

Η διαδικτυακή αγορά μεταφραστικών γραφείων ως παράγοντας διαμόρφωσης του προφίλ του εκπαιδευόμενου μεταφραστή

Αθηνά Ιωαννίδου

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Abstract:

The development of new information and communication technology influences an ever-changing professional reality that requires almost constant updating. It is common knowledge that nowadays the translation market is growing rapidly. The demands and needs of the translation market are constantly changing, affecting in numerous ways the translator education programs. To which extent though are the translator education programs influenced or should be influenced by the translation market? Answering this question is a complex and multi-parameter matter that should certainly and principally involve carrying out research among the market. Intention of this paper is to describe briefly some aspects of a small part of the translation market in order to explore the relation between existing translator education programs and part of the current translation market.

Key words:

Market research, translator education programs, translator's qualifications, translation market

1. Μετάφραση και Διαδίκτυο

Οι νέες τεχνολογίες αλλάζουν σταδιακά και με έντονους ρυθμούς την οργάνωση, την προσφορά και τη ζήτηση στη μεταφραστική αγορά. Ο δυναμικότερος ίσως παράγοντας μεταβολής του χαρακτήρα της μεταφραστικής αγοράς είναι το διαδίκτυο μέσω του οποίου η μετάφραση συνδέθηκε με ένα ολοένα και ευρύτερο, με την ποιοτική και ποσοτική έννοια του όρου, καταναλωτικό κοινό.

Στο παρελθόν, οι μεταφραστές και οι παρεχόμενες από αυτούς υπηρεσίες υπόκειντο σε τοπικούς περιορισμούς. Σήμερα, οι περιορισμοί αυτοί δεν υπάρχουν και ένα μεγάλο μέρος των υπηρεσιών μετάφρασης προσφέρεται μέσω του διαδικτύου. Για πολλούς free lance μεταφραστές το διαδίκτυο είναι ο κύριος και ορισμένες φορές ο μοναδικός τρόπος προσέλευσης πελατών ενώ, ταυτόχρονα, υπάρχουν τόσο μεταφραστικά γραφεία τα οποία λειτουργούν στο πλαίσιο του διαδικτύου όσο και άλλα που διατηρούν συμβατικά γραφεία αλλά παρέχουν ταυτόχρονα και διαδικτυακές υπηρεσίες (Aulaint 2005: 134-5).

Στις μέρες μας, το διαδίκτυο είναι αναπόσπαστο κομμάτι της μεταφραστικής εργασίας καθώς, όχι μόνον αποτελεί ανεξάντλητη *πληροφοριακή πηγή* (Μ. Κακούρη 1998, σε Κασάπη 2000: 310) (διαδικτυακών λεξικών, παράλληλων κειμένων, γλωσσαρίων κ.ο.κ.) για τους μεταφραστές, αλλά επιπλέον διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό τόσο τη μεταξύ τους επικοινωνία όσο και αυτή με τους εν δυνάμει πελάτες ή συνεργάτες τους. Με το διαδίκτυο, η λήψη της μεταφραστικής εντολής γίνεται ευκολότερα, οικονομικότερα (με την ευρεία έννοια του όρου) και ταχύτερα σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας (όπως το συμβατικό ταχυδρομείο ή το φαξ) ενώ εξασφαλίζεται μια καλύτερη οργάνωση του χώρου και χρόνου εργασίας του μεταφραστή, ο οποίος μέσω του διαδικτύου μπορεί, οποιαδήποτε στιγμή και από οποιοδήποτε χώρο, να λάβει τη μεταφραστική εντολή, να αποστείλει στα ενδιαφερόμενα μέρη το μεταφραστικό προϊόν, να ρυθμίσει και να ολοκληρώσει θέματα οικονομικής φύσεως με τον εντολέα, πέρα από χρονικούς και γεωγραφικούς περιορισμούς.

