



ΦΙΛΟΣΟΦΙΚΗ ΣΧΟΛΗ
ΤΜΗΜΑ ΒΥΖΑΝΤΙΝΩΝ ΚΑΙ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΓΛΩΣΣΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ
ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΡΙΩΝ ΚΥΠΡΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

ΠΟΠΗ ΘΕΟΦΑΝΟΥΣ

ΛΕΥΚΩΣΙΑ 2015



Πανεπιστήμιο
Κύπρου

ΦΙΛΟΣΟΦΙΚΗ ΣΧΟΛΗ
ΤΜΗΜΑ ΒΥΖΑΝΤΙΝΩΝ ΚΑΙ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΓΛΩΣΣΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ
ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΡΙΩΝ ΚΥΠΡΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΟΠΗ ΘΕΟΦΑΝΟΥΣ

Διατριβή

η οποία υποβλήθηκε

προς απόκτηση διδακτορικού τίτλου σπουδών

στο Πανεπιστήμιο Κύπρου

Επόπτρια: Μαριλένα Καρυολαίμου
(Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Γλωσσολογίας)

ΛΕΥΚΩΣΙΑ 2015

ΠΟΠΗ ΘΕΟΦΑΝΟΥΣ

Σελίδα εγκυρότητας

Υποψήφια διδάκτωρ: *Πόπη Θεοφάνους*

Τίτλος διατριβής: *Γλωσσική πολιτική και οικονομική δραστηριότητα: η περίπτωση τριών κυπριακών επιχειρήσεων*

Η παρούσα Διδακτορική Διατριβή εκπονήθηκε στο πλαίσιο των σπουδών για απόκτηση Διδακτορικού Διπλώματος στο Τμήμα Βυζαντινών και Νεοελληνικών Σπουδών στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Νεοελληνικής Φιλολογίας και εγκρίθηκε στις 27 Απριλίου 2015 από τα μέλη της εξεταστικής επιτροπής.

Επιστημονική επόπτρια:

Μαριλένα Καρυολαίμου
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Γλωσσολογίας
Πανεπιστήμιο Κύπρου

Άλλα μέλη της εξεταστικής επιτροπής:

Ειρήνη Τσαμαδού-Jacobberger
Καθηγήτρια Γλωσσολογίας
Université de Strasbourg
(εξωτερικό μέλος)

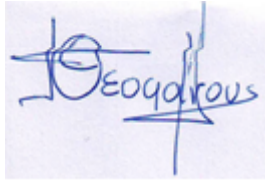
Παναγιώτης Αγαπητός
Καθηγητής Βυζαντινής Φιλολογίας
Πανεπιστήμιο Κύπρου
(εσωτερικό μέλος)

Fabienne Baider
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Γλωσσολογίας
Πανεπιστήμιο Κύπρου
(εσωτερικό μέλος)

Μαριάννα Κατσογιάννου
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Γλωσσολογίας
Πανεπιστήμιο Κύπρου
(Πρόεδρος της Εξεταστικής επιτροπής)

“Η παρούσα διατριβή υποβάλλεται προς συμπλήρωση των απαιτήσεων για απονομή Διδακτορικού Τίτλου του Πανεπιστημίου Κύπρου. Είναι προϊόν πρωτότυπης εργασίας αποκλειστικά δικής μου, εκτός των περιπτώσεων που ρητώς αναφέρονται μέσω βιβλιογραφικών αναφορών, σημειώσεων ή και άλλων δηλώσεων.”

Πόπη Θεοφάνους

A small image showing a handwritten signature in blue ink on a light-colored background. The signature is stylized and appears to read 'Πόπη Θεοφάνους'.

ΠΟΠΗ ΘΕΟΦΑΝΟΥΣ

Περίληψη

Η παρούσα διδακτορική διατριβή εντάσσεται στον ευρύτερο διεπιστημονικό κλάδο της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού που διερευνά τη σχέση ανάμεσα στη γλώσσα και την οικονομική δραστηριότητα. Πρόκειται για μια κοινωνιογλωσσική έρευνα που εξετάζει τη γλωσσική πολιτική στο πολύγλωσσο περιβάλλον τριών κυπριακών επιχειρήσεων: μιας γαλακτοβιομηχανίας, μιας φαρμακοβιομηχανίας και μιας εταιρείας ανάπτυξης και πώλησης γης. Αποτελεί μια έρευνα μικροσκοπικού πεδίου που διερευνά πώς η οικονομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων, όπου κύριος σκοπός είναι η αύξηση του κύκλου εργασιών και η μεγιστοποίηση του κέρδους, επηρεάζει τις γλωσσικές επιλογές στη διεκπεραίωση της προφορικής και γραπτής επικοινωνίας. Για την έρευνα χρησιμοποιήθηκε μικτή μεθοδολογία, δηλαδή συλλέχτηκαν, αναλύθηκαν και συνδυάστηκαν ποιοτικά και ποσοτικά δεδομένα με σκοπό την μεθοδολογική τριγωνοποίηση. Συλλέχτηκαν, επίσης, ποικίλα άλλα τεκμήρια όπως έγγραφα που αφορούσαν αγγελίες για διάφορες θέσεις εργασίας, διαφημιστικά φυλλάδια και φωτογραφικό υλικό. Για την ανάλυση των δεδομένων επιλέχθηκε το θεωρητικό πλαίσιο της *γλωσσικής διαχείρισης* όπως αναπτύχθηκε από τους Spolsky (2004, 2009) και Shohamy (2006). Σύμφωνα με το πλαίσιο αυτό, η γλωσσική πολιτική αποτελεί σύνθετη έννοια που συγκροτείται από τις ακόλουθες τρεις συνιστώσες: *τις γλωσσικές πεποιθήσεις, τις γλωσσικές πρακτικές και τη γλωσσική διαχείριση*. Όπως προέκυψε από την ανάλυση των δεδομένων που αφορούν τις τρεις αυτές συνιστώσες και στις τρεις εταιρείες υπάρχει συγκεκριμένη γλωσσική πολιτική η οποία όμως έχει χαρακτήρα υπόρρητο και συγκαλυμμένο. Αυτή η πολιτική αφορά κυρίως τη διαμόρφωση ενός *κοινού πλαισίου διαχείρισης* της αγγλικής γλώσσας, με ενέργειες που είναι σε μεγάλο βαθμό συστηματικές και συνειδητές και διασφαλίζουν στην αγγλική μια κυρίαρχη θέση και έναν εξέχοντα ρόλο στο πεδίο των επιχειρήσεων. Παράλληλα, διαμορφώνεται ένα *κοινό πλαίσιο αναφοράς* στην αγγλική γλώσσα, που συνίσταται σε μια συλλογική συναινετική αντίληψη του ρόλου της αγγλικής ως εταιρικής γλώσσας στην οποία προσχωρούν όλοι οι εργαζόμενοι –όπως άλλωστε διαφαίνεται και από τις εκπεφρασμένες γλωσσικές τους πεποιθήσεις. Πέρα από τις τακτικές που ευνοούν τη μονογλωσσία λόγω της γενικευμένης χρήσης της αγγλικής, καταγράφηκαν και στις τρεις επιχειρήσεις εναλλακτικά επικοινωνιακά σενάρια που αφήνουν να διαφανούν πρακτικές που ευνοούν την πολυγλωσσία. Η ελληνική, για παράδειγμα, κατέχει

σημαντική θέση στις επιχειρήσεις, ωστόσο, η χρήση της δεν διαχέεται σε όλο το φάσμα λειτουργιών των επιχειρήσεων, αλλά σχετίζεται με συγκεκριμένες επιχειρησιακές περιστάσεις και λειτουργίες. Σε δύο από τις τρεις επιχειρήσεις (γαλακτοβιομηχανία και φαρμακοβιομηχανία) εντοπίστηκαν, επιπλέον, γλωσσικές χρήσεις που θεωρούμε ότι αποτελούν *ψήγματα πολύγλωσσης πρακτικής*. Στις περιπτώσεις αυτές, η εισαγωγή και η χρήση ξένων γλωσσών αφορούσε μεμονωμένα περιστατικά που αντιμετωπίζονταν με συγκυριακές και όχι συστηματικές ρυθμίσεις. Η τρίτη επιχείρηση (πώληση και ανάπτυξη γης) διαφοροποιήθηκε έντονα σε σχέση με τις άλλες δύο, υιοθετώντας συνειδητά μια *φιλοσοφία πολύγλωσσης επιχείρησης*, που αντιμετωπίζει την πολυγλωσσία θετικά εντάσσοντας την με επιτυχία στα επιχειρησιακά σχέδια και καθιστώντας την στρατηγικό πλεονέκτημα. Η έρευνα κατέδειξε, τέλος, πώς οι πολύγλωσσες πρακτικές συνδέονται με το είδος της επιχειρησιακής δραστηριότητας, με τις ιδιαιτερότητες της διαπροσωπικής επικοινωνίας και με την εταιρική φιλοσοφία εν γένει.

Abstract

This thesis belongs to the wider interdisciplinary field of language policy and planning that examines the relationship between language and economic activity. It is a sociolinguist survey that studies language policy in the multilingual context of three Cypriot companies: in a company selling dairy products, in a pharmaceutical company and in a property development company. It is, thus, a micro-linguistic survey exploring the ways in which economic activity in enterprises, where the main aim is to increase economic activities and maximize profit, influences language choices in oral and written interaction. For this purpose a mixed research methodology was used by collecting, analyzing and combining qualitative and quantitative data to obtain triangulation of results. Other data collected were job advertisements, brochures and photographic material. The theoretical framework used for the analysis of the data was *language management theory* (Spolsky 2004, 2009 and Shohamy 2006), whereby language policy is considered as a threefold activity comprising of the following interrelated components: language beliefs, language management and language practices. The data analysis for the three aforementioned components confirms that all three companies exert a specific language policy as although in an implicit and covert manner. The policy in question concerns primarily the adoption of a *common language management approach* as far as the English language is concerned with consistent and deliberate actions that establish a dominant place and a preeminent role to the English language. At the same time, a *common framework of reference* to English is formed which consists of a collectively consensual understanding of the role of English as a corporative language, as it is shown in the analysis of the expressed language beliefs of employees. Besides monolingual practices that arose from the extensive use of English, alternative language scenarios that promoted multilingualism emerged as well. Greek played a significant role in all three companies, although its use did not cover the whole spectrum of economic activities but only specific kinds of interactions and functions. Beyond the use of Greek, in two of the three companies (the dairy products company and the pharmaceutical company) language usages that might be seen as examples of multilingual practices were traced were tracked. Nevertheless, it must be noted that these multilingual practices concerned isolated cases that were dealt *ad hoc* and were not the result of systematic planning. The property development company constituted

a clearly distinct case, since it evaluated multilingual practices positively and adopted a multilingual philosophy successfully integrating multilingualism in its activity plans, thus turning it into a strategic advantage. Lastly, the research showed that multilingual practices are closely connected to the type of economic activity, the specificities of interpersonal communication and the wider corporative philosophy of the enterprise.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	I
ABSTRACT	III
ΛΙΣΤΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ, ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΩΝ	X
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	XIV
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός	
1.1 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός: φάσεις εξέλιξης και ορισμοί	5
1.2 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός: ερευνητικές κατευθύνσεις.....	19
1.2.1 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός: αλλαγή στην κατεύθυνση των ερευνών	20
1.2.2 Μικροσκοπικό επίπεδο, μεσοσκοπικό επίπεδο και μακροσκοπικό επίπεδο: ονομάτων επίσκεψις.....	23
1.2.3 Μικροεπίπεδο και μικρογλωσσικός σχεδιασμός	25
1.2.3.1 Μικροσκοπικός γλωσσικός σχεδιασμός και αναβίωση γλώσσας.....	29
1.2.3.2 Μικροσκοπικός γλωσσικός σχεδιασμός και αλλαγή γλωσσικής πολιτικής.....	30
1.3 Γλωσσική διαχείριση.....	33
1.3.1 Μικροσκοπικό και μακροσκοπικό επίπεδο στη γλωσσική διαχείριση.....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: Το κοινωνιογλωσσικό τοπίο στην Κύπρο: ανασκόπηση βιβλιογραφίας	
2.1 Περιγραφή της κοινωνιογλωσσικής κατάστασης.....	37
2.2 Γλωσσική χρήση και γλωσσικές στάσεις απέναντι στην κοινή νέα ελληνική, την κυπριακή διάλεκτο και την αγγλική.....	41
2.3 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός.....	44
2.3.1 Δημόσια διοίκηση.....	44
2.3.1.1 Η περίπτωση της τυποποίησης των γεωγραφικών ονομάτων της Κύπρου.....	45
2.3.2 Δικαστήρια.....	47
2.3.3 Γλώσσα και εκπαίδευση.....	48
2.3.3.1 Οι επίσημες γλώσσες του Πανεπιστημίου Κύπρου	54
2.4 Κριτική ανάλυση υφιστάμενων ερευνών.....	56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Πολυγλωσσία-Μονογλωσσία

3.1 Έθνη-κράτη και γλώσσα.....	59
3.2 Κοινωνικο-οικονομικές μεταβολές και γλώσσα.....	63
3.2.1 Η διεθνοποίηση της αγγλικής γλώσσας.....	63
3.2.1.1 Γλωσσικός μπερλαισμός ή γλωσσική αναγκαιότητα;.....	66
3.2.2 Πολυγλωσσία.....	69
3.2.2.1 Η διαχείριση της πολυγλωσσίας στην ΕΕ	70
3.2.2.2 Πολυγλωσσία και οικονομική δραστηριότητα στην ΕΕ.....	72
3.2.2.3 Πολυγλωσσία ή μονογλωσσία και ανάπτυξη γλωσσικής στρατηγικής: η περίπτωση των επιχειρήσεων.....	75
3.2.2.3.1 Ανάπτυξη γλωσσικής στρατηγικής στις επιχειρήσεις.....	78
3.2.2.3.2 Μονογλωσσία ή πολυγλωσσία: πολυεθνικές, μεγάλες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις	82
3.2.2.3.3 Γλωσσική στρατηγική και διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού.....	89

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: Μεθοδολογία της έρευνας

4.1 Η έρευνα.....	94
4.2 Σχεδιασμός της έρευνας και περιγραφή των ερευνητικών στόχων.....	94
4.2.1 Επιλογή των επιχειρήσεων.....	94
4.2.2 Τρεις μελέτες περίπτωσης.....	95
4.2.3 Ερευνητικά ερωτήματα.....	96
4.2.4 Θεωρητικό πλαίσιο.....	98
4.2.4.1 Γλωσσικές πεποιθήσεις.....	98
4.2.4.2 Γλωσσική διαχείριση.....	100
4.2.4.3 Γλωσσικές πρακτικές.....	101
4.2.5 Επιλογή μεθοδολογίας της έρευνας.....	102
4.2.5.1 Μεθοδολογία σε προγενέστερες έρευνες.....	106
4.2.6 Η διαδικασία συλλογής των δεδομένων.....	106
4.2.6.1 Πρώτη φάση της έρευνας: ημιδομημένες συνεντεύξεις με ανώτερα στελέχη	108
4.2.6.1.1 Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις ως ερευνητικό εργαλείο.....	109

4.2.6.2 Το περιεχόμενο των συνεντεύξεων.....	110
4.2.7 Ποιοτική ανάλυση δεδομένων.....	112
4.2.8 Δεύτερη φάση της έρευνας: ερωτηματολόγια για τους εργαζομένους σε διοικητικές θέσεις.....	112
4.2.8.1 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου.....	114
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: Γλωσσική πολιτική στις τρεις εταιρείες	
5.1 Σύντομο ιστορικό των επιχειρήσεων.....	119
5.1.1 Γαλακτοβιομηχανία Πήττας.....	119
5.1.2. Φαρμακοβιομηχανία Remedica.....	120
5.1.3 Όμιλος Εταιρειών Pafilia.....	121
5.2 Αναφερόμενες γλωσσικές πεποιθήσεις.....	123
5.2.1 Αναφερόμενες γλωσσικές πεποιθήσεις: τα διευθυντικά στελέχη.....	123
5.2.1.1 Η σημασία της ελληνικής.....	123
5.2.1.2 Η αγγλική, η πιο σημαντική γλώσσα για τις επιχειρήσεις.....	124
5.2.1.3 Η αγγλική ως διεθνής γλώσσα χρησιμοποιείται από τις περισσότερες χώρες στον τομέα των επιχειρήσεων.....	125
5.2.1.4 Οι γλώσσες των πελατών στον τομέα των επιχειρήσεων.....	126
5.2.2 Οι γλωσσικές πεποιθήσεις των διοικητικών υπαλλήλων: ποσοτική ανάλυση.....	127
5.2.2.1 Αναφερόμενες γλωσσικές πεποιθήσεις σε σχέση με την αγγλική γλώσσα.....	127
5.2.2.2 Αναφερόμενες γλωσσικές πεποιθήσεις σε σχέση με την ελληνική γλώσσα.....	129
5.3. Μηχανισμοί και ανάπτυξη γλωσσικής στρατηγικής.....	131
5.3.1 Κανόνες και κανονισμοί: απουσία επίσημα εκπεφρασμένης πολιτικής.....	133
5.3.2 Πολιτική προσλήψεων και γλωσσική αξιολόγηση.....	137
5.3.2.1 Γαλακτοβιομηχανία Πήττας.....	138
5.3.2.2 Φαρμακοβιομηχανία.....	139
5.3.2.3 Εταιρεία ανάπτυξης και πώλησης γης.....	143
5.3.3 Γλωσσική εκπαίδευση.....	147
5.3.4 Η γλώσσα στο δημόσιο χώρο.....	148

5.3.4.1 Οι ιστοσελίδες και τα λογότυπα.....	149
5.3.4.2 Κτιριακές εγκαταστάσεις.....	153
5.3.4.3 Συσκευασίες Προϊόντων.....	157
5.3.4.4 Το γλωσσικό τοπίο των επιχειρήσεων.....	161
5.4 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σε επίπεδο διευθυντικών στελεχών.....	165
5.4.1 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές στην εταιρεία Πήττας.....	165
5.4.1.1 Ενδοεπικοινωνία.....	165
5.4.1.2 Εξωτερική επικοινωνία.....	167
5.4.2 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές στην εταιρεία Remedica.....	169
5.4.2.1 Εισαγωγικές παρατηρήσεις.....	169
5.4.2.2 Ενδοεπικοινωνία.....	170
5.4.2.3 Εξωτερική επικοινωνία.....	175
5.4.3 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές στην εταιρεία Pafilia.....	177
5.4.3.1 Εισαγωγικές παρατηρήσεις.....	177
5.4.3.2 Ενδοεπικοινωνία.....	177
5.4.3.3 Εξωτερική επικοινωνία.....	179
5.5 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές: τα διοικητικά στελέχη.....	180
5.5.1 Η γαλακτοβιομηχανία Πήττας.....	180
5.5.2 Η φαρμακοβιομηχανία Remedica.....	182
5.5.3 Όμιλος εταιρειών Pafilia.....	183
5.5.4 Συγκριτική παρουσίαση αναφερόμενων γλωσσικών πρακτικών.....	184
5.6 Η αγγλική ως γλώσσα-όχημα στις τρεις επιχειρήσεις.....	187
5.6.1 Ανάλυση.....	187
5.6.2 Η επιλογή της αγγλικής για τη διευκόλυνση επικοινωνίας.....	188
5.6.3 Η επιλογή της αγγλικής για την προώθηση της συναδελφικής αλληλεγγύης.....	190
5.6.4 Το επίπεδο χρήσης της αγγλικής ως γλώσσας όχηματος στις τρεις εταιρείες.....	192
5.6.5 Προβλήματα από την αποκλειστική χρήση της αγγλικής.....	194
5.6.6 Η αγγλική ως γλώσσα-όχημα και οι υπόλοιπες γλώσσες.....	196

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ: Συζήτηση αποτελεσμάτων και συμπεράσματα

6.1 Συμπεράσματα έρευνας.....199

6.1.1 Η πολυγλωσσία ως στρατηγικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις.....212

6.2 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός στην Κύπρο.....214

6.3 Εισηγήσεις για περαιτέρω έρευνα και καταληκτικές σκέψεις.....219

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....221

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο.....237

ΛΙΣΤΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ, ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΩΝ

Σχήματα

Σχήμα 1.1: Οι συνιστώσες της γλωσσικής πολιτικής.....	17
Σχήμα 1.2: Μακροσκοπικό, μεσοσκοπικό και μικροσκοπικό επίπεδο.....	24
Σχήμα 1.3: Μικροσκοπικό και μακροσκοπικό επίπεδο στη γλωσσική διαχείριση.....	36
Σχήμα 3.1: Η διάδοση της αγγλικής στην Ευρώπη.....	65
Σχήμα 3.2: Συνεχές που παρουσιάζει τις απόψεις των ερευνητών για την αγγλική υπεργλώσσα	67
Σχήμα 4.1: Ποιοτική και ποσοτική έρευνα.....	105

Παραστάσεις

Παράσταση 3.1: Γλώσσες τις οποίες οι ΜΜΕ (Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις) θα πρέπει να αποκτήσουν ή να βελτιώσουν.....	85
Παράσταση 5.1: Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη για τη δουλειά μου	127
Παράσταση 5.2: Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη για να μπορώ να επικοινωνώ με όσους εργάζονται στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.....	127
Παράσταση 5.3: Η ελληνική γλώσσα εξυπηρετεί καλύτερα ως κύρια (εταιρική) γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.....	129
Παράσταση 5.4: Η αγγλική γλώσσα εξυπηρετεί καλύτερα ως κύρια (εταιρική) γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.....	129
Παράσταση 5.5: Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι απαραίτητη για τη δουλειά μου.....	130
Παράσταση 5.6: Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι απαραίτητη για να μπορώ να επικοινωνώ με όλους όσους εργάζονται στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω	130
Παράσταση 5.7: Για να διατηρηθεί η ελληνική γλώσσα και ταυτότητα στην Κύπρο, είναι σημαντικό να χρησιμοποιείται η ελληνική γλώσσα στον τομέα των επιχειρήσεων	130
Παράσταση 5.8: Μηχανισμοί μεταξύ ιδεολογίας και πολιτικής	131
Παράσταση 5.9: Μηχανισμοί μεταξύ γλωσσικής ιδεολογίας και γλωσσικής πολιτικής	133
Παράσταση 5.10: Ποια θεωρείτε ότι είναι η/οι κύρια/ες (εταιρική/ές) γλώσσα/ες της επιχείρησης στην οποία εργάζεστε;	137

Παράσταση 5.11: Θεωρείτε ότι τα θέματα ξένης γλώσσας θα σταθούν εμπόδιο στην επικοινωνία σας με ξένους πελάτες;.....	186
Παράσταση 5.12: Έχετε αναλάβει πρωτοβουλία για να μάθετε καλύτερα κάποια ξένη γλώσσα;.....	187
Παράσταση 5.13: Η αγγλική ως γλώσσα-όχημα και η μανδαρινική κινεζική ή η ρωσική γλώσσα.....	198
Πίνακες	
Πίνακας 4.1: Κριτήρια επιλογής επιχειρήσεων.....	95
Πίνακας 4.2: Γλωσσική Διαχείριση.....	101
Πίνακας 4.3: Βασικά χαρακτηριστικά της μικτής έρευνας	104
Πίνακας 4.4: Αριθμός και εθνικότητα ατόμων που συμμετείχαν στην ποσοτική έρευνα	113
Πίνακας 4.5: Θεματική κατάταξη των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου.....	114
Πίνακας 5.1: Προφίλ εταιρειών.....	119
Πίνακας 5.2:Εργαζόμενοι στην εταιρεία Πήττας.....	120
Πίνακας 5.3: Εργαζόμενοι στην εταιρεία Remedica.....	121
Πίνακας 5.4: Εθνικότητες εργαζομένων στην εταιρεία Remedica.....	121
Πίνακας 5.5: Αριθμός εργαζομένων στην εταιρεία Pafilia.....	122
Πίνακας 5.6: Εθνικότητες εργαζομένων στην εταιρεία Pafilia.....	122
Πίνακας 5.7: Αναφερόμενα επίπεδα επάρκειας στην αγγλική γλώσσα.....	128
Πίνακας 5.8: Μητρική/ές γλώσσα/ες των εργαζομένων σε διοικητικές θέσεις στις τρεις εταιρείες.....	129
Πίνακας 5.9: Πολιτική προσλήψεων και γλωσσικής επιμόρφωσης στις εταιρείες.....	148
Πίνακας 5.10: Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη (Πήττας).....	167
Πίνακας 5.11: Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη (Πήττας).....	168
Πίνακας 5.12: Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη (Remedica).....	174
Πίνακας 5.13: Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη (Remedica).....	177

Πίνακας 5.14: Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη (Pafilia).....	179
Πίνακας 5.15: Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τους εργαζόμενους σε διοικητικές θέσεις (Πήττας).....	181
Πίνακας 5.16: Συχνότητα χρήσης γλωσσών ανά επικοινωνιακή περίσταση (Πήττας).....	181
Πίνακας 5.17: Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τους εργαζόμενους σε διοικητικές θέσεις (Remedica).....	182
Πίνακας 5.18: Συχνότητα χρήσης γλωσσών ανά επικοινωνιακή περίσταση (Remedica).....	182
Πίνακας 5.19: Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τους εργαζόμενους σε διοικητικές θέσεις στην εσωτερική επικοινωνία (Pafilia).....	183
Πίνακας 5.20: Αναφερόμενη χρήση γλωσσών στην εξωτερική επικοινωνία (Pafilia).....	183
Πίνακας 5.21: Συχνότητα χρήσης γλωσσών ανά επικοινωνιακή περίσταση (Pafilia).....	184
Πίνακας 5.22: Γλώσσες που προκάλεσαν δυσκολίες στην επικοινωνία.....	186
Πίνακας 5.23: Κατάλογος θεμάτων σε σχέση με τη χρήση της αγγλικής ως γλώσσας-οχήματος	188

Εικόνες

Εικόνα 5.1: Ανακοίνωση θέσεων εργασίας για διοικητικό προσωπικό (Remedica).....	140
Εικόνα 5.2: Ανακοίνωση θέσης εργασίας για επιστημονικό προσωπικό (Remedica).....	141
Εικόνα 5.3: Ανακοίνωση θέσης εργασίας για υπεύθυνο παραγωγής (Remedica).....	141
Εικόνα 5.4: Ανακοίνωση θέσης εργασίας (Pafilia).....	144
Εικόνα 5.5: Ανακοίνωση θέσης εργασίας (Pafilia).....	145
Εικόνα 5.6: Το λογότυπο της εταιρείας Πήττας.....	149
Εικόνα 5.7: Ιστοσελίδα γαλακτοβιομηχανίας Πήττας	150
Εικόνα 5.8: Το λογότυπο της εταιρείας Remedica.....	150
Εικόνα 5.9: Ιστοσελίδα φαρμακοβιομηχανίας Remedica	150
Εικόνα 5.10: Ιστοσελίδα ανάπτυξης και πώλησης γης Pafilia.....	151

Εικόνα 5.11: Το λογότυπο της εταιρείας Pafilia.....	151
Εικόνα 5.12: Πρατήριο πώλησης γαλακτοκομικών προϊόντων της εταιρείας Πήττας	153
Εικόνα 5.13: Οδηγίες για το πλύσιμο χεριών που βρίσκονται εντός του εργοστασίου Πήττας, σε τρεις γλώσσες.....	154
Εικόνα 5.14: Εξωτερική όψη των κεντρικών γραφείων της εταιρείας Remedica.....	154
Εικόνα 5.15: Πινακίδα στο εσωτερικό του κτιρίου	155
Εικόνα 5.16: Εξωτερική όψη των κεντρικών γραφείων της εταιρείας.....	156
Εικόνα 5.17: Πινακίδα στο εσωτερικό της εταιρείας	156
Εικόνα 5.18: Συσκευασίες προϊόντων που κυκλοφορούν στην κυπριακή αγορά.....	157
Εικόνα 5.19: Συσκευασίες προϊόντων που κυκλοφορούν σε χώρες του εξωτερικού.....	157
Εικόνα 5.20: Συσκευασία φαρμακευτικού προϊόντος που κυκλοφορεί στην κυπριακή αγορά	158
Εικόνα 5.21: Διαφήμιση μη συνταγογραφούμενου παυσίπονου στα ρωσικά	161
Εικόνα 5.22: Προθήκη καταστήματος.....	162
Εικόνα 5.23: Λεπτομέρειες από την προθήκη καταστήματος που εικονίζεται στην 5.22.....	162
Εικόνα 5.24: Διαφημιστική πινακίδα καταστήματος εταιρείας που δραστηριοποιείται στον τομέα ανάπτυξης και πώλησης γης	163
Εικόνα 5.25: Διαφημιστική πινακίδα της εταιρείας Pafilia στη μανδαρική κινεζική γλώσσα.....	164
Εικόνα 5.26: Διαφημιστική πινακίδα της εταιρείας Pafilia στη ρωσική γλώσσα.....	164
Εικόνα 5.27: Διαφημιστική πινακίδα εταιρείας που πωλεί παραθεριστικές κατοικίες σε ξένους στον πεζόδρομο στην Κάτω Πάφο.....	165
Εικόνα 5.28: Το οργανόγραμμα της εταιρείας Remedica.....	169

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η γλωσσολογία με γοήτευσε. Την επέλεξα στις προπτυχιακές σπουδές μου στο Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών και στις μεταπτυχιακές σπουδές μου στο Πανεπιστήμιο του Μπέρμιγχαμ. Η έρευνα και η εμβάθυνση στα θέματα της γλώσσας καθόρισαν την επιστημονική μου πορεία. Γνώρισα μέσα από συγγράμματα, μελέτες και άρθρα πολλούς από αυτούς που ακολούθησαν, όπως και εγώ, τον ίδιο δρόμο.

Η εκπόνηση μιας διατριβής είναι μια μακρά και επίπονη διαδικασία που είναι, όμως, αδύνατον να διεκπεραιωθεί χωρίς τη συνεργασία ή τη συμπαράσταση των άλλων. Γι' αυτό, τώρα που η προσπάθειά αυτή έχει φτάσει στο τέλος της, νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω κάποιους ανθρώπους που συνέβαλαν, με διαφορετικό τρόπο ο καθένας, στην πραγματοποίησή της.

Καταρχάς θα ήθελα να ευχαριστήσω την κυρία Μαριλένα Καρυολαίμου, αναπληρώτρια καθηγήτρια στο Τμήμα Βυζαντινών και Νεοελληνικών Σπουδών και επόπτρια της παρούσας διατριβής. Σε όλη αυτή την πορεία ήταν πάντα δίπλα μου, με στήριζε, με ενθάρρυνε και με προβλημάτιζε για το καλύτερο. Η επιστημονική της καθοδήγηση αλλά και η ηθική της υποστήριξη έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην ολοκλήρωση της διατριβής μου.

Η διαδικασία της έρευνας και της συγγραφής χρειάστηκε πολλές προσπάθειες και μπόλικο χρόνο, πολλή αγάπη και συμπαράσταση από την οικογένειά μου: το σύζυγό μου, τον υιό μου, τους γονείς μου και τους φίλους μου. Ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όλους. Χωρίς τη βοήθειά τους δεν θα υπήρχε δυνατότητα να φέρω εις πέρας την όλη μου προσπάθεια.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους εργαζόμενους στις εταιρείες Πήττας, Remedica και Pafilia που με εμπιστεύτηκαν και μοιράστηκαν μαζί μου τις απόψεις τους και τις εμπειρίες τους για τα ζητήματα γλώσσας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διδακτορική διατριβή έχει ως στόχο να διερευνήσει τη γλωσσική πολιτική σε τρεις κυπριακές επιχειρήσεις. Εντάσσεται στον ευρύτερο κλάδο της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού που διερευνά τη σύνδεση που υπάρχει μεταξύ γλώσσας και οικονομίας. Αν και στην Κύπρο έχουν γίνει πολλές έρευνες στον τομέα της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού που έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό ότι υιοθετούν μια μακροσκοπική οπτική και επικεντρώνονται σε ενέργειες που αφορούν τη δημόσια ή κρατική δραστηριότητα –είτε πρόκειται για υποστασιακό σχεδιασμό που αφορά τις δημόσιες υπηρεσίες, τα δικαστήρια, την εκπαίδευση, είτε πρόκειται για δομικό σχεδιασμό που αφορά την περίπτωση αλλαγών επιμέρους γλωσσικών στοιχείων– δεν έχει γίνει καμία έρευνα στον τομέα των επιχειρήσεων. Αυτό το ερευνητικό κενό θα επιχειρήσει να καλύψει μερικώς η παρούσα διδακτορική διατριβή: πρόκειται για μια έρευνα μικροσκοπικού πεδίου που θα ασχοληθεί με τη μελέτη της γλωσσικής πολιτικής στον τομέα της ιδιωτικής οικονομικής δραστηριότητας.

Προκειμένου να κατανοήσουμε πώς διαμορφώνεται η γλωσσική πολιτική στον τομέα των επιχειρήσεων, θα επικεντρωθούμε στην ανάλυση των τριών συστατικών συνιστωσών της, υιοθετώντας κατά βάση το θεωρητικό πλαίσιο που ανέπτυξαν ο Spolsky (2004, 2009) και η Shohamy (2006). Θα επιχειρήσουμε, δηλαδή, να εντοπίσουμε τις γλωσσικές πεποιθήσεις των εργαζομένων σε σχέση με τα γλωσσικά ζητήματα και τους διαθέσιμους γλωσσικούς πόρους και τη γλωσσική διαχείριση που εφαρμόζεται για να καλυφθούν γλωσσικές ανάγκες που προκύπτουν στη διάρκεια των οικονομικών δραστηριοτήτων. Τέλος, θα επιχειρήσουμε να σκιαγραφήσουμε τις γλωσσικές πρακτικές, δηλαδή τις γλωσσικές επιλογές που κάνουν οι εργαζόμενοι όταν επικοινωνούν. Προκειμένου, λοιπόν, να μελετηθούν οι γλωσσικές πεποιθήσεις, η γλωσσική διαχείριση και οι γλωσσικές πρακτικές θα χρησιμοποιήσουμε μικτή μεθοδολογία, δηλαδή θα συνδυάσουμε ποιοτικά και ποσοτικά δεδομένα. Συγκεκριμένα, θα γίνει *ανάλυση περιεχομένου* ημιδομημένων συνεντεύξεων που λάβαμε από διευθυντικά στελέχη και *ποσοτική ανάλυση ερωτηματολογίων* που συμπληρώθηκαν από διοικητικά στελέχη των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα. Ταυτόχρονα, θα μελετήσουμε και θα αναλύσουμε στοιχεία που λάβαμε από κάθε επιχείρηση όσον αφορά τη γλώσσα στο δημόσιο χώρο: ιστοσελίδες και

λογότυπα, κτιριακές εγκαταστάσεις, πινακίδες από τους εργασιακούς χώρους, συσκευασίες προϊόντων, διαφημίσεις και προθήκες καταστημάτων.

Απώτερος σκοπός της παρούσας διατριβής είναι να μπορέσουν τα πορίσματά της να αξιοποιηθούν από τις επιχειρήσεις, ιδιαίτερα όσον αφορά τις πρακτικές και τις πεποιθήσεις που μπορούν να στηρίξουν την πολλαπλότητα των γλωσσικών πόρων και την πολυγλωσσία στους εργασιακούς χώρους.

Η παρούσα διατριβή διαρθρώνεται ως ακολούθως. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις διάφορες φάσεις εξέλιξης του κλάδου του γλωσσικού σχεδιασμού, παρουσίαση των εννοιών του γλωσσικού σχεδιασμού και της γλωσσικής πολιτικής, όπως χρησιμοποιήθηκαν από τους πρώτους ερευνητές του κλάδου από τη δεκαετία του 60 μέχρι και σήμερα. Στη συνέχεια, περιγράφεται η κυρίαρχη μακροσκοπική οπτική που διατρέχει τις περισσότερες έρευνες στον τομέα αυτό μέχρι και πρόσφατα, με έμφαση στην αλλαγή οπτικής που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια και στη σημασία που φαίνεται να αποδίδουν πια οι ερευνητές σε προσεγγίσεις μικροσκοπικού τύπου. Ταυτόχρονα, γίνεται προσπάθεια να οριστούν συγκριτικά οι έννοιες *μικροσκοπικό*, *μεσοσκοπικό* και *μακροσκοπικό* επίπεδο σε σχέση πάντοτε με τις έρευνες πεδίου που έχουν αξιοποιήσει τις διακρίσεις αυτές. Συζητείται, επίσης, πώς συνδέεται το μικροσκοπικό επίπεδο με το μικροσκοπικό γλωσσικό σχεδιασμό και παρουσιάζονται παραδείγματα στα οποία ο μικροσκοπικός γλωσσικός σχεδιασμός συνέβαλε σε αλλαγή της γλωσσικής πολιτικής. Τέλος, γίνεται αναφορά στη θεωρία της γλωσσικής διαχείρισης που αναπτύχθηκε παράλληλα με τον κλάδο του γλωσσικού σχεδιασμού και συζητούνται οι μεταξύ τους εννοιολογικές διαφορές.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται έρευνες που περιγράφουν το κοινωνιογλωσσικό τοπίο στην Κύπρο. Οι έρευνες αυτές έχουν κατηγοριοποιηθεί σε (α) έρευνες που ασχολούνται με την επιρροή που ασκεί η αγγλική γλώσσα στην Κύπρο και στους κύπριους ομιλητές και με το θέμα της 'κρίσης' της ελληνικής γλώσσας, (β) έρευνες που περιγράφουν και αναλύουν τη σχέση μεταξύ της κοινής νέας ελληνικής και της κυπριακής διαλέκτου και τις γλωσσικές στάσεις των κυπρίων ομιλητών απέναντι στη κοινή νέα ελληνική, την κυπριακή διάλεκτο και την αγγλική, χρησιμοποιώντας, κυρίως, ποσοτικές μεθόδους έρευνας, και (γ) μελέτες που κινούνται στο πεδίο της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού και περιγράφουν, υιοθετώντας μια κατεξοχήν μακροσκοπική οπτική, τη γλωσσική

πολιτική του κυπριακού κράτους σε τομείς όπως η δημόσια υπηρεσία, η νομοθεσία και τα δικαστήρια, η εκπαίδευση και τα τοπωνύμια. Στην τελευταία αυτή κατηγορία εντάσσονται και έρευνες που περιγράφουν τη θέση που κατέχουν στο κυπριακό εκπαιδευτικό σύστημα αλλά και στη διδακτική πράξη, η κοινή νέα ελληνική και η κυπριακή διάλεκτος.

Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζονται οι έννοιες της μονογλωσσίας και της πολυγλωσσίας. Εξετάζεται η ιδεολογία της μονογλωσσίας και της γλωσσικής ομοιογένειας ως στοιχείο συνοχής των κρατών εθνών και ως συστατικό στοιχείο της οικοδόμησης εθνικής ταυτότητας αλλά και πιο πρόσφατες έρευνες που αποσυνδέουν εν μέρει τη γλώσσα από την εθνική ταυτότητα. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι δύο σημαντικές γλωσσικές μεταβολές που σημάδεψαν τα τέλη του 20ου και τις αρχές του 21ου αιώνα: η διεθνοποίηση της αγγλικής γλώσσας και η πολυγλωσσία. Η πολυγλωσσία εξετάζεται σε σχέση με το ρόλο που έχει αποκτήσει στο πλαίσιο της ΕΕ· ειδικότερα, παρουσιάζεται η σχέση ανάμεσα στην πολυγλωσσία και την οικονομική δραστηριότητα όπως καταγράφεται από πρόσφατες έρευνες εντός του ευρωπαϊκού χώρου. Στη συνέχεια επικεντρωνόμαστε στον επιχειρηματικό τομέα περιγράφοντας τους παράγοντες που επηρεάζουν τη διαδικασία διατύπωσης και ανάπτυξης γλωσσικής πολιτικής στις επιχειρήσεις. Παράλληλα, καταγράφονται οι στρατηγικές και οι γλωσσικές επιλογές που υιοθετούν διάφορες επιχειρήσεις και η στάση τους απέναντι στη μονογλωσσία ή/και την πολυγλωσσία. Εξετάζονται, τέλος, οι συνέπειες που έχουν οι γλωσσικές επιλογές των εταιρειών για τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναλυτική αναφορά στη μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα διατριβή. Αρχικά σκιαγραφείται το πλαίσιο της έρευνας: μια μικροσκοπική κοινωνιογλωσσική έρευνα στο πεδίο των επιχειρήσεων. Καταγράφονται τα κριτήρια επιλογής των εταιρειών, το ερευνητικό πλαίσιο, τα κύρια και τα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται λεπτομερώς το θεωρητικό πλαίσιο και διασαφηνίζονται οι έννοιες *γλωσσικές πεποιθήσεις*, *γλωσσική διαχείριση* και *γλωσσικές πρακτικές*. Επεξηγούνται, εξάλλου, οι λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκε μικτή μεθοδολογία και περιγράφονται τα βασικά χαρακτηριστικά της, ενώ τονίζεται ότι μεγαλύτερη βαρύτητα σε αυτή την έρευνα έχουν τα ποιοτικά δεδομένα. Ακολουθεί μια λεπτομερής περιγραφή της διαδικασίας

συλλογής των δεδομένων και περιγράφονται τα ερευνητικά εργαλεία: οι ημιδομημένες συνεντεύξεις και τα ερωτηματολόγια.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, ύστερα από μια σύντομη παρουσίαση του ιστορικού και των οικονομικών δεδομένων για κάθε μια από τις επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην έρευνα, παρουσιάζονται και αναλύονται τα δεδομένα της έρευνας. Ακολουθεί ανάλυση των γλωσσικών πεποιθήσεων, της γλωσσικής διαχείρισης και των γλωσσικών πρακτικών ξεχωριστά. Στην ανάλυση της γλωσσικής διαχείρισης, εισάγεται η έννοια των *μηχανισμών* που παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της γλωσσικής πολιτικής των εταιρειών και αναλύονται στοιχεία που συγκροτούν την συνολική φυσιογνωμία των επιχειρήσεων, όπως λόγου χάρη ιστοσελίδες, λογότυπα, καταστήματα, διαφημίσεις, συσκευασίες προϊόντων.

Στο έκτο κεφάλαιο και τελευταίο κεφάλαιο, συζητούνται τα αποτελέσματα της έρευνας. Εντοπίζεται η εξέχουσα θέση που φαίνεται να καταλαμβάνει η αγγλική γλώσσα στις επιχειρήσεις, η συλλογική αποδοχή της και οι λόγοι για την αποδοχή αυτή καθώς και ο ρόλος της ελληνικής γλώσσας. Συζητούνται, επίσης, οι πολύγλωσσες πρακτικές που εντοπίστηκαν και γίνεται προσπάθεια να συνδεθούν με το είδος της επιχειρησιακής δραστηριότητας, με τις ιδιαιτερότητες της διαπροσωπικής εταιρικής επικοινωνίας και, με την εταιρική φιλοσοφία εν γένει. Τέλος, παρουσιάζονται εισηγήσεις για περαιτέρω έρευνα και κάποιες καταληκτικές σκέψεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός

1.1 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός: φάσεις εξέλιξης και ορισμοί

Ο νέος αυτός τομέας έρευνας αρχίζει να αναπτύσσεται στα μέσα της δεκαετίας του 50 και στις αρχές της δεκαετίας του 60, ως επί μέρους κλάδος της κοινωνιογλωσσολογίας. Τη συγκεκριμένη περίοδο, πολλές αποικίες, κυρίως στην αφρικανική και την ασιατική ήπειρο, αποκτούν την ανεξαρτησία τους και αρχίζουν να προσελκύουν το ενδιαφέρον των γλωσσολόγων-ερευνητών. Όπως τονίζουν οι Das Gupta και Ferguson (1977) ο σχεδιασμός (planning) κρίνεται απαραίτητος για τα νέα αυτά κράτη που επιδιώκουν οικονομική ανάπτυξη και ευημερία, επειδή η διαχείριση των γλωσσικών πόρων και της πολυγλωσσίας έχουν άμεση σχέση με τη διαχείριση της εξουσίας και την άσκηση της δημοκρατίας και την οικονομική ανάπτυξη. Στο γενικότερο πλαίσιο της σχεδιασμένης ανάπτυξης τοποθετείται και ο γλωσσικός σχεδιασμός¹. Η Rubin (1971: 307) αναφέρει πως ο γλωσσικός σχεδιασμός είναι επιθυμητός, επειδή η γλώσσα θεωρείται βασική πηγή πλούτου για τις κοινωνίες και ως τέτοια εμπεριέχει αξία. Η αξιακή καταχώρηση της γλώσσας ωθεί τους ερευνητές να αξιολογήσουν τη γλωσσική κατάσταση σε κάθε κράτος και να προτείνουν συγκεκριμένα μέτρα, η εφαρμογή των οποίων αναμένεται να έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Ο τομέας του γλωσσικού σχεδιασμού αναπτύσσεται σταδιακά και στις δυτικές κοινωνίες και αποκτά νέα πεδία έρευνας και εφαρμογής.

Ιστορικά ο όρος *γλωσσικός σχεδιασμός* προηγείται του όρου *γλωσσική πολιτική*. Αν και οι δύο όροι χρησιμοποιούνται για δεκαετίες –ο όρος *γλωσσικός σχεδιασμός* χρησιμοποιήθηκε αρχικά από τον Haugen το 1959 στο κλασσικό, σήμερα, άρθρο *Planning for a standard language in Norway* και ο όρος *γλωσσική πολιτική* από τον Fishman το 1970, στο βιβλίο του *Sociolinguistics: A brief introduction*– παρατηρούμε ότι ακόμη και σήμερα υπάρχει ασάφεια ως προς την εννοιολογική διαφοροποίησή τους. Με την πάροδο του χρόνου, οι δύο όροι απέκτησαν διακριτή σημασία, όμως πολλοί ερευνητές εξακολουθούν ακόμη και σήμερα να τους χρησιμοποιούν ως συνώνυμους, λόγω της πρακτικής δυσκολίας που υπάρχει να διακρίνουμε σαφώς τις δύο έννοιες.

¹Υιοθετώ τον όρο *γλωσσικός σχεδιασμός* αντί του όρου *γλωσσικός προγραμματισμός* που προτάθηκε από κάποιους ερευνητές βλ. Χριστίδης, 1999 όπου χρησιμοποιούνται και οι δύο όροι, Κώστουλα-Μακράκη 2001.

Για να κατανοήσουμε την εννοιολογική διαφοροποίηση και τον τρόπο με τον οποίο νοηματοδοτούνται οι δύο όροι στο πέρασμα του χρόνου και όσο επιτυγχάνεται η ωρίμανση του κλάδου, θα πρέπει να εξετάσουμε την πορεία που ακολούθησαν και την ιστορική εξέλιξη του κλάδου. Ενδιαφέρουσα σε αυτό το σημείο είναι η παρατήρηση του Ricento (2000), ότι ο κλάδος της γλωσσικής πολιτικής διένυσε τρεις διαδοχικές χρονικές φάσεις διάρκειας περίπου δύο δεκαετιών η κάθε μία².

Η πρώτη φάση εκτείνεται από τις αρχές της δεκαετίας του 60 μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 70. Σ' αυτήν, οι γλωσσολόγοι ερευνούν τα γλωσσικά προβλήματα που δημιουργούνται για τα νέα κράτη που αναδύθηκαν μετά το τέλος της αποικιοκρατίας. Η γενική πεποίθηση που σταδιακά επικρατεί είναι ότι ο γλωσσικός σχεδιασμός μπορεί να συμβάλει καταλυτικά στην επίλυσή τους. Ενδεικτική της πορείας που ακολουθούσαν οι έρευνες, είναι η έκδοση μιας σειράς ανακοινώσεων που παρουσιάστηκαν στο συνέδριο *Τα γλωσσικά προβλήματα των αναπτυσσόμενων εθνών* (Fishman, Ferguson, & Das Gupta 1968) που έγινε το 1966 στη Βιρτζίνια των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής. Στο συνέδριο αυτό συμμετείχαν ερευνητές από διαφορετικά ερευνητικά πεδία με κοινές ανησυχίες για το μέλλον των νέων αυτών κρατών.

Αρχικά λοιπόν, τα ερωτήματα στα οποία καλείται να δώσει απαντήσεις ο κλάδος της γλωσσικής πολιτικής αφορούν τη διαχείριση της πολυγλωσσίας, την επιλογή μίας ή πολλών εθνικών γλωσσών, την ανάπτυξη γραμματικών, συστήματος γραφής ή λεξικών για τις τοπικές γλώσσες με απώτερο σκοπό την οικοδόμηση κρατών στη βάση των ευρωπαϊκών προτύπων του έθνους-κράτους, τη δημιουργία κοινής εθνικής συνείδησης και τον εκμοντερνισμό των ανεξάρτητων πια αφρικανικών και ασιατικών χωρών (Ricento 2006)³. Ο Fishman (1968: 6) παρατηρεί ότι από τις πρώην αποικίες απουσιάζει η κοινή εθνική και πολιτιστική ταυτότητα, και γι' αυτό η επιλογή γλώσσας κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική, αφού μπορεί/τείνει να αποτελέσει συνεκτικό και ενοποιητικό στοιχείο. Ταυτόχρονα, η επιλογή και η χρήση μιας από τις πολλές τοπικές γλώσσες, ως επίσημης γλώσσας, προϋποθέτει την ανάπτυξή της ούτως ώστε να μπορέσει να ανταποκριθεί στις νέες ανάγκες που καλείται να υπηρετήσει. Για το

² Όπως επισημαίνει ο Ricento, η προτεινόμενη κατηγοριοποίηση δεν υπονοεί ότι δεν υπήρξε αλληλεπίδραση και επανάληψη αρκετών θεμάτων μεταξύ των τριών περιόδων: "Clearly there is interaction among the three approaches and continuity of themes in the three 'stages' of LPP development."

