

Aegean Working Papers in Ethnographic Linguistics

Vol 4 (2024)

Αστική Πολυγλωσσία: Ξαναπροσεγγίζοντας τη Σχέση Γλωσσικής και Κοινωνικής Ποικιλότητας στον Ελλαδικό Χώρο



Η μετάφραση ως καθρέφτης της αστικής πολυγλωσσίας στην Αθήνα

Christopher Lees

Copyright © 2026



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

To cite this article:

Lees, C. (2026). Η μετάφραση ως καθρέφτης της αστικής πολυγλωσσίας στην Αθήνα: Μια πρώτη διερεύνηση της γειτονιάς του Αγίου Νικολάου. *Aegean Working Papers in Ethnographic Linguistics*, 4, 114–145. Retrieved from <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/awpel/article/view/44854>

Η μετάφραση ως καθρέφτης της αστικής πολυγλωσσίας στην Αθήνα: Μια πρώτη διερεύνηση της γειτονιάς του Αγίου Νικολάου

Christopher Lees

*Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
lees.christopher@ac.eap.gr*

Περίληψη

Το παρόν άρθρο εξετάζει τους τρόπους με τους οποίους τα μεταφρασμένα κείμενα που εμφανίζονται σε δημόσιους χώρους μπορούν να προσφέρουν σημαντικές πληροφορίες για την πολυγλωσσία σε αστικά περιβάλλοντα. Επικεντρώνεται στη γειτονιά του Αγίου Νικολάου στην Αθήνα, μια περιοχή με μεγάλη παρουσία κατοίκων μεταναστευτικής καταγωγής και με έναν σημαντικό αριθμό κειμένων μεταφρασμένα από τα ελληνικά σε γλώσσες των επιμέρους κοινοτήτων και αντίστροφα. Στην ανάλυση υιοθετείται μια εθνογραφική προσέγγιση, η οποία βασίζεται τόσο στην κοινωνιογλωσσολογία όσο και στη μεταφρασεολογία, και συμπεριλαμβάνει τις στάσεις των ίδιων των μεταφραστών/τριών, οι οποίοι/ες είναι μέλη των κοινοτήτων και δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στη γειτονιά. Στόχος της έρευνας είναι η εκμαίευση πληροφοριών σχετικά με την ταυτότητα των ατόμων που μεταφράζουν τα κείμενα της γειτονιάς, τους επικοινωνιακούς τους στόχους, τις γλώσσες που παρατηρούνται στη συγκεκριμένη περιοχή και τι δείχνει η επιλογή των συγκεκριμένων γλωσσών για την δημογραφική πραγματικότητα και την πολυγλωσσία της συγκεκριμένης γειτονιάς.

1. Εισαγωγή

Από τη δεκαετία του 1990 και την πτώση των κομμουνιστικών καθεστώτων στις γειτονικές βαλκανικές χώρες, η Ελλάδα αποτελεί χώρα αποδοχής μεγάλου αριθμού μεταναστών/τριών. Οι πρώτες μεγάλες αφίξεις σημειώθηκαν την περίοδο που μετέβησαν στην Ελλάδα Αλβανοί/ίδες εργάτες/τριες οι οποίοι/ες αναζητούσαν καλύτερες συνθήκες εργασίας και διαβίωσης εξαιτίας της οικονομικής ύφεσης στη χώρα καταγωγής τους. Αργότερα, κατά τη διάρκεια της οικονομικής και της προσφυγικής κρίσης της δεύτερης δεκαετίας του 21^{ου} αιώνα, σημειώθηκε μεγάλη αύξηση στην έλευση μεταναστών/τριών και προσφύγων από χώρες της Ασίας και της Αφρικής, ενώ στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης και της ελευθερίας μετακίνησης των πολιτών/ισσών, ζουν στην Ελλάδα σήμερα δεκάδες χιλιάδες υπήκοοι κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (βλ. Kasimis 2013). Στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας και ειδικά στην Αθήνα, η πόλη με τον μεγαλύτερο πληθυσμό τόσο Ελλήνων/ίδων όσο και μεταναστών/τριών, έχουν διαμορφωθεί κοινότητες σε γειτονιές και περιοχές της πόλης, όπου δραστηριοποιούνται επαγγελματικά άτομα μεταναστευτικής καταγωγής σε δικές τους μικρές επιχειρήσεις, συνήθως παντοπωλεία, ψιλικατζίδικα, κομμωτήρια αλλά και

ταξιδιωτικά πρακτορεία τα οποία ειδικεύονται στα ταξίδια στις χώρες καταγωγής των μελών της κοινότητας.

Ένα καλό παράδειγμα μιας τέτοιας κοινότητας στην Αθήνα είναι η γειτονιά γύρω από τον σταθμό του Ηλεκτρικού στον Άγιο Νικόλαο. Στη συγκεκριμένη γειτονιά ζουν και εργάζονται πολλά άτομα μεταναστευτικής καταγωγής και, σε αντίθεση με το παρελθόν, παρατηρείται ότι πελάτες/ισσες των επιχειρήσεων δεν είναι μόνο τα μέλη των επιμέρους μεταναστευτικών κοινοτήτων αλλά και Έλληνες/ίδες που είτε μεγάλωσαν και ζουν στη συγκεκριμένη περιοχή είτε την επισκέπτονται για επαγγελματικούς ή προσωπικούς λόγους. Η συνύπαρξη της ελληνικής και των μεταναστευτικών κοινοτήτων είναι αξιοσημείωτη, καθώς την περασμένη δεκαετία τα άτομα μεταναστευτικής καταγωγής στοχοποιήθηκαν τόσο από την πολιτική όσο και από τα ΜΜΕ κατά την αρχή της περιόδου της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα (βλ. Lees & Alfieris 2019) και μάλιστα ένα βασικό σημείο αναφοράς για τις άγριες συμπλοκές και συγκρούσεις μεταξύ των μεταναστών κατοίκων και της Χρυσής Αυγής ήταν η υπό διερεύνηση περιοχή, ιδίως στις γειτονιές κοντά στον ναό του Αγίου Παντελεήμονα (βλ. Gianneli 2014, Triantafyllidou & Kouki 2014, μεταξύ άλλων).

Στόχος του παρόντος άρθρου είναι η εξέταση μεταφρασμένων κειμένων, από τα μέλη της μεταναστευτικής κοινότητας της γειτονιάς του Αγίου Νικολάου που αποτυπώνουν τη σύγχρονη δημογραφική και πολύγλωσση κατάσταση στην περιοχή. Η προσέγγιση που υιοθετείται στην ανάλυση των δεδομένων εντάσσεται στην εθνογραφική παράδοση και συνδυάζει μεθόδους από τις κοινωνιογλωσσολογικές έρευνες του γλωσσικού τοπίου και την κοινωνιολογία της μετάφρασης (βλ. Lees 2021). Επίσης, αξιοποιεί δεδομένα από την επαφή μου με τους/τις μεταφραστές/τριες των κειμένων, τα οποία συμβάλλουν στην εκμείωση πληροφοριών για το κοινωνικό και γλωσσικό τους υπόβαθρο, καθώς και στην κατανόηση των μεταφραστικών επιλογών τόσο για πρακτικούς όσο και για συμβολικούς λόγους.

2. Θεωρητικό υπόβαθρο

Σε αυτήν την ενότητα θα συζητηθούν οι τρόποι με τους οποίους η παρουσία και η μετάφραση συγκεκριμένων γλωσσών φανερώνουν τις σύγχρονες δημογραφικές τάσεις στην περιοχή, καθώς και για την κοινωνική ιεράρχηση των ίδιων γλωσσών και τις επακόλουθες (κοινωνιο)γλωσσικές ανισότητες. Επίσης, θα γίνει λόγος για τη σύνδεση του μεταφραστικού τοπίου με την κοινωνιογλωσσολογία, καθώς και τη συμβολή του στη μελέτη της αστικής πολυγλωσσίας.

2.1 Η γλώσσα, το τοπίο και η δημογραφική πραγματικότητα

Οι γλώσσες που παρατηρούνται στο περιβάλλον γύρω μας μαρτυρούν την ύπαρξη συγκεκριμένων κοινοτήτων που είτε έχουν εγκατασταθεί μόνιμα σε κάποια περιοχή είτε βρίσκονται εκεί προσωρινά για επαγγελματικούς ή τουριστικούς λόγους. Επίσης, τόσο η παρουσία όσο και η έλλειψη παρουσίας συγκεκριμένων γλωσσών μάς προσφέρουν μια εικόνα για τις πρακτικές επικοινωνιακές ανάγκες των κατοίκων μιας περιοχής αλλά και τις στάσεις της κοινωνίας και των επιμέρους κοινοτήτων. Όπως επισημαίνουν οι Jaworski & Thurlow (2010: 11), «η παρουσία ή η απουσία μιας γλώσσας σε δημόσιες πινακίδες, σε συνδυασμό με τον τύπο (ή το είδος) των πινακίδων, το περιεχόμενό τους και το στιλ τους, είναι ενδεικτικές των συλλογικών

και των ατομικών ιδεολογιών για τη γλώσσα».¹ Για παράδειγμα, οι σχετικές έρευνες στην Ελλάδα (Gogonas & Maligkoudi 2019, Lees 2021) δείχνουν ότι η αγγλική γλώσσα είναι πανταχού παρούσα τόσο σε μονόγλωσσα όσο και σε πολύγλωσσα κείμενα. Η διαπίστωση αυτή φυσικά δεν σηματοδοτεί την ύπαρξη μιας βρετανικής κοινότητας στην Ελλάδα αλλά την πρακτική και συμβολική αξία της αγγλικής γλώσσας για την ελληνική κοινωνία (πρβλ. Boklund-Lagorouli 2003). Με άλλα λόγια, η χρήση της αγγλικής γλώσσας στοχεύει στην επικοινωνία με έναν μεγάλο αριθμό ατόμων, τα οποία μπορεί να μην έχουν την αγγλική ως μητρική γλώσσα αλλά τη γνωρίζουν επαρκώς, ώστε να εκπληρώσουν τους επικοινωνιακούς τους στόχους όταν ταξιδεύουν στο εξωτερικό.

Επομένως, λόγω της παγκόσμιας εμβέλειάς της (πρβλ. Pennycook 2012), η αγγλική γλώσσα απευθύνεται σε όλα τα άτομα που βρίσκονται στον ελλαδικό χώρο, κάτι που διαφέρει, για παράδειγμα, από τα δεδομένα του Backhaus (2006) στην Ιαπωνία, στα οποία παρατηρούνται επίσημα κείμενα μεταφρασμένα σε πολλές γλώσσες. Το γεγονός αυτό, καθώς και η μικρή παρουσία άλλων γλωσσών δείχνουν ταυτόχρονα και μια ιδεολογική στάση του κράτους αλλά και του αυτόχθονα πληθυσμού υπέρ της αγγλικής γλώσσας η οποία όμως λειτουργεί εις βάρος –είτε σκοπίμως είτε όχι– των υπολοίπων γλωσσών, ιδίως των μειονοτικών κοινοτήτων που είναι εγκαταστημένες στην Ελλάδα. Με άλλα λόγια, οι γλωσσικές ανάγκες όλων των μη ελληνόφωνων κατοίκων ή επισκεπτών/τριών στην Ελλάδα καλύπτονται, ως επί το πλείστον, στα αγγλικά.² Στη δική μου έρευνα στη Θεσσαλονίκη (Lees 2021) προκύπτει ότι υπάρχουν επίσημες πινακίδες σε βαλκανικές γλώσσες των γειτονικών χωρών αλλά οι πινακίδες που είναι γραμμένες σε γλώσσες των μεταναστευτικών κοινοτήτων στην πόλη εμφανίζονται μόνο σε κείμενα ιδιωτών/τριών. Στην πρώτη περίπτωση, τα μεταφρασμένα απευθύνονται προς τους επισκέπτες/τριες από τις συγκεκριμένες χώρες, ο αριθμός των οποίων αυξάνεται τα τελευταία χρόνια, ενώ στη δεύτερη περίπτωση τα κείμενα απευθύνονται στα μέλη των μεταναστευτικών κοινοτήτων.

Σε γειτονίες με μεγάλο πληθυσμό ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής στα μεγάλα αστικά κέντρα της Ελλάδας παρατηρούνται πολλά κείμενα τα οποία έχουν δημιουργηθεί από τα μέλη της εκάστοτε μεταναστευτικής κοινότητας. Το συγκεκριμένο φαινόμενο εντάσσεται στην κοινωνική κατηγορία που ο Blommaert (2013) αποκαλεί «υπερποικιλότητα» (superdiversity), δηλαδή την πολυπολιτισμική πυκνότητα που χαρακτηρίζει τις σύγχρονες κοινωνίες μας. Όπως το θέτει ο ίδιος (ό.π.: 4):

Τα άτομα της μια ομάδας δεν ταξίδευαν συχνά ή εύκολα και δεν αλληλοεπιδρούσαν με άτομα της άλλης ομάδας. Αν το έκαναν, θα γινόταν κάτω από συνθήκες σοβαρών συρράξεων, δηλαδή ως μετανάστες/τριες ή αντιφρονούντες/ουσες. Αυτό σήμαινε ότι δεν έβλεπε κανείς ποτέ αυτοκίνητα με βουλγαρικές ή ρουμανικές πινακίδες στους δρόμους της δυτικής Ευρώπης. Η μετανάστευση πριν τις αρχές της δεκαετίας του 90 αποτελούσε ένα ελεγχόμενο φαινόμενο.