2. Στόχοι της εργασίας

Σκοπός της παρουσίασης αυτής είναι η περιγραφή δείγματος της ελληνικής αγοράς μετάφρασης, με επικέντρωση στις διαδικτυακά παρεχόμενες πληροφορίες του προφίλ

των διαδικτυακών μεταφραστικών γραφείων με προοπτική τη μελλοντική συσχέτισή τους με την προσφερόμενη εκπαίδευση μεταφραστών. Η αναγωγή της ανερχόμενης διαδικτυακής αγοράς μετάφρασης ως πηγής πληροφόρησης και ενδεχομένως αξιολόγησης των προσφερομένων προγραμμάτων εκπαίδευσης μεταφραστών, είναι ένα έγκυρο ζητούμενο της διεθνούς βιβλιογραφίας: «Οι έρευνες αγοράς αποτελούν θεμέλιο λίθο της σύγχρονης επιχειρησιακής πρακτικής και, εάν επιθυμούμε την αποδοχή των προϊόντων και των υπηρεσιών μας από την αγορά, θα πρέπει να διεξάγουμε έρευνες με αντικείμενο αυτούς που συμμετέχουν σε αυτή την αγορά» (Király, 2005: 1099).

Η παρουσίαση έχει χαρακτήρα περιγραφικό και βάση εμπειρική καθώς στηρίζεται σε πληροφορίες που παρέχονται στους διαδικτυακούς τύπους μεταφραστικών γραφείων που μεταφράζουν από και προς την ελληνική ενώ λειτουργούν στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Στο κείμενο που ακολουθεί παρουσιάζονται οι γλώσσες εργασίας των μεταφραστικών γραφείων που έχουν στη φάση αυτή καταγραφεί, οι κατηγορίες των κειμένων που δηλώνουν πως δέχονται τα γραφεία αυτά και τα προσόντα των ήδη συνεργαζόμενων ή εν δυνάμει συνεργαζόμενων μεταφραστών, όπως αυτά δηλώνονται στις ιστοσελίδες των εξεταζόμενων μεταφραστικών γραφείων.

3. Συλλογή δεδομένων

Τα δεδομένα της έρευνας αντλήθηκαν αποκλειστικά από το περιεχόμενο ιστοτόπων είκοσι πέντε μεταφραστικών γραφείων που προσφέρουν υπηρεσίες μετάφρασης στην Ελλάδα (Αθήνα: 6, Θεσσαλονίκη: 14, Κοζάνη: 1, Βέροια: 1, Ελλάδα¹) και στο εξωτερικό (Ρωσία: 1, Γαλλία: 1).

Η συλλογή των δεδομένων έγινε με χρήση διαδικτυακών εργαλείων και συγκεκριμένα μηχανών αναζήτησης, ελληνικών και ξένων (google, in.gr), με την εισαγωγή κατάλληλων λέξεων-κλειδιά (μεταφράσεις, μεταφραστικό γραφείο, μεταφραστικά γραφεία). Κριτήριο για την επιλογή των προς διερεύνηση μεταφραστικών γραφείων αποτέλεσαν οι ιστοτοπίες (Bouissac 1998: 323-325) των πληροφοριών που παρέχουν στις ιστοσελίδες τους σχετικά με τις γλώσσες εργασίας, την τυπολογία κειμένων και τα προσόντα των ήδη συνεργαζόμενων ή εν δυνάμει συνεργαζόμενων μεταφραστών τους.

