

Technische Texte – Wissenschaftliche Texte

Για την ανάλυση, απόδοση-μετάφραση, διδασκαλία και οποιουδήποτε άλλου είδους επεξεργασία τους, τα τεχνικά κείμενα και τα (υπερ)εξειδικευμένα επιστημονικά κείμενα (Fachartikel) λειτουργούν με παρόμοιο τρόπο, έχουν, δηλαδή, συγκεκριμένους όρους και εκφράσεις και επίσης και συγκεκριμένη δομή. Ειδικά στα τεχνικά κείμενα, εκτός από την επιλογή του λεξιλογίου που πρέπει να στοχεύει στην σαφήνεια και στην ακρίβεια, κρίσιμο ρόλο παίζει και η Σύνταξη (βλ. Ύλη Lehrndorfer, 1996).

Με ένα-δύο εξειδικευμένα λεξικά, εξειδικευμένα κείμενα ως δείγματα (Fachwoerterbuecher, Fachtexte/Textsorten als Muster) και την βοήθεια/συμβουλή ειδικών, όπου/αν χρειαστεί, τα (υπερ)εξειδικευμένα επιστημονικά κείμενα ακολουθούν μια διαδικασία επεξεργασίας που συνήθως δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες επιπλοκές.

Αντιθέτως, επιπλοκές μπορούν να παρουσιαστούν στην ανάλυση, απόδοση-μετάφραση, διδασκαλία και οποιουδήποτε άλλου είδους επεξεργασία στα μη-εξειδικευμένα κείμενα επιστημονικού περιεχομένου. Τα μη-εξειδικευμένα κείμενα επιστημονικού περιεχομένου είναι και ιδιαίτερα διαδεδομένα, καθότι εμφανίζονται σε δημοσιογραφικά κείμενα, σε ενημερωτικό υλικό αλλά και σε εκπαιδευτικό υλικό (Texte mit wissenschaftlichen Inhalten).

Η ορθή και αποτελεσματική επεξεργασία μη-εξειδικευμένων κειμένων επιστημονικού περιεχομένου εξαρτάται από δύο παραμέτρους, συγκεκριμένα την επεξεργασία περιεχομένου προερχόμενου από πολλαπλά θεματικά πεδία (για παράδειγμα, σε ένα κείμενο από την Επικαιρότητα για κοιτάσματα φυσικών πόρων και τις Αποκλειστικές Οικονομικές Ζώνες (ΑΟΖ): Οικονομία, Πολιτική και Γεωλογία) και την αποτελεσματική χρήση υπαρχόντων (γλωσσικών) πόρων (κείμενα, λεξικά).

Τα υπάρχοντα λεξικά δεν καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες σε όλο το φάσμα των ειδών και ιδιαιτεροτήτων των μη-εξειδικευμένων κειμένων επιστημονικού περιεχομένου, ειδικά όταν συνυπολογίζεται ο παράγοντας των μη-φυσικών ομιλητών μιας γλώσσας και του διεθνούς κοινού.

Ο παράγοντας Κοινό-Αποδέκτες (Leser-Empfänger/ Audience) αφορά τα πολλαπλά θεματικά πεδία των μη-εξειδικευμένων κειμένων επιστημονικού περιεχομένου τις διαφοροποιήσεις του (διεθνούς) κοινού ως προς την ορολογία που χρησιμοποιείται.

Με άλλα λόγια, αν έχουμε ένα κείμενο για σεισμούς, ο μέσος αναγνώστης στο Ελληνικό Κοινό έχει περισσότερες γνώσεις από τον μέσο αναγνώστη στο Γερμανικό Κοινό. Ο μέσος αναγνώστης στο Ελληνικό Κοινό γνωρίζει αρκετές λέξεις και

εκφράσεις από την Ορολογία όπως «επίκεντρο», «ρήγμα» ενώ στα Γερμανικά ίσως να χρειαστεί και μια παρενθετική επεξηγηματική φράση, ανάλογα με το είδος του Κοινού στο οποίο απευθύνεται.

Επίσης, τα κείμενα αυτά συχνά περιλαμβάνουν ορολογία από περισσότερα του ενός εξειδικευμένα θεματικά πεδία, με αποτέλεσμα την ύπαρξη αμφισημιών και άλλων επιπλοκών στην μετάφραση-απόδοση, στην διδασκαλία και σε άλλα είδη επεξεργασίας.