¹ Όλες οι μεταφράσεις από τις αγγλόφωνες βιβλιογραφικές αναφορές στα ελληνικά είναι δικές μου.

² Ωστόσο, βλ. τη μελέτη του Canakis (2016), ο οποίος διαπιστώνει έναν αυξανόμενο αριθμό πινακίδων γραμμένες στα αραβικά και στα τουρκικά στη Μυτιλήνη, γεγονός που σχετίζεται τόσο με την αύξηση του τουρισμού από την Τουρκία όσο και με την προσφυγική κρίση.

Ο Blommaert διαπιστώνει ότι η σημερινή πραγματικότητα είναι τελείως διαφορετική, καθώς οι συρράξεις που παρατηρούνται στον κόσμο είχαν ως αποτέλεσμα τη διάλυση των αυστηρά οριοθετημένων ορίων μεταξύ των πληθυσμών, ενώ η εξάπλωση του διαδικτύου επιτρέπει στους/στις χρήστες/τριες του να έρθουν σε επαφή μεταξύ τους ακόμα και χωρίς φυσική παρουσία. Το αποτέλεσμα αυτών των νέων δεδομένων είναι η παρουσία νέων διαφορετικών γλωσσών σε περιοχές που κάποτε δεν υπήρχαν (Ben-Rafael & Ben-Rafael 2015, Blommaert 2013, Blommaert & Maly 2014, Canakis 2016), κάτι που αποτυπώνει τις τρέχουσες μετακινήσεις πληθυσμιακών ομάδων και κοινωνικές εξελίξεις και μας αναγκάζει να αναθεωρήσουμε τις ρευστές κοινωνικές πραγματικότητες στις οποίες ζούμε και χαρακτηρίζονται ως ευμετάβλητες και απρόβλεπτες (πρβλ. Blommaert 2013: 5). Ακριβώς αυτή την πραγματικότητα αντικρίζει κανείς σε γειτονίες μεγάλων αστικών κέντρων της Ελλάδας· οι δε τρόποι με τους οποίους αποτυπώνεται γλωσσικά και μεταφραστικά στον Άγιο Νικόλαο βρίσκονται στο επίκεντρο της παρούσας μελέτης.

2.2 Ο ρόλος του μεταφραστικού τοπίου στην ανίχνευση της αστικής πολυγλωσσίας

Ο όρος *μεταφραστικό τοπίο* εισήχθη στο πλαίσιο της έρευνάς μου για τη μετάφραση κειμένων που εμφανίζονται σε δημόσιους χώρους της Θεσσαλονίκης (βλ. Lees 2021). Σε αντίθεση με τις έρευνες για το γλωσσικό τοπίο, το μεταφραστικό τοπίο αφορά κείμενα τα οποία έχουν μεταφραστεί σκοπίμως από μια γλώσσα-πηγή σε μια γλώσσα-στόχο, «προκειμένου να διαβαστούν από άτομα που δεν ομιλούν επαρκώς τη γλώσσα-πηγή» (Lees 2021: 465) και αποσκοπεί στην εκμείωση πληροφοριών για την ταυτότητα του/της μεταφραστή/τριας, τις συνθήκες κάτω από τις οποίες πραγματοποιήθηκαν οι μεταφράσεις, καθώς και τους επικοινωνιακούς και κοινωνικούς λόγους που οδήγησαν στις συγκεκριμένες μεταφραστικές επιλογές. Οι πληροφορίες αυτές αποκτώνται μέσω της επαφής του/της ερευνητή/τριας με τους/τις μεταφραστές/τριες με τη διεξαγωγή συνεντεύξεων ή τη συμπλήρωση ερωτηματολογίων.

Ένα χαρακτηριστικό του μεταφραστικού τοπίου είναι ότι ένας μεγάλος αριθμός των κειμένων αφορά μεταφράσεις που δεν πραγματοποιήθηκαν από επαγγελματίες μεταφραστές/τριες. Κατά τη γνώμη μου, το γεγονός αυτό αποτελεί μια σημαντική όψη της σχέσης μεταξύ της μετάφρασης και της κοινωνιογλωσσολογίας, καθώς φανερώνει το γεγονός ότι η μετάφραση εντάσσεται στους πολύγλωσσους πόρους που χρησιμοποιούν οι ομιλητές/τριες, προκειμένου να εκπληρώσουν τους επικοινωνιακούς τους στόχους. Όπως τονίζει η Τσοκαλίδου (2017: 76) σε σχέση με τις διαγλωσσικές πρακτικές των ομιλητών/τριών, «η δημιουργικότητα, το χιούμορ, η μετάφραση, η μεταφορά κ.ά. αποτελούν πιθανά μέσα για την πραγματοποίηση της πολυγλωσσικής επικοινωνίας». Επιπλέον, παρατηρείται μια σταδιακή αναγνώριση της σημασίας της κοινωνιογλωσσολογίας στην εξέταση των μεταφραστικών φαινομένων ύστερα από πολλά χρόνια απόρριψης της γλωσσολογίας από τις μεταφραστικές σπουδές για λόγους που αφορούν τη σύνδεση της γλωσσολογικής επιστήμης με δομιστικές προσεγγίσεις οι οποίες δεν θεωρούνται επαρκείς για την ανάλυση της μετάφρασης. Σε σχέση με την προοπτική αξιοποίησης της κοινωνιογλωσσολογίας στη μελέτη της μετάφρασης, ο Federici (2017: 295) υποστηρίζει ότι:

Η μετάφραση και η διερμηνεία είναι κοινωνιογλωσσολογικές πράξεις. Η γλωσσική διαμεσολάβηση που πραγματοποιείται από τους/τις διερμηνείς και τους/τις μεταφραστές/τριες προκύπτει στο πλαίσιο κανονιστικών πρακτικών και διέπονται από κοινωνικούς και γλωσσικούς κανόνες συμπεριφοράς, οι οποίοι εξελίσσονται διαρκώς.

Την ίδια στάση συμμερίζεται η Tesseur (2017: 632), η οποία θεωρεί ότι η μετάφραση δεν αποτελεί απλώς την αποκωδικοποίηση και την κωδικοποίηση του μηνύματος του πρωτοτύπου αλλά εντάσσεται, όπως η συνομιλία, σε μια διαδικασία [κοινωνικής] διαπραγμάτευσης. Επομένως, η εξέταση των μεταφρασμένων κειμένων για τη μελέτη της αστικής πολυγλωσσίας στον Άγιο Νικόλαο είναι χρήσιμη, κατά τη γνώμη μου, για δύο βασικούς λόγους. Πρώτον, η εθνογραφική προσέγγιση που εφαρμόζεται, η οποία περιλαμβάνει και την επαφή με τους/τις μεταφραστές/τριες των κειμένων, μπορεί να αποκαλύψει χρήσιμες πληροφορίες για την παρουσία και την απουσία της μετάφρασης συγκεκριμένων γλωσσών, καθώς και τις σχετικές στάσεις των συντελεστών/τριών των κειμένων. Με αυτόν τον τρόπο, ανιχνεύονται πιθανές ιδεολογικές όψεις της πολυγλωσσίας σε συγκριμένα κείμενα και έλλειψη αυτής σε άλλα κείμενα. Δεύτερον, εξαιτίας της ίδιας της προσέγγισης, αποκαλύπτονται πληροφορίες που αφορούν τους κοινωνικούς λόγους οι οποίοι συνδέονται με τη μετάφραση των κειμένων. Για παράδειγμα, στην έρευνά μου στη Θεσσαλονίκη (Lees 2022a), η μετάφραση μιας πινακίδας στα αραβικά, στα ελληνικά και στα αγγλικά σε ένα μικρό κατάστημα οφείλεται στην ανάγκη εξυπηρέτησης τόσο των αραβόφωνης πελατείας όσο και πελατείας από την Ελλάδα και άλλες χώρες. Στην εξαγωγή αυτών των συμπερασμάτων έπαιξαν σημαντικό ρόλο οι επεξηγήσεις που έδωσαν τα άτομα που είχαν την ευθύνη για τη μετάφραση. Επομένως, μια εθνογραφική και κοινωνιογλωσσολογική προσέγγιση στη μεταφραστική ανάλυση μπορεί να φανερώσει τόσο τους πρακτικούς όσο και τους συμβολικούς κοινωνικούς λόγους για του οποίους οι άνθρωποι της γειτονιάς προέβησαν σε συγκεκριμένες γλωσσικές και μεταφραστικές επιλογές.

3. Περιγραφή δεδομένων και μεθοδολογικό πλαίσιο

Τα δεδομένα της παρούσας έρευνας αποτελούν 18 κείμενα και προέρχονται από έναν συνολικό αριθμό 25 φωτογραφιών από τη γειτονιά του Αγίου Νικολάου. Από τις συγκεκριμένες φωτογραφίες οι 15 αφορούν μεταφράσεις από και προς τις γλώσσες των μεταναστευτικών κοινοτήτων. Όλα τα δεδομένα συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια της έρευνας πεδίου που πραγματοποιήθηκε τον Νοέμβριο 2023 στον Άγιο Νικόλαο. Πρόκειται για μεταφρασμένα κείμενα που είναι ορατά από την Οδό Μιχαήλ Βόδα και τη Λεωφόρο Αχαρνών, καθώς και τις κάθετες οδούς από την Πλατεία του Αγίου Νικολάου μέχρι την Οδό Λεμεσού. Επίσης, διερευνήθηκε η περιοχή γύρω από τον ναό του Αγίου Παντελεήμονα στο ύψος της Αχαρνών και στην Οδό Πιπίνου. Όπως συνηθίζεται σε παρόμοιες έρευνες (πρβλ. Androutsopoulos 2014), επιλέχθηκε μια συγκεκριμένη περιοχή, ενώ τα κριτήρια επιλογής των κειμένων ήταν η ύπαρξη μετάφρασης είτε από είτε προς μια γλώσσα των μεταναστευτικών κοινοτήτων και η ορατότητα των κειμένων από τον δρόμο.

Για την ανάλυση των δεδομένων υιοθετείται μια ποιοτική εθνογραφική προσέγγιση η οποία συνδυάζει εργαλεία από το λεγόμενο «δεύτερο κύμα» ερευνών στο γλωσσικό τοπίο (πρβλ. Canakis 2017) και την κοινωνιολογία της μετάφρασης. Με λίγα λόγια, προτείνω την εξέταση των μεταφρασμένων κειμένων σε συνάρτηση με

τον χρόνο, τον τόπο και την κοινότητα και σε συνδυασμό με την επικοινωνία του/της ερευνητή/τριας με τα άτομα που πραγματοποίησαν τη μετάφραση του κειμένου ή που ήταν υπεύθυνα για την ανάθεση του μεταφραστικού έργου.³ Η συμμετοχή των μεταφραστών/τριών και η καταγραφή των απόψεών τους σχετικά με τα υπό μελέτη κείμενα είναι ιδιαίτερα χρήσιμη, καθώς κατά τη διάρκεια της συζήτησης ή της επεξεργασίας των απαντήσεων, προκύπτουν ενδιαφέρουσες ερμηνείες ορισμένων φαινομένων οι οποίες ενισχύουν την ερμηνεία του/της ερευνητή/τριας (πρβλ. Androutsopoulos 2014, Martinez-Ibarra 2021).

Τέλος, όπως θα δούμε παρακάτω, ένας βασικός περιορισμός στην επαφή μου με τους/τις μεταφραστές/τριες της γειτονιάς αφορά την έλλειψη εμπιστοσύνης και την καχυποψία. Επομένως, στην παρούσα μελέτη χρησιμοποιήθηκε ο συνδυασμός της δια ζώσης συζήτησης με τους ανθρώπους που ευθύνονται για τη μετάφραση και της τηλεφωνικής συζήτησης, κάτι που συνηθίζεται σε μελέτες του γλωσσικού τοπίου (βλ. Androutsopoulos 2014: 87). Ανεξάρτητα από τη μορφή της, η κάθε συζήτηση είχε την ίδια δομή, δηλαδή εκμείευση πληροφοριών για την ταυτότητα του/της μεταφραστή/τριας, στοιχεία για τη μεταφραστική εμπειρία και διευκρινίσεις σχετικά με τις μεταφράσεις και τις μεταφραστικές επιλογές (πρβλ. Lees 2021).