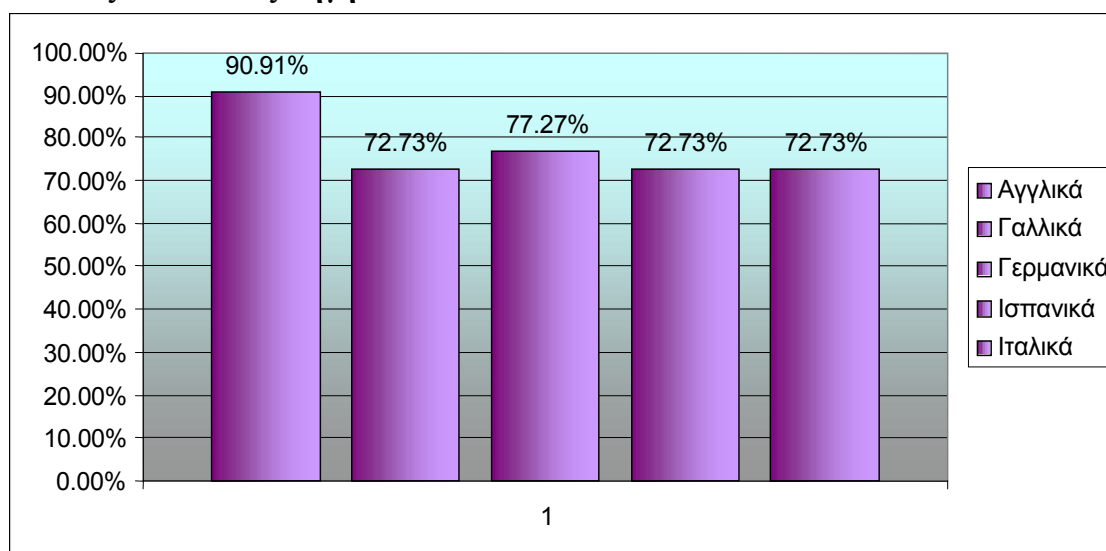
4. Περιγραφή δεδομένων

4.1.1. Γλώσσες – Πηγή

Οι αριθμοί του παρακάτω πίνακα εκφράζουν τα ποσοστά επί του συνόλου των περιγραφόμενων μεταφραστικών γραφείων που χρησιμοποιούν την αγγλική, τη γαλλική, τη γερμανική, την ισπανική και την ιταλική ως γλώσσες εργασίας. Οι γλώσσες αυτές χρησιμοποιούνται ήδη σε προγράμματα εκπαίδευσης μεταφραστών τα οποία λειτουργούν στην Ελλάδα τόσο σε προπτυχιακό, όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο.

¹ Δεν δηλώνεται η έδρα του γραφείου.

Πίνακας 1. Γλώσσες-πηγή²



Όπως φαίνεται και στον Πίνακα 1, σχεδόν όλα τα γραφεία αναλαμβάνουν τη μετάφραση κειμένων αγγλικής στην ελληνική (90,91 % επί του συνόλου των υπό εξέταση μεταφραστικών γραφείων). Ακολουθούν η γερμανική με ποσοστό 77,27 % και στη συνέχεια η γαλλική, η ισπανική και η ιταλική με ποσοστό 72,73 % επί του συνόλου των εξεταζόμενων μεταφραστικών γραφείων.

4.1.2. Άλλες γλώσσες-πηγή: Ποσοστά μεταφραστικών γραφείων που δηλώνουν πως χρησιμοποιούν ως γλώσσες εργασίας

Ελληνική (59,09%), Ολλανδική (54,55%), Ρωσική (54,55%), Ρουμανική (50%), Πορτογαλική (45,45%), Βουλγαρική (45,45%), Τουρκική (45,45%), Αλβανική (40,91%), Σουηδική (40,91%), Πολωνική (36,36%), Σερβική (36,36%), Δανέζικη (31,82%), Ουγγρική (31,82%), Αραβική (27,27%), Φινλανδική (27,27%), Κροατική (27,27%), Τσέχικη (27,27%), Σλοβάκικη (18,18%), Κινέζικη (13,64%), Ουκρανική (13,64%), Εσθονική (13,64%), Μακεδονική (13,64%), Ιαπωνική (13,64%), Γεωργιανή (9,09%), Λατινική (9,09%), Λεττονική (9,09%), Λιθουανική (9,09%), Μολδαβική (4,55%), Νορβηγική (31,82%), Αρμενική (4,55%), Εβραϊκή (4,55%), Ελβετική (4,55%), Καζακική (4,55%), Ουζμπεκική (4,55%), Σκοπιανή (4,55%), Σλοβένικη (4,55%), Φιλιππινεζική (4,55%).

