die er in der vergangenen Woche mehrfach übersprang konnte der Index heute nicht einmal ansatzweise halten - dazu ist Griechenland derzeit zu präsent. Auch der EuroStoxx 50 verlor rund zwei Prozent.*)

¹³² <http://www.handelsblatt.com/finanzen/maerkte/marktberichte/boerse-frankfurt-furcht-vor-grexit-bremst-den-dax-/11345670.html> (προσπέλαση στις 09.02.2015).

Σε ποιον βαθμό καλλιεργεί το κείμενο την εμπιστοσύνη μεταξύ μέσου και αναγνώστη; Η συγκεκριμένη εφημερίδα είναι κύρους στην ΟΔΓ. Η ικανότητά της και η αξιοπιστία της δεν αμφισβητούνται. Η ακρίβεια των ποσοτικών στοιχείων που πλαισιώνουν τα ποιοτικά στοιχεία του άρθρου καλλιεργούν εμπιστοσύνη. Σε ποιον βαθμό υπάρχει συναισθηματική ταύτιση με τον αναγνώστη δεν μπορεί να προκύψει από το κείμενο. Ο συντάκτης χρησιμοποιεί γλωσσικά μέσα με συναισθηματική φόρτιση, αλλά, προφανώς, δεν αποδεικνύεται κάποια ταύτιση συντάκτη με αναγνώστη.

B. Σχολιογραφικός λόγος: *Griechenland Zeitung*

Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε ένα άρθρο που έχει δημοσιευτεί στα Γερμανικά στην εφημερίδα *Griechenland Zeitung* στις 14.02.2015. Η εφημερίδα εκδίδεται στην Αθήνα και το άρθρο πάρθηκε από την ιστοσελίδα της.¹³³ Το κείμενο δημοσιεύεται στο πεδίο *Kommentar* (σχόλιο).

Gegen die Wand

Im Clinch der neuen Athener Regierung mit den Geldgebern des Landes zeigen sich beide Seiten noch unnachgiebig. Der gesunde Menschenverstand sagt jedoch, dass am Ende ein Kompromiss möglich sein wird – im Fall des endgültigen Zusammenstoßes hätten beide Seiten mehr zu verlieren als zu gewinnen.

Noch gibt es aber wenig Anzeichen, dass in dieser Debatte mit gesundem Menschenverstand operiert wird. Der emotionale Ausbruch des Premierministers Alexis Tsipras bei seiner Programmrede im Parlament zeigt, dass vor allem auf der griechischen Seite der Affekt am Steuer sitzt. Tsipras war den Tränen nahe, als er am Ende seiner Rede den Wählern versicherte, dass er „niemals über die Geschichte und die Würde der Griechen verhandeln“ werde. Sein Koalitionspartner und Verteidigungsminister Panos Kammenos sagte später gegenüber Journalisten, man werde nicht „auf allen Vieren“ vor den Geldgebern kriechen oder sich „prostituieren“, um deren Wohlwollen zu gewinnen.

Solche Statements zeugen eher von Nervosität als von Zuversicht.

Athen wünscht sich mehr Zeit, um sein eigenes Reformprogramm vorzubereiten. Die Europäer scheinen dem jedoch abgeneigt zu sein: stattdessen wollen sie der griechischen Regierung bis Ende des Monats die Zusicherung abtrotzen, dass sie wenigstens im Prinzip am Rahmen des alten Programms festhält.

Diese Meinungsverschiedenheit könnte formaljuristisch überbrückt werden. Die eigentliche Kluft zwischen den beiden Seiten ist aber noch tiefer und noch scheint es keinen Weg zu geben, um sie zu überwinden – ob in den nächsten zwei, zehn oder zwanzig Wochen. Die griechische Regierung strebt eine nachfrageorientierte, expansionistische, staatlich gelenkte Wirtschaftspolitik an. Die Geldgeber bestehen aber auf einem angebotsorientierten, haushaltsmäßig restriktiven und wirtschaftsliberalen Programm. Wenn die Zeit kommt, ins Detail des nächsten Griechenland-Pakets zu gehen, wird diese Kluft erst recht offen zu Tage treten.

Dimos Chatzichristou (*Griechenland Zeitung* 14.02.2015)

Και στο κείμενο αυτό έχουμε πληροφοριακή δομή ανάστροφης πυραμίδας. Ο τίτλος είναι σαφώς ενισχυτικός με σκοπιμότητα (*Gegen die Wand*). Το άρθρο μάς ενημερώνει αρχικά για την αδιέξοδη κατάσταση που φαίνεται να δημιουργείται στις διαπραγματεύσεις της κρίσης χρέους που βιώνει η Ελλάδα και η Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο συντάκτης εκφράζει την άποψη πως το αδιέξοδο θα οδηγήσει και τις δύο πλευρές σε απώλειες, παρά σε οφέλη (... *im Fall des endgültigen Zusammenstoßes hätten beide Seiten mehr zu verlieren als zu gewinnen*). Στο κείμενο, γενικότερα, υπάρχει προς το τέλος ορολογία από τον χώρο της πολιτικής οικονομίας, όπως *nachfrageorientiert*, *expansionistisch*, *staatlich gelenkt*, *Wirtschaftspolitik* (*die*), *haushaltsmäßig*, *restriktiv*, *wirtschaftsliberal*, *Programm* (*das*). Η ορολογία έρχεται στο τέλος, διότι στις πρώτες γραμμές δίνεται το πολιτικό πλαίσιο των οικονομικών δεδομένων.

Ο συντάκτης παρήγαγε κείμενο που έχει δελεαστική λειτουργία και κάνει χρήση μεταφορών, για να ενισχύσει τον σκοπό του. Πέρα από τη μεταφορική λειτουργία λέξεων (*festhalten*), χρησιμοποιούνται στο κείμενο και ιδιωτισμοί. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιούνται οι εξής ιδιωτισμοί στο κείμενο: *Gegen die Wand* (*στριμώχνω*), *auf allen Vieren* (*στα τέσσερα*), *einen Weg geben* (*υπάρχει [δι-]έξοδος*, *am Steuer sitzen* (*ελέγχει/*

¹³³ <https://www.griechenland.net/nachrichten/kommentar/17761-gegen-die-wand> (προσπέλαση 15.02.2015).

έχει τον έλεγχο), *die Zeit kommt* (έρχεται η ώρα), *zu Tage treten* (φανερώνεται). Όπως ήδη έχουμε εκθέσει, η χρήση των ιδιωτισμών παρέχει πιο ζωνρό και δελεαστικό κείμενο. Το συντακτικό είναι αναπτυγμένο και έχει πληθώρα δευτερευουσών προτάσεων. Πρόκειται για συντακτικό της κοινής γλώσσας.

Το άρθρο της *Griechenland Zeitung* δημοσιεύεται στην κατηγορία *Kommentar*. Αυτό, από μόνο του, δείχνει πως το κείμενο είναι σχολιογραφικό και μπορεί να περιέχει υποκειμενικές απόψεις. Την εντύπωση περι τεχνογνωσίας ενισχύει το όνομα του συντάκτη κάτω από το άρθρο. Ωστόσο, η υποκειμενικότητα των εκτιμήσεων και η δημοσίευσή του σε κατηγορία που υπαινίσσεται την έκφραση προσωπικών απόψεων δεν μας επιτρέπουν την καλλιέργεια εμπιστοσύνης σύμφωνα με τον ορισμό που παραθέσαμε.

4.3 Ιχνηλατώντας την εμπιστοσύνη 2: Η ανάλυση των λόγων της ελληνικής οικονομίας

Έχοντας περιγράψει διαφορετικά είδη λόγου που χρησιμοποιούνται στη γερμανική οικονομία, θα εξετάσουμε στη συνέχεια τα υφολογικά σύνολα που απαρτίζουν δεδομένα κείμενα της ελληνικής οικονομικής πραγματικότητας και θα μελετήσουμε τη λειτουργία τους. Για να διασφαλίσουμε κάποια συγκρισιμότητα, θα αναλύσουμε αντίστοιχα κείμενα. Θα εξετάσουμε μια ελληνική σύμβαση δικαιόχρησης, εταιρικά προφίλ ελληνικών επιχειρήσεων και κείμενα του ελληνικού οικονομικού δημοσιογραφικού λόγου, ακολουθώντας την ίδια μεθοδολογία όπως και στην ενότητα 4.2. Θα αξιοποιηθεί η μεθοδολογική προσέγγιση της ΚΑΛ, για να διαπιστωθεί εάν, πώς και σε ποιον βαθμό ο λόγος των ελληνικών κειμένων συμβάλλει στην καλλιέργεια και εμπέδωση εμπιστοσύνης.

Στο στάδιο αυτό, θα πρέπει να έχουμε υπόψη μας και την πολιτισμική διάσταση της εμπιστοσύνης. Εμπιστοσύνη στη Γερμανία δεν ισούται με εμπιστοσύνη στην Ελλάδα. Ανθρωπολογικές έρευνες έχουν δείξει πως υπάρχουν σοβαρές αποκλίσεις από χώρα σε χώρα. Σε μελέτη του *Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης*,¹³⁴ φαίνεται πως οι Γερμανοί τείνουν να εμπιστεύονται ευκολότερα από τους Έλληνες. Γενικότερα, από τη μελέτη προκύπτει πως όσο πιο πλούσια μια χώρα ή όσο πιο ομοιόμορφο κατανομημένο το εισόδημα, τόσο περισσότερο εμπιστεύονται οι άνθρωποι στη χώρα αυτή. Με άλλα λόγια, η αξιολόγηση της εμπιστοσύνης κρίνεται από διαφορετικό κριτήριο στην περίπτωση της ανάλυσης των ελληνικών κειμένων που λειτουργούν στην ελληνική πραγματικότητα από όσο των γερμανικών που εξετάστηκαν στην ενότητα 4.2.

4.3.1 Η σύμβαση δικαιόχρησης¹³⁵

Η σύμβαση δικαιόχρησης συντάσσεται προκειμένου να ρυθμίσει τις σχέσεις μεταξύ δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου. Σύμφωνα με τη σύμβαση που εξετάζουμε, ως δικαιοπάροχος μπορεί να χαρακτηριστεί μια επιχείρηση η οποία χορηγεί στους δικαιοδόχους την άδεια να χρησιμοποιήσουν ένα ορισμένο, αναπτυγμένο επιχειρησιακό μοντέλο.

Θα χαρακτηρίζαμε τη σύμβαση δικαιόχρησης νομικό κείμενο. Και το αντίστοιχο γερμανικό κείμενο που εξετάσαμε προηγουμένως έχει τα χαρακτηριστικά νομικού κειμένου και ο λόγος τα αντίστοιχα χαρακτηριστικά. Βάση των κειμένων είναι το δίκαιο. Όπως είδαμε ήδη στη γερμανική σύμβαση, η σύμβαση δικαιόχρησης μπορεί, βέβαια, να περιλαμβάνει και έννοιες από τον χώρο της διοίκησης επιχειρήσεων, του μάρκετινγκ, της λογιστικής κ.λπ., που θα μπορούσαν να θεωρηθούν οικονομικής υφής. Είμαστε της άποψης πως οι συμβάσεις δικαιόχρησης είναι είδος κειμένου όπου ο νομικός και ο οικονομικός λόγος του πεδίου ενοποιούνται στον λόγο της δικαιόχρησης. Επειδή η σύμβαση δικαιόχρησης στηρίζεται κυρίως στη νομοθεσία, θα διακρίνουμε στο είδος αυτού του κειμένου χαρακτηριστικά που θυμίζουν έντονα τα αμιγώς νομικά κείμενα. Στη σύμβαση που εξετάζουμε, και η οποία επιλέχτηκε τυχαία, διαπιστώνουμε στοιχεία και της καθαρεύουσας.

Δύο λόγια για την καθαρεύουσα και την παρουσία της στον νομικό λόγο: Η ύπαρξη στον ελληνικό χώρο δύο μορφών της ίδιας γλώσσας, που διέπονται από διαφορετικούς κανόνες γραμματικής και συντακτικού, δηλαδή της καθαρεύουσας και της δημοτικής, ταλαιπώρησε τον Νεοέλληνα αρκετά μέχρι το 1975, όταν, κατά την αναθεώρηση του Συντάγματος, απαλείφθηκε η διάταξη που καθιστούσε την

¹³⁴ Βλ. σχετικά με την εμπιστοσύνη τη μελέτη του ΟΟΣΑ στη διεύθυνση http://www.oecd-ilibrary.org/sites/soc_glance-2011-en/08/01/index.html?itemId=/content/chapter/soc_glance-2011-26-en&_csp_=7d6a863ad60f09c08a8e2c78701e4faf (05.02.2015).

¹³⁵ Το κείμενο που εξετάστηκε παρατίθεται στο παράρτημα του κεφαλαίου.

καθαρεύουσα επίσημη γλώσσα του κράτους. Αφού είχε αρθεί πια το συνταγματικό εμπόδιο για την είσοδο της νεοελληνικής κοινής (NEK) στον τομέα της δημόσιας διοίκησης, η τελευταία εκτόπισε την πρώτη, σταδιακά, από όλες σχεδόν τις εκφάσεις του δημόσιου βίου.¹³⁶ Σε αρκετούς, όμως, χώρους επιστημονικής δραστηριότητας, και ιδιαίτερα στην ελληνική νομική γλώσσα, η καθαρεύουσα έχει αναμιχθεί με στοιχεία της δημοτικής, συνιστώντας από κοινού τη νομική γλώσσα.¹³⁷ Οι απόψεις σχετικά με τη μορφή της επιστημονικής γλώσσας σε πολλά σημεία διίστανται και είναι αμφιλεγόμενες. Ο Κλαίρης (1990: 35) σημειώνει:

Όσον αφορά το χώρο των επιστημών, η κατάσταση παραμένει σε ορισμένες περιπτώσεις αδιευκρίνιστη, δεδομένου ότι παρεμβάλλονται παράγοντες που σχετίζονται με το ξεχωριστό ιδίωμα κάθε επιστήμης και το γεγονός ότι υπάρχουν παλιότερα συγγράμματα που συνεχίζουν να χρησιμοποιούνται.

Προσωπική μας άποψη είναι ότι η επιλογή γλωσσικού υλικού προερχόμενου από την καθαρεύουσα και η ενσωμάτωσή του σε γλωσσικό περιβάλλον της NEK είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με το γλωσσικό αισθητήριο του χρήστη. Ειδικά σήμερα, θεωρούμε πως αρκετά μορφολογικά στοιχεία της καθαρεύουσας σπάνια συναντώνται. Μπορεί στο επίπεδο της ορολογίας στοιχεία της να διατηρήθηκαν συνειδητά, επειδή είναι δύσκολο να τα αφαιρέσεις από ένα γνωσιακό οικοδόμημα όπως είναι η νομική και η οικονομική επιστήμη. Ούτως ή άλλως, τα όρια της δημοτικής έχουν σίγουρα διευρυνθεί από τη διείσδυση και καθιέρωση στοιχείων της καθαρεύουσας στους κόλπους της.

Στη σύμβαση δικαιόχρησης που εξετάσαμε διαπιστώσαμε τα εξής χαρακτηριστικά του λόγου: Ως προς το λεξιλόγιο, επικρατεί μια διπλοτυπία λόγω της χρήσης τύπων τόσο της NEK όσο και της καθαρεύουσας. Στην ορολογία μπορούμε να διαγνώσουμε λεξήματα που προήλθαν από το λεξιλόγιο της καθαρεύουσας, αλλά υιοθετήθηκαν από τη σημερινή νομική γλώσσα,¹³⁸ όπως, π.χ., τα ρήματα *συμφωνείται* και *προσπορίζω*.

Στο επίπεδο της μορφολογίας διακρίνουμε αποκλίσεις από τη γραμματική της NEK. Έτσι, η γενική πτώση των ουσιαστικών σχηματίζεται σε μερικές συμβάσεις από την κατάληξη -εως, όπως στις περιπτώσεις *του συνολικού κόστους της διαφημίσεως* και *λοιπών στοιχείων παρουσιάσεώς του*. Και η ονομαστική των θυληκών ουσιαστικών σχηματίζεται σε -ις αντί σε -η, όπως *η ανέκκλητος εξουσιοδότησις* και *η χρήσις*, αντί *η εξουσιοδότηση* και *η χρήση*. Αντίστοιχα ισχύουν και για τις άλλες πτώσεις αυτών των ουσιαστικών. Παρατηρείται, βέβαια, και μία ασυνέπεια και ροπή προς τη NEK. Έτσι, το ουσιαστικό *τήρηση* εμφανίζεται και με τη μορφή που έχει στη NEK.

Στη συγκεκριμένη σύμβαση υπάρχουν και ξένοι όροι: *franchise*, *know how*, *marketing*, *marketing indicia*. Μας προκαλεί εντύπωση αυτό, διότι υπάρχουν ελληνικοί όροι που να εκφράζουν την ίδια σημασία. Ενδεχομένως, η στενή συνεργασία του νομικού και των στελεχών των εμπλεκόμενων εταιρειών να δημιούργησε αυτό το φαινόμενο. Παρατηρείται, βέβαια, στη σύμβαση που εξετάζουμε μικτή χρήση για κάποιους από τους όρους. Έτσι, το *know how* αναφέρεται σε άλλο σημείο ως *τεχνογνωσία*. Επιπλέον, διαπιστώνουμε τη χρήση ρημάτων που έχουν εκτοπιστεί από την καθημερινή ελληνική: Στην κατηγορία αυτή ανήκει το ρήμα *δύναμαι*, το οποίο έχει αντικατασταθεί από το *μπορώ*: Λ.χ.,

.... και ο δικαιοπάροχος ουδεμίαν απολύτως σχέσιν ή ευθύνη έχει ή δύναται να έχει ως προς αυτά.

Η μορφολογία των ρημάτων δεν είναι καθόλου επηρεασμένη από την καθαρεύουσα και συμμορφώνεται με τη γραμματική της NEK. Μας προκαλεί εντύπωση η υφολογική αυτή επιλογή. Πρόκειται για επιλογή που παραξενεύει, λόγω της προτίμησης του συντάκτη σε μορφολογικά χαρακτηριστικά της καθαρεύουσας, αλλά και σε άλλα λεξήματα και στοιχεία της καθαρεύουσας.

Επίσης, η ευρύτατη χρήση μετοχών στη σύμβαση μαρτυρεί την ισχυρή επιρροή που ασκούν τα στοιχεία της καθαρεύουσας. Σύμφωνα με τη γνώμη μερίδας ειδικών (Κουτσιβίτης, 1987: 102-103), συνιστά σημαντική νοθεία της NEK η χρησιμοποίηση μετοχών παθητικού παρακειμένου, μετοχών αορίστου, ενεργητικής ή παθητικής φωνής. Κατά την προσωπική μας άποψη, οι μετοχές *εδρεύουσα*, *εκπροσωπούμενη*, *καλούμενη*, *δημιουργημένης*, *κεχωρισμένης* κ.ά. θα έπρεπε να αποφεύγονται. Η χρήση τους πια ξενίζει τον αναγνώστη και, ενδεχομένως, τον δυσκολεύει να παρακολουθήσει την εξέλιξη της σημασίας του κειμένου. Οι

¹³⁶ Για μια ιστορική αναδρομή της καθιέρωσης της δημοτικής στο δίκαιο, βλ. Σταυράκη, 1992: 21-58.

¹³⁷ Βλ. Ruge, 1986:14.

¹³⁸ Βλ. Κουτσιβίτης, 1987: 31-32.

εν λόγω μετοχές θα μπορούσαν, βέβαια, να αντικατασταθούν και από δευτερογενείς προτάσεις, οπότε δε θα ξένιζαν και κάποιον μη νομικό.

Έχουμε συνηθίσει, στον νομικό μας πολιτισμό, τα νομικά κείμενα να συντάσσονται από νομικούς για εξέταση από άλλους νομικούς. Λίγοι πολίτες είναι σε θέση να αντιλαμβάνονται τις προεκτάσεις που προκύπτουν, λόγω της έντονης διακειμενικότητας του νομικού λόγου. Η δε σύμβαση δικαιόχρησης αφενός έχει τα χαρακτηριστικά του νομικού λόγου, αφετέρου δεν μπορεί να θεωρηθεί και αυστηρώς νομικό κείμενο: Η σύμβαση δικαιόχρησης αποτελεί τον οδικό χάρτη του δικαιοδόχου, που περιγράφει την καθημερινότητα της λειτουργίας της επιχείρησής του. Γι' αυτόν τον λόγο, πρέπει να είναι κατανοητή σε όλες τις προεκτάσεις.

Στο σχετικό με το αντικείμενο λεξιλόγιο και στο ουδέτερου επιπέδου λεξιλόγιο, παρατηρούμε ότι μεγάλος αριθμός των επιρρημάτων διατηρεί την κατάληξη *-ως*, που μας κληροδότησε η καθαρεύουσα, π.χ. *νομίμως, αζημίως* αντί της νεότερης κατάληξης *-α* των επιρρημάτων που σχηματίζονται από επίθετα και μετοχές σε *-ος*. Ο συντάκτης χρησιμοποιεί επιρρήματα όπως το *κατωτέρω, πάσης*, που είναι ασυνήθιστα στην ΝΕΚ. Το ίδιο ισχύει και για τις φράσεις *επί κέρδει, διά πάσαν*.

Μερικές στερεότυπες εκφράσεις της καθαρεύουσας χρησιμοποιούνται συχνά στις συμβάσεις, όπως, λ.χ., *διά του παρόντος, εξ ιδίας* κ.ά. Οι στερεότυπες εκφράσεις που με τη μορφή γλωσσικών απολιθωμάτων έχουν διατηρηθεί και στη ΝΕΚ είναι επίσης κατάλοιπο της καθαρεύουσας. Τέτοιες είναι, λ.χ., *της τελείας αρεσκείας, ανωτέρας βίας* κ.ά.

Φαίνεται να είναι χαρακτηριστικό της σύμβασης δικαιόχρησης η χρήση, από τη μια, ρημάτων που να παρέχουν δικαιώματα στον δικαιοπάροχο, και, από την άλλη, ρημάτων που να περιορίζουν τον δικαιοδόχο. Έτσι, ο δικαιοπάροχος δικαιούται να *διακόψει, να αφαιρέσει, να απαιτήσει, να ζητήσει, να καταγγείλει, να λάβει* κ.λπ.. Αντίθετα, ο δικαιοδόχος *αναγνωρίζει, υποχρεούται, αναλαμβάνει, προβαίνει* – δηλαδή, συνδέεται με ρήματα που τον περιορίζουν εντός συγκεκριμένων επιχειρηματικών πλαισίων. Επίσης, διακρίνεται μικρός αριθμός ρημάτων που εκφράζουν τη διαβούλευση μεταξύ δικαιοδόχου και δικαιοπάροχου, όπως *συζητάω, τυγχάνει της έγκρισης*.

Στοιχεία της καθαρεύουσας συναντάμε και στο επίπεδο του συντακτικού. Τα τέσσερα αγκωνάρια του οικοδομήματος της καθαρεύουσας που επισημαίνει ο Φόρης (1983: 220-222) υπάρχουν και στη σύμβαση δικαιόχρησης που εξετάζουμε: Η παθητική φωνή, τα αφηρημένα ουσιαστικά που παράγονται από ρήματα και που δένονται το ένα πίσω από το άλλο σαν τους κρίκους μιας αλυσίδας, το υπερβατό σχήμα, και οι μετοχές.

Ας μελετήσουμε πρώτα την παθητική φωνή. Σταχυολογώντας, παραθέτουμε τρία παραδείγματά της, όπως χρησιμοποιείται στη σύμβαση που εξετάζουμε:

Ρητά επίσης συμφωνείται, ότι ουδείς ουδενός είδους περιορισμός τίθεται στον δικαιοδόχο να πωλεί προϊόντα του δικτύου σε οποιοδήποτε καταναλωτή και για οποιαδήποτε εδαφική περιφέρεια τόσο εντός της επικρατείας, όσον και στο εξωτερικό.

και

... η δε τιμή διαθέσεως διαμορφώνεται υπό του δικαιοδόχου

και

Εφ' ω συνετάγη το παρόν, ανεγνώσθη, υπεγράφη και έλαβεν ανά ένα έκαστο των συμβαλλομένων μερών.

Στα κείμενα νομικής υφής προτιμάται η παθητική φωνή, λόγω του ότι η νεοελληνική γλώσσα είναι οπισθοβαρής: αφήνει, δηλαδή, το κύριο βάρος της έμφασης να πέφτει στο τέλος της πρότασης (Mackridge, 1986:336). Κατά συνέπεια, εάν επιθυμεί ο συντάκτης να υπερθεματίσει τον ρόλο του ποιητικού αιτίου, τότε θα καταφύγει στην παθητική φωνή.

Η χρήση του ουσιαστικού στα νομικά κείμενα, και ειδικότερα στις συμβάσεις, συμβάλλει στην ακριβή δήλωση εννοιών. Π.χ.,

Ο δικαιοπάροχος εξόδοις του δικαιοδόχου θα παρέχει εκπαίδευση και επανεκπαίδευση του βασικού προσωπικού του δικαιοδόχου σε όλες τις δραστηριότητες σύμφωνα με τα πρότυπά της.

και

Την σοβαρότητα, ανεξαρτησία και αυτοτέλεια θα πρέπει να την αποδεικνύει ο δικαιοδόχος.

Ακόμη, διακρίνουμε χρήση του ασυνήθιστου στη NEK υπερβατού σχήματος:

*και της ως άνω μνημονευθείσης υπό άρθρον (1.1.) συμβάσεως υποπαραχωρήσεως του σήματος*¹³⁹

Στο μορφοσυντακτικό επίπεδο παρατηρείται αυξημένη χρησιμοποίηση της μετοχής. λ.χ.,

... αφαιρουμένου μόνον του ποσού Φ.Π.Α. και των εκπτώσεων επί τιμολογίου.

και

Η ίδια υποχρέωση υφίσταται και ως προς την συντήρηση του υλικού και αντικατάσταση του φθαρέντος και μη πληρούντος τις προδιαγραφής ασφαλείας υλικού.

Όσον αφορά τη μέτρηση της συμπύκνωσης της σημασίας, επισημαίνουμε ότι η πρόταση έχει αρκετό μήκος, πράγμα που δηλώνει πολύπλοκη σύνταξη. Η συμπύκνωση της σημασίας εξαντλείται σε τρία επίπεδα.

3. Προκειμένου να επιτευχθή το μέγιστο της ποιότητας, αλλά και το ενιαίο των παρεχομένων υπηρεσιών ο δικαιοδόχος υποχρεούται να ακολουθεί πιστά τις οδηγίες και τις υποδείξεις του δικαιοπαρόχου όσον αφορά στην προμήθεια του κατάλληλου εξοπλισμού για την εφαρμογή και προσήκουσα παροχή των ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.

2. Για να επιτύχει το μέγιστο της ποιότητας, αλλά και το ενιαίο των υπηρεσιών, ο δικαιοδόχος υποχρεούται να ακολουθεί πιστά τις οδηγίες και τις υποδείξεις του δικαιοπαρόχου όσον αφορά στην προμήθεια του κατάλληλου εξοπλισμού για την εφαρμογή και προσήκουσα παροχή των προϊόντων.

1. Για να επιτύχει τη μέγιστο ποιότητα, αλλά ενιαίες υπηρεσίες, ο δικαιοδόχος έχει την υποχρέωση να ακολουθεί πιστά τις οδηγίες και τις υποδείξεις του δικαιοπαρόχου όταν προμηθεύεται τον κατάλληλο εξοπλισμό για να εφαρμόσει και να παρέχει όπως πρέπει τα προϊόντα.

Σε αντίθεση με άλλες περιπτώσεις συμβάσεων που είχαμε μελετήσει παλιότερα,¹⁴⁰ τα σημεία στίξης χρησιμοποιήθηκαν κανονικά. Προφανώς, ο συντάκτης χρησιμοποιεί μόνο τελεία, κόμμα και διπλή στιγμή.

Η ελληνική σύμβαση δικαιόχρησης που εξετάζουμε είναι εξίσου εποπτικά δομημένη, όπως και η αντίστοιχη γερμανική. Υπάρχει ο τίτλος, που μας δηλώνει το είδος της σύμβασης, το προοίμιο, με τα στοιχεία των συμβαλλόμενων μερών, η αρίθμηση και ο τίτλος των άρθρων. Οι διασχέσεις στο κείμενο διασφαλίζονται με τη βοήθεια προσωπικών, κτητικών και δεικτικών αντωνυμιών, επιρρηματικών εκφράσεων (π.χ., σύμφωνα με), καθώς και με παραπομπές σε συγκεκριμένα άρθρα. Οι μηχανισμοί αυτοί στο δείγμα μας δηλώνουν αναφορά. Καταφορικές σχέσεις μέσα στα κείμενα δηλώνει μόνο ο επιρρηματικός προσδιορισμός τα εξής. Η αρμονική σύνδεση των παραγράφων υλοποιείται με τη χρήση της αρίθμησης, ενώ και η σημασιολογική δικτύωση του κειμένου εξαντλείται με τη συχνή επανάληψη συγκεκριμένων όρων.