4. Ανάλυση

Στην παρούσα ενότητα αναλύονται οι τρόποι με τους οποίους η αστική πολυγλωσσία αποτυπώνεται στο μεταφραστικό τοπίο του Αγίου Νικολάου. Στην υποενότητα 4.1 σχολιάζονται οι κοινωνιογλωσσικές (αν)ισότητες που παρατηρούνται μέσα από την παρουσία των γλωσσών τόσο ανάμεσα στις μεταναστευτικές και τις αυτόχθονες κοινότητες όσο και ανάμεσα στα μέλη των ιδίων των μεταναστευτικών κοινοτήτων. Στην υποενότητα 4.2 εξετάζεται η σχέση της μετάφρασης με την αστική πολυγλωσσία στην περιοχή και πώς η μελέτη του μεταφραστικού φαινομένου αποκαλύπτει σημαντικές όψεις της πολύγλωσσης κοινωνικής πραγματικότητας.

4.1 Συνύπαρξη γλωσσών και κοινοτήτων και κοινωνιογλωσσικές (αν)ισότητες

Κάποια από τα βασικά χαρακτηριστικά της γειτονιάς του Αγίου Νικολάου που προσέχει ο/η ερευνητής/τρια είναι, αφενός, η συνύπαρξη του παρελθόντος και του παρόντος και αφετέρου, οι κοινωνικές και ενδοκοινοτικές ανισότητες ανάμεσα στους/στις κατοίκους της περιοχής. Στο παρόν ανήκουν, φυσικά, όλα τα κείμενα που είναι ορατά σήμερα στη γειτονιά. Ωστόσο, ορισμένα κείμενα παραπέμπουν σε παρελθοντικές κοινωνικές πραγματικότητες, ενώ άλλα σηματοδοτούν την παρούσα πραγματικότητα της γειτονιάς και τις τρέχουσες δημογραφικές εξελίξεις. Επιπλέον, η

³ Όπως συμβαίνει στην πλειοψηφία των σύγχρονων ερευνών για το γλωσσικό τοπίο (Canakis 2017: 168), εδώ εστιάζω στην ποιοτική ανάλυση των κειμένων και όχι στην ποσοτική καταγραφή τους στη γειτονιά. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι στην παρούσα έρευνα επιχειρώ μια πρώτη διερεύνηση του τοπίου που στηρίζεται σε λίγα δεδομένα με βασικό στόχο την επισήμανση των κοινωνικών διαστάσεων της μετάφρασης στις μεταναστευτικές κοινότητες που είναι εγκαταστημένες στην περιοχή. Ωστόσο, δεν αποκλείεται ο συνδυασμός ποιοτικής και ποσοτικής προσέγγισης στο μέλλον, κάτι που θα ήταν χρήσιμο για τη σύγκριση περισσότερων δεδομένων από διάφορες περιοχές. Η σύγκριση αυτή θα μπορούσε να οδηγήσει σε ορισμένα συμπεράσματα για την παρουσία συγκεκριμένων ειδών κειμένων και μεταφράσεων σε διαφορετικές περιοχές (βλ. Karava 2022, μεταξύ άλλων).

ίδια η συνύπαρξη των κειμένων αντικατοπτρίζει τις ευμετάβλητες κοινωνικές και ενδοκοινωνικές ιδιότητες και ανισότητες, τόσο ανάμεσα στα μέλη του αυτόχθονα πληθυσμού όσο και ανάμεσα στα μέλη των μεταναστευτικών κοινοτήτων.

Ο Άγιος Νικόλαος υφίσταται μια προφανή μεταμόρφωση ταυτότητας από μια αμιγώς λαϊκή ελληνική γειτονιά σε μια πολυπολιτισμική γειτονιά, όπου κυρίαρχες είναι πλέον οι επιχειρηματικές δραστηριότητες ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής. Ένα τέτοιο πόρισμα δεν είναι κάτι καινούργιο στις ευρύτερες μελέτες του γλωσσικού τοπίου (βλ. Baranova & Fedorova 2019, Blommaert & Maly 2014, Canakis 2016, Karolak 2022, Shohamy κ.ά. 2010). Παραμένουν, ωστόσο, οι κοινωνικές και γλωσσικές ανισότητες ανάμεσα στα μέλη της κυρίαρχης ελληνικής κοινότητας και στα μέλη των μεταναστευτικών κοινοτήτων. Για παράδειγμα, ο Αρχάκης (2020: 119) τονίζει ότι η έλευση μεταναστών/τριών δημιούργησε την αίσθηση της απειλής προς την κυρίαρχη ελληνική ομάδα, καθώς «οι πολιτισμικές και γλωσσικές διαφοροποιήσεις των μεταναστών τούς κατέστησαν διακριτούς στην πλειονοτική πρόσληψη και, υπό το πρίσμα του λόγου της εθνικής ομοιογένειας [...] εντέλει «υπαρξιακή απειλή» για τα ιδανικά της εθνικής ομοιογένειας».

Συνέπεια αυτής της κατάστασης είναι η προώθηση της κυρίαρχης γλώσσας έναντι των μειονοτικών γλωσσών είτε άμεσα, με την θεσμοθέτηση κανόνων είτε έμμεσα με την ύπαρξη αρνητικών κοινωνικών στάσεων για τη μειονοτική ομάδα (πρβλ. Ανδρουλάκης & Ξυδόπουλος 2008: 139) και την προβολή μιας κυρίαρχης γλώσσας, όπως μέχρι πρότινος ίσχυε στην ελληνική εκπαίδευση (βλ. Τσοκαλίδου & Κουτούλης 2015: 164). Η κατάσταση αυτή αποτυπώνεται στο γλωσσικό και στο μεταφραστικό τοπίο. Ας ξεκινήσουμε από τις Εικόνες 1, 2 και 3, οι οποίες απεικονίζουν τρία φαρμακεία σε δύο διαφορετικά σημεία της Οδού Μιχαήλ Βόδα και επί της Λεωφόρου Αχαρνών.



Εικόνα 1: Φαρμακείο στην Οδό Μιχαήλ Βόδα



Εικόνα 2: Φαρμακείο στη Λεωφόρο Αχαρνών



Εικόνα 3: Φαρμακείο στην Οδό Μιχαήλ Βόδα

Κατά τη γνώμη μου, τα φαρμακεία αποτελούν καλά παραδείγματα κοινωνικής και κοινωνιογλωσσικής ανισότητας για δύο βασικούς λόγους. Πρώτον, η έναρξη λειτουργίας ενός φαρμακείου απαιτεί χρήματα, κάτι που αμέσως αποκλείει τα άτομα οικονομικά δυσμενών υποβάθρων και δεύτερον, οι σπουδές στη φαρμακευτική απαιτούν μια οικονομική άνεση και την ύπαρξη χρόνου και οικογενειακής υποστήριξης, κάτι το οποίο επίσης θέτει εμπόδια για τα άτομα μεταναστευτικής καταγωγής, τουλάχιστον της πρώτης γενιάς. Επομένως, το γεγονός ότι και τα τρία φαρμακεία που παρουσιάζονται εδώ λειτουργούν αποκλειστικά από άτομα ελληνικής καταγωγής δεν πρέπει να μας κάνει ιδιαίτερη εντύπωση, παρόλο που ένα τεράστιο μερίδιο των πελατών/ισσών είναι άτομα μεταναστευτικής καταγωγής που ζουν στην περιοχή. Με λίγα λόγια, τα φαρμακεία μάς δείχνουν ότι παρά το γεγονός ότι τα συγκεκριμένα φαρμακεία περικλείονται από καταστήματα ή επιχειρήσεις ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής, τις «θέσεις ευθύνης» που σχετίζονται με την υγεία και απαιτούν ένα υψηλό επίπεδο μόρφωσης, εξακολουθούν να κατέχουν –ως επί το πλείστον– άτομα ελληνικής καταγωγής.⁴

Επίσης, η ανισότητα στη γειτονιά φαίνεται και σε γλωσσικό και σε μεταφραστικό επίπεδο στην Εικόνα 3, η οποία δείχνει τη λέξη *φαρμακείο* να έχει μεταφραστεί σε τέσσερις διαφορετικές γλώσσες, τα αγγλικά, τα γαλλικά, τα γερμανικά και τα ρωσικά/βουλγαρικά. Με εξαίρεση τη ρωσική/βουλγαρική μετάφραση, η οποία αποτελείται από γλώσσες που ομιλούνται από υπαρκτές μειονοτικές ομάδες στην Αθήνα, οι υπόλοιπες γλώσσες αφορούν πρόσωπα που δεν είναι τυπικοί/ές κάτοικοι της γειτονιάς και συνήθως συνδέονται με τον τουρισμό, μια δραστηριότητα που δεν συνηθίζεται στη συγκεκριμένη περιοχή.⁵ Η σειρά εμφάνισης των γλωσσών έχει επίσης ενδιαφέρον, καθώς φαίνεται να ακολουθεί την συνηθισμένη «ιεραρχία»: πρώτη εμφανίζεται η ελληνική ως επίσημη γλώσσα του κράτους, στη συνέχεια η αγγλική ως «διεθνής» γλώσσα· ακολουθούν οι δύο κυρίαρχες ευρωπαϊκές γλώσσες και στο τέλος εμφανίζονται οι σλαβικές. Όπως υπογραμμίζει ο Blommaert (2013: 55) στην έρευνά του σε μια γειτονιά με μεγάλη παρουσία ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής στο Βέλγιο, «[οι γλώσσες] δεν είναι ίσες· υπάρχουν σαφείς διακρίσεις σε ό,τι αφορά την «ιεραρχία» και την κυριαρχία, οι οποίες συνδέονται ως ένα σημείο με την ιστορία κατοίκησης της περιοχής» (βλ. και Canakis 2016, Cenoz & Gorter 2006).

Επομένως, το γεγονός ότι οι γλώσσες των κατοίκων αποκλείονται από τις πινακίδες της κυρίαρχης ομάδας, όπως ισχύει στη συγκεκριμένη περίπτωση, έχει άμεσο αντίκτυπο στην αναγνώριση και στην ορατότητα των μεταναστευτικών κοινοτήτων. Όπως υποστηρίζουν οι Cenoz & Gorter (2024: 183), «η παρουσία και η ορατότητα σε δημόσιους χώρους αποτελεί αναμφίβολα ένα κρίσιμο, σχεδόν υπαρξιακό ζήτημα για τις μειονοτικές γλώσσες». Επισημαίνουν δε τους σχετικούς παράγοντες που συνδέονται με την ορατότητα, συμπεριλαμβανομένης της ύπαρξης

⁴ Οι Kandyliis κ.ά. (2012: 271) υποστηρίζουν ότι παρά τα προσόντα ορισμένων μεταναστών/τριών στην Αθήνα, η συντριπτική πλειοψηφία απασχολείται σε θέσεις εργασίας που δεν απαιτούν εξειδίκευση σε σχέση με τους/τις Έλληνες/ίδες, κάτι που συμβάλλει στην ενίσχυση της κοινωνικής ανισότητας ανάμεσα στις δύο ομάδες.

⁵ Βέβαια, πρέπει να επισημανθεί ότι δεν είναι απαραίτητο η χρήση της ρωσικής/βουλγαρικής μετάφρασης να έχει ως στόχο τη διευκόλυνση των αντίστοιχων μειονοτήτων, καθώς και οι σλαβικές γλώσσες απαντούν σε νέες κατηγορίες τουριστών/τριών (πρβλ. Lees 2021) αλλά και σε επενδυτές/τριες που αγοράζουν ακίνητα στην Ελλάδα αλλά ειδικά στην Αθήνα μέσα από προγράμματα της κυβέρνησης όπως εκείνο των Golden Visas (<https://migration.gov.gr/golden-visa/>).