Όπως φαίνεται και από τα ποσοστά των γλωσσών που παρουσιάζονται στην ενότητα αυτή, υπάρχουν γλώσσες –όπως τα ολλανδικά, τα ρώσικα ή τα ρουμάνικα– οι οποίες παρουσιάζουν αρκετά υψηλά ποσοστά ζήτησης στη μεταφραστική αγορά.

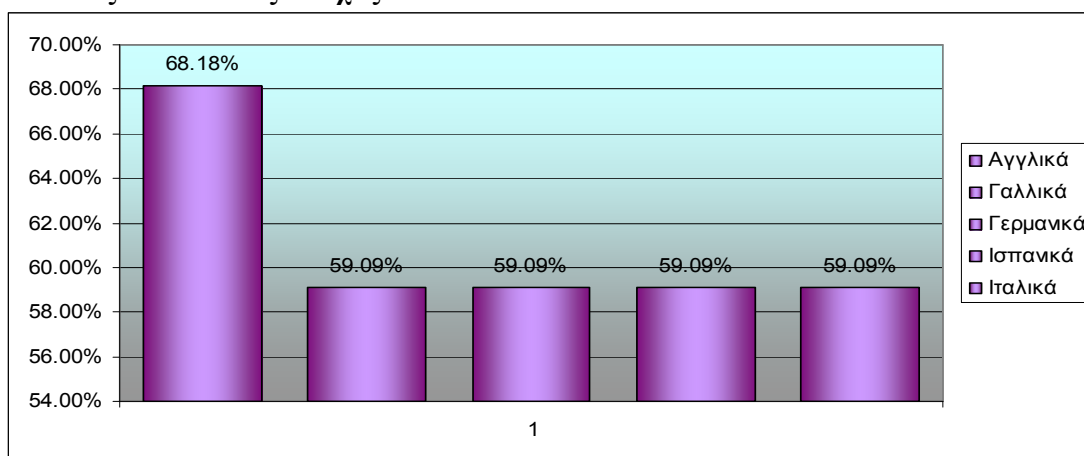
4.2.1. Γλώσσες – Στόχος

Οι αριθμοί του Πίνακα 2 αντιστοιχούν με τα ποσοστά των εξεταζόμενων μεταφραστικών γραφείων που αναλαμβάνουν μεταφράσεις προς την αγγλική, τη γαλλική, τη γερμανική, την ισπανική και την ιταλική. Και ως γλώσσες-στόχος, οι γλώσσες που προαναφέρθηκαν χρησιμοποιούνται στα προγράμματα εκπαίδευσης

² Οι παράμετροι που αναπτύχθηκαν και περιγράφονται στην εργασία αυτή ακολουθούν την εργασία Κασάπη Ε. (1999) *Θεωρία της μετάφρασης*, 4^η ενότητα, Χειμερινό εξάμηνο 98-99, Θεσσαλονίκη: University Studio Press.

μεταφραστών τα οποία προσφέρονται στην Ελλάδα τόσο σε προπτυχιακό, όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο.

Πίνακας 2. Γλώσσες-στόχος



Από τα δεδομένα του Πίνακα 2 φαίνεται πως η αγγλική, και ως γλώσσα-στόχος, αποτελεί αντικείμενο του 68,18% επί του συνόλου των εξεταζόμενων μεταφραστικών γραφείων. Έπονται η γαλλική, η γερμανική, η ισπανική και η ιταλική με ποσοστό 59,09 %.