Καλλιεργεί η σύμβαση δικαιοχρήσης εμπιστοσύνη; Από τη μια, η ίδια η φύση της σύμβασης ως νομικού κειμένου που δημιουργεί επιχειρηματικούς δεσμούς καλλιεργεί εμπιστοσύνη. Το ύφος του κειμένου, που παραπέμπει στον νομικό λόγο, αφενός καλλιεργεί την εμπιστοσύνη, αφετέρου ίσως τη μετριάξει, λόγω της απόστασης του κειμένου από την κοινή γλώσσα. Τα στοιχεία της καθαρεύουσας μπορεί να λειτουργούν αποθαρρυντικά σε δικαιοδόχους που δεν είναι εξοικειωμένοι με αυτού του είδους τον λόγο. Όπως επισημάνθηκε παραπάνω, η σύμβαση δικαιόχρησης αποτελεί πέρα από δικαιοπραξία και οδικό χάρτη που κατευθύνει τον δικαιοδόχο στην επιχειρηματική/επιχειρησιακή καθημερινότητα. Ως προς την ακεραιότητα

¹³⁹ Το συγκεκριμένο παράδειγμα ανακεφαλαιώνει όσα έχουμε εκθέσει για την εισχώρηση της καθαρεύουσας στη γλώσσα των ελληνικών συμβάσεων, προθέσεις που συντάσσονται με γενική πτώση, χρήση της κατάληξης της γενικής -εως στα θηλυκά σε -η (η χρήση), του υπερβατού σχήματος, καθώς και της μετοχής.

¹⁴⁰ Βλ. Βλαχόπουλο, 1999.

και την ικανότητα, ισχύουν τα ίδια που διαπιστώθηκαν κατά την ανάλυση λόγου της γερμανικής σύμβασης δικαιόχρησης.

Αποτιμώντας τον λόγο του κειμένου, διαπιστώνουμε πως καλλιεργείται εμπιστοσύνη κυρίως λόγω της υφής του κειμένου, το οποίο αντανakλά τεχνογνωσία και αξιοπιστία. Ως προς τη θετική προαίρεση, υπάρχει κάποιο έλλειμα. Δεν μπορεί να προκύψει συναισθηματική ταύτιση σε μια δικαιοπραξία. Να κλείσουμε την ανάλυση της σύμβασης δικαιοπραξίας και με την εξής παρατήρηση: Σύμφωνα με τη μελέτη του ΟΟΣΑ για την εμπιστοσύνη στους διάφορους πολιτισμούς, που αναφέραμε προηγουμένως, διαπιστώσαμε πως η Ελλάδα είναι χώρα όπου οι άνθρωποι εμπιστεύονται λιγότερο απ' ό,τι στη Γερμανία. Ενδεχομένως, ένας δικαιολόγος ή και ο δικαιοπάρχος θα αντιμετώπιζαν τη σύναψη μιας τέτοιας σύμβασης με μεγαλύτερη ανασφάλεια σε σύγκριση με Γερμανούς.

4.3.2 Εταιρικά προφίλ

Στη συνέχεια θα εξετάσουμε δύο δείγματα προφίλ ελληνικών επιχειρήσεων στα ελληνικά. Τα δείγματα έχουν παρθεί τυχαία. Πρόκειται για εταιρικά προφίλ εταιρείας ανάπτυξης λογισμικού και εταιρείας μεταλλικών κατασκευών. Όπως επισημάνθηκε ήδη, κατά την ανάλυση των γερμανικών εταιρικών προφίλ, σκοπός τέτοιου είδους επικοινωνίας είναι η οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης με ενδιαφερομένους, αλλά και η σφυρηλάτηση των σχέσεων με υφιστάμενους πελάτες.

Πώς, όμως, εκδηλώνεται η ικανότητα, η θετική προαίρεση και η αξιοπιστία, που να καλλιεργεί την εμπιστοσύνη; Όπως είδαμε και κατά την ανάλυση των αντίστοιχων γερμανικών κειμένων, το μόνο εργαλείο που μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία τέτοιας σχέσης είναι η ανάπτυξη του κατάλληλου λόγου εκ μέρους της εταιρείας. Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε πώς αυτό επιτυγχάνεται στην πράξη.

A. Εταιρικό προφίλ εταιρείας ανάπτυξης λογισμικού

Το εταιρικό προφίλ που ακολουθεί αφορά εταιρεία ανάπτυξης λογισμικού. Πρόκειται για εταιρικό προφίλ που δίνει έμφαση στον ανθρώπινο παράγοντα, τόσο τον προσωπικό, όσο και στις σχέσεις με τους πελάτες, και στην παρακολούθηση των τεχνολογικών εξελίξεων.

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΕΣ - ΠΡΩΤΟΠΟΡΙΑΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Η ABG SOFTWARE είναι μια δυναμική εταιρεία, η οποία δραστηριοποιείται στους τομείς ανάπτυξης και προώθησης ολοκληρωμένων μηχανογραφικών λύσεων πληροφορικής και εξειδικευμένων εφαρμογών λογισμικού, για την κάλυψη των αναγκών των επιχειρήσεων. Το επιστημονικό προσωπικό της ABG SOFTWARE με την πολυετή εμπειρία στην ανάπτυξη λογισμικού, σχεδιασμού και υλοποίησης λύσεων πληροφορικής, παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις και εφαρμόζει τις νέες τεχνολογίες ώστε να ανταποκρίνεται πλήρως στις σημερινές και μελλοντικές ανάγκες.

Με κοινούς στόχους και όραμα, όλα τα στελέχη της ABG SOFTWARE εργάζονται καθημερινά με όρεξη για δημιουργία, με κύριο μέλημα την άμεση και αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών, των συνεργατών κυρίως με ήθος, φιλικότητα και σεβασμό στις εκάστοτε ανάγκες τους.

Η διοίκηση της επιχείρησης αποτελείται από καταξιωμένα στελέχη με πολυετή εμπειρία στο χώρο της πληροφορικής, όρεξη για δημιουργία, υπευθυνότητα και νέες ιδέες.

Γνωρίζουμε ότι η αξιοπιστία και η ποιότητα των προϊόντων μας, καθώς και των παρεχόμενων υπηρεσιών μας, επιδρούν αποφασιστικά στην εμπιστοσύνη που μας δείχνουν οι πελάτες μας. Όραμα μας είναι η κατάκτηση της κορυφής στις αγορές τις οποίες απευθυνόμαστε, μέσω της συνεχούς εξέλιξης και ανάπτυξης των επιχειρηματικών μας δραστηριοτήτων.

Το κείμενο αναφέρεται στο αντικείμενο απασχόλησης της εταιρείας και σκιαγραφεί το εύρος και το πελατολόγιο. Σύμφωνα με το κείμενο, πρόκειται για εταιρεία ανάπτυξης και προώθησης ολοκληρωμένων μηχανογραφικών λύσεων πληροφορικής και εξειδικευμένων εφαρμογών λογισμικού που απευθύνεται στις

επιχειρήσεις. Το κείμενο κάνει αναφορά στην εμπειρία και στην τεχνογνωσία του προσωπικού, που τίθενται και τα δύο στις υπηρεσίες του πελάτη. Ο λόγος του κειμένου καλλιεργεί την αίσθηση του ομαδικού πνεύματος τόσο των ειδικών όσο και των στελεχών της διοίκησης.

Ο πελάτης γνωρίζει πως η εταιρεία εργάζεται με ήθος, φιλικότητα και σεβασμό, προκειμένου να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του πελάτη. Μέσω της επιδίωξης για κατάκτηση της κορυφής της αγοράς, η εταιρεία εγγυάται τη διάθεσή της να προσφέρει συνεχώς βελτιούμενες υπηρεσίες που θα της προσδώσουν κορυφαία θέση μεταξύ του ανταγωνισμού. Η εμπιστοσύνη που εκπέμπει η εταιρεία στηρίζεται στους εξής πυλώνες: α. την εμπειρία και την τεχνογνωσία του προσωπικού, β. την πολύχρονη πορεία της στην αγορά, γ. τη διάθεσή της να διακρίνεται και δ. την επίκληση στο συναίσθημα μέσω του ήθους, της σοβαρότητας και της φιλικότητας.

Γλωσσικά η εταιρεία δεν χρησιμοποιεί ιδιαίτερα ορολογία. Πέρα από τους όρους που χρησιμοποιεί για την περιγραφή του αντικειμένου της, δεν υπάρχει στο συγκεκριμένο κείμενο άλλη ορολογία. Το λεξιλόγιο είναι της κοινής γλώσσας. Συντακτικά δεν διακρίνουμε ιδιαίτερες ιδιομορφίες. Το συντακτικό είναι αναπτυγμένο και δεν έχει τα χαρακτηριστά του συμπεκνωμένου λόγου όπως αυτός της σύμβασης δικαιόχρησης. Κειμενικά το κείμενο είναι διαρθρωμένο σε παραγράφους-θεματικές ενότητες. Η πρώτη παράγραφος παρουσιάζει την εταιρεία, η δεύτερη κάνει αναφορά στο επιστημονικό προσωπικό, η τρίτη στη σχέση με τους πελάτες, η τέταρτη στη διοίκηση, ενώ το κείμενο κλείνει με παράγραφο που δίνει το περίγραμμα του εταιρικού οράματος. Μεταξύ των παραγράφων δεν υπάρχει ιδιαίτερος μηχανισμός διατήρησης της συνοχής. Μόνο στην τέταρτη παράγραφο δεν αναφέρεται η επωνυμία της αλλά γίνεται αναφορά στην εταιρεία με το σχήμα *Η διοίκηση της επιχείρησης ...*. Στην τελευταία παράγραφο γίνεται χρήση του α' πληθυντικού προσώπου. Προκαλεί εντύπωση το γεγονός πως στο κείμενο γίνεται χρήση έξι φορές της προσωπικής αντωνυμίας *μας* – προφανώς για να καταστεί το κείμενο πιο προσωπικό.

Το κείμενο είναι στοχευμένο στην καλλιέργεια εμπιστοσύνης. Τονίζει την ικανότητα της επιχείρησης, κάνει επίκληση στο συναίσθημα τονίζοντας την πελατοκεντρική του προσέγγιση, ενώ φωτίζει και την αξιοπιστία της επιχείρησης.

B. Εταιρικό προφίλ κατασκευαστικής εταιρείας

Το δεύτερο εταιρικό προφίλ έχει παρθεί από την ιστοσελίδα κατασκευαστικής εταιρείας που δραστηριοποιείται στον χώρο των μεταλλικών κατασκευών:

Εταιρικό προφίλ

Η εταιρεία «ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ – ΤΟΥΒΛΟ Ε.Π.Ε.» δραστηριοποιείται στο χώρο των μεταλλικών κατασκευών (κτιριακά - βιομηχανικά) από το 1992.

Κατά το διάστημα αυτό έως σήμερα, η πορεία της εταιρείας μας ήταν ανοδική, έχοντας στο ενεργητικό της κατασκευές έργων σταθμών, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Η εταιρεία μας συνεργαζόμενη με τους μεγαλύτερους κατασκευαστικούς ομίλους, καθιερώθηκε και αποτελεί πια, σταθερή αξία στον τομέα των μεταλλικών κατασκευών στην Ελλάδα.

Διαθέτει ιδιόκτητη εγκατάσταση 28.000 m² με στεγασμένο χώρο 6.000 m² στη βιομηχανική ζώνη της Αττικής, καθώς επίσης και ιδιόκτητη εγκατάσταση 160.000 m² με στεγασμένο χώρο 26.000 m² στη Βόρεια Εύβοια.

Διαθέτει όλο το σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό για εργασίες μοντάζ – κοπής – διάτρησης και διαμόρφωσης, σε συνδυασμό με το διαρκώς εκπαιδευόμενο, εξειδικευμένο και έμπειρο εργατοτεχνικό προσωπικό. Ο συνδυασμός αυτός αποτελεί εγγύηση και ασφάλεια για τη δυνατότητα της εταιρείας μας να παρέχει προϊόντα υψηλής ποιότητας σε ανταγωνιστικές τιμές.

Τα τελευταία χρόνια δραστηριοποιείται σε μεγάλα έργα και σε χώρες του εξωτερικού όπως στη Νιγηρία, Βουλγαρία, Ρουμανία, Αλβανία, Κόσοβο και προσπαθεί σε καθημερινή βάση να επεκτείνει τη δραστηριότητα της και σε άλλες αγορές.

Το φιλικό εργασιακό κλίμα που επικρατεί καθώς και η συνεχής εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού μας, αποτελούν το κλειδί για μια δημιουργική ώθηση και ανάπτυξη της εταιρείας παρά τις αντίξοες συνθήκες της αγοράς τόσο της εγχώριας όσο και της διεθνούς.

Η εταιρεία μας έχει αξιολογηθεί και πιστοποιηθεί με τα:

- 1) Σύστημα διαχείρισης ποιότητας ISO 9001: 2008*
- 2) Απαιτήσεις ποιότητας για συγκολλητές κατασκευές κατά EN ISO 3834-2*
- 3) Πιστοποιητικό περιβαλλοντικής διαχείρισης κατά ISO14001: 2004*
- 4) Πιστοποίηση για συγκολλητές κατασκευές κατά DIN 18800-7: 2008-11 Klasse E*
- 5) Certificate of Conformity of the Factory Production Control: EN 1090 1:2009+A1:2011*

Το κείμενο αναφέρεται σε εταιρεία που δραστηριοποιείται και εκτός των ελληνικών συνόρων. Το προφίλ αντλήθηκε από την ιστοσελίδα της. Το κείμενο μας πληροφορεί για την ταυτότητά της και το πεδίο στο οποίο δραστηριοποιείται. Μας ενημερώνει πως η εταιρεία, που, σύμφωνα με το κείμενο, ανήκει στις μεγαλύτερες του χώρου, έχει μακροχρόνια πορεία στην Ελλάδα και σε χώρες του εξωτερικού. Στη συνέχεια το κείμενο μας ενημερώνει για τις εγκαταστάσεις, παρέχοντας ποσοτικά στοιχεία και για τον σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό που διαθέτει. Ακολουθεί αναφορά στις μελλοντικές της φιλοδοξίες για την περαιτέρω επέκταση των δραστηριοτήτων της στο εξωτερικό. Το κείμενο κλείνει με την περιγραφή του εργασιακού κλίματος και την καταγραφή της πεποίθησης πως η εκπαίδευση του προσωπικού είναι θεμελιώδους σημασίας για την ανάπτυξή της, έστω, και κάτω από τις αντίξοες συνθήκες.

Και εδώ η χρήση της ορολογίας είναι περιορισμένη. Χρησιμοποιούνται μόνο όροι που αναφέρονται αυστηρώς στις δραστηριότητές της και στις πιστοποιήσεις που έχει λάβει. Το βάρος πέφτει στην περιγραφή του μεγέθους της εταιρείας και του γεωγραφικού εύρους των δραστηριοτήτων της. Από συντακτικής πλευράς δεν σημειώνεται συμπύκνωση της σημασίας. Η συνοχή στο κείμενο διασφαλίζεται με την αναφορά στην επιχείρηση και τη χρήση του γ' ενικού προσώπου (*διαθέτει, δραστηριοποιείται, καθιερώθηκε κ.λπ.*). Στην τελευταία όμως παράγραφο γίνεται χρήση της προσωπικής αντωνυμίας σε α' πληθυντικό πρόσωπο *μας*.

Και για το εταιρικό προφίλ ισχύουν όσα ισχύουν για το προηγούμενο. Η οικοδόμηση της εμπιστοσύνης επιχειρείται μέσα από την επίδειξη της ικανότητας, της θετικής προαίρεσης και της αξιοπιστίας. Το κείμενο επικαλείται το μέγεθος της εταιρείας και τη διεθνή εμβέλειά της για να ενισχύσει την αξιοπιστία της.

4.3.3 Ο ελληνικός οικονομικός Τύπος

A. Ειδησεογραφικό κείμενο

Το πρώτο άρθρο έχει παρθεί από την εφημερίδα *Ναυτεμπορική*, από την ενότητα *Αγορές*. Πρόκειται για κείμενο που ενημερώνει για την κίνηση των αγορών. Και εδώ, όπως και στα δύο γερμανικά δείγματα που εξετάσαμε, ισχύει η ανεστραμμένη πυραμίδα. Δηλαδή, υπάρχει ο τίτλος και η πρώτη πρόταση που διαγράφουν το πλαίσιο. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στην πορεία των κυριότερων ευρωπαϊκών χρηματιστηρίων και δεικτών.

Ανοδική εκκίνηση στις ευρωαγορές

Με κέρδη ξεκίνησαν σήμερα οι ευρωπαϊκοί δείκτες, αποτυπώνοντας την ικανοποίηση των επενδυτών για τη συμφωνία που επετεύχθη στο Eurogroup της Παρασκευής για την Ελλάδα.

*Ειδικότερα, στις 10:35, ο βρετανικός δείκτης **FTSE 100** ενισχύεται κατά 0,24% στις 6.932 μονάδες, ο γερμανικός **DAX** καταγράφει άνοδο 0,77% στις 11.136 μονάδες και ο γαλλικός **CAC 40** κινείται με κέρδη 0,75% στις 4.867 μονάδες.*

*Ο σύνθετος πανευρωπαϊκός δείκτης **Stoxx Europe 600** σημειώνει άνοδο 0,58% στις 384,47 μονάδες.*

*Στο ταμπλό, σημαντικά κέρδη καταγράφει ο τραπεζικός κλάδος σήμερα, με τις **Banco Comercial Portugues**, **Banco Popular Espanol** και **Raiffeisen Bank International** να σημειώνουν άνοδο άνω του 2%.*

Επίσης, η PostNL NV ενισχύεται κατά 9,8%, μετά την ανακοίνωση ότι τα έσοδα του 2014 ανήλθαν στα 4,25 δις. ευρώ, ενώ οι αναλυτές ανέμεναν να μην ξεπεράσουν τα 4,02 δις. ευρώ.

Στο +2% βρίσκεται η Bovis Homes, καθώς ανακοίνωσε αύξηση στα προ φόρων κέρδη του 2014, η οποία μάλιστα έφτασε το 69%.

Στον αντίποδα, η HSBC υποχωρεί κατά 3,2%, μετά τα δημοσιεύματα ότι ο διευθύνων σύμβουλος της HSBC, Stuart Gulliver, εμπλέκεται σε σκάνδαλο φοροδιαφυγής. Επίσης, η τράπεζα ανακοίνωσε ότι τα προ φόρων κέρδη της το 2014 υποχώρησαν κατά 17% στα 18,7 δις. δολάρια.

(Ναυτεμπορική 13.02.2015)

Το κείμενο χρησιμοποιεί αρκετή ορολογία (προ φόρων, κέρδη, δείκτης, Stoxx Europe 600, FTSE 100 κ.λπ.). Επίσης χρησιμοποιούνται αρκετά αριθμητικά δεδομένα για να εκφράσουν την άνοδο ή την υποχώρηση δεδομένων ποσοτικών στοιχείων. Συναντάμε αρκετά κύρια ονόματα – πρόκειται κυρίως για τα ονόματα τραπεζών και αρκτικόλεξα που δηλώνουν τους χρηματιστηριακούς δείκτες (CAC 40, FTSE 100, DAX). Από το κείμενο απουσιάζουν σχεδόν εξολοκλήρου λεξιλογικά στοιχεία που να δημιουργούν δελεαστική λειτουργία, όπως τα στοιχεία που να δημιουργούν μεταφορές και οι ιδιωτισμοί. Μόνο σε μία περίπτωση χρησιμοποιείται μεταφορά (στο ταμπλό).

Συντακτικά το κείμενο αποτελείται από περιόδους κανονικού μήκους, ενώ η δομή επιτρέπει την παρακολούθηση του νοήματος χωρίς δυσκολίες. Και κειμενικά το κείμενο διατηρεί τη συνοχή του κυρίως θεματικά, μέσα από την δομή της ανεστραμμένης πυραμίδας. Αρχικά καταγράφονται οι γενικές πληροφορίες που εισάγουν τον αναγνώστη στη θεματολογία. Στη συνέχεια αφιερώνεται μια πρόταση στο κάθε δείκτη ή μετοχή. Ο λόγος του κειμένου καλλιεργεί εμπιστοσύνη. Από τη μία το γεγονός πως η *Ναυτεμπορική* θεωρείται αξιόπιστη οικονομική εφημερίδα, από την άλλη η παράθεση στεγνών στοιχείων χωρίς κατευθυντικούς μηχανισμούς ακτινοβολούν ικανότητα, κυρίως τεχνογνωσία, αξιοπιστία και συνέπεια. Όπως και στην περίπτωση των γερμανικών εφημερίδων δεν μπορούμε να πιστοποιήσουμε θετική προαίρεση.

B. Ειδησεογραφικό κείμενο από την εφημερίδα *Ημερησία*

Το δεύτερο κείμενο αποτελεί άρθρο που πάρθηκε από την οικονομική εφημερίδα *Ημερησία* και είναι αναδημοσίευση των πληροφοριών που δημοσίευσε η *Deutsche Welle*.¹⁴¹ Αντικείμενό του αποτελούν οι διαπραγματεύσεις σχετικά με την ελληνική κρίση χρέους. Το κείμενο ασχολείται κυρίως με την τοποθέτηση του γερμανού εκπροσώπου Τύπου Στέφαν Ζάιμπερτ.

ΣΤΕΦΕΝ ΖΑΙΜΠΕΡΤ

Βερολίνο: Απόλυτα δυνατή η εξεύρεση λύσης για την Ελλάδα

Απόλυτα δυνατή θεωρεί την εξεύρεση λύσης το Βερολίνο, όπως διαμήνυσε σήμερα ο Γερμανός κυβερνητικός εκπρόσωπος, Στέφεν Ζάιμπερτ, αναφερόμενος στην ψηφοφορία στο γερμανικό κοινοβούλιο για έγκριση του ελληνικού πακέτου μεταρρυθμίσεων.

Απαντώντας σε σχετική ερώτηση ο κ. Ζάιμπερτ τόνισε ότι «το θέμα χειρίζονται ήδη οι υπουργοί Οικονομικών της ευρωζώνης και ότι δεν χρειάζεται η παρέμβαση της γερμανίδας καγκελαρίου. Βέβαια η Άγκελα Μέρκελ βρίσκεται σε συνεχή επαφή με τον γερμανό υπ. Οικονομικών Βόλφγκανγκ Σόιμπλε».

Συνεχή ενημέρωση από τον Σόιμπλε έχουν και τα αρμόδια όργανα του γερμανικού κοινοβουλίου, διαβεβαίωσε ο εκπρόσωπος του υπουργείου Οικονομικών, Μάρτιν Γέγκερ.

Ερωτηθείς για τα στενά χρονικά περιθώρια εντός των οποίων θα πρέπει το γερμανικό κοινοβούλιο να αποφασίσει, ο κ. Γέγκερ τόνισε ότι οι ημερομηνίες και οι διαδικασίες ήταν σε όλους γνωστές και δεν θα ήταν σωστό να αποδοθούν ευθύνες σε χώρες όπως η Γερμανία, όπου η παράταση του προγράμματος θα πρέπει να εγκριθεί από τη βουλή.

Πάντως ο κ. Γέγκερ διαβεβαίωσε ότι αν υπάρξει άρριο συμφωνία στο Eurogroup ο χρόνος που απομένει αρκεί για να κατατεθεί η πρόταση παράτασης στα εθνικά κοινοβούλια.

Πηγή: Deutsche Welle

¹⁴¹ Το κείμενο χαρακτηρίζεται ως αναδημοσίευση. Στην ουσία πρόκειται μάλλον για μετάφραση. Η μετάφραση είναι αρκετά συχνή στον χώρο της δημοσιογραφίας. Οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι δεν αντιλαμβάνονται το έργο τους ως μετάφραση (Davier, 2014: 57). Τα γλωσσικά προβλήματα και οι πολιτισμικές ασυμβατότητες είναι συχνή πηγή παρερμηνειών. Η Davier παραθέτει παραδείγματα παρανόησης κατά τη μεταβίβαση ειδήσεων από τα γερμανικά στα γαλλικά (Davier, 2014: 64-66).

(Ημερησία 23.02.2015)

Το κείμενο προφανώς αποτελεί μεταφορά προφορικού λόγου σε γραπτή μορφή. Το κείμενο δεν έχει αξιοσημείωτη ορολογία. Διακρίνουμε μονάχα κυβερνητικούς τίτλους (όπως καγκελάριος, υπ. Οικονομικών) και τον τίτλο *Eurogroup*. Γίνεται, ωστόσο, χρήση του ρήματος τονίζω, που δηλώνει την προφορικότητα και εισάγει τον πλάγιό λόγο.

Από συντακτικής πλευράς το κείμενο έχει να μεν απλή δομή, αλλά υπάρχουν περιπτώσεις που δυσκολεύουν την παρακολούθηση του νοήματος: Η ακόλουθη περίοδος έχει 55 λέξεις.

Ερωτηθείς για τα στενά χρονικά περιθώρια εντός των οποίων θα πρέπει το γερμανικό κοινοβούλιο να αποφασίσει, ο κ. Γέγκερ τόνισε ότι οι ημερομηνίες και οι διαδικασίες ήταν σε όλους γνωστές και δεν θα ήταν σωστό να αποδοθούν ευθύνες σε χώρες όπως η Γερμανία, όπου η παράταση του προγράμματος θα πρέπει να εγκριθεί από τη βουλή.

Η συνοχή στο κείμενο διατηρείται με τη χρήση φράσεων που συμβάλλουν στη παράθεση των πληροφοριών με τη μορφή πλάγιου λόγου: *πάντως ο κ. Γέγκερ διαβεβαίωσε, Ερωτηθείς για, Απαντώντας σε σχετική ερώτηση κ.λπ.*

Εδώ ικανοποιούνται πλήρως οι προϋποθέσεις για την καλλιέργεια εμπιστοσύνης. Υπάρχει αφενός το πλαίσιο της γνωστής εφημερίδας, που θεωρείται αξιόπιστη. Αφετέρου χρησιμοποιείται ο τίτλος του αξιωματούχου, προκειμένου να ενισχυθεί η αξιοπιστία των πληροφοριών. Ακόμη και η χρήση του πλάγιου λόγου προσθέτει στην αξιοπιστία. Η ίδια η έλλειψη εμφανούς θετικής προαίρεσης μπορεί να εκληφθεί θετικά, διότι ο συντάκτης επιθυμεί την ουδέτερη μεταφορά της είδησης.

4.4 Ο οικονομικός λόγος ως πολυτροπικό σύστημα

Στο κεφάλαιο αυτό, αναλύσαμε διαφορετικά είδη κειμένων τόσο της ελληνικής όσο και της γερμανικής οικονομικής πραγματικότητας. Αναλύσαμε για κάθε οικονομικό πολιτισμό μία σύμβαση δικαιόχρησης, δύο εταιρικά προφίλ και δύο κείμενα από τον Τύπο. Το μεθοδολογικό εργαλείο μας ήταν η ΚΑΛ όπως περιγράφεται στην ενότητα 4.1. Η ΚΑΛ μάς επιτρέπει να εξετάσουμε τις σχέσεις που υπάρχουν μεταξύ των επιλογών στο γλωσσικό επίπεδο και της σκοπιμότητας. Η κριτική ανάλυση του λόγου των κειμένων φωτίζει το πώς συσχετίζεται η δόμηση της πραγματικότητας με τη γλώσσα.

Επαναλαμβάνουμε την άποψη του Chilton (2005: 23) πως *εάν ο λόγος συνδέεται με τη δόμηση της γνώσης γύρω από κοινωνικά αντικείμενα (social objects), ταυτότητες, διαδικασίες κ.λπ. τότε αυτή η δόμηση μπορεί να λαμβάνει χώρα μόνο στον νου των ατόμων που επικοινωνούν*. Άρα, εάν ο λόγος συνδέεται με τη δόμηση της γνώσης σχετικά με κοινωνικά αντικείμενα, ταυτότητες, διαδικασίες κ.λπ., τότε, μελετώντας τον λόγο κριτικά, θα γνωρίζουμε πότε μεταβάλλονται καταστάσεις στον νου όσων συμμετέχουν στην επικοινωνία. Τόσο τα λόγια του Chilton όσο και η προέκταση που δώσαμε μας λέει πως η ανάλυση του λόγου είναι αυτό που θα μας επιτρέψει να φωτίσουμε τον μηχανισμό που διαμορφώνει, που δομεί τη γνώση του πολιτισμού μας. Στις ενότητες 4.2. και 4.3., εξετάσαμε τον λόγο των κειμένων ως προς την οικοδόμηση και την καλλιέργεια της εμπιστοσύνης μεταξύ του συντάκτη ή εντολέα του κειμένου και του αποδέκτη του. Αποφασίσαμε να εξετάσουμε τη σχέση γλώσσας και εμπιστοσύνης, επειδή, όπως εξηγήσαμε εισαγωγικά, η τελευταία αποτελεί θεμελιώδη έννοια της οικονομικής ζωής κάθε χώρας.

Παρόλο που τα κείμενα που εξετάσαμε υπάρχουν ως πραγματολογικό στοιχείο και στους δύο οικονομικούς πολιτισμούς, διαπιστώσαμε κάποιες αποκλίσεις ως προς τον τρόπο με τον οποίο επιδιώκεται η καλλιέργεια εμπιστοσύνης. Δηλαδή, άλλο γλωσσικό υλικό χρησιμοποιεί ο συντάκτης της ελληνικής σύμβασης δικαιόχρησης και άλλο ο συντάκτης του γερμανικού κειμένου. Το ίδιο ισχύει, σε κάποιον βαθμό, και για τα εταιρικά προφίλ και τα κείμενα του οικονομικού Τύπου.

Οι παρακάτω πίνακες δείχνουν σε ποιον βαθμό καλλιεργείται εμπιστοσύνη. Στα κείμενα όπου σημειώνονται και οι τρεις ιδιότητες, η ικανότητα, η θετική προαίρεση και η ακεραιότητα, είμαστε πεπεισμένοι πως καλλιεργείται η εμπιστοσύνη. Στα κείμενα όπου υπάρχει κάποια ιδιότητα που δεν διαγνώστηκε, πιστεύουμε πως η δόμηση της εμπιστοσύνης είναι υποκειμενική υπόθεση του αποδέκτη.