³ Σε απάντηση των πιο πάνω ερωτημάτων, πολλοί ερευνητές οδηγούνται στην ανάπτυξη διαφόρων μοντέλων/τυπολογιών με σκοπό να περιγράψουν τις δραστηριότητες του γλωσσικού σχεδιασμού (Hagen 1966, Kloss 1968).

ίδιο θέμα, η Rubin (1971: 307) τονίζει ότι στην περίπτωση των νέων κρατών, το κατεξοχήν κίνητρο που οδήγησε στην ανάδυση και την ταχεία ανάπτυξη του τομέα του γλωσσικού σχεδιασμού ήταν η επιθυμία για συνοχή. Αυτή την περίοδο, επικρατεί η πεποίθηση ακόμη και σε ορισμένους γλωσσολογικούς κύκλους ότι η μονογλωσσία και η πολιτισμική ομοιογένεια αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση για την κοινωνική και οικονομική πρόοδο (Ricento 2006: 14)⁴.

Σ' αυτή την πρώτη φάση, ο γλωσσικός σχεδιασμός θεωρείται μια ιδεολογικά ουδέτερη διαδικασία που επιδιώκει να προσφέρει βοήθεια στο θέμα της διαχείρισης των πολλαπλών γλωσσικών πόρων σε εκείνες τις περιοχές/χώρες που χρειάζονται βοήθεια. Απώτερος στόχος του γλωσσικού σχεδιασμού είναι η γλωσσική ανάπτυξη, η οποία συντελείται, σύμφωνα με τον Ferguson (1968: 28), σε τρία διαδοχικά στάδια: τον *εγγραφισμό*⁵, δηλαδή την ανάπτυξη ενός συστήματος γραφής, την *τυποποίηση*, που έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη της γλωσσικής νόρμας και τον *εκσυγχρονισμό* μιας γλωσσικής ποικιλίας, κυρίως μέσω του εμπλουτισμού του λεξιλογίου. Σύμφωνα με τους Rubin & Jernudd (1971), η διαδικασία του γλωσσικού σχεδιασμού στα νέα αφρικανικά και ασιατικά κράτη υπήρξε ιδιαίτερα σημαντική, επειδή γινόταν αντιληπτή ως μια όψη της προσπάθειας που αναλάμβαναν οι χώρες αυτές για ανάπτυξη.

Όπως αναφέραμε προηγουμένως, πρώτος ο Haugen (1959: 8) χρησιμοποιεί τον όρο *γλωσσικός σχεδιασμός*, τον οποίο ορίζει ως «[τ]η δραστηριότητα εκπόνησης ρυθμιστικής ορθογραφίας, γραμματικής και λεξικού με στόχο την καθοδήγηση των συγγραφέων και των ομιλητών μιας ανομοιογενούς γλωσσικής κοινότητας»⁶. Ο ίδιος ερευνητής σε μεταγενέστερο άρθρο του το 1966, θεωρεί τις πιο πάνω δραστηριότητες προϊόντα του γλωσσικού σχεδιασμού, τον οποίο ορίζει ως⁷ «... την πράξη αξιολόγησης που ασκεί κανείς όταν επιλέγει ανάμεσα στους διαθέσιμους γλωσσικούς τύπους. Για την ακρίβεια, νομίζω ότι μπορούμε να πούμε ότι ο γλωσσικός σχεδιασμός είναι η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΙΚΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ (1966: 52)»⁸.

⁴ “Modernization, and national unity (with stable diglossia as a fall-back, compromise position. the motivation for planning are often similar to other kinds of planning: a desire for unification (of a region, or a nation, or a religious group, or a political group or other kinds of groups).” Ricento 2006: 14

⁵ Απόδοση του όρου «graphization» στα ελληνικά από την Κώστουλα-Μακράκη (2001)

⁶ “... the activity of preparing a normative orthography, grammar, and dictionary for the quittance of writers and speakers in a non-homogeneous speech community”(1959:8)

⁷ “... the “exercise of judgment in the form of choices among available linguistic forms”. Even more concisely, I think we can define LP as THE EVALUATION OF LINGUISTIC CHANGE.” (1966: 52)

⁸ Δική του έμφαση.

Αναλύει μάλιστα τη διαδικασία γλωσσικού σχεδιασμού στα ακόλουθα στάδια: **1.** την επιλογή (selection) συγκεκριμένης γλώσσας ή συγκεκριμένων γλωσσικών τύπων με σκοπό την επίλυση υφιστάμενων γλωσσικών προβλημάτων, **2.** την κωδικοποίηση (codification), με στόχο τη δημιουργία λεξικών και γραμματικών, **3.** την προσπάθεια για διάχυση των επιλεγμένων και κωδικοποιημένων τύπων και υιοθέτησή τους από τους ομιλητές (implementation), και τέλος **4.** τον εμπλουτισμό (elaboration) των προτεινόμενων τύπων ούτως ώστε να μπορέσουν να εκπληρώσουν τις ανάγκες επικοινωνίας της σύγχρονης κοινωνίας.

Το πεδίο του γλωσσικού σχεδιασμού θα διευρυνθεί στους ορισμούς μεταγενέστερων ερευνητών. Το 1970 εμφανίζεται στη βιβλιογραφία ο όρος *γλωσσική πολιτική* σε κείμενα του Joshua Fishman. Ο Fishman θεωρεί λ.χ. ότι ο γλωσσικός σχεδιασμός αποτελεί στην ουσία εφαρμογή μιας γλωσσικής πολιτικής. Η έννοια της *γλωσσικής πολιτικής*, αν και αρχίζει να εμφανίζεται πιο συστηματικά στη βιβλιογραφία στις αρχές της δεκαετίας του 1970, δεν συγκεντρώνει το ενδιαφέρον των ερευνητών αυτής της περιόδου που στην πλειοψηφία τους συνεχίζουν να αναφέρονται μόνο στην έννοια του γλωσσικού σχεδιασμού.

Το 1971, στον πολύ σημαντικό τόμο, *Can language be planned?* οι Rubin και Jernudd, ορίζουν το γλωσσικό σχεδιασμό ως:

«...τη σκόπιμη γλωσσική αλλαγή, δηλαδή αλλαγές στις δομές ενός γλωσσικού κώδικα ή της ομιλίας ή και των δύο, που σχεδιάζονται από οργανισμούς που έχουν ιδρυθεί γι' αυτό τον σκοπό ή τους έχει δοθεί η εντολή να εκπληρώσουν τέτοιους σκοπούς. Ως τέτοιος, ο γλωσσικός σχεδιασμός εστιάζει στην επίλυση προβλημάτων και έχει ως χαρακτηριστικό ότι διατυπώνει και αξιολογεί εναλλακτικές προτάσεις που προσφέρονται για επίλυση των γλωσσικών προβλημάτων, με στόχο να βρει την καλύτερη (ή τη βέλτιστη, ή την πιο αποτελεσματική) λύση.»⁹

Στον ίδιο τόμο, οι Jernudd και Das Gupta ορίζουν το γλωσσικό σχεδιασμό ως «... μια πολιτική και διοικητική δραστηριότητα που έχει στόχο να επιλύσει τα γλωσσικά προβλήματα που υπάρχουν στην κοινωνία»¹⁰. Παρόμοια άποψη εκφράζει και ο Fishman το 1974 ορίζοντας το γλωσσικό σχεδιασμό «ως [τ]η[ν] οργανωμένη προσπάθεια που σκοπό έχει την επίλυση γλωσσικών προβλημάτων, συνήθως σε

⁹ "Language planning is deliberate language change; that is, changes in the systems of a language code or speaking or both that are planned by organizations that are established for such purposes or given a mandate to fulfill such purposes. As such language planning is focused on problem-solving and is characterized by the formulation and evaluation of alternatives for solving language problems to find the best (or optimal, most efficient) decision." (Rubin & Jernudd 1971: xvi)

¹⁰ "A political and administrative activity for solving language problems in society." (Jernudd και Das Gupta 1971: 211)

κρατικό επίπεδο»¹¹. Λίγα χρόνια αργότερα, στο συλλογικό τόμο *Language planning processes* (1977), ο Fishman τονίζει ότι στόχος των ερευνητών αυτής της περιόδου ήταν να περιγράψουν τη διαδικασία γλωσσικού σχεδιασμού και να αξιολογήσουν τα αποτελέσματά της. Με τον όρο *γλωσσικός σχεδιασμός*, ο ερευνητής αναφέρεται σε μια ποικιλία δραστηριοτήτων που διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: το σχεδιασμό υπόστασης (*status planning*) και το δομικό σχεδιασμό (*corpus planning*). Τη διάκριση μεταξύ δομικού σχεδιασμού και σχεδιασμού υπόστασης, είχε εισαγάγει ήδη από το 1969 ο Kloss. Ο υποστασιακός σχεδιασμός αναφέρεται σε αλλαγές στη θέση που έχει μια γλώσσα στο πλαίσιο μιας κοινωνίας, ενώ ο δομικός σχεδιασμός αναφέρεται κυρίως σε αλλαγές που αφορούν την ίδια τη δομή μιας γλώσσας.

Όπως διαφαίνεται στους πιο πάνω ορισμούς, ο γλωσσικός σχεδιασμός θεωρείται κρατική, κυρίως, δραστηριότητα που αποσκοπεί να επιλύσει γλωσσικά προβλήματα και να βοηθήσει τα νέα κράτη να αναπτυχθούν, ενώ παράλληλα, συνδέεται και με το φαινόμενο της γλωσσικής αλλαγής. Στην πρώτη αυτή φάση, οι ερευνητές επικεντρώνονται στα δύο είδη σχεδιασμού που αναφέραμε πιο πάνω, που τα αντιμετωπίζουν ως διαφορετικές δραστηριότητες, χωρίς να ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τη μεταξύ τους σχέση. Όπως παρατηρεί ο Louis-Jean Calvet (1996: 7)¹² «... οι Αμερικανοί ερευνητές έχουν την τάση να τονίζουν περισσότερο τις τεχνικές όψεις αυτής της παρέμβασης σε διάφορα γλωσσικά ζητήματα που αποκαλούμε γλωσσικό σχεδιασμό, και θέτουν πολύ λιγότερο το ερώτημα της ισχύος που κρύβεται πίσω από όσους λαμβάνουν τις αποφάσεις». Θεωρεί, λοιπόν, ότι οι πρώτοι ερευνητές, με τις αναλύσεις τους, αποδέχονται ουσιαστικά την πιθανότητα ο γλωσσικός σχεδιασμός να μπορεί να υπάρξει χωρίς την αντίστοιχη γλωσσική πολιτική. Με άλλα λόγια, ο όρος *γλωσσικός σχεδιασμός* χρησιμοποιήθηκε για πολλά χρόνια με γενικευμένη σημασία για να καλύψει το σύνολο των δράσεων εκεί όπου θα έπρεπε λογικά να γίνεται διάκριση ανάμεσα σε γλωσσική πολιτική και γλωσσικό σχεδιασμό.

Η δεύτερη φάση σύμφωνα με τη διάκριση του Ricento (2000), αρχίζει στις αρχές της δεκαετίας του 70 και ολοκληρώνεται στα τέλη της δεκαετίας του 80. Η γενικότερη αποτυχία των πολιτικών εκσυγχρονισμού των νέων κρατών, οδήγησε σε σημαντικές

¹¹ “The term language planning refers to the organized pursuit of solutions to language problems, typically at the national level.” (Fishman 1974: 79)

¹² « Dans cet ensemble de textes et d’analyses il faut noter une importante différence de point de vue entre les chercheurs américains et les chercheurs européens. Les premiers ont tendance à mettre surtout l’accent sur les aspects techniques de cette intervention sur les situations linguistiques que constitue la planification et se posent bien peu la question du pouvoir qui se trouve derrière les décideurs. »

αλλαγές σε σχέση με τις θεματικές που απασχολούσαν τον κλάδο. Οι αλλαγές αυτές πήραν τη μορφή αμφισβήτησης, αφενός μεν των θεωρητικών μοντέλων που αναπτύχθηκαν την προηγούμενη περίοδο, αφετέρου δε του τρόπου με τον οποίο προωθήθηκε ο εκμοντερνισμός που υιοθετούσε το μοντέλο «μία γλώσσα-ένα έθνος» που ίσχυε στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες (Ricento 2000, Tollefson 2002, Ricento 2006, Honberger 2006). Όπως πολύ εύστοχα παρατηρεί ο Tollefson (2002), οι πρώτοι ερευνητές που ασχολήθηκαν με τον κλάδο του γλωσσικού σχεδιασμού, δεν κατάφεραν να κατανοήσουν ότι κάθε χώρας επηρεάζει με διαφορετικό τρόπο την εφαρμογή των εθνικών στόχων τόσο σε θέματα γλώσσας όσο και σε θέματα ευρύτερης πολιτικής. Αυτό εξηγεί γιατί ο γλωσσικός σχεδιασμός δεν μπόρεσε να επιτύχει τους στόχους που είχε αρχικά θέσει σε σχέση με την ανάπτυξη των νέων κρατών.

Το 1983, στον τόμο *Progress in language planning*, αρκετοί ερευνητές προσεγγίζουν κριτικά την πρώτη αυτή περίοδο του γλωσσικού σχεδιασμού. Ο Cobarrubias (1983) για παράδειγμα επισημαίνει ότι η αλλαγή στην υπόσταση μιας γλώσσας δεν μπορεί να θεωρηθεί ιδεολογικά ουδέτερη διαδικασία, επειδή τα ιδεολογικά ζητήματα αφορούν όλες τις μορφές υποστασιακού σχεδιασμού. Τονίζει ότι «οι αποφάσεις που λαμβάνονται στο επίπεδο του υποστασιακού σχεδιασμού συνάδουν με τις ιδεολογίες της ελίτ που βρίσκεται στην εξουσία»¹³. Ο Cobarrubias (1983) δεν χρησιμοποιεί πουθενά τον όρο *γλωσσική πολιτική*, διακρίνει όμως τέσσερις διαφορετικούς ιδεολογικούς μηχανισμούς που επηρεάζουν τη διαμόρφωσή του γλωσσικού σχεδιασμού, παραπέμποντας στην ουσία εμμέσως στην έννοια της γλωσσικής πολιτικής που συνδέεται άρρηκτα με θέματα ιδεολογίας. Όπως παρατηρεί, «τα θέματα ιδεολογίας που σχετίζονται με το σχεδιασμό υπόστασης αποτελούν την πιο παραμελημένη όψη του γλωσσικού σχεδιασμού»¹⁴. Οι ιδεολογικοί μηχανισμοί που υποθάλπουν το σχεδιασμό υπόστασης, σύμφωνα με τον ερευνητή, είναι οι ακόλουθες: **1.** η ιδεολογία της *γλωσσικής αφομοίωσης* (linguistic assimilation) σύμφωνα με την οποία όλοι οι ομιλητές ασθενών γλωσσών πρέπει να είναι σε θέση να χρησιμοποιούν την κυρίαρχη γλώσσα. Η εν λόγω ιδεολογία «προσδίδει ανωτερότητα στην κυρίαρχη γλώσσα και παραβιάζει σε πολλές περιπτώσεις τα

¹³ “... status planning decisions conform to ideologies of the power elite” (Cobarrubias 1983: 62).

¹⁴ “The ideological aspect related to language-status planning is perhaps the most neglected area of language planning.” (Cobarrubias 1983: 63)

γλωσσικά δικαιώματα των μειονοτήτων (ό.π., 63-64)»¹⁵ Η ιδεολογία της γλωσσικής αφομοίωσης διατρέχει όλο το πεδίο του γλωσσικού σχεδιασμού που εφαρμόστηκε επί αποικιοκρατίας. **2.** η ιδεολογία του *γλωσσικού πλουραλισμού* (linguistic pluralism) σύμφωνα με την οποία οι διάφορες γλωσσικές ομάδες έχουν το δικαίωμα να καλλιεργήσουν τις γλώσσες τους σε ίση βάση. Η ιδεολογία του γλωσσικού πλουραλισμού εφαρμόζεται στην περίπτωση της Ελβετίας και του Βελγίου. **3.** η ιδεολογία της *εντοπιότητας* (vernacularization) που αφορά την επεξεργασία και την τελική υιοθέτηση μιας τοπικής γλώσσας ή διαλέκτου, και τέλος **4.** η ιδεολογία της *διεθνοποίησης* (internationalization) η οποία αναφέρεται στις περιπτώσεις κατά τις οποίες αντί να υιοθετηθεί ως επίσημη μια τοπική γλώσσα, υιοθετείται μια ευρύτερα διαδεδομένη εξωγενής γλώσσα που μπορεί να συνδέεται με το αποικιοκρατικό παρελθόν.

Στον ίδιο τόμο, ο Ferguson (1983) συσχετίζει στις περιπτώσεις που εξετάζει, τη γλωσσική πολιτική με τη διαδικασία γλωσσικής αλλαγής, υπογραμμίζοντας ότι είναι αναγκαίο να διερευνηθεί η μεταξύ τους σχέση και τονίζοντας ότι, συνήθως, ο γλωσσικός σχεδιασμός θεωρείται αναποτελεσματικός, εάν δεν επιφέρει την προσδοκώμενη γλωσσική αλλαγή. Αλλά και το αντίθετο ισχύει: μια θεωρία για τη γλωσσική αλλαγή δεν είναι δυνατόν να αγνοεί την επίδραση που μπορεί να έχει ο γλωσσικός σχεδιασμός στη γλώσσα (ό.π., 32). Στο άρθρο του, ο Haugen (1983) αναθεωρεί το μοντέλο που είχε προτείνει το 1966, περιγράφοντας τις διαδικασίες ή τα βήματα του γλωσσικού σχεδιασμού. Προσεγγίζοντας το μάλιστα και ο ίδιος κριτικά, αναγνωρίζει ότι ακόμα και το αναθεωρημένο αυτό μοντέλο δεν ισοδυναμεί με μια θεωρία του γλωσσικού σχεδιασμού. Όπως υποστηρίζει, το αναθεωρημένο μοντέλο μπορεί να παρέχει μια περιγραφή του τι έχουν κάνει οι γλωσσικοί σχεδιαστές, δε μας λέει, όμως, γιατί το έκαναν, και ποιες ήταν οι επιδιώξεις τους¹⁶.

Σε αυτή τη δεύτερη φάση, ο Nahir (1984) ορίζει το γλωσσικό σχεδιασμό ως τις σκόπιμες, θεσμικά οργανωμένες προσπάθειες που αποβλέπουν να επηρεάσουν το

¹⁵“The basic tenet of linguistic assimilation is that all speakers of languages other than the dominant language should be able to speak and function in the dominant language, regardless of their origin. It attaches linguistic superiority to the dominant language and does not grant, in principle, equal rights to linguistic minorities.”

¹⁶ “Even with this revised model I cannot claim that it amounts to a theory of language planning. It provides a description of what language planners have done, but it does not tell us why they have done it, nor what goals they have hoped to attain.”

γλωσσολογικό ή κοινωνιογλωσσικό στάτους ή την ανάπτυξη μιας γλώσσας¹⁷. Προς την ίδια κατεύθυνση κινείται και ο Cooper που στο πολύ σημαντικό έργο του *Language planning and social change* που εκδόθηκε το 1989, ορίζει την έννοια του γλωσσικού σχεδιασμού συνδέοντάς την ρητά με την έννοια της γλωσσικής πολιτικής. Κατά τον Cooper, λοιπόν, γλωσσικός σχεδιασμός είναι «[οι] σκόπιμες προσπάθειες να επηρεάσουμε τη συμπεριφορά των άλλων σε σχέση με την πρόσκτηση, τη δομή ή τη λειτουργική κατανομή των γλωσσικών τους κωδίκων¹⁸». Συνακόλουθα, ορίζει (ό.π.: 31 ή 32) ως υποστασιακό ή λειτουργικό σχεδιασμό «τη διαδικασία κατανομής λειτουργιών σε γλώσσες ή γλωσσικές ποικιλίες, για παράδειγμα γλώσσα διδασκαλίας, επίσημη γλώσσα», και ως δομικό σχεδιασμό «[σ]τη δημιουργία νέων τύπων, [σ]την τροποποίηση των παλαιών, ή [σ]την επιλογή εναλλακτικών τύπων για τον προφορικό ή γραπτό λόγο». Στα δύο είδη γλωσσικού σχεδιασμού προσθέτει και έναν τρίτο, το σχεδιασμό εκμάθησης, ο οποίος «αναφέρεται σε οργανωμένες προσπάθειες εκμάθησης μιας γλώσσας» (ό.π., 157). Στο βιβλίο του αναλύει διεξοδικά την έννοια του «γλωσσικού σχεδιασμού», σε αντίθεση με την έννοια της «γλωσσικής πολιτικής», την οποία δεν αναπτύσσει επαρκώς, ορίζοντάς την λακωνικά ως το σύνολο των στόχων που θέτει ο γλωσσικός σχεδιασμός (ό.π.: 29).

Η τρίτη φάση στην ιστορία της εξέλιξης του κλάδου, κατά τον Ricento (2000), αρχίζει από τα μέσα της δεκαετίας του 80 και διαρκεί μέχρι σήμερα. Χαρακτηριστικό της περιόδου αυτής, είναι ότι αναδύονται νέες έννοιες και υιοθετείται μια κριτική οπτική που επικρίνει τον τρόπο με τον οποίο οι δραστηριότητες του γλωσσικού σχεδιασμού και η εφαρμογή συγκεκριμένων γλωσσικών πολιτικών οδήγησαν στη δημιουργία πολλαπλών κοινωνικο-οικονομικών ανισοτήτων (Phillipson 1992, Pennycook 1994, Tollefson 1991, Skutnabb-Kangas & Phillipson 1994). Οι περισσότεροι ερευνητές που υιοθετούν κριτική προσέγγιση θεωρούν, σύμφωνα με τους Ricento και Hornberger (1996), ότι η γλώσσα μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μηχανισμός κοινωνικού ελέγχου από τις κυρίαρχες κοινωνικές ελίτ¹⁹. Τα ιδεολογικά ζητήματα θεωρούνται πλέον βασικά κίνητρα στη διαδικασία λήψης αποφάσεων στο πεδίο του γλωσσικού σχεδιασμού και στη διαμόρφωση μιας γλωσσικής πολιτικής. Ο

¹⁷ "...as the deliberate, institutionally organized attempts at affecting the linguistic or sociolinguistic status or development of language." (Nahir 1984: 294)

¹⁸ Μετάφραση Μακράκη-Κώστουλα 2001.

¹⁹ "... and to problematize language as a mechanism of social control by dominant elites; they stress that all language policies are ideological, although the ideology may not be apparent or acknowledged by practitioners or theorists."

Tollefson (1991: 10) αναφέρει για παράδειγμα ότι η υιοθέτηση και η εκμάθηση μιας κυρίαρχης γλώσσας θεωρήθηκαν σε πολλές περιπτώσεις η μόνη δυνατή λύση όχι μόνο για να επιλυθούν τα προβλήματα επικοινωνίας που αντιμετώπιζαν οι πολύγλωσσες κοινωνίες αλλά και για να επιλυθεί η κοινωνική ανισότητα. Αποδείχθηκε, όμως, ότι μια τέτοια επιλογή στην ουσία και συντηρούσε την ανισότητα και την αναπαρήγαγε. Αυτή την περίοδο βλέπουμε να αναδύονται έννοιες όπως *γλωσσικός μπεριαλισμός*, *γλωσσική κυριαρχία* κ.λπ., ενώ πληθαίνουν οι έρευνες που σχετίζονται με τη γλωσσική οικολογία και τα γλωσσικά δικαιώματα.

Σ' αυτή την τρίτη φάση, οι ερευνητές αρχίζουν να αναπτύσσουν την έννοια *γλωσσική πολιτική* επιχειρώντας να την διαφοροποιήσουν από την έννοια του γλωσσικού σχεδιασμού. Όπως τονίζει η Hornberger (2006: 25), η διάκριση μεταξύ γλωσσικής πολιτικής και γλωσσικού σχεδιασμού είναι χρήσιμη, επειδή μας επιτρέπει, να διαπιστώσουμε την περίπλοκη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στο λόγο και στην πράξη, το σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει κάθε μια από τις δύο έννοιες, αλλά και το γεγονός ότι υπάρχει διάσταση απόψεων ως προς την ακριβή φύση της σχέσης αυτής. Οι ερευνητές συνειδητοποιούν ότι η εφαρμογή μέτρων γλωσσικού σχεδιασμού, προϋποθέτει την ύπαρξη συγκεκριμένης γλωσσικής πολιτικής και συγκεκριμένης ιδεολογίας. Οι Phillipson και Skutnabb-Kangas (1996: 432) τονίζουν ότι:

«Η γλωσσική πολιτική είναι συνεπώς βαρόμετρο της ταυτότητας σε κοινοτικό, εθνικό, και υπερεθνικό επίπεδο και του τρόπου με τον οποίο τα εκπαιδευτικά συστήματα και η κοινωνία στο σύνολό της ενθαρρύνουν ή υποτάσσουν συγκεκριμένες γλώσσες και συγκεκριμένες ταυτότητες.»²⁰

Παρόμοια ο Ricento (2006: 8) τονίζει ότι:

«Οι γλωσσικές ιδεολογίες (...) ασκούν πραγματική επίδραση στις γλωσσικές πολιτικές και στις γλωσσικές πρακτικές και καθορίζουν/οριοθετούν σε μεγάλο βαθμό τι είναι εφικτό και τι όχι στον τομέα της γλωσσικής πολιτικής και γλωσσικού σχεδιασμού.»²¹

Ο Bugarski (1992:18) τονίζει ότι ο όρος *γλωσσική πολιτική* αναφέρεται:

«... στην πολιτική που ασκεί μια κοινωνία στον τομέα της γλωσσικής επικοινωνίας. Στην ουσία πρόκειται για ένα σύνολο από θέσεις, αρχές και αποφάσεις που αντανακλούν τις σχέσεις που έχει μια γλωσσική κοινότητα με το γλωσσικό της ρεπερτόριο και τις δυνατότητες επικοινωνίας.»²²

²⁰ "Language policy is therefore a barometer of identities at the subnational, national, and supranational levels and of how education systems and society at large encourage or subdue languages and identities." (Ricento και Hornberger 1996)

²¹ "Ideologies (...) about language have real effects on language policies and practices, and delimit to a large extent what is and is not possible in the realm of language planning and policy making." (Ricento 2006: 8)

Ο γλωσσικός σχεδιασμός είναι αντίθετα:

«... συγκεκριμένα μέτρα τα οποία λαμβάνονται στο πλαίσιο μιας γλωσσικής πολιτικής με στόχο να επηρεάσουν τη γλωσσική επικοινωνία μιας κοινότητας, συνήθως ασκώντας έλεγχο στην ανάπτυξη των γλωσσών της.»²²

Οι Phillipson & Skutnabb-Kangas (1996: 434-435) τονίζουν ότι ο όρος *γλωσσική πολιτική* είναι μια ευρεία κατηγορία που περιλαμβάνει την έννοια του *γλωσσικού σχεδιασμού*. Η γλωσσική πολιτική, σημειώνουν:

«... αφορά αποφάσεις που λαμβάνονται σχετικά με το δικαίωμα και τη δυνατότητα να έχει κανείς πρόσβαση στη γλώσσα. Αφορά επίσης αποφάσεις που λαμβάνονται σε σχέση με το ρόλο και τις λειτουργίες που καλούνται να επιτελέσουν συγκεκριμένες γλώσσες και γλωσσικές ποικιλίες σε μια γλωσσική κοινότητα. Τέτοιες πολιτικές ενδέχεται να είναι ρητά διατυπωμένες ή συγκεκαλυμμένες.»²³

Αντίθετα, ο γλωσσικός σχεδιασμός:

«... διακρίνεται στο δομικό, στον υποστασιακό σχεδιασμό και στο σχεδιασμό εκμάθησης. Ο γλωσσικός σχεδιασμός είναι απαραίτητος σ' ένα πολύγλωσσο και πολυδιαλεκτικό κόσμο και αντικατοπτρίζει τις πολιτικές και οικονομικές επιλογές και τις αξιολογικές κρίσεις των σχεδιαστών.»²⁴

Ο Schiffman (1996, 2000) αποδέχεται τη διάκριση ανάμεσα σε γλωσσική πολιτική και γλωσσικό σχεδιασμό όπως την προτείνει ο Bugarski (1992) και εισάγει μια καινούρια έννοια, *τη γλωσσική κουλτούρα*. Θεωρεί ότι η γλωσσική πολιτική είναι οι απόψεις που μοιράζεται μια κοινότητα για τις γλώσσες και τις γλωσσικές ποικιλίες που χρησιμοποιούνται σ' αυτήν. Οι απόψεις αυτές επηρεάζονται από τη γλωσσική κουλτούρα, δηλαδή τις πεποιθήσεις, τις προκαταλήψεις, τους μύθους, τα στερεότυπα, τις ιστορικές, οικονομικές, θρησκευτικές και κοινωνικές συνθήκες που ισχύουν σε μια γλωσσική κοινότητα και επηρεάζουν τη λειτουργική κατανομή των γλωσσών αλλά και τη συμπεριφορά των ομιλητών απέναντι στους διαθέσιμους γλωσσικούς πόρους. Οι τρεις όροι-έννοιες βρίσκονται σε σχέση αλληλεξάρτησης. Η γλωσσική κουλτούρα διαμορφώνει τη γλωσσική πολιτική και επιδρά έτσι και στο γλωσσικό σχεδιασμό.

²² “The term language policy here refers, briefly, to the policy of a society in the area of linguistic communication –that is, the set of positions, principles and decisions reflecting the community’s relationships to its verbal repertoire and communicative potential. Language planning is understood as a set of concrete measures taken within language policy to act on linguistic communication in a community, typically by directing the development of its languages.”

²³ “Language policy is a broad, overarching term for decisions on rights and access to languages and on the roles and functions of particular languages and varieties of language in a given polity. Such policies, and the decisions that underpin them, may be more or less overt or covert.”

²⁴ “Language planning conventionally consists of corpus, status, and acquisition planning. Language planning is necessary in a multidialectal and multilingual world and reflects political and economic choices and the value judgements of the planners.”

Οι Kaplan και Baldauf (1997: xi) ορίζουν το γλωσσικό σχεδιασμό ως:

«... μια δραστηριότητα που αναλαμβάνουν κυρίως οι κυβερνήσεις (...) και έχει στόχο να οδηγήσει μια γλωσσική κοινότητα σε συστηματική γλωσσική αλλαγή.»²⁵

Αντίθετα ο όρος γλωσσική πολιτική αναφέρεται σε:

«... ένα σώμα ιδεών, νόμων, κανονισμών, κανόνων και πρακτικών που έχουν ως στόχο να προκαλέσουν προσχεδιασμένη γλωσσική αλλαγή σε μια κοινότητα, μια ομάδα ή ένα σύστημα.»²⁶

Ο Ager (2001) αναλύει τα κίνητρα που ωθούν στην υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης γλωσσικής πολιτικής και οδηγούν στην ανάληψη συγκεκριμένων μέτρων γλωσσικού σχεδιασμού. Τέτοια κίνητρα μπορεί να είναι η επιθυμία να επιβάλει κανείς μια κυρίαρχη ιδεολογία, θέματα ταυτότητας, η ανασφάλεια, η ανισότητα κ.λπ. Ο Ager υποστηρίζει ότι η γλωσσική πολιτική μοιάζει με κάθε άλλη μορφή δημόσιας πολιτικής και ως τέτοια προϋποθέτει την άσκηση πολιτικής δύναμης· μπορεί, συνεπώς, να είναι επιτυχημένη ή αποτυχημένη. «Είναι ο επίσημος σχεδιασμός ο οποίος διεκπεραιώνεται/πραγματοποιείται από όσους κατέχουν πολιτική εξουσία» (ό.π.: 5). Ορίζει ως γλωσσικό σχεδιασμό:

«... τους τρόπους με τους οποίους οργανωμένες κοινότητες με θρησκευτικούς, εθνικούς ή πολιτικούς δεσμούς επιχειρούν συνειδητά να επηρεάσουν την/τις γλώσσα/ες που μιλούν τα μέλη τους, τις γλώσσες που χρησιμοποιούνται στην εκπαίδευση ή με τους οποίους Ακαδημίες, εκδότες ή δημοσιογράφοι ενεργούν για να αλλάξουν μια γλώσσα.» (ibidem)²⁷

Το 2005, ο Ager προτείνει ένα τέταρτο είδος γλωσσικού σχεδιασμού, το *σχεδιασμό εικόνας ή κύρους* (image planning), τον οποίο ορίζει ως τη συστηματική ανίχνευση και εξουδετέρωση των ιδεολογικών μηχανισμών που οδηγούν σε υποτίμηση μιας γλωσσικής ποικιλίας, επιμέρους γλωσσικών στοιχείων ή γλωσσικών συμπεριφορών.

Ο Spolsky (2004: 5) θεωρεί ότι η γλωσσική πολιτική είναι μια σύνθετη έννοια που συγκροτούν τρεις διαφορετικές αλλά συναφείς συνιστώσες: (α) *οι γλωσσικές πρακτικές* (language practices), (β) *οι γλωσσικές πεποιθήσεις* (language attitudes) και η *γλωσσική ιδεολογία* (language ideology) των ομιλητών και (γ) η *γλωσσική*

²⁵ “Language planning is an activity, most visibly undertaken by government, (...) intended to promote systematic linguistic change in some community of speakers.”

²⁶ A language policy is a body of ideas, laws, regulations, rules and practices intended to achieve the planned language change in the society, group or system.

²⁷ Μετάφραση Μαριλένα Καρυολαίμου 2010. *Σημειώσεις για το μάθημα της κοινωνιογλωσσολογίας.*

διαχείριση (language management)²⁸. Με τον όρο *γλωσσικές πρακτικές*, ο Spolsky (2004, 2009) αναφέρεται στην πραγματική γλωσσική χρήση και στις πραγματικές γλωσσικές επιλογές. Οι γλωσσικές πρακτικές συνιστούν ουσιαστικά τη *γλωσσική έξη* (*habitus linguistique* Bourdieu 1999), δηλαδή τη γλωσσική ικανότητα και τις γλωσσικές συνήθειες που αποκτά κανείς σταδιακά μέσα από τη διαδικασία κοινωνικοποίησης και χάρη στην εμπειρία και την καθημερινή πρακτική και οι οποίες συγκροτούν το γλωσσικό ρεπερτόριο του κάθε ομιλητή. Το δεύτερο στοιχείο που συγκροτεί την έννοια της γλωσσικής πολιτικής είναι οι γλωσσικές πεποιθήσεις και η γλωσσική ιδεολογία των ομιλητών που ενέχει κάθε επιλογή γλωσσικής πολιτικής. Είναι, λοιπόν, πολύ πιθανόν οι γλωσσικές πεποιθήσεις που μοιράζονται τα μέλη μιας γλωσσικής κοινότητας να προσδίδουν μεγαλύτερη αξία στη γλώσσα ή στις γλώσσες ή στις διαλέκτους που σχετίζονται με την εθνική καταγωγή ή με την κοινωνική και οικονομική άνοδο. Οι γλωσσικές πεποιθήσεις δεν συνιστούν γλωσσική πρακτική, μπορούν όμως να οδηγήσουν στη διαμόρφωση συγκεκριμένων γλωσσικών πρακτικών. Τέλος, η γλωσσική διαχείριση αναφέρεται στις συγκεκριμένες προσπάθειες που σκοπό έχουν να επηρεάσουν τη γλωσσική χρήση. Οι προσπάθειες αυτές μπορεί να πηγάζουν από ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων που κατέχουν εξουσία σ' ένα κοινωνιογλωσσικό πεδίο και να έχουν ως σκοπό την αλλαγή των γλωσσικών πεποιθήσεων και των γλωσσικών πρακτικών.

Η Shohamy (2006) αποδέχεται την έννοια της γλωσσικής πολιτικής, όπως αυτή αναλύεται από τον Spolsky (2004, 2007), ενώ παράλληλα εισάγει την έννοια των *γλωσσικών μηχανισμών*. Οι *γλωσσικοί μηχανισμοί* ή *εργαλεία πολιτικής* (*mechanisms* ή *policy devices*) είναι μέσα που χρησιμοποιούνται εμφανώς ή σιωπηρώς για να επηρεάσει κανείς, να δημιουργήσει ή/και να συντηρήσει συγκεκριμένες γλωσσικές πρακτικές (Shohamy 2006: 57). Ο γλωσσικός μηχανισμός ενεργεί ως μοχλός πίεσης με στόχο να μετατρέψει τη γλωσσική ιδεολογία σε γλωσσική πρακτική (βλ. σχήμα 1).

²⁸ Για τον όρο γλωσσική διαχείριση βλ. υποκεφάλαιο 1.3.

Σχήμα 1.1: Οι συνιστώσες της γλωσσικής πολιτικής



Βασισμένο στον Spolsky 2004, 2009 και Shohamy 2006

Ταυτόχρονα, η γλωσσική πρακτική μπορεί, μέσω των μηχανισμών, να επηρεάσει με τη σειρά της τη γλωσσική πολιτική. *Μηχανισμοί* θεωρούνται οι κανόνες και οι κανονισμοί, η γλωσσική εκπαιδευτική πολιτική, οι εξετάσεις γλωσσικής επάρκειας, η παρουσία μιας γλώσσας στον κοινωνικό ή δημόσιο χώρο/βίο (το γλωσσικό τοπίο) (συμπεριλαμβανομένων της ιδεολογίας, των μύθων, της προπαγάνδας και του εξαναγκασμού). Όπως τονίζει η Shohamy (2006) ο γλωσσικός σχεδιασμός προϋποθέτει τον έλεγχο της γλωσσικής χρήσης και έχει άμεση σχέση με την πρακτική εφαρμογή μιας γλωσσικής πολιτικής. Αντίθετα, «η γλωσσική πολιτική τείνει να είναι λιγότερο παρεμβατική και αναφέρεται κυρίως σε αρχές που αφορούν τη γλωσσική χρήση (ό.π.: 49)».²⁹

Από τους πιο πάνω ορισμούς διαφαίνεται η εννοιολογική αστάθεια που παρουσιάζουν οι δύο όροι διαχρονικά. Μελετώντας τους, όμως, συνολικά μπορούμε να οδηγηθούμε στο συμπέρασμα ότι ο όρος *γλωσσική πολιτική* αναφέρεται στο θεωρητικό και ιδεολογικό υπόβαθρο που τροφοδοτεί και υποθάλλει τις αποφάσεις που σχετίζονται με γλωσσικά ζητήματα. Εδώ, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη την άποψη του Schiffman (2000: 112), ότι στον τομέα της γλωσσικής πολιτικής τα πράγματα δεν είναι πάντοτε όπως φαίνονται και ότι μόνο μια σε βάθος αναζήτηση μπορεί να αποκαλύψει τις συγκεκριμένες πολιτικές. Μόνο μια τέτοια ανάλυση θα μας επιτρέψει να συνειδητοποιήσουμε πώς ακριβώς λειτουργεί η γλωσσική πολιτική στην πράξη. Αυτή την άποψη συμμερίζεται και ο Baldauf (1994), υπογραμμίζοντας ότι πολλές φορές η

²⁹ “Language policy attempts to be less interventionist and to refer mostly to principles with regard to language use.”

έλλειψη ξεκάθαρα διατυπωμένης γλωσσικής πολιτικής δημιουργεί προβλήματα στη διαχείριση των διαθέσιμων γλωσσικών πόρων. Μια γλωσσική πολιτική μπορεί να είναι *προφανής, δεδηλωμένη και συγκροτημένη*, ή, αντίθετα *συγκεκαλυμμένη και άρρητη* (βλ. επίσης Schiffman 1996, Kaplan & Baldauf 1997, Spolsky 2004, Baldauf 2005, Shohamy 2006). Συνεπώς, για να μπορέσει ο ερευνητής να περιγράψει ικανοποιητικά μια γλωσσική πολιτική πρέπει να την εντοπίσει και στις δύο αυτές εκφάνσεις της. Αντίθετα, η έννοια *γλωσσικός σχεδιασμός* αφορά τα πρακτικά, συγκεκριμένα, δεδηλωμένα μέτρα που έχουν πολλές φορές νομική υπόσταση και συνεπώς μπορεί να εντοπιστεί ευκολότερα.

Οι πιο πάνω ορισμοί μας οδηγούν επίσης στο εύλογο ερώτημα: ποια είναι η σχέση ανάμεσα στις δύο έννοιες; Η γλωσσική πολιτική υπάρχει και εκδηλώνεται πάντα μέσω συγκεκριμένων μέτρων γλωσσικού σχεδιασμού; Όταν υπάρχει γλωσσικός σχεδιασμός, υπάρχει απαραίτητα και γλωσσική πολιτική; Όπως παρατηρεί η Shohamy (2006: 49), η σχέση μεταξύ των δύο εννοιών δεν είναι ξεκάθαρη. Ουσιαστικά, ο συσχετισμός ανάμεσα σε γλωσσικό σχεδιασμό και γλωσσική πολιτική δημιουργεί τις ακόλουθες δυνατότητες: (α) υπάρχει ρητά εκπεφρασμένη γλωσσική πολιτική και μέτρα γλωσσικού σχεδιασμού που θέτουν σε εφαρμογή την πολιτική αυτή ρυθμίζοντας τη γλωσσική χρήση σε όσο το δυνατό περισσότερους τομείς, όπως για παράδειγμα συμβαίνει με τη χρήση της γαλλικής στο Κεμπέκ. Η γαλλική αναγνωρίστηκε επίσημη γλώσσα του Κεμπέκ το 1973 και με την εφαρμογή λεπτομερών ρυθμίσεων χρησιμοποιείται πια συστηματικά στο κοινοβούλιο, στα δικαστήρια και στο χώρο εργασίας (Spolsky: 2004), (β) υπάρχει δεδηλωμένη γλωσσική πολιτική χωρίς όμως να υπάρχουν συγκεκριμένα μέτρα γλωσσικού σχεδιασμού που να εφαρμόζουν την εν λόγω πολιτική, (γ) υπάρχουν μέτρα γλωσσικού σχεδιασμού χωρίς να υπάρχει επίσημη γλωσσική πολιτική, (δ) δεν υπάρχει ούτε εκπεφρασμένη γλωσσική πολιτική ούτε μέτρα γλωσσικού σχεδιασμού. Ο συγκεκριμένος συνδυασμός μπορεί να δείχνει αφενός ότι δε γίνεται καμία προσπάθεια για ρύθμιση της γλωσσικής χρήσης και της γλωσσικής επικοινωνίας, αφετέρου όμως, να υποκρύπτει μια συγκεκαλυμμένη ή άρρητη γλωσσική πολιτική. Για παράδειγμα ο Schiffman (1996), αναφερόμενος στη γλωσσική πολιτική των Η.Π.Α, παρατηρεί ότι σε ομοσπονδιακό επίπεδο δεν φαίνεται να υπάρχει εκπεφρασμένη γλωσσική πολιτική, μια σε βάθος όμως ανάλυση των επίσημων

γλωσσικών πρακτικών αφήνει να διαφανεί μια άρρητης και υπόρρητη γλωσσική πολιτική υπέρ της αγγλικής γλώσσας

1.2 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός: ερευνητικές κατευθύνσεις

Οι έρευνες στον τομέα της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού, υιοθετούν αρχικά μια μακροσκοπική οπτική που επικεντρώνεται κυρίως στην πολιτική και το σχεδιασμό που αναλαμβάνουν και διεκπεραιώνουν οργανωμένα κράτη-έθνη στην προσπάθειά τους να διευθετήσουν ποικίλα γλωσσικά ζητήματα. Όπως πολύ εύστοχα παρατηρούν οι Liddicoat και Baldauf (2008), ο γλωσσικός σχεδιασμός είχε ενσωματώσει στον ορισμό του από την αρχή τη μακροσκοπική οπτική³⁰ αντικατοπτρίζοντας σε μεγάλο βαθμό την πεποίθηση που επικρατούσε γενικότερα ότι η επίλυση των γλωσσικών ζητημάτων ήταν θεσμική υπόθεση και άρα ήταν ευθύνη των κρατών και των κρατικών εκπροσώπων ή φορέων, με αποτέλεσμα πολύ λίγες έρευνες να υιοθετούν μικροσκοπική³¹ κατεύθυνση. Ο Nahir (1998: 351) συνοψίζει τις κοινές συνιστώσες που επαναλαμβάνονται από τους ερευνητές που ορίζουν το γλωσσικό σχεδιασμό, στον ακόλουθο πρωτοτυπικό ορισμό:

«Ο γλωσσικός σχεδιασμός είναι μια δραστηριότητα που περιλαμβάνει κάποιο είδος ηθελημένου σχεδιασμού που κάνει ένας οργανισμός με νομική ή ηθική υπόσταση, όπως για παράδειγμα μια κυβέρνηση, μια επιτροπή ή μια ακαδημία.»³²

Εάν μελετήσει κανείς βασικά εγχειρίδια που συνέβαλαν στην ανάπτυξη της θεωρίας της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού, θα συνειδητοποιήσει ότι τα περισσότερα παραδείγματα που δίνονται, αφορούν πολιτικές και δράσεις που εφαρμόζουν κρατικές οντότητες. Ο Schiffman (1996) εξετάζει για παράδειγμα τη γλωσσική πολιτική στη Γαλλία από μακροσκοπική σκοπιά, μελετώντας τόσο τη νομοθεσία του γαλλικού κράτους όσο και τη συμβολή της Γαλλικής Ακαδημίας στη διαμόρφωση και την καθιέρωση της γαλλικής γλώσσας. Το ίδιο επιχειρεί και ο Ager (2001) στην προσπάθειά του να αναλύσει τα κίνητρα που οδηγούν τις πολιτικές οντότητες να διαμορφώσουν μια συγκεκριμένη γλωσσική πολιτική και να εφαρμόσουν μέτρα γλωσσικού σχεδιασμού, δίνοντας, κυρίως, παραδείγματα από

³⁰ Ο όρος μακροσκοπικός αναφέρεται σε ενέργειες που προωθούνται από τα κράτη-έθνη, βλ. κεφάλαιο 1.2.2 για λεπτομερέστερη ανάλυση του όρου.

³¹ Ο όρος μικροσκοπικός αναφέρεται σε ενέργειες που προκύπτουν από τους ίδιους τους ομιλητές ή μικρά κοινωνικά σύνολα, βλ. κεφάλαιο 1.2.2 για λεπτομερέστερη ανάλυση του όρου.

³² “A language planning activity involves some kind of deliberate planning by an organized body enjoying either legal or moral authority, such as government agency, commission, or academy.”

νόμους με τους οποίους καθορίζεται η γλωσσική πολιτική και ο γλωσσικός σχεδιασμός σε κράτη-έθνη, όπως η Γαλλία, η Γερμανία και η Ινδία. Ο Spolsky (2004: 56) επισημαίνει ότι η έρευνα σε θέματα γλωσσικής πολιτικής και γλωσσικού σχεδιασμού που παραμένει προσκολλημένη αποκλειστικά και μόνο στις ενέργειες των κρατικών φορέων, δεν καταφέρνει να συγκροτήσει μια συνολική εικόνα των γλωσσικών θεμάτων που απασχολούν μια κοινωνία και αποτυγχάνει να προσεγγίσει πολλά και σημαντικά ζητήματα. Παρόλα αυτά, αφιερώνει το μεγαλύτερο μέρος του βιβλίου του στις γλωσσικές πολιτικές και στα μέτρα γλωσσικού σχεδιασμού που αναλήφθηκαν κυρίως από έθνη-κράτη. Αυτό συμβαίνει, επειδή εξελικτικά ο κλάδος της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού ασχολήθηκε κυρίως με τη γλωσσική πολιτική και το γλωσσικό σχεδιασμό που εφαρμόζουν τα κράτη.

1.2.1 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός: αλλαγή στην κατεύθυνση των ερευνών

Παρά την κυρίαρχη θέση των μακροσκοπικών ερευνών στη γλωσσική πολιτική και το γλωσσικό σχεδιασμό, τα τελευταία χρόνια, οι ερευνητές άρχισαν να διακρίνουν τη σημασία που έχει το μικροσκοπικό επίπεδο, δηλαδή τα οργανωμένα κοινωνικά σύνολα που βρίσκονται στη βάση μιας κοινωνίας, για την επιτυχή εφαρμογή μιας γλωσσικής πολιτικής (Cooper 1989, Nahir 1998, Mac Giolla Chríost 2006, Baldauf 2006). Ήδη ο Cooper (1989:38) επισημαίνει ότι μια απόφαση που λαμβάνεται σε μακροσκοπικό επίπεδο έχει συνήθως ως τελικό στόχο να γίνει αποδεκτή και να εφαρμοστεί από τους ομιλητές, ατομικά και συλλογικά. Συμβαίνει, όμως, και το αντίθετο: μια πολιτική που γεννιέται σε μικροσκοπικό επίπεδο ενδέχεται να επεκταθεί και να εφαρμοστεί σε μακροσκοπικό επίπεδο, όπως λ.χ. οι εισηγήσεις του φεμινιστικού κινήματος για τη χρήση μη σεξιστικής γλώσσας. Επιπρόσθετα, ο Nahir (1998) διαπιστώνει ότι η αναβίωση της εβραϊκής δεν οφείλεται τόσο στο γλωσσικό σχεδιασμό που εκπονήθηκε και εφαρμόστηκε σε μακροσκοπικό επίπεδο, αλλά στις πρακτικές επικοινωνίας που υιοθέτησαν και εφαρμόσαν γενιές παιδιών που έμαθαν την εβραϊκή ως δεύτερη γλώσσα και την μετέφεραν στον πυρήνα της οικογένειας μεταδίδοντας την στα δικά τους παιδιά που την έμαθαν πια ως πρώτη γλώσσα (βλ. σελ. 29).