4.2.2. Άλλες γλώσσες-στόχος: Ποσοστά μεταφραστικών γραφείων που δηλώνουν ότι τις χρησιμοποιούν ως γλώσσες-στόχος

Ελληνική (95,45%), Ρωσική (50%), Ολλανδική (45,45%), Ρουμανική (45,45%), Τουρκική (45,45%), Βουλγαρική (40,91%), Πορτογαλική (40,91%), Αλβανική (36,36%), Πολωνική (36,36%), Σερβική (36,36%), Σουηδική (36,36%), Νορβηγική (31,82%), Ουγγρική (31,82%), Αραβική (27,27%), Κροατική (27,27%), Τσέχικη (27,27%), Φινλανδική (27,27 %), Σλοβακική (18,18%), Εσθονική (13,64 %), Ιαπωνική (13,64%), Κινεζική (13,64%), Μακεδονική (13,64%), Ουκρανική (13,64%), Γεωργιανή (9,09%), Δανέζικη (9,09%), Λατινική (9,09%), Λεττονική (9,09%), Λιθουανική (9,09%), Αρμενική (4,55%), Εβραϊκή (4,55%), Ελβετική (4,55%), Καζακική (4,55%), Μολδαβική (4,55%), Ουζμπεκική (4,55%), Σκοπιανή (4,55%), Σλοβένικη (4,55%), Φιλιππινεζική (4,55%).

4.3. Κατηγορίες κειμένων που μεταφράζονται από τα υπό εξέταση μεταφραστικά γραφεία³

Ένα από τα προβλήματα που παρουσιάστηκε κατά την επεξεργασία των δεδομένων ήταν ότι τα μεταφραστικά γραφεία δεν ακολουθούν κάποια κοινή ταξινόμηση για τις κατηγορίες κειμένων που αναλαμβάνουν να μεταφράσουν αλλά κάθε μεταφραστικό γραφείο δηλώνει αυθαίρετα τύπους κειμένων. Κατά συνέπεια, κρίθηκε σκόπιμη η ταξινόμηση των δεδομένων αυτών σε τρεις γενικότερες κατηγορίες (Hornby 1998: 29).

1. *Λογοτεχνικά*⁴: σε ποσοστό 33,33% επί του συνόλου των εξεταζόμενων μεταφραστικών γραφείων.

2. *Γενικά* (Δημοσιογραφικά, Γενικά πληροφοριακά, Διαφημιστικά): σε ποσοστό 76,19% επί του συνόλου των μεταφραστικών γραφείων.

³ Ποσοστά σε σύνολο 21 γραφείων καθώς τα υπόλοιπα 4 δεν αναφέρουν αναλυτικά τις κατηγορίες κειμένων που μεταφράζουν.

⁴ Αν και αυτό ενδεχομένως χρειάζεται διεξοδικότερη εξέταση γιατί οι πρακτικές και οι διαδικασίες για τη μετάφραση λογοτεχνικών έργων αφορούν τους εκδοτικούς οίκους.

3. *Ειδικά* (Νομικά, Οικονομικά, Ιατρικά, Θετικών Επιστημών, Τεχνολογικά): σε ποσοστό 100% επί του συνόλου των μεταφραστικών γραφείων.

4.4. *Επιθυμητά προσόντα του μεταφραστή*⁵

Η παρουσίαση αυτού του *ενδο-διαδικαστικού* (Kalina 2005: 769-784)⁶ παράγοντα έχει εμπειρική βάση η οποία προέρχεται από το προτασιακό περιεχόμενο της περιγραφής που τα ίδια τα εξεταζόμενα γραφεία προβάλλουν στο διαδίκτυο.

Πίνακας 3. Δηλωθέντα προσόντα συνεργαζόμενων μεταφραστών

Εξειδίκευση	65 %
Εμπειρία	50 %
Πτυχίο ΑΕΙ	45 %
Πτυχίο ΑΕΙ αλλοδαπής	20 %
Μεταπτυχιακά στη μετάφραση	15 %
Πτυχίο μεταφραστικού τμήματος	15 %
Εμπειρία γλωσσικής κοινότητας	5 %
Πτυχίο ξένης φιλολογίας	5 %

Από τον Πίνακα 3 μπορούμε να συμπεράνουμε πως τα μεταφραστικά γραφεία διεκδικούν κύρος μέσω της προβολής των *γενικών χαρακτηριστικών* (Kalina 2005: 769-784) των συνεργατών-μεταφραστών τους. Σημειώνεται ότι ένα πτυχίο οποιουδήποτε τμήματος ΑΕΙ φαίνεται να προσδίδει ίσως μεγαλύτερο κύρος στα εξεταζόμενα μεταφραστικά γραφεία από ένα πτυχίο τμήματος μετάφρασης ή μεταπτυχιακού διπλώματος στη μετάφραση.