Η αναζήτηση κατάλληλης ορολογίας και η επιλογή παράφρασης-επεξήγησης συνδυάζεται με τις γνώσεις των αποδεκτών. Το Διεθνές Κοινό μπορεί να κατηγοριοποιεί βάσει των εξής τριών παραμέτρων:

- (i) γενικό κοινωνικό-πολιτισμικό πλαίσιο της επικοινωνίας,
- (ii) προσδοκούμενα ή αναμενόμενα αποτελέσματα της επικοινωνίας και
- (iii) στάση-συμπεριφορά συγγραφέα-ομιλητή και αποδεκτών, ανάλογα με τον βαθμό οικειότητας της κατηγορίας-ομάδας αποδεκτών ή του κοινωνικού συνόλου με το θέμα ή πεδίο που συζητείται ή παρουσιάζεται.

Όσον αφορά την τρίτη παράμετρο, το Διεθνές Κοινό μπορεί να διαφοροποιηθεί ως προς τρεις κατηγορίες: Έμπειρο Κοινό (γνώση, εμπειρία, ενδιαφέρον για το εν λόγω θέμα η πεδίο) Μη-Έμπειρο Κοινό (πλήρης ή μερική άγνοια για το εν λόγω θέμα η πεδίο), και Αποστασιοποιημένο Κοινό (αρκετή η λίγη γνώση ή εμπειρία αλλά μειωμένο ενδιαφέρον για το εν λόγω θέμα η πεδίο) (Experienced Audience, Inexperienced Audience, "Distantiated" Audience, Alexandris, 2013). Συνηθισμένα θέματα ή πεδία με τέτοιου είδους διαφοροποιήσεις κοινού-αποδεκτών είναι τα ακόλουθα:

- Εσωτερική πολιτική
- Διεθνή πολιτικά θέματα – Γεωπολιτική
- Περιβάλλον
- Οικονομία-Χρηματιστήριο

Τα κείμενα αυτά – εξειδικευμένα και μη- εξειδικευμένα - υπάρχουν σε online άρθρα από εφημερίδες, ειδησεογραφικά sites, ενημερωτικό υλικό, κέντρα πληροφόρησης, ιστότοποι (sites) μουσείων, (γεωλογικών/εθνικών) πάρκων, τουρισμός κ.α.

Στην Ύλη υπάρχει η γνωστή πυραμίδα κατά Desblache, 2001, όπου τα (υπερ)εξειδικευμένα επιστημονικά κείμενα βρίσκονται στην κορυφή της πυραμίδας και στην βάση της πυραμίδα βρίσκονται τα μη-εξειδικευμένα κείμενα επιστημονικού περιεχομένου (δημοσιογραφικού-ενημερωτικού/εκπαιδευτικού υλικού επιστημονικού περιεχομένου).

Για την ανάλυση, απόδοση-μετάφραση, διδασκαλία και οποιουδήποτε άλλου είδους επεξεργασία τους, τα (υπερ)εξειδικευμένα επιστημονικά κείμενα (Fachartikel) λειτουργούν λίγο-πολύ όπως τα τεχνικά κείμενα, έχουν, δηλαδή, συγκεκριμένους όρους και εκφράσεις και επίσης και συγκεκριμένη δομή. Με ένα-δύο εξειδικευμένα λεξικά, εξειδικευμένα κείμενα ως δείγματα (Fachwoerterbuecher, Fachtexte/Textsorten als Muster) και την βοήθεια/συμβουλή ειδικών, όπου/αν χρειαστεί, τα (υπερ)εξειδικευμένα επιστημονικά κείμενα ακολουθούν μια διαδικασία επεξεργασίας που συνήθως δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες επιπλοκές.

[image]

Αντιθέτως, επιπλοκές μπορούν να παρουσιαστούν στην ανάλυση, απόδοση-μετάφραση, διδασκαλία και οποιουδήποτε άλλου είδους επεξεργασία στα μη-εξειδικευμένα κείμενα επιστημονικού περιεχομένου. Τα μη-εξειδικευμένα κείμενα επιστημονικού περιεχομένου είναι και ιδιαίτερα διαδεδομένα, καθότι εμφανίζονται σε δημοσιογραφικά κείμενα, σε ενημερωτικό υλικό αλλά και σε εκπαιδευτικό υλικό (Texte mit wissenschaftlichen Inhalten).