Στα γερμανικά κείμενα βλέπουμε πως στον Τύπο δεν φαίνεται να δομείται η εμπιστοσύνη.

ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ	Σύμβαση δικαιοπραξίας	Εταιρικό προφίλ απλό	Εταιρικό προφίλ σύνθετο	Ειδησεογραφικό Handelsblatt	Σχολιογραφικό Griechenland Zeitung
Ικανότητα	X	X	X	X	X
Θετική προαίρεση	X	X	X		
Ακεραιότητα	X	X	X	X	X

Πίνακας 4.1 Αξιοπιστία γερμανικών κειμένων.

Αντίθετα, βλέπουμε πως στα ελληνικά κείμενα υπάρχουν αποκλίσεις. Αφενός αυτό έχει να κάνει με τη διαφορετική αντίληψη περί εμπιστοσύνης, όπως στη σύμβαση δικαιόχρησης, αφετέρου με το διαφορετικό περιεχόμενο των κειμένων. Το ειδησεογραφικό κείμενο της εφημερίδας *Ημερησία* μεταφέρει τα λόγια αξιωματούχου της ΕΕ (αυξημένη αξιοπιστία) και δεν παρουσιάζει κάποιες δικές της αναλύσεις.

ΕΛΛΗΝΙΚΑ	Σύμβαση δικαιοπραξίας	Εταιρικό προφίλ εταιρείας ανάπτυξης λογισμικού	Εταιρικό προφίλ κατασκευαστικής	Ειδησεογραφικό Ναυτεμπορική	Ειδησεογραφικό Ημερησία
Ικανότητα	X	X	X	X	X
Θετική προαίρεση		X	X		X
Ακεραιότητα	X	X	X	X	X

Πίνακας 4.2 Αξιοπιστία ελληνικών κειμένων.

Γενικότερα, παρατηρήσαμε την ύπαρξη ορολογίας σε όλα τα κείμενα. Δεν θεωρούμε πως κάποιο κείμενο έχει διαφορετική πυκνότητα ορολογίας. Η συχνότητα εμφάνισης της ορολογίας σε ένα κείμενο μπορεί να κυμαίνεται από αραιή μέχρι μεγάλη – ανάλογα, προφανώς, με τα διαμνηνόμενα. Επισημαίνουμε πως η σύμβαση δικαιόχρησης διαφοροποιείται αρκετά συντακτικά από τα άλλα κείμενα που αναλύσαμε. Διαπιστώσαμε λιγότερο αναπτυγμένο συντακτικό – δηλαδή, δημιουργείται ύφος που παραπέμπει σε νομικό κείμενο. Φαίνεται, όμως, πως υπάρχουν διαφορές από τις άλλες συμβάσεις που διέπονται από το ενοχικό δίκαιο. Τα εταιρικά προφίλ περιέχουν πέρα από ορολογία του αντίστοιχου οικονομικού πεδίου και ορολογία τρίτων ειδικοτήτων, κυρίως των τομέων στους οποίους δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις. Το συντακτικό στη μία περίπτωση ήταν μεν αυστηρό, λόγω της αυξημένης χρήσης της παθητικής φωνής, αλλά στη δεύτερη περίπτωση το συντακτικό διαμόρφωνε ύφος γνώριμο από την κοινή γλώσσα.

Τα άρθρα του οικονομικού λόγου χρησιμοποιούν πέρα από ορολογία και μεταφορικό λόγο. Η μεταφορική χρήση λέξεων και η αξιοποίηση ιδιωτισμών από τους συντάκτες δημιουργούν ένα ξεχωριστό υφολογικό σύνολο και συμβάλλουν στη δημιουργία της δελεαστικής λειτουργίας. Αυτό που διακρίνουμε και στις τρεις κατηγορίες οικονομικού λόγου που εξετάσαμε είναι η προσπάθεια καλλιέργειας εμπιστοσύνης. Ο λόγος της σύμβασης δικαιόχρησης, των εταιρικών προφίλ, αλλά και των δημοσιογραφικών κειμένων αποβλέπει στην εξασφάλιση της εμπιστοσύνης των συμβαλλόμενων μερών στη σύμβαση, στην εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων αλλά και υπαρχόντων πελατών στην επιχείρηση και τα προϊόντα ή/και τις υπηρεσίες της και του κοινού στην παροχή των πληροφοριών του συγκεκριμένου συντάκτη. Κτίζονται σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ συμβαλλόμενων μερών, μεταξύ εταιρείας και πελατών, καθώς και μεταξύ των αναγνωστών και αρθρογράφων ή/και των εφημερίδων.

Αυτό που οφείλουμε να επισημάνουμε είναι πως οι αναλύσεις μας έγιναν σε κείμενα που υλοποιούνται και στους δύο οικονομικούς πολιτισμούς με ανάλογα μέσα. Ειδικότερα στα λιγότερα τυποποιημένα εταιρικά προφίλ υπεισέρχεται και ο υποκειμενικός, προσωπικός παράγοντας.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Βλαχόπουλος, Σ. (2014). *Πολυγλωσσία στο Δίκαιο. Μετάφραση νομικών κειμένων και δικαστηριακή διερμηνεία*. Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
- Γιαλαμπουράκη, Ε. (2008). *Δημοσιογραφικός λόγος και διακειμενικότητα. Διδακτορική διατριβή*. Θεσσαλονίκη: Α.Π.Θ.
- Κλαίρης, Χ. (1990). *Θέματα γενικής γλωσσολογίας*. Αθήνα: Νεφέλη..
- Κουτσιβίτης, Β. (1987). Γλωσσικές παρατηρήσεις σχετικά με τη μεταγραφή του Αστικού Κώδικα στη δημοτική. *ΓΛΩΣΣΑ*, έτος πέμπτο, τ.1, 30-39.
- Κουτσιβίτης, Β. (1994). *Θεωρία της Μετάφρασης*. Αθήνα: Ελληνικές Πανεπιστημιακές Εκδόσεις.
- Σταυράκης, Α. (1992). *Νεοελληνική Νομική Γλώσσα*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Φόρης, Β. (1982). Νομικά και δημοτική. Αφορμές από μια σημαντική συνέντευξη. Στο Εμμ. Βοϊκλής / Κ. Γιαννόπουλος / Στ. Μαθιός / Γ. Παπαδημητρίου / Γ. Ρήγος (επιμ.). *Η δημοτική στη νομική πράξη*, Αθήνα-Κομοτηνή: Σάκκουλας, 215-226.
- Χατζησαββίδης, Σ. (1999). Ελληνική γλώσσα και δημοσιογραφικός λόγος. Θεωρητικές και ερευνητικές προσεγγίσεις, Αθήνα: Εκδ. Gutenberg.

Ξενόγλωσση

- Brown, G. & Yule, G. (1983). *Discourse analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chilton, P. (2005). Missing links in mainstream CDA: Modules, blends and the critical instinct. Στο R. Wodak/P.Chilton (επιμ.). *A new agenda in (Critical) Discourse Analysis: Theory, methodology and interdisciplinarity*. Amsterdam: John Benjamins, 19-53.
- Daum, U. (1981). Rechtssprache - eine genormte Fachsprache? Στο L. Radtke, *Die Sprache des Rechts und der Verwaltung, Der öffentliche Sprachgebrauch*. Band II, Stuttgart: Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung, Klett-Cotta, 83-99.
- Davier, L.(2014).The paradoxical invisibility of translation in the highly multilingual context of news agencies. *Global Media and Communication*, τ. 10(1), 53-72.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge.
- Fasold,, R. (1990). *Sociolinguistics of Language*. Oxford: Blackwell.
- Grant, D. & Hardy, C. (2004). Struggles with organizational Discourse. *Organization Studies*, τ.25/1, 5–14.
- Halliday, M.A.K.(1994). *Introduction to Functional Grammar*. 2nd edition. London: Edward Arnold.
- Jaworski, A. / Coupland, N. (1999). *The discourse reader*. London: Routledge.
- Mayer, R.C., Davis, J.H. & Schoorman, F.D. (1995). An integrative model of organisational trust. *Academy of Management Review*, τ. 20(3), 709-734.
- Reynolds, Th. (1986). Comparative legal dictionaries. *American Journal of Comparative Law*, τ. 34, 551-558.

- Rousseau, D.M., Sitkin, S.B., Burt, R.S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross- discipline view of trust. *Academy of Management Review*, τ. 23(3), 393-404.
- Ruge, H. (1986). *Grammatik des Neugriechischen*. Köln: Romiosini Verlag.
- Stubbs, M. (1998). Whorf's Children: Critical Comments on Critical Discourse Analysis. Στο Ryan, A. και Wray, A. (επιμ.). *Evolving Models of Language: British Studies, Applied Linguistics*, 12. Clevedon: BAAL/Multilingual Matters.
- van Dijk, T. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, τ.4(2), 249-283.
- van Dijk, T. (2003). The discourse-knowledge interface. Στο: G.Weiss και R.Wodak (επιμ.). *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity*. London: Longman, 85-109.
- Wagner, H. (1984). *Die deutsche Verwaltungssprache der Gegenwart*. Düsseldorf: Schwann.
- Weick, K.E. (1995). *Sensemaking in Organisations*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Weinrich, H.(1993). *Textgrammatik der deutschen Sprache*. Mannheim: Duden.
- Weyers, G. R. (1990). Elemente und Grundzüge einer Textsortenorientierten Theorie/Dialektik des Übersetzens juristischer Texte am Beispiel eines Mietvertrages. Στο M. Thelen, M., Lewandowska-Tomaszyk, B. *Translation and Meaning*. Maastricht: Faculty of Translation and Interpreting, 299-315.
- Wodak, R. (2001). What CDA is about. A summary of its history, important concepts and its developments. Στο R.Wodak και M. Meyers . *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage.
- Wodak,R. (2008). “Us” and “Them”: inclusion/exclusion – discrimination via discourse. Στο G. Delanty, P. Jones και R. Wodak (επιμ.). *Migration, Identity, and Belonging*. Liverpool: Liverpool University. Press, 54–78.

Παράρτημα

Γερμανική σύμβαση δικαιόχρησης που αναλύεται στην ενότητα 4.2.1

Muster-Franchisevertrag ohne Erläuterungen (präsentiert von RA Dr. Roger Ebert, Berlin)

I. Vorbemerkung

Der nachfolgende Franchisemustervertrag soll Ihnen einen **Überblick über mögliche Regelungen** geben, die in einem Franchisevertrag regelmäßig enthalten sind. Inhalt des vorliegenden Muster- Franchisevertrages ist daher gerade **kein ausgewogener Ausgleich der Interessen beider Vertragsparteien**, sondern ein aus unseren Erfahrungen als Franchiseanwälte ein typischer Franchisevertrag, wie ihn Franchisegeber neu in das Franchisesystem einsteigenden Franchisenehmern vorlegen.

Da Sie sich als **Franchisenehmer** gegenüber dem Franchisegeber vor Abschluss des **Franchisevertrages** regelmäßig zwangsläufig **in einer schwächeren Verhandlungsposition** befinden, werden Ihre **Möglichkeiten**, vor Unterzeichnung des Vertrages **Änderungen durchzusetzen**, regelmäßig **gering** sein. Dies gilt vor allem dann, wenn der Franchisegeber einheitliche **Vertragsmuster gegenüber allen seinen Franchisenehmern** verwendet.

Gerade in diesem Fall sind Franchiseverträge aber einer **AGB-Kontrolle gemäß den §§ 305ff BGB** zu unterziehen, da es sich bei den Franchiseverträgen um für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierte Vertragsbedingungen handelt, die damit allgemeine Geschäftsbedingungen im Sinne der §§ 305 ff BGB darstellen. Auch wenn nach der jüngsten Entscheidung des Bundesgerichtshofes vom 24.02.2005 wohl für die Praxis feststehen sollte, dass der existenzgründende Franchisenehmer beim Abschluss des Franchisevertrages nicht als Verbraucher im Sinne des § 13 BGB, sondern bereits unternehmerisch (§ 14 BGB) handelt und insoweit die restriktivere AGB-Kontrolle nach §§ 308, 309 BGB unanwendbar ist, sind die Vertragsbestimmungen aber in jedem Fall der allgemeinen Kontrolle nach § 307 BGB zu unterziehen.

Über § 307 BGB ist jede einzelne Klausel auf ihre Angemessenheit zu überprüfen. Die nachfolgenden Vertragsklauseln des Muster-Franchisevertrages sollten einer AGB-Kontrolle standhalten.

II. Muster-Franchisevertrag

Muster-Franchisevertrag

zwischen
der Firma,
- nachfolgend Franchisegeber genannt,

und
Herrn / Frau
- nachfolgend Franchisenehmer genannt.

Präambel

Der Franchisegeber hat das BROWN SUGAR Sonnenoase-System zum Betrieb von BSun Sonnenoasen entwickelt und seit mehreren Jahren auf dem Gebiet der Sonnen- und Bräunungsstudios auf dem Markt der Bundesrepublik Deutschland eingeführt. Der Franchisegeber betreibt auf der Grundlage einer besonderen Marketing-Konzeption selbst und durch unabhängige Franchisenehmer das BROWN SUGAR Sonnenoasen im Rahmen des BROWN SUGAR Sonnenoase-Systems.

Die wesentlichen Merkmale des BROWN SUGAR Sonnennoase-Systems sind:

- (1) die bei dem Deutschen Patentamt in München als Marken unter den Nr.:..... und Nr.:..... eingetragenen (angemeldeten) Markenzeichen “BSun” und "BROWN SUGAR Sonnennoase" (**Anlage 1**)
- (2) der Name “BSun” und die Geschäftsbezeichnung “BROWN SUGAR Sonnennoase”;
- (3) die systemtypische Innen- und Außenausstattung des Geschäfts, auf den Geschäftspapieren und in der Werbung unter Verwendung folgender Farben und Farb zusammenstellungen: BS-ROT, BS Braun, BS grün;
- (4) die weiteren Kennzeichen, Symbole und sonstigen Geschäftsbezeichnungen, welche vom Franchisegeber für das Vertriebssystem künftig noch benutzt werden
- (5) das Franchisehandbuch BSun 2005, in dem das Franchisesystem dargestellt ist und Richtlinien und Anweisungen für die Errichtung und den Betrieb des Franchise-Outlets enthalten sind, sowie das Computerprogramm BSun 2005 (§ 7 dieses Vertrages);
- (6) ein sich ständig erneuerndes Erfahrungswissen (Know-how) auf dem Gebiet des Betriebs von hochwertigen Sonnenstudios einschließlich der Zusammenstellung und Weiterentwicklung neuer Bräunungssysteme sowie der einschlägigen Problemlösungen;
- (7) eine umfassende und einheitliche Marketing- und Werbekonzeption;
- (8) Richtlinien und Grundsätze zur umfassenden und systemeinheitlichen Betriebsführung;
- (9) die fortlaufende kommerzielle und technische Unterstützung des Franchisenehmers bei der Betriebsführung durch den Franchisegeber;
- (10) betriebswirtschaftliche Erfolgskontrollen einschließlich Betriebsvergleichen einzelner Outlets.

Der Franchisegeber und von ihm beauftragte oder mit ihm kooperierende Dritte haben selbst Richtlinien und ungeschriebene Grundsätze für den Betrieb des BROWN SUGAR Sonnennoase Systems entwickelt und werden diese Entwicklung in Zukunft vorantreiben und verfeinern. Die entwickelten Richtlinien und Grundsätze dienen der Festigung der Identität und Integrität des BROWN SUGAR Sonnennoase Systems und haben eine Optimierung der Systemanwendung in wirtschaftlicher Hinsicht zum Ziele, wobei die Wahrung qualitativer Standards stets im Vordergrund steht.

Der Franchisenehmer erklärt, dass er den vorliegenden Vertrag und die ihm gemachten Angaben nebst sämtlichen Unterlagen fern einschließlich des Franchise-Handbuchs, der Richtlinien und Grundsätze der Franchisegeber eingehend geprüft hat. Er hatte Gelegenheit, Funktion und Rentabilitätschancen des Systems in allen Einzelheiten aus eigener Anschauung kennen zu lernen und die von dem Franchisegeber bezüglich des Systems, der wirtschaftlichen Grundlagen und dieses Vertrages gemachten Angaben mit seinen Beratern zu überprüfen. Hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit und Rentabilität werden außerhalb dieses Vertrages einschließlich der dem Franchisenehmer überlassenen Rentabilitätsangaben und der Standortanalyse (**Anlage 2 und 3**) keine Angaben gemacht. Der Franchisenehmer und der Franchisegeber sind sich darüber einig, dass der Franchisegeber keine Gewähr für die Rentabilität des Franchise-Outlets übernimmt. Der Franchisegeber versichert, den Franchisenehmer richtig und vollständig über die Rentabilität des Systems informiert zu haben. Sämtliche vorgenannten Unterlagen, einschließlich dieses Vertrages wurden dem Franchisenehmer mindestens vier Wochen vor Vertragsabschluß zur Einsicht - nahme vorlegt bzw. zur Prüfung übergeben.

Die Vertragschließenden vereinbaren nunmehr folgendes:

§ 1

Franchisegegenstand

- (1) Nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen gewährt der Franchisegeber hiermit dem Franchisenehmer das Recht, ein Bräunungsstudio im Rahmen des in der Präambel beschriebenen Systems zu betreiben. Entsprechend den Bestimmungen dieses Vertrages, dem Franchisehandbuch und den Richtlinien des Franchisegebers werden dem Franchisenehmer für das Vertragsgebiet exklusiv folgende Rechte eingeräumt:
 - a) die Nutzung und Verwendung der in der Präambel bezeichneten gewerblichen Schutzrechte, insbesondere Markenzeichen, Namen und die Geschäftsbezeichnung, Ausstattungsrechte sowie das Know-how und das Franchisehandbuch BSun 2005 nebst dem Computerprogramm BSun 2005;
 - b) das Recht, den von dem Franchisegeber entwickelten Goodwill und das Know-how in Verbindung mit dem Betrieb eines Bräunungsstudios zu benutzen. Das Know-how ist in dem Franchisehandbuch ausführlich beschrieben.
- (2) Während der Dauer des Franchisevertrages ist der Franchisenehmer berechtigt und verpflichtet, den Namen "BSun" sowie die dazugehörige Wortbildmarke entsprechend Anlage 1 zu diesem Franchisevertrag zu nutzen und zu verwenden. Der Franchisenehmer ist verpflichtet, die Marke und das Logo des Franchisegebers an der Außenfront seines Fachgeschäfts im Rahmen der von dem Franchisegeber vorgegebenen einheitlichen Gestaltung anzubringen. Der Franchisenehmer hat das Anbringen der Außenreklame einschließlich Außenwerbung unter Berücksichtigung der jeweiligen bauordnungsrechtlichen Vorschriften mit den örtlichen Behörden nach Unterzeichnung des Franchisevertrages abzustimmen.
- (3) Der Franchisegeber ist berechtigt, die Schutzrechte, den Auftritt und die Produkte des Franchisesystems sowie etwaige damit zusammenhängende Dienstleistungen des Franchisegebers unter Wahrung der gemeinsamen Interessen der Vertragspartner und nach rechtzeitiger Vorinformation des Franchisenehmers einseitig zu ändern. Der Franchisenehmer ist berechtigt, ihn betreffenden Änderungen zu widersprechen, sofern die beabsichtigten Änderungen gemessen an den wirtschaftlichen Verhältnissen seines Betriebes finanziell unzumutbare Investitionen erfordern oder zu einer wesentlichen Änderung des Franchisesystems insgesamt führen. Ein Widerspruchsrecht besteht nicht, wenn der Franchisegeber sich verpflichtet, die den angemessenen Betrag übersteigende Höhe der Investition zu tragen. Im Falle des berechtigten Widerspruches hat der Franchisegeber die geplante Änderung zu unterlassen. Ein Widerspruch ist regelmäßig ausgeschlossen, wenn der Änderung einer Weiterentwicklung des Systems, des überlassenen Know-how oder der Schutzrechte zugrunde liegt.

§ 2

Standort und Gebietsschutz

- (1) Der Franchisenehmer wird seinen Franchisebetrieb in (Ort) in den in seinem Besitz befindlichen Geschäftsräumen in der (Straße) ein Bräunungsstudio im Rahmen des in der Präambel beschriebenen Systems betreiben. Eine Verlegung des Standortes und der vom Franchisenehmer genutzten Geschäftsräume sowie die Eröffnung anderer Betriebe an weiteren Standorten bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Franchisegebers.
- (2) Der Franchisegeber gewährt dem Franchisenehmer das Recht, im als Anlage 4 beschriebenen Vertragsgebiet das Franchisesystem und alle aus diesem Vertrag begründeten Rechte exklusiv zu betreiben. Der Franchisegeber wird in dem Vertragsgebiet keine weiteren Franchisenehmer einsetzen und auch nicht selbst in diesem Gebiet ein eigenes Geschäftslokal betreiben.

§ 3

Allgemeine Pflichten des Franchisenehmers

- (1) Der Franchisenehmer wird seinen Betrieb unter Kenntlichmachung seiner Stellung als Franchisenehmer auf eigene Rechnung und Gefahr als selbstständiger Kaufmann führen. Er ist nicht zur Vertretung des Franchisegebers oder zur Eingehung von Verträgen oder einseitigen Verpflichtungen im Namen des Franchisegebers oder auf Rechnung des Franchisegebers berechtigt. Der Franchisenehmer haftet für alle von Dritten im Zusammenhang mit dem Franchise-Outlet geltend gemachten Ansprüche und stellt den Franchisegeber von einer Haftung frei. Kommt es wegen derartiger Ansprüche zu gerichtlichen Verfahren gegen den Franchisegeber, trägt der Franchisenehmer die Gerichtskosten und die Anwaltsgebühren und übernimmt die Erfüllung einer Urteilsforderung, wenn nicht die gerichtliche Inanspruchnahme des Franchisegebers aufgrund einer Gesetzes- und/oder Vertragsverletzung beruht. Dies gilt auch, wenn der Franchisegeber wegen eines wettbewerbswidrigen Verhaltens des Franchisenehmers auf Unterlassung in Anspruch genommen wird.
- (2) Vertragliche Hauptpflicht des Franchisenehmers ist es, die gemäß § 1 dieses Vertrages eingeräumten Rechte mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns zum Betrieb des in § 2 Abs. 1 bestimmten Franchise-Outlets auszuüben und zu nutzen.
- (3) Im Einklang mit den nachfolgenden Bestimmungen und im Rahmen der Richtlinien des Franchisegebers wird der Franchisenehmer die in der Präambel aufgeführten Schutzrechte, den Namen und die Geschäftsbezeichnung "BROWN SUGAR Sonnen-oase", die Symbole, Ausstattungen und sonstige zum Vertriebssystem des Franchisegebers gehörenden Kennzeichen und Bezeichnungen für seinen Geschäftsbetrieb nutzen. Dies gilt auch für künftige Marken, Namen oder sonstige Kennzeichnungen, welche der Franchisegeber künftig zur Identifizierung des BROWN SUGAR Sonnen-oase Systems einführen wird.
- (4) Der Name sowie die Marken "BSun" und "BROWN SUGAR Sonnen-oase", die dem Franchisegeber als gewerbliche Schutzrechte zustehen, wird der Franchisenehmer nicht firmenmäßig, sondern lediglich zur Kennzeichnung seiner geschäftlichen Tätigkeit benutzen.
- (5) Der Franchisenehmer ist gegenüber dem Franchisegeber verpflichtet, auf eigene Kosten sämtliche Pflichten zu erfüllen, welche die Beachtung aller den Betrieb des Franchisenehmers betreffenden gesetzlichen Bestimmungen, Verordnungen oder sonstigen Rechtsvorschriften bzw. Rechtsakten mit sich bringt.
- (6) Des weiteren obliegt es dem Franchisenehmer, die Richtlinien des Franchisegebers über die Mindestanforderung an die Ausstattung und Finanzierung des Betriebes einzuhalten und Dritte nicht ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Franchisegebers, unmittelbar oder mittelbar, an seinem Betrieb zu beteiligen. Soweit der Franchisenehmer Dritte im Rahmen eines Sanierungskonzeptes zu beteiligen sucht, darf der Franchisegeber nur aus wichtigem Grund seine Zustimmung versagen. Das Recht des Franchisenehmers, nach eigener Entscheidung Mitarbeiter und Arbeitnehmer zu beschäftigen, bleibt davon unberührt.

§ 4

Errichtung des Betriebes des Franchisenehmers

- (1) Der Franchisenehmer wird nach Abschluss des vom Franchisegeber angebotenen Schulungskurses (vgl. §8 dieses Vertrages) seinen Geschäftsbetrieb an dem in § 2 Abs. 1 dieses Vertrages genannten Standort eröffnen, nachdem er sich die gegebenenfalls hierzu erforderlichen behördlichen Genehmigungen auf eigene Kosten verschafft hat.
- (2) Unverzüglich nach Erteilung der erforderlichen behördlichen Genehmigungen hat der Franchisenehmer auf eigene Kosten die für die Ausstattung des Betriebes nach den Richtlinien und Anweisungen

des Franchisegebers erforderlichen Gegenstände beim Franchisegeber zu erwerben und den Einbau und die Gestaltung seiner Verkaufsstelle einschließlich der Außen- und Innenausstattung entsprechend den Richtlinien vorzunehmen. Der Franchisenehmer wird sich bei der Einrichtung des Betriebes an die Richtlinien und Anweisungen des Franchisegebers halten, damit das gemeinsame Image und das einheitliche Auftreten aller BROWN SUGAR Sonnenoasen erhalten bleibt.

- (3) Die Einrichtung und Ausstattung des Franchisebetriebes ist vom Franchisenehmer nach den Richtlinien des Franchisegebers auf eigene Kosten instand zu halten. Reparaturen und Neuanschaffungen, die erforderlich sind oder sich aus einer vom Franchisegeber nach § 1 Abs. 3 dieses Vertrages zulässigen Weiterentwicklung des Franchisesystems ergeben, hat der Franchisenehmer entsprechend den Richtlinien und Weisungen des Franchisegebers auszuführen bzw. ausführen zu lassen, damit sein Betrieb jederzeit in gutem, dem Qualitätsimage des Systems entsprechenden Zustand erhalten und ein einheitliches Auftreten des Franchisesystems gewährleistet bleibt. Wesentliche Veränderungen der Gestaltung, des Erscheinungsbildes und/oder der Aufmachung des Bräunungsstudios, die von dem einheitlichen Systemauftritt abweichen, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Franchisegebers.

§ 5

Der Betrieb und die Führung des Bräunungsstudios

- (1) Der Franchisenehmer wird sich bei seiner Betriebsführung an die Richtlinien des Franchisegebers halten und auch in seinem eigenen Interesse alles tun, um das Image des Systems zu erhalten und zu fördern, ebenso wie er alles unterlassen wird, was dem Franchisegeber oder anderen Betrieben des Systems schaden könnte. Soweit sich aus anderen Bestimmungen dieses Vertrages und den Richtlinien nichts anderes ergibt, ist der Franchisenehmer bei der Führung und dem Betrieb des Bräunungsstudios frei von Weisungen des Franchisegebers.
- (2) Der Franchisenehmer stellt sicher, dass seine Kunden zuverlässig und freundlich betreut werden. Er wird dafür Sorge tragen, dass seine Angestellten in Aussehen, Auftreten und Kleidung dem hohen Standard des Franchisesystems entsprechen. Das gemeinsame und aufrechtzuerhaltende Image des Franchisesystems macht es erforderlich, dass die Verkaufsstelle des Franchisenehmers sich jederzeit in einem einwandfreien und sauberen Zustand präsentiert. Der Franchisenehmer verpflichtet sich, jederzeit auf eigene Rechnung das Bräunungsstudio im Inneren und Äußeren sowie das Betriebsinventar und die anderen beweglichen Gegenstände in diesem Zustand zu unterhalten, um ein Höchstmaß an Qualität anzustreben und eine entsprechende Außendarstellung des Franchisesystems zu gewährleisten.
- (3) In seiner Korrespondenz einschließlich von Lieferscheinen, Quittungen und Rechnungen wird der Franchisenehmer unter Hinzufügung seiner eigenen Firma bzw. seiner Geschäftsbezeichnung nach den Richtlinien des Franchisegebers Geschäftspapiere benutzen, auf denen der Name und die Marken des Franchisegebers verwendet werden. Die Ausgestaltung der Geschäftspost erfolgt unter Berücksichtigung des gemeinsamen Außenauftritts des Franchisesystems.
- (4) Dem Franchisenehmer wird - soweit noch nicht geschehen - empfohlen, in angemessenem Umfang eine Krankenversicherung und Verträge für die Altersvorsorge abzuschließen, um als wirtschaftlich und rechtlich selbständiger Kaufmann eine Krankenversicherung und Altersversorgung sicherzustellen.

§ 6

Allgemeine Pflichten des Franchisegebers

- (1) Der Franchisegeber ist verpflichtet, dem Franchisenehmer die in der Präambel und § 1 beschriebenen Rechte für den Betrieb einer "BROWN SUGAR Sonnenoase" während der Laufzeit des Vertrages zu

gewähren und ihm das erforderliche Know-how zur Verfügung zu stellen. Dafür wird der Franchisegeber dem Franchisenehmer insbesondere das Franchisehandbuch BSun 2005 zur Verfügung stellen.