5. Συμπεράσματα – Προτάσεις

Από όσα αναφέρθηκαν μέχρι τώρα, φαίνεται πως στη σημερινή αγορά μετάφρασης ζητούνται πολλά και πιο εξειδικευμένα ζεύγη γλωσσών τα οποία μέχρι στιγμής δεν συμπεριλαμβάνονται στα τρέχοντα προπτυχιακά αλλά και μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών στη μετάφραση. Η εισαγωγή νέων γλωσσών στην εκπαίδευση μεταφραστών είναι κάτι το οποίο αργά ή γρήγορα θα γίνει προκειμένου τα προγράμματα εκπαίδευσης μεταφραστών να μπορέσουν να παρακολουθούν τις μεταβολές στη μεταφραστική αγορά. Η επιλογή των νέων γλωσσών αυτών θα είναι επιτυχής με την προϋπόθεση να προέρχεται από ευρείες έρευνες αγοράς σε συνάρτηση με πολιτικοκοινωνικούς παράγοντες που επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα τη την κατεύθυνση και το περιεχόμενο των μεταφραστικών έργων.

Το θέμα της θεματικής εξειδίκευσης των μεταφραστών, παρά το γεγονός ότι τα προγράμματα εκπαίδευσης μεταφραστών προσφέρουν μαθήματα μετάφρασης ειδικών κειμένων, παραμένει ανοιχτό δεδομένου του γεγονότος ότι στο σύνολο τους τα εξεταζόμενα μεταφραστικά γραφεία δηλώνουν πως αναλαμβάνουν μεταφράσεις ειδικών κειμένων που το θέμα τους υπερβαίνει το πλαίσιο των προσφερομένων μαθημάτων. Στον τομέα αυτό τα πανεπιστήμια διαθέτουν το πλεονέκτημα της επιδοτούμενης πρακτικής σε προπτυχιακό επίπεδο και της πρακτικής γενικότερα σε μεταπτυχιακό επίπεδο.

⁵ Βάσει των δηλώσεων 20 εκ των 25 γραφείων.

⁶ Ευχαριστώ την αναπληρώτρια καθηγήτρια ΑΠΘ, Ε.Κασάπη για τις βιβλιογραφικές πηγές που μου παρείχε, καθώς και για τις πολύ χρήσιμες παρατηρήσεις της κατά τη συγγραφή της παρούσας παρουσίασης.

Βιβλιογραφία

- Aulaint. (2005). “Translator training and modern market demands”
<http://www.ugr.es/~benjamin/TRANSLATOR%20TRAINING.pdf>.
- Bouissac P. (1998). *Encyclopedia of semiotics* New York: Oxford University Press
- Kalina S. (2005). “Quality assurance for interpreting processes” in *Meta* vol. 50 (2005)2, (Special Edition, Hanne Lee-Janke ed.), 769-784.
- Κακούρη Μ. (1998). “Ελληνικές και ξένες πηγές πληροφόρησης”: σημειώσεις για τους σπουδαστές του Β' εξαμήνου. Θεσσαλονίκη, ΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας. Τμήμα Βιβλιοθηκονομίας.
- Κασάπη Ε. (1999) *Θεωρία της μετάφρασης, 4^η ενότητα*, Χειμερινό εξάμηνο 98-99, Θεσσαλονίκη: University Studio Press
- Kiraly D. (2005). “Project-Based learning: A case for situated translation” in *Meta* vol.50, 1099.
- Pym, A. (1998). “On the market as a factor in the training of translators”. <http://www.tinet.org/~apym/online/market.html>.
- Snell-Hornby M. (1988). *Translation studies, An integrated approach*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, 29.