The Communication Pyramid according to Desblache, 2001 (Alexandris, 2013)



- **Ορολογία, Γλωσσικοί Πόροι και ο ρόλος του Κοινού-Αποδεκτών**

Η ορθή και αποτελεσματική επεξεργασία μη-εξειδικευμένων κειμένων επιστημονικού περιεχομένου εξαρτάται από δύο παραμέτρους, συγκεκριμένα την επεξεργασία περιεχομένου προερχόμενου από πολλαπλά θεματικά πεδία (για παράδειγμα, σε ένα κείμενο από την Επικαιρότητα για κοιτάσματα φυσικών πόρων και τις Αποκλειστικές

Οικονομικές Ζώνες (ΑΟΖ): Οικονομία, Πολιτική και Γεωλογία) και την αποτελεσματική χρήση υπαρχόντων (γλωσσικών) πόρων (κείμενα, λεξικά).

Τα υπάρχοντα λεξικά δεν καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες σε όλο το φάσμα των ειδών και ιδιοτήτων των μη-εξειδικευμένων κειμένων επιστημονικού περιεχομένου, ειδικά όταν συνυπολογίζεται ο παράγοντας των μη-φυσικών ομιλητών μιας γλώσσας και του διεθνούς κοινού.

Ο παράγοντας Κοινό-Αποδέκτες (Leser-Empfänger/ Audience) αφορά τα πολλαπλά θεματικά πεδία των μη-εξειδικευμένων κειμένων επιστημονικού περιεχομένου τις διαφοροποιήσεις του (διεθνούς) κοινού ως προς την ορολογία που χρησιμοποιείται.

Με άλλα λόγια, αν έχουμε ένα κείμενο για σεισμούς, ο μέσος αναγνώστης στο Ελληνικό Κοινό έχει περισσότερες γνώσεις από τον μέσο αναγνώστη στο Γερμανικό Κοινό. Ο μέσος αναγνώστης στο Ελληνικό Κοινό γνωρίζει αρκετές λέξεις και εκφράσεις από την Ορολογία όπως «επίκεντρο», «ρήγμα» ενώ στα Γερμανικά ίσως να χρειαστεί και μια παρενθετική επεξηγηματική φράση, ανάλογα με το είδος του Κοινού στο οποίο απευθύνεται.

Επίσης, τα κείμενα αυτά συχνά περιλαμβάνουν ορολογία από περισσότερα του ενός εξειδικευμένα θεματικά πεδία, με αποτέλεσμα την ύπαρξη αμφισημιών και άλλων επιπλοκών στην μετάφραση-απόδοση, στην διδασκαλία και σε άλλα είδη επεξεργασίας.

Για παράδειγμα, αν κάποιος Γερμανός διαβάζει για την αρχαία και νεώτερη ιστορία και αρχαιολογία ενός τόπου που θέλει να επισκεφτεί, άλλο είναι οι «κόρες» (Archaische Kore – (archaic) kore) ως αγάλματα της Αρχαϊκής Εποχής που βρέθηκαν σε αρχαιολογικό χώρο και άλλο οι «κόρες» (Tochter) των Αθηναίων που πήγαιναν στην Βραυβρώνα στον Ναό της Θεάς Αρτέμιδος ως «άρκτοι» («αρκούδες» - το αγαπημένο ζώο της Αρτέμιδος) ("..als Bärrinnen" (Arktoi) –εδώ το διευκρινιστικό – επεξηγηματικό στοιχείο είναι εντός παρενθέσεως). Αν δεν προσέξουμε τους όρους μπορεί να γίνει μεγάλο μπέρδεμα....



Άλλα παραδείγματα (παρατηρήστε και την χρήση σύνθετων όρων – Komposition (Wortbildungsprozesse – compounding/composition)):

“Flugplatz” , “aérodrome” (Γαλλικά) = γενικός όρος για οποιοδήποτε είδος αεροδρομίου (επιβατικού κοινού ή στρατιωτικού ή άλλου τύπου, π.χ. επιστημονικής βάσης σε απομακρυσμένη περιοχή όπως στην Ανταρκτική)

“Flughafen”, “aéroport” (Γαλλικά), “airport” (Αγγλικά) = αεροδρόμιο επιβατικού κοινού