- (2) Der Franchisegeber wird dem Franchisenehmer bei seiner Tätigkeit im Rahmen des Systems jederzeit in allen Angelegenheiten mit Rat und Tat zur Seite stehen. Insbesondere wird er den Franchisenehmer bei der Auswahl und Ausstattung des Franchise-Outlets, dessen Umbau und Renovierung, bei Fragen der Betriebsführung und der Auswahl und Anstellung von Personal beratend unterstützen.
- (3) Der Franchisegeber wird dem Franchisenehmer das Computer Betriebsmanagementprogramm BSun 2005 sowie spätere Weiterentwicklungen einschließlich der erforderlichen Updates ohne weitere Berechnung von Kosten zur Verfügung stellen.
- (4) Der Franchisegeber wird dem Franchisenehmer alle erforderlichen Informationen zukommen lassen, um eine erfolgreiche Zusammenarbeit sicherzustellen.

§ 7

Franchisehandbuch

- (1) Der Franchisegeber stellt dem Franchisenehmer während der gesamten Vertragslaufzeit sein gesamtes Know-how für den Betrieb der BROWN SUGAR Sonnennoase zur Verfügung. Das Know-how wird neben den Schulungs- (§ 8 dieses Vertrages) und den allgemeinen Unterstützungsmaßnahmen durch die Übergabe des Franchisehandbuchs BSun 2005 samt dem Computerprogramm BSun 2005 nach Abschluss dieses Vertrages transferiert.
- (2) Das Franchisehandbuch BSun 2005 stellt das gesamte Franchisesystem samt den einzelnen Vertragsprodukten dar und enthält Richtlinien und Empfehlungen für die Errichtung und Durchführung des Franchisebetriebes mit dem Ziel, die Organisation und das äußere Erscheinungsbild des Bräunungsstudios entsprechend dem Markenimage des Franchisegebers zu vereinheitlichen. Das Computerprogramm BSun 2005 ermöglicht dem Franchisenehmer eine systemeinheitliche Buchführung und Abrechnung und einfache Kommunikation und Datenübertragung (Intranet) zum Franchisegeber.
- (3) Die Richtlinien des Franchisehandbuches BSun 2005 sind in ihrer jeweils gültigen Fassung Bestandteil dieses Franchisevertrages. Der Franchisenehmer hat die im Franchisehandbuch BSun 2005 enthaltenen Richtlinien zu befolgen und das Computerprogramm BSun 2005 bei der Verwaltung seines Franchisebetriebes zu nutzen.
- (4) Der Franchisegeber darf das Franchisehandbuch unter Berücksichtigung der Grundsätze von Treu und Glauben (§ 242 BGB) ergänzen, ändern oder verbessern, soweit dies wesentliche Elemente des Franchisevertrages nicht berührt, zur Aufrechterhaltung des Franchisesystems zwingend erforderlich ist oder eine Weiterentwicklung des Systems und seiner Produkte oder Dienstleistungen bedeutet. Die in § 1 Abs. 3 dieses Vertrages niedergelegten Grenzen sind dabei zu beachten.
- (5) Das Franchisehandbuch BSun 2005 bleibt Eigentum des Franchisegebers und ist bei Beendigung des Franchisevertrages zurückzugeben.
- (6) Das Franchisehandbuch BSun 2005 hat dem Franchisenehmer mindestens vier Wochen vor Abschluss dieses Vertrages zur Einsichtnahme beim Franchisegeber vorgelegen. Die Übergabe des Franchisehandbuches erfolgt unmittelbar nach Ablauf der Widerrufsfrist (**Anlage 6**). Der Franchisenehmer bestätigt in den diesem Vertrag als **Anlage 7** beigelegten Erklärungen, das Franchisehandbuch BSun 2005 mindestens vier Wochen vor Abschluss dieses Vertrages eingesehen zu haben.

§ 8

Schulungen und Veranstaltungen

- (1) Die Vertragsparteien sind sich darüber einig, dass eine intensive Schulung des Franchisenehmers und seiner Mitarbeiter für die qualifizierte Führung des Franchisebetriebes vor und während der Vertragslaufzeit von wesentlicher Bedeutung für den Erfolg des Franchisesystems ist. Der Franchisenehmer ist daher verpflichtet, sich im Rahmen der von dem Franchisegeber oder der von diesem beauftragten Dritten anzubietenden Schulungen und Veranstaltungen laufend fortzubilden.
- (2) Vor der Eröffnung seines Betriebes erhält der Franchisenehmer eine Grundausbildung, um die kommerziellen, technischen, betriebswirtschaftlichen und gewerblichen Probleme des Betriebes eingehend kennen zu lernen. Dabei wird der Franchisegeber eine geeignete Referenz der BROWN SUGAR Sonnenoase benennen und in Abstimmung mit dem Franchisenehmer für ein kompetentes Training Sorge tragen.
- (3) Der Franchisenehmer hat unabhängig von der Grundausbildung nach Abs. 2 die Pflicht, mindestens einmal jährlich eine der regelmäßig stattfindenden Schulungen, Veranstaltungen etc. des Franchisegebers zu besuchen, um sich über neue Entwicklungen, Erfahrungen und Produkte zu unterrichten. Diese Veranstaltungen dienen gleichzeitig der Vermittlung und Förderung des BROWN SUGAR Sonnenoase Systems. Zusätzlich besteht die Pflicht des Franchisenehmers, an dem einmal jährlich stattfindenden Jahreshauptkonvent aller Franchisenehmer persönlich teilzunehmen, dessen Termin der Franchisegeber mindestens sechs Wochen vorher bekannt gibt. Ausnahmen hiervon sind nur aus wichtigem Grunde zugelassen. Im Falle seiner persönlichen Verhinderung hat der Franchisenehmer einen zur Verschwiegenheit verpflichteten Vertreter bzw. Mitarbeiter zu entsenden.
- (4) Im übrigen erfolgen Schulungen des Franchisenehmers durch den Franchisegeber, soweit es nach dem pflichtgemäßen Ermessen des Franchisegebers unter Berücksichtigung der Marketing-Erfordernisse des Franchisesystems zweckmäßig und erforderlich erscheint. Die Art und Weise sowie der Ort und die Zeit der Durchführung werden durch den Franchisegeber festgelegt und dem Franchisenehmer rechtzeitig mitgeteilt.
- (5) Die Kosten für die Durchführung der Schulungen und Veranstaltungen übernimmt der Franchisegeber. Die Reise-, Unterkunfts- und Verpflegungskosten gehen zu Lasten des Franchisenehmers. Auf Wunsch des Franchisenehmers können bis zu zwei Mitarbeiter zu den gleichen Bedingungen an der Schulung teilnehmen.

§ 9

Werbung

- (1) Die Werbung für das Franchisesystem wird für das gesamte Gebiet der Bundesrepublik Deutschland vom Franchisegeber auf eigene Kosten durchgeführt. Der Franchisegeber entwickelt dafür fortlaufend ein Werbe- und Marketingkonzept, dessen Vorteile auch dem Franchisenehmer zugute kommen.
- (2) Der Franchisenehmer wird auf seine Kosten die lokale Werbung in seinem Vertragsgebiet mit den vom Franchisegeber konzipierten und ihm zum Selbstkostenpreis zur Verfügung gestellten Werbemitteln betreiben. Eine Bezugspflicht des Franchisenehmers besteht nicht. Der Franchisenehmer ist verpflichtet, regional im üblichen Rahmen Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Der Franchisenehmer hat darauf zu achten, dass die Werbung mit dem einheitlichen Auftreten des Franchisesystems vereinbar ist und sich an die Richtlinien des Handbuchs und des jährlichen Werbe- und Marketingkonzeptes hält. Der Inhalt und die Art eigener Werbemaßnahmen des Franchisenehmers bedürfen der schriftlichen vorherigen Zustimmung des Franchisegebers, damit ein einheitliches Auftreten des Franchisesystems auch in der regionalen Werbung gewährleistet wird. Der Franchise-

nehmer wird bei allen Werbemaßnahmen dafür Sorge tragen, dass das Image des gesamten Systems gewahrt und gefördert wird.

- (3) Soweit vom Franchisegeber überregionale Werbemaßnahmen durchgeführt werden, ist der Franchisenehmer im Rahmen seines Franchisebetriebes verpflichtet, diese Werbung zu unterstützen und die beworbenen Aktionen in seinem Bräunungsstudio durchzuführen.
- (4) Der Franchisegeber übernimmt die rechtliche Verantwortung für die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit der überregionalen Werbung und der überlassenen oder empfohlenen Werbematerialien, soweit der Franchisenehmer nicht von den Vorgaben abweicht.
- (5) Zur Finanzierung der überregionalen Werbung wird ein Werbefonds gebildet, in den jeder Franchisenehmer des Systems eine monatliche Gebühr von einem Prozent seines monatlichen tatsächlich erzielten Gesamtumsatzes zuzüglich zu entrichten hat. Der Franchisegeber wird auf dem Jahreshauptkonvent aller Franchisenehmer Rechenschaft über Einnahmen und Verwendung der Gelder aus dem Werbefonds legen, wobei eine Offenlegung der Umsätze einzelner Franchisenehmer ohne deren Zustimmung nicht erfolgen darf.

§ 10

Schutzrechte des Franchisegebers

- (1) Der Franchisegeber wird auf eigene Kosten die zum Franchisesystem gehörenden gewerblichen Schutzrechte aufrechterhalten und nach seinem Ermessen schützen, und zwar auch dann, wenn dem Franchisenehmer gegenüber Angriffe erfolgen, die Schutzrechte, insbesondere den Namen des Systems, seine Marke, seine Symbole, Kennzeichnungen sowie das vermittelte Know-how berühren.
- (2) Der Franchisenehmer seinerseits ist gehalten, den Franchisegeber im Rahmen der Gesetze bei der Aufrechterhaltung dieser Rechte und deren Schutz zu unterstützen und ihn unverzüglich bei vorhandenen oder drohenden Beeinträchtigungen oder Verletzungen der Schutzrechte zu unterrichten.
- (3) Der Franchisegeber wird sein Ermessen, ob und wie gegen die Beeinträchtigung und Verletzung von Schutzrechten des Franchisesystems eingeschritten werden soll, pflichtgemäß und dem Sinn des Vertrages entsprechend unter Berücksichtigung der Interessen des Franchisenehmers ausüben. Dem Franchisenehmer kann nach vorheriger Zustimmung, die nur aus sachlichen Gründen verweigert werden darf, gestattet werden, gegen Schutzrechtsverletzungen im eigenen Namen und auf eigene Kosten vorzugehen.
- (4) Werden Schutzrechte des Franchisegebers, die dem Franchisenehmer zur Nutzung überlassen wurden, aufgehoben, versagt, beschränkt oder für nichtig erklärt, bleibt dies ohne Einfluss auf die Wirksamkeit des vorliegenden Vertrages. Der Franchisenehmer kann hieraus keinerlei (Schadensersatz-, Leistungsverweigerungs- oder Minderungs-) Rechte geltend machen. Dies gilt jedoch nur, wenn der Franchisegeber innerhalb einer angemessenen Frist ein anderes Schutzrecht beschafft bzw. erwirkt, das an die Stelle des bisherigen tritt. Über etwa notwendige Anpassungen dieses Vertrages, insbesondere deren Gebühren, werden sich die Parteien gegebenenfalls verständigen.
- (5) Der Franchisegeber behält sich in den Grenzen des § 1 Abs. 3 dieses Vertrages das Recht vor, die dem Franchisenehmer überlassenen Rechte weiterzuentwickeln und zu verbessern. Über den jeweiligen Stand der Entwicklung hat der Franchisegeber den Franchisenehmer zu unterrichten. Aus derartigen Veränderungen kann der Franchisenehmer keinerlei Rechte herleiten.

§ 11

Bezug und Veräußerung von Waren

- (1) Das nach den Richtlinien des Franchisegebers systemtypische Warensortiment darf der Franchisenehmer nur von dem Franchisegeber, von diesem benannten oder von ihm vorher gebilligten Lieferanten oder anderen Franchisenehmern beziehen. Eine Mindestabnahmepflicht besteht nicht.
- (2) Der Franchisenehmer ist jedoch berechtigt, Artikel von anderen Unternehmen (sog. Diversifikationsprodukte) bis zum Umfang von 20% seines Gesamtumsatzes des letzten Geschäftsjahres nach vorheriger schriftlicher Zustimmung zu beziehen und zu vertreiben, wenn diese die Qualitätsrichtlinien erfüllen. Maßgeblich ist der Einkaufspreis des Franchisenehmers. Der Franchisegeber ist jedoch berechtigt, die Unterlassung der Benutzung und des Vertriebes dieser Produkte zu verlangen, soweit eine Beeinträchtigung des einheitlichen Auftritts oder eine Rufschädigung des Systems droht.
- (3) Die Erzeugnisse des Franchisegebers werden dem Franchisenehmer zu den Preisen aufgrund der jeweils gültigen Preislisten des Franchisegebers geliefert.
- (4) Eine Bindung des Franchisenehmers bei der Weiterveräußerung von Waren oder beim Angebot von Dienstleistungen an Vorgaben des Franchisegebers besteht nicht. Der Franchisenehmer wird sich aber im Interesse des gesamten Systems einer überhöhten Preispolitik enthalten. Der Franchisegeber wird unverbindliche interne Kalkulationshilfen für einzelne Waren und Dienstleistungen herausgeben, ohne diese jedoch öffentlich zu machen.

§ 12

Haftung und Versicherungen

- (1) Der Franchisenehmer haftet als selbständiger Kaufmann für alle Ansprüche, die gegen ihn aus seiner Tätigkeit von Dritten hergeleitet werden sowie für die Schäden, die ihm beim Betrieb des Franchise-Outlets entstehen. Die Haftung des Franchisegebers für durch ihn verursachte Schäden nach Abs. 5 bleibt unberührt.
- (2) Der Franchisenehmer ist daher verpflichtet, um Schäden für sich und das gesamte System abzuwenden, vor Eröffnung seines Betriebes die üblichen Versicherungen eines Geschäftsbetriebes abzuschließen. Hierzu gehört - neben den Versicherungen, die in besonderen Fällen notwendig erscheinen - der Versicherungsschutz für ihn und seine Mitarbeiter gegen Haftpflichtansprüche Dritter (Betriebshaftpflichtversicherung) mit einer Deckungssumme von € _____ sowie die üblichen Sachversicherungen (Feuer, Diebstahl, Einbruch, Vandalismus, Wasser, Sturm). Der Abschluss einer Betriebsunterbrechungsversicherung wird empfohlen.
- (3) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, die in Abs. 2 vorgeschriebenen Versicherungen während der Laufzeit des Franchisevertrages aufrechtzuerhalten und diese gegenüber dem Franchisegeber auf dessen Verlangen nachzuweisen. Wird dieser Nachweis nicht nach Aufforderung innerhalb von vier Wochen erbracht, ist der Franchisegeber berechtigt, entsprechende Versicherungen auf Kosten des Franchisenehmers abzuschließen. Der Franchisenehmer ermächtigt den Franchisegeber für diesen Fall, zusätzliche Informationen bei den Versicherungsgesellschaften zu beschaffen.
- (4) Der Franchisegeber ist durch den Franchisenehmer von allen berechtigten Schadensersatzansprüchen, die aus dessen Geschäftstätigkeit hergeleitet werden, freizustellen, falls solche gegen den Franchisegeber geltend gemacht werden sollten. Die Haftung des Franchisegebers für durch ihn verursachte Schäden nach Abs. 5 bleibt unberührt.

- (5) Der Franchisegeber haftet auf Ersatz von Schäden des Franchisenehmers, die er oder seine Erfüllungsgehilfen im Rahmen der vertraglichen Zusammenarbeit verursacht haben nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit sowie in allen Fällen, in denen eine Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit vorliegt.

§ 13

Franchisegebühren

- (1) Als Beitrag zur Abgeltung der Leistungen des Franchisegebers beim Aufbau des Systems wird der Franchisenehmer eine Eintrittsgebühr von € zuzüglich Mehrwertsteuer an den Franchisegeber zahlen, die innerhalb einer Woche nach Unterzeichnung dieses Vertrages fällig wird.
- (2) Ferner hat der Franchisenehmer zur Abgeltung fortlaufender Leistungen des Franchisegebers eine laufende monatlich Franchisegebühr von € vom Hundert von seinem tatsächlich erzielten monatlichem Gesamtumsatz zuzüglich Mehrwertsteuer zu entrichten. Die Gebühren werden jeweils am 15. eines Monats fällig.
- (3) Die Gebühr des Franchisenehmers zur Finanzierung des Werbefonds (§ 9 Abs. 5 dieses Vertrages) bleibt unberührt.
- (4) Den Gesamtumsatz im Sinne dieses Vertrages stellen alle tatsächlich erzielten Umsätze des Franchisenehmers einschließlich des Verkaufs von Diversifikationsprodukten sowie des Umsatzes aus allen erbrachten Dienstleistungen abzüglich der Mehrwertsteuer dar.

§ 14

Buchführung und Berichtswesen

- (1) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, seine Buchführung entsprechend den Vorgaben des Franchisehandbuchs BSun 2005 und unter Verwendung der Computerprogrammes BSun 2005 einzurichten.
- (2) Bis zum 10. jeden Monats wird der Franchisenehmer alle Umsätze des Vormonats dem Franchisegeber über das Computerprogramm BSun 2005 melden, damit der Franchisegeber die Höhe der zu zahlenden monatlichen Gebühren überprüfen kann.
- (3) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, dem Franchisegeber eine Ausfertigung des jeweiligen Jahresabschlusses nebst Gewinn- und Verlustverrechnung des jeweiligen Geschäftsberichtes innerhalb eines Monats nach dessen Erstellung vorzulegen.
- (4) Der Franchisegeber ist berechtigt, die gesammelten Daten zu bündeln und allen Franchisenehmern in anonymisierter Form und unter Beachtung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen im Wege eines Betriebsvergleiches zur Verfügung zu stellen. § 16 ist dieses Vertrages einzuhalten.

§ 15

Kontrollrechte

- (1) Der Franchisegeber ist zur Sicherstellung des einheitlichen Außenauftritts des Franchisesystems auf eigene Kosten berechtigt, in vierteljährlichen Zeitabständen - auch im Rahmen unangemeldeter Besuche - während der Öffnungszeiten des Franchisenehmers Kontrollen hinsichtlich der Einhaltung eines einheitlichen Erscheinungsbildes, einer ordnungsgemäßen Buchführung und aller sonstigen Verpflichtungen des Franchisenehmers aus diesem Vertrag durchzuführen. Dazu kann er Einsicht nehmen in sämtliche Handelsbücher, Geschäftsunterlagen und Belege vornehmen.

- (2) Der Franchisegeber ist berechtigt, das Recht aus Abs. 1 selbst, durch seine Mitarbeiter oder durch zur Berufsverschwiegenheit verpflichtete Wirtschaftsprüfer oder Steuerberater auszuüben.
- (3) Die Kosten für die Einsichtnahme trägt der Franchisegeber.

§ 16

Vertraulichkeit und Geheimhaltung

- (1) Die Vertragsparteien und ihre Mitarbeiter werden alle gegenseitigen Kenntnisse über ihre Geschäftsbe-
-triebe vor, während und nach der Vertragslaufzeit vertraulich behandeln. Insbesondere wird der Fran-
-chisenehmer die ihm von dem Franchisegeber übermittelten Informationen und deren grundlegende
Dokumentation über das Know-how, insbesondere aus dem Franchisehandbuch BSun 2005 sowie alle
ergänzenden Mitteilungen hierzu, geheim halten. Eine vom Franchisenehmer unterzeichnete Geheim-
haltungspflichtung ist diesem Vertrag als **Anlage 8** beigelegt.
- (2) Die Vertragsparteien werden sich gegenseitig über die ihnen bekannt gewordenen geschäftlichen Vor-
-gänge, die die Interessen der Vertragsparteien berühren, unverzüglich informieren.
- (3) Der Franchisegeber wird alle Daten, Mitteilungen und Berichte aus dem Betrieb des
Franchisenehmers unter Beachtung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen streng vertraulich be-
-handeln. Eine nicht anonymisierte und standortbezogene Offenlegung darf nur nach vorheriger Zu-
-stimmung des Franchisenehmers erfolgen.
- (4) Auch nach Ablauf des Vertrages werden die Vertragsparteien alle als vertraulich und geheim
anzusehenden Tatsachen und Mitteilungen weiterhin geheim halten, sofern sie nicht bereits vorher
allgemein bekannt oder zugänglich sind.

§ 17

Wettbewerbsverbot

- (1) Der Franchisenehmer verpflichtet sich, während der Dauer dieses Vertrages sich weder unmittelbar oder
mittelbar an einem mit dem Franchisegeber konkurrierenden Unternehmen zu beteiligen, ein Unternehmen zu
erwerben oder zu errichten oder in oder für derartige Unternehmen mittelbar selbständig oder unselbständig
tätig zu sein. Der Vertrieb von Diversifikationsprodukten ist nur unter den Voraussetzungen und Grenzen des
§ 11 Abs. 2 dieses Vertrages zulässig.
- (2) Das Wettbewerbsverbot nach Abs. 1 gilt auch für die Dauer von zwei Jahren nach Vertragsende in dem
Vertragsgebiet des Franchisenehmers (§ 2 Abs. 2 dieses Vertrages). Die gesetzlich zwingenden Vorschriften
für Wettbewerbsabreden bleiben von dieser Regelung unberührt.

§ 18

Vertragsstrafe

- (1) Für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen einzelne Bestimmungen dieses Vertrages hat
der Franchisenehmer eine vom Franchisegeber nach billigem Ermessen festzusetzende und im Streit-
fall in vollem Umfang vom zuständigen Gericht zu überprüfende Vertragsstrafe zu zahlen. Der Fort-
setzungszusammenhang ist ausgeschlossen, so dass der Franchisenehmer auch bei fortgesetzten
Pflichtverletzungen für jeden weiteren Verstoß eine Vertragsstrafe zu zahlen hat.

- (2) Die Höhe der Vertragsstrafe ist nach der Bedeutung der verletzten Pflicht, der Schwere und unter Berücksichtigung der Eintrittsgebühr bzw. der monatlichen Gebühren des Franchisenehmers zu bestimmen.
- (3) Der Fortsetzungszusammenhang ist ausgeschlossen, so dass der Franchisenehmer bei dauerhaften gleichartigen Pflichtverletzungen in jedem folgenden Kalendermonat die Vertragsstrafe nach Abs. 1 erneut verwirkt. Die Höhe der Vertragsstrafe richtet sich nach Abs. 2.
- (4) Weitergehende Rechte des Franchisegebers bleiben von dieser Regelung unberührt.

§ 19

Vertragsdauer und Kündigung

- (1) Der vorliegende Vertrag wird für die Dauer von fünf Jahren zum Ende des Kalenderjahres geschlossen. Er tritt mit seiner Unterzeichnung in Kraft.
- (2) Wird der Vertrag nicht mindestens drei Monate vor seinem Ablauf von einer Partei gekündigt, so verlängert er sich automatisch jeweils um ein weiteres Jahr.
- (3) Die Kündigung bedarf der Schriftform. Im übrigen gelten die gesetzlichen Bestimmungen.

§ 20

Außerordentliche Kündigung, Tod

- (1) Jede der Parteien ist unbeschadet der Vertragsdauer nach § 19 dieses Vertrages berechtigt, diesen Vertrag aus wichtigem Grund ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist zu kündigen. Ein wichtiger Grund ist gegeben, wenn Tatsachen vorliegen, die dem Kündigen unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles und unter Abwägung der Interessen beider Vertragsteile die Fortsetzung des Vertragsverhältnisses bis zum Ablauf der Vertragsdauer oder der Kündigungsfrist unzumutbar machen.
- (2) Stirbt der Franchisenehmer, ist der Franchisegeber zur Kündigung des Vertrages mit einer Frist von einem Monat zum Monatsende berechtigt. Der Vertrag ist jedoch zu unveränderten Bedingungen fortzusetzen, wenn der Erbe / die Erbin des Franchisenehmers erklären, das Vertragsverhältnis fortsetzen zu wollen. Voraussetzung ist in diesem Fall jedoch, dass diese über die erforderlichen kaufmännischen, finanziellen und persönlichen Anforderungen verfügen.

§ 21

Rechtsfolgen der Beendigung des Vertrages

- (1) Nach Beendigung dieses Vertrages hat der Franchisenehmer mit sofortiger Wirkung den Gebrauch des Namens, der Marke, sämtlicher Kennzeichen sowie sonstiger Schutzrechte des Franchisegebers einzustellen. Er ist verpflichtet, sämtliche ihm übergebenen Handbücher, Richtlinien, Instruktionen und Unterlagen, die ihm vom Franchisegeber übergeben worden sind, an den Franchisegeber auf eigene Kosten zurückzugeben. Ein Zurückbehaltungs- oder Leistungsverweigerungsrecht, insbesondere hinsichtlich des Franchisehandbuches, steht ihm nicht zu.
- (2) Noch vorhandene Waren und Produkte, die vom Franchisegeber bezogen worden sind, kann der Franchisenehmer, falls er dies wünscht, binnen zwei Wochen nach Vertragsende auf eigene Kosten an den Franchisegeber zurückliefern. Dies bezieht sich jedoch nur auf verkaufsfähige und in erstklassigem Zustand befindliche Waren. Der Franchisegeber wird diese zum Verkehrswert abzüglich einer Bearbeitungsgebühr von 10 % und zurücknehmen.

- (3) Innerhalb von zwei Wochen nach Vertragsbeendigung hat der Franchisegeber das Recht, den vom Franchisenehmer aufgebauten Standort selbst oder durch Dritte zu übernehmen. Der Franchisenehmer ist in diesem Fall verpflichtet, seinen Kundenstamm auf den Franchisegeber oder einen von diesem genannten Dritten zu übertragen. Dazu hat er dem Franchisegeber sämtliche Informationen zu geben, die für die Übertragung erforderlich sind.
- (4) Der Franchisenehmer hat innerhalb von zwei Wochen nach Vertragsbeendigung alle Kunden darüber zu informieren, dass er nicht mehr dem Franchisesystem angehört. Hat der Franchisegeber erklärt, den Standort selbst oder durch Dritte zu übernehmen, hat er auch dies den Kunden mitzuteilen.

§ 22

Übertragbarkeit und Vergabe von Unterlizenzen

- (1) Da dem Franchisenehmer die in diesem Verträge bezeichneten Rechte persönlich übertragen sind (§ 1), ist eine Übertragung von Rechten und Pflichten aus diesem Vertrag ohne vorherige Zustimmung des Franchisegebers unzulässig.
- (2) Dem Franchisenehmer ist es nicht gestattet, seinerseits Unterlizenzen bzw. Unterfranchisen ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Franchisegebers zu erteilen.

§ 23

Scientology-Klausel

Der Franchisenehmer versichert mit der Unterzeichnung dieses Vertrages, dass seine zur Scientology- Sekte abgegebene Erklärung, die diesem Vertrag als **Anlage 9** beigelegt ist, zutreffend ist und der Wahr - heit entspricht.

§ 24

Nebenabreden und Änderungen des Vertrages

- (1) Dieser Vertrag tritt mit seiner Unterzeichnung in Kraft. Mündliche Nebenabreden sind nicht getroffen worden.
- (2) Änderungen und Ergänzungen sowie die Aufhebung dieses Vertrages oder Teile des Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für die Aufhebung dieser Schriftform.

§ 25

Salvatorische Klausel

- (1) Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam oder nicht durchführbar sein, so werden die übrigen Bestimmungen dieses Vertrages davon nicht betroffen.
- (2) Die Vertragsparteien sind verpflichtet, in einem solchem Falle die unwirksame Bestimmung entsprechend dem Sinne dieses Vertrages im gegenseitigen Einvernehmen durch eine andere zu ersetzen, durch die der beabsichtigte Vertragszweck, soweit dies möglich ist, in rechtlich zulässiger Weise erreicht werden kann.
- (3) Das gleiche gilt für den Fall, dass die erforderliche Regelung einiger Punkte in dem Verträge übersehen worden ist.

Berlin, den

(Franchisegeber)
(Franchisenehmer)

Anlagen:

Anlage 1: Schutzrechte

(Urkunden des Deutschen Patentamts in München)

Anlage 2: Rentabilitätsangaben

Anlage 3: Standortanalyse

Anlage 4: Vertragsgebiet

Anlage 5: Zustimmung des Ehepartners

Ich, der im gesetzlichen Güterstand der Zugewinnngemeinschaft mit dem Franchise nehmer lebende Ehegatte, genehmige hiermit die Unterschrift meines Ehegatten unter den Franchisevertrag vom und seine Bestimmungen.

....., den

(Ehegatte / Ehegattin)

Anlage 6: Belehrung über das Widerrufsrecht

Ich, der Franchisenehmer, bin vom Franchisegeber ausdrücklich entsprechend § 505 Abs. 1 Nr. 3 BGB in Verbindung mit § 355 Abs. 1 bis 3 BGB darauf hingewiesen worden, dass ich meine auf den Abschluss dieses Franchisevertrages gerichtete Erklärung innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen in Textform (z. B. Brief, Fax, E-Mail) widerrufen kann. Die Frist beginnt mit Erhalt dieser Belehrung und beginnt mit dem Tag zu laufen, der dem Tag des Erhalts dieser Belehrung nachfolgt. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs oder die Rücksendung der Sache. Der Widerruf ist zu richten an: (Adresse des Franchisegebers):

Mir ist diese Widerrufsbelehrung heute vom Franchisegeber ausgehändigt worden.