Η αλλαγή στην κατεύθυνση των ερευνών συνοδεύεται από την ιδιαίτερη έμφαση που δίνουν οι ερευνητές στις ακόλουθες τρεις έννοιες: στις *γλωσσικές πρακτικές*, στη

γλωσσική διαχείριση και στα κοινωνιογλωσσικά πεδία. Ο όρος γλωσσικές πρακτικές χρησιμοποιείται στον ευρύτερο χώρο της κοινωνιογλωσσολογίας για να δηλώσει τους τρόπους γλωσσικής συμπεριφοράς που συνηθίζουν να υιοθετούν οι ομιλητές προκειμένου να διεκπεραιώσουν με επιτυχία την επικοινωνία. Σύμφωνα με τον Schiffman (1996), δεν είναι σπάνιο να υπάρχει συχνά διάσταση μεταξύ της επίσημης γλωσσικής πολιτικής και της γλωσσικής συμπεριφοράς που παρατηρούμε σε κάποιες ομάδες ομιλητών. Όταν λοιπόν εξετάζουμε τη γλωσσική πολιτική σε μια κοινότητα λαμβάνοντας υπόψη και αναλύοντας μόνο επίσημες διακηρύξεις και έγγραφα, δεν είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε τι συμβαίνει στην πράξη, επειδή οι γλωσσικές πρακτικές των ομιλητών παραμένουν εκτός του πεδίου έρευνας. Η Heller (2001) υποστηρίζει ότι οι γλωσσικές πρακτικές καταδεικνύουν πώς η γλωσσική ιδεολογία και η κοινωνική δομή αντανακλώνται στις γλωσσικές επιλογές των ομιλητών δημιουργώντας την *κοινωνική πρακτική*. Ο Spolsky (2004: 8) τονίζει ότι γλωσσική πολιτική υπάρχει ακόμα και όταν δεν είναι εμφανής και ρητά διατυπωμένη ως μέρος μιας επίσημης τοποθέτησης σε σχέση με τον τρόπο διαχείρισης των γλωσσικών πόρων/θεμάτων· γι' αυτό είναι σημαντικό να μελετά κανείς και να αναλύει τις γλωσσικές πρακτικές. Με αυτό τον τρόπο, οι γλωσσικές πρακτικές καθίστανται ιδιαίτερα σημαντικές για τον ερευνητή επειδή του επιτρέπουν να εστιάσει την προσοχή του στο τι ακριβώς συμβαίνει στο μικροσκοπικό επίπεδο.

Το ίδιο σημαντική για την μελέτη του μικροσκοπικού πεδίου είναι και η έννοια της *γλωσσικής διαχείρισης*, επειδή και πάλι δίνει τη δυνατότητα στους ερευνητές να μεταφέρουν το κέντρο βάρους από το μακροσκοπικό στο μικροσκοπικό επίπεδο. Ο Spolsky (2009) στο βιβλίο του *Language management* δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο μικροσκοπικό επίπεδο και στο μικροσκοπικό γλωσσικό σχεδιασμό, αξιοποιώντας την έννοια της *γλωσσικής διαχείρισης* που εισήγαγαν αρκετά χρόνια προηγουμένως οι Jernudd και Neustupny (1987), ως συνόλου ατομικών ή συλλογικών δράσεων, συμπεριφορών και ενεργειών που επικεντρώνονται στην επίλυση, ρύθμιση γλωσσικών/επικοινωνιακών θεμάτων (Jernudd & Neustupny 1987). Σε αντίθεση με τις κυρίαρχες προσεγγίσεις στον κλάδο του γλωσσικού σχεδιασμού, ο Spolsky αναλύει πρώτα τα δεδομένα που παρατηρεί σε μικροσκοπικό επίπεδο –στην οικογένεια, στο χώρο της θρησκευτικής λατρείας, στο χώρο της εργασίας, σε θεσμικούς φορείς, στους οργανισμούς υγείας και στο στρατιωτικό τομέα– και στη

συνέχεια τα εξετάζει σε συνάρτηση με τις πολιτικές και το σχεδιασμό που καταγράφει σε εθνικό ή/και υπερεθνικό επίπεδο.

Την άποψη ότι η γλωσσική πολιτική δεν είναι αποκλειστικό προνόμιο του κράτους, αλλά ότι μπορεί να εκπορεύεται και από μικρότερα κοινωνικά ή συλλογικά όργανα, την είχε διατυπώσει ήδη ο Cooper από το 1989. Εξετάζοντας τη γλωσσική πολιτική που εφαρμόζει μια συναγωγή στην Ιερουσαλήμ, ο Cooper παρατήρησε ότι η διάσταση απόψεων που διαπιστώνει κανείς μεταξύ των πιστών σε σχέση με τη γλώσσα που πρέπει να χρησιμοποιείται, οφείλεται στα διαφορετικά κίνητρα συγκεκριμένων ομάδων πιστών και υποστηρίζει ότι τέτοιες διαφορές μπορεί να τις εντοπίσει κανείς και στο επίπεδο ενός κράτους, όταν πρόκειται να ληφθούν αποφάσεις για την επίσημη γλώσσα, τη γλώσσα της εκπαίδευσης κ.λπ. Κατ' επέκταση, υποστηρίζει, θα ήταν λάθος να μην ενταχθεί ο μικρογλωσσικός σχεδιασμός στο ευρύτερο ερευνητικό πεδίο του γλωσσικού σχεδιασμού³³.

Αν, λοιπόν, δεχτούμε ότι ο γλωσσικός σχεδιασμός μπορεί να εντοπιστεί σε μικροδομές, όπως για παράδειγμα σε μια συναγωγή, η θεωρία των κοινωνιογλωσσικών πεδίων μπορεί να αποδειχθεί εξαιρετικά χρήσιμη. Σύμφωνα με τον Fishman (1986), η γλωσσική πολιτική και ο γλωσσικός σχεδιασμός μπορούν να εντοπιστούν σε διάφορα πεδία όπως είναι το πεδίο της οικογένειας, της εκκλησίας, της γειτονιάς, του σχολείου και της εργασίας. Βέβαια, όπως πολύ σωστά τονίζει, δεν πρέπει να θεωρούμε ότι για όλες τις κοινωνίες ισχύουν τα ίδια πεδία. Η οικονομική, κοινωνική, πολιτική και θρησκευτική οργάνωση μιας κοινωνίας, διαμορφώνουν το κοινωνικό πλαίσιο διαφορετικά συγκροτώντας και διαφορετικά πεδία. Η θεωρία των κοινωνιογλωσσικών πεδίων συσχετίζεται αρχικά με την περιγραφή των κοινωνικών λειτουργιών που έχουν συγκεκριμένες γλωσσικές ποικιλίες στο πλαίσιο πολύγλωσσων, κυρίως, κοινωνιών. Ένα κοινωνιογλωσσικό πεδίο, ορίζεται, σύμφωνα με τον Fishman (1965, 1972) από τις ακόλουθες τρεις παραμέτρους: (α) το *θέμα συζήτησης*, το οποίο μπορεί να καθορίσει την επιλογή κώδικα σε ένα δί/πολύγλωσσο περιβάλλον και την επιλογή της μιας ή της άλλης μορφής γλώσσας σε περιπτώσεις διφυίας, (β) η *σχέση των συμμετεχόντων* σε συγκεκριμένες περιστάσεις επικοινωνίας. Η σχέση αυτή καθορίζει τους ρόλους και επηρεάζει τις γλωσσικές επιλογές των

³³ Παρόλο που ο Cooper (1989) αναγνωρίζει την αξία του μικροσκοπικού σχεδιασμού, θέτει όρια για το τι είναι μικροσκοπική δομή αξία να ερευνηθεί. Για παράδειγμα θεωρεί ότι οι αποφάσεις που αφορούν την γλωσσική εκπαίδευση των παιδιών στην οικογένεια δεν πρέπει να απασχολούν τους ερευνητές γιατί δεν έχουν σημασία στο μακροσκοπικό επίπεδο.

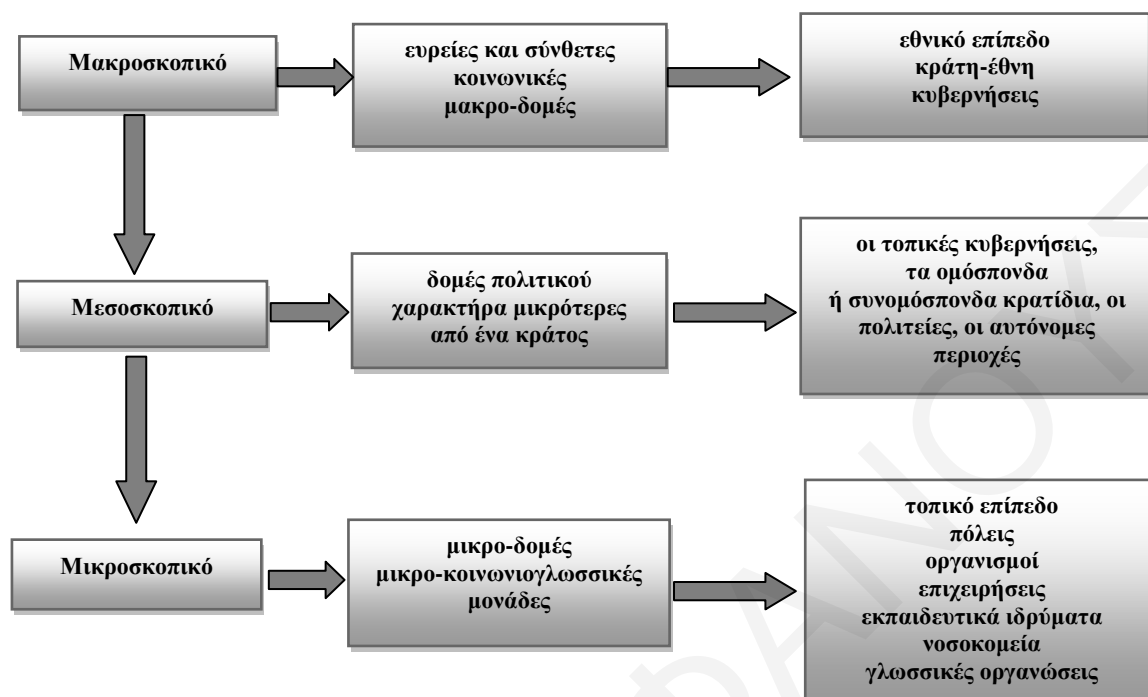
ομιλητών, π.χ. η σχέση του εργοδότη με τον εργαζόμενο στο πεδίο των επιχειρήσεων ή του μαθητή με το δάσκαλο στο πεδίο του σχολείου, (γ) ο *τόπος επικοινωνίας* που δίνει συνήθως και το όνομα στο κάθε πεδίο.

Το κοινωνιογλωσσικό πεδίο καθορίζει τις γλωσσικές επιλογές των ομιλητών και ταυτόχρονα οι γλωσσικές επιλογές μπορούν να γίνουν κατανοητές μόνο αν εξεταστούν στο πλαίσιο ενός κοινωνιογλωσσικού πεδίου. Έτσι, συμβαίνει να επιλέγεται άλλη γλώσσα στο πεδίο της οικογένειας, άλλη γλώσσα στο πεδίο της εκπαίδευσης και άλλη γλώσσα στο πεδίο της εργασίας. Εξάλλου, σε περιπτώσεις γλωσσικής διφυΐας (*diglossia*), η έννοια του πεδίου βοηθά τους ερευνητές να κατανοήσουν πώς οι γλωσσικές ποικιλίες παρουσιάζουν λειτουργική εξειδίκευση και άρα χρησιμοποιούνται με μεγαλύτερη συχνότητα σε συγκεκριμένα πεδία, για παράδειγμα στο πεδίο της οικογένειας ή στο πεδίο του σχολείου (Ferguson 1959). Επιπλέον, η έννοια του πεδίου είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στις περιπτώσεις που θέλουμε να κατανοήσουμε τη διαδικασία συρρίκνωσης ή απώλειας μιας γλώσσας σε ένα συγκεκριμένο πεδίο, όπως είναι για παράδειγμα το εργασιακό πεδίο.

1.2.2 Μικροσκοπικό, μεσοσκοπικό και μακροσκοπικό επίπεδο: ονομάτων επίσκεψις

Μέχρι τώρα χρησιμοποιήσαμε τους όρους *μικροσκοπικό* και *μακροσκοπικό* επίπεδο, προσέγγιση, κατεύθυνση κ.λπ. χωρίς να τους έχουμε διευκρινίσει. Οι δυο αυτοί όροι, αν και τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιούνται όλο και πιο συχνά από τους ερευνητές, δεν έχουν ακόμη παγιωθεί ως προς τη σημασία τους και πολλοί ερευνητές τους οριοθετούν με διαφορετικό τρόπο. Ορισμένοι μάλιστα, διαφοροποιούνται σε σχέση με τη διττή αυτή διάκριση και αποδέχονται την ύπαρξη κοινωνικών δομών ενδιάμεσου, *μεσοσκοπικού*, όπως το αποκαλούν, επιπέδου (Kaplan & Baldauf 1997). Κρίνουμε, λοιπόν, απαραίτητο να διευκρινίσουμε πριν προχωρήσουμε τους τρεις αυτούς όρους, επισημαίνοντας τις διαφορές μεταξύ των ερευνητών (βλ. σχήμα 1.2).

Σχήμα 1.2: Μακροσκοπικό, μεσοσκοπικό και μικροσκοπικό επίπεδο



Θα ήταν, πιστεύω, χρήσιμο να τονίσουμε καταρχάς, ότι οι όροι μικροσκοπικό (ή μικρο) και μακροσκοπικό (ή μακρο) είναι όροι τους οποίους η κοινωνιολογία δανείζεται από τον τομέα της οικονομίας. Στην οικονομική ανάλυση, το μακροσκοπικό επίπεδο ή μακροεπίπεδο αφορά τη θεώρηση των οικονομικών φαινομένων από τη σκοπιά του κοινωνικού συνόλου ή του οργανωμένου κράτους (Grin 2001), ενώ το μικροσκοπικό επίπεδο ή μικροεπίπεδο αφορά τη θεώρηση των οικονομικών φαινομένων από τη σκοπιά του ατόμου, του καταναλωτή, της επιχείρησης κ.ά.

Ο όρος *μακροεπίπεδο* αναφέρεται σε ευρείες και σύνθετες κοινωνικές δομές. Μακροσκοπικό επίπεδο θεωρείται το εθνικό επίπεδο, με κεντρικό φορέα το κράτος και τα αρμόδια όργανά του, και ο γλωσσικός σχεδιασμός εμφανίζεται ως μια κατεξοχήν κρατική/κυβερνητική δραστηριότητα. Στην περίπτωση αυτή, για να μπορέσει να συγκεντρώσει τα δεδομένα του ο ερευνητής θα πρέπει να καταφύγει στο σύνταγμα ενός κράτους, σε νομικά κείμενα, σε επίσημα έγγραφα, σε εγκυκλίους και διακηρύξεις.

Ο όρος *μεσοσκοπικό επίπεδο* ή *μεσοεπίπεδο* παραπέμπει σε δομές πολιτικού, συνήθως, χαρακτήρα που είναι μικρότερες από ένα κράτος: οι τοπικές κυβερνήσεις, τα ομόσπονδα ή συνομόσπονδα κρατίδια, οι πολιτείες, οι αυτόνομες περιοχές και

γενικότερα οι οργανωμένες πολιτικές οντότητες που προκύπτουν από την ανάλυση σύνθετων πολιτικών δομών εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία. Γενικότερα, εντάσσονται στο μεσοεπίπεδο οι περιπτώσεις στις οποίες η γλωσσική πολιτική και ο γλωσσικός σχεδιασμός έχουν περιορισμένη εστίαση, αφορούν μικρές ομάδες ομιλητών, έχουν περιορισμένους στόχους ή έχουν σχεδιαστεί για να ικανοποιήσουν τις γλωσσικές ανάγκες μιας συγκεκριμένης ομάδας ατόμων. Για παράδειγμα, με βάση τις συμφωνίες που υπογράφηκαν το 1977 μεταξύ ελληνοκυπρίων και τουρκοκυπρίων, σε περίπτωση διευθέτησης της πολιτικής διένεξης, η Κυπριακή Δημοκρατία θα μετατραπεί σε διζωνική-δικοινοτική ομοσπονδία, δηλαδή θα αποκτήσει σύνθετη πολιτική δομή. Σε τέτοιο ενδεχόμενο, η γλωσσική πολιτική και ο γλωσσικός σχεδιασμός θα μπορούν να ασκηθούν τόσο σε μεσοσκοπικό επίπεδο –στο επίπεδο των συστατικών κρατιδίων/περιοχών– όσο και σε μακροσκοπικό επίπεδο – στο επίπεδο της κεντρικής ομοσπονδιακής κυβέρνησης

Τέλος, το *μικροσκοπικό επίπεδο* ή *μικροεπίπεδο* αφορά τις πολιτικές και τις δράσεις οργανωμένων κοινωνικών συνόλων με απλούστερες δομές, όπως για παράδειγμα τράπεζες, επιχειρήσεις, εκπαιδευτικά σώματα (σχολεία), νοσοκομεία (Kaplan & Baldauf 1997, Baldauf 2006). Τέτοιου είδους κοινωνικά σύνολα αναλαμβάνουν την πρωτοβουλία να διατυπώσουν μια συγκεκριμένη γλωσσική πολιτική, έχοντας κατά νου να ικανοποιήσουν επιμέρους ή εσωτερικές ανάγκες, να υλοποιήσουν προσωπικούς στόχους ή να λύσουν γλωσσικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Οι ερευνητές που ενδιαφέρονται για αυτό το επίπεδο θα πρέπει να αναζητούν τα δεδομένα τους στις γλωσσικές πρακτικές των ομιλητών στο πλαίσιο μικροδομών και πεδίων, όπως αυτό της οικογένειας, της θρησκείας, του χώρου εργασίας, των σχολείων κ.λπ. (Spolsky 2004, 2009)

1.2.3 Μικροεπίπεδο και μικρογλωσσικός σχεδιασμός

Ο Baldauf (2006) τονίζει ότι, ό,τι συμβαίνει σε μικροσκοπικό επίπεδο δεν αποτελεί απαραίτητα περίπτωση μικροσκοπικού γλωσσικού σχεδιασμού. Στην ουσία υπάρχουν περιπτώσεις όπου μια πολιτική που έχει σχεδιαστεί από εθνικούς φορείς ή κρατικά όργανα, εφαρμόζεται από οργανωμένα κοινωνικά σύνολα σε μικροσκοπικό επίπεδο. Εδώ πρόκειται για κλασικές περιπτώσεις γλωσσικού σχεδιασμού που εφαρμόζουν πολιτική που εκπορεύεται από επίσημους φορείς και εφαρμόζεται από επιμέρους οντότητες, ακολουθώντας πορεία από ένα γενικότερο σε ένα ειδικότερο επίπεδο.

Έτσι, για παράδειγμα, όταν μια κεντρική κυβέρνηση και τα αρμόδια υπουργεία αποφασίζουν να εφαρμόσουν μια γλωσσική εκπαιδευτική πολιτική, είναι τα σχολεία και οι εκπαιδευτικοί που καλούνται να την εφαρμόσουν. Τα πιο κάτω παραδείγματα είναι ενδεικτικά τέτοιων περιπτώσεων. Μελετώντας τις γλωσσικές πρακτικές σε ένα γαλλόφωνο μειονοτικό σχολείο στο Κεμπέκ, η Heller (2001) καταδεικνύει πώς οι κανονισμοί που εκδίδει το Υπουργείο Παιδείας του Οντάριο επηρεάζουν τις στάσεις των εκπαιδευτικών και κατά συνέπεια τη γλωσσική τους συμπεριφορά και τις γλωσσικές πρακτικές που προωθούν και εφαρμόζουν στην τάξη. Στην Κύπρο, τόσο οι ρητές όσο και οι υπόρρητες οδηγίες του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού, καθοδηγούν τους εκπαιδευτικούς να χρησιμοποιούν την κοινή νέα ελληνική και να αποφεύγουν την κυπριακή διάλεκτο κατά τη γλωσσική πρακτική στην αίθουσα διδασκαλίας, παρότι η τελευταία είναι η μητρική ποικιλία της πλειονότητας των Κυπρίων. Το γεγονός ότι η κυπριακή δεν έχει κανέναν επίσημο ρόλο στη διδακτική πρακτική, σε συνδυασμό με την τακτική των δασκάλων να διορθώνουν τα παιδιά όταν χρησιμοποιούν τη διάλεκτο, αναντίλεκτα επηρεάζει τις γλωσσικές πρακτικές στην αίθουσα διδασκαλίας (Ioannidou 2007).

Πολλές φορές το μικροσκοπικό επίπεδο παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιτυχή εφαρμογή μιας γλωσσικής πολιτικής (Nahir 1998, Mac Giolla Chríost 2006, Baldauf 2006). Αν και στις πιο πάνω περιπτώσεις, που αφορούν τις εκπαιδευτικές γλωσσικές πολιτικές, δεν μπορούμε να ισχυριστούμε ότι έχουμε να κάνουμε με περιπτώσεις σχεδιασμού σε μικροσκοπικό επίπεδο αλλά μάλλον για οδηγίες που εκπορεύονται μακροσκοπικά και απλώς εφαρμόζονται σε μικροσκοπικό επίπεδο, θα πρέπει, παρά ταύτα, να σημειώσουμε ότι ο ρόλος του μικροσκοπικού επιπέδου είναι ιδιαίτερα σημαντικός για την επιτυχή κατάληξη μιας πολιτικής που αποφασίζεται σε μακροσκοπικό επίπεδο (Καρυολαίμου 2010). Πολλές φορές, συμβαίνει τα κίνητρα που διαμορφώνουν μια πολιτική στο μακροεπίπεδο να βρίσκονται σε διάσταση με τα κίνητρα που καθορίζουν τις γλωσσικές πρακτικές στο μικροεπίπεδο. Σε πολλές περιπτώσεις, ομάδες ομιλητών που δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένους τομείς επικοινωνίας (π.χ. δημοσιογράφοι, δάσκαλοι, άνθρωποι του λόγου κ.λπ.), υιοθετούν απέναντι σε γλωσσικά ζητήματα, στάση διαφορετική από αυτήν μιας κυβέρνησης, ενός Υπουργείου Παιδείας ή άλλων κρατικών φορέων, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται εστίες αντίστασης στην εφαρμογή μιας πολιτικής που εναντιώνεται στη συνήθη πρακτική και έτσι να οδηγούμαστε σε αποτυχία της όλης προσπάθειας. Ο

Baldauf (1994) υποστηρίζει ότι όσοι ασχολούνται με το να διατυπώσουν το πλαίσιο αρχών που πλαισιώνει μια γλωσσική πολιτική, δεν θα πρέπει να έχουν την ψευδαίσθηση ότι αυτό που σχεδιάζουν σε μακροσκοπικό επίπεδο θα γίνει εύκολα αποδεκτό από τους άμεσα ενδιαφερόμενους, δηλαδή τους ομιλητές.

Ένα παράδειγμα μας βοηθήσει να κατανοήσουμε τη σύγκρουση που ενδέχεται να υπάρξει μεταξύ αποφάσεων που λαμβάνονται σε μακροσκοπικό επίπεδο και σε ό,τι ισχύει σε μικροσκοπικό επίπεδο, είναι η περίπτωση της τυποποίησης των γεωγραφικών ονομάτων στην Κύπρο. Η τυποποίηση των γεωγραφικών ονομάτων είναι μέρος μιας ευρύτερης πρωτοβουλίας που ανέλαβε ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών από τη δεκαετία του 1960 για τυποποίηση των γεωγραφικών ονομάτων και ανάπτυξη ενός καθολικού συστήματος μεταγραφής των τοπωνυμίων στο ρομανικό αλφάβητο. Η πρωτοβουλία αυτή, κρίθηκε αναγκαία, ως ένα μέτρο για να αντιμετωπιστεί η τάση να αγγλοποιούνται τα τοπωνύμια που είχε αρχίσει να επηρεάζει πολλές χώρες, μεταξύ αυτών και την Κύπρο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αγγλοποίησης στην περίπτωση της Κύπρου αποτελεί η απόδοση του ονόματος των πόλεων Λεμεσού και Λευκωσίας ως Limassol και Nicosia αντίστοιχα, αντί Lemesos και Lefkosia, όπως κανονικά προκύπτει από τη μεταγραφή στο ρομανικό αλφάβητο. Στο πλαίσιο της διεθνούς αυτής προσπάθειας, συστάθηκε στην Κύπρο η Μόνιμη Επιτροπή Τυποποίησης Γεωγραφικών Ονομάτων, η οποία υπάγεται στο Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού και η οποία ανέλαβε να διεκπεραιώσει το έργο της τυποποίησης. Η Επιτροπή είχε ως αρμοδιότητα να μελετήσει και να συστηματοποιήσει τον τρόπο γραφής των τοπωνυμίων στα ελληνικά (τυποποίησης) σύμφωνα με τους κανόνες της κοινής νέας ελληνικής καθώς και τη μεταγραφή τους στο ρομανικό αλφάβητο με βάση ένα κοινό σύνολο κανόνων μεταφοράς που συμφωνήθηκαν μεταξύ των εκπροσώπων των κρατών μελών του ΟΗΕ. Η προσπάθεια τυποποίησης των γεωγραφικών ονομάτων αποτελεί, λοιπόν, περίπτωση δομικού σχεδιασμού και, σύμφωνα με τον Spolsky (2009), παράδειγμα γλωσσικής διαχείρισης.

Η επιτυχία μιας τέτοιας πολιτικής κρίνεται, βέβαια, από το κατά πόσο την αποδέχονται οι χρήστες της γλώσσας, δηλαδή οι ομιλητές. Τι συμβαίνει, λοιπόν, σε περιπτώσεις όπου δεν υπάρχει διαλεκτική σχέση ανάμεσα στο μακροσκοπικό και το μικροσκοπικό γλωσσικό σχεδιασμό; Ορισμένες όψεις της τυποποίησης προκάλεσαν

έντονες αντιδράσεις μεταξύ των Κυπρίων ομιλητών, οργανωμένων οντοτήτων και τοπικών αρχών σε περιοχές που επηρεάζονταν από τις προτάσεις της Επιτροπής και το θέμα αποτέλεσε «μείζον γλωσσικό ζήτημα στα τέλη της δεκαετίας του 80 λαμβάνοντας διαστάσεις εμφυλίου πολέμου» (Καρυολαίμου 2007: 6). Το πρόβλημα δημιουργήθηκε όταν η Επιτροπή αποφάσισε να προχωρήσει σε νέα τυποποίηση τοπωνυμίων –πολλές φορές στη βάση ατεκμηρίωτων και αμφισβητήσιμων ετυμολογιών– που είχαν ήδη παγιωθεί στο γραπτό λόγο, επειδή θεώρησε ότι αποτύπωναν στη γραφή τη διαλεκτική προφορά. Η Καρυολαίμου (2002γ: 302) υπογραμμίζει: «επειδή τα γεωγραφικά ονόματα είναι τεκμήρια της ιστορίας των λαών και των πολιτισμικών ιδιαιτεροτήτων τους, η τυποποίησή τους αποτελεί ιδιαίτερα λεπτό ζήτημα, κυρίως όταν δεν προκύπτει μέσα από τη διαχρονική εξέλιξη αλλά είναι αποτέλεσμα ανθρώπινου σχεδιασμού». Η Επιτροπή δεν φαίνεται να έλαβε σοβαρά υπόψη τις οδηγίες της Ουνέσκο που τόνιζαν ότι κατά τη διαδικασία τυποποίησης θα έπρεπε να προσέξουν ιδιαίτερα τις ευαισθησίες των ομιλητών (Καρυολαίμου 2001, 2002γ, Παπαρανίου 2006). Η άποψη των ομιλητών δεν λήφθηκε υπόψη, δεδομένου ότι οι προτάσεις της Επιτροπής έγιναν γνωστές αφού ολοκληρώθηκε η τυποποίηση, με αποτέλεσμα να προκληθεί αντίδραση σε μεγάλη μερίδα ομιλητών που εξέφρασαν την αντίθεσή τους και δημόσια με άρθρα στον ημερήσιο τύπο, με παρεμβάσεις σε τηλεοπτικές εκπομπές κ.λπ. Η προσπάθεια τυποποίησης οδηγήθηκε, έτσι, σε αποτυχία, δηλαδή δεν εφαρμόστηκε ποτέ από τους ομιλητές, δεν εφαρμόστηκε δηλαδή ποτέ από τους ομιλητές: σήμερα για πολλά γεωγραφικά ονόματα υπάρχουν στην ουσία διττοί τύποι, ένας ‘επίσημος’ και ένας χρηστικός (Καρυολαίμου 2010β).

Ακόμη μια περίπτωση απουσίας διαλεκτικής σχέσης ανάμεσα στα δύο επίπεδα είναι αυτή που καταγράφει η Incelli (2008). Αφορά τη γλωσσική διαχείριση που εφαρμόζουν μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο Λάτσιο, μια περιοχή έξω από τη Ρώμη. Η Incelli αναφέρει ότι οι εν λόγω επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην προσπάθειά τους να επεκταθούν στις ξένες αγορές. Η διεθνοποίηση των επιχειρήσεων θεωρείται απαραίτητη για την επιβίωσή τους, δυσχεραίνεται όμως από την έλλειψη των απαραίτητων γλωσσικών εφοδίων. Η Incelli εντοπίζει, εδώ, την έλλειψη συνάφειας μεταξύ μικρογλωσσικού και μακρογλωσσικού σχεδιασμού. Με άλλα λόγια, ενώ υπάρχει έντονη ανάγκη να καταρτιστούν οι εργαζόμενοι σε ξένες γλώσσες για να μπορέσουν να ανταποκριθούν στα νέα περιβάλλοντα επικοινωνίας που προκύπτουν από τις προσπάθειες επέκτασης στις ευρωπαϊκές και διεθνείς αγορές, η

εκπαιδευτική πολιτική σε θέματα διδασκαλίας ξένων γλωσσών του ιταλικού κράτους δεν λαμβάνει υπόψη τις νέες αυτές προοπτικές και τις ανάγκες που δημιουργούν. Το χάσμα που δημιουργείται έτσι ανάμεσα στις μακρογλωσσικές εκπαιδευτικές στοχεύσεις και τις πραγματικές ανάγκες σε μικρογλωσσικό επίπεδο, έχει άμεσες συνέπειες για το ζωτικό τομέα της οικονομίας.

1.2.3.1 Μικροσκοπικός γλωσσικός σχεδιασμός και αναβίωση γλώσσας

Ο Nahir (1998) αναλύει με λεπτομέρεια ένα παράδειγμα μικρογλωσσικού σχεδιασμού που σχετίζεται με την αναβίωση της εβραϊκής γλώσσας, διατυπώνοντας την άποψη ότι η αναβίωση της εβραϊκής δεν ήταν αποτέλεσμα της πολιτικής και του σχεδιασμού που αποφάσισε η Εβραϊκή Γλωσσική Επιτροπή του Μπεν Γιεχούντ, στον οποίο συνήθως αποδίδεται η αναβίωση, αλλά ενός σχεδιασμού που έγινε σε μικροσκοπικό επίπεδο και που, εκ πρώτης όψεως, θα μπορούσε κανείς να θεωρήσει χωρίς ιδιαίτερη σημασία για το τελικό αποτέλεσμα. Ο μικροσκοπικός αυτός σχεδιασμός αφορούσε την υιοθέτηση των στόχων της Επιτροπής από ομάδες ομιλητών που ονομάζει 'μικρο-δράστες' –π.χ. δάσκαλους, μαθητές, τοπικές αρχές κ.λπ.– που είχαν κάνει την αναβίωση της εβραϊκής γλώσσας καθημερινή πράξη, χρησιμοποιώντας την ενεργητικά στην επικοινωνία. Παρόμοια, η Mac Giolla Chríost (2006) τονίζει τη σημασία που έχουν η πολιτική και ο σχεδιασμός σε μικρογλωσσικό επίπεδο για τη διάδοση της ιρλανδικής γλώσσας εκτός της αρχικής της εστίας (Gaeltacht) –περιοχή στην οποία η ιρλανδική κυβέρνηση αναγνωρίζει την ιρλανδική ως την κυρίαρχη γλώσσα– σε όλη την επικράτεια του ιρλανδικού κράτους. Ο μικρογλωσσικός σχεδιασμός ταυτίζεται εδώ με τον σχεδιασμό σε τοπικό επίπεδο. Για παράδειγμα, η δημιουργία του κινήματος για προάσπιση των πολιτειακών δικαιωμάτων των κατοίκων του Gaeltacht ή η πρωτοβουλία για τη δημιουργία τοπικών σχολείων προσχολικής ηλικίας, όπου γλώσσα διδασκαλίας είναι η ιρλανδική, είναι πρωτοβουλίες που λήφθηκαν σε τοπικό επίπεδο και είχαν θετικά αποτελέσματα για την αναβίωση της ιρλανδικής, επειδή οδήγησαν σε αύξηση του αριθμού των ομιλητών της και του ποσοστού χρήσης της από όσους ήδη την γνώριζαν. Όπως πολύ σωστά υποστηρίζει η Mac Giolla Chríost (2006) εξετάζοντας την περίπτωση της ιρλανδικής, αποδεικνύεται ότι η πολιτική και ο σχεδιασμός που εκπονούνται σε τοπικό επίπεδο μπορεί να έχουν, πολλές φορές, καλύτερα αποτελέσματα από ότι ενέργειες και δράσεις μιας κεντρικής κυβέρνησης που λαμβάνουν χώρα σε μακροσκοπικό επίπεδο.

1.2.3.2 Μικροσκοπικός γλωσσικός σχεδιασμός και αλλαγή γλωσσικής πολιτικής

Σε ορισμένες περιπτώσεις συμβαίνει η γλωσσική πολιτική και ο γλωσσικός σχεδιασμός να κατευθύνονται από το μικροσκοπικό (ειδικό) στο μακροσκοπικό επίπεδο (γενικό). Γλωσσικές επιλογές που λαμβάνονται από τοπικούς φορείς μπορεί να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις που λαμβάνονται και εφαρμόζονται σε συλλογικό/εθνικό επίπεδο (Schiffman 1996, Gill 2005, Kamwendo 2005). Αν οι προσπάθειες αυτές προέρχονται από οργανωμένα σώματα, όπως γλωσσικές οργανώσεις, επιχειρήσεις, βιομηχανίες, κ.λπ. τότε πρόκειται για περιπτώσεις μικρογλωσσικού σχεδιασμού (Baldauf 2006: 155), όπου οι μικροδράστες σχεδιάζουν και εφαρμόζουν μια γλωσσική πολιτική με σκοπό να διαμορφώσουν τη γλώσσα ή τις γλωσσικές πρακτικές με τρόπο που ικανοποιεί τις δικές τους ανάγκες και εξυπηρετεί τα δικά τους συμφέροντα. Σε πολλές περιπτώσεις, ο μικροσκοπικός αυτός σχεδιασμός μπορεί να έχει συνέπειες και σε μακροσκοπικό επίπεδο, να οδηγήσει, δηλαδή, σε αλλαγές της επίσημης γλωσσικής πολιτικής (Schiffman 1996: 15, βλ. επίσης Nahir 1998, Gill 2005, Kamwendo 2005).

Χαρακτηριστική είναι, από αυτή την άποψη, η περίπτωση της Μαλαισίας και της γλωσσικής πορείας που ακολούθησε μετά την ανεξαρτησία. Μετά τη ανακήρυξη της Μαλαισίας σε ανεξάρτητο κράτος το 1963, η μαλαισιακή κυβέρνηση επιχείρησε να καθιερώσει τη μαλαισιακή ως επίσημη γλώσσα του κράτους. Ο υποστασιακός σχεδιασμός που αναγνώριζε την επίσημη θέση της μαλαισιακής, συνοδεύθηκε από συγκεκριμένα μέτρα δομικού σχεδιασμού, με στόχο να εμπλουτιστούν οι δομές της για να μπορέσει να χρησιμοποιηθεί σε καινούριους τομείς επικοινωνίας, κυρίως στην εκπαίδευση και στους τομείς των νέων τεχνολογιών κ.λπ. (Gill 2005). Σαράντα χρόνια αργότερα, το 2003, και ύστερα από επανειλημμένες και ανεπιτυχείς ρυθμίσεις, είναι, αντίθετα, η αγγλική γλώσσα που καθιερώνεται ως γλώσσα διδασκαλίας στην ανώτατη εκπαίδευση της Μαλαισίας. Στο διάστημα των σαράντα αυτών χρόνων, παρατηρούμε μια δραστική αλλαγή γλωσσικής πολιτικής που θα ήταν ακατανόητη, αν εξεταζόταν με βάση το στενό εθνικό πλαίσιο της Μαλαισίας. Για να γίνει κατανοητή, η αλλαγή αυτή πρέπει να εξεταστεί με γνώμονα την επίδραση που ασκούν υπερεθνικοί παράγοντες στις εθνικές επιδιώξεις όταν πρόκειται να ληφθούν αποφάσεις για θέματα γλώσσας και γλωσσικής πολιτικής (Wright 2004). Σύμφωνα με τον Gill (2005), η δραστική αλλαγή στόχων που παρατηρούμε στη γλωσσική πολιτική της Μαλαισίας είναι άμεσα συνυφασμένη με το φαινόμενο της

παγκοσμιοποίησης και αποδεικνύει ότι τα οικονομικά κίνητρα τείνουν να έχουν σήμερα καταλυτικό ρόλο στη διαμόρφωση των γλωσσικών πολιτικών, υποκαθιστώντας, εν μέρει ή εξολοκλήρου, κίνητρα πολιτικά και εθνικά με βάση τα οποία λαμβάνονταν τέτοιου είδους αποφάσεις στο παρελθόν. Στην ουσία, οι αλλαγές στη γλωσσική πολιτική της Μαλαισίας διαμορφώθηκαν κυρίως υπό την επίδραση των γλωσσικών πρακτικών που ίσχυαν στο πεδίο της οικονομίας και συγκεκριμένα σε επιχειρήσεις και βιομηχανίες. Λόγω της διεθνούς δραστηριότητας που είχαν αναπτύξει αυτές οι επιχειρήσεις, έκαναν εκτεταμένη και συστηματική χρήση της αγγλικής και συνεπώς εργοδοτούσαν απόφοιτους πανεπιστημίων που είχαν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν άριστα την αγγλική γλώσσα. Εδώ, συμβαίνει λοιπόν το εξής παράδοξο: οι γλωσσικές τάσεις που παρατηρούνται σε υπερεθνικό επίπεδο (επικράτηση της αγγλικής) επιδρούν στο μικροσκοπικό επίπεδο (εκτεταμένη χρήση της αγγλικής στις επιχειρήσεις) και στη συνέχεια επηρεάζουν με αποφασιστικό τρόπο την αναδιαμόρφωση πολιτικής σε μακροσκοπικό επίπεδο (επίσημη γλώσσα και γλώσσα εκπαίδευσης της Μαλαισίας).

Αλλαγές στο γλωσσικό σχεδιασμό μπορεί, επίσης, να προκύψουν και από τις προσπάθειες οργανωμένων συνόλων που έχουν γλωσσικές στοχεύσεις. Στο Βόρειο Μαλάουι στη νοτιοανατολική Αφρική, τις πρώτες δεκαετίες μετά την ανεξαρτησία και κυρίως κατά τη διάρκεια της δικτατορίας Πάντα, το καθεστώς προωθούσε τη χρήση της τσέουα, μιας τοπικής γλώσσας που ανήκει στην οικογένεια των γλωσσών μπαντού. Μετά το τέλος της δικτατορίας και τον εκδημοκρατισμό των θεσμών στη χώρα, δημιουργήθηκε μια γλωσσική οργάνωση με το όνομα «CLACA», που είχε σκοπό να προωθήσει μια λιγότερο διαδεδομένη γλώσσα μπαντού, την τσιτουμπούκα, σε τομείς και πεδία, όπου πριν απαγορευόταν η χρήση της. Όπως επισημαίνει η Kamwendu (2005), αν και οι προτάσεις της γλωσσικής αυτής οργάνωσης δεν εφαρμόστηκαν στην ολότητά τους από τις κρατικές αρχές, κάνοντας γνωστή τη γλωσσική της πολιτική και προτείνοντας μέτρα στήριξης της τσιτουμπούκα, η οργάνωση έφερε στο προσκήνιο τη συγκεκριμένη γλώσσα και 'ενέπνευσε' τις κρατικές αρχές να κάνουν το ίδιο.

Στην περίπτωση της Κύπρου, μπορούμε να θεωρήσουμε ως παράδειγμα μικροσκοπικού γλωσσικού σχεδιασμού την περίπτωση του Γλωσσικού Ομίλου Κύπρου, μιας ιδιωτικής μη κερδοσκοπικής οργάνωσης που ασχολείται με την

προαγωγή και την προβολή της ελληνικής γλώσσας στην κυπριακή κοινωνία. Στο καταστατικό του, ο Όμιλος δηλώνει ότι « ... σκοπεύει να επηρεάσει την επίσημη γλωσσική πολιτική της Πολιτείας αλλά και να παρεμβαίνει αυτόματα στο επίπεδο της γλωσσικής πρακτικής»³⁴. Αν και είναι αμφίβολο ότι ο δεδηλωμένος στόχος του Γλωσσικού Ομίλου είναι εφικτός και αβέβαιο ότι τέτοιοι οργανισμοί μπορούν να επηρεάσουν τη διατύπωση της συνολικής γλωσσικής πολιτικής ενός κράτους, μπορούν, εντούτοις, να συμβάλουν σε κάποιο βαθμό στη διαχείριση/επίλυση επί μέρους γλωσσικών ζητημάτων, όπως αποδεικνύεται από τη δράση του συγκεκριμένου ομίλου στο θέμα της ‘αλόγιστης χρήσης’ της αγγλικής γλώσσας στη δημόσια υπηρεσία ή σε άλλους κρατικούς και κυβερνητικούς φορείς. Η δράση αυτή εκφράζεται πολύ συγκεκριμένα με τα επαναλαμβανόμενα αιτήματα του Ομίλου προς την Επίτροπο Διοίκησης να παρέμβει για να σταματήσει τη συστηματική και αντισυνταγματική χρήση της αγγλικής σε κείμενα ανακοινώσεων Υπουργείων, κρατικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, Συμβουλίων αρχών και άλλων φορέων³⁵. Σύμφωνα με το Γλωσσικό Όμιλο, η πρακτική αυτή ήταν αντίθετη με τις πρόνοιες του Συντάγματος σε σχέση με τις επίσημες γλώσσες της Δημοκρατίας και υποβάθμιζε την ελληνική γλώσσα. Πράγματι, η Επίτροπος Διοίκησης υιοθετώντας κοινή προσέγγιση για όλες τις καταγγελίες, καταδίκασε την τάση να χρησιμοποιείται με αποκλειστικό τρόπο η αγγλική γλώσσα στις ανακοινώσεις κρατικών ή δημόσιων φορέων, τονίζοντας ότι οι καταχωρήσεις στην Επίσημη Εφημερίδα της Δημοκρατίας έπρεπε να γίνονται στις δύο επίσημες γλώσσες του κράτους, όπως ορίζουν οι παράγραφοι 2 και 5 του άρθρου 3 του συντάγματος, αφήνοντας ανοικτή τη δυνατότητα να μεταφράζονται, στη συνέχεια, στα αγγλική ή σε άλλη γλώσσα ανάλογα με την περίπτωση. Αυτή είναι η πρακτική που ακολουθείται έκτοτε.

Οι πρωτοβουλίες του Γλωσσικού Ομίλου, λοιπόν, αν και δεν μπορούμε να πούμε ότι οδήγησαν σε αλλαγή της πολιτικής του κυπριακού κράτους –η θέση της ελληνικής ως επίσημης γλώσσας ήταν ούτως ή άλλως καταγεγραμμένη στο σύνταγμα– συνέβαλαν στην ενεργοποίηση μηχανισμών επιβεβαίωσης της θέσης αυτής και οδήγησαν σε τροποποίηση των γλωσσικών πρακτικών στον ευρύτερο τομέα της δημόσιας και κρατικής γραπτής και δημόσιας επικοινωνίας.

³⁴ Γλωσσικός Όμιλος Κύπρου. 1993. *Καταστατικό*. Λευκωσία.

³⁵ Η χρήση της αγγλικής αφορούσε ανακοινώσεις πρόσκλησης προσφορών που δημοσιεύθηκαν κατά καιρούς στην επίσημη εφημερίδα της κυβέρνησης από το Υπουργείο Οικονομικών (αρ. Α/Π 873/98), το Υπουργείο Γεωργίας, Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος (αρ. Α/Π 1081/99), το Συμβούλιο αποχτετεύσεως Λευκωσίας (αρ. Α/Π 1099/99 και αρ. 1047/2001, το Πανεπιστήμιο Κύπρου (αρ. Α/Π 873/98).

1.3 Γλωσσική διαχείριση

Παράλληλα με την ανάπτυξη του κλάδου του γλωσσικού σχεδιασμού (Cooper 1989, Harold Schiffman 1996, Kaplan & Baldauf 1997), αναπτύχθηκε και ο παρεμφερής κλάδος της *γλωσσικής διαχείρισης* (language management) (Jernudd & Neustupný 1987). Ο όρος «γλωσσική διαχείριση» έχει χρησιμοποιηθεί από πολλούς ερευνητές συχνά ως συνώνυμος του όρου γλωσσικός σχεδιασμός. Όπως, όμως, το επισημαίνουν οι Nekvapil και Necula (2006), πρόκειται όχι μόνο για διαφορετικό όρο αλλά και για διαφορετική οπτική που εδράζεται σε διαφορετικές θεωρητικές αρχές.

Στην ουσία, πολλοί ερευνητές χρησιμοποιούν τον όρο *γλωσσική διαχείριση*, χωρίς όμως να υιοθετούν τη συγκεκριμένη θεωρία. Για παράδειγμα στα γαλλικά, ο όρος «γλωσσική διαχείριση» (*aménagement linguistique*) υιοθετήθηκε αντί του όρου *planification linguistique*, που αποτελεί λέξη προς λέξη μετάφραση του αγγλικού *language planning*, ύστερα από εισήγηση του γαλλόφωνου καναδού κοινωνιογλωσσολόγου Jean-Claude Corbeil. Στις αρχές της δεκαετίας του 70, ο Corbeil χρησιμοποίησε τον όρο για να περιγράψει τις προσπάθειες κατοχύρωσης της γαλλικής γλώσσας από τη γαλλόφωνη κοινότητα του Κεμπέκ, επειδή ο όρος *γλωσσικός σχεδιασμός* εμπεριείχε αρνητικές συνυποδηλώσεις και κυρίως «... μια δόση αυταρχικότητας που δεν μπορούσε να συνάδει με το σεβασμό των δικαιωμάτων των γλωσσικών μειονοτήτων και απομακρυνόταν πολύ από αυτό που ονομάζουμε σήμερα, μαζί με τον Louis-Jean Calvet, «οικολογία των γλωσσών» ή, σύμφωνα με τα λεγόμενα του Pierre Auger, «γλωσσική οικολογία»» (Rousseau 2005: 93)». Τον όρο *γλωσσική διαχείριση* χρησιμοποιεί και ο Spolsky (2004, 2009) για να δηλώσει τις συγκεκριμένες και εμφανείς προσπάθειες που γίνονται από κάποιο άτομο ή κάποια ομάδα ατόμων και έχουν ως στόχο να επηρεάσουν τις γλωσσικές πρακτικές και τη γλωσσική ιδεολογία σ'ένα συγκεκριμένο κοινωνιογλωσσικό πεδίο. Ο ίδιος αναφέρει (Spolsky 2009: 4) ότι αποφεύγει να χρησιμοποιήσει τον όρο *γλωσσικός σχεδιασμός*, επειδή τον θεωρεί άρρηκτα συνδεδεμένο με τη σημασία που απέκτησε τις δεκαετίες του 60 και του 70, ως, δηλαδή, σύνολο μηχανισμών που απέτυχαν να συμβάλουν στην επίλυση των γλωσσικών προβλημάτων που αντιμετώπιζαν τα νεοσύστατα κράτη, στο πλαίσιο των ευρύτερων προσπαθειών τους για ανάπτυξη και εκσυγχρονισμό. Γι' αυτό το λόγο, θεωρεί τον όρο *γλωσσικός σχεδιασμός* ανεπαρκή και τον αντικαθιστά με τον όρο *γλωσσική διαχείριση*. Στο έργο του *Language management* (2009) ασχολείται αποκλειστικά με το ζήτημα της γλωσσικής

διαχείρισης, αναλύοντας διεξοδικά τις ποικίλες εφαρμογές του σε διάφορες περιστάσεις επικοινωνίας.