“airfield” (Αγγλικά) = στρατιωτικό αεροδρόμιο ή αεροδρόμιο άλλου τύπου

Εδώ ορίζονται τρία βασικά ζήτητα που πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη για την ανάλυση, απόδοση-μετάφραση, διδασκαλία και οποιουδήποτε άλλου είδους επεξεργασία αυτών των κειμένων. Το πρώτο ζήτημα είναι το ζήτημα της πολυπλοκότητας του περιεχομένου των πληροφοριών (A- Komplexitaet), προερχόμενες από εκ φύσεως σύνθετες πληροφορίες, όπως η πολιτική και διπλωματία, αλλά και προερχόμενες από πολλαπλά επιστημονικά και τεχνικά πεδία που αφορούν και τις στρατιωτικές εφαρμογές, όπως η Πληροφορική (IT), η Μηχανική, η Βιολογία, η Γεωλογία και άλλα.

Το δεύτερο και ιδιαίτερα σημαντικό ζήτημα είναι το ζήτημα της ταχύτητας επεξεργασίας των πληροφοριών και εγγράφων (B –Dauer der Verarbeitung).

Το τρίτο ζήτημα είναι η πρόσβαση σε βοηθητικά μέσα (Γλωσσικούς Πόρους) δηλαδή Λεξικά-(Γενικά/Εξειδικευμένα), Κείμενα (Σώματα Κειμένων) ως δείγματα και η δυνατότητα χρήσης τους (C – Hilfsmitteln (Ressourcen): Lexika-Woerterbuecher, Texte/Textsorten als Muster-Korpora).

Η αναζήτηση κατάλληλης ορολογίας και η επιλογή παράφρασης-επεξήγησης συνδυάζεται με τις γνώσεις των αποδεκτών. Το Διεθνές Κοινό μπορεί να κατηγοριοποιεί βάσει των εξής τριών παραμέτρων:

- (iv) γενικό κοινωνικό-πολιτισμικό πλαίσιο της επικοινωνίας,
- (v) προσδοκούμενα ή αναμενόμενα αποτελέσματα της επικοινωνίας και
- (vi) στάση-συμπεριφορά συγγραφέα-ομιλητή και αποδεκτών, ανάλογα με τον βαθμό οικειότητας της κατηγορίας-ομάδας αποδεκτών ή του κοινωνικού συνόλου με το θέμα ή πεδίο που συζητείται ή παρουσιάζεται.

Όσον αφορά την τρίτη παράμετρο, το Διεθνές Κοινό μπορεί να διαφοροποιηθεί ως προς τρεις κατηγορίες: Έμπειρο Κοινό (γνώση, εμπειρία, ενδιαφέρον για το εν λόγω θέμα η πεδίο) Μη-Έμπειρο Κοινό (πλήρης ή μερική άγνοια για το εν λόγω θέμα η πεδίο), και Αποστασιοποιημένο Κοινό (αρκετή η λίγη γνώση ή εμπειρία αλλά μειωμένο ενδιαφέρον για το εν λόγω θέμα η πεδίο) (Experienced Audience, Inexperienced Audience, “Distantiated” Audience , Alexandris, 2013). Συνηθισμένα

θέματα ή πεδία με τέτοιου είδους διαφοροποιήσεις κοινού-αποδεκτών είναι τα ακόλουθα:

- Εσωτερική πολιτική
- Διεθνή πολιτικά θέματα – Γεωπολιτική
- Περιβάλλον
- Οικονομία-Χρηματιστήριο

Για το διεθνές κοινό, η Ευρώπη (και, κατ' επέκταση, η Ευρωπαϊκή Ένωση), συνδέεται με την προέλευση σημαντικού ποσοστού ορολογίας (κυρίως στα Αγγλικά, Γαλλικά, Ιταλικά αλλά και στα Λατινικά και Ελληνικά) που χρησιμοποιείται παγκοσμίως, κυρίως λόγω ιστορικών, πολιτικών και εμπορικών παραγόντων.