Berlin, den

(Franchisenehmer)

Anlage 7: Einsichtnahme in das Franchisehandbuches BSun 2005 (Bestätigung)

Anlage 8: Geheimhaltungsvereinbarung

(Bestätigung der Einsichtnahme in das Franchisehandbuch BSun 2005 vier Wochen vor Vertragsabschluss)

Anlage 9: Erklärung zur Scientology-Sekte

Ich erkläre hiermit,

1. dass ich bzw. mein Unternehmen nicht nach der Technologie und den Methoden von L. Ron Hubbard arbeite,
2. dass weder ich noch meine Mitarbeiter in Seminaren oder Kursen nach der Technologie und der Methoden von L. Ron Hubbard geschult wurde bzw. werde,
3. dass ich die Technologie und Methoden von L. Ron Hubbard zur Führung eines Unternehmens ablehne.

Berlin, den
(Franchisenehmer)

Πηγή: <http://www.ratgeber-franchiserecht.de/Muster-Franchisevertrag.htm> (προσπέλαση 15.10.2014)

Ελληνική σύμβαση δικαιόχρησης που αναλύεται στην ενότητα 4.3.1

ΣΥΜΒΑΣΙΣ FRANCHISE

Εις την Αθήνα σήμερα την,

ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ:

1. Η εις Αθήνα, οδός ***** εδρεύουσα εταιρία υπό την επωνυμίας «***** Α.Ε.», , νομίμως εκπροσωπούμενη, καλουμένη κατωτέρω χάριν συντομίας "δικαιοπάροχος", αντίστοιχος του όρου "franchisor".
2. Η εις ***** (Θέση *****), εδρεύουσα εταιρία υπό την επωνυμία «***** Ο.Ε.» νομίμως εκπροσωπούμενη, καλουμένη κατωτέρω χάριν συντομίας "δικαιοδόχος", αντίστοιχος του όρου "franchisee".

ΠΡΟΟΙΜΙΟ

Ο δικαιοπάροχος είναι νομίμως καταχωρημένος χρήστης στην Ελλάδα του ημεδαπού σήματος λεκτικού μετ' απεικονίσεως SHMA ENA υπ' αρ. 123456, πρὸς διάκρισιν υπηρεσιών "οργανώσεως ταξιδίων, ψυχαγωγίας, αθλητικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων", των κλάσεων 39 και 41, με το δικαίωμα υποπαραχωρήσεως χρήσεως.

Στο πλαίσιο της εξουσίας αυτής ο δικαιοπάροχος διά της από 26/09/2011 συμβάσεως υποπαραχωρήσεως χρήσεως, αορίστου χρόνου, που θα καταχωρηθεί νομίμως εις τα βιβλία σημάτων, παρεχώρησε υποάδεια χρήσεως του ως άνω σήματος στον δικαιοδόχο υπό τον όρον τηρήσεως των ποιοτικών και λοιπών όρων που προσιδιάζουν στην φύση των διακρινομένων υπηρεσιών.

Ηδη τα μέρη διά της παρούσης επιθυμούν να προσδιορίσουν τη συνεργασία τους ως πρὸς τη χρήση του know how, διακριτικών γνωρισμάτων, δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, δημιουργημένης διαφημίσεως κ.λ.π. στα πλαίσια συμβάσεως franchise, ως νοείται στον Κανονισμό 2790/1999 ΕΚ και στη νομολογία της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

1. ΥΠΟΠΑΡΑΧΩΡΗΣΙΣ ΧΡΗΣΕΩΣ ΣΗΜΑΤΟΣ

- 1.1. Η υποπαραχώρησις χρήσεως του ημεδαπού σήματος SHMA ENA υπ' αρ. 123456 έγινε αυτοτελώς με την από 26/9/2011 σύμβαση υποπαραχωρήσεως σήματος, η οποία είναι αυτοτελής και κεχωρισμένη της παρούσης συμβάσεως, ως εξηρημένη εκ της βουλήσεως του δικαιούχου.
- 1.2. Τονίζεται πάντως, και τούτο αποτελεί ιδιαιτέρως ουσιώδη όρον της παρούσης, ότι η παρά του δικαιοδόχου χρήσις του ως άνω σήματος πρέπει να γίνεται πάντοτε σύμφωνα με τις οδηγίες του δικαιοπαρόχου, ότι ο δικαιοδόχος ουδενός είδους μεταβολή δικαιούται να επιχειρήση στην καθ' οιονδήποτε τρόπο χρήση του σήματος ακόμη και στις μικρότερες λεπτομέρειές του, η δε παράβαση του όρου αυτού δίδει το δικαίωμα αμέσου αζημίου καταγγελίας της παρούσης.
- 1.3. Ρητώς συμφωνείται, ότι η κατ' ακολουθίαν της παρούσης χρήσις του σήματος εκ μέρους του δικαιοδόχου ουδέν ουδεμιάς φύσεως δικαίωμα προσπορίζει εις αυτόν είτε υπό την έννοιαν του σήματος, είτε του διακριτικού γνωρίσματος, είτε υπό την μορφήν της επωνυμίας, επί της μορφής, του διασηματισμού, των χρωμάτων και λοιπών στοιχείων παρουσιάσεώς του και ότι άπαντα τα δικαιώματα ανήκουν στον καταχωρημένο δικαιούχο του σήματος. Η δε χρήσις της λέξεως SHMA ENA ή οιοδήποτε παραγώγου, συνθέτου, απομιμήσεως, ή συντμήσεως αυτού στην επωνυμία του δικαιοδόχου γίνεται κατ' ακολουθίαν της παρούσης και της ως άνω μνημονευθείσης υπό άρθρον (1.1.) συμβάσεως υποπαραχωρήσεως του σήματος και η κατ' αυτόν τον τρόπον χρήσις ουδέν δικαίωμα προσπορίζει στον δικαιοδόχο πέραν των παρεχομένων διά της παρούσης.

- 1.4. Σε περίπτωση καταγγελίας εξ ουιουδήποτε λόγου της παρούσης, ανεξαρτήτως λόγου ή διενέξεως ως προς το κύρος αυτής, ο δικαιοδόχος υποχρεούται όπως εντός προθεσμίας (30) τριάντα ημερών από της καταγγελίας να παύση την καθ' ουιουδήποτε τρόπον χρήσιν τού σήματος και να προβή αμελητί στις απαραίτητες ενέργειες γιά τη διαγραφή των ως άνω λέξεων από την επωνυμία της επιχειρήσεώς του.

2. ΟΡΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

2.1. Σχετική αγορά

- 2.1.1. Η αγορά στην οποίαν κινείται η παρούσα σύμβασις είναι η του τουρισμού και των υπαιθρίων δραστηριοτήτων, όπου υπάρχει πληθώρα μονάδων παροχής των σχετικών υπηρεσιών χονδρικός και λιανικός, τζίρου πολλών δισεκατομμυρίων και όπου το μερίδιο αγοράς των συγκεκριμένων υπηρεσιών περί ών η παρούσα, είναι ελάχιστο. Αντιστρόφως ανάλογη της ποσοτικής αναλογίας είναι η φήμη των συγκεκριμένων υπηρεσιών, περί των οποίων η παρούσα σύμβασις, λόγω κυρίως ποιότητας και γνώσεων του αντικειμένου, της ευρηματικότητας στην σχεδίαση των σχετικών πακέτων υπηρεσιών, της απαιτούμενης ειδικής εκπαίδευσεως, ως λ.χ. εκπαιδεύσεως οδηγών βουνού, rafting, επιβιώσεως κ.λ.π., των εξιδιασμένων κανόνων ασφαλείας που απαιτούνται λόγω του εν πολλοίς περιπετειώδους χαρακτήρος των δραστηριοτήτων και πακέτων και των ειδικών γνώσεων στη χρήση του σχετικού υλικού.
- 2.1.2. Κάθε ολοκληρωμένο σύνολο υπηρεσιών της ανωτέρω φύσεως παρεχόμενο και πωλούμενο προς τρίτους επί κέρδει καλείται κατωτέρω χάριν συνομίας "ΠΡΟΙΟΝ".

3. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΠΑΡΟΧΟΥ

3.1. Παροχή τεχνικής βοήθειας

- 3.1.1. Ο δικαιοπάροχος υποχρεούται να παρέχη τεχνική βοήθεια στον δικαιοδόχο στην διαρρύθμιση και εφοδιασμό των εγκαταστάσεών του, στην παροχή ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ, στην εκπαίδευση σωστής και ασφαλούς παροχής των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ, στον τρόπο προβολής και εν γένει διαφημίσεως των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ, στον τρόπο παρουσιάσεως αυτών, των σημάτων και διακριτικών γνωρισμάτων, στην κατάρτιση του προσωπικού του, στην υιοθέτηση και ανάπτυξη των εμπορικών μεθόδων του, στις κατευθύνσεις λογιστικής και μηχανογραφικής οργανώσεως, στην προμήθεια των αναγκαίων προϊόντων και υλικών, στην ανάπτυξη μέσων και μεθόδων προβολής, επί των οποίων, απάντων, ως πρωτοτύπων έργων, αναγνωρίζεται ότι έχει δικαιώματα διακριτικών γνωρισμάτων και πνευματικών δικαιωμάτων.

4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΟΥ

Ο δικαιοδόχος έχει τις κατωτέρω ειδικότερες υποχρεώσεις, οι οποίες αφορούν στην ουσία του συγκεκριμένου franchise με παράλληλη εξασφάλιση των συμβαλλομένων, ότι δεν θα ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλο και έχουν σκοπό και στόχο να εξασφαλίσουν τον αναγκαίο έλεγχο γιά τη διαφύλαξη της ταυτότητος και της φήμης του δικτύου.

4.1. Εμπορικές μέθοδοι - οργάνωση

- 4.1.1. Τα μέρη αναγνωρίζουν, ότι ο δικαιοπάροχος έχει αναπτύξει εμπορικές και οργανωτικές μεθόδους, οι οποίες έχουν αποδειχθή επιτυχείς και ο δικαιοδόχος επιθυμεί την απόκτησή τους στο πλαίσιο της παρούσης. Προς τον σκοπόν αυτόν ο δικαιοδόχος υποχρεούται να υιοθετεί και να τηρή τις εμπορικές μεθόδους, τις μεθόδους και τα συστήματα που του υποδεικνύονται από τον δικαιοπάροχο και να τις εφαρμόζη απαρεγκλήτως.

- 4.1.2. Επίσης ο δικαιοπάροχος έχει αναπτύξει και θα συνεχίσει να αναπτύσσει ενιαίο σύστημα μηχανοργάνωσης του συνόλου του δικτύου franchise. Διά της παρούσης συμφωνείται, ότι ο μεν δικαιοπάροχος θα υποχρεούται να παράσχει το λογισμικό σε τιμές ανταγωνιστικές στον δικαιοδόχο, ο τελευταίος δε υποχρεούται να χρησιμοποιήσει αποκλειστικώς και μόνον το ενιαίο μηχανογραφικό σύστημα του δικτύου franchise. Σύμφωνα με το σύστημα αυτό ο μεν δικαιοπάροχος θα έχει πλήρη πρόσβαση στο σύνολο της δραστηριότητας του δικαιοδόχου, ο δε δικαιοδόχος θα έχει πρόσβαση στο τμήμα εκείνο του δικτύου που αφορά τον δικαιοδόχο και τον δικαιοπάροχο.
- 4.1.3. Διά της παρούσης συμφωνείται, ότι το σύνολο του λογισμικού αλλά και των παντοειδών πληροφοριών που θα περιέχονται και θα διακινούνται στο δίκτυο είναι απολύτως εμπιστευτικής φύσεως και ο δικαιοδόχος δεν δικαιούται να γνωστοποιήσει ή να επιτρέψει να γνωστοποιηθούν καθ' οιονδήποτε τρόπον σε τρίτους. Ο δικαιοδόχος είναι απολύτως υπεύθυνος για την τήρηση της υποχρέωσης αυτής από το προσωπικό του, υφ' οιονδήποτε μορφήν και αν απασχολείται σ' αυτόν. Σε περίπτωση παραβάσεως της υποχρέωσης αυτής περί μυστικότητας ο δικαιοπάροχος δικαιούται κατ' επιλογήν του να λάβει ένα ή και περισσότερα από τα ακόλουθα μέτρα απολύτως αζημίως δι' αυτόν:
- 4.1.3.1. να διακόψει αμέσως την λειτουργία της μηχανοργάνωσης ως προς τον δικαιοδόχο εν όλω ή εν μέρει.
- 4.1.3.2. να αφαιρέσει το λογισμικό και να παραλάβει το αρχείο των πληροφοριών.
- 4.1.3.3. σε περίπτωση αρνήσεως του δικαιοδόχου να συναινέσει, να ζητήσει και λάβει ασφαλιστικά μέτρα εναντίον του στα οποία ο δικαιοδόχος συναινεί από τούδε.
- 4.1.3.4. να απαιτήσει και λάβει από τον δικαιοδόχο, ο οποίος υποχρεούται να καταβάλει, ποσόν ευρώ (15.000) αναπροσαρμοζόμενο προς 5% ετησίως, ως ελαχίστη συμφωνημένην αποζημίωση, μη αποκλεισμένης της αποδείξεως πάσης περαιτέρω ζημιάς.
- 4.1.3.5. να καταγγείλει αμέσως αζημίως την παρούσα.

4.2. Τεχνογνωσία - πείρα

- 4.2.1. Επίσης αναγνωρίζεται, ότι ο δικαιοπάροχος έχει αναπτύξει τεχνογνωσία στο σχεδιασμό, στην απόκτηση, προβολή και διάθεση των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ, που αποτελούν αντικείμενο της παρούσης. Ο δικαιοπάροχος, συμφωνείται, ότι υποχρεούται στην παροχή των ως άνω γνώσεων και ο δικαιοδόχος υποχρεούται να εφαρμόσει την τεχνογνωσία και την πείρα του δικαιοπαρόχου.

4.3. Διακριτικά γνωρίσματα - marketing indicia - δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας

- 4.3.1. Ο δικαιοδόχος αναγνωρίζει, ότι άπαντα τα διακριτικά γνωρίσματα, τα διακριτικά και ενδεικτικά γενικώς του marketing και τα παντός είδους δημιουργήματα ανήκουν κατά πλήρες δικαίωμα στον δικαιοπάροχο και του παραχωρούνται στο πλαίσιο και μόνον της παρούσης και προς εξυπηρέτηση των αναγκών της παρούσης, αποδίδονται δε απροφασίστως και εις πρώτη ζήτηση στον δικαιοπάροχο ακόμη και κατά τη διάρκεια της ισχύος της παρούσης.
- 4.3.2. Ο δικαιοδόχος είναι υποχρεωμένος να παρακολουθεί την αγορά του, ιδίως την περιοχή στην οποία δραστηριοποιείται και να αναφέρει αμελητί στον δικαιοπάροχο οποιαδήποτε προσβολή, παραποίηση ή απομίμηση των σημάτων, των διακριτικών γνωρισμάτων, των ενδεικτικών marketing και των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας του δικαιοπαρόχου.
- 4.3.3. Το δικαίωμα προστασίας όλων των ανωτέρω ανήκει στην αρμοδιότητα και στην αποκλειστική διακριτική ευχέρεια του δικαιοπαρόχου, ο δικαιοδόχος όμως υποχρεούται να παράσχει οποιαδήποτε βοήθεια του ζητηθεί, ιδίως σε αποδεικτικά μέσα, όπως και να συμμετάσχει στις ενδεχόμενες σχετικές

δίκες πρὸς υποστήριξιν των δικαιωμάτων του δικαιοπαρόχου διά νομικής παραστάσεως και κόστους του δικαιοπαρόχου.

4.4. Επιγραφές

- 4.4.1. Ο δικαιοδόχος υποχρεούται να αναρτά και τηρεί εκτός και εντός των εγκαταστάσεών του και εις τας προθήκας του αποκλειστικῶς και μόνον τις επιγραφές που του παρέχει ή του επιτρέπει να κατασκευάση και προμηθευθῇ ο δικαιοπάροχος. Ουδεμιᾶς ἄλλης επιγραφῆς ενδείξεως σήματος ή διακριτικού γνωρίσματος επιτρέπεται να κἀνη χρήσιν ο δικαιοδόχος χωρίς την ἔγγραφη και προηγουμένη ἔγκριση του δικαιοπαρόχου.

4.5. Διαφήμιση

- 4.5.1. Ο δικαιοπάροχος προβαίνει σε συνολική προβολή των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ, στα οποία αφορά η παρούσα. Η προβολή αυτή πέραν της εποπτικής και ἔργω διαφημίσεως περιλαμβάνει την δημιουργία του εικαστικού γιὰ την διαφύρρωση των εγκαταστάσεων, την πρωτότυπη δημιουργία των παντοειδῶν χρησιμοποιουμένων υλικῶν, φυλλαδίων, προγράμμάτων κ.λ.π.
- 4.5.2. Εκ της προβολῆς αυτής αναγνωρίζεται ὅτι ωφελεῖται το σύνολον του δικτύου franchise, και ο δικαιοδόχος.
- 4.5.3. Πρὸς αντιμετώπισιν του συνολικού κόστους της διαφημίσεως και εν γένει προβολῆς ο δικαιοδόχος αναλαμβάνει την υποχρέωσιν να καταβάλλη στον δικαιοπάροχο το 4% του ετησίου τζίρου του, ως προκύπτει εκ των τιμολογίων του, αφαιρουμένου μόνον του ποσού Φ.Π.Α. και των εκπτώσεων επί τιμολογίου.
- 4.5.4. Το πρόγραμμα διαφημίσεως θα συζητείται με τον δικαιοδόχο κατά φθινόπωρο εκάστου ἔτους γιὰ το ἐπόμενο ἔτος, η τελική ὁμως ἀπόφασις περὶ αὐτοῦ ἀνήκει στον δικαιοπάροχο.
- 4.5.5. Ο δικαιοδόχος δικαιούται ἐξόδοις του να διαφημίζεται στα τοπικά media, η προβαλλομένη ὁμως διαφήμιση πρέπει να τυγχάνη της ἐγκρίσεως του δικαιοπαρόχου.

4.6. Δημιουργία

- 4.6.1. Ο δικαιοδόχος δεν δικαιούται να σχεδιάζῃ και οργανῶνῃ, ή να παραγγέλλῃ τον σχεδιασμό και την ὁργάνωση γιὰ λογαριασμό του των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ που αποτελοῦν το αντικείμενο της παρούσης, με ἄμεσο ή ἔμμεσο τρόπο, εν ὅλῳ ή εν μέρει, ὁμοια ή παρόμοια ή συναφή.
- 4.6.2. Σε συνέπεια της ανωτέρω υποχρεώσεως συμφωνεῖται, ὅτι ἂν κατά τη διάρκεια της παρούσης αναπτυχθῇ ἀπὸ τον δικαιοδόχο νέο ΠΡΟΙΟΝ, τούτο, δοθέντος ὅτι συμφωνεῖται, ὅτι οφείλεται και θα οφείλεται στις παροχές και την ἐκπαίδευση του δικαιοπαρόχου, θα ἀνήκει στον δικαιοπάροχο και ο δικαιοδόχος μεταβιβάζει διά της παρούσης στον δικαιοδόχο τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας ἐπ' αὐτῶν, ὥστε ο τελευταῖος να καθίσταται δικαιούχος αὐτῶν ἀπὸ της δημιουργίας των. Διευκρινίζεται, ὅτι μετὰ τη λύση της παρούσης το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας ἀφορὰ μόνο στὰ ὁμοια προϊόντα και ὄχι στα παρόμοια ή συναφή.

4.7 Υλικά προβολῆς

- 4.7.1. Τα χρησιμοποιούμενα ἀπὸ τον δικαιοδόχο υλικά προβολῆς πρέπει να εἶναι της ἐγκρίσεως του δικαιοπαρόχου.
- 4.7.2. Δοθέντος ὁμως ὅτι η ὁμοιόμορφη και ἀρίστου ἐπιπέδου ἐμφάνιση των υλικῶν προβολῆς, δίδουσα την αἴσθηση της ἐνότητος και της ποιότητος εἶναι ἀπαραίτητη γιὰ την ὑπαρξῆς του franchise, ο δικαιοπάροχος εἶναι υποχρεωμένος να χρησιμοποιῇ τα ἐγκεκριμένα σχέδια, σεβόμενος τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και λοιπά δικαιώματα του δικαιοπαρόχου.

4.8. Εγκαταστάσεις - Υλικά

- 4.8.1. Ο δικαιοδόχος είναι υποχρεωμένος να διαμορφώσει ιδίαις δαπάναις υπό τις οδηγίες, τα πρότυπα και τις προδιαγραφές του δικαιοπαρόχου συγκεκριμένες εγκαταστάσεις στην περιοχή αρμοδιότητός του που είναι ολόκληρη η νήσος *****.
- 4.8.2. Ο δικαιοδόχος άνευ της προηγούμενης εγγράφου εγκρίσεως του δικαιοπαρόχου δεν δικαιούται να δημιουργήσει έτερες περαιτέρω εγκαταστάσεις ή καταστήματα ή γραφεία πέραν των ήδη υπαρχόντων εντός της περιοχής, ως άνω, δοθέντος ότι η δημιουργία και η επιλογή θέσεως ετέρας εγκαταστάσεως, καταστήματος ή γραφείου επηρεάζει την καλή φήμη του δικτύου.
- 4.8.3. Προκειμένου να επιτευχθεί το μέγιστο της ποιότητας, αλλά και το ενιαίο των παρεχομένων υπηρεσιών ο δικαιοδόχος υποχρεούται να ακολουθεί πιστά τις οδηγίες και τις υποδείξεις του δικαιοπαρόχου όσον αφορά στην προμήθεια του καταλλήλου εξοπλισμού για την εφαρμογή και προσήκουσα παροχή των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ. Η ίδια υποχρέωση υφίσταται και ως προς την συντήρηση του υλικού και αντικατάσταση του φθαρέντος και μη πληρούντος τις προδιαγραφής ασφαλείας υλικού.
- 4.8.4. Ο δικαιοπάροχος έχει το δικαίωμα και διά της παρούσης παρέχεται ρητώς το δικαίωμα και η ανέκκλητος εξουσιοδότησις προς τούτον, ως αφορώσα και εις το συμφέρον του, όπως ούτος εισερχόμενος κατά πάντα χρόνον εις τας εγκαταστάσεις και τους τόπους εκτελέσεως των δραστηριοτήτων του δικαιοδόχου παρατηρεί και ελέγχει τις εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό και την τήρηση των προδιαγραφών εκτελέσεως των προγραμμάτων και τηρήσεως των όρων προσήκουσης και ασφαλούς εκτελέσεως αυτών και κυρίως την σχολαστική τήρηση των όρων ασφαλείας.

4.9. Κύκλος εργασιών

- 4.9.1. Τα μέρη έχουν προβή σε μελέτη της συγκεκριμένης αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται ο δικαιοδόχος και έχουν διαπιστώσει τις δυνατότητες πωλήσεων σ' αυτήν.
- 4.9.2. Επί τη βάσει αυτών των μελετών προσδιορίζεται κατ' έτος ο στόχος πωλήσεων που πρέπει να επιτυγχάνει ο δικαιοδόχος, ο οποίος διά της παρούσης αναλαμβάνει την υποχρέωση επιτεύξεως αυτών.

4.10. Απαγόρευση ανταγωνισμού

- 4.10.1. Επίσης σύμφυτη με την έννοια του franchising και απαραίτητη για την ομαλή λειτουργία αυτού είναι η υποχρέωση την οποία διά της παρούσης αναλαμβάνει ο δικαιοδόχος να μην ανταγωνίζεται τον δικαιοπάροχο, είτε ο ίδιος ως φυσικό πρόσωπο ή νομικό πρόσωπο, είτε μέσω παρενθέτων προσώπων, είτε μέσω εταιριών, τις οποίες αυτός ελέγχει, δημιουργώντας άλλα καταστήματα ή γραφεία ή εγκαταστάσεις ομοίων ή συναφών ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ, άνευ της προηγούμενης εγγράφου αδείας του δικαιοπαρόχου.
- 4.10.2. Τοιαύτη δραστηριότητα εκ μέρους συζύγων, ή συγγενικών προσώπων, είτε ατομικώς, είτε μέσω εταιριών τις οποίες αυτά ελέγχουν δεν απαγορεύεται αν τα πρόσωπα αυτά ασκούν τις επιχειρήσεις αυτές σοβαρώς, ανεξαρτήτως και αυτοτελώς, αν όμως ενεργούν ως παρένθετα πρόσωπα του δικαιοδόχου απαγορεύεται. Την σοβαρότητα, ανεξαρτησία και αυτοτέλεια θα πρέπει να την αποδεικνύει ο δικαιοδόχος.
- 4.10.3. Η ως άνω απαγόρευση τίθεται και είναι απαραίτητη για να εξασφαλισθή, ότι η διά της παρούσης παρεχομένη στον δικαιοδόχο τεχνογνωσία δεν θα περιέρχεται στους ανταγωνιστάς.

4.11. Αποκλειστική προμήθεια

- 4.11.1. Τα μέρη συμφωνούν, ότι λόγω της φύσεως των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ως ιδιαιτέρας εμπειρίας, ευρηματικότητας και γούστου δεν είναι δυνατόν να καθορισθούν αντικειμενικές ποιοτικές προδιαγραφές, ώστε να είναι δυνατόν στον δικαιοπάροχο να ασκή το θεμιτό δικαίωμα να ελέγχει μέσα στο δίκτυο την εκ μέρους του δικαιοδόχου προσφορά των προσηκόντων ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ.
- 4.11.2. Προκειμένου ο καταναλωτής να είναι σε θέση να βρίσκει σε κάθε δικαιοδόχο ΠΡΟΙΟΝΤΑ της ίδιας ποιότητας ο δικαιοδόχος είναι υποχρεωμένος να προμηθεύεται τα ΠΡΟΙΟΝΤΑ, που αποτελούν αντικείμενο της παρούσης αποκλειστικώς από τον δικαιοπάροχο, ή από τις ίδιες πηγές που επιλέγει εκάστοτε ο δικαιοπάροχος.

4.12. Εδαφική ρήτρα και εδαφική προστασία. Έννοια

- 4.12.1. Η εδαφική ρήτρα και εδαφική προστασία έχει διττή έννοια:
- Την υλοποίηση των προϊόντων και τη διάθεση αυτών σε άλλους επαγγελματίες και
 - Την πώληση των προϊόντων στο κοινό.
- 4.12.2. Υλοποίηση και πώληση προς επαγγελματίες.
- Τα μέρη συμφωνούν, ότι είναι απολύτως αναγκαία για τη λειτουργία της παρούσης συμβάσεως franchising ο προσδιορισμός της εδαφικής περιφέρειας εντός της οποίας και μόνον ο δικαιοδόχος θα υλοποιεί τα προϊόντα και θα τα διαθέτει σε άλλους επαγγελματίες (χονδρεμπόρους) και εντός της οποίας στις δραστηριότητες αυτές δεν θα τον ανταγωνίζεται ούτε ο δικαιοπάροχος ούτε οι άλλοι δικαιοδόχοι του δικτύου. Η υποχρέωση αυτή είναι σύμφυτη με τη φύση της συμβάσεως franchising διανομής και συμβάλλει στη βελτίωση της διανομής των προϊόντων αυξάνοντας το οριζόντιο ανταγωνισμό.
- 4.12.3. Πέραν αυτού το μερίδιο αγοράς του συγκεκριμένου δικτύου στο σύνολο της αγοράς των συγκεκριμένων ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ είναι ιδιαιτέρως μικρό και συνεπώς υπάρχει ικανός ανταγωνισμός με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του αυτού κλάδου.
- 4.12.4. Εν όψει αυτών και προκειμένου και ο δικαιοδόχος να υποστή το οικονομικό βάρος της δημιουργίας μίας εγκαταστάσεως του είδους που απαιτείται εν προκειμένω και ο δικαιοπάροχος να εξασφαλισθή ότι η τεχνογνωσία του δεν θα περιέλθει στους ανταγωνιστές και ότι θα διασφαλισθή η ταυτότητα και η φήμη του δικτύου, συμφωνείται, ότι ο δικαιοδόχος θα δικαιούται να υλοποιή και να διαθέτει τα ΠΡΟΙΟΝΤΑ στα οποία αφορά η παρούσα προς επαγγελματίες μόνον εντός της περιοχής της ***** μη δικαιούμενος να δημιουργήσει εγκαταστάσεις, γραφεία ή καταστήματα σε άλλες περιοχές, άνευ της προηγούμενης ρητής εγγράφου αδείας του δικαιοπάροχου, ο δε δικαιοπάροχος δεν θα δικαιούται να αποκαθιστά και να δημιουργή έτερες εγκαταστάσεις, γραφεία ή καταστήματα εντός της ίδιας περιοχής.
- 4.12.5. Πωλήσεις προς το κοινό.
- Ρητά επίσης συμφωνείται, ότι ουδείς ουδενός είδους περιορισμός τίθεται στον δικαιοδόχο να πωλεί προϊόντα του δικτύου σε οποιονδήποτε καταναλωτή και για οποιαδήποτε εδαφική περιφέρεια τόσο εντός της επικρατείας, όσον και στο εξωτερικό.
- Αντίστοιχη υποχρέωση έχει και ο δικαιοδόχος να ανέχεται πωλήσεις προϊόντων που θα υλοποιηθούν απ' αυτόν στην περιφέρειά του από άλλους δικαιοδόχους του δικτύου, ή από χονδρεμπόρους.
- Κατ' αυτόν τον τρόπο και εξασφαλίζονται τα εχέγγεια της καλλιτέρας υλοποίησης των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ και επιτυγχάνεται η μεγαλύτερα δυνατή διανομή και απολύτως απρόσκοπτη εξυπηρέτηση του καταναλωτικού κοινού

4.13. Εκπαίδευση

- 4.13.1. Ο δικαιοπάροχος εξόδοις του δικαιοδόχου θα παρέχει εκπαίδευση και επανεκπαίδευση του βασικού προσωπικού του δικαιοδόχου σε όλες τις δραστηριότητες σύμφωνα με τα πρότυπά της. Ο δικαιοδόχος

αναλαμβάνει την υποχρέωση σε περίπτωση αποτυχίας κάποιου στις εξετάσεις εκπαίδευσεως να απομακρύνει το πρόσωπο αυτό από το προσωπικό εκτελέσεως των προγραμμάτων. Η άρνηση του δικαιοδόχου να συμμορφωθεί προς την υποχρέωση αυτή συνιστά λόγο αζημίου και αμέσου καταγγελίας της παρούσης.