θεσμικής υποστήριξης για τις μειονοτικές γλώσσες ή των στάσεων των μελών της ευρύτερης κοινωνίας, πληροφορίες που μπορούν, ανάλογα με το συμφραστικό πλαίσιο, να εκμαιευθούν μέσα από τη μελέτη του γλωσσικού ή του μεταφραστικού τοπίου. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, μπορούμε τουλάχιστον να κάνουμε λόγο για μια ασύμβατη σχέση ανάμεσα στη χρήση των γλωσσών από την κυρίαρχη ελληνική ομάδα και την πολύγλωσση πραγματικότητα των κατοίκων της περιοχής, ενώ η οποιαδήποτε ορατότητα των μειονοτικών κοινοτήτων φαίνεται γλωσσικά μόνο στις πινακίδες και στα κείμενα των μελών των μεταναστευτικών κοινοτήτων. Επομένως, η παρουσία των γλωσσών των μειονοτικών κοινοτήτων δεν οδηγεί αυτόματα στην αναγνώριση και στον σεβασμό της κυρίαρχης ομάδας (ό.π.: 182). Για την ώρα τουλάχιστον όπως θα δούμε και παρακάτω, παρόλο που τόσο η κυρίαρχη ελληνική όσο και οι μειονοτικές ομάδες συνυπάρχουν στον πραγματικό χώρο του Αγίου Νικολάου, η γλωσσική αναγνώριση αυτής της συνύπαρξης προκύπτει μόνο από την πλευρά των μειονοτικών κοινοτήτων, αφού η γλωσσική αναγνώριση από την κυρίαρχη ομάδα παραμένει ανύπαρκτη.⁶

Η ιδεολογική διάσταση των γλωσσών που υπάρχει στην ελληνική κοινωνία και που σχολιάστηκε στην περίπτωση της Εικόνας 3 φαίνεται και στην Εικόνα 4, η οποία απεικονίζει την είσοδο ενός κέντρου ξένων γλωσσών στην Οδό Αγορακρίτου και τις γλώσσες που διδάσκονται στο συγκεκριμένο κέντρο. Παρόλο που η οποιαδήποτε ιδεολογική στάση απέναντι στις γλώσσες μπορεί να είναι ασυνείδητη για ένα μεγάλο μέρος της κοινωνίας, ανακυκλώνεται τόσο από τους θεσμούς της εξουσίας όσο και από τις επιχειρήσεις των ιδιωτών/τριών και αποτυπώνεται γλωσσικά στα περιβάλλοντα στα οποία ζούμε.



Εικόνα 4: Κέντρο Ξένων Γλωσσών, Οδός Αγορακρίτου

⁶ Βλ. όμως τη μελέτη του γλωσσικού τοπίου της Μυτιλήνης από τον Canakis (2016) στην οποία φαίνεται να γράφονται κείμενα στα αραβικά από τον ντόπιο πληθυσμό του νησιού για τη διευκόλυνση των συναλλαγών ατόμων προσφυγικής προέλευσης και, κατ' επέκταση, της τοπικής οικονομίας.

Όπως φαίνεται από τις επιγραφές και τις εικόνες πάνω από τη βιτρίνα του κέντρου, οι γλώσσες που διδάσκονται αντιστοιχούν στις κυρίαρχες ευρωπαϊκές γλώσσες που είδαμε στην Εικόνα 3 οι οποίες μάλιστα εμφανίζονται με την ίδια σειρά, δηλαδή πρώτη η αγγλική γλώσσα και μετά οι υπόλοιπες δύο βασικές γλώσσες της Ευρώπης. Μπορεί να υποστηρίξει κανείς ότι οι διδασκόμενες γλώσσες συνδέονται με τον ιδεολογικό προσανατολισμό της Ελλάδας προς τις δυτικές χώρες της Ευρώπης παρά τη γεωγραφική εγγύτητα της χώρας με βαλκανικά κράτη και την ύπαρξη των μειονοτικών γλωσσών στις ελληνικές γειτονίες. Όπως επισημαίνει σχετικά η Boklund-Lagorouliou (2003: 12), «είναι προφανές ότι κάποιος/α –σε αυτήν την περίπτωση το Υπουργείο Παιδείας– έχει κάνει μια ξεκάθαρη επιλογή, βάσει της οποίας η Ελλάδα θα ανήκει, αποκλειστικά και είτε μας αρέσει είτε όχι, στην πολιτισμική παράδοση της δυτικής Ευρώπης». Παρόλο που η ίδια συνεχίζει να εκφράζει αισιοδοξία για την εμφάνιση άλλων γλωσσών που αρχίζουν να διδάσκονται στη χώρα, οι βασικές γλώσσες παραμένουν οι ίδιες, γεγονός που συνδέεται φυσικά τόσο με οικονομικούς παράγοντες όσο και με την αίσθηση του πολιτισμικού κύρους των χωρών στις οποίες ομιλούνται οι συγκεκριμένες γλώσσες.⁷ Παρόλο που δεν μπορεί κανείς ρεαλιστικά να περιμένει κάτι άλλο από ένα ιδιωτικό κέντρο ξένων γλωσσών, το οποίο ακολουθεί τη ζήτηση της αγοράς, τέτοια παραδείγματα δεν παύουν –από σημειολογική άποψη– να αντικατοπτρίζουν την έλλειψη συσχέτισης των εν λόγω γλωσσών με τη γλωσσική πραγματικότητα της συγκεκριμένης γειτονιάς.

Θα εξετάσουμε τώρα τις Εικόνες 5 και 6, οι οποίες μαρτυρούν τη συνύπαρξη της κυρίαρχης ελληνικής κοινότητας και των μεταναστευτικών κοινοτήτων. Οι τελευταίες, όπως θα δούμε παρακάτω, εγκαθίστανται στην περιοχή και σε ορισμένες περιπτώσεις αναλαμβάνουν τις εργασίες των ήδη υπάρχουσών ελληνικών επιχειρήσεων. Στην Εικόνα 5 απεικονίζεται ένα γνωστό παραδοσιακό Ζαχαροπλαστείο της γειτονιάς το οποίο ιδρύθηκε το 1961, ενώ στην Εικόνα 6 βλέπουμε ένα κρεοπωλείο που λειτουργούσε υπό τη διεύθυνση Έλληνα από το 1957 αλλά πλέον ανήκει σε ιδιοκτήτη πακιστανικής καταγωγής, ο οποίος, ανάμεσα στα παραδοσιακά κρέατα πουλά κρέατα χαλάλ, δηλαδή κρέατα των οποίων η κατανάλωση επιτρέπεται από την ισλαμική παράδοση.



Εικόνα 5: Ζαχαροπλαστείο στην Οδό Μιχαήλ Βόδα

⁷ Βλ. αντίστοιχα και Gogonas & Kirsch (2016) για την προνομιούχα θέση των αγγλικών, των γαλλικών και των γερμανικών στη συνείδηση των Ελλήνων/ίδων μεταναστών/τριών στο Λουξεμβούργο, οι οποίες εκλαμβάνονται ως «αγαθό» για την κοινωνική -και οικονομική- άνοδο των παιδιών τους.



Εικόνα 6: Κρεοπωλείο με ασιατικά προϊόντα, Οδός Μιχαήλ Βόδα

Ενδιαφέρον εδώ παρουσιάζει το γεγονός ότι τόσο η παλιά κυρίαρχη ομάδα όσο και η σταδιακή μεταβολή λόγω της εισχώρησης νέων πληθυσμιακών ομάδων εγγράφονται στη γλώσσα των κειμένων. Από τη μια, το ζαχαροπλαστείο συνεχίζει να εξυπηρετεί τη γειτονιά με την ίδια παρουσία παρά τις δημογραφικές εξελίξεις, ενώ το όνομα του ζαχαροπλαστείου, ειδικά εξαιτίας της χρήσης του τελικού ν, μάλλον μαρτυρά την κάποτε μεσοαστική ταυτότητα της γειτονιάς. Αντίστοιχα, στην επιγραφή του κρεοπωλείου τοποθετείται το νέο όνομα του καταστήματος με αγγλικά και ούρντου δίπλα στην ελληνική γραφή, η οποία μαρτυρά την ιστορία του κρεοπωλείου ως παραδοσιακού καταστήματος της γειτονιάς. Με αυτήν την έννοια, η παρουσία της ελληνικής γραφής φαίνεται να επιτελεί τόσο μια πρακτική όσο και μια συμβολική λειτουργία. Από τη μια, η λέξη *κρεοπωλείο* ενημερώνει την ελληνική κοινότητα για τη συνέχιση της εμπορικής δραστηριότητας του καταστήματος, ενώ η αναφορά της χρονολογίας ίδρυσης του καταστήματος θα μπορούσε να θεωρείται ενδεικτής σεβασμού προς την ιστορία της επιχείρησης και στην κοινωνία που εξυπηρετεί. Από την άλλη, η προσθήκη του ονόματος στα ούρντου σηματοδοτεί την έλευση ατόμων πακιστανικής καταγωγής στη γειτονιά.

Τέλος, η Εικόνα 7 απεικονίζει ένα κατάστημα στο οποίο πωλούνται αραβικά κεμπάπ στη Λεωφόρο Αχαρνών. Η επιγραφή του καταστήματος έχει ενδιαφέρον για την παρούσα έρευνα για δύο βασικούς λόγους. Πρώτον, η τοποθεσία του καταστήματος, καθώς και το μέγεθος και η διακόσμησή του παραπέμπουν σε μεγάλες δαπάνες και μία σημαντική χρηματική επένδυση, κάτι που δεν θα ήταν εφικτό για όλα τα μέλη της μεταναστευτικής κοινότητας της περιοχής. Δεύτερον, η παρουσία της αγγλικής και της αραβικής γλώσσας αλλά η αισθητή απουσία της ελληνικής παραπέμπουν σε μια προσπάθεια των ιδιοκτητών/τριών να

παρουσιάσουν την επιχείρησή τους ως αραβική αλλά με διεθνή εμβέλεια, κάτι που ενισχύεται από τη χρήση του αραβικού διεθνισμού *habibi* («αγάπη μου»).



Εικόνα 7: Αραβικό ψητοπωλείο, Λεωφόρος Αχαρνών

Η χρήση της αγγλικής γλώσσας είναι διάχυτη στο γλωσσικό τοπίο διεθνώς (Cenoz & Gorter 2024: 252) και παρατηρείται σε πολλά είδη κειμένων, συχνά εξαιτίας της σύνδεσης της γλώσσας με τον εκσυγχρονισμό, τη βιομηχανία και τον πολιτισμό. Στη συγκεκριμένη περίπτωση και σε αντίθεση με τα υπόλοιπα κείμενα των ατόμων των μεταναστευτικών κοινοτήτων που εξετάσαμε, φαίνεται -εκ πρώτης όψεως- ότι οι γλωσσικές επιλογές περιθωριοποιούν την ελληνική κοινότητα. Φυσικά, η ελληνική κοινότητα «εγκιβωτίζεται» στη χρήση της αγγλικής γλώσσας αλλά η διαφορά είναι ότι δεν γίνεται ρητή αναφορά σε αυτήν μέσω του κειμένου. Παράλληλα, το οικονομικό και το φαινομενικό κύρος του καταστήματος σε σχέση με τα υπόλοιπα που ανήκουν στα μέλη των μεταναστευτικών κοινοτήτων φανερώνει μια ενδοκοινοτική ανισότητα που αναπτύσσεται και δείχνει ότι με την πάροδο του χρόνου και όσο τα άτομα μεταναστευτικής καταγωγής προσαρμόζονται στην

ελληνική κοινωνία, γεφυρώνεται το χάσμα ανάμεσα στην κυρίαρχη και στη μεταναστευτική κοινότητα, ενώ μεγαλώνει το χάσμα μεταξύ ορισμένων ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής.

4.2 Η μετάφραση ως καθρέφτης της αστικής πολυγλωσσίας

Όπως είδαμε στην προηγούμενη ενότητα, η παρουσία αλλά και η απουσία γλωσσών στο τοπίο μάς δίνουν χρήσιμες πληροφορίες για την κοινωνική και τη γλωσσική ανισότητα αλλά και για τις δημογραφικές εξελίξεις σε μια δεδομένη κοινότητα. Στα 11 κείμενα που ακολουθούν θα διερευνήσουμε τους τρόπους με τους οποίους αντικατοπτρίζεται η αστική πολυγλωσσία μέσω της μετάφρασης στον Άγιο Νικόλαο. Ένα βασικό στοιχείο που χαρακτηρίζει την εθνογραφική παρέμβαση στη γειτονιά είναι η επιφύλαξη ή η απροθυμία να αποκαλύψουν οι πληροφορητές/τριες τα προσωπικά τους στοιχεία ή πολλές λεπτομέρειες για τις γλωσσικές τους επιλογές. Η στάση αυτή βέβαια είναι δικαιολογημένη και εξηγείται από το γεγονός ότι τα μέλη των μεταναστευτικών κοινοτήτων της περιοχής έχουν υπάρξει θύματα ρατσιστικών επιθέσεων, ειδικά στην αρχή της οικονομικής κρίσης με την άνοδο του ακροδεξιού κόμματος *Χρυσή Αυγή*. Επομένως, οποιαδήποτε εκδήλωση ενδιαφέροντος για τη γλώσσα της μεταναστευτικής κοινότητας ή για τα πολιτισμικά της στοιχεία που την ξεχωρίζουν από την κυρίαρχη ομάδα αντιμετωπίζεται με προφανή καχυποψία.