Στην πραγματικότητα, η θεωρία της γλωσσικής διαχείρισης διατυπώθηκε και αναπτύχθηκε στον αγγλοσαξωνικό χώρο από τους Jernudd και Neustupný (1987) και αργότερα από τον Nekvapil (2006). Σύμφωνα με τον Jernudd (1993: 133), η θεωρία της γλωσσικής διαχείρισης, «επιχειρεί να εξηγήσει πώς τα γλωσσικά προβλήματα γεννιούνται στην ομιλία, δηλαδή στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τη γλώσσα». Είναι, λοιπόν, εμφανής η σχέση του κλάδου με την ανάλυση ομιλίας. Σε αυτή την προσέγγιση, το σημείο εκκίνησης της διαδικασίας του γλωσσικού σχεδιασμού τοποθετείται στη διαπροσωπική επικοινωνία, όπου γίνεται προσπάθεια να εντοπιστούν τα γλωσσικά/επικοινωνιακά προβλήματα που δυσχεραίνουν την επιτυχή έκβαση της επικοινωνίας. Στην ουσία, όπως αναφέρει ο Jernudd (1983: 134):

«Η γλωσσική διαχείριση εκφράζει μια αλλαγή οπτικής σε σχέση με το γλωσσικό σχεδιασμό ως προς το ότι δεν εστιάζει στην εξεύρεση βέλτιστων στρατηγικών δράσεων που μπορούν να υιοθετήσουν οι κυβερνήσεις, αλλά ενδιαφέρεται να εξηγήσει τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα διαχειρίζονται τη γλώσσα κατά την επικοινωνία και χρησιμοποιεί [τη διαπροσωπική επικοινωνία] ως το σημείο εκκίνησης για τη διατύπωση μιας ευρύτερης διαχείρισης.»³⁶

Ανάλογα με το ποιος/ποιοι είναι οι δράστες στη διαδικασία γλωσσικής διαχείρισης, οι ερευνητές διακρίνουν ανάμεσα στην *απλή* και στη *σύνθετη-οργανωμένη* γλωσσική διαχείριση. Η απλή γλωσσική διαχείριση αφορά τη διαπροσωπική επικοινωνία και είναι συνυφασμένη με την ομιλία. Στην ουσία σχετίζεται με τη στάση του ατόμου απέναντι στην ομιλία του. Όμως, τα προβλήματα στην επικοινωνία δεν εντοπίζονται μόνο σε διαπροσωπικό επίπεδο· εντοπίζονται σε κοινωνικά δίκτυα, σε οικογένειες, σε οργανισμούς, σε επιχειρήσεις (Nekvapil & Neustupný 2003). Η γλωσσική διαχείριση σ' αυτές τις περιπτώσεις ονομάζεται *σύνθετη γλωσσική διαχείριση*. Όπως ακριβώς τα προβλήματα που δημιουργούνται σε διαπροσωπικό επίπεδο επιλύονται από τους ίδιους τους ομιλητές, έτσι και τα προβλήματα που αναφέρονται σε μεγαλύτερα κοινωνικά σύνολα ή δίκτυα πρέπει να διευθετηθούν από τα ίδια τα σύνολα για να μην παρεμποδίζεται η επικοινωνία. Όσο πιο περίπλοκο είναι το κοινωνικό δίκτυο ή πιο

³⁶ “The language management approach to language planning represents a shift of focus from the concern of language planning concerned with finding optimal strategies for government-initiated action, to an interest in explaining how individuals manage language in communication, and uses this as the starting point for community-wide management.”

μεγάλος ο οργανισμός, τόσο περισσότερο η γλωσσική διαχείριση γίνεται θέμα συζήτησης μεταξύ των ομιλητών, λαμβάνοντας έτσι θεωρητικό και ιδεολογικό χαρακτήρα.

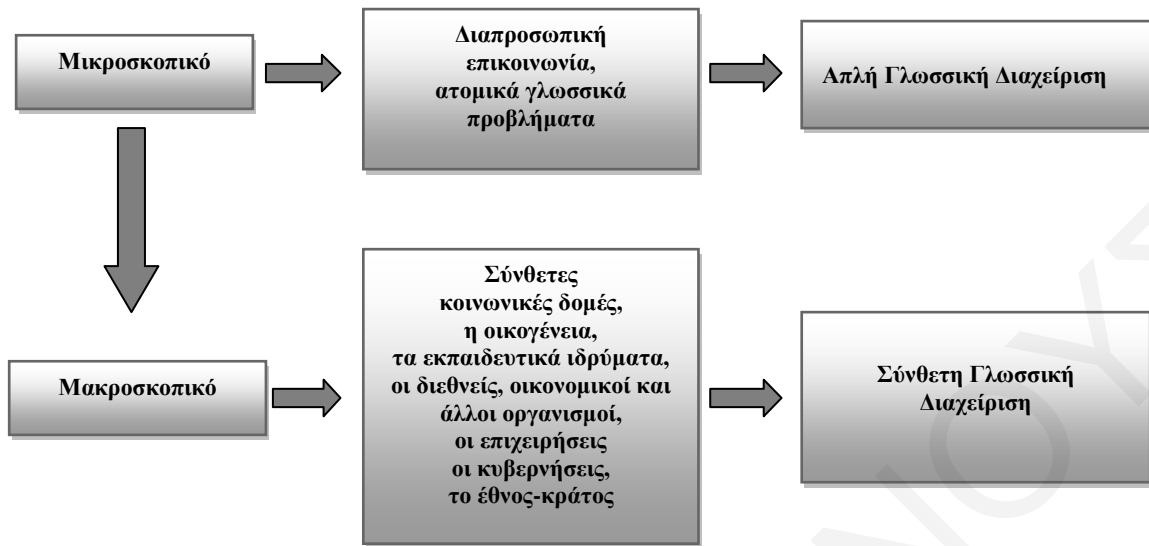
1.3.1 Μικροσκοπικό και μακροσκοπικό επίπεδο στη γλωσσική διαχείριση

Η γλωσσική διαχείριση παρέχει ένα χρήσιμο θεωρητικό πλαίσιο που μπορεί να αξιοποιηθεί για να στηρίξει μια επαγωγική προσέγγιση σε θέματα γλωσσικής πολιτικής και γλωσσικού σχεδιασμού που επιχειρεί να διατυπώσει γενικότερες αρχές παρατηρώντας και λαμβάνοντας υπόψη ομιλιακά δεδομένα από συγκεκριμένες περιστάσεις (διαπροσωπικής) επικοινωνίας. Το στοίχημα στην προσέγγιση αυτή είναι να μπορέσουν, όσοι ασχολούνται με τη γλωσσική διαχείριση, να αναγνωρίσουν τα γλωσσικά προβλήματα που γεννιούνται στη διάρκεια της διαπροσωπικής επικοινωνίας, σε μικροσκοπικό επίπεδο και να προτείνουν τρόπους επίλυσής τους σε μακροσκοπικό επίπεδο³⁷. Αντίθετα, οι κυρίαρχες, προσεγγίσεις στον τομέα του γλωσσικού σχεδιασμού και της γλωσσικής πολιτικής διαγράφουν εντελώς αντίθετη, επαγωγική, πορεία, ξεκινώντας συνήθως από το μακροσκοπικό επίπεδο, όπου λαμβάνονται αποφάσεις, που πρέπει στη συνέχεια να εφαρμοστούν στο μικροσκοπικό επίπεδο, δηλαδή από τους ομιλητές.

Πέρα από τη διαφορετική σχέση που συνδέει τα δύο επίπεδα, στη γλωσσική διαχείριση διαφορετική είναι και η οριοθέτηση του μακροσκοπικού επιπέδου που παραπέμπει, εδώ, σε σύνθετες κοινωνικές δομές όπου πρέπει να αντιμετωπιστούν συγκεκριμένα γλωσσικά προβλήματα που έχουν γεννηθεί σε μικροσκοπικό επίπεδο, δηλαδή στη διάρκεια της διαπροσωπικής επικοινωνίας. Κατ'επέκταση το μακροσκοπικό επίπεδο περιλαμβάνει μια σειρά από οργανωμένα σύνολα, κοινωνικά δίκτυα ή πολιτειακές δομές, όπως η οικογένεια, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, οι διεθνείς, οικονομικοί και άλλοι οργανισμοί, οι κυβερνήσεις, το κράτος, οι επιχειρήσεις κ.λπ. Κατά συνέπεια, τα όρια του μικροσκοπικού επιπέδου παρουσιάζονται στη θεωρία της γλωσσικής διαχείρισης ιδιαίτερα περιορισμένα, αφού ουσιαστικά περιλαμβάνουν μόνο τις γλωσσικές επιλογές που γίνονται κατά τη διαπροσωπική επικοινωνία (Jernudd 1993). Παρά τον πιο πάνω περιορισμό, το μικροσκοπικό επίπεδο αποκτά κεντρικό ρόλο στη θεωρία της γλωσσικής διαχείρισης, αφού σ' αυτό εντοπίζονται καταρχάς τα γλωσσικά προβλήματα (βλ. σχήμα 1.3).

³⁷ Όπως επισημαίνει ο Cooper (1989), ένα βασικό μειονέκτημα της εν λόγω θεωρίας είναι ότι πρέπει να ψάξουμε αρκετά για να εντοπίσουμε παραδείγματα που να επιβεβαιώνουν τις πιο πάνω επισημάνσεις.

Σχήμα 1.3 Μικροσκοπικό και μακροσκοπικό επίπεδο στη γλωσσική διαχείριση



Η γλωσσική διαχείριση αποδέχεται ότι η σχέση που υπάρχει μεταξύ της κοινωνικής δομής και της γλωσσικής πρακτικής είναι διαλεκτική, ότι δηλαδή διαμορφώνουν, σε μεγάλο βαθμό, η μια την άλλη. Η κοινωνική δομή πραγματώνεται κυρίως μέσω των γλωσσικών πρακτικών στη διαπροσωπική επικοινωνία. Και έτσι, από τη μια, οι κοινωνικές δομές αντανακλώνται δια της γλώσσας στη διαπροσωπική επικοινωνία και από την άλλη, η διαπροσωπική επικοινωνία αντανακλά τις κοινωνικές δομές είτε αναπαράγοντας είτε τροποποιώντας τις (Nekvapil & Nekula 2006, Heller 2001).

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα γλωσσικής διαχείρισης σε μια θυγατρική εταιρεία της Siemens VDO που βρίσκεται στην Τσεχία, που αναφέρουν οι Nekvapil και Nekula (2006). Στο επίπεδο της απλής γλωσσικής διαχείρισης (μικροσκοπικό επίπεδο), οι εργαζόμενοι παραδέχονται, στη διάρκεια των συνεντεύξεων, τη γλωσσική τους ανεπάρκεια στην αγγλική και τη γερμανική. Προβλήματα επικοινωνίας με τα κεντρικά γραφεία της εταιρείας, στη Γερμανία, προέκυψαν και κατά τη διάρκεια τηλεδιάσκεψης που ηχογράφησαν οι ερευνητές. Η θυγατρική εταιρεία αναγνώρισε τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν στην επικοινωνία (σύνθετη γλωσσική διαχείριση) και προσέφερε επιχορηγημένα γλωσσικά μαθήματα, στους ξένους εργαζόμενους στη τσεχική γλώσσα και στους τσέχους εργαζόμενους στα αγγλικά και στα γερμανικά. Απώτερος στόχος ήταν όλοι οι εργαζόμενοι να μπορέσουν να καταρτιστούν γλωσσικά επαρκώς, ούτως ώστε, αν όχι να επαλειφθούν, να περιοριστούν τα επικοινωνιακά προβλήματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: Το κοινωνιογλωσσικό τοπίο στην Κύπρο: ανασκόπηση βιβλιογραφίας

2.1 Περιγραφή της κοινωνιογλωσσικής κατάστασης

Στην Κύπρο, παρατηρείται αυξημένο ενδιαφέρον για θέματα γλώσσας από τα μέσα της δεκαετίας του 80 μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 90, όπως προκύπτει από την ανάλυση των μεταγλωσσικών σχολίων που δημοσιεύθηκαν στις κυπριακές εφημερίδες κατά την περίοδο αυτή (Καρυολαίμου 1993, 1994). Μεγάλο μέρος των μεταγλωσσικών σχολίων αφορούν κυρίως τα δύο πιο κάτω θέματα: α) την αυξανόμενη επιρροή της αγγλικής γλώσσας στην κυπριακή κοινωνία και β) την κρίση της ελληνικής γλώσσας και την ύπαρξη γλωσσικού προβλήματος. Αυτά απασχόλησαν, επίσης, και τον ακαδημαϊκό κόσμο με άρθρα των Ιωάννου (1988, 1991), Karoulla-Vrikki (1991) και Μπαμπινιώτη (1994). Τα περισσότερα από αυτά τα άρθρα έχουν θεωρητικό χαρακτήρα, ελλιπή τεκμηρίωση και έντονα συναισθηματικό χαρακτήρα.

Ο Ιωάννου (1988) υποστηρίζει ότι στην Κύπρο υπάρχει γλωσσική κρίση, που είναι εμφανής από το γεγονός ότι οι Κύπριοι ομιλητές κάνουν χρήση της κοινής νέας ελληνικής, της κυπριακής αλλά και της αγγλικής, η οποία είναι ιδιαίτερα δημοφιλής μεταξύ των ελληνοκυπρίων. «Η προφορική γλώσσα του σημερινού Κύπριου», αναφέρει, «είναι γλώσσα γεμάτη αγγλικές λέξεις» (1988: 24), απόδειξη πως «ο σημερινός Κύπριος αντιμετωπίζει έντονα προβλήματα ορισμού της ταυτότητας του» (ό.π.: 26).

Από τη μεριά της η Karoulla-Vrikki (1991) υποστηρίζει ότι οι ελληνοκύπριοι χρησιμοποιούν ένα αμάλγαμα από τρεις γλωσσικές ποικιλίες: την κυπριακή διάλεκτο, τη κοινή νέα ελληνική και την αγγλική. Θεωρεί ότι αυτή η γλωσσική πραγματικότητα αποτελεί ένδειξη κρίσης ταυτότητας για τους ελληνοκύπριους. Παρατηρεί ότι η τάση για εναλλαγή κώδικα μεταξύ της κυπριακής διαλέκτου και της αγγλικής είναι ιδιαίτερα δημοφιλής τρόπος επικοινωνίας, ειδικά μεταξύ ατόμων νεαρής ηλικίας που φοιτούν σε αγγλόφωνα σχολεία, κολλέγια και πανεπιστήμια. Η γλωσσική αυτή πρακτική είναι επίσης ενδεικτική μιας θετικής στάσης απέναντι στον βρετανικό και αμερικάνικο τρόπο ζωής. Όπως υποστηρίζει, η συνήθεια των ομιλητών να

εναλλάσσουν τους δύο κώδικες ενδέχεται να διαδραματίσει καταλυτικό ρόλο στον καθορισμό της κυπριακής κοινωνικής, πολιτιστικής και εθνικής ταυτότητας.

Ο Μπαμπινιώτης (1994) εκφράζει φόβο για το μέλλον της ελληνικής γλώσσας στην Κύπρο. Όπως ισχυρίζεται η κυπριακή διάλεκτος κινείται προς κρεολοποίηση εξαιτίας της απεριόριστης εισδοχής αγγλικών λέξεων. Παρατηρεί ότι η τάση αυτή θα έχει ως αποτελέσματα: 1. να χαθούν οι ελληνικές πολιτιστικές αξίες και η ελληνική συνείδηση στην Κύπρο, 2. ο πληθυσμός να οδηγηθεί σε αφελληνισμό και οι νεότερες γενιές να υιοθετήσουν την αγγλική γλώσσα.

Τις ανησυχίες που εξέφρασαν απλοί πολίτες με σχόλια στις στήλες των εφημερίδων αλλά και ακαδημαϊκοί, έχουν περιγράψει και αναλύσει ερευνητές όπως ο Ραπαρανίου (1988, 1997, 2001), η Sciriha (1996), η Παναγιώτου (1999), η McEntee (2001), και οι McEntee-Atalianis και Pouloukas (2001). Οι πιο πάνω ερευνητές:

«... επικεντρώνονται κυρίως στο συσχετισμό δυνάμεων ανάμεσα στην ελληνική και την αγγλική και στις προσπάθειες διαχείρισης εκείνων των τομέων επικοινωνίας όπου η παρουσία των δύο γλωσσών λειτουργεί ή θα μπορούσε να λειτουργεί ανταγωνιστικά» (Καρυολαΐμου 2009: 248).

Ο Ραπαρανίου (1988, 1997) παρατηρεί ότι ο λεξικός δανεισμός είναι φυσιολογικό φαινόμενο. Εξετάζει την επίδραση που δέχεται η κυπριακή διάλεκτος από την αγγλική γλώσσα και καταλήγει στο συμπέρασμα ότι ο αριθμός των λεξικών δανείων από την αγγλική είναι πολύ μικρός (~ 400 λέξεις). Οι δάνειες λέξεις εντάσσονται σε γενικές κατηγορίες και έτσι παρουσιάζονται οι διάφοροι τομείς επίδρασης της αγγλικής γλώσσας. Σε μεταγενέστερη έρευνα του ο Ραπαρανίου (1997), καταμετρά πενήντα νέες δάνειες λέξεις από την αγγλική που εντάσσονται σε τομείς που σχετίζονται με την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του νησιού. Υποστηρίζει ότι οι δάνειες αυτές λέξεις δεν τεκμηριώνουν την κρεολοποίηση της κυπριακής διαλέκτου ούτε και τη δημιουργία ενός αγγλοκυπριακού ιδιώματος. Συνεπώς, οι φόβοι που εκφράζονται για αλλοίωση της ελληνικής γλώσσας και ταυτότητας στην Κύπρο, δεν είναι αιτιολογημένοι.

Ο ίδιος ερευνητής, σε μεταγενέστερο άρθρο του (Ραπαρανίου 2001) εξετάζει κατά πόσο η ισχύουσα κατάσταση της αγγλικής στην Κύπρο συνιστά περίπτωση γλωσσικού ιμπεριαλισμού. Αναφέρεται στους φόβους που εκφράζονται τόσο από ομάδες ακαδημαϊκών όσο και από απλούς πολίτες για την ηγεμονία της αγγλικής

γλώσσας στην κυπριακή κοινωνία υποστηρίζοντας ότι πρόκειται για ισχυρισμούς που βασίζονται περισσότερο στο συναίσθημα παρά σε επιστημονικά τεκμηριωμένες παρατηρήσεις. Καταλήγει στο συμπέρασμα ότι το θέμα της επίδρασης της αγγλικής γλώσσας στην κυπριακή διάλεκτο χρήζει περαιτέρω διερεύνησης. Η διερεύνηση, όμως, αυτή πρέπει να γίνει με τη χρήση αξιόπιστων επιστημονικών μεθόδων.

Η Παναγιώτου-Τριανταφυλλοπούλου (1999) υποστηρίζει ότι οι περισσότεροι ελληνοκύπριοι μοιράζονται μια περίπλοκη γλωσσική ταυτότητα, που είναι εμφανής στις γλωσσικές πρακτικές: «στον προφορικό λόγο» γράφει «παρατηρούνται κλιμακωτά: δανεισμός, ανάμειξη όρων διαλεκτικών ή της Αγγλικής, αυτόματη αλλαγή κώδικα» (ό.π.: 284). Όσον αφορά το γραπτό λόγο, παρατηρεί ότι «βρίσκεται σε φάση διαμόρφωσης ένας κυπριακός λόγος» (ό.π.: 286) τον οποίο ονομάζει *κυπριακή κοινή*. Δίνει παραδείγματα από κείμενα γραμμένα από Κυπρίους στα οποία παρεισφρέουν τύποι της διαλέκτου εκεί όπου έπρεπε να εμφανίζονται τύποι της νεοελληνικής κοινής

Όλους τους ερευνητές απασχολεί ιδιαίτερα η σχέση που υπάρχει μεταξύ της κοινής νέας ελληνικής και της κυπριακής διαλέκτου. Αρκετοί από αυτούς (Μοσχονάς 1996, 2002, Αρβανίτη 2002, Arvaniti 2006α, 2006β) περιγράφουν τη σχέση αυτή ως *διμορφική* ή *διγλωσσική* (Ferguson 1959), με την ελληνική να κατέχει θέση κυρίαρχης ή υπερκείμενης ποικιλίας και τη διάλεκτο τη θέση της χαμηλής ή υποκείμενης ποικιλίας. Άλλοι πάλι ερευνητές θεωρούν ότι η σχέση μεταξύ των δύο ποικιλιών θα μπορούσε να περιγραφεί καλύτερα με βάση το μοντέλο του γλωσσικού συνεχούς (Καρυολαίμου 2000, Karyoleμου και Pavlou 2001, Terkourafi 2004, Σίβας 2004, Κατσογιάννου και al. 2006).

Ο Μοσχονάς (1996, 2002) θεωρεί ότι το φαινόμενο της γλωσσικής διμορφίας απεικονίζει επακριβώς τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται η νέα ελληνική και η κυπριακή διάλεκτος στην ελληνοκυπριακή κοινότητα σήμερα. Η νέα ελληνική αποτελεί την «υψηλή ποικιλία» και η διάλεκτος τη «χαμηλή». Οι δύο ποικιλίες βρίσκονται σε σχέση συμπληρωματικής κατανομής και χρησιμοποιούνται σε σαφώς διακριτά πεδία. Η υψηλή ποικιλία έχει το μεγαλύτερο γόητρο με αποτέλεσμα να ασκεί ηγεμονικό ρόλο απέναντι στη διάλεκτο, η οποία σταδιακά συγκλίνει προς αυτήν. Σε αντίθεση με την άποψη που εκφράζουν πολλοί άλλοι ερευνητές, ο Μοσχονάς (1996: 126) ισχυρίζεται ότι:

«Το επιχείρημα της «προάσπισης» από την αγγλική γλώσσα δεν αποτελεί λοιπόν, στην Κύπρο επιχείρημα, υπέρ του αδυνάτου, αλλά μάλλον έκφραση ενός ιδιότυπου γλωσσικού ηγεμονισμού της κοινής νέας ελληνικής, απέναντι στην κυπριακή διάλεκτο».

Την ίδια άποψη συμμερίζεται και η Αρβανίτη (2002, 2006α, 2006β). Αναλύοντας δεδομένα από το γραπτό και τον προφορικό λόγο κυπρίων ομιλητών, σε περιστάσεις επικοινωνίας όπου οι ομιλητές χρησιμοποιούν τη νέα ελληνική καταλήγει στο συμπέρασμα ότι:

«Στην Κύπρο σήμερα δημιουργείται σταδιακά μια μορφή της Κοινής Νεοελληνικής (ΚΝΕ), την οποία θα ονομάσω Κυπριακή Νεοελληνική Κοινή (ΝΕΚ) και η οποία διαφέρει συστηματικά και σε όλα τα επίπεδα από την ΚΝΕ που μιλιέται στην Ελλάδα» (Αρβανίτη 2002: 75).

Η ΝΕΚ διαφέρει από την ΚΝΕ στο φωνολογικό, το μορφολογικό και το λεξιλογικό επίπεδο και αποτελεί, σύμφωνα με την ερευνήτρια μια σχετικά πρόσφατη εξέλιξη. Η Αρβανίτη (2002: 78) θεωρεί ως κυριότερη αιτία εμφάνισης μιας ξεχωριστής μορφής νέας ελληνικής στην Κύπρο το γεγονός ότι:

«Η άρνηση του φαινομένου (της διγλωσσίας) οδηγεί στην παραγνώριση των παρεκκλίσεων της κυπριακής ΝΕΚ από την ΚΝΕ κι έτσι στη συνεχή εμπέδωσή τους στο σύστημα των κύπριων ομιλητών.»

Η Καρυολαίμου (2000: 4) αντίθετα, υποστηρίζει ότι υπάρχει στην Κύπρο *γλωσσικό συνεχές*, πράγμα που εξηγεί για ποιο λόγο η κυπριακή περιγράφεται άλλοτε ως διάλεκτος και άλλοτε ως ιδίωμα. Οι ερευνητές ανάλογα με τη θέση που υιοθετούν δίνουν έμφαση στα στοιχεία εκείνα που βρίσκονται στη βασίλεκτο ή σε όσα τοποθετούνται στην ακρόλεκτο του γλωσσικού συνεχούς. Όπως τονίζει, το μεσαίο τμήμα του γλωσσικού συνεχούς είναι και το πιο ενδιαφέρον αλλά και το πιο παραμελημένο από τους ερευνητές:

«Η κυπριακή βρίσκεται στο μεσαίο τμήμα του άξονα (...) και εκεί ακριβώς θα την αναζητήσουμε: στους νεαρούς κατοίκους της πόλης, των οποίων οι γονείς κατάγονται από την επαρχία.»

Η Terkourafi (2004: 1) αποδέχεται την ύπαρξη της κυπριακής κοινής ως διαφορετικής από την κοινή νέα ελληνική. Η κυπριακή κοινή μπορεί να τοποθετηθεί στον ακρολεκτικό πόλο του διαλεκτικού συνεχούς, και καλύπτει όλες τις αστικές

περιοχές του νησιού³⁸. Οι ομιλητές αναφέρονται σ' αυτήν ως *κυπριακά*. Θεωρεί, όμως, ότι η εμφάνιση της κυπριακής κοινής δεν είναι πρόσφατη εξέλιξη, όπως υποστηρίζει η Καρυολαίμου (2002), και την οποία τοποθετεί στα τέλη του 14^{ου} αιώνα, την εποχή δηλαδή των Λουζινιανών.

Η Σίβας (2004) προσπαθεί να αποδείξει εμπειρικά εάν η σχέση μεταξύ της κυπριακής διαλέκτου και της κοινής νέας ελληνικής είναι διμορφική ή μπορεί να περιγραφεί καλύτερα με βάση την έννοια του γλωσσικού συνεχούς. Αναλύοντας ομιλιακά δεδομένα από αστούς κατοίκους, κυρίως από την πρωτεύουσα του νησιού, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι:

«Στην αστική κοινότητα της Κύπρου υπάρχει διαλεκτικό συνεχές χωρίς τάση για διακριτότητα. Το γλωσσικό συνεχές έχει ως ακρολεκτική ποικιλία την επαρχιακή νόρμα της νεοελληνικής κοινής και ως μεσολεκτική την αστική κυπριακή.» (ό.π.: 64).

Η Κατσογιάννου και al. (2006: 159) διατυπώνουν το ερώτημα εάν πρέπει στην περιγραφή της κυπριακής:

«... να μετατοπιστεί η έμφαση από την έννοια του γεωγραφικού διαλεκτικού συνεχούς στην έννοια του κοινωνιογλωσσικού/υφολογικού συνεχούς, όπου οι δύο πόλοι αντιμετωπίζονται πλέον όχι ως τοπικά ιδιώματα (βασίλεκτοι) και ακρόλεκτος αλλά ως τα δύο ακραία επίπεδα ύφους.

Στην ανάλυσή τους εντοπίζουν φωνητικές, φωνολογικές, μορφολογικές και συντακτικές μεταβλητές και επιχειρούν να διακρίνουν τα επίπεδα ύφους που διαμορφώνουν το κοινωνιογλωσσικό/υφολογικό συνεχές, στη γλωσσική κοινότητα της Κύπρου. Όπως επισημαίνουν, είναι αναγκαίο μια μελλοντική έρευνα να καθορίσει τα ακριβή κριτήρια διάκρισης των επιπέδων.

2.2 Γλωσσική χρήση και γλωσσικές στάσεις απέναντι στη κοινή νέα ελληνική, την κυπριακή διάλεκτο και την αγγλική

Μια σειρά ερευνών επιχειρήσε να σκιαγραφήσει τη γλωσσική χρήση αλλά και τις στάσεις απέναντι στη κοινή νέα ελληνική, την κυπριακή διάλεκτο και την αγγλική με τη χρήση ποσοτικών μεθόδων, κυρίως ερωτηματολογίων. Οι έρευνες αυτού του είδους, παρόλο που κατέληξαν σε χρήσιμα αποτελέσματα, δεν μπορούν να δώσουν σαφή εικόνα για το πώς χρησιμοποιούνται οι πιο πάνω γλωσσικοί κώδικες. Οι Karyoleμου και Pavlou (2001) υπογραμμίζουν ότι η αντίληψη των ομιλητών για το

³⁸ "The Cypriot koine is placed at the acrolect end of this dialectal continuum, areally covering urban areas of the island."

πώς χρησιμοποιούν τη γλώσσα δεν μπορεί να μας δώσει σαφή εικόνα της γλωσσικής πραγματικότητας και έτσι αν θέλουμε να περιγράψουμε τη γλωσσική χρήση πρέπει να χρησιμοποιήσουμε εμπειρικά δεδομένα. Παρόμοια, ο Μοσχονάς (2002: 920), ασκώντας κριτική στη μελέτη της Sciriha (1996), παρατηρεί:

«Άλλωστε, η μελέτη της Sciriha δεν καταγράφει την πραγματική γλωσσική χρήση αλλά τη γλωσσική χρήση όπως γίνεται αντιληπτή από τους ομιλητές. Η συγγραφέας δεν κάθεται ν' ακούσει τι λένε οι Κύπριοι ομιλητές –ρωτάει να της πουν (η έρευνα διεκπεραιώθηκε με ερωτηματολόγιο). Καταγράφει, με άλλα λόγια, τι οι ίδιοι ομιλητές νομίζουν γι' αυτά που λένε. Στο χάσμα ανάμεσα στη γλωσσική πραγματικότητα και στον τρόπο που γίνεται αντιληπτή, ενδέχεται να παρεμβάλλεται η ιδεολογία όχι μόνο των ομιλητών αλλά και της ερευνήτριας».

Η Sciriha (1995, 1996) σε έρευνα που βασίστηκε σε ποσοτικά δεδομένα που συνέλλεξε με τη βοήθεια ερωτηματολογίων που δόθηκαν σε άνδρες και γυναίκες άνω των 18 ετών, στη Λευκωσία και την Πάφο, διερεύνησε τη λειτουργική κατανομή της κυπριακής διαλέκτου και της κοινής νέας ελληνικής και κατέληξε στο συμπέρασμα ότι πρόκειται για σχέση διμορφική, αφού οι ίδιοι οι ομιλητές είναι σε θέση να γνωρίζουν ποια ποικιλία πρέπει να επιλέξουν ανάλογα με την περίσταση. Οι Κύπριοι χρησιμοποιούν κυρίως τη διάλεκτο που είναι η μητρική τους γλώσσα, ενώ η χρήση της κοινής νέας ελληνικής συνδέεται με περιστάσεις επικοινωνίας όπου υπερισχύει η «τυπικότητα και η απόσταση» (ό.π.: 80). Οι αντιλήψεις των ομιλητών σχετικά με το κύρος της διαλέκτου διαφέρουν ανάλογα με το πεδίο χρήσης. Πάντως, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η χρήση της διαλέκτου πρέπει να περιοριστεί σε ανεπίσημα πεδία. Παράλληλα, η έρευνα κατέδειξε την ύπαρξη θετικής στάσης απέναντι στην αγγλική γλώσσα και κατέγραψε την τάση όσων ερωτήθηκαν να ισχυρίζονται ότι έχουν γλωσσική επάρκεια στην αγγλική. Επιπρόσθετα, η ερευνήτρια οδηγήθηκε στο συμπέρασμα ότι η τάση της κυπριακής διαλέκτου να δανείζεται από την αγγλική γλώσσα, δεν αποτελεί ένδειξη αντικατάστασης της διαλέκτου από την αγγλική.

Οι McEntee-Atalianis & Pouloukas (2001), χρησιμοποιώντας το θεωρητικό πλαίσιο που ανέπτυξε ο γάλλος κοινωνιολόγος Pierre Bourdieu (Bourdieu 1999), προσπαθούν να διαλευκάνουν θέματα ταυτότητας και να καταγράψουν το συσχετισμό δυνάμεων μεταξύ της κοινής νέας ελληνικής, της κυπριακής διαλέκτου και της αγγλικής. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους δείχνουν ότι οι ελληνοκύπριοι επιθυμούν να διατηρήσουν τόσο την κοινή νέα ελληνική όσο και την κυπριακή διάλεκτο, ως ενεργό

μέρος του γλωσσικού τους ρεπερτορίου. Καταλήγουν, λοιπόν, στο συμπέρασμα ότι το ίδιο γλωσσικό προϊόν προσλαμβάνει διαφορετική αξία στη γλωσσική αγορά της εργασίας, της εκπαίδευσης ή της οικογένειας. Έτσι, η γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι ιδιαίτερα σημαντική και κρίνεται απαραίτητη για τους τομείς της εκπαίδευσης και των επιχειρήσεων. Οι συγγραφείς δεν θεωρούν την αγγλική απειλή για την εθνική ταυτότητα των ελληνοκυπρίων και υπογραμμίζουν ότι αποκτά γλωσσικό κεφάλαιο – ως η δεύτερη γλώσσα της κοινότητας– κυρίως στο επαγγελματικό πεδίο και στο πεδίο της εκπαίδευσης. Αντίθετα, η ελληνική κρίνεται πιο σημαντική στο πεδίο της φιλικής επικοινωνίας (McEntee-Atalianis & Pouloukas 2001:33).

Ο Παπαρανίου (1998) εφαρμόζοντας τη μέθοδο των συνταιριασμένων αμφιέσεων, (match guise tests), διερεύνησε τις γλωσσικές στάσεις μιας ομάδας φοιτητών απέναντι στην κυπριακή διάλεκτο και την κοινή νέα ελληνική. Τα αποτελέσματα της έρευνας, του επιβεβαίωσαν ότι η κοινή νέα ελληνική διαθέτει υψηλότερο κύρος από την κυπριακή διάλεκτο. Η διαφορά κύρους μεταξύ των δύο ποικιλιών συνοδεύεται από αρνητικά και θετικά σχόλια που καταδεικνύουν τόσο θετικές όσο και αρνητικές στάσεις απέναντι στις δύο ποικιλίες. Έτσι, η κοινή νέα ελληνική αξιολογείται θετικά στον άξονα της πνευματικής και της επαγγελματικής κατάρτισης: οι ερωτηθέντες θεωρούν τους ομιλητές της κοινής νέας ελληνικής «περισσότερο φιλόδοξους, έξυπνους, ενδιαφέροντες, μοντέρνους, έμπιστους, ευχάριστους, μορφωμένους σε σχέση μ' αυτούς που χρησιμοποιούν τη διάλεκτο» (ό.π.: 22). Ταυτόχρονα, όμως, η κοινή νέα ελληνική δεν αξιολογείται θετικά στον άξονα της συναισθηματικής ταύτισης: οι ερωτηθέντες μοιράζονται στερεότυπες αντιλήψεις για τους ομιλητές της κοινής νέας ελληνικής τους οποίους θεωρούν «όχι και τόσο φιλικούς», «ανειλικρινείς», «με λιγότερη αίσθηση του χιούμορ» (ό.π.: 23, 25). Το αντίθετο ισχύει για τη διάλεκτο.

Οι Karyolemou & Pavlou (2001) αναλύοντας εμπειρικά δεδομένα, υποστηρίζουν ότι η γλωσσική διμορφία, δεν αντικατοπτρίζει την πραγματική γλωσσική χρήση, αντίθετα με το τι πιστεύουν πολλοί ερευνητές. Αν και οι ομιλητές –σύμφωνα και με την έρευνα της Sciriha (1996)– αντιλαμβάνονται και οι ίδιοι τη σχέση μεταξύ των δύο ποικιλιών ως διμορφική, αυτό δεν ευσταθεί. Στην πραγματικότητα, παρατηρούν οι ερευνητές, το διαλεκτικό συνεχές αρχίζει να διαμορφώνεται από τις αρχές της δεκαετίας του 40 και εντείνεται μετά το 1974. Θεωρούν, ότι η πλειοψηφία των

Κύπριων ομιλητών αποδέχεται και χρησιμοποιεί μια ποικιλία κυπριακής που εντοπίζεται στη μεσόλεκτο του διαλεκτικού συνεχούς, δεν περιέχει στιγματισμένους τύπους της κυπριακής, αλλά ούτε και έντονα μαρκαρισμένους τύπους της κοινής νέας ελληνικής: την αστική κυπριακή.

2.3 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός

Μια μικρότερη κατηγορία ερευνών ασχολούνται με θέματα γλωσσικής πολιτικής και γλωσσικού σχεδιασμού, όσον αφορά κυρίως τους τομείς της δημόσιας διοίκησης, της δικαιοσύνης, της εκπαίδευσης, κυριότερα μάλιστα σε σχέση με τις προσπάθειες ενίσχυσης της παρουσίας/χρήσης της ελληνικής. Οι έρευνες αυτές υιοθετούν μια μακροσκοπική προσέγγιση επικεντρώνοντας την ερευνητική προσπάθεια στη δραστηριότητα των κρατικών ή κυβερνητικών οργάνων, υπηρεσιών ή φορέων και θεσμών.

2.3.1 Δημόσια διοίκηση

Η Καρυολαίμου (2001α, 2001β) παρατηρεί ότι από τα μέσα της δεκαετίας του 80 η κυπριακή πολιτεία προχώρησε σε διάφορες νομοθετικές ρυθμίσεις προσπαθώντας να ενδυναμώσει τη χρήση της ελληνικής ως γλώσσας εργασίας και να αντικαταστήσει έτσι την αγγλική, την οποία χρησιμοποιούσαν ευρέως στις κρατικές και δημόσιες υπηρεσίες συνεχίζοντας μια πρακτική που ίσχυσε κατά τη διάρκεια της αποικιοκρατίας. Πολλές από αυτές τις προσπάθειες, που υπάγονται στον υποστασιακό σχεδιασμό, είχαν ως αποτέλεσμα τη ψήφιση προτάσεων νόμου που κατατέθηκαν από συγκεκριμένους βουλευτές. Οι νομοθετικές ρυθμίσεις που προωθήθηκαν αφορούσαν κυρίως τομείς όπου η χρήση της αγγλικής γλώσσας θα μπορούσε να θεωρηθεί αντισυνταγματική. Μεταξύ αυτών, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τον περί των Επισήμων Γλωσσών της Δημοκρατίας Νόμο 67/1988 που καθιέρωσε τη χρήση της ελληνικής στα δικαστήρια σε αντικατάσταση της αγγλικής και, παράλληλα, προώθησε τη μετάφραση της υπάρχουσας νομοθεσίας από την αγγλική στην ελληνική και που σηματοδοτεί, σύμφωνα με την Καρυολαίμου (2001α: 396), την έναρξη μιας περιόδου κατά την οποία παρατηρείται «ενεργοποίηση μιας προϋπάρχουσας γλωσσικής πολιτικής [η αναγνώριση της ελληνικής ως επίσημης γλώσσας] παρά αλλαγή πολιτικής [εννοείται υπέρ της χρήσης της ελληνικής]».

Οι Davy και Pavlou (2001) θεωρούν ότι η αγγλική στην Κύπρο δεν κατέχει πια όπως παλιότερα τη θέση δεύτερης γλώσσας, παρόλο που η χώρα υπήρξε αγγλική αποικία.

Αυτό συμβαίνει επειδή μετά την ανεξαρτησία έγιναν συστηματικές προσπάθειες να περιοριστεί η χρήση της αγγλικής στα επίσημα έγγραφα και ως γλώσσα της δημόσιας υπηρεσίας και να αντικατασταθεί από την ελληνική, όπως ακριβώς προνοεί το άρθρο 3 του συντάγματος που ορίζει ως επίσημες γλώσσες της κυπριακής δημοκρατίας την ελληνική και την τουρκική. Η αγγλική παραμένει, βεβαίως, η πρώτη ξένη γλώσσα στη δημοτική και στη μέση δημόσια εκπαίδευση και η κύρια γλώσσα διδασκαλίας σε πολλά ιδιωτικά σχολεία. Παράλληλα, η αγγλική, κερδίζει έδαφος και στην ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση.

2.3.1.1 Η περίπτωση της τυποποίησης των γεωγραφικών ονομάτων της Κύπρου

Η περίπτωση της τυποποίησης των γεωγραφικών ονομάτων, αποτελεί ένα παράδειγμα δομικού σχεδιασμού που σχεδιάστηκε σε μακροσκοπικό (κρατικό) επίπεδο, και δείχνει πώς ιδεολογικά κίνητρα μπορούν να επηρεάσουν την εφαρμογή μιας γλωσσικής πολιτικής. Ερευνητές όπως η Karyolémou (2001γ), Καρυολαίμου (2002γ), Καρυολαίμου (2007), Παπαρανίου (2006), Georgίου (2010), περιέγραψαν τις προτάσεις της επιτροπής και ανέλυσαν τις γλωσσικές στάσεις των ομιλητών και τις ιδεολογικές προεκτάσεις του θέματος (δες κεφάλαιο 1, σελ 27-28).

Οι έντονες αντιδράσεις αφορούσαν μια κατηγορία τοπωνυμίων που είχαν παγιωθεί με την τοπική προφορά. Η Επιτροπή πρότεινε για παράδειγμα τον τύπο Αγλαγγιά αντί Αγλαντζιά ή Λακκιά αντί Λατσιά. Στη συνείδηση των ομιλητών, όμως, τα παχιά συριστικά και τα προστριβόμενα αποτελούν έντονα χαρακτηρισμένα στοιχεία της κυπριακής διαλέκτου και σημάδια/σύμβολα της τοπικής ταυτότητας (Karyolémou 2000). Ενδιαφέρον παρουσιάζει η θέση της Karyolémou (2001γ) και Καρυολαίμου (2002), σύμφωνα με την οποία σε αντίθεση με τα πορίσματα ποσοτικών ερευνών που τείνουν να συμπεράνουν ότι οι ομιλητές αποδίδουν περισσότερο γόητρο στην νέα ελληνική παρά στη διάλεκτο (Sciriha: 1996), οι αντιδράσεις υπέρ της διατήρησης των διαλεκτικών τύπων αποδεικνύουν τη θετική στάση των ομιλητών απέναντι στη διάλεκτο και την αφοσίωση τους σε αυτήν. Οι προτάσεις της Επιτροπής που αφορούσαν κατηγορίες τοπωνυμίων για τις οποίες είχε προκληθεί σφοδρή αντίδραση από το κοινό, δεν επικράτησαν τελικά. Η αρνητική στάση των ομιλητών οδήγησε τον προτεινόμενο δομικό σχεδιασμό σε αποτυχία (Καρυολαίμου 2007).

Ο Παπαρανίου (2006) αναφέρεται σε επτά πιθανές αιτίες που μπορούν να εξηγήσουν της αντιδράσεις που προκάλεσαν οι προτάσεις της Μόνιμης Επιτροπής Τυποποίησης

Γεωγραφικών Ονομάτων σχετικά με την προαναφερθείσα κατηγορία τοπωνυμίων: **1.** καταγράφηκε διαφωνία μεταξύ των μελών της Επιτροπής, κύριος εκφραστής της οποίας υπήρξε μια ομάδα γλωσσολόγων³⁹. Όταν δύο γλωσσολόγοι μέλη της Επιτροπής παρέδωσαν γραπτώς στην Επιτροπή τις εισηγήσεις τους σχετικά με το επίμαχο ζήτημα, αυτές απορρίφθηκαν, **2.** ο τρόπος που ερμηνεύθηκε ο όρος *επίσημη γλώσσα* από ορισμένα μέλη της Επιτροπής υπήρξε προβληματικός, υπό την έννοια ότι απέρριπτε τη χρήση διαλεκτικών τύπων που, όμως, χρησιμοποιούνταν επί σειρά ετών στα επίσημα κρατικά και κοινοτικά έγγραφα, **3.** το ίδιο το Υπουργικό Συμβούλιο αποδέχτηκε την ύπαρξη διπλοτυπίας χρησιμοποιώντας τόσο τους προτεινόμενους από την Επιτροπή όσο και τους καθιερωμένους διαλεκτικούς τύπους, **4.** η έλλειψη οποιασδήποτε ένδειξης για τη χρονική στιγμή που μπορούσε να οριστεί ως *terminus ante quem*, χρονικό διάστημα πριν από το οποίο η Επιτροπή δεν θα είχε το δικαίωμα να αναζητήσει εναλλακτικές ονομασίες για τα κυπριακά τοπωνύμια με πρόσχημα την ιστορικότητάς της **5.** η χρήση της ετυμολογίας ως κριτηρίου επιλογής της επίσημης ονομασίας υπήρξε σε κάποιες περιπτώσεις προβληματική, αφού η ετυμολογία κάποιων τοπωνυμίων είναι αμφίβολη, **6.** σε ορισμένες περιπτώσεις παρατηρήθηκε ασυνέπεια στην εφαρμογή των κριτηρίων που τέθηκαν από την Επιτροπή και τέλος, **7.** οι προτάσεις της Επιτροπής δεν έλαβαν υπόψη τις ευαισθησίες των ομιλητών.

Από τη μεριά της, η Georgiou (2010) αναφέρεται στο θέμα της τυποποίησης των τοπωνυμίων και επικεντρώνεται, κυρίως, σε θέματα ιδεολογίας και εθνικής ταυτότητας. Παρατηρεί ότι η διαμάχη που ξέσπασε σε σχέση με τα τοπωνύμια δεν είναι άσχετη με τις άλλες γλωσσικές διαμάχες που απασχόλησαν την κυπριακή κοινωνία τη δεκαετία του 80 και του 90 και περιστρέφονταν γύρω από θέματα γλώσσας και εθνικής ταυτότητας. Η διαμάχη αυτή παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, επειδή είναι η μόνη στην οποία κατέχει κεντρική θέση η κυπριακή διάλεκτος. Όπως επισημαίνει η Georgiou, τα μεταγλωσσικά σχόλια των ομιλητών, που αποτελούν στην ουσία έκφραση πολιτικού λόγου, σκιαγραφούν και αναπαράγουν συγκεκριμένη ιδεολογία και προβάλλουν όψεις της εθνικής ταυτότητας. Από τη μια, τα μέλη της Επιτροπής, αλλά και οι υποστηρικτές της, παράγουν λόγο με εθνικά χαρακτηριστικά (*national discourse*). Ως απειλή για την ελληνική γλώσσα και ταυτότητα θεωρούνται **1.** η χρήση της αγγλικής, **2.** η προσπάθεια των Τούρκων για τουρκοποίηση των

³⁹ Οι γλωσσολόγοι αυτοί ήταν μέλη της πανεπιστημιακής κοινότητας. Μεταξύ αυτών υπηρέτησαν στην Επιτροπή εκπροσωπώντας το Πανεπιστήμιο Κύπρου η Άννα Παναγιώτου-Τριανταφυλλοπούλου, ο Σπύρος Μοσχονάς, η Μαριλένα Καρυολαίμου, ο Ανδρέας Παπαπαύλου και, πιο πρόσφατα, η Δήμητρα Κάρουλα-Βρίκκη.

τοπωνυμίων στις κατεχόμενες περιοχές και 3. η χρήση της κυπριακής διαλέκτου. Η Georgiou παρατηρεί ότι οι υποτιθέμενες αυτές απειλές, φαίνεται να έχουν διαμορφώσει και τους στόχους που έθεσε η Επιτροπή για την τυποποίηση των τοπωνυμίων. Από την άλλη, οι τοπικές αρχές, ακαδημαϊκοί και ομάδες πολιτών που αντέδρασαν σε κάποιες από τις προτάσεις της Επιτροπής, παράγουν λόγο που έχει ως κύρια αφετηρία την κοινότητα (community discourse). Ο παραγόμενος αυτός λόγος δίνει έμφαση στην κοινή τοπική παράδοση και στην κοινή ιστορική εμπειρία. Όπως παρατηρεί η ερευνήτρια, παρά το γεγονός ότι εκ πρώτης όψεως μπορεί να πει κανείς ότι ο λόγος που χρησιμοποιούν οι δύο ομάδες βρίσκεται σε πλήρη αντίθεση (competing discourses), στην ουσία η σχέση που υφίσταται μεταξύ του λόγου των δύο ομάδων είναι συμπληρωματική (complementary discourse). Αυτό συμβαίνει επειδή οι ομάδες που αντέδρασαν στην τυποποίηση δεν θεωρούσαν τα στοιχεία που καθορίζουν αφενός την ελληνική και αφετέρου την κυπριακή ταυτότητα ασυμβίβαστα.

2.3.2 Δικαστήρια

Το σύνταγμα του 1960 προνοούσε μια μεταβατική περίοδο πέντε χρόνων μετά την οποία οι επίσημες γλώσσες της κυπριακής δημοκρατίας, θα χρησιμοποιούνταν στα δικαστήρια και στη νομοθεσία αντικαθιστώντας την αγγλική. Παρόλα αυτά, η χρήση της αγγλικής στα κυπριακά δικαστήρια συνεχίστηκε μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 80 και η μετάφραση της νομοθεσίας στα ελληνικά ολοκληρώθηκε μόλις το 1996 (Karyolemou 2001α, 2001β, Karoulla-Vrikki 2001, 2002). Η Karyolemou (2001α, 2001β) παρατηρεί ότι οι περί των Επίσημων Γλωσσών της Δημοκρατίας Νόμοι του 1988 έως το 1997, επιδιώκουν να καταργήσουν το Νόμο 51 του 1965 και το άρθρο 189 του συντάγματος, σύμφωνα με τα οποία επιτρεπόταν να χρησιμοποιείται η αγγλική γλώσσα στα δικαστήρια, για περίοδο πέντε χρόνων. Η Κάρουλλα-Βρικκή (2002: 293), επισημαίνει ότι κατά την περίοδο 1960-1988:

«φαίνεται πως το νομοθετικό σύστημα και οι δικαστικοί δημιούργησαν μία αποκλειστικά αγγλόφωνη γλωσσική κατάσταση στην αίθουσα του δικαστηρίου, αποδίδοντας επίσημη ισχύ και κύρος στην αγγλική ενώ περιόρισαν τη χρήση της ελληνικής σε ανεπίσημο επίπεδο κυρίως εκτός της δικαστικής αίθουσας.

Γύρω στο 1988, η κατάσταση αρχίζει να διαφοροποιείται. Η Karoulla-Vrikki (2001) υποστηρίζει ότι η κατάσταση που επικρατούσε στα κυπριακά δικαστήρια και στη

νομοθεσία και η πορεία που έλαβε στο πέρασμα των χρόνων συνδέεται με το ζήτημα της κυπροκεντρικής⁴⁰ ή της ελληνοκεντρικής⁴¹ ιδεολογίας και ταυτότητας (Περισιτιάνης 1995). Πιο συγκεκριμένα η αγγλική, χωρίς να είναι ούτε η μητρική ούτε η εθνική γλώσσα των ελληνοκυπρίων, έγινε φορέας της κυπροκεντρικής ταυτότητας που υπερίσχυσε στο κυπριακό κράτος μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 80 (Karoulla-Vrikki 2001: 279). Αντίθετα, η εφαρμογή των προνοιών του συντάγματος από τα μέσα της δεκαετίας του 80 και η χρήση της ελληνικής στα κυπριακά δικαστήρια και στη νομοθεσία αντικατοπτρίζει την επικράτηση της ελληνοκεντρικής ιδεολογίας και ταυτότητας (Karyoleμου 2001).