4.14. Σχέσεις προσώπων

4.14.1. Η γνώση και προσήκουσα παροχή των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ απαιτεί ιδιαίτερες προσωπικές ικανότητες, όπως λ.χ. άριστες γνώσεις βουνού, θαλάσσης, ποταμιαίας καταβάσεως, εναερίου αθλητισμού κ.λ.π., η δε επιλογή του δικαιοδόχου ως τοιούτου εγένετο με γνώμονα τις γνώσεις και ικανότητες των μετόχων και των προσώπων της διοικήσεώς του, που δηλώνουν ότι έχουν τα εχέγγεια της προσηκούσης παροχής και της γνώσεως για την τήρηση των κανόνων ασφαλείας.

Ως εκ τούτου ρητά συμφωνείται ότι οιαδήποτε αλλαγή εξ οιονδήποτε λόγου και αιτίας, ακόμη και λόγω κληρονομίας, στην μετοχική σχέση και στα πρόσωπα διοικήσεως του δικαιοδόχου θα γνωστοποιείται αμελητί, εγγράφως επί αποδείξει παραλαβής αμελητί στον δικαιοπάροχο, ο οποίος, εάν δεν συμφωνεί, θα δικαιούται σε άμεση αζημία καταγγελία της παρούσης εντός τριών μηνών από της προσηκούσης ως άνω εγγράφου προς αυτόν ειδοποιήσεως.

5. ΑΜΟΙΒΗ

5.1. Εναντι όλων των ανωτέρω παροχών συμφωνείται μεταξύ των μερών, ότι ο δικαιοδόχος θα καταβάλει στον δικαιοπάροχο ως αντιπαροχή ποσοστόν εκ 4% επί του ετησίου τζίρου του δικαιοδόχου του απορρέοντος εκ της διαθέσεως προϊόντων του δικτύου και προϊόντων τρίτων ως ακολούθως:

5.1.1. Επί μεν του τζίρου που απορρέει από τα προϊόντα της του δικαιοπαρόχου, το κόστος των οποίων προσδιορίζει ο τελευταίος η δε τιμή διαθέσεως διαμορφώνεται υπό του δικαιοδόχου, το 4% υπολογίζεται επί του συνόλου αυτού του ετησίου τζίρου του δικαιοδόχου.

5.1.2. Εν όψει αυτών ο οποίος απορρέει από προϊόντα τρίτων, το κόστος των οποίων προσδιορίζουν οι τρίτοι προμηθευτές, η δε τιμή διαθέσεως διαμορφώνεται υπό του δικαιοδόχου, το 4% υπολογίζεται μόνον επί της διαφοράς που προκύπτει μεταξύ του κόστους κτήσεως (από τους προμηθευτάς) και της τιμής διαθέσεως υπό του δικαιοδόχου. Ο συνολικός ετήσιος τζίρος αυτής της διαφοράς βαρύνεται με το ως άνω ποσοστό.

5.1.3. Σε περίπτωση πώλησεως εκ μέρους του δικαιοδόχου πακέτου υπηρεσιών περιλαμβάνοντος προϊόντα περί των οποίων η παρούσα σύμβασις (λ.χ. ξενοδοχείο και δραστηριότητες υπαίθρου) το ποσοστό εκ 4% θα υπολογίζεται επί του συνόλου του πακέτου και όχι μόνον επί του προϊόντος.

5.2. Το ποσόν αυτό θα καταβάλλεται με την έκδοση τιμολογίου παροχής υπηρεσιών στο τέλος εκάστου ημερολογιακού τριμήνου υπολογιζόμενο επί του πραγματοποιηθέντος τζίρου του προηγούμενου μηνός, ως ούτος προσδιορίζεται υπό των παραγράφων (5.1.1. και 5.1.2.) του παρόντος άρθρου. Εάν ο ακριβής υπολογισμός δεν είναι δυνατός θα καταβάλλεται το πιθανότερο ποσόν έναντι, και η εκκαθάρισις θα γίνεται με την καταβολή του επομένου τριμήνου.

6. ΕΥΘΥΝΗ ΕΝΑΝΤΙ ΤΡΙΤΩΝ

6.1. Ρητά συνομολογείται, ότι η παρούσα σύμβαση δεν αποτελεί καθ' οιονδήποτε τρόπον ουδενός είδους συνένωση επιχειρήσεων ή αφανή εταιρία, αλλά τα μέρη είναι και θα εξακολουθήσουν να είναι αυτοτελείς επιχειρήσεις υπεύθυνες, εκάστη κεχωρισμένως, για τις δραστηριότητες και τις πράξεις τους.

Υπό την έννοιαν αυτήν η τήρησις των οιονδήποτε διατάξεων πάσης φύσεως και η τήρησις των κανόνων ασφαλείας αποτελεί αποκλειστικήν ευθύνην του δικαιοδόχου και ο δικαιοπάροχος ουδεμίαν απολύτως σχέσιν ή ευθύνην έχει η δύναται να έχει ως πρός αυτά.

7. ΔΙΑΡΚΕΙΑ

- 7.1. Τα μέρη συμφωνούν ότι η διάρκεια της παρούσης ορίζεται πενταετής αρχομένη από της 28/09/2011, επιφυλάσσονται δε να ζητήσουν, εάν αμφότερα τα μέρη το επιθυμούν, παράταση της διάρκειας, εάν εν τω μεταξύ έχει εκπνεύσει αυτή.

8. ΛΥΣΙΣ

Η παρούσα σύμβασις λύεται:

- 8.1. Διά της παρόδου του χρόνου, πτωχεύσεως ή κηρύξεως σε απαγόρευση, ή αναγκαστική διαχείριση οιασδήποτε των μερών, ή θανάτου προκείνου περί δικαιοδόχου φυσικού προσώπου.
- 8.2. Με την επιφύλαξη της επομένης παραγράφου (8.3.), διά καταγγελίας εν περιπτώσει παραβάσεως οιασδήποτε των όρων της παρούσης θεωρουμένων απάντων ουσιωδών, μετά προηγουμένην ειδοποίηση επί αποδείξει παραλαβής προ τριών μηνών, η οποία ισχύει διά το τέλος ημερολογιακού μηνός.
- 8.3. Κατ' εξαίρεσιν, σε περίπτωση παραβάσεως των όρων (1.2.),+ (4.1.3.5.), (4.13.1.) και (4.14.1.) της παρούσης, ο δικαιοπάροχος δικαιούται σε άμεση αζήμιο καταγγελία της παρούσης.
- 8.4. Σε περίπτωση που η παρούσα σύμβαση καταστεί μετά το τέλος της πενταετίας αορίστου χρόνου, διά καταγγελίας μετά προηγουμένην ειδοποίηση επί αποδείξει παραλαβής προ τριών μηνών, η οποία ισχύει διά το τέλος ημερολογιακού μηνός.

9. ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΙΣ

- 9.1. Ο δικαιοδόχος αναγνωρίζει, ότι η αύξηση των πωλήσεων των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ στην περιοχή του οφείλεται, αλλά και θα οφείλεται αποκλειστικά στην επένδυση κεφαλαίων του δικαιοπαρόχου στους τομείς της ποιότητας των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ, της διαφημίσεως και άλλων γενικωτέρων μέτρων στον τομέα του marketing.
- 9.2. Τούτων δοθέντων, τα μέρη συμφωνούν, ότι σε περίπτωση καθ' οιονδήποτε τρόπον λήσεως της παρούσης ο δικαιοδόχος δεν θα δικαιούται καμιάς αποζημιώσεως ή οιασδήποτε παροχής.

10. ΟΥΣΙΩΔΕΙΣ ΟΡΟΙ

- 10.1. Απαντες οι όροι της παρούσης συνομολογούνται ουσιώδεις.

11. ΑΡΜΟΔΙΑ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΑ

- 11.1. Αρμόδια Δικαστήρια διά πάσαν διαφοράν ανακύπτουσιν εκ της εφαρμογής, κατ' ακολουθίαν ή εκ της λύσεως της παρούσης ορίζονται τα Δικαστήρια των Αθηνών.

Εφ' ώ συνετάγη το παρόν, ανεγνώσθη, υπεγράφη και έλαβεν ανα ένα έκαστο των συμβαλλομένων μερών.

ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

Πηγή: http://www.paradissis.com/ypodeigmata_index_odt.html (προσπέλαση 15.10.2014)

Κεφάλαιο 5 Η ανάλυση μεταφράσεων

Σύνοψη

Στο κεφάλαιο αυτό, θα αναλύσουμε τη μετάφραση γερμανικών κειμένων στα ελληνικά. Τα τμήματα που θα εξεταστούν προέρχονται από πραγματικό μεταφραστικό έργο. Τα κείμενα, τόσο το πρωτότυπο όσο και το μετάφρασμα, θα εξεταστούν κριτικά στον πολιτισμό στον οποίο λειτουργούν. Η κριτική ανάλυση του λόγου που χρησιμοποιείται θα φωτίσει με ποιό τρόπο οι επιλογές του συντάκτη και του μεταφραστή σχετίζονται με την επικοινωνιακή σκοπιμότητα και το πλαίσιο του πολιτισμού-στόχος. Ως διδακτικό εργαλείο θα χρησιμοποιηθεί το google translate. Στη συνέχεια, οι μεταφράσεις τόσο της μηχανής όσο και του ανθρώπου θα συγκριθούν, με σκοπό να φανεί εάν και πώς μεταφέρθηκαν διαπολιτισμικώς οι γνώσεις του κειμένου-πηγή. Γνώμονας για την αξιολόγηση του μεταφραστικού έργου είναι ο ορισμός της μετάφρασης ειδικών κειμένων όπως δόθηκε στο τρίτο κεφάλαιο.

Προαπαιτούμενη γνώση

Η μελέτη του κεφαλαίου προϋποθέτει τη θεραπεία των ζητημάτων που άπτονται της μετάφρασης ειδικών κειμένων όπως εκτέθηκαν μέχρι τώρα. Ο αναγνώστης πρέπει να έχει εξοικειωθεί με τις ιδιαιτερότητες της ειδικής επικοινωνίας, της ειδικής γλώσσας, να έχει κατανοήσει τους μηχανισμούς της επικοινωνίας γνώσεων, της μετάφρασης ως διαπολιτισμικής επικοινωνίας γνώσεων και τις βασικές αρχές της κριτικής ανάλυσης λόγου.

5.1 Στηρίζοντας μια επιχείρηση επικοινωνιακά

Στο κεφάλαιο αυτό, θα έρθουμε σε επαφή με τη μεταφραστική πραγματικότητα. Θα ασχοληθούμε με μια πραγματική υπόθεση σύναψης σύμβασης δικαιόχρησης έλληνα επιχειρηματία με αυστριακή εταιρεία. Πρόκειται για μια εταιρεία που έχει την έδρα της στην Αυστρία και δραστηριοποιείται διεθνώς. Ο έλληνας επιχειρηματίας είχε τεχνογνωσία του χώρου. Ήδη εμπορευόταν αντίστοιχα προϊόντα στην ελληνική αγορά. Ο ίδιος δεν είχε καμία γνώση γερμανικών, ενώ γνώριζε στοιχειώδη αγγλικά.

Ο επιχειρηματίας απευθύνθηκε σε μεταφραστή, που ανέλαβε τη συνολική γλωσσική υποστήριξη του έλληνα δικαιοδόχου σχεδόν από την αρχή. Η υποστήριξη μιας ελληνικής εταιρείας που συνεργάζεται με ξένη εταιρεία είναι ιδιαίτερα απαιτητικό εγχείρημα. Μετά τις αρχικές διαβουλεύσεις, που έγιναν κυρίως προφορικά και μέσω μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ακολούθησε η υπογραφή της σύμβασης δικαιόχρησης μεταξύ της μητρικής εταιρείας με έδρα την Αυστρία και τον δικαιοδόχο στην Ελλάδα. Η σύμβαση δικαιόχρησης ήταν στα Γερμανικά.

Αρχικά μεταφράστηκε το περιεχόμενο της ιστοσελίδας, που ήταν ιδιαίτερη πρόκληση. Στη συνέχεια μεταφράστηκαν δελτία παραγγελίας που συμπληρώνει ο πωλητής στο κατάστημα και προωθούνται στο εργοστάσιο στην Αυστρία, δελτία παραγγελίας ανταλλακτικών, κατάλογοι ανταλλακτικών, δελτίο τεχνικού ελέγχου που συμπληρώνει ο τεχνικός μετά από έλεγχο και συντήρηση του κουφώματος. Σε ετήσια περίπου βάση ακολούθησαν επικαιροποιήσεις των περισσότερων κειμένων. Η εταιρεία αναθεωρεί σε σχεδόν ετήσια βάση την γκάμα των προϊόντων της. Κάθε αναθεώρηση απαιτεί και αναθεώρηση των κειμένων που χρησιμοποιεί η εταιρεία – άρα, και τη μετάφρασή τους.

Στη συνέχεια θα αναλύσουμε τη μετάφραση τμημάτων της πρωτότυπης ιστοσελίδας της μητρικής εταιρείας στην Αυστρία προς τα ελληνικά. Η μετάφραση του κειμένου αναρτήθηκε στη συνέχεια από τον έλληνα δικαιοδόχο. Λόγω χώρου θα επικεντρωθούμε σε επιλεγμένα τμήματα. Σκοπός μας είναι να αναδειχθούν οι πτυχές της μετάφρασης κειμένων οικονομικής υφής, προκειμένου να φωτίσουμε πώς ο μεταφραστής επιλέγει γλωσσικά, ώστε να περιοριστούν οι γνωσιακές ασυμμετρίες.

5.2 Η Κριτική Ανάλυση Λόγου στην ανάλυση μεταφράσεων

Βασικά μας μεθοδολογικά εργαλεία για να διαπιστώσουμε εάν έχει επιτευχθεί η επικοινωνιακή επάρκεια θα είναι αφενός η *Κριτική Ανάλυση Λόγου* (ΚΑΛ) και αφετέρου η θεώρηση της μετάφρασης ειδικών κειμένων ως μορφής διαπολιτισμικής επικοινωνίας γνώσεων. Στο προηγούμενο κεφάλαιο, το σχετικό με την ανάλυση του

γερμανικού και του ελληνικού οικονομικού λόγου, αναφερθήκαμε στην *Κριτική Ανάλυση Λόγου* (ΚΑΛ). Εξετάσαμε τους λόγους για τους οποίους η ΚΑΛ προσφέρεται ως πλαίσιο για την περιγραφή και ανάλυση των δειγμάτων οικονομικού λόγου. Στην παρούσα ενότητα θα χρησιμοποιήσουμε την ΚΑΛ για την αξιολόγηση της μετάφρασης.

Συγκεκριμένα, θα ακολουθήσουμε το πλαίσιο που προτείνει ο Fairclough (1989: 46) για την ανάλυση των κειμένων και του λόγου, που αποτελείται από τρία επίπεδα: Ο Fairclough εισηγείται

- σε πρώτη φάση, τη γλωσσική περιγραφή των τυπικών ιδιοτήτων του κειμένου, προκειμένου να μπορέσει ο αναλυτής:
- στη δεύτερη φάση, να ερμηνεύσει τη σχέση λόγου και γλώσσας, φωτίζοντας τις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ κειμένου και διάδρασης (*discursive processes*), και
- τέλος, να κάνει ορατές τις σχέσεις μεταξύ λόγου και κοινωνικο-πολιτισμικής πραγματικότητας.

Στο τρίπτυχο

- γλωσσική περιγραφή του κειμένου,
- ερμηνεία σχέσεων λόγου και γλώσσας, κειμένου και επικοινωνίας, και
- τη διάγνωση σχέσης μεταξύ λόγου και κοινωνικο-πολιτισμικής πραγματικότητας
- η μεταφρασεολογία οικοδομεί την ανάλυση αφενός του πρωτοτύπου και αφετέρου του μεταφράσματος μέσα στα συστήματα στα οποία λειτουργούν: Η ΚΑΛ¹⁴² χρησιμοποιείται στη μεταφρασεολογία για την ανάλυση του κειμένου-πηγή και του κειμένου-στόχος. Η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται κυρίως όταν καλούμαστε να απαντήσουμε σε ερωτήματα για το ποιος μεταφράζει για ποιον, τι μεταφράζεται, πότε μεταφράζεται και ποια είναι η επίπτωση της μετάφρασης στον παραλήπτη, πρόκειται, δηλαδή, για εργαλείο αξιολόγησης μεταφράσεων.

Οι Hatim και Mason (1990 και 1997) διερευνούν τη δυνατότητα εφαρμογής της ΚΑΛ στη μεταφρασεολογία, εστιάζοντας κυρίως στο πώς οι επιλογές του μεταφραστή στο επίπεδο του λεξιλογίου επιδρούν στον παραλήπτη και πώς διαμορφώνει αυτό τις σχέσεις εξουσίας στον πολιτισμό-στόχος (Carf 2007:100). Πρέπει, ωστόσο, να καταστεί σαφές πως η αδυναμία γεφύρωσης του κενού ανάμεσα στους δύο πολιτισμούς που συναντώνται κατά τη μετάφραση καταδικάζει την ΚΑΛ σε συμπληρωματικό ρόλο ως προς την αξιολόγηση μεταφράσεων. Μπορεί η ΚΑΛ να μας παρέχει επιπλέον πληροφορίες σχετικά με τη σχέση γλώσσας, πολιτισμού και εξουσίας, αδυνατεί, όμως, να παράσχει εικόνα για τη σχέση των γλωσσών και πολιτισμών όταν μεταφράζουμε (Valdeón, 2007: 100). Συνεπώς, η ΚΑΛ μπορεί να συμβάλει στην ανάδειξη γλωσσικών και πολιτισμικών ιδιαιτεροτήτων και των διαφορετικών κοινωνικών πρακτικών. Αλλά αδυνατεί να ερμηνεύσει την ίδια τη διαδικασία της μετάφρασης.

Με άλλα λόγια, η ΚΑΛ αποτελεί χρήσιμο εργαλείο αξιολόγησης για

- τη διακρίβωση των σχέσεων λόγου και επικοινωνιακού αποτελέσματος του πρωτοτύπου στον πολιτισμό-πηγή,
- τον προσδιορισμό των συμφραζομένων, του έμπειρου συστήματος στο οποίο θα ενταχθεί το μετάφρασμα
- τον εντοπισμό κοινωνικών διαφορών μεταξύ των πολιτισμών και
- την αύξηση της συνειδητότητας των γνωστικών διεργασιών της μετάφρασης και της κατανόησης της σημασίας του κειμένου από τον μεταφραστή.

Άρα, η ΚΑΛ επιτρέπει να αξιολογήσουμε την επικοινωνιακή επάρκεια, δηλαδή εάν και σε ποιον βαθμό μεταβιβάστηκαν οι γνώσεις από τον έναν πολιτισμό στον άλλον και συμβάλλουν στην άρση γνωσιακών ασυμμετριών. Δεδομένου ότι κάθε κείμενο συνιστά ερμηνεία της αντικειμενικής πραγματικότητας, η ΚΑΛ

¹⁴² Θα αναφερθούμε μόνο σύντομα στη σχέση ΚΑΛ και μετάφρασης. Οι Hatim και Mason (1990, 1997) αποτελούν αφετηρία για τη μελέτη της εφαρμογής της ΚΑΛ στη μετάφραση και πώς διατηρούνται ή διαταράσσονται συσχετισμοί μετά την παρέμβαση του μεταφραστή.

παρέχει στον μεταφραστή τον μεθοδολογικό μηχανισμό για να καταλήξει σε αυτή την ερμηνεία. Για τους Hatim και Mason (1990), όπως και για εμάς, η μετάφραση είναι μια πράξη επικοινωνίας πέρα από τα όρια των πολιτισμών και των γλωσσών, και κατά τη μετάφραση ο χρήστης της γλώσσας είναι ο μεταφραστής. Είναι ταυτόχρονα αποδέκτης του πρωτοτύπου και παραγωγός του μεταφράσματος. Περιορίζεται, βέβαια, ως παραγωγός του μεταφράσματος από την ύπαρξη του πρωτοτύπου και της σκοπιμότητας επικοινωνίας που υπαγορεύει τρίτο άτομο, ο εντολέας.

Είναι ενδιαφέρον να αναλογιστούμε ποια είναι η διαφορά μεταξύ του αναλυτή που εξετάζει κριτικά τον λόγο και μεταξύ ενός μεταφραστή. Ο μεταφραστής προχωρεί πιο πέρα από τον απλό αναλυτή, που περιορίζεται στην καταγραφή των γλωσσικών ιδιοτήτων του κειμένου, του τρόπου με τον οποίο το κείμενο συνεισφέρει στην οικοδόμηση της διάδρασης μεταξύ παραγωγού και αποδέκτη και των σχέσεων εξουσίας που αντανακλώνται σε αυτό. Ο μεταφραστής αναλύει, αφενός, τον λόγο του πρωτοτύπου, για ν' αποκαλύψει ποια ερμηνεία της πραγματικότητας ήθελε να μεταβιβάσει ο συγγραφέας, και, αφετέρου, επιλέγει τα δομικά εκείνα γλωσσικά στοιχεία που απαιτούνται για να δομηθεί το κείμενο-στόχος, το οποίο θα δώσει την επιθυμητή ερμηνεία της πραγματικότητας.

Ο μεταφραστής ανάγεται σε μεσολαβητή, σε ερμηνευτή της πραγματικότητας υπό τους περιορισμούς που του θέτει ο σκοπός του μεταφράσματος. Σε νεότερο έργο τους οι Hatim και Mason (1997: 30) αναφέρονται σύντομα στον σκοπό της μετάφρασης και σε διχοτόμηση του ρόλου του μεταφραστή: Ο μεταφραστής είτε παράγει δυναμική μετάφραση, με δική του ερμηνεία της πραγματικότητας, είτε στατική μετάφραση, στην οποία ο μεταφραστής μεταφέρει τη σημασία του πρωτοτύπου όσο το δυνατόν πιο πιστά.

Κατά την ανάλυση του μεταφράσματος θα χρησιμοποιήσουμε την ΚΑΛ, προκειμένου να αξιολογήσουμε την επικοινωνιακή επάρκεια, δηλαδή εάν και σε ποιον βαθμό μεταβιβάστηκαν οι γνώσεις από τον έναν πολιτισμό στον άλλον και συμβάλλουν στην άρση γνωσιακών ασυμμετριών με τον τρόπο που εντάχθηκαν στο σύστημα-στόχος. Θα επιχειρήσουμε να ανιχνεύσουμε πώς ο μεταφραστής μεταβίβασε τις απαραίτητες γνώσεις από τον έναν πολιτισμό στον άλλον προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός και να μπορέσει ο παραλήπτης να ανοδομήσει τις γνώσεις όπως το επιθυμεί ο εντολέας. Η αξιολόγηση των αποφάσεων του μεταφραστή, όπως αυτές αποτυπώνονται στο μετάφρασμα με τη βοήθεια της κριτικής θεώρησης, αναμένεται να φωτίσει αν οι μεταφραστές είχαν συνείδηση των επικοινωνιακών δεδομένων και σκοπιμοτήτων, των γνωσιακών πτυχών του έργου, των διαπολιτισμικών διαφορών, των τεχνικών παραμέτρων. Μας ενδιαφέρει να φωτιστούν εάν οι εγγενείς στο σύστημα του λόγου τεχνικής και πολιτισμικής φύσης ιδιαιτερότητες και των δύο πλευρών γίνονται πλήρως κατανοητές και ως προς την αλληλεπίδρασή τους μέσα στο σύστημα.

Με άλλα λόγια, θα τεκμηριώσουμε εάν ο μεταφραστής ανταποκρίθηκε κατάλληλα στα δεδομένα που έλαβε από τον εντολέα του, εάν έλαβε υπόψη του τα δεδομένα και εάν το κείμενο-στόχος ανταποκρίνεται στην αρχική στοχοθεσία. Θα αναδείξουμε εάν οι αποφάσεις του μεταφραστή, όπως αντανακλώνται στην επιλογή των υφολογικών μέσων στο σύστημα-στόχος, επιτρέπουν αναδόμηση γνώσεων, εμπειριών και δεξιοτήτων από τον αποδέκτη. Βάσει όσων εκτέθηκαν στα προηγούμενα μέρη του βιβλίου, προφανώς ο λόγος αντικατοπτρίζει μια νοοτροπία που είναι υπεράνω λέξεων ή γραμματικών δομών. Αυτό σημαίνει ότι ο λόγος του κειμένου-πηγή και ο λόγος του πολιτισμού-στόχος πρέπει να εξεταστούν λαμβάνοντας υπόψη το επικοινωνιακό δυναμικό των καταστάσεων που καλούνται να υπηρετήσουν. Η γλώσσα πρέπει να εξεταστεί και στα δύο συστήματα επικοινωνιακά, ή η επικοινωνία πρέπει να εξεταστεί γλωσσολογικά. Αυτό συνεπάγεται εξέταση του λόγου λειτουργικά, της γλώσσας εκτός και πέρα από την πρόταση, της γλώσσας μέσα στην επικοινωνία και μέσα στα συμφραζόμενα.

Ο εντοπισμός στοιχείων που φωτίζουν εάν

- έχει αξιολογηθεί ο λόγος από τους μεταφραστές και στους συσχετισμούς του στο κάθε σύστημα ξεχωριστά,
- εάν γνωρίζουν τις διαπολιτισμικές διαφορές,
- τα χαρακτηριστικά του λόγου και
- εάν συνεκτίμησαν τα συμφραζόμενα

θα δείξει εάν ο μεταφραστής ανταποκρίθηκε αποτελεσματικά στην επικοινωνιακή κατάσταση και μεταβίβασε επιτυχώς τις γνώσεις που χρειάζεται ο παραλήπτης του μεταφράσματος. Η ανάλυση κάθε κειμένου ξεχωριστά και η αντιπαραβολή των δύο κειμένων, του πρωτοτύπου και του μεταφράσματος, καθώς και η περιγραφή των γνώσεων που έχουν μεταβιβαστεί, θα φωτίσουν τις διαφορές τους.

5.3 Η μελέτη μιας περίπτωσης

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, θα μελετήσουμε τη μετάφραση μιας ιστοσελίδας αυστριακής εταιρείας παραγωγής κουφωμάτων. Το αρχικό κείμενο είναι διατυπωμένο στα Γερμανικά όπως χρησιμοποιούνται στη Γερμανία. Το μετάφρασμα είναι στα Ελληνικά και χρησιμοποιήθηκε μόνο στην ελληνική αγορά. Ο μεταφραστής γνώριζε τον σκοπό της μετάφρασης της ιστοσελίδας. Τα κείμενα θα εξεταστούν κριτικά: Θα εφαρμόσουμε τις βασικές αρχές της Κριτικής Ανάλυσης Λόγου, για να συγκρίνουμε το επικοινωνιακό πλαίσιο τόσο του πρωτοτύπου όσο και του μεταφράσματος ξεχωριστά. Θα ακολουθηθεί η ίδια μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε στο κεφάλαιο 4 για την ανάλυση των διαφορετικών οικονομικών κειμένων. Κύριο μέλημά μας είναι να τεκμηριώσουμε πώς ο μεταφραστής καλλιεργεί την εμπιστοσύνη του έλληνα καταναλωτή στα προϊόντα της αυστριακής εταιρείας. Πώς αξιοποιείται ο λόγος για να προβληθεί η ικανότητα, η θετική προαίρεση και η αξιοπιστία της επιχείρησης – δηλαδή, τα στοιχεία εκείνα που επιτρέπουν την ανάπτυξη εμπιστοσύνης.

Αρχικά θα περιγραφεί το πρωτότυπο και το μετάφρασμα ξεχωριστά. Στη συνέχεια θα συγκριθούν τα αποτελέσματα υπό το πρίσμα της επικοινωνίας γνώσεων, προκειμένου να διαπιστωθεί η αποτελεσματικότητα του μεταφραστή στην επίτευξη επικοινωνιακής επάρκειας και της μείωσης των ασυμμετριών. Η αντιπαραβολή και η συγ(-κριτική) ανάλυση του πρωτοτύπου και του μεταφράσματος αναμένεται να αποκαλύψει εάν οι γνώσεις μεταβιβάστηκαν δεόντως από τον μεταφραστή.

Θα χρησιμοποιήσουμε και τη μηχανική μετάφραση ως διδακτικό εργαλείο: Η αντιπαραβολή του προϊόντος της μηχανικής μετάφρασης με το κείμενο που έχει παραγάγει ο μεταφραστής θα αναδείξει με ιδιαίτερη παραστατικότητα τι σημαίνει να μεταφράζεις ειδικό λόγο – και όχι μόνο.

5.3.1 Το εταιρικό προφίλ

Θα ξεκινήσουμε με το προφίλ της εταιρείας, που καταλαμβάνει τις πρώτες σελίδες. Το κείμενο αυτό δεν χαρακτηρίζεται ως εταιρικό προφίλ. Η θέση του στην ιστοσελίδα αλλά και το περιεχόμενο παραπέμπουν σε προφίλ της επιχείρησης.