Πρέπει να επισημανθεί ότι παρά τη συγκεκριμένη δυσκολία, θεωρώ τη στάση των πληροφορητών/τριών ένα αξιοσημείωτο πόρισμα για τους στόχους της παρούσας έρευνας. Η επιφύλαξή τους παραπέμπει στην ύπαρξη εντάσεων ανάμεσα στη μεταναστευτική και στην κυρίαρχη ομάδα των κατοίκων της περιοχής, κάτι που φαίνεται άλλωστε στην ανάγκη ύπαρξης του κειμένου στην Εικόνα 18. Ωστόσο, συγκέντρωσα ορισμένες σημαντικές πληροφορίες για τα μεταφρασμένα κείμενα αλλά και για τους/τις μεταφραστές/τριες στο πλαίσιο μιας χαλαρής συζήτησης και μέσω της καταγραφής σημειώσεων κατά τη διάρκεια της επίσκεψής μου στην περιοχή. Ας αρχίσουμε με τα κείμενα που είναι ορατά στο κρεοπωλείο στην Εικόνα 6. Ο ιδιοκτήτης του καταστήματος είναι πακιστανικής καταγωγής και, όπως μου μετέφερε στη συζήτησή μας, αγόρασε το κρεοπωλείο από τον Έλληνα πρώην ιδιοκτήτη, ο οποίος αντιμετώπιζε προβλήματα υγείας και αναγκάστηκε να το πουλήσει. Το πάνω κείμενο στα ελληνικά μαρτυρά το παρελθόν του καταστήματος, ενώ η νέα ταυτότητα δηλώνεται με το όνομα *Al Wahid* και την περιγραφή του καταστήματος στα αγγλικά. Τα στοιχεία αυτά είναι μεταφρασμένα και στην επίσημη γλώσσα του Πακιστάν, την ουρντού, στην οποία το όνομα *Al Wahid* έχει την έννοια του μοναδικού, συνδέεται με την ισλαμική θρησκεία και αποτελεί όνομα που συχνά δίνεται σε αγόρια. Επίσης, πέρα από την πληροφορία ότι το κατάστημα είναι κρεοπωλείο, στα ουρντού διευκρινίζεται ότι τα προϊόντα είναι χαλάλ, άρα, κατάλληλα για άτομα που ακολουθούν τους διατροφικούς κανόνες του Ισλάμ. Η παράλειψη αυτής της πληροφορίας στα αγγλικά είναι μάλλον λογική, καθώς τα άτομα για τα οποία προορίζονται τα κρέατα είναι ομιλητές/τριες της ουρντού, ενώ το ελληνικό κείμενο παραπέμπει στην παλιά εποχή κατά την οποία το κρεοπωλείο εξυπηρετούσε τους/τις Έλληνες/ίδες πελάτες/ισσες. Το μήνυμα για τα χαλάλ προϊόντα είναι μεταφρασμένο και στα μπενγκάλι στο κείμενο δίπλα στην κεντρική είσοδο του καταστήματος. Ωστόσο, όπως στην περίπτωση της μετάφρασης του ονόματος της επιχείρησης, προστίθενται και εδώ περισσότερες λεπτομέρειες για τα είδη των κρεάτων που διαθέτει το κρεοπωλείο: «διατίθενται μοσχαρίσιο κρέας

χαλάλ, κασικίσιο κρέας και κοτόπουλο σε οικονομικές τιμές». Συνεπώς, παρατηρείται στο συγκεκριμένο παράδειγμα ένας συνδυασμός μετάφρασης και διαγλωσσικότητας, ο οποίος έχει ως στόχο τη διευκόλυνση των πελατών/ισσών που ανήκουν στην ίδια θρησκευτική ομάδα αλλά μιλούν διαφορετικές γλώσσες.⁸ Αυτό επιβεβαιώθηκε από τον ιδιοκτήτη του καταστήματος, ο οποίος με ενημέρωσε ότι οι μεταφράσεις πραγματοποιήθηκαν από έναν φίλο του από το Πακιστάν για τους/τις πελάτες/ισσες του καταστήματος.



Εικόνα 8: κρεοπωλείο με ασιατικά προϊόντα, Οδός Μιχαήλ Βόδα

⁸ Ο συνδυασμός αυτός παρατηρήθηκε σε προφορικά δεδομένα στο Creese κ.ά (2018) σε έρευνα για τον ρόλο της μετάφρασης και της διαγλωσσικότητας στην επικοινωνία ατόμων διαφορετικής καταγωγής στο Μπέρμιγχαμ της Αγγλίας. Για παράδειγμα, βρέθηκε ότι και οι δύο γλωσσικές διαδικασίες επικοινωνίας συμβάλλουν στις κοινωνικές σχέσεις και στην εμπιστοσύνη ανάμεσα στους πωλητές της λαϊκής αγοράς και τους/τις πελάτες/ισσές τους.

Όταν τον ρώτησα για την εξοικείωση του μεταφραστή με το επάγγελμα της μετάφρασης μου απάντησε πως «όταν είναι η δική σου γλώσσα, γράφεις ό,τι θέλεις». Η συγκεκριμένη δήλωση φανερώνει τη σημασία αφενός να ενταχθεί η μη επαγγελματική μετάφραση στις μεταφραστικές και στις κοινωνιογλωσσολογικές έρευνες και αφετέρου, να διερευνηθούν περαιτέρω οι σχέσεις ανάμεσα στη μετάφραση και τη διαγλωσσικότητα καθώς και οι κοινωνικές τους λειτουργίες (πρβλ. Λις 2024). Η λειτουργία της μετάφρασης στην επικοινωνία και στην καλλιέργεια εμπιστοσύνης ανάμεσα στα μέλη των μεταναστευτικών κοινοτήτων φαίνεται και στην Εικόνα 9 παρακάτω.



Εικόνα 9: Κομμωτήριο, Οδός Μιχαήλ Βόδα

Εδώ η κύρια γλώσσα που χρησιμοποιείται είναι η ελληνική, αλλά η βασική υπηρεσία της επιχείρησης, δηλαδή το κούρεμα, είναι μεταφρασμένη στα ουρντού. Ο υπάλληλος της επιχείρησης, ο οποίος είναι κι αυτός πακιστανικής καταγωγής, με ενημέρωσε ότι η μετάφραση πραγματοποιήθηκε από τον Πακιστανό ιδιοκτήτη του κουρείου, ο οποίος ήθελε να ενημερώσει τους/τις πελάτες/ισσες που δεν γνωρίζουν ελληνικά ότι το κατάστημα λειτουργεί ως κομμωτήριο. Η παρουσία των ελληνικών, των ουρντού αλλά και των σημαιών από τις χώρες των ατόμων μεταναστευτικής προέλευσης καλλιεργούν σημειολογικά ένα συμπεριληπτικό κλίμα, ενώ η παρουσία της συγκεκριμένης γλώσσας τόσο στο κείμενο της Εικόνας 8 όσο και στο κείμενο της

Εικόνας 9 δείχνει ότι ένας σημαντικός αριθμός των κατοίκων της γειτονιάς αποτελείται από άτομα πακιστανικής και μπαγκλαντεσιανής καταγωγής. Ωστόσο, πέρα από τις προαναφερθείσες πολιτισμικές ομάδες, στη γειτονιά υπάρχει και μια κοινότητα Γεωργιανών, η οποία δραστηριοποιείται επαγγελματικά στην Οδό Ολυμπίας όπως βλέπουμε στις Εικόνες 10 και 11 παρακάτω.



Εικόνα 10: Κομμωτήριο και κέντρο ομορφιάς, Οδός Ολυμπίας



Εικόνα 11: Μαγαζί με παραδοσιακές γεωργιανές πίτες, Οδός Ολυμπίας

Στην Εικόνα 10 απεικονίζονται η επιγραφή του κομμωτηρίου *Beauty Salon Iolanta* και οι υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση, ενώ στην Εικόνα 11 φαίνονται η επιγραφή ενός φούρνου που πουλά παραδοσιακές γεωργιανές πίτες, καθώς και ο τιμοκατάλογος των προϊόντων. Οι ιδιοκτήτες/τριες και υπάλληλοι των δύο καταστημάτων ήταν ιδιαίτερα επιφυλακτικοί/ές όσον αφορά τη συζήτηση των προσωπικών τους στοιχείων. Ωστόσο, από τη συζήτησή μας προέκυψε ότι οι

μεταφράσεις πραγματοποιήθηκαν -και στις δύο περιπτώσεις- από τους/τις ίδιους/ες τους/τις ιδιοκτήτες/τριες, οι οποίοι/ες γνωρίζονται μεταξύ τους. Η ιδιοκτήτρια του κομμωτηρίου με ενημέρωσε ότι δεν έχουν μεταφραστική πείρα αλλά γνωρίζουν τις συγκεκριμένες γλώσσες και αξιοποίησαν την υπηρεσία «μετάφραση» της Google σε ορισμένες περιπτώσεις. Επίσης, η τελική επεξεργασία του κειμένου πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια ενός σχεδιαστή, ο οποίος κάνει και μεταφράσεις. Η συγκεκριμένη πραγματικότητα είναι διάχυτη στο μεταφραστικό τοπίο (βλ. Lees 2022β), καθώς οι ιδιοκτήτες/τριες και υπάλληλοι επιχειρήσεων βασίζονται στις γνώσεις των γλωσσών που εμφανίζονται στο τοπίο, προκειμένου να εκπληρώσουν τις επικοινωνιακές τους ανάγκες, μια πρακτική που παρατηρείται σε άλλα πρότυπα πολύγλωσσης επικοινωνίας όπως η γλωσσικότητα (βλ. Jørgensen 2008) και η διαγλωσσικότητα. Όπως επισημαίνει η Τσοκαλίδου (2017: 76) σχετικά, η μετάφραση αποτελεί μέσο «για την πραγματοποίηση της πολυγλωσσικής επικοινωνίας και της γλωσσικής ανάπτυξης/εκμάθησης από τη σκοπιά της ΔΓ [διαγλωσσικότητας]».

Στην Εικόνα 10 η γλώσσα-πηγή είναι τα γεωργιανά, η πρώτη γλώσσα της ιδιοκτήτριας, από τα οποία προκύπτει η ελληνική μετάφραση για τις παροχές της επιχείρησης. Ωστόσο, σε αντίθεση με το κουρείο στην Εικόνα 9, όπου η γλώσσα της κοινότητας λειτουργεί ως διευκρίνιση για τους/τις μη ελληνόφωνους/ες πελάτες/ισσες, σε αυτήν την περίπτωση η βασική γλώσσα είναι εκείνη της κοινότητας των γεωργιανών, κάτι που μάλλον δείχνει ότι η επιχείρηση απευθύνεται κυρίως στα μέλη της εν λόγω κοινότητας, ενώ η παρουσία της ελληνικής γλώσσας δείχνει ότι η επιχείρηση είναι ανοιχτή και προς τα μέλη της κυρίαρχης ομάδας. Με λίγα λόγια, η παρουσία συγκεκριμένων γλωσσών επιτελεί τη λειτουργία της οριοθέτησης (demarcation, Blommaert 2013: 43), κατά την οποία το συγκεκριμένο σημείο της οδού ανήκει στη γεωργιανή κοινότητα, αλλά το σημείο αυτό τοποθετείται στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, όπου κυρίαρχη ομάδα είναι οι Έλληνες/ίδες.

Επομένως, ο βαθμός παρουσίας των γλωσσών δείχνει την κοινωνική και τη γλωσσική πραγματικότητα στον χώρο. Επίσης, πέρα από τις γλώσσες των δύο κοινοτήτων, στον τιμοκατάλογο στην Εικόνα 11 προστίθεται και η αγγλική μετάφραση του γεωργιανού κειμένου. Η σειρά εμφάνισης των γλωσσών, όπως επιβεβαίωσε ο υπάλληλος της επιχείρησης, είναι τυχαία αλλά στόχος της αγγλικής μετάφρασης είναι η διευκόλυνση της επικοινωνίας με τους/τις τουρίστες/τριες από άλλες χώρες. Παρόλο που είναι εξαιρετικά απίθανο να επισκεφτούν τουρίστες/τριες τη συγκεκριμένη γειτονιά, κυρίως λόγω έλλειψης τουριστικών αξιοθέατων στην περιοχή, η αγγλική μετάφραση δείχνει ότι οι ιδιοκτήτες/τριες της επιχείρησης επιθυμούν να προσελκύσουν τη μέγιστη δυνατή πελατεία και ότι, όπως είδαμε στην Εικόνα 7, ορισμένες επιχειρήσεις στη γειτονιά αντιβαίνουν σταδιακά τα στεγανά του δίπολου μεταναστευτικής και ελληνικής κοινότητας.

Στην ίδια οδό στεγάζονται άλλες δύο επιχειρήσεις, οι οποίες ανήκουν στην ευρύτερη κοινότητα ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής από αραβόφωνες χώρες. Στην Εικόνα 12 βλέπουμε ένα κείμενο στην είσοδο ενός τουριστικού γραφείου γραμμένο στα αραβικά και στα ελληνικά, ενώ στην Εικόνα 13 βλέπουμε την επιγραφή ενός καταστήματος που πουλά ασιατικά είδη ένδυσης. Το συγκεκριμένο κείμενο περιλαμβάνει και πληροφορίες για τα είδη ρούχων στα ελληνικά και στα αραβικά. Παρόλο που επικοινωνώσα με τον ιδιοκτήτη του τουριστικού γραφείου, δεν ήταν πρόθυμος να συμμετάσχει στη συνέντευξη και να δώσει πληροφορίες, ενώ

η υπάλληλος του καταστήματος ειδών ένδυσης μού έδωσε ορισμένες πληροφορίες για το κείμενο της επιχείρησης.