Νομική Ορολογία (από το Ρωμαϊκό Δίκαιο) (Law of the Twelve Tables (Leges Duodecim Tabularum or Duodecim Tabulae (c. 449 BC), Ιουστινιάνειος Κώδικας ([Corpus Juris Civilis](#) -AD 529) – γνωστά και στην (Γεω)πολιτική και την Διπλωματία: casus belli (“αιτία-αφορμή πολέμου”), status quo (“η υπάρχουσα (καθιερωμένη) κατάσταση”)

Λατινικά – (Αρχαία) Ελληνικά από την Βιολογία (π.χ. Βοτανολογία) και την Ιατρική και οι κοινοί (εκκλαϊκευμένοι) όροι “flu” (γρίπη – die Grippe) “influenza” (Latin)

Άλλα παραδείγματα:

“Zitronenmelisse” - Lemon balm or balm mint, “Melissa officinalis” –Latin and Greek) (μελισσόχορτο),

“μπακαλιάρος ” fishing (Portuguese: “Bacalhau” -(Atlantic) cod, scientific term: “Gadus morhua” - Latin)

“περονόσπορος” (βλ. και γνωστή έκφραση «έπεσε περονόσπορος») (French: “[mildiou](#) de la vigne” , Downy mildew – a grape disease – “Plasmopara viticola” – Latin and Greek).

Τόσο στην «κλασσική» Ορολογία από τομείς και επιστήμες που υπάρχουν εδώ και αιώνες, όσο και σε «σύγχρονη» Ορολογία, πολύ συχνό φαινόμενο είναι η δημιουργία σύνθετων λέξεων («σύνθεση» - Komposition – composition/compounding)- και η δημιουργία παραγώγων («παραγωγή» - Derivation – derivation):

- ίτης «= φλεγμονή» (Derivation) (βλ. και ηπατίτιδα, βρογχίτιδα - “Hepatitis/hepatitis”, “Bronchitis/bronchitis”,

“Gastro-enter-itis” – γαστροεντερίτιδα (“stomach flu”) (Komposition + Derivation)

“Versteinerungstheorie” – ver-stein{er}-ung{s}-theorie (-νομικός (Προσοχή – όχι γεωλογικός!) όρος)

“Versteinerungstheorie”, (petrification theory - a term from the domain of Law in German-speaking countries, not from the domain of Geology) composed of the words “Versteinerung” (petrification – the geological term) and “Theorie” (theory). The term “Versteinerung” is a result of derivation processes, with the derivational affixes “ver-” (used to describe a process) and “-ung” (for the nominalization of a verb) attached to the stem “Stein” (“stone”). The English term “petrification” is based on the (Greek) word “petra” for “stone”, where the (Latin-based) derivational affixes describing a process and nominalization of a verb {-ication} are attached (Alexandris, 2020).

Αυτά, λοιπόν, περί (υπερ)εξεικευμένων επιστημονικών κειμένων και μη-εξεικευμένων επιστημονικών κειμένων επιστημονικού περιεχομένου (Wissenschaftliche Texte – Fachartikel / Texte mit wissenschaftlichen Inhalten).

Τα κείμενα αυτά – εξειδικευμένα και μη- εξειδικευμένα - υπάρχουν σε online άρθρα από εφημερίδες, ειδησεογραφικά sites, ενημερωτικό υλικό, κέντρα πληροφόρησης, ιστότοποι (sites) μουσείων, (γεωλογικών/εθνικών) πάρκων, τουρισμός κ.α.

Εμπορική Αλληλογραφία (Geschaeftsbriefe)

Από την άλλη πλευρά, η εμπορική αλληλογραφία (Geschaeftsbriefe), σαν τα Τεχνικά Κείμενα, ακολουθεί μια σχετικά αυστηρή δομή και περιεχόμενο (λέξεις και εκφράσεις) (δείτε στην Ύλη - Geschaeftsbriefe: Bausteine) , καθότι είναι και αυτά διεκπεραιωτικής φύσεως, στοχεύοντας σε συγκεκριμένη πράξη.

Ωστόσο, στην εμπορική αλληλογραφία πρέπει να ληφθούν υπόψη και κοινωνιο-γλωσσολογικοί παράγοντες (soziolinguistische Faktoren bzw. soziolinguistische Elemente).

Όπως θα δείτε στην Ύλη - Geschäftsbriefe: Bausteine, σε πολλές περιπτώσεις πρέπει να εξασφαλιστεί η ισορροπία μεταξύ της ευγένειας (για την ομαλή επικοινωνία αλλά και για την τήρηση των απαραίτητων προσχημάτων) αλλά και της σαφούς έκφρασης των προθέσεων και των όποιων ενεργειών πρέπει να πραγματοποιηθούν.

Journalistische-Wirtschaftliche Texte

Τα μη-εξειδικευμένα οικονομικά κείμενα συμπεριφέρονται από πολλές απόψεις ως δημοσιογραφικά κείμενα, καθότι σχετίζονται με την επικαιρότητα και περιέχουν έκφραση γνώμης- εκτιμήσεις κ.α.