2.3.3 Γλώσσα και εκπαίδευση

Λόγω του δικοινοτικού χαρακτήρα του κυπριακού κράτους, αμέσως μετά την ανεξαρτησία τα εκπαιδευτικά θέματα θεωρήθηκαν αρμοδιότητα των δύο εθνικών κοινοτικών συνελεύσεων: της Ελληνικής κοινοτικής συνέλευσης και της Τουρκικής κοινοτικής συνέλευσης⁴². Οι εκπαιδευτικές πολιτικές που υιοθέτησαν και εφάρμοσαν οι δύο κοινοτικές συνελεύσεις στηρίχθηκαν στο γεγονός ότι και «οι δύο κοινότητες προσπάθησαν με κάθε δυνατό τρόπο να ενδυναμώσουν τις σχέσεις τους με τις μητέρες πατρίδες τους» (Karagiorges 1986: 30)⁴³. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, οι δύο κοινοτικές συνελεύσεις να ακολουθήσουν διαμετρικά αντίθετες πορείες. Τελικά, η Ελληνική κοινοτική συνέλευση μεταβίβασε τις εξουσίες της στο νεοσύστατο Υπουργείο Παιδείας το 1964 και διαλύθηκε. Υπό αυτές τις συνθήκες, το Υπουργείο Παιδείας αποφάσισε το 1964, την πλήρη ταύτιση της κυπριακής με την ελληνική εκπαίδευση (Karagiorges 1986).

Η Κύπρος ακολούθησε παράλληλη πορεία με την Ελλάδα και στο θέμα επιλογής της επίσημης γλώσσας της εκπαίδευσης. Όπως επισημαίνει η Παναγιώτου (1999), η κοινή νέα ελληνική:

⁴⁰ Σύμφωνα με τον Περισιτιάνη (1995: 126), ο όρος κυπροκεντρισμός «τονίζει τη σημασία της γεωγραφίας, του τόπου (Κύπρος) και του λαού της, καθώς και των συνεκτικών εκείνων στοιχείων και χαρακτηριστικών που συνενώνουν όλους τους Κυπρίους, ανεξαρτήτως εθνικότητας».

⁴¹ Σύμφωνα με τον Περισιτιάνη (1995: 126), ο όρος ελληνοκεντρισμός «παραπέμπει στην πρωταρχική σημασία της Ελλάδας ή καλύτερα, του Ελληνισμού, του έθνους. Η έμφαση είναι στην ιστορία και στα διακριτικά εκείνα γνωρίσματα μοναδικότητας (π.χ. γλώσσα, θρησκεία) που ξεχωρίζουν τους “Ελληνες της Κύπρου” από άλλους, και δη, τους “Τ/Κ”».

⁴² Άρθρο 87 του κυπριακού συντάγματος.

⁴³ “Both communities tried in every way to strengthen their links with their respective “mother countries”, Greece and Turkey.”

«...είναι επισήμως η γλώσσα διδασκαλίας στα ελληνόφωνα σχολεία της Κύπρου· η απόφαση αυτή ελήφθη από το Υπουργείο Παιδείας της Κυπριακής Δημοκρατίας αμέσως – και ασμένως- μετά την αντίστοιχη της Ελλάδος το 1976. Από το σχολικό έτος 1983-84 εφαρμόστηκε στην Κύπρο το μονοτονικό σύστημα και πάλι μετά από απόφαση του Υπουργείου Παιδείας της Ελλάδος».

Η επιλογή της κοινής νέας ελληνικής ως γλώσσας διδασκαλίας «υιοθετήθηκε αβίαστα από τις αρχές της δημόσιας και ιδιωτικής εκπαίδευσης και θεωρήθηκε η μοναδική φυσική επιλογή» όπως παρατηρεί ο Παύλου (2006: 394). Η χωρίς διάκριση υιοθέτηση των εκπαιδευτικών επιλογών της Ελλάδας είχε ως αποτέλεσμα τη διαχρονική απουσία της κυπριακής διαλέκτου από τα εκπαιδευτικά προγράμματα (Yakoumetti, 2007). Όπως ενδεικτικά αναφέρουν οι Τσιπλάκου και Χατζηγιάννου (2010: 620):

«Οι επιμέρους γλωσσικές επιλογές στις σχολικές τάξεις της Κύπρου περιορίζονται από τα κατ' ουσίαν κατασταλτικά πλαίσια των αναλυτικών προγραμμάτων και της ευρύτερης γλωσσικής πολιτικής, καθώς και από την ανυπαρξία σαφούς τοποθέτησης ως προς τη φυσική θέση της γλωσσικής ποικιλότητας στο πλαίσιο της επικοινωνιακής προσέγγισης της γλωσσικής διδασκαλίας».

Ενδεικτική για τη θέση της διαλέκτου στην εκπαιδευτική πράξη είναι η αναφορά του Παύλου (2006) σε εγκύκλιο του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού, που κυκλοφόρησε το 2002 και αφορά τη χρήση της διαλέκτου. Συγκεκριμένα η εγκύκλιος αναφέρει:

«Οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει να χρησιμοποιούν την πανελλήνια κοινή την ώρα της διδασκαλίας και το ίδιο θα πρέπει να αναμένουν από τους μαθητές τους. Η κυπριακή διάλεκτος είναι σεβαστή και μπορεί να χρησιμοποιείται από τους μαθητές σε συγκεκριμένες περιστάσεις επικοινωνίας...»

Η εκπαιδευτική πολιτική που εφαρμόστηκε στα σχολεία της Κύπρου από την ανεξαρτησία μέχρι σήμερα και οι παράγοντες που τη διαμόρφωσαν, απασχόλησαν πολλούς ερευνητές. Πολλοί από αυτούς αναφέρονται μεταξύ άλλων στα θέματα γλώσσας-εκπαίδευσης. Από το 2000 και εξής, μια ομάδα ερευνητών ασχολείται αποκλειστικά με αυτά, ιδιαίτερα μάλιστα με τη χρήση και τη θέση τόσο της κοινής νέας ελληνικής όσο και της κυπριακής διαλέκτου στο εκπαιδευτικό σύστημα και στη διδακτική πράξη.

Οι Ραβλου και Christodoulou (2001: 78) εξετάζουν τη διδασκαλία της ελληνικής στο δι-διαλεκτικό περιβάλλον της Κύπρου. Τονίζουν ότι χωρίς να παρεκκλίνει από το στόχο της διδασκαλίας της κοινής νέας ελληνικής, η διδασκαλία της ελληνικής σε

ξένους που ζουν στην Κύπρο έχει πολλά να κερδίσει από την αποδοχή της κυπριακής διαλέκτου και την ένταξή της στη διδακτική πράξη.

Οι Ραβίου και Ραπαρανίου (2002, 2004) εξετάζουν τη στάση των δασκάλων απέναντι στις γλωσσικές πρακτικές που εφαρμόζονται σε τάξεις δημοτικής εκπαίδευσης στα σχολεία της Κύπρου, αναλύοντας ποσοτικά δεδομένα που συνέλεξαν με τη βοήθεια ερωτηματολογίου. Τα αποτελέσματα των ερευνών τους έδειξαν τα πιο κάτω: 1. οι περισσότεροι δάσκαλοι αποτρέπουν τους μαθητές από το να χρησιμοποιούν τη διάλεκτο, 2. όταν γίνεται χρήση της διαλέκτου στην τάξη οι δάσκαλοι διορθώνουν τους μαθητές. Αυτό συμβαίνει με μεγαλύτερη συχνότητα στο γραπτό λόγο. 3. Οι ίδιοι δάσκαλοι, στο μεγαλύτερο ποσοστό τους, δήλωσαν ότι αποφεύγουν να χρησιμοποιούν τη διάλεκτο στην τάξη. Τη χρησιμοποιούν, αντίθετα, σε περιπτώσεις κατά τις οποίες επιθυμούν να αστειευτούν, να προσεγγίσουν ένα μαθητή ή να επεξηγήσουν μια έννοια που δεν έχει γίνει κατανοητή στους μαθητές. Οι ερευνητές στη συνέχεια υποστηρίζουν ότι η παράλληλη διδασκαλία της διαλέκτου και της νέας ελληνικής στα κυπριακά σχολεία θα έχει ευεργετικά αποτελέσματα στους κύπριους μαθητές.

Οι ίδιοι ερευνητές (Ραβίου και Ραπαρανίου 2005), χαρακτηρίζουν τη γλωσσική πολιτική που εφαρμόζεται στον τομέα της εκπαίδευσης συγκεκριμένη, επειδή πουθενά δεν καθορίζεται επακριβώς ποια πρέπει να είναι η θέση της κυπριακής διαλέκτου στην εκπαιδευτική πράξη. Στην έρευνα τους, που διεξάγεται με τη βοήθεια ερωτηματολογίων, εξετάζουν τις στάσεις των δασκάλων απέναντι στη χρήση της κυπριακής διαλέκτου στην τάξη και κατά πόσον η χρήση της εξυπηρετεί καλύτερα τη διαδικασία εκμάθησης. Παράλληλα, διερευνάται κατά πόσον οι δάσκαλοι θεωρούν τη διάλεκτο ως ένα επαρκές γλωσσικό σύστημα. Εξετάζεται, εάν οι δάσκαλοι αντιλαμβάνονται τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στις γλωσσικές πρακτικές που πριμοδοτούν τη διάλεκτο και την αποδοχή μιας συγκεκριμένης ιδεολογικής ταυτότητας και εάν έχουν ρόλο να διαδραματίσουν στη διαμόρφωση της γλωσσικής πολιτικής, που θα ισχύσει στην εκπαίδευση. Τα συμπεράσματα της έρευνάς τους καταδεικνύουν ότι οι περισσότεροι δάσκαλοι πιστεύουν ότι η εκπαιδευτική πολιτική δεν πρέπει να είναι συγκεκριμένη και η διαμόρφωσή της πρέπει να στηρίζεται σε γλωσσολογικά και όχι σε ιδεολογικά κριτήρια. Παρόλο που αναγνωρίζουν ότι η αποκλειστική χρήση της κοινής νέας ελληνικής στην εκπαιδευτική πράξη δημιουργεί

προβλήματα σε κάποιους μαθητές, δεν φαίνεται να υποστηρίζουν, στην πλειοψηφία τους, τη χρήση της κυπριακής διαλέκτου, ως γλώσσας διδασκαλίας.

Η Yakoumetti (2006) εξετάζει κατά πόσο η επίδοση των παιδιών στην κοινή νέα ελληνική επηρεάζεται από την εφαρμογή ενός δι-διαλεκτικού προγράμματος, με βάση το οποίο η κοινή χρησιμοποιείται στη διδασκαλία παράλληλα με την κυπριακή διάλεκτο. Η επίδοση στην κοινή αξιολογήθηκε με βάση την εμφάνιση φωνολογικών, συντακτικών, λεξιλογικών ή μορφολογικών διαλεκτικών τύπων, τόσο στον προφορικό όσο και στο γραπτό λόγο. Χρησιμοποιώντας ένα δι-διαλεκτικό πρόγραμμα γλωσσικής ενημερότητας, όπου οι μαθητές διδάσκονται τις ομοιότητες και τις διαφορές μεταξύ κοινής και διαλέκτου κατάφερε να βελτιώσει την απόδοση των μαθητών στην κοινή παρέχοντας ταυτόχρονα εμπειρικά απόδειξη για την ακριβή επίδραση της διαλέκτου στη γραπτή και προφορική επίδοση των μαθητών στα νέα ελληνικά.

Σε μεταγενέστερη έρευνά της, η Yakoumetti (2007) παρουσιάζει τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την εφαρμογή ενός δι-διαλεκτικού προγράμματος σ' ένα σχολείο της πόλης και σ' ένα σχολείο της υπαίθρου. Η ερευνήτρια επιχείρησε να αξιολογήσει την επίδοση των μαθητών στη κοινή νέα ελληνική και να τη βελτιώσει εφαρμόζοντας ένα δι-διαλεκτικό γλωσσικό μοντέλο διδασκαλίας που σκοπό είχε να βοηθήσει τους μαθητές να κατανοήσουν τις ομοιότητες και τις διαφορές ανάμεσα στις δύο ποικιλίες. Οι μαθητές κατάφεραν να μειώσουν τον αριθμό των διαλεκτικών τύπων που χρησιμοποιούσαν και εκεί όπου έπρεπε να χρησιμοποιούν την κοινή.

Η Ioannidou (2007) παρατηρεί ότι η εκπαιδευτική γλωσσική πολιτική που εφαρμόστηκε από το κυπριακό κράτος μετά την ανεξαρτησία, προωθούσε την κοινή νέα ελληνική, ως επίσημη γλώσσα της εκπαίδευσης. Επισημαίνει ότι επικρατεί μεταξύ των εκπαιδευτικών η πεποίθηση ότι οι κύπριοι μαθητές μειονεκτούν τόσο στον προφορικό όσο και στο γραπτό λόγο, εξαιτίας του ότι χρησιμοποιούν την κυπριακή διάλεκτο παράλληλα με την κοινή, ενώ ταυτόχρονα υπογραμμίζει την έλλειψη ερευνών που να αποδεικνύουν το ρόλο της διαλέκτου και της κοινής στην εκπαιδευτική πράξη. Χρησιμοποιώντας εθνογραφικές μεθόδους και μαγνητοφωνημένες συζητήσεις καταγράφει και αναλύει τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται η διάλεκτος και η κοινή τόσο από τους δασκάλους όσο και από τους μαθητές στις αίθουσες διδασκαλίας. Όπως φαίνεται από τα ερευνητικά δεδομένα

που παρουσιάζει, οι σχολικές αίθουσες είναι ένας χώρος στον οποίο η κυπριακή διάλεκτος και η κοινή νέα ελληνική συνυπάρχουν. Η κοινή νέα ελληνική χρησιμοποιείται κυρίως από τους δασκάλους αλλά και από τους μαθητές, σε συγκεκριμένες επίσημες συνθήκες επικοινωνίας, όπως για παράδειγμα στη διδακτική πράξη. Αντίθετα, η κυπριακή διάλεκτος χρησιμοποιείται πολύ περισσότερο μεταξύ των μαθητών σε όλες τις άλλες περιστάσεις επικοινωνίας. Χρησιμοποιείται, βέβαια, και κατά τη διάρκεια της διδακτικής πράξης: κάποιοι μαθητές την χρησιμοποιούν συνεχώς και κάποιοι άλλοι συνδυάζουν στο λόγο τους στοιχεία της διαλέκτου και της κοινής νέας ελληνικής. Η γλωσσική αυτή πραγματικότητα, όπως υποστηρίζει η ερευνήτρια, δεν είναι ιδιαίτερα ευχάριστη για τους μαθητές και τους δημιουργεί προβλήματα επειδή καλούνται, ουσιαστικά, να χρησιμοποιήσουν και στο γραπτό και στον προφορικό λόγο, μια γλώσσα με την οποία δεν είναι εξοικειωμένοι. Προτείνει, λοιπόν, την εφαρμογή ενός δι-διαλεκτικού προγράμματος.

Η Karoulla-Vrikki (2007: 84) διακρίνει την εκπαιδευτική γλωσσική πολιτική που εφαρμόστηκε στην Κύπρο μετά το 1960, σε τρεις περιόδους. Οι τρεις περίοδοι χαρακτηρίζονται και πάλι με βάση το διπολικό άξονα 'κυπροκεντρισμός' vs 'ελληνοκεντρισμός'. Έτσι, από το 1960 μέχρι το 1974, οι ελληνοκεντρικές επιλογές υπερισχύουν. Η χρήση της κυπριακής διαλέκτου στα σχολεία περιορίζεται επειδή θεωρείται υπεύθυνη για την καλλιέργεια κυπροκεντρικής συνείδησης. Παράλληλα, υποβαθμίζεται η θέση της αγγλικής στην εκπαίδευση. Μετά την τουρκική εισβολή του 1974, γίνεται προσπάθεια να αναβαθμιστεί η θέση της διαλέκτου (ό.π.: 87). Το Υπουργείο Παιδείας αναλαμβάνει πρωτοβουλία για τη συγγραφή κυπριακών διδακτικών εγχειριδίων⁴⁴ μεταξύ των οποίων και το Ανθολόγιο της Κυπριακής Λογοτεχνίας. Είναι, λοιπόν, σαφές, από μια σειρά παρόμοιων επιλογών που τονίζουν την κυπριακή ιστορία και ταυτότητα, ότι γίνεται στροφή προς μια πιο κυπροκεντρική πολιτική που λαμβάνει υπόψη τις ιδιομορφίες του χώρου. Οι ελληνοκεντρικές επιλογές θα υπερισχύσουν και πάλι από τις αρχές τις δεκαετίας του 90 (Καρυολαίμου 2002). Οι δύο αυτές τάσεις που μαρτυρούν οι επιλογές της κυπριακής εκπαίδευσης, υποδεικνύουν την ύπαρξη μιας σύγκρουσης όχι μόνο στο εκπαιδευτικό αλλά και στο πολιτικό, το πολιτιστικό και το κοινωνιοοικονομικό επίπεδο (Περσιάνης 1996: 29).

⁴⁴ Μετά την πλήρη ταύτιση της κυπριακής εκπαίδευσης με την ελληνική, το 1964, τα σχολικά εγχειρίδια εισάγονταν από την Ελλάδα.

Αναλύοντας την εκπαιδευτική γλωσσική πολιτική της κυπριακής πολιτείας μετά την ανεξαρτησία σε σχέση με τη νέα ελληνική και την κυπριακή διάλεκτο, η Ioannidou (2009) εξετάζει τη σχέση της με την προώθηση συγκεκριμένης ιδεολογίας. Υποστηρίζει, λοιπόν, ότι από την ανεξαρτησία και ύστερα οι γλωσσικές πολιτικές που εφάρμοσε το κυπριακό κράτος δεν επέφεραν ουσιαστικές αλλαγές: τα αναλυτικά προγράμματα και τα βιβλία προέρχονταν από την Ελλάδα, οι εκπαιδευτικοί συνέχισαν να διδάσκουν την κοινή και να περιορίζουν ή να απαγορεύουν τη χρήση της διαλέκτου και στην επικοινωνία με τους μαθητές και στη διδακτική πράξη. Συμμερίζεται την άποψη ότι ο κυπροκεντρισμός και ο ελληνοκεντρισμός διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της εκπαιδευτικής γλωσσικής πολιτικής, επειδή ενέχουν συγκεκριμένες συνυποδηλώσεις σε θέματα γλώσσας. Η έρευνά της επικεντρώθηκε, κυρίως, στο Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού ως επίσημο φορέα της γλωσσικής πολιτικής σε θέματα εκπαίδευσης. Ανέλυσε κείμενα στα οποία καταγράφονται οι εκπαιδευτικοί στόχοι, όπως για παράδειγμα στα αναλυτικά προγράμματα και στις επίσημες εγκυκλίους, με σκοπό να σκιαγραφήσει την επίσημα εκπεφρασμένη γλωσσική πολιτική και ταυτόχρονα πήρε μια σειρά συνεντεύξεων από πρόσωπα κλειδιά που εργάζονταν στο συγκεκριμένο υπουργείο με σκοπό να εντοπίσει ενδείξεις για ύπαρξη μιας υπόρρητης πολιτικής. Κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η γλωσσική πολιτική του υπουργείου παιδείας σε σχέση με την κυπριακή διάλεκτο δεν είναι σαφής. Αυτό το γεγονός φαίνεται ότι συνδέεται με μια σειρά από παράγοντες, όπως το γεγονός ότι η διάλεκτος θεωρείται υπαίτια για τα προβλήματα έκφρασης που αντιμετωπίζουν οι κύπριοι μαθητές, ιδιαίτερα στον προφορικό λόγο, το υψηλό κύρος που αποδίδουν στην κοινή νέα ελληνική οι διαμορφωτές της γλωσσικής πολιτικής, και η ανάγκη που αποδέχονται ότι πρέπει να υπάρχουν στενοί δεσμοί με την Ελλάδα στα εκπαιδευτικά ζητήματα. Συνδέει έτσι την προώθηση της κοινής ελληνικής στην εκπαίδευση με την ενίσχυση της ελληνικής εθνικής ταυτότητας των Κυπρίων, υπογραμμίζοντας ότι λειτουργεί ως ένας είδος γέφυρας που συνδέει την ελληνική κοινότητα της Κύπρου με τον υπόλοιπο ελληνισμό· καταλήγει, λοιπόν, στο συμπέρασμα ότι τα κίνητρα που κρύβονται πίσω από αυτή την εκπαιδευτική πολιτική δεν είναι παιδαγωγικού αλλά καθαρά ιδεολογικού και ηθικού χαρακτήρα. Ασκώντας κριτική στην υφιστάμενη γλωσσική πολιτική, θεωρεί ότι δε στηρίζεται σε πραγματικά δεδομένα αφού η γλωσσική πραγματικότητα στις αίθουσες διδασκαλίας αποδεικνύει ότι η διάλεκτος και

χρησιμοποιείται και οι ομιλητές έχουν θετικές στάσεις απέναντί της. Αντίθετα θεωρεί τη χρήση της κοινής νέας ελληνικής σε συγκεκριμένα περιβάλλοντα ως επίπλαστη.

Ο Ραπαρανίου (2010) προτείνει για την Κύπρο την ανάπτυξη ενός μοντέλου δι-διαλεκτικής εκπαίδευσης, που να βασίζεται στα πορίσματα των διεθνών ερευνών, στην εμπειρία άλλων χωρών όπου εφαρμόζεται δι-διαλεκτική εκπαίδευση και, τέλος, στα πορίσματα των ειδικών ερευνών που έγιναν για το φαινόμενο του δι-διαλεκτισμού στην Κύπρο.

2.3.3.1 Οι επίσημες γλώσσες του Πανεπιστημίου Κύπρου

Η περίπτωση της επιλογής των επισήμων γλωσσών του πανεπιστημίου Κύπρου συνιστά ακόμα μια περίπτωση υποστασιακού σχεδιασμού όπου τα ιδεολογικά κίνητρα φαίνεται να έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο. Οι συζητήσεις για την ίδρυση ενός πανεπιστημίου στην Κύπρο ξεκίνησαν το 1968 και ολοκληρώθηκαν το 1989. Τελικά, με νομοθετική ρύθμιση και μέσα σε έντονες αντεγκλήσεις, αναγνωρίστηκαν ως επίσημες γλώσσες του νεοσυσταθέντος Πανεπιστημίου Κύπρου⁴⁵, η ελληνική και η τουρκική. Οι συζητήσεις στη Βουλή των Αντιπροσώπων, η προτεινόμενη από τα πολιτικά κόμματα γλωσσική πολιτική καθώς και η τελική υιοθέτηση των επισήμων γλωσσών του Πανεπιστημίου προσέελκυσε το ιδιαίτερο ενδιαφέρον των ερευνητών (Karyolemou 2001α, 2002, 2003, Κάρουλλα-Βρίκκη 2008, 2009).

Η πιο σημαντική συζήτηση για το θέμα έγινε στη Βουλή των Αντιπροσώπων, το 1986⁴⁶ και διατυπώθηκαν οι ακόλουθες εναλλακτικές επιλογές: **1.** η υιοθέτηση μόνο της ελληνικής, θέση που στηρίχθηκε από το Δημοκρατικό και το Σοσιαλιστικό κόμμα **2.** η υιοθέτηση της ελληνικής και της τουρκικής, θέση που στηρίχθηκε από την αριστερά και από τη δεξιά παράταξη. Το θέμα ξανασυζητήθηκε το 1989 και φάνηκε ξεκάθαρα ότι η θέση για χρήση τόσο της ελληνικής όσο και της τουρκικής, όπως προνοούσε και το σύνταγμα, είχε κερδίσει υποστηρικτές: το Δημοκρατικό και το Σοσιαλιστικό κόμμα είχαν τώρα μετακινηθεί από την αρχική τους θέση και υποστήριζαν μαζί με την δεξιά, να αναγνωριστούν, ως επίσημες γλώσσες του

⁴⁵ Ο περί Πανεπιστημίου Κύπρου Νόμος του 1989.

⁴⁶ Το θέμα της σύστασης πανεπιστημίου στην Κύπρο, συζητήθηκε στη Βουλή των Αντιπροσώπων για πρώτη φορά το 1968. Το 1976, συστάθηκε διπλουργική επιτροπή για να εξετάσει το ζήτημα και το 1978, το υπουργικό συμβούλιο αποφάσισε να προχωρήσει στην ίδρυση πανεπιστημίου. Το θέμα συζητήθηκε στη Βουλή των Αντιπροσώπων και το 1980 χωρίς, όμως, να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στο θέμα επιλογής της επίσημης γλώσσας. (Karyolemou 2002).

πανεπιστημίου, οι επίσημες γλώσσες του κυπριακού κράτους. Αντίθετα, η αριστερή παράταξη υποστηρίζει τη μερική υιοθέτηση της αγγλικής ως γλώσσας διδασκαλίας σε γνωστικά αντικείμενα ιδεολογικά ουδέτερα. Όπως παρατηρεί η Karyolemou (2002α, 2003), το ζήτημα της επιλογής των γλωσσών του Πανεπιστημίου Κύπρου απέκτησε έντονα πολιτικό και ιδεολογικό χαρακτήρα. Οι τοποθετήσεις των πολιτικών κομμάτων σε σχέση με το θέμα βασίστηκαν σε πολιτικά κίνητρα που καθορίζονταν από την πολιτική πραγματικότητα αλλά και από τις μακροπρόθεσμες πολιτικές στοχεύσεις των πολιτικών κομμάτων. Με άλλα λόγια, οι θέσεις που υιοθετούσαν τα πολιτικά κόμματα σε σχέση με την επίλυση του κυπριακού προβλήματος, καθόρισαν και τις θέσεις τους όσον αφορούσε την επιλογή της επίσημης/των επισήμων γλωσσών, του υπό ίδρυση πανεπιστημίου. Οι συζητήσεις στη Βουλή των Αντιπροσώπων έγιναν με φόντο τις αντικρουόμενες ιδεολογικές τοποθετήσεις των ελληνοκεντρικών κομμάτων που επέμεναν «στα διακριτικά εκείνα γνωρίσματα μοναδικότητας (π.χ. γλώσσα, θρησκεία) που ξεχωρίζουν τους «Έλληνες της Κύπρου» από άλλους και δη, τους Τ/Κ» και όσων, αντίθετα, υιοθετούσαν μια κυπροκεντρική προσέγγιση υπερθεματίζοντας την αξία «των συνεκτικών εκείνων στοιχείων και χαρακτηριστικών που συνενώνουν όλους τους Κυπρίους ανεξαρτήτως εθνικότητας» (Περιστιάνης 1995: 126). Σύμφωνα με την Κάρουλλα- Βρίκη (2008) η διαδρομή που ακολούθησε η συζήτηση για τις επίσημες γλώσσες του Πανεπιστημίου Κύπρου είναι χαρακτηριστική ενός ιδεολογικού διλήμματος που ‘κλυδωνίζεται’ ανάμεσα στον ελληνοκεντρισμό και τον κυπροκεντρισμό. Η τελική υιοθέτηση της ελληνικής και της τουρκικής, είναι από αυτή την άποψη μια λύση συμβιβασμού που ικανοποιούσε σε κάποιο βαθμό τους στόχους και τα συμφέροντα τόσο όσων υποστήριζαν την υιοθέτηση μιας ελληνοκεντρικής πολιτικής όσο και όσων υποστήριζαν τις κυπροκεντρικές επιλογές.

Παρόλο που η τουρκική και η ελληνική υιοθετήθηκαν ως επίσημες γλώσσες του Πανεπιστημίου, στην πραγματικότητα στα θέματα διοίκησης και διδασκαλίας χρησιμοποιείται αποκλειστικά η ελληνική. Αυτό συμβαίνει, επειδή δεν έγιναν ποτέ οι απαραίτητες ενέργειες για τη δημιουργία ενός πραγματικά δίγλωσσου πανεπιστημίου (Karyolemou 2001β, 2002α). Στην πραγματικότητα, είναι αμφίβολο, αν υπήρξε ποτέ τέτοια πρόθεση: η ιδέα στην οποία βασίστηκε η επιλογή της ελληνικής και της τουρκικής ως επισήμων γλωσσών συνέδεε άρρηκτα την επιλογή της γλώσσας διδασκαλίας με την εθνική προέλευση: οι τουρκοκύπριοι θα είχαν γλώσσα

διδασκαλίας την τουρκική και οι ελληνοκύπριοι την ελληνική. Με άλλα λόγια, αυτό που είχαν κατά νου όσοι στήριζαν αυτή την επιλογή ήταν μια γλωσσική εκδοχή του πολιτικού δικαιοδοτισμού. Οι πιέσεις για την προσφορά προγραμμάτων σπουδών στα αγγλικά θα οδηγήσει μερικά χρόνια αργότερα, το 1997, σε μερική αλλαγή της γλωσσικής πολιτικής του Πανεπιστημίου. Η αλλαγή αυτή συνοψίζεται στην εισαγωγή μέτρων ευελιξίας (Karyoleμου 2004, 2010α, forthcoming) που επιτρέπουν τη χρήση γλωσσών άλλων από την ελληνική και την τουρκική σε ορισμένες περιπτώσεις, όπως για παράδειγμα για τη διδασκαλία μαθημάτων σε ερασμικούς φοιτητές, ή, αργότερα, για την εκπόνηση διδακτορικών διατριβών και για την προσφορά μεταπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών.

2.4 Κριτική ανάλυση υφιστάμενων ερευνών

Όπως φάνηκε στο 2.1, η ανάλυση της κοινωνιογλωσσικής κατάστασης στην Κύπρο από τους Ιωάννου (1988, 1991), Karoulla-Vrikki (1991) και Μπαμπινιώτη (1994) υπήρξε καθαρά περιγραφική χωρίς την υποστήριξη εμπειρικών και επιστημονικών δεδομένων. Οι έρευνες που ακολούθησαν από τους Παπαρηνίου (1989, 1997, 2001), Παναγιώτου (1999), αν και σκιαγράφησαν την κοινωνιογλωσσική κατάσταση στην Κύπρο χωρίς συναισθηματισμούς, χρησιμοποιώντας εμπειρικά δεδομένα ή ποσοτικές μεθόδους, δεν εστιάστηκαν στις πραγματικές γλωσσικές πρακτικές των ομιλητών σε συγκεκριμένα κοινωνιογλωσσικά πεδία, με αποτέλεσμα να καταλήγουν σε γενικές παρατηρήσεις για τη γλωσσική χρήση. Το γεγονός αυτό είναι ιδιαίτερα παράδοξο, αν αναλογιστούμε ότι η έννοια του κοινωνιογλωσσικού πεδίου άσκησε μεγάλη επιρροή στο έργο πολλών ερευνητών διεθνώς και ότι υπάρχει στη διεθνή βιβλιογραφία από τη δεκαετία του 60 (Fishman 1965).

Η έννοια του κοινωνιογλωσσικού πεδίου δεν χρησιμοποιήθηκε ούτε από τους ερευνητές που περιέγραψαν με άρθρα τους τη σχέση που υπάρχει μεταξύ της κοινής νέας ελληνικής και της κυπριακής διαλέκτου (Μοσχονάς 1996, 2002, Αρβανίτη 2002, Arvaniti 2006α, 2006β, Καρυολαίμου 2000, Karyoleμου και Pavlou 2001, Terkourafi 2004, Sivas 2004, Κατσογιάννου και al. 2006). Στις πιο πάνω έρευνες η περιγραφή των γλωσσικών πρακτικών ήταν ολιστική, επειδή οι ερευνητές εξέταζαν τα γλωσσικά φαινόμενα στο σύνολο της γλωσσικής κοινότητας. Η προσέγγιση των γλωσσικών φαινομένων μέσα από την έννοια του πεδίου και η έμφαση στο θέμα συζήτησης, τη σχέση των συμμετεχόντων και τον τόπο επικοινωνίας, θα έδινε στους ερευνητές τη

δυνατότητα να κατανοήσουν πώς τα άτομα, τα οποία συμμετέχουν σε πολλά πεδία, διαμορφώνουν αναλόγως τις γλωσσικές τους πρακτικές, τις γλωσσικές τους πεποιθήσεις και τη γλωσσική διαχείριση απέναντι στους διαθέσιμους γλωσσικούς πόρους. Συνεπώς, είναι επιτακτική η ανάγκη ερευνών που θα επιβεβαιώσουν τις πιο πάνω σημαντικές θεωρητικές επιστημονικές σε συγκεκριμένους τομείς και πεδία, όπως είναι η οικογένεια, το σχολείο κλπ.

Οι έρευνες που είχαν ως σημείο εστίασης τη γλωσσική πολιτική στο πεδίο της εκπαίδευσης, όπως περιγράφηκε στο **2.3.3**, διακρίνονται σε δύο κατηγορίες ανάλογα με την οπτική που υιοθετούν. Μια κατηγορία ερευνών από τους Παύλου (2006), Karoulla-Vrikki (2007), Ioannidou (2009) περιγράφει τη γλωσσική εκπαιδευτική πολιτική μακροσκοπικά, δηλαδή όπως αυτή διαμορφώθηκε μετά την ανεξαρτησία εξετάζοντας και αναλύοντας τις αποφάσεις κυρίως του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού. Μια δεύτερη κατηγορία ερευνών περιγράφει τη γλωσσική χρήση και τις στάσεις των εκπαιδευτικών και των μαθητών απέναντι στη κυπριακή διάλεκτο και την κοινή νέα ελληνική με τη χρήση ποσοτικών μεθόδων κυρίως ερωτηματολογίων (Pavlou και Paparavlou 2002, 2004, 2005). Το σημαντικό, όμως, είναι ότι κάποιες από τις έρευνες στο πεδίο της εκπαίδευσης μοιράζονται μια μικροσκοπική οπτική, όπως για παράδειγμα οι έρευνες της Ioannidou (2007, 2009) και Τσιπλάκου και Χατζηγιάννου (2010) που δίνουν έμφαση στις γλωσσικές πρακτικές των δασκάλων και των μαθητών κατά τη διδακτική πράξη.

Η κατηγορία ερευνών που εστιάστηκαν στη γλωσσική χρήση και τις γλωσσικές στάσεις απέναντι στη κοινή νέα ελληνική, την κυπριακή διάλεκτο και την αγγλική από τους Sciriha (1995, 1996), Paparavlou (1998), McEntee-Atalianis & Pouloukas (2001), Karyolemou & Pavlou (2001), όπως παρουσιάστηκαν στο **2.2**, παρόλο που κατέληξαν σε σημαντικά συμπεράσματα υιοθετούν μια μάλλον γενική οπτική, η οποία δεν μας επιτρέπει να αποτυπώσουμε την πραγματική γλωσσική χρήση ούτε τον πραγματικό συσχετισμό δυνάμεων μεταξύ της κοινής νέας ελληνικής, της κυπριακής διαλέκτου και της αγγλικής όπως διαμορφώνεται σε συγκεκριμένους τομείς και χώρους επικοινωνίας.

Σημαντική, υπήρξε η συνεισφορά των ερευνών που αφορούν τη γλωσσική πολιτική και το γλωσσικό σχεδιασμό όπως περιγράφηκε στο **2.3** από τους Καρυολαίμου (2000, 2001α, 2001β, 2002, 2003, 2004, 2007, 2008, 2010α, 2010β), Davy και Pavlou

(2001), Karoulla-Vrikki (2001, 2002, 2007, 2008, 2010β), Paparavliou (2006), Georgiou (2010). Αυτή η κατηγορία ερευνών υιοθέτησε αποκλειστικά μια μακροσκοπική οπτική που εξετάζε τις συγκροτημένες προσπάθειες νομοθετικής ρύθμισης της γλωσσικής επικοινωνίας σε τομείς που ανήκουν στη σφαίρα της δημόσιας ή κρατικής δραστηριότητας, είτε πρόκειται για υποστασιακό σχεδιασμό που αφορά τον τομέα της εκπαίδευσης, τα δικαστήρια, τις δημόσιες υπηρεσίες, είτε πρόκειται για δομικό σχεδιασμό, όπως λ.χ. στην περίπτωση της τυποποίησης των γεωγραφικών ονομάτων.

Είναι, λοιπόν, σαφές ότι η γενικότερη τάση που επικράτησε στον ερευνητικό χώρο που ασχολήθηκε με τη μελέτη της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού (βλ. Κεφάλαιο 1), ίσχυσε και εδώ: ενώ υπάρχουν αρκετές έρευνες που εξετάζουν θέματα πολιτικής και σχεδιασμού μακροσκοπικά, δεν φαίνεται να υπάρχουν έρευνες που να υιοθετούν μια καθαρά μικροσκοπική οπτική διερευνώντας τη γλωσσική πολιτική σε πεδία όπως η οικογένεια, οι χώροι λατρείας, οι χώροι εργασίας, τα νοσοκομεία, ο στρατός. Υπάρχει, λοιπόν, ανάγκη αλλαγής οπτικής με μελλοντικές έρευνες που να έχουν μικροσκοπικό προσανατολισμό και να εξετάζουν την πολιτική και το σχεδιασμό σε συγκεκριμένες κοινωνιογλωσσικές μονάδες μικροσκοπικού τύπου. Τέτοιες μελέτες, μπορούν να μας βοηθήσουν να κατανοήσουμε καλύτερα και να σκιαγραφήσουν πληρέστερα τη γλωσσική πολιτική, ως σύνολο γλωσσικών αποφάσεων, ιδεολογικών τοποθετήσεων και πρακτικών που δεν αφορούν αποκλειστικά και μόνο το κράτος ή θεσμικούς φορείς. Ένας από τους τομείς όπου η συμβολή των μικροσκοπικών ερευνών θα ήταν ιδιαίτερα σημαντική είναι και ο τομέας της οικονομικής δραστηριότητας και πιο συγκεκριμένα της εταιρικής επικοινωνίας δημόσιου ή ιδιωτικού χαρακτήρα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Πολυγλωσσία- μονογλωσσία

3.1 Έθνη-κράτη και γλώσσα

Ο ρόλος της γλώσσας στη διαμόρφωση του εθνικισμού και των εθνικών κρατών απασχόλησε πολλούς ερευνητές (Kedourie 1999, Gellner 1983, Anderson 1991, Hobsbawn 1994, Wright 2000). Ο Kedourie (1999: 112) παρατηρεί ότι:

«στις απαρχές του, το εθνικιστικό δόγμα υπερέτρεψε τη γλώσσα ως κυρίαρχο κριτήριο της εθνικότητας, αλλά αυτό συνέβη επειδή η γλώσσα αποτελεί το πλέον πρόδηλο εξωτερικό χαρακτηριστικό της ξεχωριστής ταυτότητας μιας κοινότητας ανθρώπων.»

Ο γερμανός φιλόσοφος Johann Gottfried Herder, ένας από τους πρώτους και βασικούς εκπροσώπους του εθνογλωσσικού εθνικισμού, υποστήριξε ότι η γλώσσα συνιστά το σπουδαιότερο κριτήριο βάσει του οποίου καθορίζεται η συμμετοχή του ανθρώπου σ' ένα συγκεκριμένο έθνος. Ο Kedourie (1999: 103) αναφέρει ότι σύμφωνα με τον Herder:

«Ο κόσμος χαρακτηρίζεται από πολυμορφία και η ανθρωπότητα είναι χωρισμένη σε έθνη. Επιπλέον, η γλώσσα αποτελεί το εξωτερικό και πρόδηλο σημάδι των διαφορών που ξεχωρίζουν το ένα έθνος από το άλλο. Η γλώσσα, λοιπόν, συνιστά το σπουδαιότερο κριτήριο βάσει του οποίου αναγνωρίζεται η ύπαρξη ενός έθνους και, κατ' επέκταση, το δικαίωμά του να αποκτήσει το δικό του κράτος.»

Η θέση/θεωρία του Herder, είχε τεράστιες γλωσσικές και πολιτικές επιπτώσεις. Ο Fichte, συνεχιστής του έργου του, θεωρεί ότι μια γλώσσα μπορεί να οδηγήσει ένα έθνος στην ελευθερία και την ακμή μόνο όταν είναι μια γλώσσα «γνήσια», «καθαρή» και απαλλαγμένη από την παρουσία ξένων και δάνειων λέξεων. Συνεπώς, στην εξίσωση μία γλώσσα = ένα έθνος, έρχεται να προστεθεί η έγνοια για τη γλωσσική ομοιογένεια. Ο Χριστίδης (1999: 92) παρατηρεί ότι η γλωσσική ομοιογένεια αποκτά, στο πλαίσιο του έθνους-κράτους, συμβολική σπουδαιότητα, γι' αυτό δεν εκπλήσσει το γεγονός ότι σε πολλά κράτη-έθνη αναπτύσσεται:

«... εθνικιστικός λόγος για τη γλώσσα που αποστρέφεται τη γλωσσική επαφή και τα τεκμήριά της και επιδιώκει –με βίαιους συχνά τρόπους– την πολιτιστική και γλωσσική καθαρότητα.»

Η ιδεολογία της μονογλωσσίας και η μέριμνα για τη γλωσσική ομοιογένεια και καθαρότητα έπαιξε σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση, στον αυτοπροσδιορισμό και στην πορεία των παλαιών εθνών. Στην περίπτωση του ελληνικού έθνους, ένας από τους βασικούς εκπροσώπους του Νεοελληνικού Διαφωτισμού, ο Αδαμάντιος Κοραής,

θεωρεί ότι οι ξένες και δάνειες λέξεις αλλοιώνουν τη γλώσσα και γι' αυτό προτείνει τον καθαρισμό της, αναφέροντας χαρακτηριστικά (Δημαράς 1986: 136-137):

«Η από τους ξένους δάνεισις ή να το είπω καθαρώτερα, ψωμοζήτησις λέξεων και φράσεων, από τας οποίας γέμουσιν αι αποθήκαι της γλώσσης, σιμά της ατιμίας, δίδει και παντελούς απαιδευσίας, ή και ηλιθιότητος, υπόληψιν [...]. Τι ωφελεί των αλλοτριών γλωσσών η είδησις, όταν λαμβάνη τις απ' αυτάς όχι ό,τι δύναται να διορθώση, αλλ' ό,τι διαστρέφει και ασχημίζει την γλώσσαν του; [...]. Και μ' όλον τούτο, δεν εξεύρω δια ποίαν αιτίαν ζητούμεν να την γεμίσωμεν από των άλλων γλωσσών τα ιδιώματα. Ως να μην ήσαν αρκετοί όσοι τουρκισμοί την εμίαναν, την πολιορκούσι σήμερον οι γαλατισμοί, οι ιταλισμοί, οι γερμανισμοί, πανταχόθεν, και την πνίγουσιν.» πολυτονικό

Η Wright (2000) αναλύει τις προσπάθειες για να επιτευχθεί γλωσσική ομοιογένεια και να περιοριστεί η ετερογένεια στα γαλλικά που άρχισαν το 1539 με το διάταγμα του Villers-Cotterêts και εντάθηκαν μετά τη γαλλική επανάσταση. Οι Γάλλοι θεωρούσαν ότι η ύπαρξη μιας κοινής γλώσσας θα συνέβαλλε στην κοινωνική ισότητα κοινωνική επικοινωνία, στην κοινωνική συνοχή και στην πρόοδο. Η Wright θεωρεί ότι οι τρεις κυριότεροι παράγοντες που βοήθησαν τη γαλλική να επικρατήσει των άλλων γλωσσών ή διαλέκτων στη Γαλλία ήταν: α) ο βαθμός τυποποίησης της χάρη στην ύπαρξη γραμματικών περιγραφών, β) η δημοσίευση βιβλίων στη γαλλική που την καθιστούσε προσβάσιμη στο ευρύτερο κοινό, τέλος γ) το γόητρο που τη είχε αποκτήσει ως γλώσσα της εξουσίας. Η ίδρυση της γαλλικής ακαδημίας το 1635 επέσπευσε τη διαδικασία. Παρόμοια διαδικασία ακολουθήθηκε και στην περίπτωση των νέων εθνών που προέκυψαν μετά το τέλος της αποικιοκρατίας. Όπως αναφέρει ο Nelde (2004: 107):

«... κατά τις δεκαετίες του 50 και 60, εποχή κατά την οποία τα πρώην αποικιοκρατικά βασίλεια κατέρρεαν [και] νεοεμφανιζόμενα έθνη –εκτός Ευρώπης κατά κύριο λόγο– επιχειρούσαν να συνδέσουν την πρόσφατα ανακαλυφθείσα ταυτότητά τους με μια εθνική γλώσσα μέσω μιας επίσημης και πρότυπης γλώσσας.»

Η ύπαρξη μιας, λοιπόν, επίσημης γλώσσας αποτελούσε στοιχείο συνοχής για τα νέα έθνη-κράτη και η γλωσσική ομοιομορφία, ένα από τα μέσα για οικοδόμηση της εθνικής συνείδησης και της εθνικής ταυτότητας.

Οι θέσεις των Herder και Fichte είχαν και πολιτικές συνέπειες. Για ορισμένους λαούς, όπως οι Γερμανοί, το φαινόμενο του γλωσσικού εθνικισμού εμφανίστηκε και αναπτύχθηκε το πρώτο μισό του 19^{ου} αιώνα. Προς το τέλος, όμως, του 19^{ου} αιώνα και στις αρχές του 20^{ου}, όπως συμπεραίνει ο Hobsbawn (1994: 137) «η γλώσσα ήταν η

ψυχή του έθνους (...) και περισσότερο το κρίσιμο κριτήριο της εθνικότητας». Όπως επισημαίνει, εξάλλου, ο Hobsbawm (1994), ο Wilson⁴⁷ υιοθέτησε τις απόψεις των Herder και Fichte και υποστήριξε την αρχή των εθνοτήτων, σύμφωνα με την οποία τα κρατικά σύνορα των πρότυπων κρατών-εθνών στη δύση έπρεπε να καθορίζονται με βάση τη γλωσσική και την εθνική ομοιογένεια των λαών που τα αποτελούσαν. Μετά το τέλος του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου, η αντίληψη αυτή κυριάρχησε στις δυτικές κοινωνίες, πάντα όμως υπό προϋποθέσεις. Η «αρχή του ορίου» για παράδειγμα δεν επέτρεπε στους μικρότερους λαούς να δημιουργήσουν δικό τους έθνος, επειδή δεν είχαν δικαίωμα στην αυτοδιάθεση.

Φτάνοντας στα τέλη του 20ου και στις αρχές του 21ου αιώνα, τέθηκε το εξής ερώτημα: «Μπορούμε σήμερα να μιλήσουμε για το θάνατο του εθνικισμού και ειδικότερα του γλωσσικού εθνικισμού;» Αρκετοί πιστεύουν ότι οι αναφορές κάποιων ερευνητών στο θάνατο του εθνικισμού είναι υπερβολικές. Όπως παρατηρεί η Wright (2000), σε πολλά μέρη του πλανήτη εθνικιστικά κινήματα καταδεικνύουν μια σαφή σύνδεση της γλώσσας με το έθνος ή με μια ξεχωριστή εθνική ταυτότητα. Η Σερβία και η Κροατία, στην περίπτωση της πρώην Γιουγκοσλαβίας, αλλά και τα Βαλτικά κράτη αποδεικνύουν ότι η σύνδεση μεταξύ γλώσσας, εθνικής ταυτότητας και εθνικής ολοκλήρωσης είναι υπαρκτή. Το ίδιο αποδεικνύει η περίπτωση των τριών αυτονομιστικών κινήματων στην Ισπανία (Καταλανοί, Βάσκοι, Γαλικιανοί), η περίπτωση των Φλαμανδών στο Βέλγιο, και η περίπτωση των Σκωτσέζων και των Ουαλλών στη Μεγάλη Βρετανία.

Όπως συνάγεται από τα πιο πάνω, δεν μπορούμε, λοιπόν, να ισχυριστούμε ότι το φαινόμενο του γλωσσικού εθνικισμού έχει εκλείψει, δεχόμαστε, όμως, την άποψη πολλών ερευνητών οι οποίοι μιλούν για την εξασθένηση της ισχύος του (Hobsbawm 1994, Phillipson 1999, Wright 2000, 2004) λόγω του ότι διαμορφώνεται μια νέα υπερεθνική πραγματικότητα. Τα τέλη του 20ου αιώνα και οι αρχές του 21ου σημαδεύτηκαν από σημαντικές πολιτικές αλλαγές στον ευρωπαϊκό χώρο. Η πτώση του τείχους του Βερολίνου, η αποτυχία του υπαρκτού σοσιαλισμού στη Ρωσία και στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, η διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης προς τις χώρες της Κεντρικής και της Ανατολικής Ευρώπης, είχαν ως αποτέλεσμα το μετασχηματισμό του ευρωπαϊκού χάρτη, τόσο από πολιτική όσο και από γλωσσική

⁴⁷ Ο Thomas Woodrow Wilson υπήρξε πρόεδρος των ΗΠΑ και διατύπωσε το 1918 την αρχή των εθνοτήτων.

και οικονομική άποψη (Maurais 2003, Fodor και Peluau 2003). Οι κοινωνικο-οικονομικές αυτές μεταβολές συνδέονται άμεσα με το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης. Οι οικονομίες έχουν φιλελευθεροποιηθεί, η κρατική παρέμβαση και ο κρατικός προστατευτισμός έχουν μειωθεί, τα κράτη αναπτύσσουν μεταξύ τους στενότερες οικονομικές σχέσεις και καταναλώνουν αγαθά που προέρχονται από διάφορες χώρες. Δημιουργούνται μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες αλλά ταυτόχρονα πολλές επιχειρήσεις με τοπικό χαρακτήρα αποκτούν μια διεθνή διάσταση για να γίνουν πιο ανταγωνιστικές. Η Wright (2000) αποδέχεται τη θέση του Sassen (1995) σύμφωνα με την οποία η παραγωγή, το εμπόριο και η οικονομία είναι οργανωμένες σε μεγάλο βαθμό από τις παγκόσμιες αγορές και τους διεθνείς οργανισμούς και δεν περιορίζονται από τα κρατικά σύνορα. Συνεπώς, η κυριαρχία του εθνικού κράτους (sovereignty) χάνει έδαφος, μια και σε πολλούς τομείς οι διεθνείς συνθήκες καθορίζουν τις αποφάσεις σε κρατικό επίπεδο. Η πρόσφατη οικονομική κρίση απέδειξε αυτό που τονίζει ο Hobsbawm (1994: 256):

«Από οικονομική άποψη ακόμα και πολύ ισχυρότερα κράτη εξαρτώνται από μια παγκόσμια οικονομία την οποία δεν ελέγχουν κατά κανένα τρόπο και που καθορίζει τις εσωτερικές τους υποθέσεις».