Εικόνα 12: Ταξιδιωτικό γραφείο, Οδός Ολυμπίας



Εικόνα 13: Κατάστημα με παραδοσιακά ασιατικά ρούχα, Οδός Ολυμπίας

Το αραβικό κείμενο-πηγή αναφέρει το όνομα του γραφείου *Sawa Travel*, ενώ από κάτω υπάρχει μια φράση από τον χώρο του μάρκετινγκ που μεταφράζεται στα ελληνικά ως «στον αέρα μαζί», ένα σλόγκαν που παραπέμπει στη δυνατότητα κράτησης αεροπορικών εισιτηρίων. Παρόλο που αυτή η πληροφορία, καθώς και η ιδιότητα της επιχείρησης μεταφράζονται στα ελληνικά, λείπει η προσληκτική ισχύς της συλλογικότητας του πρωτοτύπου -όπως και η ομοιοκαταληξία στο πρωτότυπο-, ενώ στα ελληνικά προστίθεται η λεπτομέρεια ότι η επιχείρηση κλείνει και ακτοπλοϊκά εισιτήρια. Επομένως, εξαιτίας τόσο της σειράς εμφάνισης των γλωσσών όσο και της διαφορετικής προσληκτικής ισχύος ανάμεσα στα αραβικά και στα ελληνικά, καθίσταται μάλλον σαφές ότι, όπως στην περίπτωση της Εικόνας 10, βασική ομάδα-στόχος είναι οι πελάτες/ισσες της κοινότητας, ενώ η τοποθέτηση της επιχείρησης σε ελληνική περιοχή μαρτυρείται από την παρουσία της ελληνικής μετάφρασης.

Στην περίπτωση της Εικόνας 13, η ιδιότητα της επιχείρησης περιγράφεται στα ελληνικά, ενώ τα είδη ενδυμασίας που πουλά το κατάστημα είναι μεταφρασμένα στα αραβικά. Η κόρη της οικογένειας δεν επικοινωνούσε πολύ άνετα στα ελληνικά αλλά με ενημέρωσε ότι η ίδια έκανε τη μετάφραση, η οποία απευθύνεται σε πελάτες/ισσες από τη Συρία και την Τυνησία, δηλαδή στους/στις βασικούς/ές πελάτες/ισσες του καταστήματος. Επίσης, κατά τη διάρκεια της συζήτησής μας ήταν προφανές ότι η παρουσία μου προκαλούσε ανησυχία, κάτι που φάνηκε άλλωστε στην προσπάθειά της να με διαβεβαιώσει ότι όλα τα προϊόντα είναι «κανονικά με απόδειξη». Τέτοια περιστατικά ενισχύουν το επιχείρημα περί επιφύλαξης, η οποία απορρέει από την αρνητική συμπεριφορά που έχουν δεχτεί τα μέλη των μεταναστευτικών κοινοτήτων από την κυρίαρχη ομάδα.

Οι Εικόνες 14, 15, 16 και 17 δείχνουν τα κείμενα επιχειρήσεων σε κοντινή απόσταση μεταξύ τους επί της Λεωφόρου Αχαρνών, παράλληλα με τον Άγιο Νικόλαο.



Εικόνα 14: Μαγειρείο με ινδικά και μπανγκλαντεσιανά πιάτα, Λεωφόρος Αχαρνών



Εικόνα 15: Μίνι μάρκετ με ελληνικά και αιγυπτιακά προϊόντα, Λεωφόρος Αχαρνών



Εικόνα 16: Μίνι μάρκετ με αραβικά προϊόντα, Λεωφόρος Αχαρνών



Εικόνα 17: Μίνι μάρκετ με ελληνικά και αραβικά προϊόντα, Λεωφόρος Αχαρνών

Στην Εικόνα 14 απεικονίζεται ένα μαγειρείο το οποίο σερβίρει ινδικά και μπανγκλαντεσιανά πιάτα. Οι πινακίδες του καταστήματος είναι γραμμένες σε τέσσερις γλώσσες: αγγλικά, στα οποία είναι γραμμένο το όνομα του μαγειρείου, ουρντού, μπενγκάλι και ελληνικά. Η χρήση της αγγλικής γλώσσας για την περιγραφή του είδους του μαγειρείου είναι συνηθισμένη στο γλωσσικό τοπίο τόσο σε περιοχές με άτομα μεταναστευτικής καταγωγής όσο και σε περιοχές που κατοικούνται από την κυρίαρχη ομάδα. Όπως επισημαίνει ο Blommaert (2013: 57) για τη χρήση της αγγλικής σε επιγραφές παρόμοιων καταστημάτων σε περιοχή της Αμβέρσας, «πολύ συχνά, αυτά τα καταστήματα τελούσαν υπό τη διεύθυνση ατόμων ασιατικής και αφρικανικής καταγωγής και αρκετά συχνά, δίπλα στα αγγλικά υπήρχε μια σειρά από άλλες γλώσσες».

Παρόλο που οι ιδιοκτήτες/τριες του καταστήματος δεν ήταν πρόθυμοι/ες να συνομιλήσουν μαζί μου για την επιχείρησή τους, θα ήταν λογικό να υποθέσουμε ότι η αγγλική γλώσσα εξυπηρετεί ως κοινός κώδικας για τα μέλη των κοινοτήτων, καθώς και για την ευρύτερη κοινωνία συμπεριλαμβανομένων των Ελλήνων/ίδων κατοίκων και των μη ελληνόφωνων επισκεπτών/τριών, ενώ η χρήση της συχνά εκλαμβάνεται ως γλώσσα κύρους, διεθνούς στάτους και επιτυχίας (πρβλ. Cenoz & Gorter 2024: 291), όπως μάλλον ισχύει στην περίπτωση της Εικόνας 7. Ωστόσο, εδώ τα ουρντού, μεταφρασμένα στα αγγλικά, ενημερώνουν τους/τις πελάτες/ισσες ότι χρησιμοποιείται κρέας χαλάλ, ενώ πάνω από την είσοδο οι επιγραφές στα μπενγκάλι και στα ελληνικά δεν ταυτίζονται μεταξύ τους. Η επιγραφή στα μπενγκάλι μεταφράζεται ως «μπανγκλαντεσιανά ξενοδοχεία» ενώ δεν είναι σαφές σε τι αναφέρεται η ελληνική επιγραφή. Ωστόσο, η παρουσία των τεσσάρων γλωσσών, σε κάθε περίπτωση, μαρτυρά αφενός την τοποθέτηση της επιχείρησης σε ένα πολύγλωσσο περιβάλλον και αφετέρου ότι το μαγειρείο είναι ανοιχτό σε όλες τις υπάρχουσες κοινότητες της περιοχής. Τέτοιες περιπτώσεις, με τη σειρά τους,

ενισχύουν το επιχείρημα της προηγούμενης ενότητας σχετικά με την (κοινωνιο)γλωσσική ανισότητα ανάμεσα στις μεταναστευτικές/μειονοτικές κοινότητες και την κυρίαρχη ελληνική κοινότητα· η συνύπαρξη αποτυπώνεται στα κείμενα των μειονοτήτων αλλά όχι στα κείμενα της κυρίαρχης ομάδας.

Στην Εικόνα 15 βλέπουμε την επιγραφή ενός παντοπωλείου, το οποίο πουλά ελληνικά και αραβικά προϊόντα συμπεριλαμβανομένων κρεάτων, φρούτων και λαχανικών. Ο ιδιοκτήτης και οι υπάλληλοι κατάγονται από την Αίγυπτο και είναι αραβόφωνοι. Στη συγκεκριμένη περίπτωση δεν χρησιμοποιείται η αγγλική γλώσσα αλλά το αραβικό κείμενο μεταφράζεται στα ελληνικά, κάτι που παραπέμπει στην επιθυμία της επιχείρησης να απευθύνεται κυρίως στην τοπική αραβόφωνη κοινότητα αλλά και στους/στις Έλληνες/ίδες κατοίκους της περιοχής. Πρέπει να σημειωθεί ότι η μετάφραση του κειμένου παρουσιάζει διαφοροποιήσεις ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Για παράδειγμα, παρόλο που το μήνυμα για τη δυνατότητα χονδρικής πώλησης και εξοικονόμησης χρημάτων αποτελούν πιστές μεταφράσεις από τα αραβικά, η περιγραφή των προϊόντων διαφέρει. Συγκεκριμένα, παρόλο που στα ελληνικά διαφημίζονται ελληνικά κρέατα και ελληνικά προϊόντα, στη γλώσσα-πηγή ο/η πελάτης/ισσα ενημερώνεται ότι το κατάστημα διαθέτει κρέας χαλάλ και αραβικά προϊόντα.

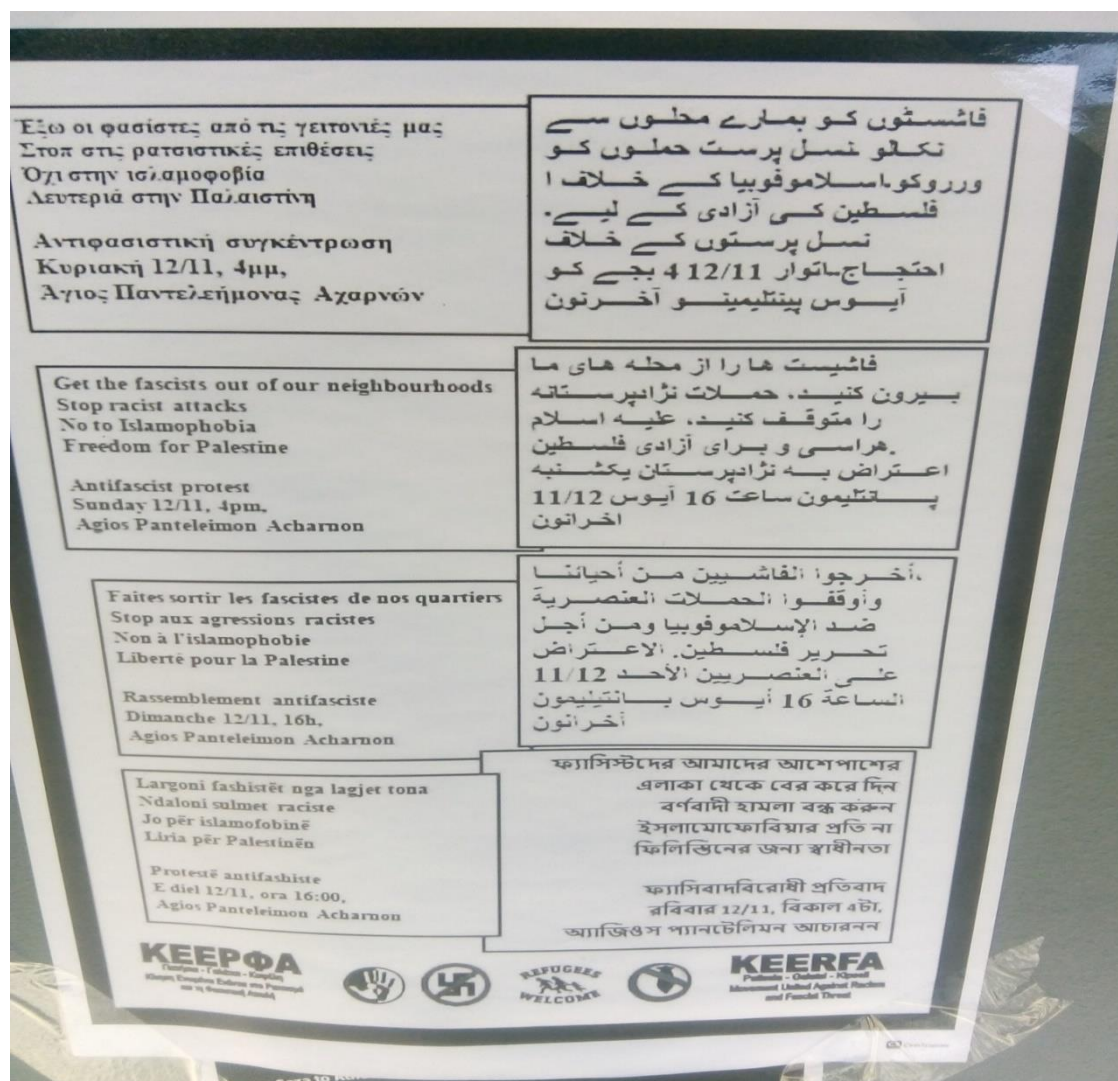
Με άλλα λόγια, στα αραβικά δεν αναφέρονται τα ελληνικά προϊόντα, ενώ στα ελληνικά δεν αναφέρεται το κρέας χαλάλ. Ο λόγος για αυτή τη διαφοροποίηση είναι μάλλον προφανής· ο μεταφραστής, ο οποίος σε αυτήν την περίπτωση είναι ο ιδιοκτήτης του καταστήματος, επέλεξε τις πληροφορίες που θεωρεί σημαντικές για την κάθε κοινότητα, μια στρατηγική στη μετάφραση που ονομάζεται *μεταδημιουργία* (transcreation) (βλ. Asimakoulas 2019, Benetello 2017), η οποία συνίσταται στην τροποποίηση του κειμένου, προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες των αναγνωστών/τριών της μετάφρασης και της επιχείρησης. Επίσης, η συνύπαρξη των δύο κοινοτήτων μαρτυρείται και από ένα παράδειγμα διαγλωσσικότητας που αφορά τον τρόπο μετάφρασης του ονόματος *Κάιρο*. Συγκεκριμένα, αντί να γράφεται το όνομα με τον συμβατικό τρόπο στα αραβικά, δηλαδή ως القاهرة, πραγματοποιείται μεταγραφή της ελληνικής προφοράς της λέξης στα αραβικά.