Λόγω των τυπικών και ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους, τα πολιτικά και δημοσιογραφικά κείμενα αποτελούν είδη κειμένων που θέτουν προκλήσεις για την αξιολόγηση, μετάφραση και επεξεργασία τους. Αυτά τα χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν κοινωνιο-γλωσσολογικά και πολιτισμικά στοιχεία, η σύνδεση πολλαπλών θεματικών πεδίων και, πιθανόν, διαφορετικών ειδών στοχευόμενου κοινού, συμπεριλαμβανομένης της διεθνούς κοινότητας.

Τα χαρακτηριστικά των πολιτικών και δημοσιογραφικών κειμένων μπορεί να οδηγήσουν σε επιπλοκές ως προς την ορθή κατανόηση, ερμηνεία, μεταφορά και επεξεργασία του περιεχομένου των πληροφοριών τους, ιδίως όταν εμπλέκονται δύο ή πολλαπλές γλώσσες. Αυτή η πρόκληση είναι ιδιαίτερης σημασίας, αν ληφθεί υπόψη ότι το περιεχόμενο των εκφερόμενων πληροφοριών και τη αντίληψη και κατανόησή τους από τους αποδέκτες συχνά συνδέεται με την Γνωστική Προκατάληψη (Cognitive Bias), εν προκειμένω, με λέξεις και εκφράσεις που έχουν διαφορετικό ύφος, τόνο και συνειρμούς σε διαφορετικές γλώσσες.

Θα πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη ότι μια από τις κύριες προκλήσεις σε εφαρμογές που επεξεργάζονται αυτού του είδους τα κείμενα είναι η σηματοδότηση και ορατότητα πληροφοριών που συνήθως δεν εκφέρονται.

Στόχος είναι η ορθή και πλήρη αξιολόγηση, μετάφραση και απόδοση ή επεξεργασία των εισερχόμενων πληροφοριών πολιτικών και δημοσιογραφικών κειμένων με «σεβασμό» στην ιδιαίτερη φύση και την πολυπολικότητα των εισερχόμενων πληροφοριών. Η φύση και την πολυπολικότητα των γραπτών και μεταγεγραμμένων προφορικών πολιτικών και δημοσιογραφικών κειμένων αφορά ένα ευρύ φάσμα παραγόντων, στοιχείων και χαρακτηριστικών, ιδίως όταν πρόκειται για ένα διεθνές κοινό.

Journalistische-Wirtschaftliche Texte: Struktur (Δομή)

Ομοιότητες Επιστημονικών – Οικονομικών Κειμένων

Τόσο τα επιστημονικά όσα και τα οικονομικά-δημοσιογραφικά κείμενα (με εξαίρεση τα εξειδικευμένα οικονομικά κείμενα και την εμπορική αλληλογραφία - Geschäftsbriefe), δεν έχουν συγκεκριμένη και αυστηρή δομή.

Για την δομή τους μπορεί να εφαρμοστεί η πρακτική ανάλυσης της Κειμενογλωσσολογίας (Textlinguistik) και της Πραγματολογίας (Pragmatik).

Με απλά λόγια, κάθε παράγραφος έχει και τον ρόλο – λειτουργία της, όπως, για παράδειγμα, «Εισαγωγή» (Einfuehrung) «Πληροφορίες» (Information) «Επεξήγηση»(Erklaerung) «Αιτιολόγηση» (Begrueendung) «Παράδειγμα 1» «Παράδειγμα 2» / «Περίπτωση Α», «Περίπτωση Β» (Beispiel 1, Beispiel 2 / Fall 1, Fall2), «Αντίθετη περίπτωση/ παράδειγμα» (Gegenbeispiel bzw. Gegenfall), «Σχόλια» (Bemerkungen), «Συμπεράσματα» (Schlussfolgerungen) κλπ.

Στις αναλύσεις σας (Hausarbeiten) , μπορείτε να βάλετε έναν μικρό τίτλο για κάθε παράγραφο (Pragmatische Information) στα κείμενα που αναλύετε.