Στις νέες αυτές συνθήκες που διαμορφώνει η παγκόσμια οικονομία, η επίδραση που ασκούν τα εθνικά κράτη στους πολίτες μειώνεται (Wright 2000). Η εθνική ταυτότητα παύει να είναι ο μοναδικός τρόπος να δηλώσει κανείς τη συλλογική ταυτότητά του ή την ένταξή του σε μια ομάδα. Σταδιακά αναπτύσσονται νέοι τρόποι συλλογικής ταύτισης που δεν σχετίζονται με τη συμμετοχή του ατόμου σε ένα έθνος. Με παρόμοιο τρόπο ο Phillipson (1999: 305) υπογραμμίζει:

«Στο σύγχρονο κόσμο, η φαντασιακή κοινότητα του εθνικού κράτους αντικαθίσταται από παγκόσμιες και περιφερειακές συμμαχίες και οργανισμούς, κυβερνητικούς, μη κυβερνητικούς και ιδιωτικούς.»

Την ίδια θέση εκφράζει και ο Hobsbawm (1994: 265):

«Η ιστορία θα δει τα «έθνη-κράτη» και τα «έθνη» ή τις «εθνικές/γλωσσικές ομάδες» πάνω από όλα να υποχωρούν, να αντιστέκονται, να προσαρμόζονται, να απορροφώνται ή να εκτοπίζονται από τη νέα υπερεθνική αναδόμηση της υδρογείου.»

Το άτομο συγκροτεί σήμερα την ταυτότητα του μέσω της συμμετοχής του σε ποικίλες κοινότητες πρακτικής (Eckert 1992) που δημιουργούνται με βάση αμοιβαίες δεσμεύσεις, συλλογικές προσπάθειες και κοινούς στόχους.

3.2 Κοινωνικο-οικονομικές μεταβολές και γλώσσα

3.2.1 Η διεθνοποίηση της αγγλικής γλώσσας

Η διεθνοποίηση της αγγλικής γλώσσας (Crystal 1997, Graddol 1997) θεωρείται απότοκο των πολιτικών και κοινωνικο-οικονομικών μεταβολών που σημάδεψαν τα τέλη του 20ου και τις αρχές του 21ου αιώνα. Η Wright (2000: 102) παρατηρεί:

«Το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης έφτασε να σημαίνει κυριαρχία της αγγλικής γλώσσας και κουλτούρας. Οι πολυεθνικές εταιρείες, οι διεθνείς οργανισμοί, οι ειρηνευτικές δυνάμεις, όλοι έχουν την τάση να χρησιμοποιούν την αγγλική γλώσσα ως επίσημη γλώσσα ή ως de facto γλώσσα-όχημα.»⁴⁸

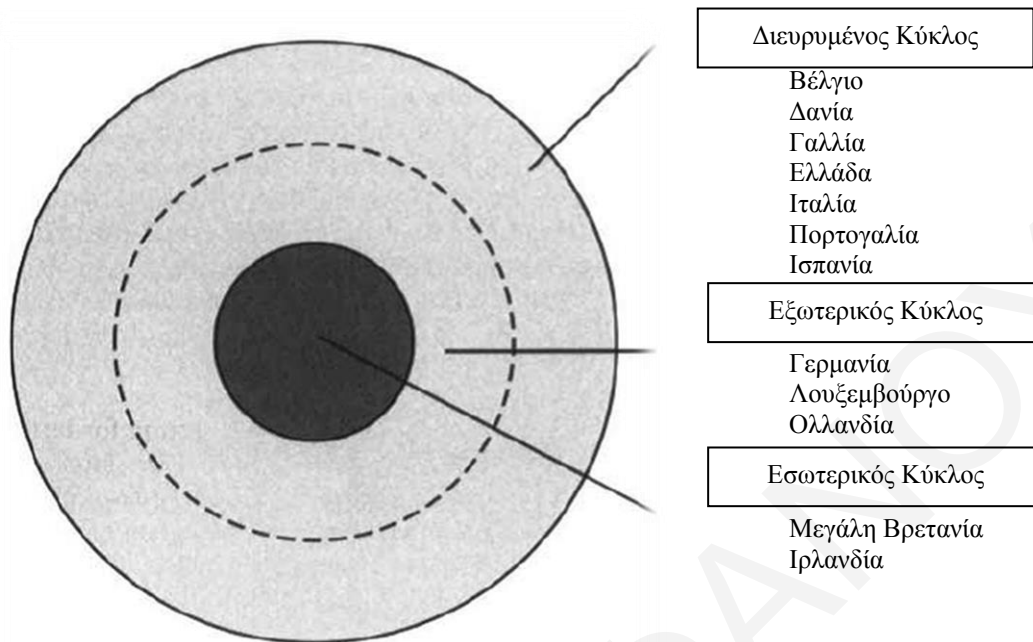
Η αγγλική γλώσσα τοποθετείται στην κορυφή της γλωσσικής πυραμίδας και στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ). Ο Fishman (1994) παρατηρεί ότι η αγγλική χρησιμοποιείται ως γλώσσα-όχημα στην Ευρώπη σε αρκετά πεδία και μεταξύ των ομιλητών λιγότερο ομιλούμενων γλωσσών. Ο Ammon (1994) τονίζει ότι η αγγλική είναι παρούσα στην καθημερινή ζωή των Ευρωπαίων μέσω της μουσικής, της τηλεόρασης, του κινηματογράφου, της διαφήμισης και των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Χρησιμοποιείται, ακόμη, ως γλώσσα-όχημα σε πολλούς τομείς όπως λ.χ. στον επιστημονικό τομέα και ειδικά στα επιστημονικά περιοδικά όπου δίνει την ευκαιρία στους επιστήμονες να επικοινωνούν με τη βοήθεια μιας κοινής γλώσσας (Karlan 2001). Όπως υποστηρίζει ο Crystal (1997:80), οι ευρωπαϊκοί οργανισμοί που περιλαμβάνονται στην επετηρίδα διεθνών οργανισμών, χρησιμοποιούν ως επίσημη γλώσσα ή ως γλώσσα εργασίας την αγγλική σε ποσοστό 99%. Παρόμοια, οι Labrie και Quell (1997) τονίζουν ότι η γλωσσική πολιτική των κρατών-μελών σε σχέση με τις ξένες γλώσσες λαμβάνει μια σαφή κατεύθυνση προς όφελος της αγγλικής. Η αγγλική κατέχει την πρώτη θέση ανάμεσα στις ξένες γλώσσες και οι νεότερες γενιές έχουν περισσότερα κίνητρα να τη μάθουν από οποιαδήποτε άλλη γλώσσα.

Ο Kachru (1985) περιγράφει τη διαδικασία διεθνοποίησης της αγγλικής γλώσσας και την επίδραση που ασκεί σε διάφορες χώρες χρησιμοποιώντας ένα, κοινώς αποδεκτό σήμερα, σχήμα που αναπαριστά τρεις ομόκεντρους κύκλους. Στον εσωτερικό κύκλο τοποθετούνται οι χώρες στις οποίες η αγγλική χρησιμοποιείται ως μητρική γλώσσα, στον εξωτερικό κύκλο τοποθετούνται οι χώρες –συνήθως πρώην αποικίες– που χρησιμοποιούν την αγγλική ως δεύτερη γλώσσα και στο διευρυμένο κύκλο όσες

⁴⁸ “On this evidence, globalization seems to constitute anglicization. Transnational corporations, international organizations, peacekeeping forces all exhibit a tendency to use English as an official or de facto lingua franca.”

χώρες χρησιμοποιούν την αγγλική ως ξένη γλώσσα. Η Berns (1995) εφαρμόζει το σχήμα των τριών ομόκεντρων κύκλων, για να περιγράψει την κατάσταση της αγγλικής γλώσσας στην ΕΕ. Στην ΕΕ, η αγγλική επιτελεί διάφορους ρόλους. Καταρχάς, χρησιμοποιείται ως μητρική γλώσσα στις χώρες που μπορούν να ενταχθούν στον εσωτερικό κύκλο: στη Μεγάλη Βρετανία και την Ιρλανδία. Παράλληλα, χρησιμοποιείται ως δεύτερη γλώσσα, κατέχοντας ιδιαίτερη θέση στο γλωσσικό ρεπερτόριο των ομιλητών στις χώρες του εξωτερικού κύκλου, δηλαδή στην Γερμανία, το Λουξεμβούργο και την Ολλανδία. Όπως ισχυρίζεται η Berns (1995), οι χώρες αυτές δίνουν ιδιαίτερη θέση στην αγγλική γλώσσα στηρίζοντάς την μέσα από συγκεκριμένες γλωσσικές πολιτικές, αλλά και μέσα από την εκπαιδευτική γλωσσική πολιτική που εφαρμόζουν. Δεν αποκλείεται βέβαια, σε μερικές περιπτώσεις, η αγγλική να χρησιμοποιείται και ως ξένη γλώσσα, γι' αυτό και στο σχήμα ή γραμμή που χωρίζει τους δύο κύκλους είναι διακεκομμένη (βλ. Σχήμα 3.1). Η Fenyó (2003) παρατηρεί ότι, στην περίπτωση της ΕΕ, τα όρια ανάμεσα στους δύο κύκλους είναι δυσδιάκριτα. Θεωρεί ότι είναι δύσκολο να εντάξουμε τις ευρωπαϊκές χώρες με σιγουριά στον ένα ή στον άλλο κύκλο. Καταλήγει, επίσης, στο συμπέρασμα ότι επειδή η αγγλική επιτελεί πολλαπλές λειτουργίες, είναι δυνατό να γίνει η πρώτη γλώσσα των ευρωπαίων πολιτών. Στο διευρυμένο κύκλο εντάσσονται οι χώρες στις οποίες η αγγλική διδάσκεται ως ξένη γλώσσα και χρησιμοποιείται στη διεθνή επικοινωνία. Σ' αυτή την κατηγορία η Berns (1995) τοποθετεί το Βέλγιο, τη Δανία, τη Γαλλία, την Ελλάδα, την Ιταλία, την Πορτογαλία και την Ισπανία.

Σχήμα 3.1 Η διάδοση της αγγλικής στην Ευρώπη



Βασισμένο στην Berns (1995) που βασίζεται στον Kachru (1985)

Με τις τρεις τελευταίες διευρύνσεις της ΕΕ το 2004⁴⁹, το 2007⁵⁰ και το 2013⁵¹, τίθεται τώρα το ερώτημα πού, στους τρεις ομόκεντρους κύκλους του Kachru, μπορούν να τοποθετηθούν τα νέα κράτη-μέλη. Σίγουρα, η ένταξη των 12 νέων κρατών-μελών αυξάνει τον αριθμό των χωρών της ΕΕ στο διευρυμένο κύκλο. Αυτό προκύπτει από τα δεδομένα του ευρωπαϊκού δικτύου Eurydice για την εκπαίδευση στην Ευρώπη. Με βάση τα δεδομένα της έρευνας για τη διδασκαλία των ξένων γλωσσών στα κράτη-μέλη, διαφαίνεται ότι το 90% των ευρωπαίων μαθητών διδάσκονται αγγλικά σε κάποια φάση της εκπαίδευσής τους. Τα αγγλικά διδάσκονται ως υποχρεωτική ξένη γλώσσα σε 13 ευρωπαϊκές χώρες⁵² και αποτελούν επίσημη γλώσσα σε τρία κράτη-μέλη: τη Μεγάλη Βρετανία, την Ιρλανδία και τη Μάλτα. Διαφαίνεται λοιπόν ότι υπάρχει μια ισχυρή τάση για εκμάθηση της αγγλικής ως ξένης γλώσσας στην πλειοψηφία των κρατών μελών. Το 2005 σε έρευνα του το Ευρωβαρόμετρο⁵³ αναφέρει ότι 38% των Ευρωπαίων δήλωναν πως μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν

⁴⁹ Το 2004 εντάσσονται στην Ευρωπαϊκή Ένωση δέκα νέα μέλη, η Τσεχική Δημοκρατία, η Εσθονία, η Ουγγαρία, η Λετονία, η Λιθουανία, η Πολωνία, η Σλοβακία, η Σλοβενία η Μάλτα και η Κύπρος.

⁵⁰ Το 2007 εντάσσονται η Ρουμανία και η Βουλγαρία.

⁵¹ Το 2013 εντάσσεται η Κροατία.

⁵² Key data on teaching languages at school in Europe: 2008

http://eacea.ec.europa.eu/ressources/eurydice/pdf/0_integral/095EN.pdf

⁵³ Eurobarometer 2005: *Europeans and languages* http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_237.en.pdf.

επαρκώς την αγγλική γλώσσα, αποδεικνύοντας ότι παραμένει η πιο διαδεδομένη ξένη γλώσσα στην ΕΕ. Παράλληλα, χρησιμοποιείται ως βασική γλώσσα διδασκαλίας σε πολλά ευρωπαϊκά πανεπιστήμια. Στην παρατηρούμενη διαδικασία διεθνοποίησης της ανώτατης εκπαίδευσης, πολλές χώρες επιλέγουν την αγγλική γλώσσα ως γλώσσα διδασκαλίας για τα πανεπιστήμιά τους, με κύριο στόχο να προσελκύσουν φοιτητές από άλλες ευρωπαϊκές χώρες ή από τον υπόλοιπο κόσμο, ούτως ώστε να επωφεληθούν οικονομικά με τον ίδιο τρόπο που το έκαναν μέχρι πρότινος κατ' αποκλειστικότητα οι αγγλόφωνες χώρες (Karlan 2001, Truchot 2002). Οι Davy και Pavlou (2001) παρατηρούν ότι η θέση της αγγλικής στην Κύπρο παρουσιάζει μια ιδιομορφία σε σχέση με άλλες πρώην αποικίες, όπου τις περισσότερες φορές, η αγγλική είχε τη θέση δεύτερης γλώσσας. Θεωρούν ότι η χρήση και η θέση της στην Κύπρο παρουσιάζει αρκετές ομοιότητες με τη χρήση και τη θέση της στη Δανία⁵⁴. Με βάση τα όσα αναφέρουν, φαίνεται ότι η Κύπρος εντάσσεται κάπου στα όρια μεταξύ του εξωτερικού και του διευρυμένου κύκλου. Ο Yazgiri (2007) ισχυρίζεται ότι η θέση της αγγλικής στην Κύπρο μετακινήθηκε από τον εξωτερικό στο διευρυμένο κύκλο, έπαψε, δηλαδή, να χρησιμοποιείται ως δεύτερη γλώσσα και τώρα χρησιμοποιείται ως ξένη γλώσσα και ως γλώσσα-όχημα. Η Tsiplakou (2009α) όμως, υποστηρίζει ότι δεν μπορεί να στηριχθεί η άποψη ότι η αγγλική στην Κύπρο είχε σε κάποια χρονική περίοδο το στάτους δεύτερης γλώσσας. Όσον αφορά δε τα μετα-αποικιακά χρόνια, επισημαίνει ότι η αγγλική χρησιμοποιείται στην Κύπρο ως γλώσσα-όχημα σε τομείς όπως ο τουρισμός, οι υπεράκτιες εταιρείες, η διπλωματία, και μερικώς το εμπόριο και η βιομηχανία.

3.2.1.1 Γλωσσικός ιμπεριαλισμός ή γλωσσική αναγκαιότητα;

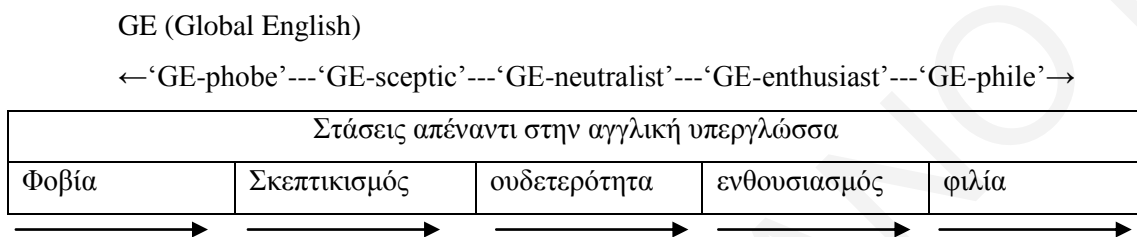
Η διάχυση της αγγλικής σε πάρα πολλούς τομείς, οδηγεί σε γλωσσικές πολιτικές και τακτικές που ευνοούν τη μονογλωσσία και απειλούν τη γλωσσική πολυμορφία και την πολυγλωσσία. Η διεθνοποίηση της αγγλικής γλώσσας και η ηγεμονία που ασκεί σε πολλές χώρες και σε πολλές γλώσσες έχει ως αποτέλεσμα να διατυπώνονται διαμετρικά αντίθετες απόψεις σε σχέση με το ρόλο που επιτελεί. Για παράδειγμα ο Paparavlou (2001α: 431) γράφει:

⁵⁴ Όπως παρατηρούν, η αγγλική στη Δανία κατέχει σημαντική θέση στο εκπαιδευτικό σύστημα και χρησιμοποιείται στην επικοινωνία με τους Ευρωπαίους αλλά και σε τομείς διεθνούς δραστηριότητας.

«Στην Κύπρο, η επίδραση της αγγλικής στην ελληνική κυπριακή διάλεκτο οδήγησε σε δημόσιους διαπληκτισμούς και έγινε θέμα εκτενών συζητήσεων στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.»

Αυτές οι απόψεις αποτελούν, σύμφωνα με τον Holland (2002), ένα συνεχές που εκτείνεται από την υιοθέτηση μιας αρνητικής στάσης απέναντι στην αγγλική υπεργλώσσα μέχρι την υιοθέτηση μιας θετικής στάσης (βλ. Σχήμα 3.2).

Σχήμα 3.2: Συνεχές που παρουσιάζει τις απόψεις των ερευνητών για την αγγλική υπεργλώσσα



Ερευνητές όπως ο Phillipson (1992) και η Pennycook (1994) εκφράζουν σκεπτικισμό και φόβο για την πορεία που ακολουθεί η διεθνοποίηση της αγγλικής γλώσσας και για τις συνέπειες που έχει. Θεωρούν ότι η διάδοση της αγγλικής αποτελεί μορφή γλωσσικού ιμπεριαλισμού (Phillipson 1992: 24, Pennycook 1994: 147), που είναι άμεσα συνδεδεμένη με τις πολιτικές των αποικιοκρατών, τον καπιταλισμό και την παγκοσμιοποίηση. Η αγγλική, όπως υποστηρίζει ο Phillipson (2001: 2), «οδηγεί κάποιους στην επιτυχία και άλλους στην αποτυχία» Η αγγλική, ως γλώσσα των λίγων, της ελίτ που δημιουργήθηκε μετά την αποικιοκρατία μπορεί να θεωρηθεί απειλή για τους άλλους πολιτισμούς και για τις τοπικές ταυτότητες (Phillipson 1992) και να δημιουργήσει ανισότητες που να επηρεάσουν τις τοπικές γλώσσες. Ο Phillipson (1992: 47) πιστεύει ότι:

«Η ηγεμονία της αγγλικής γλώσσας επιβεβαιώνεται και διατηρείται από την καθιέρωση και τη συνεχή ανασύνθεση των δομικών και πολιτιστικών ανισοτήτων μεταξύ των αγγλικών και άλλων γλωσσών».

Αντίθετα, ο Crystal (1997: 75) υιοθετεί μια πιο ουδέτερη ή και φιλική στάση απέναντι στην αγγλική γλώσσα, υποστηρίζοντας ότι στην ιστορία της διεθνοποίησης της αγγλικής γλώσσας:

«(...) δεν είναι δυνατό να αναγνωρίσει κανείς τα αίτια και τα αιτιατά. Τόσες πολλές εξελίξεις λάμβαναν χώρα την ίδια στιγμή, ούτως ώστε μπορούμε μόνο να

αναφερθούμε στη δημιουργία, στο τέλος του 19ου αιώνα, μιας γενικώς συμφωνημένης άποψης που έκανε την αγγλική, την αβίαστη επιλογή για πρόοδο.⁵⁵»

Η αγγλική έγινε διεθνής αφού «βρισκόταν συστηματικά τη σωστή ώρα στο σωστό τόπο» (Crystal 1997: 110).

Οι συζητήσεις για την ηγεμονία της αγγλικής γλώσσας είναι πολύ συχνές και στο πλαίσιο της ΕΕ. Και σε αυτή την περίπτωση υπάρχουν αφενός μεν ουδέτερες και μετριοπαθείς στάσεις, αφετέρου δε εχθρικές. Πολλοί ερευνητές θεωρούν ότι η διάχυση της αγγλικής συνιστά γλωσσικό πρόβλημα για την ΕΕ, επειδή η διαδεδομένη χρήση της οδηγεί σε παρακμή τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές γλώσσες και παράλληλα παραβιάζει τα γλωσσικά δικαιώματα των ευρωπαίων πολιτών. Οι Phillipson και Skutnabb-Kangas (1997: 35) δίνουν ως παράδειγμα τη διγλωσσία που επικρατεί ανάμεσα στην ηγεμονική αγγλική και τις τοπικές γλώσσες στο χώρο της οικονομίας και των επιχειρήσεων σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Πιστεύουν ότι εφόσον, όπως προκύπτει από δεδομένα που προέρχονται από την Ολλανδία και τις σκανδιναβικές χώρες, η γνώση της αγγλικής θεωρείται υποχρεωτική για να σταδιοδρομήσει κανείς στο χώρο των επιχειρήσεων, η εκτεταμένη χρήση της δημιουργεί μια κατάσταση γλωσσικής ανισότητας για τις τοπικές γλώσσες και παραβιάζει το βασικό δικαίωμα των ευρωπαίων πολιτών να χρησιμοποιούν τη γλώσσα τους. Παρόμοια είναι η θέση της Rogers (1998), η οποία αναφέρει ότι η χρήση της αγγλικής στον τομέα των επιχειρήσεων αφενός μεν διευκολύνει την επικοινωνία, αφετέρου δε δημιουργεί διακρίσεις, μια και για κάποιους είναι η μητρική γλώσσα και για άλλους όχι. Σύμφωνα με την Rogers (1998), το δεδομένο αυτό δημιουργεί διάφορα προβλήματα, όπως για παράδειγμα επικοινωνιακά χάσματα μεταξύ φυσικών και μη φυσικών ομιλητών της αγγλικής, γεννά αντιδράσεις από αυτούς που αναγκάζονται να χρησιμοποιήσουν την αγγλική και όχι τη μητρική τους γλώσσα για να επικοινωνήσουν, ανισότητα μεταξύ των υπόλοιπων Ευρωπαίων που πρέπει να γνωρίζουν τουλάχιστον μια ξένη γλώσσα για να επικοινωνήσουν και των Βρετανών που χρησιμοποιούν τη μητρική τους γλώσσα. Σε παρόμοια συμπεράσματα καταλήγουν και οι Charles και Marshan-Piekkari (2002). Όπως υποστηρίζουν οι Marshan-Piekkari και al. (1999β), η χρήση της αγγλικής ως επίσημης και κοινής γλώσσας σε μια επιχείρηση μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη συσσώρευση δύναμης

⁵⁵ “It is not possible to identify cause and effect. So many developments were taking place at the same time that we can only point to the emergence, by the end of the nineteenth century, of a climate of largely unspoken opinion which had made English the natural choice for progress.”

στα χέρια αυτών που μπορούν να χειριστούν καλύτερα την αγγλική και την απώλεια δύναμης όσων δεν έχουν γλωσσική επάρκεια στη γλώσσα με αποτέλεσμα να δημιουργούνται ανισότητες.

Σε αντίθεση με την πιο πάνω συγκρουσιακή τοποθέτηση, οι Labrie και Quell (1997: 22) διατυπώνουν μια πιο μετριοπαθή θέση. Παρατηρούν ότι η αγγλική καταλαμβάνει θέση γλώσσας-οχήματος στην επικοινωνία μεταξύ των ευρωπαϊκών πολιτών. Η θέση της ενισχύεται τόσο από τη διδασκαλία της ως ξένης γλώσσας στα περισσότερα κράτη μέλη, όσο και από τις δυνάμεις της γλωσσικής αγοράς που απαιτούν και ταυτόχρονα αναπαράγουν τη χρήση της. Παρόμοια, ο Haarmann (2005) τονίζει ότι, στην περίπτωση των εμπορικών συναλλαγών, η αγγλική αποτέλεσε τη φυσική επιλογή αφού η χρήση της διευκολύνει την επικοινωνία: συνεπώς, η επιλογή της υπαγορεύεται κατά βάση από πρακτικούς κυρίως και όχι από κοινωνικούς, ψυχολογικούς ή συμβολικούς παράγοντες. Οι Hollqvist (1984) καταλήγει σε παρόμοιο συμπέρασμα. Υποστηρίζει ότι η κύρια διεθνής γλώσσα, η αγγλική, αποτελεί τη φυσική επιλογή για πολλές πολυεθνικές αλλά και μικρομεσαίες επιχειρήσεις για πρακτικούς κυρίως λόγους. Στην ίδια κατεύθυνση κινείται και ο Truchot (1999: 326), ο οποίος συμπεραίνει ότι:

«Η γνώση και η χρήση των ισχυρών γλωσσών, και ιδίως των αγγλικών, είναι αναγκαία για πλήθος επαγγελματίες, πολιτιστικές και καθημερινές δραστηριότητες, καθώς και για κάθε διεθνή επαφή».

3.2.2 Πολυγλωσσία

Παράλληλα, η πολυγλωσσία αποτελεί αναντίρρητα γλωσσική συνέπεια της νέας πραγματικότητας όπως αυτή διαμορφώνεται τις τελευταίες δεκαετίες. Ο όρος πολυγλωσσία έχει διττή σημασία. Αναφέρεται αφενός στην ικανότητα ενός ομιλητή να χρησιμοποιεί δύο ή περισσότερες γλώσσες και αφετέρου σε ένα κοινωνικό φαινόμενο κατά το οποίο σε μια γλωσσική κοινότητα χρησιμοποιούνται δύο ή περισσότερες γλώσσες. Η πολυγλωσσία και η διαχείρισή της απασχόλησε και απασχολεί πολλούς ερευνητές. Αυτό συμβαίνει επειδή η γλωσσική πολυμορφία μπορεί να αντιμετωπιστεί με διαφορετικούς τρόπους: με γλωσσικές πολιτικές που οδηγούν στην ενίσχυση και τη διεύρυνσή της ή με προσπάθειες να μειωθούν οι γλωσσικοί πόροι και να επιβληθεί μονογλωσσία. Όπως πολύ εύστοχα παρατηρεί ο Χριστίδης (1999: 92):

«Η γλωσσική πολυμορφία αντιμετωπίζεται ως μια πρόκληση αρνητική και θετική. Αρνητική, γιατί η πολυμορφία μπορεί να αποτελέσει εμπόδιο στη διαδικασία της νεοφιλελεύθερης παγκοσμιοποίησης και στη νέα καταναλωτική ομοιογένεια που προωθείται. Θετική, γιατί η πολυμορφία, αν αντιμετωπιστεί κατάλληλα, μπορεί να ενταχθεί –ως εμπόρευμα– στο χώρο της αγοράς και να διευκολύνει τη διαδικασία της παγκοσμιοποίησης»⁵⁶.

3.2.2.1 Η διαχείριση της πολυγλωσσίας στην ΕΕ

Η ΕΕ αποτελεί σήμερα τον πιο πολύγλωσσο υπερεθνικό οργανισμό. Ειδικότερα, οι διευρύνσεις του 2004, του 2007 και του 2013 είχε μεταξύ άλλων και γλωσσικές συνέπειες. Μετά την τελευταία προσχώρηση το 2007, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει συνολικά 27 κράτη-μέλη, 23 επίσημες γλώσσες και περισσότερες από 100 αυτόχθονες, επαρχιακές και μειονοτικές γλώσσες⁵⁷ με περίπου 46 εκατομμύρια ομιλητές⁵⁸. Σε αυτές τις γλώσσες πρέπει να προστεθούν και οι γλώσσες των μεταναστών, που προέρχονται από μη ευρωπαϊκές χώρες⁵⁹.

Η διαχείριση της πολυγλωσσίας στην ΕΕ, αποτελεί ένα ζήτημα με ποικίλες πολιτικές και οικονομικές διαστάσεις. Όπως τονίζει ο Nelde (2004: 108): «ο γλωσσικός σχεδιασμός και η γλωσσική πολιτική χρειάστηκε να αντιμετωπίσουν και τις νέες συνθήκες γλωσσικής επαφής στην Ευρώπη». Ο Van Els (2001) προτείνει ένα πλαίσιο με βάση το οποίο μπορούμε να εξετάσουμε τη γλωσσική πολιτική και τη γλωσσική πρακτική που εφαρμόζει η Ε.Ε. σε σχέση με την πολυγλωσσία. Θεωρεί ότι πρέπει να διαχωρίσουμε ανάμεσα στη γλωσσική πολιτική και τις γλωσσικές πρακτικές που εφαρμόζουν οι διάφοροι ευρωπαϊκοί οργανισμοί στην εσωτερική τους επικοινωνία, στην επικοινωνία τους με τα κράτη μέλη και τους πολίτες των κρατών μελών και στην επικοινωνία με τον υπόλοιπο κόσμο εκτός ΕΕ και στη γλωσσική πολιτική και

⁵⁶ Χαρακτηριστικά είναι τα δημοσιεύματα της εφημερίδας Ριζοσπάστης, που παρουσιάζουν με καυστικό τρόπο την προσπάθεια των Ευρωπαίων να συνδέσουν τη πολυγλωσσία με τη διατήρηση των οικονομικών και στρατηγικών συμφερόντων της ΕΕ: «Κερδοσκοπική διαχείριση των γλωσσών» ανακτήθηκε από: <http://www2.rizospastis.gr/story.do?id=4438403> 8.3.2015,

«Γλώσσες σημαίνουν μπίζνες!» ανακτήθηκε από <http://www.rizospastis.gr/story.do?id=4158190> 3.5.2010,
«Lingua... φράγκα!» ανακτήθηκε από <http://www2.rizospastis.gr/story.do?id=4311594> 3.5.2010

⁵⁷ Ο αριθμός αυτός αναφέρεται στις τέσσερις μελέτες *Ευρωμοσαϊκό* I, II, III και IV που έγιναν με εντολή της Κομισιόν το 1992, το 1999, το 2004 και το 2009, και στις καταγράφονται οι αυτόχθονες, επαρχιακές και μειονοτικές γλώσσες όλων των κρατών μελών Ανακτήθηκε στις 30/3/2015 από http://ec.europa.eu/languages/euromosaic2008-comparative-sumury_en.pdf.

⁵⁸ Το Ευρωπαϊκό Γραφείο για τις Λιγότερο Διαδεδομένες Γλώσσες (EBLUL) συστάθηκε το 1982, με σκοπό την προστασία των αυτόχθονων, επαρχιακών και μειονοτικών γλωσσών και την ενίσχυση της επικοινωνίας μεταξύ των διάφορων οργανισμών που ασχολούνται με τις γλώσσες αυτές.

⁵⁹ Σύμφωνα με έρευνα του Ευρωβαρομέτρου, το 2006 οι μετανάστες στην Ευρωπαϊκή Ένωση ανέρχονταν σε 3 εκατομμύρια: 1.2 εκατομμύρια προέρχονταν από τα 27 κράτη-μέλη και 1.8 εκατομμύρια από χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Διαθέσιμες πληροφορίες στο Immigration in the EU27 in 2006 <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=STAT/08/162&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

τις γλωσσικές πρακτικές που εφαρμόζονται εντός και μεταξύ των κρατών μελών, χωρίς να παρεμβαίνουν οποιοδήποτε ευρωπαϊκοί οργανισμοί.

Όσον αφορά την πολιτική που εφαρμόζουν οι ευρωπαϊκοί οργανισμοί, με βάση το άρθρο 217 της Συνθήκης της Ρώμης του 1957, οι εθνικές γλώσσες όλων των κρατών μελών αποτελούν «επίσημες γλώσσες και γλώσσες εργασίας» της ΕΕ. Όπως παρατηρεί ο Van Els (2001: 266), ο αρχικός κανονισμός που αφορούσε τις επίσημες γλώσσες στην Ε.Ε. δεν αποσαφηνίζει τη διαφορά ανάμεσα στους όρους *επίσημη γλώσσα* και *γλώσσα εργασίας*. Έτσι, δίνεται η δυνατότητα στους ευρωπαϊκούς οργανισμούς να επιλέγουν κάποια ή κάποιες από τις επίσημες γλώσσες της ΕΕ, ως γλώσσα/ες εργασίας για να διεκπεραιώνουν τα ζητήματα ρουτίνας. Στην πραγματικότητα λοιπόν, η πολυγλωσσία και η ισότητα των επισήμων γλωσσών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αποτελεί μια ιδεατή πραγματικότητα. Θεωρητικά, η πολυγλωσσία αποτελεί επιδίωξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στην πραγματικότητα, όμως, παρά την ύπαρξη ενός τεράστιου μεταφραστικού μηχανισμού που κοστίζει στην 800 εκατομμύρια ευρώ ετησίως⁶⁰, οι εσωτερικοί κανονισμοί και οι γλωσσικές πρακτικές εντός των ευρωπαϊκών οργάνων δεν είναι ομοιόμορφες και ευνοούν τελικά δύο γλώσσες οχήματα, την αγγλική, κυρίως, και τη γαλλική. Για παράδειγμα, στις επίσημες συναντήσεις του Συμβουλίου Υπουργών και στο Ευρωκοινοβούλιο, όλα τα έγγραφα είναι διαθέσιμα σε όλες τις επίσημες γλώσσες της ΕΕ και κατά τη διάρκεια των συνεδριάσεων παρέχεται διερμηνεία από και προς όλες τις γλώσσες. Αντίθετα, στις ανεπίσημες συναντήσεις, οι γλώσσες περιορίζονται στην αγγλική, τη γαλλική και τη γλώσσα της χώρας που αναλαμβάνει την ευρωπαϊκή προεδρία (Van Els 2001, 2005). Όπως υποστηρίζει ο Phillipson (1999: 308):

«...στην πράξη, όμως, ισχύει μια «ιεραρχία κοτετσιού», όπου η αγγλική και η γαλλική έχουν τα πιο ισχυρά ράμφη, τόσο ως γλώσσες στις οποίες συντάσσονται τα περισσότερα έγγραφα, όσο και ως γλώσσες που χρησιμοποιούνται στις περισσότερες διαπραγματεύσεις. Στην πραγματικότητα, οι ευρωπαίοι πολιτικοί και γραφειοκράτες επιλέγουν –ή αναγκάζονται– να χρησιμοποιούν κάποια ξένη γλώσσα, αντί να επιμείνουν στα δικαιώματα της γλώσσας τους.»

Παρόμοια, ο Van Els (2005: 269) παρατηρεί ότι η συνήθης τακτική είναι να περιορίζεται ο αριθμός των γλωσσών εργασίας σε μία ή δυο. Δίνει ως παράδειγμα την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, στην οποία η ενδοεπικοινωνία και η επικοινωνία με

⁶⁰ Βρυξέλλες, 27.4.2006

τον υπόλοιπο κόσμο γίνεται στην αγγλική. Όλα τα επίσημα έγγραφα, συνήθως με κάποια καθυστέρηση, μεταφράζονται στις υπόλοιπες επίσημες γλώσσες.

Όσον αφορά τις γλωσσικές πολιτικές που εφαρμόζουν τα κράτη μέλη για να εντοπίσουμε τις γλωσσικές πρακτικές εντός των ευρωπαϊκών χωρών πρέπει, σύμφωνα με το Van Els (2001), να εξετάσουμε από τη μια την πολιτική που εφαρμόζουν σε θέματα διδασκαλίας ξένων γλωσσών και από την άλλη τις μειονοτικές γλώσσες⁶¹. Πρέπει να τονιστεί ότι η συνεργασία στο χώρο της εκπαίδευσης είναι προαιρετική, άρα οι αποφάσεις που παίρνουν τα κράτη μέλη για τη διδασκαλία των ξένων γλωσσών είναι προσωπικές και ευνοούν σε μεγάλο ποσοστό, τη διδασκαλία της αγγλικής. Επειδή, όμως, η πολυγλωσσία δεν παύει να αποτελεί επιδίωξη της ΕΕ προωθείται μέσω των ευρωπαϊκών προγραμμάτων που σκοπό έχουν την κινητικότητα των ευρωπαίων πολιτών για σκοπούς εργασίας και σπουδών (Van Els 2001). Ένα τέτοιο πρόγραμμα είναι το πρόγραμμα LINGUA που αφορά την προώθηση της διδασκαλίας και της εκμάθησης των γλωσσών των κρατών-μελών της ΕΕ που δίνει ιδιαίτερη έμφαση στις λιγότερο διδασκόμενες και διαδεδομένες γλώσσες των κρατών-μελών.

3.2.2.2 Πολυγλωσσία και οικονομική δραστηριότητα στην ΕΕ

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προβαίνει σε συνεχείς ανακοινώσεις, έρευνες, αποφάσεις και οδηγίες που αφορούν τη διαχείριση της πολυγλωσσίας και την επέκτασή της σε όσο το δυνατόν περισσότερους τομείς δράσης. Ένας σχετικά νέος τομέας δράσης, είναι αυτός της προώθησης της πολυγλωσσίας στο χώρο της οικονομίας, της οικονομικής δραστηριότητας και των επιχειρήσεων, όπως προκύπτει από τις συνεχείς αναφορές που βρίσκουμε, από το 2005⁶² και εξής, σε έγγραφα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που μνημονεύουν έρευνες σε σχέση με την ευρωπαϊκή γλωσσική πολιτική και την

⁶¹ Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρέχει στήριξη σε δύο βασικούς οργανισμούς που έχουν ως αποστολή την προώθηση των περιφερειακών και μειονοτικών γλωσσών και την παροχή σχετικών πληροφοριών: το Ευρωπαϊκό Γραφείο για τις Λιγότερο Διαδεδομένες Γλώσσες (EBLUL) και το Δίκτυο Mercator.

⁶² Ένα νέο στρατηγικό πλαίσιο για την πολυγλωσσία. Διαθέσιμο στο:

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0596:FIN:EL:PF>

Ομάδα υψηλού επιπέδου για την πολυγλωσσία. Διαθέσιμο στο:

http://ec.europa.eu/education/languages/archive/doc/multishort_el.pdf

ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise (Ο αντίκτυπος που έχει στην ευρωπαϊκή οικονομία η έλλειψη προσόντων όσον αφορά τη γνώση ξένων γλωσσών στο χώρο των επιχειρήσεων). Διαθέσιμο στο: http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/doc421_en.pdf

Πολυγλωσσία: πλεονέκτημα για την Ευρώπη και κοινή δέσμευση. Διαθέσιμο στο

http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/com/2008_0566_el.pdf

“Languages mean business”. Διαθέσιμο στο:

http://ec.europa.eu/commission_barroso/orban/news/docs/speeches/070921_Languages_mean_business/070921_Languages_mean_business_en.pdf

πολυγλωσσία. Για παράδειγμα, στην ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Ένα νέο στρατηγικό πλαίσιο για την πολυγλωσσία»⁶³ τονίζεται ότι ένας από τους τρεις στόχους της πολιτικής για την πολυγλωσσία που εφαρμόζει η Επιτροπή είναι «να προαγάγει μια υγιή πολύγλωσση οικονομία» (ο.π. 3). Στο κείμενο αυτό γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στη σημασία των γλωσσών για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Αναφέρεται συγκεκριμένα:

«Για να συναλλάσσονται με επιχειρήσεις άλλων κρατών μελών, οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις χρειάζονται δεξιότητες χειρισμού τόσο των ευρωπαϊκών γλωσσών όσο και των γλωσσών των άλλων εμπορικών μας εταίρων από όλο τον κόσμο. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τις μεσαίες, ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις που δημιουργούν θέσεις απασχόλησης, και αποτελούν τους κυριότερους φορείς καινοτομίας, απασχόλησης και κοινωνικής ένταξης καθώς επίσης και ένταξης στις τοπικές κοινωνίες της Ένωσης.»

Με παρόμοιο τρόπο, το κείμενο «Πολυγλωσσία: πλεονέκτημα για την Ευρώπη και κοινή δέσμευση»⁶⁴ τονίζει ότι:

«Οι γλώσσες μπορούν να αποτελέσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις κοινοτικές επιχειρήσεις (...) Επομένως, η πρόκληση συνίσταται στην ενσωμάτωση της πολυγλωσσίας σε όλες τις στρατηγικές που στοχεύουν στην ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού (ο.π. 8).

Η συνδρομή των γλωσσών στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων αποτέλεσε θέμα συνεδρίου που διοργανώθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή⁶⁵. Με σκοπό να μετατραπεί ο γλωσσικός πλούτος της Ευρώπης σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προτείνει μια σειρά από μέτρα τα οποία θα πρέπει να αναληφθούν σε διάφορα επίπεδα. Στο επίπεδο των επιχειρήσεων, σε εθνικό επίπεδο, σε τοπικό και τέλος σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Όσον αφορά τις επιχειρήσεις ειδικότερα, τονίζεται η ανάγκη να αναπτύξουν γλωσσικές στρατηγικές που να τις βοηθούν να βρουν και να αναπτύξουν τρόπους διαχείρισης των γλωσσικού κεφαλαίου που ήδη κατέχει το υπάρχον ανθρώπινο δυναμικό. Προτείνεται, επίσης, να επανασχεδιαστούν τα κριτήρια πρόσληψης που ισχύουν για κάθε επιχείρηση σε συνεργασία με το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού και να αναπτυχθούν στοχευμένα προγράμματα γλωσσικής κατάρτισης που να απευθύνονται στους εργαζόμενους κάθε επιχείρησης.

⁶³ Ένα νέο στρατηγικό πλαίσιο για την πολυγλωσσία. Βρυξέλλες, 22.11.2005. Διαθέσιμο στο: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0596:FIN:EL:PDF>

⁶⁴ Πολυγλωσσία: πλεονέκτημα για την Ευρώπη και κοινή δέσμευση. Βρυξέλλες, 18.9.2008. Διαθέσιμο στο: http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/com/2008_0566_el.pdf

⁶⁵ Οι γλώσσες σημαίνουν δουλειές: οι εταιρείες δουλεύουν καλύτερα με τις γλώσσες. Συστάσεις από το Επιχειρησιακό Φόρουμ για την Πολυγλωσσία το οποίο συστήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Διαθέσιμο στο http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/pdf/language/davignon_el.pdf

Επισημαίνεται ότι στα πιο πάνω βήματα θα βοηθήσουν τις επιχειρήσεις: **1.** η εργοδότηση φυσικών ομιλητών διαφόρων γλωσσών, **2.** η χρήση της γλωσσικής τεχνολογίας (π.χ. αυτόματης μετάφρασης) **3.** η χρήση μεταφραστών και διερμηνέων **4.** ή συμμετοχή των επιχειρήσεων στις προσπάθειες που γίνονται για αύξηση της διεθνούς κινητικότητας των εργαζομένων.

Από τα πιο πάνω διαφαίνεται ότι στην ΕΕ των 28 η ζήτηση για γλώσσες εκτός από την αγγλική αυξάνεται, και παράλληλα αυξάνεται το γλωσσικό κεφάλαιο της πολυγλωσσίας. Ο Nelde (2004: 114) αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Η πολυγλωσσία θεωρείται συχνά ως μια οικονομική και επαγγελματική μηχανή που ανεβάζει το επίπεδο ζωής και καθιστά δυνατή την πρόσβαση σε νέους επαγγελματικούς τομείς του εμπορίου πέραν των γεωγραφικών συνόρων και με διεθνείς και παγκοσμιοποιημένους εργοδότες.»

Η πολυγλωσσία αντιμετωπίζεται, λοιπόν, ως οικονομική αναγκαιότητα και η ανταγωνιστικότητα της ευρωπαϊκής οικονομίας θεωρείται στενά συνυφασμένη με την ικανότητα των επιχειρήσεων να χειρίζονται με επάρκεια τις ευρωπαϊκές γλώσσες για να μπορούν να επικοινωνούν όχι μόνο με τους ευρωπαίους εταίρους τους αλλά και με άλλους συνεργάτες σε όλο τον κόσμο. Παράλληλα, η πολυγλωσσία διευκολύνει την κινητικότητα του εργατικού δυναμικού και τις εμπορικές συναλλαγές μεταξύ των κρατών-μελών, θεωρείται ζωτικής σημασίας για το επιχειρησιακό περιβάλλον και απαραίτητη για τα στελέχη των επιχειρήσεων. Ο γλωσσικός πλουραλισμός δεν αποτελεί, λοιπόν, μόνο αναφαίρετο δικαίωμα των Ευρωπαίων, αλλά συσχετίζεται θετικά και με την επαγγελματική ανέλιξη του κάθε ευρωπαίου πολίτη και με την οικονομική επιτυχία των ίδιων των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων. Οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, λειτουργούν σήμερα στο πλαίσιο μιας ενιαίας αγοράς που αποτελείται από 500 εκατομμύρια κατοίκους και βασίζεται στην αρχή της ελεύθερης διακίνησης των προσώπων, των αγαθών, των υπηρεσιών και των κεφαλαίων⁶⁶. Στα κείμενα της Επιτροπής γίνεται ιδιαίτερη μνεία στη συμβολή της πολυγλωσσίας στην ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που ενώ αποδεδειγμένα αποτελούν τη ραχοκοκαλιά των οικονομιών των κρατών μελών και είναι φορείς καινοτομίας, αντιμετωπίζουν τις μεγαλύτερες δυσκολίες στην προσπάθειά τους να ενσωματώσουν την πολυγλωσσία στα επιχειρησιακά τους σχέδια.

⁶⁶ Ένα όραμα για την ενιαία αγορά του 21ου αιώνα. Βρυξέλλες, 21.2. 2007. Διαθέσιμο στο <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/214&format=HTML&aged=0&language=EL&guiLanguage=en>

3.2.2.3 Πολυγλωσσία ή μονογλωσσία και ανάπτυξη γλωσσικής στρατηγικής: η περίπτωση των επιχειρήσεων

Σήμερα, επικρατούν δύο εκ διαμέτρου αντίθετες τάσεις στη γλωσσική πολιτική και το γλωσσικό σχεδιασμό τόσο σε ευρωπαϊκό, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Αφενός μεν η αγγλική είναι η κύρια διεθνής γλώσσα, η γλώσσα της τεχνολογίας και της επιστήμης, η οποία χρησιμοποιείται ως γλώσσα-όχημα αφετέρου δε, παρόλη την παντοδυναμία της αγγλικής, γίνονται προσπάθειες για προώθηση της πολυγλωσσίας. Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να διευκρινίσουμε κατά πρώτον πώς ορίζεται και πώς χρησιμοποιείται η αγγλική ως γλώσσα-όχημα στον τομέα των επιχειρήσεων και κατά δεύτερον σε ποιο βαθμό η πολυγλωσσία είναι παρούσα ή έχει θέση στις επιχειρήσεις.

Ο Calvet (1998: 91) θεωρεί πως μια γλώσσα-όχημα επιλύει προβλήματα επικοινωνίας που μπορεί να προκύψουν όταν δεν υπάρχει μια κοινή γλώσσα. Γλώσσα-όχημα, σύμφωνα με το Χριστίδη (1999: 1003) είναι:

«η γλώσσα που χρησιμοποιείται ως μέσο επικοινωνίας μεταξύ ομιλητών που δεν έχουν κοινή μητρική γλώσσα π.χ. η αγγλική και η γαλλική στην Αφρική κ.ά.»

Η Hülmbauer και al. (2008) τονίζουν δύο βασικά σημεία που προκύπτουν από τη χρήση της αγγλικής ως γλώσσας όχηματος: **1.** είτε η αγγλική εδραιώνει την επικοινωνία μεταξύ ατόμων που δεν μοιράζονται μια κοινή γλώσσα ή δεν έχουν κοινό πολιτισμό και για τους οποίους η αγγλική αποτελεί μια ξένη γλώσσα, **2.** είτε χρησιμοποιείται μεταξύ φυσικών ομιλητών και μη φυσικών ομιλητών, δηλαδή ατόμων που χρησιμοποιούν την αγγλική ως ξένη γλώσσα.

Ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι η χρήση της αγγλικής στον ευρωπαϊκό χώρο είναι τόσο καθολική που έχει καταλήξει να συνιστά βασικό γνώρισμα της ευρωπαϊκής πολυγλωσσίας (Hülmbauer και al. 2008: 26)⁶⁷. Κατ'επέκταση, η αγγλική αποτελεί μέρος του γλωσσικού ρεπερτορίου πολλών ευρωπαίων πολιτών και σημαντικό στοιχείο της καθημερινότητάς τους.

Ήδη από το 1997 ο Graddol αναφέρει χαρακτηριστικά:

⁶⁷ "One of the most widely applied constituents of European multilingualism, English as a Lingua Franca (ELF) – a phenomenon which is a part of the linguistic repertoire utilized on a daily basis by a large number of plurilingual individuals in Europe.

«Στην Ευρώπη υπάρχουν όλο και περισσότερες μελέτες που καταδεικνύουν ότι η αγγλική είναι η κυριότερη γλώσσα-όχημα στον τομέα των επιχειρήσεων.»⁶⁸

Επιπρόσθετα, οι Seidlhofer και al. (2006: 7) επισημαίνουν ότι η αγγλική στην Ευρώπη χρησιμεύει ως γλώσσα-όχημα «... όταν η χρήση της υπαγορεύεται κυρίως από επικοινωνιακές ανάγκες, (...) για παράδειγμα στην περίπτωση της επίσημης επικοινωνίας μεταξύ επιχειρήσεων»⁶⁹. Ειδικότερα στον τομέα των επιχειρήσεων, η Seidlhofer και al. (2006: 5) αναφέρουν ότι λόγω της διεθνοποίησης των οικονομιών των ευρωπαϊκών χωρών, η χρήση της αγγλικής σε θέση γλώσσας όχηματος, αποτελεί σημαντικό στοιχείο της επαγγελματικής ζωής πολλών Ευρωπαίων.