Μια παρόμοια λογική παρατηρείται στην Εικόνα 17, το κείμενο της οποίας είναι γραμμένο στα αγγλικά και περιλαμβάνει την πληροφορία ότι διατίθενται κρέατα χαλάλ, μια πληροφορία που λείπει από την ελληνική μετάφραση, στην οποία αναφέρεται μονάχα ότι το κατάστημα πουλά ελληνικά και ασιατικά προϊόντα.⁹ Με λίγα λόγια, τόσο η επιλογή της γλώσσας όσο και η επιλογή των πληροφοριών που κωδικοποιούνται στη μετάφραση είναι στην κριτική ευχέρεια του/της μεταφραστή/τριας ανάλογα με τις αντιληπτές ανάγκες του κοινού στο οποίο απευθύνεται. Επιπλέον, η Εικόνα 16 δείχνει την επιγραφή ενός παντοπωλείου που τελεί υπό τη διεύθυνση ενός αραβόφωνου ιδιοκτήτη, ο οποίος πραγματοποίησε τη μετάφραση. Η αγγλική μετάφραση συμμορφώνεται απόλυτα με τις πληροφορίες του αραβικού κειμένου, καθώς μεταφέρει την ιδιότητα της αγοράς και το όνομα μιας αιγυπτιακής πόλης, *Μανσούρα*, το οποίο όμως παραλείπεται στην ελληνική μετάφραση. Η παράλειψη αυτή μπορεί να σχετίζεται με την κρίση του ιδιοκτήτη ότι

⁹ Αξίζει να αναφερθεί εδώ ότι το λανθασμένο επίθετο *άσιαν* από το αγγλικό *asian* δείχνει την επίδραση της αγγλικής γλώσσας, η οποία ομιλείται ευρέως στις χώρες της Ασίας, στην εκμάθηση και τη χρήση της ελληνικής γλώσσας.

για το ελληνικό κοινό αρκεί η πληροφορία του είδους του καταστήματος. Όπως είδαμε στην Εικόνα 14 αλλά και σε άλλα παραδείγματα, η παρουσία των συγκεκριμένων γλωσσών μαρτυρά τη συνύπαρξη των συγκεκριμένων πολιτισμικών ομάδων στην περιοχή, καθώς και το γεγονός ότι η επιχείρηση είναι ανοιχτή προς όλους/ες τους/τις πελάτες/ισσες.

Τέλος, οι έννοιες της πολυπολιτισμικής και της πολύγλωσσης συνύπαρξης των κατοίκων στη γειτονιά συνοψίζονται με πολύ αισθητό τρόπο στο κείμενο στην Εικόνα 18 παρακάτω. Το συγκεκριμένο κείμενο ανήκει στην κατηγορία που ονομάζω λόγο της αντίστασης –ή *counter discourse* κατά τον Canakis (2017)– και ενημερώνει όλους/ες τους/τις κατοίκους για μια επικείμενη αντιφασιστική και αντιρατσιστική συγκέντρωση στον Άγιο Παντελεήμονα. Όπως αναφέρθηκε στην ενότητα 1, το συγκεκριμένο σημείο είναι συμβολικό λόγω του ότι εδώ έλαβαν χώρα οι σοβαρότερες επιθέσεις εναντίον των ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής στις αρχές της ελληνικής οικονομικής κρίσης. Το συγκεκριμένο κείμενο, το οποίο δημιουργήθηκε από την αντιρατσιστική ομάδα ΚΕΕΡΦΑ, είναι μεταφρασμένο σε όλες τις γλώσσες των βασικών μεταναστευτικών κοινοτήτων, και δείχνει ότι σήμερα έχει καλλιεργηθεί ένα αίσθημα του συνανήκειν στο οποίο τα μέλη των επιμέρους κοινοτήτων είναι ενωμένα εξαιτίας της διαφορετικότητάς τους στην κοινή προσπάθεια να καταπολεμήσουν τον ρατσισμό που στιγμάτιζε την ίδια περιοχή πριν από μια δεκαετία.



Εικόνα 18: Ενημερωτικό κείμενο για αντιρατσιστικές δράσεις, Οδός Πιπίνου

Μια καθαρίστρια η οποία βγήκε από μια διπλανή επιχείρηση και πρόσεξε το ενδιαφέρον που έδειξα προς το κείμενο με ενημέρωσε ότι η ομάδα απαρτίζεται από ανθρώπους από πολλά μέρη του κόσμου. Η πληροφορία αυτή επιβεβαιώθηκε κατά τη διάρκεια της τηλεφωνικής επικοινωνίας μου με τον συντονιστή της δράσης ΚΕΕΡΦΑ, Πέτρο Κωνσταντίνου. Συγκεκριμένα, οι μεταφραστές/τριες των κειμένων είναι μέλη των μεταναστευτικών κοινοτήτων, τα οποία δεν διαθέτουν επαγγελματική εμπειρία στη μετάφραση, παρόλο που ορισμένοι/ες λειτουργούν επικουρικά ως γλωσσικοί/ές διαμεσολαβητές/τριες. Επίσης, από τη συζήτηση προκύπτει ότι δεν χρησιμοποιούνται εργαλεία όπως η υπηρεσία «μετάφραση» της Google αλλά τα μέλη των κοινοτήτων βασίζονται στις γνώσεις που διαθέτουν για τη μητρική τους γλώσσα, ένα πόρισμα που είναι σύμφωνο με τη γενικότερη εικόνα του μεταφραστικού τοπίου (βλ. Λις 2024), στο οποίο οι μεταφράσεις πραγματοποιούνται κατά κανόνα από μη επαγγελματίες μεταφραστές/τριες, προκειμένου να εκπληρωθούν οι άμεσες επικοινωνιακές τους ανάγκες. Στην περίπτωση του κειμένου στην Εικόνα 18, οι ανάγκες αυτές συνδέονται με τις παρούσες μεταναστευτικές κοινότητες της Αθήνας. Όπως επισήμανε ο Πέτρος Κωνσταντίνου, εάν το κείμενο προοριζόταν για τη Θεσσαλονίκη, δε θα χρειαζόνταν οι ίδιες γλώσσες, καθώς υπάρχουν λιγότερες μεταναστευτικές κοινότητες.

Επίσης, από τη συζήτηση προέκυψε ότι μεταξύ των μεταφραστών/τριών υπάρχει μια διαβάθμιση επάρκειας στην ελληνική γλώσσα, με αποτέλεσμα να πραγματοποιούνται ορισμένες μεταφράσεις με τα αγγλικά και τα γαλλικά ως γλώσσες-πηγή, καθώς τα άτομα που κάνουν τη μετάφραση είναι πιο εξοικειωμένα με τις συγκεκριμένες γλώσσες. Τέλος, σε σχέση με τη σειρά εμφάνισης των γλωσσών, πολλές φορές η σειρά είναι τυχαία λόγω έλλειψης συμβατότητας του συστήματος γραφής των ασιατικών γλωσσών με τους ελληνικούς υπολογιστές. Για τον λόγο αυτό, οι μεταφραστές/τριες χρησιμοποιούν τους δικούς τους υπολογιστές και στέλνουν τη μετάφραση ως εικόνα η οποία στη συνέχεια επικολλάται στο τελικό έγγραφο που ετοιμάζει η δράση ΚΕΕΡΦΑ. Ωστόσο, όταν ρώτησα τον συντονιστή αν θα άλλαζε κάτι στο τελικό κείμενο, με ενημέρωσε ότι θα ήθελε να μην εμφανίζονται οι ευρωπαϊκές και οι ασιατικές γλώσσες σε διαφορετικές στήλες αλλά να είναι ανακατεμένες. Η συγκεκριμένη απάντηση δείχνει ότι ο ίδιος αντιλαμβάνεται τη σημειολογία της σειράς εμφάνισης των γλωσσών, η οποία και εδώ, έστω ασυνείδητα, ακολουθεί την ίδια λογική του κειμένου που είδαμε στην Εικόνα 3 και μπορεί να εκληφθεί ως ιεραρχική κατάταξη. Σε κάθε περίπτωση όμως, οι μεταφράσεις στο συγκεκριμένο κείμενο αποτυπώνουν την πολύγλωσση πραγματικότητα στη συγκεκριμένη γειτονιά αλλά και την αίσθηση της συνύπαρξης και της ένωσης των κοινοτήτων, συμπεριλαμβανόμενης της κυρίαρχης ομάδας. Η τελευταία παρατήρηση ειδικά σηματοδοτεί την εξέλιξη στην κοινωνία από τη στοχοποίηση των ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής στην αρχή της οικονομικής κρίσης στη δημιουργία μιας πολυπολιτισμικής πραγματικότητας και ομάδων αλληλεγγύης.

5. Συμπεράσματα και προεκτάσεις

Η παρούσα μελέτη ανέδειξε τους τρόπους με τους οποίους η παρουσία των γλωσσών στη γειτονιά του Αγίου Νικολάου και η μετάφραση από και προς τις γλώσσες αυτές αντικατοπτρίζει τη σύγχρονη πολυγλωσσία και πολυπολιτισμικότητα της συγκεκριμένης περιοχής. Ο Άγιος Νικόλαος επιλέχθηκε αφενός επειδή αποτελεί μια περιοχή στην οποία έχουν εγκατασταθεί κοινότητες ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής και αφετέρου εξαιτίας της πρόσφατης ιστορίας της γειτονιάς, στην οποία σημειώθηκαν οι πιο ακραίες επιθέσεις κατά των μεταναστών/τριών στις αρχές της ελληνικής οικονομικής κρίσης και της ανόδου της Χρυσής Αυγής στον πολιτικό βίο της χώρας. Επομένως, η μελέτη της μετάφρασης μας προσφέρει μια χρήσιμη εικόνα για τη σημερινή κατάσταση στη γειτονιά. Συγκεκριμένα, η επιλογή των γλωσσών προς μετάφραση στα κείμενα που βρίσκονται σε δημόσιους χώρους μας δίνει πληροφορίες για τις επικοινωνιακές ανάγκες των κατοίκων και των επισκεπτών/τριών αλλά και τη θέση που κατέχουν οι συγκεκριμένες γλώσσες τόσο σε τοπικό όσο και σε ευρύτερο κοινωνικό επίπεδο. Εδώ πρέπει να συνυπολογιστούν φυσικά και άλλες κοινωνικές μεταβλητές όπως το άτομο που επιλέγει τις γλώσσες και πραγματοποιεί τη μετάφραση, ο χώρος στον οποίο τοποθετείται το κείμενο και το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Στη διασταύρωση αυτών των στοιχείων συμβάλλει η συμμετοχή των ίδιων των μεταφραστών/τριών, οι οποίοι/ες μέσα από τη συζήτηση προσφέρουν σημαντικές διευκρινίσεις. Ωστόσο, όπως επισημάνθηκε παραπάνω, κάτι τέτοιο δεν είναι πάντα εφικτό και στην προσπάθειά μου να συνομιλήσω με τους ανθρώπους της γειτονιάς αντιμετώπισα μεγάλη καχυποψία και επιφυλακτικότητα, στοιχεία που αποδίδω στον φόβο που υπάρχει ακόμα στις

μεταναστευτικές κοινότητες μετά από τις ρατσιστικές επιθέσεις του παρελθόντος. Παρόλα αυτά, οι πληροφορίες που κατάφερα να αποκτήσω ενίσχυσαν σημαντικά την ερμηνεία μου για τα κείμενα που εξέτασα.