Ενδεικτικό παράδειγμα απλής ανάλυσης:

<https://www.welt.de/wirtschaft/article206822163/Corona-Krise-Robert-Koch-Institut-warnt-vor-Schmierinfektion-in-Carsharing-Autos.html>

Robert-Koch-Institut warnt vor „Schmierinfektion“ in Carsharing-Autos

Stand: 11:41 Uhr | Lesedauer: 4 Minuten

Von Marlen Dannoritzer

[Text (Wortschatz): Journalistisch mit Terminologie (Wirtschaft (π.χ. “Branche”,» «Geschäftsführer»), Technik(Autos) (π.χ. “Lenkrad”, “Schalthebel”) Wissenschaft: Biologie – Medizin (π.χ. “Ansteckungsgefahr”, “Viren”)]

[Εισαγωγή – Einfuehrung: die Carsharing-Branche]

Es ist noch nicht lange her, da boomte die Carsharing-Branche. Die Corona-Krise stellt die Unternehmen vor eine Herausforderung. Anbieter erweitern zwar die Vorsichtsmaßnahmen, aber aus den eigenen Reihen gibt es Zweifel.

[Αιτιολόγηση – Begrueendung: Ansteckungsgefahr wegen Corona-Krise]

Wer trotz Corona-Krise noch zur Arbeit, zum Einkaufen oder zu wichtigen Terminen muss, steht vor einer Entscheidung: Zwar sind die öffentlichen Verkehrsmittel derzeit leerer denn je, aber ausreichend Abstand zu anderen Fahrgästen zu halten ist häufig dennoch nicht möglich. Das eigene Auto wird da schnell zu einer Art Schutzpanzer. Carsharing kann da kaum mithalten, denn durch die wechselnden Nutzer kann der Wagen selbst zur Ansteckungsgefahr werden.

[Πληροφορίες» (Information): Zwei Probleme der Anbieter]

Entsprechend leiden die Anbieter unter der Corona-Krise. Dabei machen ihnen gleich zwei Probleme zu schaffen. Erstens: Viele arbeiten nun im Homeoffice, die Arbeitswege fallen weg. Auch die Freizeitangebote sind enorm eingeschränkt, wenn nicht komplett unterbunden. Und wer zu Hause bleibt, braucht kein [Carsharing](#).

[Επεξήγηση (Erklaerung): Schmierinfektion]

Zudem schließen Experten des Robert-Koch-Instituts eine „Schmierinfektion“ nicht aus, die auch im Auto denkbar ist. Wer mit Viren kontaminierte Oberflächen berührt und sich anschließend ins Gesicht fasst, könnte sich womöglich infizieren. Um dieses Risiko einzudämmen, hat die Branche reagiert. Zahlreiche Unternehmen haben angekündigt, ihre Wagen nun häufiger reinigen zu wollen. Share Now etwa lässt seine Flotte zusätzlich zu den üblichen Reinigungen desinfizieren. „Alle eingesetzten Servicekräfte sind für das Thema sensibilisiert und legen ein besonderes Augenmerk auf die gründliche Desinfektion des Lenkrads und des Schalthebels“, heißt es von dem Unternehmen.

[Πληροφορίες» (Information): Rat vom Geschäftsführer]

Der Geschäftsführer des Bundesverbandes Carsharing, Gunnar Nehrke, begrüßt diesen Schritt prinzipiell, rät jedoch zur Vorsicht, um ein falsches Sicherheitsgefühl beim Kunden zu vermeiden. „Kunden könnten davon ausgehen, dass sie jederzeit ein vollständig gereinigtes Auto übernehmen. Aus logistischen und wirtschaftlichen Gründen ist es aber gar nicht möglich, den Wagen nach jeder Fahrt zu säubern.“

Außerdem fasse der Kunde nicht nur Lenkrad und Schalthebel an, sondern auch Fensterheber, Spiegel oder die Griffe, um den Sitz auf sich einzustellen. Und auch an Türgriffen oder dem Tankdeckel könnten sich [Viren](#) befinden.

Deshalb sei es umso wichtiger, dass Kunden selbst aufpassten. Damit meint Nehrke aber nicht, dass Nutzer vor der Fahrt selbst das Auto reinigen. Denn eine gründliche Reinigung, durch die das Auto wirklich virenfrei werde, sei zeitaufwendig – und ob sie dem Kunden wirklich gelinge, sei auch fraglich. Die Lösung sei jedoch relativ simpel: „Halten Sie sich an die Hygiene-Regeln, dann kann Ihnen nichts passieren.“ Nutzer sollten es vermeiden, mit den Händen ins Gesicht zu greifen, und sie sollten zudem nach jeder Fahrt – und idealerweise auch davor – die Hände für mindestens 20 Sekunden mit Wasser und Seife waschen.