A. Το πρωτότυπο εταιρικό προφίλ

Έτσι, έχουμε αρχικά το παρακάτω κείμενο, που μας δίνει στοιχεία για την ιστορία και το σημερινό μέγεθος της επιχείρησης. Συγκεκριμένα, μας δίνει πληροφορίες για τον όγκο των κουφωμάτων που έχουν παραχθεί μέχρι σήμερα. Η επιχείρηση τοποθετείται στην αγορά ως ο μεγαλύτερος κατασκευαστής κουφωμάτων στην Ευρώπη. Μας ενημερώνει επίσης για την πρωτοπορία και τα χαρακτηριστικά της, τη διορατικότητα, την τεχνογνωσία και την έμφαση στην αισθητική. Επίσης, επισημαίνει την πρωτοπορία της έναντι άλλων ανταγωνιστών στα κουφώματα για βιοκλιματικά σπίτια. Σκοπός του κειμένου αυτού είναι, προφανώς, να πείσει για την ικανότητα της επιχείρησης, τη θετική της προαίρεση, καθώς και η καλλιέργεια της αξιοπιστίας εκ μέρους της εταιρείας, για να μπορέσει ο καταναλωτής να εμπιστευτεί τα προϊόντα της. Η πρωτοπορία της εταιρείας σε διάφορους τομείς και το μέγεθός της προβάλλονται ευθύς εξ αρχής:

RICHTUNGSWEISENDE LÖSUNGEN FÜR FENSTER UND TÜREN.

Mit über 17,5 Mio. produziertenistereinheiten ist Supernormfenster die größte Fenstermarke Europas. Supernormfenster ist nicht nur Branchen-, sondern auch Wissensführer – aufgrund der umfassenden Erfahrung etabliert seit 1931. Als Pionier in der Branche war Supernormfenster der erste Lizenznehmer für den Bau von Kunststoff-Fenstern in Österreich. Unternehmerischer Weitblick, technologisches Know-how und ein feines Gespür für Design führen permanent zu Spitzenleistungen. Als einzige Fenstermarke Europas mit sieben Passivhaus- Zertifikaten stellt Supernormfenster die führende Kompetenz für energieeffiziente Fenster und Türen dar und ist europäischer Marktführer bei hoch wärmedämmenden Fenstersystemen. Sie können sich auf branchenführende Produktqualität und Fachhändler mit hoher Dienstleistungskompetenz von der Beratung über die Montage bis zur

Nachbetreuung verlassen. Mit Supernormfenster erwerben Sie größte Sicherheit, mehr Lebensqualität und Wertsteigerung für Ihr Zuhause.

Στο απόσπασμα του εταιρικού προφίλ που παραθέτουμε διακρίνουμε τη χρήση μερικών μόνο όρων (*Kunststoff-Fenstern, Passivhaus, Lizenznehmer, Montage*). Παρατηρούμε τη χρήση λεξιλογίου της κοινής γερμανικής, που δεν απαιτεί ειδικές γνώσεις για την κατανόηση. Ακόμη και οι όροι που προαναφέρθηκαν γίνονται κατανοητοί από τον αναγνώστη που δεν είναι ειδικός.

Το κείμενο, όμως, βρίθει λέξεων, φράσεων και εκφράσεων που χρησιμοποιούνται για να τονίσουν την κορυφαία θέση της εταιρείας στην αγορά των κουφωμάτων και την παροχή άριστων αποτελεσμάτων. Αυτές είναι *richtungsweisend, Branchen-, sondern auch Wissensführer, erste Lizenznehmer, Weitblick, Know-how, ein feines Gespür für Design, einzige Fenstermarke Europas, führende Kompetenz, Marktführer, branchenführende Produktqualität, hoher Dienstleistungskompetenz, größte Sicherheit, mehr Lebensqualität, Wertsteigerung*. Αυτές είναι 25 σε σύνολο 125. Άρα, μία στις πέντε λέξεις χρησιμοποιείται για να προβάλλεται η επιχείρηση και να ενισχύεται η εικόνα της αξιοπιστίας.

Το συντακτικό του κειμένου είναι απλό: Το μήκος των προτάσεων επιτρέπει την εύκολη παρακολούθηση του νοήματος και δεν δυσκολεύει σε κανένα σημείο τον αναγνώστη. Η συνοχή στο κείμενο διατηρείται αποκλειστικά θεματικά. Μόνο στην τελευταία πρόταση (*Mit Supernorm erwerben Sie größte Sicherheit, mehr Lebensqualität und Wertsteigerung für Ihr Zuhause*) χρησιμοποιείται προσωπική αντωνυμία. Στην πρόταση αυτή, η εταιρεία απευθύνεται στον πελάτη/αναγνώστη χρησιμοποιώντας τύπο ευγενείας (*erwerben Sie ..., für Ihr Zuhause*).

B. Η μετάφραση με το google translate

Προτού καταλήξουμε στον μεταφραστή, θα αντιπαραβάλουμε το πρωτότυπο με το προϊόν που μας έδωσε το *google translate*. Μέσα από την αντιπαραβολή του προϊόντος της μηχανικής μετάφρασης με το κείμενο που παρήγαγε ο μεταφραστής, θα αντιληφθούμε πως η άνευ συνειδητοποίησης, κυριολεκτικά μηχανικής, μεταφορά δομών από τον έναν πολιτισμό στον άλλον μπορεί να λειτουργήσει.

Το παραπάνω γερμανικό κείμενο αποδόθηκε από το σύστημα μηχανικής μετάφρασης ως εξής:

Κορυφαίες λύσεις για πόρτες και παράθυρα.

Με πάνω από 17,5 εκατομμύρια μονάδες παράγονται παράθυρο Supernorm είναι ο μεγαλύτερος κατασκευαστής παραθύρων στην Ευρώπη. Super πρότυπο δεν είναι μόνο η βιομηχανία, αλλά και αρχηγός της γνώσης - που δημιουργήθηκε λόγω της εκτεταμένης εμπειρίας από το 1931. Ως πρωτοπόρος στον κλάδο ήταν Supernorm η πρώτη κάτοχος της άδειας για την κατασκευή των πλαστικών παραθύρων στην Αυστρία. Επιχειρηματικό όραμα, τεχνολογική εξειδίκευση και μια έντονη αίσθηση του σχεδιασμού να οδηγήσει σε μόνιμη υπεροχή. Το μόνο παράθυρο παραγωγός με επτά πιστοποιητικά είναι παθητική Supernorm αποτελεί την κορυφαία τεχνογνωσία για αποδοτικά παράθυρα και τις πόρτες, και είναι ο ευρωπαϊκός ηγέτης της αγοράς σε εξαιρετικά μονωτικά συστήματα παραθύρων. Μπορείτε, να κλείσετε σε κορυφαία ποιότητα των προϊόντων και έμπορος με άριστη εξυπηρέτηση των πελατών από τις συμβουλές στο συγκρότημα και μετά. Με Supernorm αγοράζετε μεγαλύτερη ασφάλεια, περισσότερη ποιότητα των τροφίμων και την αξία για το σπίτι σας.

Διαβάζοντας το κείμενο, αντιλαμβανόμαστε τις αδυναμίες του: Από τη μια, έχουμε άστοχες επιλογές λεξιλογίου, που θα μπορούσαν να θεωρηθούν απλώς υφολογικές αδυναμίες, όπως είναι η χρήση του ουσιαστικού *βιομηχανία* αντί *κατασκευαστής*, *αρχηγός της γνώσης* αντί *ηγέτης*, *παραγωγός* αντί *κατασκευαστής* κ.ά. Από την άλλη, το σύστημα μηχανικής μετάφρασης έκανε και σοβαρότερα λάθη: Δεν αναγνωρίστηκε ο πληθυντικός του γερμανικού ουσιαστικού *Fenster* και αποδόθηκε ως ενικός. Δεν αναγνωρίστηκε το όνομα της εταιρείας ως κύριο, αλλά ως συνθετικό λέξημα, που συνηθίζεται στα Γερμανικά. Έτσι, αποδόθηκε ο διακριτικός τίτλος *Supernorm* ως *Super πρότυπο*. Το λέξημα αναγνωρίστηκε από το σύστημα ως σύνθετο ουσιαστικό. Το δεύτερο συνθετικό -norm μεταφράστηκε ως πρότυπο. Αντίθετα, το πρώτο συνθετικό κρατήθηκε αυτούσιο.

Το συγκεκριμένο κείμενο δεν αποτελεί παρά ένα συνονθύλευμα που δεν επιτρέπει την κατανόηση των βασικών ιδιοτήτων της επιχείρησης. Το κείμενο αυτό προκαλεί σύγχυση μιλώντας από τη μία για

παράθυρα και πόρτες και από την άλλη για τρόφιμα στην τελευταία πρόταση. Η ίδια η χαμηλή πληροφοριακή ποιότητα του κειμένου δεν επιτρέπει τη δημιουργία έστω και μικρής αξιοπιστίας.

Γ. Η μετάφραση από τον επαγγελματία μεταφραστή

Ο μεταφραστής παρήγαγε το εξής κείμενο:

ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΑΡΑΘΥΡΑ ΚΑΙ ΠΟΡΤΕΣ

Με πάνω από 17.5 εκατομμύρια κατασκευασμένα παράθυρα η Supernorm είναι ο μεγαλύτερος κατασκευαστής παραθύρων στην Ευρώπη. Η εταιρεία Supernorm δεν κατέχει μόνο την πρώτη θέση ως κατασκευαστής παραθύρων, αλλά είναι και πρώτη σε τεχνογνωσία χάρη στην εμπειρία που έχει αποκτήσει από το 1931. Ως πρωτοπόρος στο χώρο η Supernorm ήταν η πρώτη εταιρεία που πήρε άδεια για την κατασκευή παραθύρων από συνθετικό υλικό στην Αυστρία. Επιχειρηματική διορατικότητα, τεχνογνωσία και μια λεπτή αίσθηση για την αισθητική οδηγούν μόνιμα σε κορυφαία προϊόντα.

Ως μοναδικός κατασκευαστής παραθύρων της Ευρώπης με επτά πιστοποιήσεις που αφορούν στα βιοκλιματικά σπίτια η Supernorm αποτελεί την κορυφαία μονάδα για την κατασκευή κουφωμάτων για την εξοικονόμηση ενέργειας και είναι η κορυφαία εταιρεία κατασκευής θερμομονωτικών συστημάτων παραθύρων. Επιλέγοντας κουφώματα Supernorm εξασφαλίζετε κορυφαία για το χώρο ποιότητα προϊόντος και συνεργάτες με υψηλό επίπεδο επαγγελματισμού που ξεκινάει από την παροχή συμβουλών, την τοποθέτηση των κουφωμάτων μέχρι την φροντίδα και συντήρηση μετά την τοποθέτηση. Με την Supernorm αποκτάτε την μεγαλύτερη δυνατή ασφάλεια, βελτιώνετε την ποιότητα ζωής και αυξάνετε την αξία του σπιτικού σας.

Το μετάφρασμα που παρήγαγε ο μεταφραστής έχει 176 λέξεις, δηλαδή είναι μεγαλύτερο από το γερμανικό πρωτότυπο κατά 50 λέξεις ή 41% περίπου. Βλέπουμε πως κυρίως τα σύνθετα γερμανικά λεξήματα αποδίδονται στα ελληνικά αναλυμένα και συχνά οδηγούν και σε φράση στο ελληνικό κείμενο:

Έτσι, τα διπλά σύνθετα ουσιαστικά *Branchen-, sondern auch Wissensführer*, μεταφράστηκαν με τη φράση *δεν κατέχει μόνο την πρώτη θέση ως κατασκευαστής παραθύρων, αλλά είναι και πρώτη σε τεχνογνωσία*. Αντίστοιχα, το *erste Lizenznehmer*, μεταφράστηκε με φράση ως *η πρώτη εταιρεία που πήρε άδεια*. Με ανάλογο τρόπο προσέγγισε ο μεταφραστής τους σύνθετους όρους *Dienstleistungskompetenz* και *Wertsteigerung*, που αποδόθηκαν με τις φράσεις *με υψηλό επίπεδο επαγγελματισμού* και *αυξάνετε την αξία*, αντίστοιχα.

Τα απλά σύνθετα ουσιαστικά *Produktqualität Lebensqualität* αποσυντέθηκαν στα συστατικά τους μέρη και αποδόθηκαν ως *ποιότητα προϊόντος* και *ποιότητα ζωής*. Υπήρξε και σύνθετο επίθετο που μεταφράστηκε περιφραστικά, όπως το *branchenführende*, που αποδόθηκε ως *κορυφαία για το χώρο*. Άλλα σύνθετα γερμανικά επίθετα μεταφράστηκαν στα ελληνικά μονολεκτικά, όπως το *richtungsweisend*, που αποδόθηκε ως *καινοτόμο*.

Ο μεταφραστής φαίνεται να δημιουργεί ένα κείμενο επικοινωνιακά επαρκές: Και το κείμενο που παρήγαγε προβάλλει την επιχείρηση και τα προϊόντα της: Ο μεταφραστής καταβάλλει προσπάθεια ο έλληνας αποδέκτης να μπορέσει να ανασυστήσει τη γνώση του πρωτοτύπου. Εγκαταλείπει σε αρκετές περιπτώσεις τη μήτρα του γερμανικού λόγου και υιοθετεί έναν λόγο που ταιριάζει στην περίπτωση. Για παράδειγμα, δεν χρησιμοποιεί κάποια γραμμική απόδοση του λεξήματος *Fenstermarke*. Αντί μιας λύσης που θα προέκυπτε από το γερμανικό πρωτότυπο λέξιμα, προκρίνει απόδοση που είναι πιο δόκιμη και αποδίδει το γερμανικό σύνθετο ουσιαστικό ως *κατασκευαστής παραθύρων*.

Και στο ακόλουθο παράδειγμα φαίνεται ανάγλυφα πως ο μεταφραστής μεταβιβάζει τις γνώσεις του πρωτοτύπου κειμένου στα ελληνικά. Έτσι, ανέλυσε τα σύνθετα γερμανικά ουσιαστικά (*Branchenführer, Wissensführer*) και καταλήγει σε λύσεις λειτουργικές¹⁴³ (βλ. παραπάνω). Το πιο συμπυκνωμένο γερμανικό κείμενο αναλύεται. Το μετάφρασμα έχει πια 27 λέξεις, σε σχέση με το πρωτότυπο, που έχει 15. Σημασίες που είναι εγκολλημένες στα γερμανικά ουσιαστικά (*-führer, Branche*), στο μετάφρασμα μεταβιβάζονται με επιθετικό προσδιορισμό ή ακολουθία δύο ουσιαστικών, αντίστοιχα (*πρώτη θέση, κατασκευαστής παραθύρων*):

Supernorm ist nicht nur Branchen-, sondern auch Wissensführer – aufgrund umfassenden Erfahrung etabliert seit 1931.

¹⁴³ Βλ. παραπάνω στην ίδια ενότητα.

Η εταιρεία Supernorm δεν κατέχει μόνο την πρώτη θέση ως κατασκευαστής παραθύρων, αλλά είναι και πρώτη σε τεχνογνωσία χάρη στην εμπειρία που έχει αποκτήσει από το 1931.

Αξίζει να ενσκήψουμε στη μεταβίβαση πραγματολογικών δεδομένων. Στην ακόλουθη περίοδο γίνεται μνεία της βράβευσης της εταιρείας σε συγκεκριμένο τομέα. Στο πρωτότυπο κείμενο, γίνεται αναφορά στα *Passivhaus- Zertifikate*. Πρόκειται για πιστοποιήσεις που αποδίδονται από συγκεκριμένο οργανισμό που είναι αρκετά γνωστός στον γερμανόφωνο κόσμο.¹⁴⁴ Στο μετάφρασμα, η φράση *mit sieben Passivhaus-Zertifikaten* αποδίδεται με τη γενικότερη διατύπωση *με επτά πιστοποιήσεις που αφορούν στα βιοκλιματικά σπίτια*.

Αφενός, ο μεταφραστής θα μπορούσε να είχε παραπέμψει στον συγκεκριμένο οργανισμό ή/και να παράσχει και κάποιες σχετικές πληροφορίες από την ιστοσελίδα του. Εδώ ο αναγνώστης του μεταφράσματος στερείται κάποιες πληροφορίες. Ο αποδέκτης του μεταφράσματος δεν έχει τη δυνατότητα να ενημερωθεί για τις εν λόγω πιστοποιήσεις. Σε άλλο κείμενο της ιστοσελίδας, γίνεται, βέβαια, μνεία των συγκεκριμένων πιστοποιήσεων, χωρίς παραπομπή από την πρώτη στη δεύτερη ή αντίστροφα. Ούτε εδώ παρατίθενται περισσότερες πληροφορίες του γερμανικού θέσμιου:

... το αρμόδιο ινστιτούτο για βιοκλιματικές κατοικίες (Passivhausinstitut Dr. Wolfgang Feist).

Αφετέρου, ο μεταφραστής προφανώς δεν αντιλήφθηκε πως ο όρος βιοκλιματικό κτήριο δηλώνει, όμως, διαφορετική έννοια.¹⁴⁵ Παραθέτουμε τον εξής ορισμό:

Η βιοκλιματική αρχιτεκτονική αφορά στο σχεδιασμό κτιρίων και χώρων (εσωτερικών και εξωτερικών- υπαίθριων) με βάση το τοπικό κλίμα, με σκοπό την εξασφάλιση συνθηκών θερμικής και οπτικής άνεσης, αξιοποιώντας την ηλιακή ενέργεια και άλλες περιβαλλοντικές πηγές αλλά και τα φυσικά φαινόμενα του κλίματος. Βασικά στοιχεία του βιοκλιματικού σχεδιασμού αποτελούν τα παθητικά συστήματα που ενσωματώνονται στα κτίρια με στόχο την αξιοποίηση των περιβαλλοντικών πηγών για θέρμανση, ψύξη και φωτισμό των κτιρίων.

Από τον ορισμό προκύπτει πως το βιοκλιματικό σπίτι είναι έννοια επάλληλη του όρου *Passivhaus*. Εμείς θα προτείναμε τη λύση *παθητικό σπίτι* ή *ενεργειακά παθητική οικία*. Μπορεί να μην είναι δόκιμοι όροι στα Ελληνικά, όπου χρησιμοποιείται μεταξύ ειδικών ο όρος *παθητικό σύστημα*. Επειδή το κείμενο αποτελεί επικοινωνία της εταιρείας με ειδικούς (μηχανικούς, αρχιτέκτονες, εργολάβους κ.λπ.), αλλά και με μη ειδικούς, τους υποψήφιους πελάτες, η χρήση της λύσης που προτείνουμε είναι, αφενός, κατανοητή από τους ειδικούς, αφετέρου δείχνει στον αδαή πελάτη πως τα προϊόντα της εταιρείας μπορούν να χρησιμοποιηθούν και στο δικό του σπίτι, που δεν είναι βιοκλιματικό. Η επιλογή του μεταφραστή να χρησιμοποιήσει τον όρο *βιοκλιματικό σπίτι* μπορεί να πλήξει τις πωλήσεις της εταιρείας. Ο καταναλωτής θα μπορούσε να θεωρήσει πως τα συγκεκριμένα προϊόντα είναι πολύ εξειδικευμένα.

Γενικότερα, είμαστε της άποψης πως οι έννοιες αυτές θα απαιτούσαν διαφορετική διαχείριση από τον μεταφραστή σε συνεργασία με τον εντολέα. Πιστεύουμε πως οι έννοιες *βιοκλιματικό σπίτι*, *παθητικό σύστημα* δεν είναι τόσο διαδεδομένες στην Ελλάδα και –όπως εμφανίζονται εδώ– απευθύνονται περισσότερο στον Γερμανό ή Αυστριακό. Μην ξεχνάμε πως η ιστοσελίδα είναι στα Γερμανικά και η εταιρεία έχει την έδρα της στην Αυστρία. Ο Usunier (2010: 191) γράφει:

When companies have a definite home-country with homogenous employees in terms of nationality and culture, all of them speaking the same language that conveys cultural codes and particular communication patterns, Web site design and content are likely to be influenced by their communication style

Εμείς θα συμβουλεύαμε τον εντολέα να προσαρμόσει το κείμενο στα ελληνικά δεδομένα. Μια ήπια τοπική προσαρμογή θα ήταν ενδεδειγμένη.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Βλ. σχετικά την ιστοσελίδα

http://passiv.de/de/02_informationen/01_wasistpassivhaus/01_wasistpassivhaus.htm (05.03.2015).

¹⁴⁵ http://www.cres.gr/kape/education/bioclimatic_brochure.pdf.

Αποτιμώντας το έργο του μεταφραστή, μπορούμε να πούμε πως γλωσσικά παρήγαγε ένα κείμενο που όντως αντανakλά αξιοπιστία. Δεν υπέπεσε σε γλωσσικά σφάλματα. Η αντιπαραβολή με το αποτέλεσμα που έδωσε το *google translate* μας δείχνει σε κάποιον βαθμό τι είδους λάθη θα μπορούσε να κάνει ένας ανυποψίαστος μεταφραστής. Επειδή το κείμενο που εξετάσαμε είναι το έργο επαγγελματία μεταφραστή, θα μας απογοήτευε ιδιαίτερα η παρουσία γλωσσικών αδυναμιών.

Ωστόσο, η αδυναμία του μεταφραστή να αναπαραγάγει το αντίστοιχο εξωγλωσσικό αποτέλεσμα με το πρωτότυπο στο σημείο όπου γίνεται αναφορά στα *Passivhaus* και στις πιστοποιήσεις μάς προβληματίζει. Είμαστε της άποψης πως ο μεταφραστής δεν λειτούργησε – ως όφειλε –¹⁴⁷ ως σύμβουλος του εντολέα. Προσωπικά θα του είχαμε επισημάνει την ασυμβολή και πηγή επικοινωνιακής ασυμμετρίας.

¹⁴⁶ Υποκειμενική μας γνώμη είναι πως ο μεταφραστής θα έπρεπε να συμβουλέψει τον εντολέα του να προασραμόσει το κείμενο προς την κατεύθυνση των ενεργειακών/περιβαλλοντικών προδιαγραφών που ισχύουν στην Ελλάδα.

¹⁴⁷ Για τον ρόλο του μεταφραστή ως συμβούλου σε θέματα διαπολιτισμικής επικοινωνίας, βλ. Βλαχόπουλος, 2010: 150-155.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Βλαχόπουλος, Σ. (2010). *Μετάφραση και Δημιουργικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

Ξενόγλωσση

Carr, S.M. (2007). *Translating and Interpreting Conflict*. Amsterdam/New York: Rodopi, 99-119.

Hatim, B. & Mason, I. (1990). *The Discourse and the Translator*. London and New York: Longman.

Hatim, B. & Mason, I. (1997). *The Translator as Communicator*. London: Routledge.

Usunier, J.C. (2010). The influence of high- and low-context communication styles on the design, content, and language of business-to-business web sites. *Journal of business communication*, τ.47, 189-227.

Valdeon, A., R. (2007). Ideological Independence or Negative Mediation: BBC Mundo and CNN en Español's Reporting of Madrid's Terrorist Attacks. Στο S.M. Carr (επιμ.). *Translating and Interpreting Conflict*. Amsterdam/New York; Rodopi, 99-119.

Ασκήσεις κεφαλαίου 5

Άσκηση 1

Το ακόλουθο απόσπασμα από το εταιρικό προφίλ της εταιρείας αποδόθηκε με το google translate. Το κείμενο δεν είναι δημοσιεύσιμο. Επιμεληθείτε το, ώστε να καταστεί δημοσιεύσιμο στην ελληνική ιστοσελίδα του δικαιοδότη.

A. Πρωτότυπο

BRANCHENFÜHRENDE, TECHNOLOGISCH CLEVERE UND NACHHALTIGE LÖSUNGEN – SEIT 79 JAHREN Supernorm, der Pionier im Kunststoff-Fenster, beherrscht als einziger Fensterhersteller die „Gesamtkonzeption Fenster- System“ – von der Forschung und Entwicklung, Extrusion, Isolierglasfertigung bis zur Logistik.

Als die Nummer eins im Markt gibt Supernorm den Takt an und setzt europaweit Maßstäbe. In den modernsten Fensterwerken Europas in Traun, Sarleinsbach und Lan- nach werden Qualitätsprodukte zu 100 % „Made in Austria“ entwickelt und produziert. Die europaweit 1.800 Mitarbeiter sind im Kern detailverliebte Spezialisten, die mit viel Leidenschaft und Erfindergeist agieren. Dies zeigt sich in der enormen Sortimentsbreite/-tiefe und die führende Position bei hoch wärmedämmenden Fenster- und Türsystemen. Dank konsequenter Qualitäts- und Innovationsstrategie ist Supernorm auf dem letzten Stand der Technik.

Mit einem Supernorm-Produkt – ganz gleich ob Fenster aus Kunststoff oder Holz/Alu, Hauseingangstüren aus Aluminium oder Holz/Alu, Sonnen- und Insektenschutzsysteme – entscheiden Sie sich für beste Verarbeitung und damit für eine nachhaltige Investition. Die „Gesamtkonzeption Fenstersystem“ ist komplett in eigenen Händen – von der Forschung und Entwicklung über die eigene Extrusion, Glasproduktion und modernste, ausgeklügelte Fertigungstechnologien bis zur Logistik. Jedes Supernorm-Produkt wird nach Maß und nach Ihren individuellen Wünschen gefertigt und ist über die so genannte „Identity Nr.“ lückenlos dokumentiert. Daher bietet Ihnen Supernorm einzigartige, branchenführende Produktqualität und umfangreiche Garantien.

B. Προϊόν google translate

Τεχνολογία αιχμής, έξυπνες και βιώσιμες λύσεις - ΓΙΑ 79 ΧΡΟΝΙΑ Σούπερ κανόνας, ο πρωτοπόρος σε πλαστικά παράθυρα, κυριαρχεί συνολικό σύστημα σχεδιασμού των παραθύρων μόνο κατασκευαστές παραθύρων -»- από την έρευνα και την ανάπτυξη, εξώθηση, μονωτικές παραγωγής γυαλιού στην εφοδιαστική.

Ως το νούμερο ένα στην αγορά είναι εξαιρετικά πρότυπο με το ρολόι και καθορίζει τα πρότυπα σε ολόκληρη την Ευρώπη. Στα πιο σύγχρονα εργοστάσια στην Ευρώπη παράθυρο στο Traun, Sarleinsbach και προσγείωση για την ποιότητα της παραγωγής-τε είναι 100% αναπτυχθεί και παράγεται "Made in Austria". Ευρώπη 1.800 εργαζόμενοι λεπτομέρεια ειδικούς, οι οποίοι δρουν με πάθος και εφευρετικότητα στον πυρήνα. Αυτό αντανακλάται στην τεράστια γκάμα πλάτος / βάθος και την ηγετική θέση στην εξαιρετικά μονωτικά, βάλτους και συστήματα θυρών. Χάρη στη συνεπή ποιότητα και τη στρατηγική της καινοτομίας Σούπερ κανόνας σχετικά με την κατάσταση της τέχνης.

Με μια υπερ-τυποποιημένο προϊόν - αν τα παράθυρα είναι κατασκευασμένα από πλαστικό ή ξύλο / αλουμίνιο, πόρτες Hausein-είσοδος από τα συστήματα προστασίας εντόμων αλουμινίου ή ξύλου / αλουμινίου, τον ήλιο και - μπορείτε να επιλέξετε την καλύτερη ποιότητα κατασκευής και ως εκ τούτου των βιώσιμων επενδύσεων. Το «συνολικό σύστημα παράθυρο σχεδίασης" είναι εξ ολοκλήρου στα χέρια σας - από την έρευνα και την ανάπτυξη για το αυγό που δημιουργείται εξώθηση, παραγωγής γυαλιού και τις πιο σύγχρονες, εξελιγμένες τεχνολογίες παραγωγής στις Lo-logistics. Κάθε σούπερ-πρότυπο προϊόν είναι κατασκευασμένο για τη μέτρηση και ανάλογα με τις ανάγκες σας και είναι πλήρως τεκμηριωμένη σχετικά με το λεγόμενο "Ταυτότητα όχι.". Ως εκ τούτου, προσφέρει σούπερ πρότυπο μοναδική, κορυφαία ποιότητα των προϊόντων και ολοκληρωμένη εγγυήσεις.

Απάντηση/Λύση

Η ακόλουθη μετάφραση αποτελεί ενδεικτική μετάφραση του παραπάνω πρωτοτύπου. Πρόκειται για το κείμενο που παρήγαγε επαγγελματίας μεταφραστής.

ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ, ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΑ ΕΞΥΠΝΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ – ΕΔΩ ΚΑΙ 79 ΧΡΟΝΙΑ

Η Supernorm, ο πρωτοπόρος στο παράθυρο από συνθετικό υλικό, κατέχει ως μοναδικός κατασκευαστής παραθύρων το ολοκληρωμένο πρόγραμμα διαχείρισης της παραγωγής παραθύρων που περιλαμβάνει όλα τα στάδια – από την έρευνα και εξέλιξη, την προώθηση, την κατασκευή μονωτικών υαλοπινάκων μέχρι τη διακίνηση. Ως το νούμερο ένα στην αγορά η Supernorm υπαγορεύει νέα πρότυπα σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Στα πιο σύγχρονα εργοστάσια παραθύρων της Ευρώπης στο Traun, Sarleinsbach και το Lannach αναπτύσσονται και παράγονται υψηλής ποιότητας προϊόντα που είναι 100 % „Made in Austria“. Οι 1.800 ειδικευμένοι συνεργάτες μας έχουν πάθος με τη λεπτομέρεια και εργάζονται με γνώμονα αυτό το πάθος και την εφευρετικότητα. Αυτό αντανακλάται στην μεγάλη γκάμα των επιλογών που προσφέρεται και στην ηγετική θέση των συστημάτων παραθύρων και πορτών υψηλής θερμομόνωσης. Χάρη στην αποτελεσματική στρατηγική για την επίτευξη της ποιότητας και της καινοτομίας η Supernorm χρησιμοποιεί την αιχμή της τεχνολογίας. Με τα προϊόντα της εταιρείας – είτε πρόκειται για παράθυρο από συνθετικό υλικό ή συνδυαστικής κατασκευής ξύλου και αλουμινίου, ή πόρτες κεντρικής εισόδου από αλουμίνιο ή συνδυαστικής κατασκευής ξύλου και αλουμινίου, είτε συστήματα προστασίας από τον ήλιο και από τα έντομα – επιλέγετε άριστη κατασκευή και κάνετε μια διαχρονική επένδυση.