Λόγω της έντονης παρουσίας της αγγλικής στον τομέα των επιχειρήσεων, οι Louhiala και al. (2005) υιοθετούν τον όρο «Business English Lingua Franca (BELF)», «η αγγλική, γλώσσα-όχημα στον τομέα των επιχειρήσεων». Οι πιο πάνω ερευνητές ουσιαστικά θεωρούν ότι η χρήση της αγγλικής ως γλώσσας οχήματος στον τομέα των επιχειρήσεων, συνιστά μια ειδική υποκατηγορία με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που πρέπει να διερευνηθούν. Η Ehrenreich (2010: 414) θεωρεί ότι η χρήση της αγγλικής στον τομέα των επιχειρήσεων υπογραμμίζει τους πολλούς τρόπους με τους οποίους οι γλωσσικές και οι επιχειρηματικές στρατηγικές διεπιδρούν⁷⁰.

Όπως παρατηρεί η Angouri (2014), οι σύγχρονοι εργασιακοί χώροι είναι διεθνείς και πολύγλωσσοι. Αν και οι γλώσσες οχήματα και συγκεκριμένα η αγγλική κατέχουν σημαντική θέση σε αυτούς, το γλωσσικό τοπίο των μικρομεσαίων, των μεγάλων και των πολυεθνικών επιχειρήσεων περιλαμβάνει και άλλες γλώσσες και είναι πλούσιο και ετερογενές. Στην περίπτωση που μια εταιρεία αποφασίσει να ορίσει την πολυγλωσσία ως μέρος των στόχων της, θα πρέπει να βρει, σύμφωνα με τους Truchot και Huck (2009), μια ισορροπία ανάμεσα στη γλώσσα της χώρας υποδοχής, τη γλώσσα της χώρας προέλευσης και την αγγλική ως γλώσσα-όχημα. Μερικές επιχειρήσεις βρίσκουν αυτή την ισορροπία και κατανέμουν με αρμονικό τρόπο τις γλώσσες. όπως, όμως, επισημαίνει είναι πολύ δύσκολο να επιλέξει κανείς την πολυγλωσσία όταν υπάρχει αυτή η ισχυρή τάση να χρησιμοποιείται ως κύρια γλώσσα επικοινωνίας η αγγλική. Οι Millar και Jensen (2009), σε άρθρο για τη γλωσσική

⁶⁸ “In Europe there is growing evidence that English has become the major business lingua franca.”

⁶⁹ “However, English can also be primarily intended to serve as a lingua franca, where its use is essentially motivated by communicative needs, not linguacultural factors, for instance in scripted conference presentations, international publishing, on official political occasions and for formal business correspondence.”

⁷⁰ “BELF specifies the domain in which ELF is used and emphasizes the many ways in which language and business strategies interact.”

διαχείριση που εφαρμόζεται στις δανέζικες πολυεθνικές εταιρείες, συμπεραίνει ότι η πολυγλωσσία οικοδομείται με αρνητικό τρόπο, ως ανάγκη που προκύπτει λόγω της ανεπάρκειας ορισμένων εθνικοτήτων ή λόγω της επιμονής τους να μη μαθαίνουν αγγλικά και όχι ως αποτέλεσμα μιας συνειδητής επιθυμίας να αποκτήσει κανείς και να βελτιώσει τις γνώσεις του σε μια ξένη γλώσσα για να κατανοήσει καλύτερα τους άλλους ή να επιτύχει μεγαλύτερα κέρδη.

Η πολυγλωσσία στον τομέα των επιχειρήσεων –όπως εξάλλου και σε άλλα κοινωνικά συμφραζόμενα– είναι πολυεπίπεδη και τα διάφορα επίπεδα διαπλέκονται ποικιλοτρόπως μεταξύ τους. Το πρώτο επίπεδο είναι το *θεσμικό*: η *θεσμική πολυγλωσσία* σχετίζεται με την απόφαση μιας εταιρείας να προσφέρει τις υπηρεσίες της σε άλλες γλώσσες. Διαφαίνεται σε αυτό που ονομάζουμε «φιλοσοφία της πολύγλωσσης επιχείρησης» και έρχεται σε αντίθεση με τη «φιλοσοφία της μονόγλωσσης επιχείρησης» (Lüdi και al. 2009). Μια τέτοια απόφαση έχει άμεσες συνέπειες για τις *γλωσσικές πρακτικές*, π.χ. τον αριθμό των γλωσσών στις οποίες δημοσιεύονται τα ενημερωτικά έντυπα μιας επιχείρησης, τα έντυπα που χρησιμοποιεί στην επικοινωνία με τους συνεργάτες της κ.λπ. Το δεύτερο επίπεδο είναι το *συλλογικό* ή *κοινωνική πολυγλωσσία* : αφορά το γλωσσικό ρεπερτόριο των εργαζομένων που μπορεί να περιλαμβάνει διαφορετικές γλώσσες ή γλωσσικές ποικιλίες που είναι εν μέρει ή συνολικά κοινές σε όλο ή μέρος του προσωπικού. Μια εταιρεία μπορεί να διαχειριστεί την κοινωνική πολυγλωσσία είτε διαμορφώνοντας ανάλογα το γλωσσικό της τοπίο, π.χ. χρησιμοποιώντας πολύγλωσση σήμανση (πινακίδες, οδηγίες κ.λπ.), καταφεύγοντας στη μετάφραση ή προωθώντας τη χρήση μιας κοινής γλώσσας επικοινωνίας και υιοθετώντας μια πολιτική προσλήψεων που να την στηρίζει· μπορεί, επίσης, να υιοθετήσει και μέτρα που να στοχεύουν στη βελτίωση της γλωσσικής επάρκειας των εργαζομένων σε ξένες γλώσσες. Ένα τρίτο επίπεδο είναι το *ατομικό επίπεδο* ή *ατομική πολυγλωσσία* και σχετίζεται με τη γλωσσική επάρκεια καθενός από τους εργαζομένους και το σύνολο των γλωσσικών πόρων που ενεργοποιούν προκειμένου να επιλύσουν πρακτικά ζητήματα που ανακύπτουν κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας. Οι επιχειρήσεις μπορεί ενίοτε να αξιοποιούν το ατομικό ρεπερτόριο των εργαζομένων για να επιτύχουν καλύτερη συνεννόηση με τους πελάτες ή τους εξωτερικούς συνεργάτες τους

3.2.2.3.1 Ανάπτυξη γλωσσικής στρατηγικής στις επιχειρήσεις

Σύμφωνα με τον Hagen (1999: 8) με τον όρο *γλωσσική στρατηγική* εννοούμε την ύπαρξη των απαραίτητων μηχανισμών που θα βοηθήσουν μια επιχείρηση να αντιμετωπίσει τα γλωσσικά και τα πολιτιστικά προβλήματα που προκύπτουν σε σχέση με συγκεκριμένες αγορές⁷¹. Οι Truchot και Huck (2009), με τον όρο *γλωσσική διαχείριση* (*traitement des langues*) αναφέρονται σε όλες τις μορφές ανθρώπινης παρέμβασης σε σχέση με γλωσσικά ζητήματα που αναφύονται σε μια επιχείρηση και σχετίζονται με θέματα διεθνοποίησης, είτε πρόκειται για θέματα αγοράς μιας εθνικής εταιρείας από μια πολυεθνική που έχει την έδρα της σε κάποια άλλη χώρα, είτε πρόκειται για τη διεύρυνση μιας επιχείρησης με εργοστάσια και υποκαταστήματα σε μια άλλη χώρα κ.λπ. Οι ίδιοι ερευνητές επισημαίνουν τρεις μορφές γλωσσικής διαχείρισης που μπορούμε να εντοπίσουμε στις επιχειρήσεις: την *έμμεση*, τη *ρητή ευκαιριακή* και τη *ρητή συστηματική*. Η διαχείριση θεωρείται *έμμεση* όταν αφορά πρακτικές που θεωρούνται «φυσιολογικές» ή «αυτονόητες» ή «αυθόρμητες» και έχει συχνά αρνητικές συνέπειες, όταν για παράδειγμα έχουν ως αποτέλεσμα μια επιχείρηση να επιβάλλει μια γλώσσα την οποία μέρος του προσωπικού δεν μιλά. Από την άλλη, η διαχείριση θεωρείται *ρητή αλλά ευκαιριακή* όταν μια επιχείρηση εντοπίζει ένα γλωσσικό ζήτημα και ορίζει μια συγκεκριμένη παρέμβαση που θεωρείται κατάλληλη για να το ρυθμίσει. Η παρέμβαση αυτή αποκτά εκπεφρασμένο χαρακτήρα, παραμένει όμως σε πολλές περιπτώσεις *ad hoc*. Τέλος, η διαχείριση θεωρείται *ρητή και συστηματική* όταν βασίζεται σε αρχές, στόχους και αναφορές τις οποίες επικαλείται μια επιχείρηση κάθε φορά που υπάρχει ένα πρόβλημα γλωσσικής υφής. Στην περίπτωση αυτή μπορούμε να μιλήσουμε για την ύπαρξη μιας πολιτικής της επιχείρησης που περιλαμβάνει ρητά την επεξεργασία ή τη διαχείριση γλωσσικών ζητημάτων.

Οι Feely και Harzing (2003) παρατηρούν ότι όταν εξετάζουμε τις στρατηγικές γλωσσικής διαχείρισης θα πρέπει να λάβουμε υπόψη τρία στοιχεία που συγκροτούν αυτό που ονομάζουν *γλωσσικό εμπόδιο* (*language barrier*): (α) τη γλωσσική ποικιλότητα (*language diversity*) που αφορά τον αριθμό των γλωσσών που υπάρχουν σε μια εταιρεία, (β) τη γλωσσική διείσδυση (*language penetration*) που είναι ο αριθμός των τομέων εντός μιας επιχείρησης στους οποίους εφαρμόζεται πολύγλωσση

⁷¹ “Language strategy means having in place planned mechanisms for dealing with language and cultural problems in given markets.”

επικοινωνία και (γ) τη γλωσσική επιτήδευση (language sophistication) που αφορά τα επίπεδα γλωσσικής επάρκειας που απαιτούνται για συγκεκριμένες θέσεις εργασίας. Οι στρατηγικές διαχείρισης που λαμβάνουν υπόψη αυτές τις τρεις συνιστώσες διατυπώνουν πολύ συγκεκριμένα αποφάσεις για το ποια είναι η γλώσσα επικοινωνίας με άλλες εταιρείες, και σε τοπικό επίπεδο ποια είναι η γλώσσα ενδο-επικοινωνίας.

Για να περιγράψουμε τη γλωσσική πολιτική σε επιχειρησιακό περιβάλλον, είναι σημαντικό να εντοπίσουμε την κύρια ιδεολογία που επηρεάζει τη διαμόρφωσή της. Σύμφωνα με τον Cobarrubias (1983), υπάρχουν τέσσερις βασικές ιδεολογικές τοποθετήσεις που επηρεάζουν τη διαμόρφωση της γλωσσικής πολιτικής γενικότερα. Η ιδεολογία της *γλωσσικής αφομοίωσης* (linguistic assimilation), η ιδεολογία του *γλωσσικού πλουραλισμού* (linguistic pluralism), η *ιδεολογία της εντοπιότητας* (vernacularization) και η *ιδεολογία του διεθνισμού* (internationalization). Οι Dhir και Goke-Pariola (2002) υποστηρίζουν ότι στην περίπτωση της γλωσσικής πολιτικής που εφαρμόζεται στις επιχειρήσεις, η κυρίαρχη ιδεολογία με βάση την κατάταξη του Cobarrubias (1983) είναι ο διεθνισμός (internationalism). Αντίστοιχα ο Grin (2003) υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις υπόκεινται στις πιέσεις του ανταγωνισμού και της παγκοσμιοποίησης και, συνεπώς, η γλωσσική πολιτική που εφαρμόζουν κατευθύνεται από οικονομικά κίνητρα και από την προσπάθειά τους να εισέλθουν σε όσο το δυνατό περισσότερες αγορές.

Σε περίπτωση που μια επιχείρηση αποφασίσει να αποκτήσει διεθνή φυσιογνωμία, διαμορφώνει τη γλωσσική της πολιτική στηριζόμενη στην ιδεολογία του διεθνισμού (Cobarrubias 1983). Η διαδικασία της διεθνοποίησης ξεκινά από τη στιγμή που μια επιχείρηση αποφασίζει να διεισδύσει σε ξένες αγορές και περιλαμβάνει όλα τα στάδια υλοποίησης της απόφασης αυτής: την έναρξη εξαγωγών, τη δημιουργία καναλιών διοχέτευσης των προϊόντων της στη νέα αγορά, τη δημιουργία υποκαταστημάτων διάθεσης των προϊόντων της και, τέλος, την επιτόπια παραγωγή προϊόντων (Johanson και Vahlne 1977). Η διεθνοποίηση θεωρείται αναγκαία αν μια επιχείρηση επιθυμεί να αυξήσει τους ρυθμούς ανάπτυξής της και η διαμόρφωση γλωσσικής πολιτικής θεωρείται απαραίτητη για την εύρυθμη διοίκηση μιας επιχείρησης και την επίτευξη των στρατηγικών της στόχων.

Οι Janssens και al. (2004: 424), επισημαίνουν ότι όταν μια διεθνής επιχείρηση αναπτύσσει τη γλωσσική της στρατηγική, πρέπει να λάβει αποφάσεις που αφορούν

την επιλογή της γλώσσας ή των γλωσσών με τις οποίες θα επικοινωνεί με τις άλλες επιχειρήσεις εκτός του εθνικού χώρου. Επιπλέον, οι Truchot και Huck (2009), θεωρούν ότι κάθε εθνική ή πολυεθνική επιχείρηση πρέπει να επιλέξει ανάμεσα στις γλώσσες των χωρών στις οποίες επεκτείνεται κατά διαστήματα, τη γλώσσα/τις γλώσσες προέλευσης που είναι συνήθως η εθνική/επίσημη γλώσσα της χώρας όπου έχει την έδρα της και τα αγγλικά.

Βέβαια, πέρα από την ιδεολογία του διεθνισμού και άλλοι παράγοντες μπορούν να διαδραματίσουν ρόλο στη διαμόρφωση της γλωσσικής πολιτικής μιας επιχείρησης. Για παράδειγμα, σε κάποιες περιπτώσεις η κρατική γλωσσική πολιτική, το μακροσκοπικό, δηλαδή επίπεδο, μπορεί να ασκήσει επίδραση στις αποφάσεις που λαμβάνονται σε μικροσκοπικό επίπεδο διαμορφώνοντας τη γλωσσική πολιτική των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον εθνικό χώρο. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του Κεμπέκ, όπου οι νομοθετικές ρυθμίσεις για τη γλώσσα⁷² καλύπτουν διάφορους τομείς δραστηριότητας, μεταξύ αυτών και τον τομέα της οικονομίας, της επιχειρηματικής δραστηριότητας και του εμπορίου. Γι' αυτούς τους τομείς υπάρχει λεπτομερής νομοθετική ρύθμιση η οποία έχει ως στόχο τον εκγαλλισμό των επιχειρήσεων και επιβάλλει τη χρήση της γαλλικής γλώσσας στο χώρο εργασίας. Ο στόχος της εν λόγω πολιτικής είναι να ενισχυθεί και να ενδυναμωθεί η παρουσία της γαλλικής στο εσωτερικό του Κεμπέκ, σε έναν τομέα όπου είχε χάσει τον ηγετικό της ρόλο, αυτόν της οικονομίας και της οικονομικής δραστηριότητας.

Εδώ, τίθεται, βέβαια, το εξής ερώτημα: όταν εξετάζουμε τη γλωσσική πολιτική και το γλωσσικό σχεδιασμό που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις, πρέπει να δίνουμε έμφαση μόνο στην εργαλειακή χρήση της γλώσσας; Σε ένα μεγάλο βαθμό ναι, αν δεχθούμε την άποψη του Haarmann (2005) ότι με τις συνθήκες που επικρατούν στην παγκόσμια οικονομία, μεγαλύτερη βαρύτητα έχουν οι πρακτικές λειτουργίες της γλώσσας⁷³. Αυτό δε σημαίνει όμως ότι η γλώσσα υποβιβάζεται σ' ένα απλό εργαλείο επικοινωνίας. Άλλωστε, σύμφωνα με τις Dhir και Goke-Pariola (2002), η γλώσσα αποτελεί το βασικό μέσο με το οποίο ένας οργανισμός αποκτά και διαβιβάζει τη γλωσσική κουλτούρα του (Schiffman 1996) στα μέλη της κοινωνίας στο πλαίσιο της οποίας λειτουργεί.

⁷² Η γνωστή *Χάρτα για τη γαλλική γλώσσα* (Charte de la langue française) ή Νόμος 101 26/08/1977. Βλ. http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/C_11/C11.html

⁷³ "When thinking about the conditions that dominate the world economy, the practical functions of language readily come to mind."

Η διεθνής γλωσσική αγορά, σύμφωνα με τον Truchot (1999), δημιουργεί ανταγωνιστικές σχέσεις μεταξύ των διαφόρων γλωσσών και από τη στιγμή που υπάρχουν πολλές εναλλακτικές επιλογές, είναι φυσιολογικό να τίθενται θέματα ιεραρχίας. Οι επιχειρήσεις τείνουν να επιλέγουν ανάμεσα στους διαθέσιμους γλωσσικούς πόρους που βρίσκονται σε ανταγωνισμό σε συγκεκριμένα επιχειρησιακά περιβάλλοντα. Από τη στιγμή που μια γλώσσα επιλέγεται από μια επιχείρηση ως γλώσσα επικοινωνίας αποκτά περισσότερες λειτουργίες και πεδία χρήσης. Αυτό έχει ως φυσιολογικό επακόλουθο στις μελέτες που διερευνούν τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στη γλώσσα και την οικονομική δραστηριότητα, να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στον υποστασιακό σχεδιασμό. Ακόμη, τα θέματα υποστασιακού και δομικού σχεδιασμού εξετάζονται ξεχωριστά, χωρίς να λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι συχνά τα δυο είδη σχεδιασμού επικαλύπτονται και ότι αποφάσεις που λαμβάνονται σε ένα επίπεδο έχουν επιπτώσεις και στο άλλο. Έτσι η επιλογή μιας γλώσσας ως επίσημης ή ως γλώσσας εργασίας (υποστασιακός σχεδιασμός), πολύ συχνά δημιουργεί την ανάγκη να μεταφραστούν ή να αποδοθούν ξένοι όροι που ανήκουν στο πεδίο οικονομικής δραστηριότητας μιας επιχείρησης ή να εμπλουτιστεί η γλώσσα με καινούργιο λεξιλόγιο (δομικός σχεδιασμός). Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της ΑΤΗΚ⁷⁴ στο οποίο αναφέρεται η Καρυολαίμου (2010β: 245):

«Η εισαγωγή ή η διεύρυνση της χρήσης της ελληνικής συνοδεύεται από συγκεκριμένα μέτρα δομικού σχεδιασμού που αφορούν την εξειδικευμένη χρήση της γλώσσας στους τομείς των τηλεπικοινωνιών»

Η διερεύνηση και η περιγραφή του υποστασιακού σχεδιασμού που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις επιτρέπει στους ερευνητές να εντοπίσουν ποια αξία προσλαμβάνουν οι διάφοροι γλωσσικοί πόροι στη *γλωσσική αγορά των επιχειρήσεων* (Μπουρντιέ 1999). Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνουν οι Dhir και Coke- Pariola (2002), όταν μια επιχείρηση επιλέγει μια ή πολλές γλώσσες και υιοθετεί μια συγκεκριμένη γλωσσική στρατηγική, αυτόματα συγκροτεί μια γλωσσική αγορά που προκύπτει από το σύνολο των σχέσεων ιεραρχίας, συμβολικής ισχύος και εξουσίας που δημιουργούνται ανάμεσα στις γλώσσες και επηρεάζουν τις γλωσσικές επιλογές των ομιλητών. Στο πλαίσιο της γλωσσικής αυτής αγοράς, δημιουργείται ανταγωνισμός ανάμεσα στις διάφορες γλώσσες. Συνεπώς, οι επιλογές των ομιλητών που εκφράζονται μέσα από τις γλωσσικές τους πρακτικές είναι το αποτέλεσμα της σχέσης που δημιουργείται μεταξύ της γλωσσικής αγοράς και του *γλωσσικού habitus*, της γλωσσικής έξης

⁷⁴ Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου: ημικρατική εταιρεία τηλεπικοινωνιών Κύπρου.

δηλαδή της γλωσσικής ικανότητας και των γλωσσικών συνηθειών που αποκτά ο ομιλητής σταδιακά, χάρη στην εμπειρία, την κοινωνικοποίηση και την καθημερινή πρακτική.

3.2.2.3.2 Μονογλωσσία ή πολυγλωσσία: πολυεθνικές, μεγάλες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Έρευνες σε πολυεθνικές και μεγάλες επιχειρήσεις καταδεικνύουν ότι η ιδεολογία του διεθνισμού ευνοεί, στις περισσότερες περιπτώσεις, τη μονογλωσσία και ειδικότερα την υιοθέτηση και τη χρήση της αγγλικής γλώσσας τόσο για σκοπούς εσωτερικής επικοινωνίας όσο και για τη διεξαγωγή των διεθνών επαφών της επιχείρησης. Η Nickerson (2005: 368) ισχυρίζεται ότι η αγγλική θα παραμείνει η κυρίαρχη γλώσσα-όχημα στο χώρο των διεθνών επιχειρήσεων για τα επόμενα πενήντα χρόνια. Οι Hollqvist (1984), Ammon (1994) και Truchot (1999, 2002) παρατηρούν ότι από τη δεκαετία του 80, πολλές πολυεθνικές και μεγάλες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, χρησιμοποιούν την αγγλική ως γλώσσα εργασίας, που βρίσκεται σε σχέση συμπληρωματικής κατανομής με τη γλώσσα προέλευσης της επιχείρησης. Η χρήση της κατοχυρώνεται με εσωτερικούς κανονισμούς –όπως για παράδειγμα στην περίπτωση της LM Ericsson (LME), των Σκανδιναβικών αερογραμμών (Hollqvist 1984) και ορισμένων τσέχικων πολυεθνικών επιχειρήσεων (Nekvaril και Nekula 2006)– με αποτέλεσμα να αποκτά πολλά και νέα πεδία χρήσης σε εθνικό επίπεδο, όπου προηγουμένως γινόταν χρήση της εθνικής ή/και επίσημης γλώσσας της χώρας όπου είχε την έδρα της μια επιχείρηση. Παρόμοια, πολλές γερμανικές και γαλλικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν παράλληλα με τη γερμανική και τη γαλλική γλώσσα αντίστοιχα, την αγγλική (Ammon 1994, Truchot 1999, 2002). Ο Truchot (1999), αναφέρει ακόμη ότι ορισμένες αμερικανικές πολυεθνικές επιχειρήσεις επιβάλλουν πολλές φορές τη χρήση της αγγλικής στα ευρωπαϊκά τους παραρτήματα. Οι Charles και Marshan-Piekkari (2002) παρατηρούν ότι η χρήση της αγγλικής είναι βασική στην επικοινωνία μεταξύ παραρτημάτων της επιχείρησης Kone που κατασκευάζει ανελκυστήρες και έχει έδρα της τη Φιλανδία. Η χρήση της αγγλικής αποτελεί καθημερινή πραγματικότητα για μια μεγάλη πλειοψηφία υπαλλήλων που εργάζονται στα παραρτήματα της επιχείρησης σε όλο τον κόσμο. Τέλος, οι Louhiala-Salminen και al. (2005) σε έρευνα που διεξήγαγαν σε δύο διεθνείς επιχειρήσεις που προέκυψαν από συγχωνεύσεις μεταξύ δύο σουηδικών και δύο φιλανδικών εταιρειών, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι σκανδιναβικές γλώσσες αντικαθίστανται από την αγγλική που

τείνει να χρησιμοποιείται ως γλώσσα-όχημα και σταδιακά καταλαμβάνει τη θέση επίσημης γλώσσας επικοινωνίας της επιχείρησης.

Η χρήση της αγγλικής αποτελεί τη βασική επιλογή στην επικοινωνία και για πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις που θέλουν να επεκταθούν στο εξωτερικό. Ο Hagen (1999) αναλύει με ποιο τρόπο 1,261 μικρομεσαίες επιχειρήσεις από την Αγγλία, τη νότια Γερμανία, την κεντρική Γαλλία και τη δυτική Ισπανία διαχειρίζονται την εκτός συνόρων επικοινωνία. Τα δεδομένα της έρευνας καταδεικνύουν μια ισχυρή τάση για χρήση της αγγλικής γλώσσας στις επιχειρήσεις αυτές. Παρόμοια, η Incelli (2008) εξετάζει τις γλωσσικές πρακτικές που αναπτύσσουν 506 μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ιταλία, σε μια περιοχή που βρίσκεται κοντά στη Ρώμη. Σύμφωνα με τα πορίσματα της έρευνάς της, το 70% των επιχειρήσεων είχαν εμπορικές σχέσεις τουλάχιστο με μια χώρα εκτός Ιταλίας και η επικοινωνία διεκπεραιωνόταν με τη βοήθεια της αγγλικής σε ποσοστό 93.7%.

Όπως έχει ήδη διαφανεί, η χρήση της αγγλικής συσχετίζεται άμεσα με την προσπάθεια διεθνοποίησης των πολυεθνικών, των μεγάλων αλλά και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Παρόλα αυτά, η χρήση της αγγλικής μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα και χάσματα στην επικοινωνία εντός και εκτός της επιχείρησης. Για παράδειγμα όπως αναφέρουν οι Millar και Jensen, (2009), οι Tange και Lauring (2006), έχοντας πάρει συνεντεύξεις από εργαζόμενους σε δανέζικες πολυεθνικές, υποστηρίζουν ότι η χρήση της αγγλικής μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα σε σχέση με τη μετάδοση της πληροφορίας/γνώσης. Ορισμένα άτομα μπορεί να φοβούνται να εκφραστούν σε συζητήσεις, επίσημες ή ανεπίσημες, όπου γίνεται μεταφορά πληροφοριών/γνώσεων μεταξύ των συμμετεχόντων, επειδή είναι ανασφαλείς σε σχέση με τη γλωσσική τους ικανότητα στα αγγλικά. Στην ίδια κατεύθυνση κινούνται και οι επιστημόνες των Truchot και Huck (2009), οι οποίοι υποστηρίζουν ότι όταν επιβάλλεται σε μια επιχείρηση μια γλώσσα την οποία ένα μεγάλο μέρος του προσωπικού δε μιλά είναι πιθανόν να εμφανιστεί δυσφορία, ανασφάλεια και εντάσεις. Δημιουργείται έτσι ένα επικοινωνιακό ρήγμα εντός της επιχείρησης.

Παράλληλα, η αγγλική δεν μπορεί να αποτελέσει το μοναδικό γλωσσικό εφόδιο που χρειάζεται μια επιχείρηση για τη διεθνοποίησή της. Πολλές έρευνες έχουν αποδείξει ότι η αποκλειστική χρήση της μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις για την

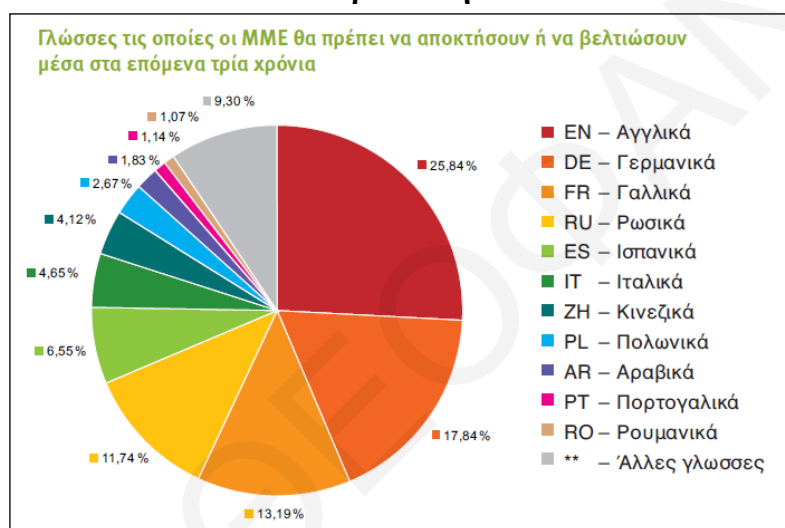
οικονομική ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Από τα τέλη της δεκαετίας του 90 ήδη, οι Marshan-Piekkari και al. (1997) αναφέρουν ότι όταν μια επιχείρηση στην Αυστραλία θέλει να αποκτήσει διεθνή διάσταση είναι πολύ πιθανόν να προτιμήσει να επεκταθεί σε άλλες αγγλόφωνες χώρες, με αποτέλεσμα να μη χρειάζεται να αλλάξει τη γλωσσική πολιτική. Αυτή η τακτική δεν μπορεί, όμως, να αποτελέσει πανάκεια, μια και περιορίζει τη δυνατότητά της να επιλέξει για την επέκτασή της τις πιο συμφέρουσες αγορές. Εξάλλου, οι Rees και Rees (1996) επισημαίνουν τον κίνδυνο που εμπεριέχει για τις αγγλικές επιχειρήσεις η αποκλειστική χρήση της αγγλικής όταν θελήσουν να επεκταθούν σε μη αγγλόφωνες αγορές: η έλλειψη γνώσης ξένων γλωσσών από μέρους όσων εργάζονται σ' αυτές έχει σημαντικές αρνητικές οικονομικές συνέπειες: στην ουσία οδηγεί σε αποτυχία την προσπάθεια για διεθνοποίηση και εξεύρεση νέων αγορών με αποτέλεσμα οι εταιρείες να καταγράφουν ζημιές πολλών εκατομμυρίων λιρών κάθε χρόνο. Στην ίδια κατεύθυνση κινείται και ο Hagen (1999), ο οποίος υποστηρίζει ότι οι βρετανικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα όταν επιχειρούν να διεισδύσουν σε νέες αγορές εφόσον επιμένουν να χρησιμοποιούν αποκλειστικά την αγγλική γλώσσα. Κάτι παρόμοιο συμβαίνει και με τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, που χάνουν μερίδιο των αγορών, λόγω των γλωσσικών εμποδίων που συναντούν στις επιχειρηματικές τους συναλλαγές, επειδή χρησιμοποιούν μόνο αγγλικά.

Οι πρώιμες αυτές αναφορές στις οικονομικές επιπτώσεις που μπορεί να προκύψουν για τις επιχειρήσεις από την αποκλειστική γνώση και χρήση της αγγλικής, επιβεβαιώθηκε μεταγενέστερα από μελέτη που εκπονήθηκε το 2006 από το Εθνικό Κέντρο Γλωσσών της Αγγλίας (National Centre for Languages/CLiT) και την εταιρεία Interact international, με τίτλο «Ο αντίκτυπος που έχει στην ευρωπαϊκή οικονομία η έλλειψη προσόντων όσον αφορά τη γνώση ξένων γλωσσών στο χώρο των επιχειρήσεων⁷⁵». Η έρευνα επικεντρώθηκε κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και κατέληξε σε σημαντικά συμπεράσματα που καταδεικνύουν την οικονομική σημασία της πολυγλωσσίας στο χώρο των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων. Κατ' αρχάς η έρευνα τονίζει ότι πολλές επιχειρηματικές ευκαιρίες χάνονται λόγω προβλημάτων επικοινωνίας που δημιουργούνται με νέες αγορές και νέους αγοραστές εξαιτίας έλλειψης γλωσσικών δεξιοτήτων. Παράλληλα, αποδεικνύει ότι υπάρχει άμεση

⁷⁵ ELAN (2006) *Effects on the European economy of shortages of foreign language skills in enterprise*. Διαθέσιμο στο: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-07-79_en.htm?locale=fr

σύνδεση μεταξύ των διαθέσιμων γλωσσικών πόρων και της επιτυχίας στις εξαγωγές: πιο επιτυχημένες ήταν οι επιχειρήσεις εκείνες που υιοθέτησαν στρατηγικό σχέδιο για τη διαχείριση των γλωσσικών πόρων και της πολυγλωσσίας. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν, επίσης, ότι η χρήση της διεθνούς αγγλικής γλώσσας δεν αποτελεί εχέγγυο για την επιτυχία μιας επιχείρησης στις αγορές του εξωτερικού. Πέρα από την αγγλική, υπήρχε ζήτηση και για άλλες γλώσσες, όπως είναι η ρωσική, η γαλλική και η ισπανική κ.λπ. (Παράσταση 3.1) Τέλος, διαφάνηκε ότι τα δεδομένα που είχαν συλλεχθεί από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρουσιάζουν αρκετές ομοιότητες με δεδομένα που είχαν συλλεχθεί από μεγάλες επιχειρήσεις, στις οποίες παρουσιάζεται, επίσης, αυξημένη ζήτηση για γλώσσες εκτός της αγγλικής.

Παράσταση 3.1



Πηγή: Έρευνα ELAN 2006

Εξάλλου, 250 εκπρόσωποι μικρομεσαίων επιχειρήσεων, επαγγελματιών οργανώσεων, εμπορικών επιμελητηρίων, αλλά και κάποιων επαγγελματιών από το χώρο των γλωσσών συμμετείχαν σε διάσκεψη που έγινε στις Βρυξέλλες με θέμα «Οι γλώσσες εξυπηρετούν τα συμφέροντά μας». Μέσα από τις συζητήσεις που έλαβαν χώρα στη διάσκεψη κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η διεθνοποίηση της αγγλικής δεν είναι αρκετή για τη διεθνοποίηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Αντίθετα, φάνηκε ότι η πολυγλωσσία, και τα επιπρόσθετα γλωσσικά προσόντα μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να επεκτείνουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες σε ξένες αγορές⁷⁶.

⁷⁶ «Η διεθνοποίηση των αγγλικών δεν είναι αρκετή για τη διεθνοποίηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.» Διάσκεψη στις Βρυξέλλες για τις γλωσσικές ικανότητες και την ανταγωνιστικότητα. Βρυξέλλες, 21/09/2007.

Σημαντική είναι και η έρευνα που διεξήγαγε το Εθνικό Κέντρο Γλωσσών της Αγγλίας⁷⁷ το 2008, με θέμα την επίδραση των γλωσσικών ικανοτήτων στην Βρετανική οικονομία. Όπως αποδεικνύεται, οι βρετανικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ξένες γλώσσες σε πολύ μικρό ποσοστό. Μπορούν να χειριστούν στην πλειοψηφία τους μια ξένη γλώσσα, αλλά δεν μπορούν να τη χρησιμοποιήσουν για να ολοκληρώσουν όλα τα στάδια μιας εμπορικής συναλλαγής. Οι βρετανικές επιχειρήσεις θεωρούν ότι η γνώση της αγγλικής αρκεί για τη διεκπεραίωση των οικονομικών συναλλαγών τους με ξένες επιχειρήσεις ή ξένους επενδυτές και δεν εμποδίζει την προσπάθειά τους για επέκταση σε ξένες αγορές. Στην πραγματικότητα όμως, με μόνο όπλο την αγγλική γλώσσα αποτυγχάνουν να προσεγγίσουν εκείνες τις νέες αγορές που προσφέρουν μεγάλα περιθώρια κέρδους και αυτό έχει αρνητικές συνέπειες για το ρυθμό ανάπτυξής τους. Αντίστοιχα, και οι εργαζόμενοι με αγγλική υπηκοότητα, λόγω της νοοτροπίας που ενστερνίζονται ότι δεν χρειάζεται να γνωρίζουν κάποια άλλη γλώσσα για να επιτύχουν επαγγελματικά, καταλήγουν αντί να υπερτερούν ως φυσικοί ομιλητές της κυρίαρχης διεθνούς γλώσσας, να μειονεκτούν έναντι των άλλων δίγλωσσων ή πολύγλωσσων ευρωπαίων, οι οποίοι αξιοποιούν τη γλωσσική τους επάρκεια για να διαπραγματευτούν επαγγελματικά οφέλη.

Ειδικά όσον αφορά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η πιο πάνω έρευνα κατέδειξε ότι μία στις πέντε απέτυχε να ολοκληρώσει συγκεκριμένες επιχειρηματικές δραστηριότητες, λόγω του ότι αντιμετώπισε γλωσσικά ή και πολιτιστικά εμπόδια. Όσες από τις επιχειρήσεις χρησιμοποιούσαν μόνο την αγγλική παρουσίαζαν μείωση των δραστηριοτήτων τους, της τάξης των πενήντα χιλιάδων λιρών ετησίως. Αντίθετα, όσες μικρομεσαίες επιχειρήσεις έδιναν σημασία στις γλωσσικές δεξιότητες χρησιμοποιώντας τη γλώσσα της αγοράς στην οποία ήθελαν να διεισδύσουν, παρουσίαζαν κατά μέσο όρο κέρδη της τάξης των διακόσιων ενενήντα χιλιάδων λιρών ετησίως και μπόρεσαν να αυξήσουν τις εξαγωγές τους κατά 44, 5%.

Όλες οι πιο πάνω επισημάνσεις οδηγούν στο συμπέρασμα ότι οι γλωσσικές πολιτικές που θα αναπτύξει μια επιχείρηση δεν μπορούν να αγνοήσουν τη νέα πραγματικότητα

Διαθέσιμο στο:

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/1368&format=HTML&aged=1&language=EL&guilanguage=en>

⁷⁷ CILT: Talking World Class: The impact of language skills on the UK economy. (2005). Μελέτη του CILT, του εθνικού κέντρου ξένων γλωσσών του Ηνωμένου Βασιλείου. Διαθέσιμο στο: http://www.cilt.org.uk/pdf/pubs/talking_world_class.pdf

που φαίνεται να διαμορφώνεται και να επηρεάζει τον επιχειρησιακό τομέα: την παγκοσμιοποιημένη και πολύγλωσση οικονομία. Ενδεικτικά είναι τα όσα αναφέρουν οι Dhir και Goke-Pariola (2002), επισημαίνοντας ότι στις πολυεθνικές επιχειρήσεις επικρατεί η έντονη πεποίθηση ότι μια γλωσσική στρατηγική που υιοθετεί τη μονογλωσσία είναι ιδανική. Η πεποίθηση αυτή δεν μπορεί όμως να θεωρηθεί ορθή γιατί το επιχειρηματικό πλαίσιο στο οποίο δραστηριοποιούνται σήμερα οι πολυεθνικές, αλλά και οι περισσότερες επιχειρήσεις, είναι κατεξοχήν πολύγλωσσο.

Είναι σαφές, λοιπόν, ότι στις επιχειρήσεις, είτε αυτές είναι πολυεθνικές, είτε είναι μεγάλες, είτε είναι μικρομεσαίες, η αλληλεπίδραση των γλωσσών είναι συνεχής και δεν μπορούμε ξεκάθαρα να υποστηρίξουμε ότι επικρατεί μονογλωσσία ή πολυγλωσσία. Από το 1999 ήδη, ο Hagen υπέδειξε ότι αν και η αγγλική παρουσιάζεται ως η πιο ισχυρή γλώσσα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αυξημένη είναι και η χρήση της γαλλικής, της γερμανικής, της ιταλικής και της ισπανικής. Οι Barner-Rasmussen και Björkman (2003: 99) για παράδειγμα, αναφέρουν ότι οι πολυεθνικές εταιρείες είναι συνήθως εξ ορισμού πολύγλωσσες, επειδή σ' αυτές το μεγαλύτερο ποσοστό επικοινωνίας πραγματώνεται συνήθως με εταίρους εκτός συνόρων. Παρόμοια, οι Fredriksson και al. (2006) θεωρούν ότι οι πολυεθνικές επιχειρήσεις είναι πολύγλωσσοι οργανισμοί και αμφισβητούν όσους υποστηρίζουν ότι η αγγλική χρησιμοποιείται ως κοινή γλώσσα στις περισσότερες πολυεθνικές εταιρείες. Ισχυρίζονται ότι μια τέτοια εντύπωση δημιουργείται και ενισχύεται κυρίως από τα διοικητικά στελέχη των πολυεθνικών αυτών εταιρειών που έχουν στην πλειονότητά τους σπουδάσει σε αγγλόφωνα πανεπιστήμια. Στην πραγματικότητα, στα κατά τόπους παραρτήματα, οι εργαζόμενοι γνωρίζουν και χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό τις τοπικές γλώσσες σε πολλές περιστάσεις επικοινωνίας. Οι Bothotel-Witz και Tsamadou-Jakoberger (2012) σε άρθρο τους με θέμα έρευνα που διεξήγαγαν σε διευθυντικά στελέχη πέντε επιχειρήσεων στην Αλσατία, αναφέρουν ότι ενώ οι περισσότεροι από όσους συμμετείχαν στην έρευνα αποδέχονται τόσο τη λειτουργικότητα, όσο και την επικοινωνιακή και εμπορική αξία της αγγλικής η οποία λειτουργεί ως συνεκτικό στοιχείο για όσους δραστηριοποιούνται στις διεθνείς αγορές, δεν είναι σπάνιο να συναντά κανείς στον εργασιακό χώρο και γλώσσες όπως η γαλλική, η γερμανική ή και άλλες γλώσσες.

Η απόφαση για την υιοθέτηση μιας κοινής γλώσσας που επιβάλλεται από τα ανώτερα διευθυντικά στελέχη ή τη διοίκηση μιας εταιρείας, δεν σημαίνει απαραίτητα ότι πράγματι υιοθετείται και χρησιμοποιείται στην ενδοεπικοινωνία ή στην επικοινωνία της εταιρείας με τα διάφορα παραστήματά της. Στην πραγματικότητα, όπως επισημαίνει και η Angouzi (2013), υπάρχει απόκλιση ανάμεσα στην επίσημη πολιτική και στην γλωσσική πρακτική: ένας πολύγλωσσος εργασιακός χώρος δεν μετατρέπεται αυτόματα σε μονόγλωσσο επειδή υπάρχει κάποιο επίσημο έγγραφο που επιβάλλει μια μονόγλωσση πολιτική. Οι Marshan-Piekkari και al. (1999β) και Charles και Marshan-Piekkari (2002) επισημαίνουν ότι, αν και πράγματι η αγγλική επιλέγεται σε πολλές περιπτώσεις ως επίσημη εταιρική γλώσσα, οι γλωσσικές πρακτικές των εργαζομένων δε συμμορφώνονται με αυτή την απόφαση. Στην ουσία τις περισσότερες φορές μαζί με την αγγλική χρησιμοποιούνται και άλλες γλώσσες οι οποίες διευκολύνουν και επιτρέπουν να διεκπεραιωθεί η επικοινωνία με πιο αποτελεσματικό τρόπο. Σε άλλη περίπτωση, η Nickerson (2005) αναφέρει ότι η χρήση της αγγλικής ως γλώσσας-οχήματος σε πολυεθνικές επιχειρήσεις αποτελεί περίπλοκο ζήτημα. Δεν μπορούμε να θεωρήσουμε ότι μια απόφαση που κατοχυρώνει την αγγλική ως εταιρική γλώσσα θα επιβάλει τη μονογλωσσία και θα εξαλείψει τη γλωσσική πολυμορφία εκεί όπου υπάρχει. Σε παρόμοια συμπεράσματα καταλήγουν οι Fredriksson και al. (2006), οι οποίοι μελετούν την περίπτωση της πολυεθνικής επιχείρησης Siemens. Η Siemens επιλέγηκε αφενός επειδή διαθέτει παραρτήματα σε 190 χώρες, πράγμα που σημαίνει ότι είναι εκ των πραγμάτων πολύγλωσση επιχείρηση και αφετέρου, λόγω της δραστηριοποίησης της σ' έναν τομέα όπου συνήθως κυριαρχεί η αγγλική γλώσσα, αυτό των ηλεκτρικών συσκευών. Παρόλο που η Siemens έχει κατοχυρώσει την αγγλική ως επίσημη γλώσσα, τα συμπεράσματα της έρευνάς των Fredriksson και al. (2006) κατέδειξαν ότι στην πραγματικότητα δεν συμβαίνει κάτι τέτοιο. Οι απόψεις των ερωτηθέντων ήταν διαφορετικές ανάλογα με τη γεωγραφική θέση του παραρτήματός στο οποίο εργαζόνταν, τη θέση την οποία κατείχαν και τη μητρική τους γλώσσα. Έτσι πέρα από την αγγλική αναφέρεται ότι στα διάφορα υποκαταστήματα χρησιμοποιούνται η γερμανική, η ισπανική, η φιλανδική, η σουηδική, η ρωσική. Τέλος, οι Nekvapil και Nekula (2006), σε έρευνά τους σε παράρτημα της Siemens που βρίσκεται στην Τσεχία, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι παρόλο που η επίσημη γλώσσα της Siemens είναι η αγγλική, χρησιμοποιούνται και η τσέχικη ή/και η γερμανική. Ταυτόχρονα, με σκοπό να αρθούν οποιαδήποτε γλωσσικά εμπόδια θα μπορούσαν να δυσχεράνουν την επικοινωνία, παρέχονται υπηρεσίες

μετάφρασης και διερμηνείας καθώς και η δυνατότητα για το προσωπικό να βελτιώσει τις γλωσσικές του ικανότητες μέσα από τη συμμετοχή σε προγράμματα γλωσσικής κατάρτισης που προσφέρει η εταιρεία.

3.2.2.3.3 Γλωσσική στρατηγική και διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού

Η γλωσσική στρατηγική που επιλέγει να ακολουθήσει μια επιχείρηση επηρεάζει άμεσα το ανθρώπινό της δυναμικό. Οι Marshan-Piekarı και al. (1997) και οι Marshan-Piekarı και al. (1999β), τονίζουν ότι η γλώσσα παίζει καθοριστικό ρόλο στη διοίκηση μιας επιχείρησης, επειδή η γλώσσα εμπλέκεται σε όλες τις δραστηριότητες της, γι' αυτό θα πρέπει να επανεξετάσουμε τη σημασία της. Η σύνδεση μεταξύ εταιρικής στρατηγικής και γλωσσικής στρατηγικής πραγματώνεται μέσω του ανθρώπινου δυναμικού. Παρόμοια, οι Janssens και al. (2004: 428) τονίζουν ότι είναι αναγκαίο οι γλωσσικές πρακτικές και η γλωσσική στρατηγική να ενσωματωθούν στη γενικότερη στρατηγική μιας επιχείρησης και στη στρατηγική διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού. Οι Charles και Marshan-Piekarı (2002), εξετάζοντας τον τρόπο με τον οποίο πραγματώνεται η επικοινωνία μεταξύ των παραρτημάτων των πολυεθνικών εταιρειών, τονίζουν ότι είναι πολύ σημαντικό οι επιχειρήσεις να εξασφαλίζουν συνεχή επικοινωνία ούτως ώστε να είναι δυνατή η μεταφορά γνώσεων, πληροφοριών και δεδομένων από το ένα παράρτημα στο άλλο. Συνεπώς, οι επιχειρήσεις στηρίζονται στις γλωσσικές ικανότητες που κατέχει και μπορεί να αναπτύξει το ανθρώπινο δυναμικό. Όταν υπάρχει σύνδεση μεταξύ της γλωσσικής πολιτικής μιας επιχείρησης και της διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού, τότε είναι σίγουρο ότι γλωσσικά ικανό προσωπικό θα βρίσκεται στην κατάλληλη θέση στην επιχείρηση. Γι' αυτό το λόγο οι γλωσσικές πολιτικές είναι στενά συνδεδεμένες με τις διαδικασίες διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού, όπως για παράδειγμα η επιλογή και η πρόσληψη προσωπικού, η γλωσσική επιμόρφωση ή η μεταφορά προσωπικού από το ένα παράρτημα στο άλλο.

Οι Marshan-Piekarı και al. (1999α, 1999β) και οι Feely και Harzing (2003) περιγράφουν τις γλωσσικές πρακτικές που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να διαχειριστούν την επικοινωνία στις πολυεθνικές επιχειρήσεις. Θεωρητικά, υπάρχουν πολλές εναλλακτικές επιλογές: η προώθηση της πολυγλωσσίας, η χρήση μιας γλώσσας-οχήματος όπως η αγγλική, η χρήση της αυτόματης μετάφρασης με τη βοήθεια ηλεκτρονικών υπολογιστών, η εργοδότηση

διερμηνέων και μεταφραστών, η χρήση μιας τεχνητής γλώσσας όπως η εσπεράντο, η επιμόρφωση του προσωπικού, η υιοθέτηση μιας επίσημης γλώσσας ή γλώσσας εργασίας. Από τις προαναφερθείσες επιλογές, κοινό τόπο, ιδιαίτερα στις πολυεθνικές εταιρείες, αποτελεί η υιοθέτηση μιας ή περισσότερων κοινών γλωσσών. Όταν λοιπόν μια επιχείρηση παίρνει την απόφαση να ανακηρύξει μια ή περισσότερες γλώσσες εταιρικές γλώσσα/γλώσσες, ή όταν οι επιχειρήσεις συνειδητοποιούν ότι πρέπει να αναπτύξουν στρατηγικό σχεδιασμό για τη/τις γλώσσα/γλώσσες, αυτό επηρεάζει, μεταξύ άλλων, και για τα θέματα που σχετίζονται με το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης. Οι Marshan-Piekkari και al. (1999β) υποστηρίζουν ότι όταν επιλέγεται μια γλώσσα ως επίσημη εταιρική γλώσσα, αυτή η επιλογή δημιουργεί ταυτόχρονα μια νέα δυναμική αλλά και μια σειρά προβλημάτων. Στη μελέτη-περίπτωσης που εξετάζουν, την πολυεθνική επιχείρηση 'Kone ανελκυστήρες', η επιλογή της αγγλικής ως εταιρικής γλώσσας το 1972, είχε πολλές συνέπειες για το ανθρώπινο δυναμικό. Καταρχάς, η επιλογή της αγγλικής έστειλε ένα σαφέστατο μήνυμα στα στελέχη της επιχείρησης: πρέπει να είμαστε σε θέση να χρησιμοποιούμε την επίσημη γλώσσα ικανοποιητικά, ούτως ώστε να μπορείτε να εναρμονιστείτε με την απόφαση της επιχείρησής σας. Και πράγματι, τα στελέχη της επιχείρησης πρέπει έκτοτε να είναι σε θέση να χρησιμοποιούν την αγγλική στην ενδοεπικοινωνία και σε όλες τις συναντήσεις των διοικητικών στελεχών.