Wer sich zusätzlich schützen wolle, könne darüber hinaus Einmalhandschuhe tragen. Und natürlich gelte auch im Fahrzeug: niesen und husten nach Möglichkeit in die Armbeuge oder in ein Taschentuch.

Wer das Auto dennoch selbst reinigen wolle, dem empfiehlt Nehrke, zu Seifenlauge zu greifen. Denn einerseits werde Desinfektionsmittel in anderen Bereichen dringend benötigt, andererseits könnten nur bestimmte Mittel Viren zerstören. Dabei gelte es natürlich, zu Mitteln zu greifen, die die Materialien im Auto nicht angreifen. Der ADAC rät auf seiner Website zusätzlich dazu, Feuchttücher, die Wasch-Tenside enthalten, im Auto mitzuführen. So könnten Fahrer unterwegs die Hände reinigen.

[Πληροφορίες» (Information):die Unternehmen werden erfinderisch]

Um trotz der Krisensituation noch Kunden anzulocken, werden die Unternehmen erfinderisch: So bietet Miles seinen Kunden neuerdings an, ein Fahrzeug bis zu 14 Tage exklusiv für sich zu nutzen. Zudem wurden die Nutzungsgebiete in Berlin und Hamburg auf Randgebiete ausgeweitet. Auch das Unternehmen WeShare, das E-Autos in Berlin anbietet, hat sein Geschäftsgebiet erweitert. Gleich vier weitere Krankenhäuser zählen nun dazu. So will WeShare insbesondere medizinisches Personal unterstützen. Zudem erhalten Mitarbeiter der [Charité](#) täglich Gutscheine im Wert von zehn Euro, um den Service vergünstigt nutzen zu können. Arche und Tafel in Berlin erhalten Gratisfahrten.

[Πληροφορίες» (Information):Forderung der Anbieter]

Viele Anbieter hoffen jetzt auf Verständnis für ihre Situation in der Politik. Denn durch die häufigeren Reinigungen entstehen den Unternehmen hohe Kosten, die sie durch die geringere Auslastung kaum decken können. Um die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise möglichst gering zu halten, fordern unter anderem WeShare und Miles die Städte daher auf, ihnen bei den Parkkosten entgegenzukommen..

Journalistische-Wirtschaftliche Texte Inhalt (Περιεχόμενο)

Κάπου μεταξύ των επιστημονικών και δημοσιογραφικών κειμένων μπορεί να θεωρηθεί ότι βρίσκονται τα «οικονομικά κείμενα», που μπορεί να είναι από εξειδικευμένα (για παράδειγμα, Χρηματιστήριο – Boerse), μέχρι τις οικονομικές ειδήσεις (Nachrichten und Analysen zu Wirtschaftspolitik und zu Unternehmen-Eταιρίες).

Όπως τα επιστημονικά κείμενα, τα κείμενα οικονομικού περιεχομένου χαρακτηρίζονται από την αντίστοιχη οικονομική ορολογία, καθώς και με τα φαινόμενα της σύνθεσης (Komposition / compounding-composition) και της παραγωγής (Derivation / derivation):

Διαδραστική επεξεργασία (πολιτικά και δημοσιογραφικά κείμενα με οικονομικούς όρους) "Safety Mode" Interactive Analysis" (SMI Analysis) of German Financial Terms (Valavani, Alexandris, Tassis and Iliakis, 2015).

GERMAN-INPUT (TEXT):

Preisschlacht

[^Mder Preis+ ^Fdie Schlacht-HEAD]

GR-ANALYSIS:

Μάχη των τιμών

[^Fη μάχη (the battle)+ ^Fη τιμή (the price)]

SMI-ANALYSIS:

- ⇒ [war/battle OF prices]
- ⇒ [war BETWEEN /ABOUT prices]

ENGLISH TERM:

>>>> *price war*

GERMAN-INPUT (TEXT):

Umsatzrückgang

[^Mder Umsatzⁿ + ^Mder Rückgang-HEAD]

GR-ANALYSIS:

Πτώση των πωλήσεων

[^Fη πτώση (the fall)+ ^Fη πώληση (the sale)]

SMI-ANALYSIS:

- ⇒ [decline/fall OF sales]
- ⇒ [sales SUBJECT decline VERB]
- ⇒ [lowered sales]

ENGLISH TERM:

>>>> decline in sales (Or :) *sales decline*