Το ολοκληρωμένο πρόγραμμα διαχείρισης της παραγωγής παραθύρων βρίσκεται εξολοκλήρου στα χέρια της εταιρείας – από την έρευνα, την εξέλιξη, την κατασκευή υαλοπινάκων, τις πρωτοποριακές τεχνικές συναρμολόγησης μέχρι την διακίνηση. Κάθε προϊόν της εταιρείας μας συναρμολογείται κατά παραγγελία, στα μέτρα και σύμφωνα με τις επιθυμίες του πελάτη, και παρακολουθείται μέσω του ιδιαίτερου αριθμού ταυτότητάς του. Για αυτούς τους λόγους η Supernorm σας προσφέρει μοναδική και κορυφαία στο χώρο ποιότητα προϊόντος και εκτεταμένη εγγύηση.

Άσκηση 2

Τι παρατηρείτε συγκρίνοντας το πρωτότυπο και το μετάφρασμα (μήκος, ποιότητα, σφάλματα); Τι τεχνικές δυσκολίες γεννώνται με το μετάφρασμα και τη δημοσίευσή του;

Απάντηση/Λύση

Στο πρωτότυπο γίνεται λόγος για τις ποιοτικές λύσεις που προσφέρει η εταιρεία, την έκταση του δικτύου της, καθώς και τη μεθοδικότητα του σχεδιασμού, της παραγωγής, της μεταφοράς και τοποθέτησης του κουφώματος. Δίδεται έμφαση στην ποιότητα και στον έλεγχο της συνολικής παραγωγής του κουφώματος από το εργοστάσιο. Σκοπός, και εδώ, φαίνεται να είναι η καλλιέργεια εικόνας αξιοπιστίας και του απόλυτου ελέγχου διαδικασιών και προϊόντων. Επίσης, ο πελάτης μαθαίνει για την εξατομικευμένη φροντίδα, τόσο τη δική του όσο και του κουφώματος που προμηθεύεται. Το κείμενο κλείνει και αφήνει τον αναγνώστη με την αίσθηση της σιγουριάς που του αφήνουν οι εγγυήσεις που προσφέρει η εταιρεία.

Η πρώτη ματιά στο ελληνικό μετάφρασμα αποκαλύπτει πως πρόκειται για κείμενο μεγαλύτερης έκτασης. Το γερμανικό πρωτότυπο αριθμεί 205 λέξεις. Το δε ελληνικό ανέρχεται σε 268 λέξεις. Η σημασία της παρατήρησης δεν πρέπει να υποτιμάται – κυρίως όταν σχεδιάζονται πολύγλωσσες ιστοσελίδες ή έντυπα με πανομοιότυπη δομή. Ένα κείμενο κατά 30% μεγαλύτερο μπορεί να απαιτήσει διαφορετική διάρθρωση της ιστοσελίδας ή του εντύπου – εις βάρος, λ.χ., φωτογραφιών, εικόνων, μεγέθους γραμματοσειράς. Η αύξηση του μεγέθους του ελληνικού κειμένου οφείλεται, κυρίως, στην ανάλυση των γερμανικών σύνθετων λέξεων, τόσο σε επίπεδο προσδιορισμών όσο και ουσιαστικών σε ρόλο αντικειμένου ή υποκειμένου. Σταχυολογώντας, αναφέρουμε τα παρακάτω:

branchenführend αποδόθηκε ως ο πρωτοπόρος στο παράθυρο από συνθετικό υλικό
europaweit ως σε πανευρωπαϊκό επίπεδο
Gesamtkonzeption Fenster-System ως
το ολοκληρωμένο πρόγραμμα διαχείρισης της παραγωγής παραθύρων
Isolierglasfertigung ως κατασκευή μονωτικών υαλοπινάκων
Sonnen- und Insektenschutzsysteme ως συστήματα προστασίας από τον ήλιο και από τα έντομα
Hauseingangstüren ως πόρτες κεντρικής εισόδου

Φαίνεται πως η μετάφραση των σύνθετων λεξημάτων διογκώνει το ελληνικό κείμενο. Τα παραδείγματα που παραθέσαμε μας πείθουν πως κάθε σύνθετο γερμανικό λέξημα παράγει τουλάχιστον δύο και περισσότερες λέξεις κατά τη μετάφραση. Ο μεταφραστής δεν είχε λόγο να αποκλίνει σημαντικά από τη σύνταξη του πρωτοτύπου. Διατήρησε τις περιόδους. Το γερμανικό πρωτότυπο δεν τον δυσκόλεψε σίγουρα συντακτικά. Εάν, όμως, εξετάσουμε τις πληροφορίες που περιέχει το πρωτότυπο και τις συγκρίνουμε με τις πληροφορίες του μεταφράσματος, θα διαπιστώσουμε ασυμμετρία. Στο πρωτότυπο γίνεται μνεία μιας διαδικασίας, Extrusion (die), η οποία παραλείπεται στο μετάφρασμα.

Επίλογος

Η συνεννόηση μεταξύ ανθρώπων που ζουν και δρουν σε διαφορετικά πολιτισμικά πλαίσια προϋποθέτει την ύπαρξη γέφυρας επικοινωνίας. Η γέφυρα αυτή πρέπει να είναι κατάλληλα δομημένη. Δεν αρκεί –απλώς– η χρήση γλωσσικού υλικού. Η γέφυρα επικοινωνίας δεν μπορεί να σταθεί, εάν το γλωσσικό υλικό δεν συνδυαστεί με πολιτισμικές και θεματικές γνώσεις.

Αυτό φάνηκε και στις γέφυρες με τις οποίες ασχοληθήκαμε εμείς: Αντικείμενο του βιβλίου είναι η μελέτη της μετάφρασης οικονομικών κειμένων ως διαπολιτισμικής επικοινωνίας γνώσεων, και στο επίκεντρο βρίσκονται οι οικονομικοί πολιτισμοί της Γερμανίας και της Ελλάδας. Η απόσταση που χωρίζει τους συγκεκριμένους οικονομικούς πολιτισμούς δύσκολα μετριέται: Ωστόσο, είναι βέβαιο, πως δεν είναι ίδιοι. Διαφορετικά λειτουργούμε εμείς ως Έλληνες στην οικονομική μας καθημερινότητα, και διαφορετικά οι Γερμανοί. Στην εισαγωγή του εγχειριδίου παραθέτουμε τον γερμανό ιστορικό Abelshauser (2013), που κατατάσσει την Ελλάδα, ως προς τον οικονομικό πολιτισμό, στις βαλκανικές χώρες, μαζί με τη Ρουμανία, τη Βουλγαρία, την Κύπρο και τα υπόλοιπα δυτικά Βαλκάνια, ενώ περιγράφει όλες τις πτυχές της οικονομικής πραγματικότητας στην Ελλάδα και στη Γερμανία ως εντελώς διαφορετικές. Είτε συμφωνούμε είτε διαφωνούμε, η ίδια η συζήτηση περί της άποψης αυτής είναι επικοινωνιακή πρόκληση και απαιτεί την οικοδόμηση γέφυρας επικοινωνίας.

Η διαδρομή που ακολουθήσαμε στο βιβλίο είχε ως αφετηρία την περιγραφή των εννοιών της μετάφρασης, του (οικονομικού) πολιτισμού και των μεταξύ τους αλληλεπιδράσεων, καθώς και την ανάλυση της ειδικής γλώσσας, την περιγραφή της ειδικής επικοινωνίας, της οικονομικής γλώσσας στο δεύτερο κεφάλαιο. Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράψαμε την επικοινωνία γνώσεων, και, λαμβάνοντας υπόψη διάφορους επικοινωνιακούς, πολιτισμικούς και γλωσσικούς παράγοντες, ορίσαμε τη μετάφραση ειδικών κειμένων ως διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάσαμε την έννοια της Κριτικής Ανάλυσης του Λόγου (ΚΑΛ) και την ίδια την έννοια του λόγου. Με τη βοήθεια της ΚΑΛ εξετάσαμε δείγματα οικονομικού λόγου από τη γερμανική και την ελληνική οικονομική πραγματικότητα, εξετάζοντας πώς δομούνται σχέσεις εμπιστοσύνης. Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο αναλύσαμε μια περίπτωση μετάφρασης αποσπάσματος από ιστοσελίδα εταιρικού προφίλ. Γνώμονάς μας ήταν ο ορισμός της μετάφρασης ειδικών κειμένων που δόθηκε στο τρίτο κεφάλαιο, και εργαλείο μας η ΚΑΛ.

Αυτό που φάνηκε είναι πως η μετάφραση οικονομικών κειμένων είναι τελικά ζήτημα διαπολιτισμικό, ζήτημα επικοινωνίας και ζήτημα γνωσιακό. Η πολυτροπικότητα του οικονομικού λόγου δεν επιτρέπει και την ενιαία αντιμετώπιση των μεταφραστικών δυσκολιών που οφείλονται στις γλωσσικές, πολιτισμικές και θεματικές ασυμβατότητες. Η μετάφραση ειδικών κειμένων είναι μορφή ειδικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας, και η επιτυχής μεταβίβαση της γνώσης εξαρτάται άμεσα από τους χειρισμούς του μεταφραστή κατά τη διαμόρφωση του γλωσσικού πλαισίου που επιτρέπει την αναδόμηση της μεταβιβαζόμενης γνώσης από τον παραλήπτη στον δικό του πολιτισμό και έμπειρο σύστημα. Οποσδήποτε φάνηκε πως η επιτυχής μετάφραση προϋποθέτει ο μεταφραστής να διαθέτει απαραίτητως τη γνώση των μηχανισμών της ειδικής επικοινωνίας μέσα και πέρα από ένα έμπειρο σύστημα, των μηχανισμών της διαπολιτισμικής επικοινωνίας και της αλληλεπίδρασης με το γλωσσικό υλικό.

Σε πολλά κεφάλαια του βιβλίου χρησιμοποιήσαμε για διδακτικούς σκοπούς το google translate. Επαναλαμβάνω πως δεν είναι σκοπός μας να μειώσουμε τη λειτουργία του συστήματος. Εμείς χρησιμοποιήσαμε τα προϊόντα της μηχανικής μετάφρασης για να γίνουν ορατά τα όριά τους και να φανεί η διαφορά με το αποτέλεσμα που παράγει ο μεταφραστής.

Κάθε κεφάλαιο πλαισιώνεται από ασκήσεις. Οι ασκήσεις έχουν ως σκοπό όχι απλώς να εμπεδώσουν την ύλη των αντίστοιχων κεφαλαίων. Κάποιες ασκήσεις προσφέρουν νέες γνώσεις στον αναγνώστη μέσα από τη διαδικασία της επίλυσης προβλημάτων. Εξυπακούεται πως οι ασκήσεις δεν είναι εξαντλητικές. Ο διδάσκων του μαθήματος παροτρύνεται να χρησιμοποιήσει και δικό του υλικό – ανάλογα με τις ώρες που έχει στη διάθεσή του και με τα μαθησιακά αποτελέσματα που πρέπει να επιτευχθούν.

Με το ανά χείρας βιβλίο δώσαμε μόνο μια πολύ μικρή γεύση για το τι είναι οικονομική μετάφραση. Οι ορίζοντες που ανοίγονται στην έρευνα είναι μεγάλοι: Η πολυτροπικότητα του οικονομικού λόγου και ο πολύ μεγάλος αριθμός συνδυασμών των οικονομικών πολιτισμών που μπορούν να συναντηθούν κατά τη μετάφραση αφήνουν πολλά περιθώρια για περαιτέρω σκέψεις και αναλύσεις. Φυσικά, δεν πρόκειται ποτέ να εξαντληθεί η επιστημονική περιγραφή και ανάλυση όλων αυτών των δυνατών συνδυασμών. Η δε

δυναμικότητα των (οικονομικών) πολιτισμών θα περιορίζει σύντομα την εγκυρότητα οποιασδήποτε χρονικά περιορισμένης ανάλυσης και θα καλεί για επικαιροποίηση.

Η διαπολιτισμική επικοινωνία γνώσεων είναι διαθεματικό πεδίο: Δεν αρκεί η ενασχόληση από την πλευρά της γλώσσας και της επικοινωνίας. Η φύση της επιβάλλει τη συνεργασία ειδικών από τον χώρο της οικονομίας και της επικοινωνίας, προκειμένου να κατανοηθούν οι μηχανισμοί της. Αυτό που πρέπει να διερευνηθεί διεξοδικότερα είναι η διαπολιτισμική επικοινωνία μεταξύ ειδικών, αφενός αμιγώς και αφετέρου η διαπολιτισμική επικοινωνία ειδικών με μη ειδικούς. Οφείλουμε να φωτίσουμε τη διαχείριση της γνώσης εκατέρωθεν του πολιτισμικού και (ενδεχομένως) του γνωσιακού ρήγματος. Αυτό θα ρίξει φως και στο πώς (πρέπει να) λειτουργούν οι μεταφραστές ειδικών κειμένων: Θα φανεί πώς διαχειρίζονται ειδική γνώση; Πώς την αντιλαμβάνονται και σε ποια έκταση; Ποια είναι η διαφορά μεταξύ του ειδικού και ενός μεταφραστή που καλείται να μεταφράσει ειδικό λόγο; Πόση (σε έκταση και σε βάθος) θεματική γνώση πρέπει να έχει ο μεταφραστής; Κατά την άποψή μας, αυτά είναι τα ζητήματα που χρήζουν περαιτέρω διερεύνησης στον χώρο της μετάφρασης των ειδικών κειμένων. Όσο περισσότερο προσεγγίσουμε τις απαντήσεις σε αυτά τα ερωτήματα, τόσο θα κατανοούμε τους σχετικούς μηχανισμούς και θα βελτιώνουμε την εκπαίδευση των μεταφραστών αλλά και εκείνων που συναλλάσσονται διαπολιτισμικά.

Εάν καταφέρουμε και οι φοιτητές μας – σε προσωπικό επίπεδο ο καθένας ξεχωριστά – προβληματιστούν σχετικά με τα ερωτήματα που θέσαμε προς μελλοντική διερεύνηση, εάν οι φοιτητές μας αντιληφθούν τα όριά τους, αντιληφθούν την ανάγκη για διεύρυνση των προσωπικών τους ορίων, και την ευθύνη τους απέναντι στον εντολέα αλλά και απέναντι στον εαυτό τους, τότε το βιβλίο έχει πετύχει τον στόχο του.

Ευρετήριο επιστημονικών όρων και ονομάτωνⁱ

A

Abelshauser, 13, 21, 24, 25, 31, 40, 174
Ammon, 14, 21
Antonelli, 82, 102
Arntz, 67, 102, 104
Autonome Provinz Bozen, 30

B

Bassnett, 17
Bausch, 47, 67
Benes, 21
Beneš, 14, 21
BLEU scores, 35, 43
Bolten, 18, 21, 47, 57, 67, 80, 81, 102
Boyd, 12, 23
Brislin, 38, 40
Brown and Yule, 110
Buhlmann, 47, 53, 56, 57, 67, 91, 102
Bungarten, 67, 68, 69, 103
Burger, 98, 102
Burt, 137
Byers, 102

C

Camerer, 137
Canary, 77, 102, 105
Carr, 163, 170
Catford, 16, 21, 89, 102
Chilton, 112, 134, 136
Ciuk, 85, 102
Cosmai, 18, 21
Cronin, 17, 21, 85, 86, 102
Crystal, 83, 84, 103

D

Dahl, 15, 21, 36, 37, 40
Darbelnet, 51, 67
Daum, 114, 136
Davier, 132, 136
Davis, 113, 137
Davy, 83, 103
Desinger, 64, 65, 68
DIN, 10, 51, 68, 131
Drozd, 14, 21, 50, 68
Du-Babcock, 40

E

Engberg, 15, 18, 21, 22, 48, 68, 78, 81, 91, 103
Eppler, 78, 79, 81, 88, 91, 92, 103, 106, 112

F

Fairclough, 110, 111, 112, 136, 163
falls, 116

Fasold, 110, 136
Fearn, 47, 48, 52, 53, 56, 57, 67, 91, 102
Fillmore, 93
Fluck, 47, 50, 57, 68
Fraser, 96, 103
Friedman, 87
Frischkopf, 68

G

Galinsky, 37, 41
Gallagher, 16, 22, 89, 103
Garzone, 88, 103
Gast, 114
Gémar, 67, 68
Gerzymisch-Arbogast, 22
Gestion financière de la recherche, 34
Giddens, 77, 103
Gläser, 48, 68
Glasversicherung, 34
Goby, 37, 40
google translate, 19, 26, 27, 28, 29, 30, 100, 101, 162, 166, 169, 171, 174
Gortych-Michalak, 18, 22
Gotti, 18, 22
Grabowski, 48, 68
Grant, 111, 136
Grant & Hardy, 111
Grzymisch-Arbogast, 16, 89, 103
Guiso, 12, 23

H

Hall, 30, 31, 40
Halliday, 55, 68, 111, 136
Harada, 82, 103
Hardy, 136
Hatim, 163, 164, 170
Henne, 47, 68
Herrmann-Pillath, 77, 103
Higi-Wydlar, 99, 103
Hoffmann, 14, 15, 18, 22, 47, 48, 68, 71, 91, 103
Hofstede, 31, 32, 37, 38, 40
Holden, 37, 40
Holmes, 16, 17, 19, 22, 23
Horst, 68
House, 16, 22

J

Jackson, 95, 96, 103
James, 23, 85, 102
Jaworski, 136
Johns, 76, 91, 103
Jüngst, 23

K

Kalverkämper, 22, 47, 56, 68, 69, 104
Kalverkämper, 18, 22

Kautz, 92, 93, 95, 96, 103
Kelletat, 88, 103
Kemmer, 60, 68
Koller, 16, 22, 54, 89, 103
König, 30, 41
Kopper, 13, 22
Kovtyk, 18, 22
Krings, 29, 36, 40, 41, 86, 104
Kulturexperte, 37
Kussmaul, 36, 41, 89, 104

L

Lambert, 16
Larson, 86, 104
Lauring, 37, 41
Lavault-Olléon, 18, 22
Lederer, 28, 41
Leung, 38, 39, 41
Leuven-Zwart, 23
Lewandowski, 38
Littmann, 14, 22, 53, 68, 69
logogenesis, 111
Lörscher, 29, 36, 41

M

Mackenzie, 89, 104
Maddux, 37, 41
Magris, 18, 23
Mason, 163, 164, 170
Mayer, 113, 137
McMenamin, 83, 104
Mcphee, 77, 102, 105
Mentrup, 67, 68, 69
Möhn, 15, 22, 46, 47, 49, 50, 53, 56, 69
Montgomery, 39, 41
Munday, 15, 16, 23
Muß-, Soll- und Kann- Bestimmungen, 116

N

Neubert, 16, 23, 69
Nida, 16, 17, 23, 89, 104
Nikolopoulos, 35, 41
Nord, 41, 104
Nye, 32, 41

P

PACTE, 10, 29, 36, 41, 104
Pelka, 15, 22, 46, 47, 49, 50, 53, 56, 69
Piekkari, 37, 41, 42
Pleines, 31, 41
Pohosyan, 18, 23

R

realia, 33
Rega, 18, 23
Reinart, 18, 23
Reinhardt, 50, 69
Reiss, 88, 104
Reiß, 16, 87
Reynolds, 114, 137
Richerson, 12, 23

Risku, 15, 79, 104
Roelcke, 14, 23, 48, 49, 52, 56, 69
Roos, 99, 104
Röpnack, 103
Rousseau, 113, 137
Ruge, 126, 137

S

Salamon, 12, 23
Säntti, 41, 42
Sapienza, 23
Šarčević, 22
Scarbrough, 82, 104
Scarpa, 18, 23
Scheck, 68
Schmitt, 18, 23
Schoorman, 113, 137
Schreiber, 88, 104
Schröder, 47, 68, 69
Schubert, 69, 71, 72, 104
Seibicke, 14, 21, 50, 68
Seifried, 103
Seleskovitch, 28, 41
Seliger, 68
Selmer, 37, 41
Shreve, 16, 23, 29, 36, 41
Sitkin, 137
Snell-Hornby, 16, 23, 89, 104
Spencer-Oatey, 31, 36, 41
Spillner, 14, 83, 85, 104
Stolze, 18, 23, 33, 42, 52, 54, 55, 56, 69, 83, 88, 93, 104
Stubbs, 110, 137
Szulanski, 104

T

Taraman, 99, 105
term, 111
Tienari, 41, 42
Tirkkonen-Condit, 36, 42, 105
Tourney, 16, 23
Trudgill, 82, 105
Tsoukas, 77, 79, 91, 105

U

unclaimed assets, 33
unclaimed assets funds, 33
Usunier, 168, 170

V

Vaara, 37, 41, 42
Valdeon, 170
Valdeón, 163
van Dijk, 110, 111, 112, 137
Vermeer, 16, 37, 42, 87, 88, 104
Vladimirou, 79, 91, 105

W

Wagner, 69, 115, 137
Weick, 81, 105, 137
Weinrich, 69, 114, 115, 116, 137
Welch, 79, 105

Wendt, 18, 22
wenn, 73, 85, 106, 108, 116, 138, 140, 141, 145, 147, 150
Weyers, 114, 137
White, 80, 81, 93, 94, 95, 105
Wilss, 42, 89, 104, 105
Windhager, 79, 104
Wodak, 110, 111, 136, 137
Wüster, 51, 53, 56, 69

Υ

Yule, 110, 136

Ζ

Zhong, 86, 105
Zingales, 23

Α

αισθητική και τροπική ουδετερότητα (ästhetische, modale Neutralität), 52
ακρίβεια (Exaktheit), 52
ακρόνυμο, 60
αναπαραγωγή, 83
αναφορά, 33, 50, 55, 89, 117, 129, 131, 132, 168, 169
αντίληψη, 38, 99
αντιστρεψιμότητα, 89
Ανώτατο Δικαστήριο Κύπρου, 35
αρκτικόλεξο, 60, 101
ασύγχρονη επικοινωνία γνώσεων, 79
ασύμμετρη επικοινωνία, 78
ασφάλεια θραύσης κρυστάλλων, 34

Β

Beier, 67
Boxenbaum, 102
Brown, 136
Βαλεοντής, 15, 21, 67, 96, 102
Βλαχόπουλος, 3, 21, 35, 40, 78, 90, 99, 102, 117, 136, 170
Βυζάς, 18, 21, 34, 40

Γ

Γενετική Μετασχηματιστική Γραμματική, 53
Γιαλαμπουράκη, 122, 136
Γκόγκας, 32, 40
γλωσσικές γνώσεις, 18, 29
γλωσσοδιδασκτική, 17

Δ

δανεισμός, 62
δελεαστική λειτουργία, 122
Δεληγιάννη, 34, 40
διαγλωσσικός δανεισμός, 62
διάδραση, 80, 82, 112, 163
διαθεματικός δανεισμός, 61
διασχέσεις (Verweisrelationen), 55
διαφθορά, 32
διεθνισμός, 65
Δογορίτη, 18, 21

Ε

εγκυκλοπαίδεια, 95, 96
ειδική επικοινωνία, 14, 15, 18, 19, 20, 46, 47, 48, 49, 56, 57, 63, 65, 71, 72, 87, 90, 91, 92, 162, 174
Ειδικό Λογαριασμό Κονδυλίων Έρευνας, 34
Ελληνική Εταιρεία Ορολογίας, 67
Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο, 13
έμπειρο σύστημα, 77, 78, 84, 87, 91, 174
εννοιολογικό χαρακτήρα (Begrifflichkeit), 52
εξειδίκευση (Fachlichkeit), 52
επαγγελματικές γνώσεις, 29
επανάληψη (Rekurrenz), 55
επικοινωνία γνώσεων (knowledge communication), 78
επικοινωνία γνώσεων (ορισμός), 92
επικοινωνιακή επάρκεια, 90, 99, 109, 164
Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ), 30
εφαρμοσμένη μεταφρασεολογία, 16

Ζ

ζώνη οικειότητας, 94

Θ

θεματικές γνώσεις, 174
θεμελιωμένης θεωρίας, 76
θετική μεταφρασεολογία, 16
Θεωρία του σκοπού, 87, 88

Ι

ιδιωτισμός, 76, 84, 98, 99, 100, 101, 102, 125, 132, 135
ισοδυναμία, 15, 16, 17, 89, 90
ισοδύναμο, 65, 89, 96

Κ

ΚΑΛ, 9, 20, 84, 109, 110, 111, 112, 113, 125, 133, 162, 163, 164, 174
καταφορά, 55, 117
κειμενική, 16, 50, 54, 88, 89, 119
κειμενικής ισοδυναμίας, 16, 89
Κελάνδριας, 21, 46, 60, 64, 66, 67, 88, 98, 102
Κεντρωτής, 28, 40, 87, 102
Κλαίρης, 126, 136
κοινωνική νόηση, 112
Κουτσιβίτης, 114, 126, 127, 136
Κουτσουλέλου-Μίχου, 55, 67
Κριμπάς, 21, 58, 67, 102
κριτήρια αποδοχής, 38

Λ

λεξικό, 32, 65, 92, 93, 95, 96, 98, 100
λήμμα, 32, 34, 65, 93, 95, 96, 97, 98, 100

Μ

Müller, 30, 41
μακροέννοια, 112
μέσα τεκμηρίωσης, 93, 94, 95
μεταβιομηχανική καινοτομία (nachindustrielle Maßschneiderei), 13
μεταφρασεολογία, 14, 15, 16, 17, 19, 89, 93, 163

μηχανική μετάφραση, 26, 27, 28, 35, 36, 43, 44, 89, 93, 99, 100, 165, 166, 167, 174
μονοσημαντότητα (Selbstdeutigkeit), 52
Μότσιου, 52, 67
Μπαμπινιώτης, 40, 55, 83
Μπατσαλιά, 84, 102

Ο

οργανωσιακή θεωρία, 76
οροποίηση, 61

Π

παραδηλωτική, 16, 89
παρομοίωση, 62
Παυλίδης, 40
περιορισμό (Knappheit), 52
πολιτισμικές γνώσεις, 29, 36
πολιτισμός (ορισμός), 31
πολυπολιτισμικότητα, 26, 35, 36, 38, 39
πολυτροπικό σύστημα, 133
πραγματολογική, 16, 89

Σ

σαφήνεια (Eindeutigkeit), 52
Σελλά, 84, 99, 102
Σελλά-Μάζη, 84
σημασιολογικές σχέσεις (semantische Relationen), 55
σημασιολογική μεταφορά, 61, 62
Σταυράκης, 136
στρατηγική ικανότητα, 29
συγκείμενο, 27, 52, 55, 83, 90, 96, 98, 100, 101
συγκείμενο (ορισμός), 83
συγχρονική επικοινωνία γνώσεων (ορισμός), 79

σύμμειξη, 58
συμμετρική επικοινωνία, 78
σύμπλεξη, 58
συμφραζόμενα, 27, 52, 56, 83, 84, 90, 96, 100, 101, 112, 164, 165
συμφωνία (Kongruenz), 55
συνεκτικότητα, 55
συνοχή, 55, 117, 121, 129, 131, 132, 133, 166
συντακτικές δομές (syntaktische Strukturen), 53
συντομογραφία, 59, 60, 65, 66

Τ

τεκμηρίωση, 29, 85, 92, 93, 94, 95
τυπική ισοδυναμία, 16, 89
τυπικής ισοδυναμίας, 16, 89

Υ

υφολογία, 82
υφολογικό, 35, 48, 55, 81, 82, 111, 117, 119, 125, 135, 164
ύφος, 45, 50, 81, 82, 83, 84, 111, 117, 129, 135

Φ

Φόρης, 127, 136

Χ

Χατζησαββίδης, 121, 122, 136

Ψ

ψυχολογικές ικανότητες, 29

ί Στο ευρετήριο καταχωρούνται οι ελληνικοί και ξενόγλωσσοι μεταφρασσιολογικοί, γλωσσολογικοί και συναφείς όροι που εμφανίζονται στο βιβλίο. Οι ελληνικοί και ξένοι όροι συνοδεύονται από τον αντίστοιχο ξένο ή ελληνικό όταν πρόκειται για απόδοση του γράφοντος ή το απαιτεί η κατανόησή τους. Για ευνόητους λόγους στο ευρετήριο δεν καταχωρούνται οι όροι μετάφραση, λόγος, οικονομία, επικοινωνία, πολιτισμός, γλώσσα της οικονομίας, και γνώση καθώς και τα παράγωγά τους. Το ίδιο ισχύει και για τους αντίστοιχους ξενόγλωσσους όρους. Οι οικονομικοί, νομικοί και τεχνολογικοί όροι που παρατίθενται στο βιβλίο ως παραδείγματα δεν καταχωρήθηκαν στο ευρετήριο.