Από την ανάλυση προκύπτουν δύο βασικά συμπεράσματα. Πρώτον, η επιλογή των γλωσσών και της μετάφρασης αποκαλύπτει ορισμένες (κοινωνιο)γλωσσικές ανισότητες στην περιοχή. Για παράδειγμα, τα κείμενα που ανήκουν στα μέλη της κυρίαρχης ελληνικής ομάδας δεν αναγνωρίζουν γλωσσικά την ύπαρξη των μελών της μεταναστευτικής κοινότητας. Ακόμα και σε περιπτώσεις μετάφρασης των κειμένων τους, η γλώσσα-στόχος δεν αντιστοιχεί στις γλώσσες των κοινοτήτων που είναι εγκαταστημένες στη γειτονιά, όπως είδαμε στην περίπτωση του φαρμακείου στην Εικόνα 3. Παρόλο που κάτι τέτοιο είναι ίσως αναμενόμενο, δεδομένου ότι η ελληνική γλώσσα αποτελεί την επίσημη γλώσσα του κράτους, δεν παύει να ενισχύει –έστω και ασυνείδητα– τη μονογλωσσική νόρμα και τον αποκλεισμό των άλλων γλωσσών, πλην των ευρωπαϊκών γλωσσών υψηλού κύρους. Αντιθέτως, με μια μόνο εξαίρεση, τα κείμενα των ατόμων μεταναστευτικής καταγωγής αναγνωρίζουν γλωσσικά το γεγονός ότι τα κείμενά τους είναι τοποθετημένα σε μια γειτονιά που ανήκει στη ελληνική επικράτεια. Παρατηρείται και η χρήση της αγγλικής γλώσσας σε ορισμένες περιπτώσεις, η οποία συνδέεται με τη φιλοδοξία προσέλκυσης τουριστών/τριών αλλά και με τη σύνδεση της συγκεκριμένης γλώσσας με το κύρος και την διεθνή της εμβέλεια. Επιπλέον, είδαμε ότι αρχίζουν να αναπτύσσονται ανισότητες και εντός των μεταναστευτικών κοινοτήτων, κάτι που φαίνεται από τις ακριβότερες κτηριακές εγκαταστάσεις και την ποιότητα των κειμένων.

Δεύτερον, η παρουσία της μετάφρασης στα κείμενα των δημοσίων χώρων της περιοχής αποτυπώνουν τις εξελίξεις στη γειτονιά. Συγκεκριμένα, είδαμε πως υπάρχουν τέσσερις βασικές μεταναστευτικές κοινότητες στον Άγιο Νικόλαο: η αραβόφωνη κοινότητα, η κοινότητα που έχει ως πρώτη γλώσσα την ουρντού, η οποία αποτελείται κυρίως από άτομα πακιστανικής καταγωγής, η βεγγαλόφωνη κοινότητα και η κοινότητα των Γεωργιανών. Τα μεταφρασμένα κείμενα που παρατηρούνται εμφανίζονται σε ατομικές επιχειρήσεις των μελών των συγκεκριμένων κοινοτήτων και αφορούν μαγειρεία, παντοπωλεία, ταξιδιωτικά πρακτορεία και κομμωτήρια. Αντιθέτως, θέσεις ευθύνης για το σύνολο της κοινωνίας, όπως η ιδιότητα του/της φαρμακοποιού, καταλαμβάνονται από μέλη της κυρίαρχης ομάδας. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι η συνύπαρξη των γλωσσών της κοινότητας με την ελληνική δείχνει τη σταδιακή μετάβαση μιας αμιγώς ελληνικής γειτονιάς σε μια πολυπολιτισμική γειτονιά, γεγονός που αναγνωρίζεται και αποτυπώνεται στα κείμενα των συλλογικών δράσεων όπως εκείνη της ΚΕΕΡΦΑ.

Τέλος, παρόλο που η συγκεκριμένη μελέτη προσφέρει μια πρώτη εικόνα για την αστική πολυγλωσσία σε μια σημαντική περιοχή της Ελλάδας, χρειάζονται περισσότερα δεδομένα που μπορούν να συγκριθούν μεταξύ τους, καθώς και μια τακτική παρακολούθηση των αλλαγών που σημειώνονται με την πάροδο του χρόνου, η οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί με επαναλαμβανόμενες επισκέψεις στην περιοχή. Με αυτόν τον τρόπο ο/η ερευνητής/τρια θα είναι σε θέση να παρατηρήσει τις αλλαγές στα είδη των κειμένων που μεταφράζονται και να σχολιάσει τη σχέση τους με τις παράλληλες κοινωνικές εξελίξεις. Επίσης, μια σκόπιμη και ενδιαφέρουσα μελέτη θα ήταν η εκμείωση των στάσεων των ελληνόφωνων και μη ελληνόφωνων κατοίκων τόσο της συγκεκριμένης περιοχής όσο

και άλλων περιοχών στην Ελλάδα σχετικά με την παρουσία των συγκεκριμένων γλωσσών στα αστικά περιβάλλοντα της χώρας.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Ανδρουλάκης, Γ. & Ξυδόπουλος, Γ. 2008. *Γλωσσική Ανάπτυξη. Εισαγωγικά Θέματα Γλωσσολογίας*. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Αρχάκης, Α. 2020. *Από τον Εθνικό στον Μετα-εθνικό Λόγο: Μεταναστευτικές Ταυτότητες και Κριτική Εκπαίδευση*. Αθήνα: Πατάκης.
- Lees, C. 2022α. «Η πανδημία και το μεταφραστικό τοπίο της Θεσσαλονίκης: Η περίπτωση των πινακίδων Covid-19 στους δημόσιους χώρους της πόλης». *Aegean Working Papers in Ethnographic Linguistics* 3: 132–158.
- Λις, Κ. Τ. 2024. *Το μεταφραστικό τοπίο της Θεσσαλονίκης: Μια διεπιστημονική προσέγγιση στη μετάφραση κειμένων σε δημόσιους χώρους της πόλης*. Αθήνα: Κάλυπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
- Τσοκαλίδου, Ρ. 2017. *SIDAYES. Πέρα από τη Διγλωσσία στη Διαγλωσσικότητα*. Αθήνα: Gutenberg.
- Τσοκαλίδου, Ρ. & Κουτούλης, Κ. 2015. «Η διαγλωσσικότητα στο ελληνικό εκπαιδευτικό σύστημα: Μια πρώτη διερεύνηση». Στο Α. Χατζηδάκη. (επιμ.). *Κοινωνιογλωσσολογικές και διαπολιτισμικές προσεγγίσεις στην πολιτισμική ετερότητα στο σχολείο*. Ρέθυμνο: *Επιστήμες της Αγωγής Θεματικό τεύχος 2015*, 161-181.

Ξενόγλωσση

- Androutsopoulos, J. 2014. "Computer-mediated communication and linguistic landscapes." Στο J. Holmes & K. Hazen. (επιμ.). *Research methods in sociolinguistics: A practical guide*. Hoboken: Wiley-Blackwell, 74-90.
- Asimakoulas, D. 2019. *Rewriting Humour in Comic Books: Cultural Transfer and Translation of Aristophanic Adaptations*. London: Palgrave Macmillan.
- Backhaus, P. 2006. "Multilingualism in Tokyo: A look into the linguistic landscape." *International Journal of Multilingualism* 3(1): 52-66.
- Baranova, V. & Fedorova, K. 2019. "'Invisible minorities' and 'hidden diversity' in Saint Petersburg's linguistic landscape." *Language and Communication* 68: 17-27.
- Ben-Rafael, E. & Ben-Rafael, M. 2015. "Linguistic landscapes in an era of multiple globalizations." *Linguistic Landscape: An International Journal* 1(1-2): 19-37.
- Benetello, C. 2017. "Transcreation as the creation of a new original: A NortonTM case study." Στο E. B. Demirel, Cordisco, M., Di Martino, E., Le Disez, J.-Y., Regattin, F., & Segers, W. (επιμ.). *Exploring creativity in translation across cultures*. Ariccia: Aracne Editrice, 237-247.
- Blommaert, J. 2013. *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Bristol: Multilingual Matters.
- Blommaert, J. & Maly, I. 2014. "Ethnographic linguistic landscape analysis and social change: A case study" (*Tilburg Papers in Culture Studies* 100) [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.academia.edu/7560835/WP133_Blommaert_and_Maly_2014._Ethnographic_linguistic_landscape_analysis_and_social_change_A_case_study [Ανακτήθηκε 29 Φεβρουαρίου 2024].

- Boklund-Lagopoulou, K. 2003. "Teaching English in Greece: An update." Στο V. Bolla-Mavrides. (επιμ.). *New Englishes*. Thessaloniki: Ziti Publications, 11-24.
- Canakis, C. 2016. "Snapshots of the Balkans through ethnographic investigation of the linguistic landscape." *Punctum* 2(2): 24-65.
- Canakis, C. 2017. "The linguistic landscape of Stadiou Street in Athens: An ethnographic approach to the linguistic appropriation of contested space." *Studies in Greek Linguistics* 37: 165-180.
- Cenoz, J. & Gorter, D. 2006. "Linguistic landscape and minority languages." *International Journal of Multilingualism* 3(1): 67-80.
- Cenoz, J. & Gorter, D. 2024. *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*. Bristol: Multilingual Matters.
- Creese, A., Blackledge, A. & Hu, R. 2018. "Translanguaging and translation: The construction of social difference across city spaces." *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism* 21(7): 841-852.
- Federici, F. 2017. "Sociolinguistics, translation and interpreting." Στο K. Malmkjaer (επιμ.). *The Routledge handbook of translation studies and linguistics*. London: Routledge, 295-310.
- Gianneli, T. 2014. *Migrants' special practices and experiences in Athens, Greece*. Δημοσίευση μεταπτυχιακή διατριβή, Πανεπιστήμιο Ουτρέχτης.
- Gogonas, N. & Kirsch, C. 2016. "In this country my children are learning two of the most important languages in Europe': Ideologies of language as a commodity among Greek migrant families in Luxembourg." *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism* 21(4): 426-438.
- Gogonas, N. & Maligkoudi, C. 2019. "Translanguaging instances in the Greek linguistic landscape in times of crisis." *Journal of Applied Linguistics* 32: 66-82.
- Jaworski, A. & Thurlow, C. 2010. "Introducing semiotic landscapes." Στο A. Jaworski & C. Thurlow. (επιμ.). *Semiotic landscapes: Language, image, space*. London: Continuum, 1-40.
- Jørgensen, J. N. 2008. "Polylingual languaging around and among children and adolescents." *International Journal of Multilingualism* 5(3): 161-176.
- Kandylis, G., Maloutas, T. & Sayas, J. 2012. "Immigration, inequality, and diversity: Socio-ethnic hierarchy and spatial organization in Athens, Greece." *European Urban and Regional Studies* 19(3): 267-286.
- Karolak, M. 2022. "Linguistic landscape in a city of migrants: A study of Souk Naif area in Dubai." *International Journal of Multilingualism* 19(4): 605-629.
- Karpava, S. 2022. "Multilingual linguistic landscape of Cyprus." *International Journal of Multilingualism* 21(2): 823-861.
- Kasimis, C. 2013. "Greece, migration 1830s to present." Στο I. Ness (επιμ.). *The encyclopedia of global migration*. Oxford: Blackwell Publishing, 1602-1609.
- Lees, C. 2021. "The translation landscape of Thessaloniki's "Kastra" neighbourhood: Some qualitative findings from a cross-disciplinary approach to translated texts in public spaces." *Target* 33(3): 464-493.
- Lees, C. 2022α. "Towards an alternative theory of the translation error: A sociolinguistic approach from the translation landscape of Thessaloniki." *Journal of Translation and Translanguaging in Multilingual Contexts* 8 (2). 114-142.

- Lees, C. 2022β. ““Please wear mask!” Covid-19 in the translation landscape of Thessaloniki: A cross-disciplinary approach to the English translations of Greek public notices.” *The Translator* 28(3): 344-365.
- Lees, C. & Alfieris, A. 2019. “Racist discourse in the years of the Greek financial crisis: Evidence from the Greek press.” *Journal of Greek Media and Culture* 5(1): 45-67.
- Martínez-Ibarra, F. 2021. “An analysis of how business owners use Valencian and Spanish in the linguistic landscape.” Στο P. Gubitosi & M. F. Ramos-Pellicia (επιμ.). *Linguistic landscape in the Spanish-speaking world. Issues in Hispanic and Lusophone Linguistics* 35. Amsterdam: John Benjamins, 294-312.
- Pennycook, A. 2012. *Language and Mobility: Unexpected Places*. Bristol, Blue Ridge Summit: Multilingual Matters.
- Shohamy, E., Ben-Rafael, E. & Barni, M. (επιμ.). 2010. *Linguistic Landscape in the City*. Bristol, Blue Ridge Summit: Multilingual Matters.
- Tesseur, W. 2017. “Incorporating translation into sociolinguistic research: Translation policy in an international non-governmental organisation.” *Journal of Sociolinguistics* 21(5): 629-649.
- Triantafyllidou, A. & Kouki, H. 2014. “Muslim immigrants and the Greek nation: The emergence of nationalist intolerance.” *Ethnicities* 13(6): 709-728.