Όταν μια επιχείρηση αποφασίσει να υιοθετήσει μια γλώσσα/ορισμένες γλώσσες ως επίσημη/ες, είναι πολύ σημαντικό να διεξάγει γλωσσικό έλεγχο (linguistic auditing), να καταγράψει δηλαδή επακριβώς τη γλωσσική επάρκεια του προσωπικού του στις διάφορες γλώσσες (Reeves και Wright 1996, Charles και Marshan-Piekkari 2002). Ο έλεγχος αυτός δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση αφενός μεν, να καταγράψει τους γλωσσικούς πόρους που διαθέτει –και οι οποίοι πολλές φορές είναι κρυμμένοι στο ανθρώπινο δυναμικό της–, αφετέρου δε, να κατανοήσει τα γλωσσικά εμπόδια που αντιμετωπίζει στην επικοινωνία και στη γλωσσική χρήση και που επηρεάζουν τη λειτουργία της και την προσπάθειά της για διεθνοποίηση. Σύμφωνα με τους Reeves και Wright (1996), οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις ακόλουθες τακτικές για να επιτύχουν στη γλωσσική τους πολιτική. Καταρχάς, να εντοπίσουν και να αξιοποιήσουν κατάλληλα τις γλωσσικές ικανότητες που κατέχει το ήδη υπάρχον ανθρώπινο δυναμικό, στη συνέχεια, να προσλάβουν ανθρώπινο δυναμικό που να έχει τις γλωσσικές εκείνες δεξιότητες που απαιτούνται για την εύρυθμη λειτουργία της

επιχείρησης και ταυτόχρονα, εξυπηρετούν τις ανάγκες της για επέκταση και διεύρυνση· τέλος, να προσφέρουν γλωσσική κατάρτιση σε όσους την έχουν ανάγκη.

Οι Marshan-Piekari και al. (1999α) αναλύουν τις βασικές διαδικασίες που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό και έχουν σχέση με τη γλώσσα. Πολύ βασικές θεωρούνται η επιλογή και πρόσληψη του γλωσσικά κατάλληλου προσωπικού, δηλαδή ατόμων που έχουν ήδη τις γλωσσικές ικανότητες που απαιτούνται για τη θέση που διεκδικούν. Εάν το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης δεν έχει τις απαιτούμενες γλωσσικές ικανότητες, τότε πολύ βασική θεωρείται η γλωσσική κατάρτιση και γλωσσική ανάπτυξη του προσωπικού. Πολλές επιχειρήσεις, όπως για παράδειγμα η Siemens, δίνουν την ευκαιρία στο προσωπικό τους να μάθει ή να βελτιώσει τις γλωσσικές ικανότητες του σε όλες τις γλώσσες που απαιτούνται για τη λειτουργία της επιχείρησης (Lester 1994). Η πολυεθνική 'Kone ανελκυστήρες' παρέχει στο προσωπικό την ευκαιρία να καταρτιστεί γλωσσικά για να μπορεί να επικοινωνεί και με τους πελάτες ή εταίρους και με τους εργαζόμενους σε άλλα τμήματα ή σε παραρτήματα της ίδιας εταιρείας.

Εφόσον οι ίδιες οι επιχειρήσεις αντιληφθούν ότι οι γλωσσικές ικανότητες του προσωπικού είναι σημαντικές και απαραίτητες, εάν επιθυμεί να εισέλθει σε άλλες αγορές και αποφασίσουν να την εντάξουν στο στρατηγικό τους σχεδιασμό, η διαδικασία της γλωσσικής κατάρτισης, μπορεί να επιτευχθεί με διάφορους τρόπους (Rees και Rees 1996, Feely και Harzing 2003). Οι Rees και Rees (1996) προτείνουν πέντε διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους μπορεί μια επιχείρηση να επιτύχει τη γλωσσική κατάρτιση των υπαλλήλων. Ένας τρόπος που έχει το πλεονέκτημα να είναι χαμηλού κόστους και άμεσης εφαρμογής, είναι η επιχείρηση να αγοράσει υπηρεσίες διδασκαλίας ξένων γλωσσών από εξειδικευμένους δασκάλους για περιορισμένο αριθμό υπαλλήλων. Ένας δεύτερος τρόπος είναι να καταρτιστεί γλωσσικά όλο το προσωπικό, είτε σε εθελοντική, είτε σε υποχρεωτική βάση. Το πλεονέκτημα της προσέγγισης αυτής είναι ότι δημιουργεί ένα βασικό επίπεδο γλωσσομάθειας για όλο το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης. Από την άλλη όμως, η μαζική γλωσσική κατάρτιση δε διασφαλίζει απαραίτητα υψηλό επίπεδο γλωσσομάθειας και το κόστος της μπορεί να είναι υπερβολικά υψηλό. Ένας τρίτος τρόπος είναι η επιλογή μέρους του προσωπικού, με βάση τα γλωσσικά προσόντα που ήδη έχει, τη θέση που κατέχει στην επιχείρηση και τις γλωσσικές ανάγκες της επιχείρησης. Ένας τέταρτος τρόπος

είναι η επιλογή ορισμένων μόνο ατόμων από το προσωπικό, τα οποία, όμως, θα αξιολογηθούν προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσο είναι κατάλληλα να ακολουθήσουν το πρόγραμμα κατάρτισης σε ξένες γλώσσες. Ο τελευταίος τρόπος γλωσσικής κατάρτισης του προσωπικού αφορά τη διαδικασία επιλογής και πρόσληψης του προσωπικού η οποία πρέπει να γίνεται λαμβάνοντας υπόψη και τις γλωσσικές ικανότητες των υποψηφίων, οι οποίες να μπορούν στη συνέχεια να αναπτυχθούν και να βελτιωθούν με τη βοήθεια των προσφερόμενων προγραμμάτων γλωσσικής κατάρτισης. Η τελευταία αυτή πρόταση, προϋποθέτει, βεβαίως, ότι θα έχει γίνει προηγουμένως μελέτη προκειμένου να εντοπιστούν οι γλωσσικές ανάγκες της επιχείρησης. Μια επιπρόσθετη δυσκολία προκύπτει από το γεγονός ότι οι υποψήφιοι για πρόσληψη θα πρέπει να πληρούν τις επιστημονικές και εργασιακές απαιτήσεις της θέσης για την οποία κρίνονται και ταυτόχρονα τις απαιτήσεις για γλωσσική επάρκεια σε άλλες γλώσσες. Ιδανικό παράδειγμα ενός τέτοιου προγραμματισμού κατάρτισης είναι η περίπτωση του ομίλου επιχειρήσεων της Volkswagen, όπου το προσωπικό έπρεπε να ακολουθήσει έξι στάδια γλωσσικής κατάρτισης για περίοδο τριών χρόνων, με τελικό στόχο την ανάπτυξη πλήρους επικοινωνιακής ικανότητας σε μια ξένη γλώσσα.

Το να γνωρίζουν οι εργαζόμενοι την επίσημη γλώσσα/τις επίσημες γλώσσες μιας επιχείρησης είναι εξαιρετικά σημαντικό για τη μεταφορά γνώσεων και πληροφοριών, διαδικασία που θεωρείται πολύ σημαντική για την καλύτερη διοίκηση κυρίως των πολυεθνικών εταιρειών. Σημαντικός είναι και ο ρόλος που επιτελούν τα στελέχη που μετατίθενται από τα κεντρικά γραφεία για να επισκεφθούν τα διάφορα παραρτήματα με σκοπό να μεταφέρουν γνώσεις και πληροφορίες (expatriates and language nodes) (Marshan-Piekkari και al. 1997, Marshan-Piekkari και al. 1999β, Feely και Harzing 2003). Τα στελέχη αυτά, πρέπει απαραίτητα να γνωρίζουν την επίσημη γλώσσα της επιχείρησης, αλλά και τις τοπικές γλώσσες των παραρτημάτων που επισκέπτονται. Έτσι λειτουργούν ως διαμεσολαβητές. Αυτή η τακτική δεν μπορεί βέβαια να αποτελέσει πανάκεια, αφού η εύρυθμη λειτουργία μιας επιχείρησης εξαρτάται συχνά από μικρό αριθμό στελεχών, των οποίων η απουσία μπορεί να προκαλέσει πολλαπλά προβλήματα.

Αρκετοί ερευνητές πιστεύουν ότι για να αποκτήσουν τα γλωσσικά ζητήματα στρατηγική θέση στο σχεδιασμό μιας επιχείρησης, είναι σημαντικό να δημιουργηθεί

τμήμα ή να προσληφθεί άτομο που να ασχολείται μόνο με θέματα γλώσσας (Rees και Rees 1996, Marshan και al. 1997). Το τμήμα αυτό θα πρέπει να υπάρχει στην υπηρεσία ανθρώπινου δυναμικού. Ο *γλωσσικός αξιωματούχος* (language officer) θα είναι υπεύθυνος για το σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την εφαρμογή της γλωσσικής πολιτικής της επιχείρησης. Αυτό προϋποθέτει, βέβαια, ότι τα άτομα που λαμβάνουν τις αποφάσεις σε μια επιχείρηση θα είναι σε θέση να αξιολογήσουν αν και σε ποιο βαθμό δημιουργούνται προβλήματα στη λειτουργία ή στην ανάπτυξη των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων εξαιτίας της έλλειψης ή της ανεπάρκειας των γλωσσικών πόρων. Μόνο τότε θα μπορούν να εκτιμήσουν τη γλωσσική κατάρτιση ως επένδυση και όχι ως σπατάλη οικονομικών πόρων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: Μεθοδολογία της έρευνας

4.1 Η έρευνα

Η ερευνητική αυτή προσπάθεια αποτελεί μια κοινωνιογλωσσική έρευνα που έχει ως σκοπό να σκιαγραφήσει τη γλωσσική πραγματικότητα και να απαντήσει σε συγκεκριμένες ερωτήσεις που αφορούν τη γλωσσική χρήση σε επιχειρησιακό μικροσκοπικό κοινωνιογλωσσικό περιβάλλον. Μια κοινωνιογλωσσική έρευνα σύμφωνα με τους Kaplan και Baldauf (1997) μπορεί να γίνει σε διάφορα επίπεδα για διαφορετικούς σκοπούς: μπορεί να είναι εκτενής και να μελετά μακροσκοπικού τύπου δομές, όπως για παράδειγμα το κράτος, μπορεί όμως να γίνει και σε μικροσκοπικό κοινωνιογλωσσικό επίπεδο και να διερευνά τις λειτουργίες, το σκοπό και τους στόχους της γλωσσικής πολιτικής που ισχύει στο πλαίσιο των επιχειρήσεων. Σημαντική παράμετρος που καθορίζει και την ιδιαιτερότητα της παρούσας έρευνας, υπήρξε η εξέταση των γλωσσικών χρήσεων στο πολύγλωσσο περιβάλλον των επιχειρήσεων (Rees & Rees 1996, Hagen 1999, Incelli 2008, Kingsley 2009, 2010, 2013, Bothorel-Witz & Tsamadou-Jacobberger 2009, 2011/12, 2013, Angouri 2014). Στο συγκεκριμένο περιβάλλον, ένας ομιλητής για να ικανοποιήσει τις επικοινωνιακές του ανάγκες μπορεί να επιλέξει ανάμεσα στους διαθέσιμους γλωσσικούς πόρους. Ο Fishman (1965) στο ιστορικό του άρθρο «The analysis of multilingual settings», αναφέρει ότι η πολυγλωσσία μπορεί να εξεταστεί στα πεδία εκείνα στα οποία ένας πληθυσμός χρησιμοποιεί δύο (ή περισσότερους) γλωσσικούς κώδικες για σκοπούς ενδοεπικοινωνίας. Σ' αυτές τις περιπτώσεις, η έρευνα θα πρέπει να δώσει απαντήσεις στα ερωτήματα «ποιος μιλά, ποια γλώσσα, σε ποιον και πότε (1965:67);»

4.2 Σχεδιασμός της έρευνας και περιγραφή των ερευνητικών στόχων

4.2.1 Επιλογή των επιχειρήσεων

Ως χώροι έρευνας επιλέγηκαν τρεις επιχειρήσεις που αντιπροσωπεύουν τρεις διαφορετικούς τύπους εμπορίου και διαφέρουν ως προς το είδος της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Η εταιρεία Πήττας είναι μια μικρομεσαία επιχείρηση που ασχολείται με την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων· ανήκει στη μεταποίηση· εντάσσεται στο δευτερογενή τομέα οικονομίας και αποτελεί μια από τις εταιρείες με τις περισσότερες εξαγωγές παγκυπρίως.

Η εταιρεία *Remedica* είναι μια από τις δύο μεγαλύτερες φαρμακοβιομηχανίες της Κύπρου, μια μεγάλη, σύμφωνα με τα οικονομικά δεδομένα της Κύπρου, επιχείρηση·

εξάγει προϊόντα σε 40 χώρες· ανήκει επίσης στον κλάδο της μεταποίησης και εντάσσεται στο δευτερογενή τομέα της οικονομίας.

Τέλος, η εταιρεία *Pafilia* είναι μια μικρομεσαία επιχείρηση και μια από τις μεγαλύτερες κατασκευαστικές εταιρείες της Κύπρου· πωλεί παραθεριστικές κατοικίες κυρίως σε ξένους, προσφέροντας ταυτόχρονα μια σειρά από υπηρεσίες στους πελάτες της· εντάσσεται στον τριτογενή τομέα της οικονομίας.

Και οι τρεις επιχειρήσεις έχουν διεθνή προσανατολισμό και διατηρούν διεθνείς σχέσεις με πελάτες στο εξωτερικό εδώ και πολύ καιρό, χωρίς όμως να είναι πολυεθνικές. Ο διεθνής αυτός προσανατολισμός θεωρήθηκε απαραίτητη προϋπόθεση για να συμπεριληφθεί η εταιρεία στην παρούσα έρευνα, με το σκεπτικό ότι η απόφαση και η προσπάθεια μιας εταιρείας να επεκτείνει τις δραστηριότητές της διεθνώς, επιβάλλει συνήθως να ληφθούν αποφάσεις όσον αφορά τη διαχείριση των γλωσσικών θεμάτων και τη διαμόρφωση και ανάπτυξη γλωσσικών στρατηγικών που έχουν ως στόχο τους να διευκολύνουν την επικοινωνία. Πρέπει σ' αυτό το σημείο να τονίσουμε ότι δεν επιλέγηκαν για την έρευνα παραρτήματα πολυεθνικών εταιρειών στην Κύπρο, επειδή στόχος ήταν να μελετήσουμε πώς αμιγώς κυπριακές εταιρείες διαχειρίζονται τα γλωσσικά θέματα που προκύπτουν από τη διαδικασία διεθνοποίησης.

Πίνακας 4.1: Κριτήρια επιλογής επιχειρήσεων

Μέγεθος	Είναι μικρομεσαίες ή μεγάλες ⁷⁸
Τύπος εμπορίου	Αντιπροσωπεύουν διαφορετικούς τύπους εμπορίου
Εμπορικός προσανατολισμός	Δεν είναι πολυεθνικές αλλά έχουν διεθνή προσανατολισμό

4.2.2 Τρεις μελέτες περίπτωσης

Η προσέγγιση που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα είναι η μελέτη πολλαπλών περιπτώσεων με απώτερο στόχο να επιτύχουμε υψηλό βαθμό εγκυρότητας ως προς τα αποτελέσματα. Αυτό έγινε γιατί όπως αναφέρει ο Robson (2007: 217):

«Τα ευρήματα, τα πρότυπα των δεδομένων κ.λπ. από αυτές τις μελέτες περίπτωσης (...) αποτελούν βάση για γενίκευση. (...) Δεδομένων λόγου χάρη, τριών περιπτώσεων από κάθε μια που αποβαίνουν κατά τον προβλεπόμενο τρόπο, αυτό προσφέρει πολύ ακαταμάχητη εξέλιξη για τη θεωρία. »

⁷⁸ Για τον ορισμό των μικρομεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων δες την Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 20.5.2003, διαθέσιμη στο <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=EL>

Σε πρώτη φάση, έγινε προσπάθεια να περιγραφούν το ιστορικό, το είδος οικονομικής δραστηριότητας, το οικονομικό μέγεθος και οι στρατηγικοί στόχοι κάθε επιχείρησης. Επίκεντρο, όμως, της έρευνας και στις τρεις περιπτώσεις ήταν τα γλωσσικά θέματα. Πιο συγκεκριμένα κύριος στόχος ήταν να καταγράψουμε, να αναλύσουμε, να ερμηνεύσουμε και να κατανοήσουμε τι συμβαίνει σε σχέση με τις γλώσσες στην κάθε εταιρεία ξεχωριστά.

Η επιλογή τριών μόνο εταιρειών δεν είναι αποτέλεσμα μόνο των πρακτικών δυσκολιών που δημιουργούνται όταν προσπαθεί κανείς να διεισδύσει στον κόσμο των επιχειρήσεων, δυσκολίες που καθορίζουν εξαρχής το περιορισμένο μέγεθος του δείγματος και μπορεί να σχετίζονται με την έλλειψη χρόνου που δεν επιτρέπει στους εργαζόμενους να συμμετάσχουν σε τέτοιου είδους έρευνες στο πλαίσιο του εργασιακού τους χρόνου ή το γεγονός ότι έχουν πολλά αιτήματα για παρόμοιες έρευνες ή, ακόμη, την απροθυμία κάποιων υπαλλήλων να συμμετάσχουν σε οποιαδήποτε έρευνα ή, τέλος, τη δυσπιστία απέναντι στην έρευνα και ειδικότερα σε μια έρευνα για τις γλώσσες στον τομέα των επιχειρήσεων.

Χαρακτηριστικό των δυσκολιών που μπορεί να συναντήσει κανείς σε τέτοιου είδους έρευνες, είναι και το γεγονός ότι η αρχική επαφή είχε γίνει με πέντε εταιρείες, δύο από τις οποίες δεν αποδέχτηκαν τελικά την πρότασή να συμμετάσχουν στην έρευνα. Αλλά και στις υπόλοιπες υπήρχαν ενδοιασμοί. Μετά από τις δύο πρώτες αποτυχημένες προσπάθειες, αποφασίσαμε να επικοινωνήσουμε με κάποια από τα διευθυντικά στελέχη των εταιρειών, στα οποία εξηγήσαμε τους στόχους της έρευνάς και καταφέραμε, τελικά, να εξασφαλίσουμε την απαιτούμενη έγκριση για να επισκεφθούμε τις εταιρείες.

4.2.3 Ερευνητικά ερωτήματα

Τα κύρια ερευνητικά ερωτήματα που θα απασχολήσουν την παρούσα έρευνα σχετίζονται με τη σκιαγράφηση των σχημάτων επικοινωνίας στον τομέα των επιχειρήσεων και εμπίπτουν στον ευρύτερο διεπιστημονικό κλάδο της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού που διερευνά τη σχέση ανάμεσα στην οικονομική δραστηριότητα και τις γλωσσικές πρακτικές, γνωστό ως «γλώσσα και οικονομία» ή «οικονομία της γλώσσας». Εδώ ο όρος «οικονομική δραστηριότητα» καλύπτει ένα φάσμα δραστηριοτήτων που αφορούν την επικοινωνία, την ενημέρωση και την προβολή των υπηρεσιών ή των προϊόντων των υπό διερεύνηση επιχειρήσεων,

ενώ ο όρος «γλωσσικές πρακτικές» αναφέρεται σε όλες τις γλωσσικές επιλογές που γίνονται για όλες τις πιο πάνω δραστηριότητες. Πρόκειται, συνεπώς, για έρευνα μικροσκοπικού πεδίου που καταγράφει και αναλύει πώς τα ιδιαίτερα (οικονομικά) χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου είδους δραστηριότητας –όπου κύριο ζητούμενο είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους– επηρεάζουν τις γλωσσικές πρακτικές. Ιδιαίτερα, μας ενδιαφέρει να διαπιστώσουμε ποιες είναι οι γλωσσικές πολιτικές που ακολουθούν οι επιχειρήσεις για να προσεγγίσουν και να διαχειριστούν τα ποικίλα γλωσσικά ζητήματα που ανακύπτουν, με τρόπο που να εξυπηρετούνται καλύτερα οι οικονομικές προτεραιότητες τους. Παράλληλα, επειδή το μικροσκοπικό επίπεδο εντάσσεται σε ένα ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο που δεν είναι κενό γλωσσικών επιλογών και επειδή και οι ίδιοι οι ομιλητές έχουν διαμορφωμένη άποψη για γλωσσικά ζητήματα, θα προσπαθήσουμε να διερευνήσουμε τους συσχετισμούς που υπάρχουν ανάμεσα στο μικροσκοπικό και το μακροσκοπικό επίπεδο –ανάμεσα δηλαδή στη γλωσσική πολιτική της επιχείρησης και τη γλωσσική πολιτική του κυπριακού κράτους–, καθώς και με ποιον τρόπο οι ήδη διαμορφωμένες απόψεις των εργαζομένων –οι γλωσσικές τους, δηλαδή, πεποιθήσεις– αντανακλώνται στις γλωσσικές επιλογές/στρατηγικές/πολιτικές που υιοθετούν σε ατομικό ή συλλογικό επίπεδο. Στο πλαίσιο αυτό, θα προσπαθήσουμε να καθορίσουμε και τους συσχετισμούς δυνάμεων ανάμεσα στις γλώσσες που βρίσκουμε στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο: την ελληνική, την αγγλική αλλά και άλλες γλώσσες. Μπορούμε, λοιπόν, να συνοψίσουμε τα ερευνητικά ερωτήματα ως ακολούθως:

Βασικά ερευνητικά ερωτήματα

- Ποιες είναι και πώς διαμορφώνονται οι γλωσσικές πολιτικές στο μικροσκοπικό κοινωνιογλωσσικό πεδίο των επιχειρήσεων στην Κύπρο; Με άλλα λόγια, με ποιον τρόπο γίνεται η διαχείριση των ζητημάτων επικοινωνίας που προκύπτουν από τις οικονομικές δραστηριότητες, πόσο συγκροτημένη, συστηματική και συνειδητή είναι;
- Ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τις γλωσσικές επιλογές και τη διαχείριση της επικοινωνίας εντός των επιχειρήσεων; Ιδιαίτερα, πώς οι ίδιοι οι εργαζόμενοι αντιλαμβάνονται και περιγράφουν τις γλωσσικές πρακτικές και πώς και σε ποιο βαθμό οι γλωσσικές πεποιθήσεις επηρεάζουν ή διαμορφώνουν τις γλωσσικές επιλογές/πρακτικές;

- Η ανάλυση των δεδομένων μας επιτρέπει να διαπιστώσουμε κάποιες τάσεις που θα μπορούσαμε να πούμε ότι διαμορφώνουν ένα κοινό πλαίσιο διαχείρισης της επικοινωνίας σε όλες τις επιχειρήσεις, λόγω των κοινών οικονομικών τους εμπλοκών κυρίως στο διεθνή χώρο, ή μήπως υπάρχουν διαφοροποιήσεις που οφείλονται σε ιδιάζοντα χαρακτηριστικά που αφορούν το είδος των προϊόντων/υπηρεσιών που προσφέρει κάθε επιχείρηση και ποιες είναι αυτές;

Επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα

- Ποια είναι η θέση της ελληνικής⁷⁹ και της αγγλικής γλώσσας στον κόσμο των επιχειρήσεων στην Κύπρο;
- Σε ποιο βαθμό δυνάμεις που βρίσκονται εκτός του πεδίου των επιχειρήσεων π.χ. το κράτος, ασκούν επιρροή στη διαμόρφωση των γλωσσικών επιλογών ή στρατηγικών ή της γλωσσικής πολιτικής των επιχειρήσεων;

4.2.4 Θεωρητικό πλαίσιο

Με σκοπό να απαντήσουμε τα ερευνητικά ερωτήματα αυτής της έρευνας και να σκιαγραφήσουμε τις γλωσσικές πολιτικές που εφαρμόζονται στις επιχειρήσεις στον ιδιωτικό τομέα στην Κύπρο, θα χρησιμοποιήσουμε το θεωρητικό πλαίσιο της *γλωσσικής διαχείρισης* όπως αναπτύχθηκε από τον Spolsky (2004, 2009) και τη Scohamy (2006). Κρίνουμε, λοιπόν, απαραίτητο, στο σημείο αυτό να κάνουμε λεπτομερή αναφορά στις τρεις συστατικές έννοιες της γλωσσική πολιτικής κατά τον Spolsky, όπως την παρουσιάσαμε στο κεφάλαιο 1: τις γλωσσικές πεποιθήσεις, τη γλωσσική διαχείριση και τις γλωσσικές πρακτικές, με σκοπό να διασαφηνίσουμε τον τρόπο με τον οποίο θα χρησιμοποιηθούν οι θεωρητικές αυτές έννοιες στην παρούσα έρευνα.

4.2.4.1 Γλωσσικές πεποιθήσεις Οι *γλωσσικές πεποιθήσεις* και η *γλωσσική ιδεολογία* αντιμετωπίζονται από τους Spolsky (2004, 2009) και Shohamy (2006) ως έννοιες παραπλήσιες. Παράλληλα, οι γλωσσικές πεποιθήσεις αποτελούν τη μια από τις τρεις

⁷⁹ Σκόπιμα αποφεύγουμε να κάνουμε διάκριση μεταξύ κοινής νέας ελληνικής και κυπριακής διαλέκτου. Η διάκριση αυτή τέθηκε εκτός των ερευνητικών ενδιαφερόντων της παρούσας έρευνας. Όπως διαπιστώθηκε κατά τη διάρκεια των πρώτων συνεντεύξεων στη γαλακτοβιομηχανία, οι ερωτήσεις για τη χρήση της διαλέκτου ή της κοινής νέας ελληνικής προκαλούσαν σύγχυση στους συνεντευξιζόμενους. Μάλιστα κάποιοι από αυτούς, πριν από την έναρξη των συνεντεύξεων, δήλωσαν ότι θεωρούσαν άσκοπο να απαντήσουν σε ερωτήσεις για τη χρήση ή όχι της διαλέκτου στους χώρους εργασίας. Η θέση αυτή υιοθετήθηκε κατά τη διάρκεια των υπόλοιπων συνεντεύξεων και στο ερωτηματολόγιο.

παραμέτρους που διαμορφώνουν τη γλωσσική πολιτική. Στο βιβλίο του *Language management*, ο Spolsky (2009: 4) αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Οι γλωσσικές πεποιθήσεις που είναι οι πιο σημαντικές για τη διαμόρφωση της γλωσσικής πολιτικής και της γλωσσικής διαχείρισης, είναι οι αξίες ή το στάτους που προσδίδουν οι ομιλητές σε συγκεκριμένες γλώσσες, γλωσσικές ποικιλίες ή γλωσσικά χαρακτηριστικά».⁸⁰

Η Shohamy (2006: 52)⁸¹ με τη σειρά της αναφέρει ότι «οι γλωσσικές πεποιθήσεις είναι οι ιδεολογίες που σχετίζονται με τη γλώσσα και κρύβονται πίσω από κάθε πολιτική». Στο θεωρητικό πλαίσιο που αναπτύσσει, οι γλωσσικές πεποιθήσεις διαμορφώνουν τη γλωσσική πολιτική με τη βοήθεια μηχανισμών που εκπορεύονται από το μακροσκοπικό επίπεδο και κατευθύνονται προς το μικροσκοπικό.

Στην περίπτωση των τριών επιχειρήσεων που αποτελούν αντικείμενο της παρούσας έρευνας, θεωρούμε ιδιαίτερα σημαντικές τις γλωσσικές πεποιθήσεις και τη γλωσσική ιδεολογία που μοιράζονται τα διοικητικά στελέχη των εταιρειών. Όπως αναφέρει ο Spolsky (2009: 53):

«Οι αποφάσεις όσων διοικούν τις επιχειρήσεις αποβλέπουν στο να επηρεάσουν/διαμορφώσουν τις γλωσσικές πρακτικές και τις γλωσσικές πεποιθήσεις στο χώρο εργασίας, επιλύοντας αυτά οι συμμετέχοντες εκλαμβάνουν ως προβλήματα επικοινωνίας.»⁸²

Για να εντοπίσουμε τις γλωσσικές πεποιθήσεις εστίασαμε την προσοχή μας σε δύο άξονες διερεύνησης. Καταρχάς, επικεντρωθήκαμε στις γλωσσικές πεποιθήσεις των διοικητικών στελεχών, όπως αυτές διαφάνηκαν μέσα από τις συνεντεύξεις. Οι πεποιθήσεις αυτές θεωρήθηκαν ιδιαίτερα σημαντικές για τη διαμόρφωση της γλωσσικής στρατηγικής των εταιρειών, υπό την έννοια ότι τα διοικητικά στελέχη βρίσκονται, λόγω της θέσης τους, σε θέση ισχύος και μπορούν μέσω της γλωσσικής διαχείρισης να επιβάλουν συγκεκριμένες γλωσσικές στρατηγικές και να διαμορφώσουν τις γλωσσικές πρακτικές εντός του χώρου. Όπως αναφέρει η Shohamy (2006: 54):

«Αυτοί οι οποίοι έχουν την εξουσία, μπορούν να χρησιμοποιήσουν τους μηχανισμούς αυτούς προς όφελός τους, εφόσον έχουν καλύτερη πρόσβαση σε κυρώσεις, τιμωρίες και ανταμοιβές, συμπεριλαμβανομένων και των οικονομικών πόρων.»⁸³

⁸⁰ “The beliefs that are most significant to language policy and management are values or statuses assigned to named languages, varieties and features.”

⁸¹ “Language beliefs refer to ideologies about language that lie behind each policy.”

⁸² “Management decisions are intended to modify practices and beliefs in the workplace, solving what appear to participants to be communication problems.”

⁸³ “It is those in authority who can use the mechanisms more powerfully, as they have better sanctions, penalties and rewards, including financial sources.”

Στη συνέχεια, προσπαθήσαμε να εντοπίσουμε τις γλωσσικές πεποιθήσεις ή ιδεολογίες που μοιράζονται οι εργαζόμενοι σε άλλες διοικητικές θέσεις. Για να το επιτύχουμε χρησιμοποιήσαμε μια ιεραρχική αθροιστική κλίμακα τύπου Likert στα ερωτηματολόγια. Οι ερωτήσεις σε σχέση με τις γλωσσικές πεποιθήσεις και τις αξιακές καταχωρήσεις των διαθέσιμων γλωσσικών πόρων δεν ορίστηκαν εκ των προτέρων από την ερευνήτρια αλλά επισημάνθηκαν στη διάρκεια των συνεντεύξεων που είχαν προηγηθεί. Όπως θα διαπιστώσει κανείς στην ανάλυση που ακολουθεί στο επόμενο κεφάλαιο, περιστρέφονται κυρίως γύρω από το ρόλο της αγγλικής και της ελληνικής στην εταιρική επικοινωνία και, δευτερευόντως, γύρω από το θέμα της πολυγλωσσίας.⁸⁴

4.2.4.2 Γλωσσική διαχείριση

Σημαντικό μέρος της παρούσας έρευνας αφορά τον εντοπισμό και την περιγραφή της γλωσσικής διαχείρισης που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις. Ο Spolsky (2009: 4)⁸⁵ θεωρεί ότι η γλωσσική διαχείριση αναφέρεται στις:

«... εμφανείς και συγκεκριμένες προσπάθειες που γίνονται από ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων που έχει ή ισχυρίζεται ότι έχει εξουσία στους συμμετέχοντες σ' ένα κοινωνιογλωσσικό πεδίο, με σκοπό να διαμορφώσει τις γλωσσικές τους πρακτικές και τις γλωσσικές τους πεποιθήσεις.»

Συνεπώς, η έρευνα θα επικεντρωθεί στους φορείς της γλωσσικής διαχείρισης, δηλαδή τους εργοδότες και τα διοικητικά στελέχη των εταιρειών καθώς και τους εργαζόμενους, για να διαπιστώσουμε με ποιους τρόπους διαχειρίζονται τα θέματα γλώσσας. Χαρακτηριστικό της πολλαπλότητας των επιλογών που έχει κανείς στη διάθεσή του είναι το παράδειγμα που αναφέρει ο Spolsky (2009: 54), επισημαίνοντας ότι εάν ένας εργοδότης θέλει οι πωλητές που εργάζονται σε ένα κατάστημα να καλωσορίζουν τους πελάτες στην αγγλική αντί στην τοπική γλώσσα, μπορεί να δράσει με διάφορους τρόπους: είτε επιβάλλοντας με κανόνες την επιθυμητή γλωσσική χρήση, είτε εκπαιδεύοντας τους υπαλλήλους ώστε να είναι σε θέση να χρησιμοποιούν την αγγλική γλώσσα, είτε, τέλος, προσλαμβάνοντας δίγλωσσους υπαλλήλους που γνωρίζουν ήδη και μπορούν να μιλήσουν την αγγλική.

⁸⁴ Σε παρόμοια επισημάνση καταλήγουν οι Bothorel-Witz & Tsamadou-Jacobberger (2013) στην έρευνα που διεξήγαγαν σε πέντε πολυεθνικές επιχειρήσεις στην Αλσατία, μια περιοχή της Γαλλίας κοντά στα σύνορα με τη Γερμανία. Αναλύοντας τα όσα ανέφεραν στις συνεντεύξεις τους τα διευθυντικά στελέχη των εταιρειών, εντοπίζουν δύο βασικά σημεία εστίασης: 1. τα όσα είπαν για τη γαλλική, την εθνική γλώσσα και 2. τα όσα είπαν για την αγγλική, τη διεθνή γλώσσα. Στις συνεντεύξεις δεν έγινε ιδιαίτερη αναφορά στη γερμανική ή σε άλλες γλώσσες, όπως για παράδειγμα την ισπανική.

⁸⁵ "... the explicit and observable effort by someone or some group that has or claims authority over the participants of a domain to modify their practices and beliefs."

Οι τομείς στους οποίους εξετάστηκε η γλωσσική διαχείριση δεν καθορίστηκαν εκ των προτέρων· προέκυψαν κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων και στη συνέχεια αξιοποιήθηκαν από την ερευνήτρια. Διερευνήθηκαν, έτσι, συστηματικά:

Πίνακας 4.2

Γλωσσική διαχείριση	Κύρια θέματα	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ανάπτυξη γλωσσικής στρατηγικής στα τμήματα ανθρώπινου δυναμικού 2. Ανάπτυξη γλωσσικής στρατηγικής στα τμήματα μάρκετινγκ 3. Ανάπτυξη ευρύτερης γλωσσικής πολιτικής
	Επιμέρους θέματα	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 Γλωσσικά προσόντα κατά την πρόσληψη 1.2 Επιχορηγημένα γλωσσικά μαθήματα ή γλωσσική εκπαίδευση εργαζομένων 1.3 Διαφημίσεις θέσεων εργασίας 1.4 Αρχείο καταγραφής γλωσσικών προσόντων εργαζομένων 1.5 Ιστοσελίδες 1.6 Το γλωσσικό τοπίο των επιχειρήσεων: εξωτερική εμφάνιση των εγκαταστάσεων των εταιρειών, λογότυπα, συσκευασίες προϊόντων και διαφημίσεις

4.2.4.3 Γλωσσικές πρακτικές

Η καταγραφή των αναφερόμενων γλωσσικών πρακτικών έγινε τόσο για τα διευθυντικά στελέχη όσο και για τους εργαζόμενους σε διοικητικές θέσεις. Με τον όρο *αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές* εννοούμε εδώ τη γλωσσική χρήση, τις επιλογές που αναφέρουν ότι κάνουν οι ομιλητές για να διεκπεραιώσουν συγκεκριμένες ανάγκες επικοινωνίας, όπως αυτές προκύπτουν από τις εμπορικές δραστηριότητες της κάθε εταιρείας. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Spolsky (2009: 4)⁸⁶:

«Γλωσσικές πρακτικές είναι οι καθορισμένες συμπεριφορές και επιλογές –τι κάνουν οι άνθρωποι στην πραγματικότητα. Είναι τα γλωσσολογικά χαρακτηριστικά που επιλέγουν, η μορφή της γλώσσας που χρησιμοποιούν. Συνιστούν πολιτική υπό την προϋπόθεση ότι παρουσιάζουν συχνότητα στη χρήση και μπορούν να προβλεφθούν. Υπό την έννοια αυτή, αυτές είναι που συνιστούν «πραγματική» πολιτική αν και οι συμμετέχοντες δεν το αποδέχονται τόσο εύκολα.»

Στην προσπάθειά μας να εντοπίσουμε τις αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές και πώς διαμορφώνονται, θα ασχοληθούμε με την *εσωτερική επικοινωνία* ή *ενδοεπικοινωνία*. Με τον όρο *εσωτερική επικοινωνία* αναφερόμαστε στις γλωσσικές

⁸⁶ “Language practices are the observable behaviors and choices –what people actually do. They are the linguistic features chosen, the variety of language used. They constitute policy to the extent that they are regular and predictable, (...) In one sense, this is the “real” policy although participants may be reluctant to admit it.”

πρακτικές που παρατηρούμε όταν επικοινωνούν μεταξύ τους υπαλλήλοι που εργάζονται στην ίδια εταιρεία ή σε παραρτήματα της ίδιας εταιρείας στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό (Coulmas 1992). Παράλληλα, θα σκιαγραφήσουμε τις γλωσσικές πρακτικές που υιοθετούνται από τις τρεις επιχειρήσεις για την εξωτερική επικοινωνία. Ως *εξωτερική επικοινωνία* θεωρούμε την επικοινωνία μεταξύ υπαλλήλων και πελατών, την επικοινωνία με τους καταναλωτές ή με άλλες εταιρείες (Spolsky 2007: 63).

Η εξωτερική επικοινωνία θεωρήθηκε ιδιαίτερα σημαντική για τους ακόλουθους λόγους:

1. Μεγάλο ποσοστό της συνολικής, γραπτής και προφορικής, επικοινωνίας αφορούσε και στις τρεις εταιρείες την επικοινωνία με τρίτους που βρίσκονται εκτός εταιρειών.
2. Λόγω του περιορισμένου χαρακτήρα και του μικρού μεγέθους της κυπριακής οικονομίας, μια εταιρεία που επιθυμεί να αναπτυχθεί πρέπει να στραφεί στο διεθνή χώρο με αποτέλεσμα να δημιουργείται ανάγκη για επικοινωνία με άτομα και επιχειρήσεις που βρίσκονται εκτός Κύπρου.
3. Παρόμοια τακτική ακολουθήθηκε και σε αντίστοιχες έρευνες που διεξήγαγαν οι Hollqvist το 1984, Hagen το 1999, Ehrenreich το 2010, Kingsley το 2010, η έρευνα ELAN που διεξήγαγε το Εθνικό κέντρο για τις γλώσσες (CILT) το 2006 και αρκετοί από τους ερευνητές που συμμετείχαν στο ερευνητικό πρόγραμμα DYLAN από το 2006 μέχρι το 2011.
4. Τέλος, θεωρούμε ότι η επίδραση που ασκεί η εξωτερική επικοινωνία στις γλωσσικές πεποιθήσεις, στη γλωσσική διαχείριση και στις γλωσσικές πρακτικές που εφαρμόζονται στις επιχειρήσεις είναι ιδιαίτερα σημαντική και θα πρέπει να αντανακλάται στα δεδομένα της έρευνάς μας.

4.2.5 Επιλογή μεθοδολογίας της έρευνας

Κατά το σχεδιασμό της έρευνας, στόχος μας υπήρξε η επιλογή και η χρήση της μεθοδολογίας που θα μας επέτρεπε να απαντήσουμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στα ερευνητικά ερωτήματα. Επιλέξαμε να διερευνήσουμε τη γλωσσική πολιτική και το γλωσσικό σχεδιασμό σε μικροσκοπικό επίπεδο, σε μια μικροσκοπική κοινωνική δομή όπως η επιχείρηση, σε αντίθεση με τις κυρίαρχες προσεγγίσεις στον τομέα της μελέτης της γλωσσικής πολιτικής και του γλωσσικού σχεδιασμού που ασχολούνται

με το μακροσκοπικό επίπεδο και με μακροσκοπικές δομές. Ταυτόχρονα, όμως, θεωρούμε ότι η ίδια η επιχείρηση αποτελεί μια μακροδομή στην οποία οι προσωπικές επιλογές των συμμετεχόντων συνιστούν το μικροσκοπικό επίπεδο. (Nekvapil & Nekula 2006). Αυτή η τοποθέτηση έχει, βεβαίως, μεθοδολογικές συνέπειες, επειδή θα πρέπει να διερευνήσουμε τις γλωσσικές πεποιθήσεις, τη γλωσσική διαχείριση και τις γλωσσικές πρακτικές, τόσο σε ατομικό (βάση της ιεραρχίας) όσο και σε συλλογικό επίπεδο (κορυφή της ιεραρχίας). Με άλλα λόγια, θα πρέπει να καταγράψουμε τις ατομικές επιλογές κάθε ομιλητή και να τις συσχετίσουμε με τις γλωσσικές επιλογές όπως καταγράφονται με εκπεφρασμένο ή συγκαλυμμένο τρόπο λ.χ. σε επίσημα εσωτερικά έγγραφα, ή διαφαίνονται στις απόψεις υψηλόβαθμων διευθυντικών στελεχών που καθορίζουν τη γλωσσική πολιτική της επιχείρησης.

Αν και η αρχική μας σκέψη αφορούσε τη χρήση ποιοτικής μεθοδολογίας και εθνογραφικών μεθόδων, στο σχεδιασμό και στην πραγματοποίηση της έρευνας λήφθηκαν υπόψη οι πρακτικές δυσκολίες που δημιουργήθηκαν λόγω του βασικού περιορισμού που έθετε η ίδια η φύση της έρευνας. Ο αρχικός σχεδιασμός αφορούσε τη συλλογή δεδομένων από πραγματικά περιστατικά επικοινωνίας. Αυτό, όμως, δεν έγινε εφικτό. Οι ίδιες οι επιχειρήσεις αρνήθηκαν να παραχωρήσουν πρόσβαση σε πραγματικά δεδομένα που αφορούσαν την ενδοεπικοινωνία ή την επικοινωνία με άλλες επιχειρήσεις ή πελάτες, επικαλούμενες τη νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Παράλληλα, η πρόσφατη οικονομική κρίση και τα οικονομικά προβλήματα που επισωρεύθηκαν στις περισσότερες επιχειρήσεις, είχαν ως αποτέλεσμα αρκετές από αυτές να αντιμετωπίσουν με σκεπτικισμό την επιθυμία μας για αυτού του είδους την έρευνα. Συνεπώς, το είδος των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν και στα οποία βασίστηκε αυτή η έρευνα εξαρτήθηκαν από το είδος της πρόσβασης που επέτρεψαν οι επιχειρήσεις αλλά και από την ατμόσφαιρα που επικρατούσε στην κυπριακή οικονομία και στις κυπριακές επιχειρήσεις, λόγω των πρόσφατων εξελίξεων στην οικονομία.

Οι πιο πάνω λόγοι μας καθοδήγησαν να αποφασίσουμε να χρησιμοποιήσουμε μικτή μεθοδολογία. Με τον όρο αυτό, οι ερευνητές αναφέρονται στη διαδικασία συλλογής, ανάλυσης και σύμμιξης ποιοτικών και ποσοτικών δεδομένων, σε μια ή περισσότερες φάσεις μιας ερευνητικής προσπάθειας, δηλαδή είτε κατά τη διαδικασία συλλογής,

είτε κατά τη διαδικασία ανάλυσης των ερευνητικών δεδομένων (Dornyei 2007, Creswell 2008. Σύμφωνα με τους Johnson και Onwuegbuzie (2004: 14-15)⁸⁷:

«Η χρήση μεικτής μεθοδολογίας δεν αποσκοπεί να αντικαταστήσει καμιά από τις άλλες δύο προσεγγίσεις, δηλαδή την ποιοτική και την ποσοτική, αλλά αντίθετα, να χρησιμοποιήσει από κάθε προσέγγιση τα θετικά στοιχεία και ν' αποφύγει τα αρνητικά».

Στην περίπτωση, λοιπόν, της συλλογής τόσο ποσοτικών όσο και ποιοτικών δεδομένων, ο Dornyei (2007) υποστηρίζει ότι το σημαντικό είναι να αποφασίσει ο ερευνητής εκ των προτέρων πώς θα συνδυάσει τα ποιοτικά και τα ποσοτικά στοιχεία και σε ποια θα δοθεί περισσότερη έμφαση. Κατά τη διαδικασία σύμμιξης των ποιοτικών και των ποσοτικών δεδομένων, τρία βασικά χαρακτηριστικά θα καθορίσουν το τελικό αποτέλεσμα: η χρονική σειρά με την οποία θα χρησιμοποιηθεί η ποιοτική και η ποσοτική μεθοδολογία, η βαρύτητα που δίνεται στα ποιοτικά και στα ποσοτικά δεδομένα, και, τέλος, σε ποιο στάδιο της έρευνας γίνεται η σύμμιξη των ποιοτικών και των ποσοτικών δεδομένων.

Πίνακας 4.3 Βασικά χαρακτηριστικά της μικτής έρευνας

Βασικά χαρακτηριστικά της μικτής έρευνας Characteristics of mixed methods research	
Χρονική σειρά (Timing)	ποιοτική → ποσοτική ή ποσοτική → ποιοτική ή ποσοτική + ποιοτική
Βαρύτητα (Weighting)	ΠΟΙΟΤΙΚΗ = ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΠΟΙΟΤΙΚΗ VS ποσοτική ΠΟΣΟΤΙΚΗ VS ποιοτική
Στάδιο σύμμιξης (mixing)	→ κατά τη συλλογή των δεδομένων → κατά την ανάλυση των δεδομένων → κατά την ερμηνεία των δεδομένων

Σχήμα βασισμένο στους Ivankova και Creswell 2009

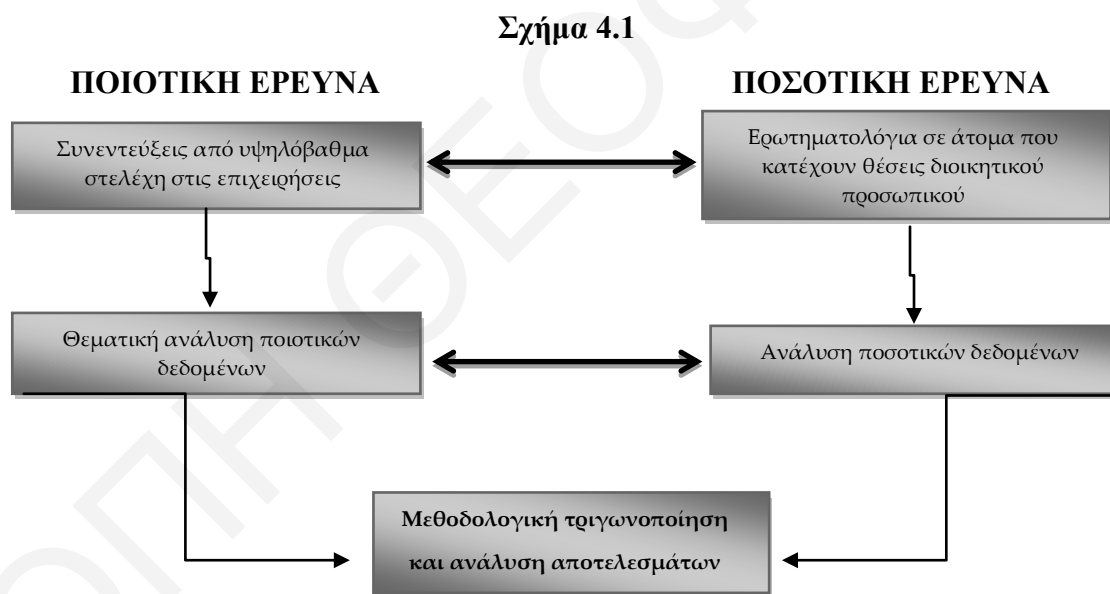
Οι Ivankova και Creswell (2009) αναφέρουν τέσσερις βασικούς τρόπους (μοντέλα) ανάμειξης των ποιοτικών και των ποσοτικών δεδομένων: *το επεξηγηματικό μοντέλο* (explanatory design), στο οποίο τα ποσοτικά δεδομένα χρησιμοποιούνται για να επεξηγήσουν, να βελτιώσουν και να διευκρινίσουν τα ποιοτικά δεδομένα, *το διερευνητικό μοντέλο* (exploratory design), όπου η συλλογή και ανάλυση των ποιοτικών δεδομένων προηγούνται με σκοπό να εντοπιστούν οι μεταβλητές που θα

⁸⁷ "The goal of mixed methods research is not to replace either of these approaches but rather to draw from the strengths and minimize the weaknesses of both in single research studies and cross studies."

χρησιμοποιηθούν στην ποσοτική ανάλυση, το *εγκιβωτισμένο μοντέλο* (embedded design) που χρησιμοποιείται όταν ένας ερευνητής/τρια αξιοποιεί την ποιοτική ή την ποσοτική μεθοδολογία για να απαντήσει σ' ένα επιμέρους ερευνητικό ερώτημα, στο πλαίσιο μιας καθαρά ποιοτικής ή ποσοτικής έρευνας και τέλος, το *τριγωνοποιημένο μοντέλο* (triangulation design) το οποίο χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα. Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει ο Silverman (2006: 291)

«Η τριγωνοποίηση συνήθως αναφέρεται στο συνδυασμό πολλών θεωριών, μεθόδων, τρόπων παρατήρησης και εμπειρικών δεδομένων για την παραγωγή μιας ακριβέστερης, πληρέστερης και αντικειμενικότερης αναπαράστασης του υπό διερεύνηση αντικειμένου.»⁸⁸

Εξάλλου ο Robson (2007: 443) παρατηρεί ότι ο συνδυασμός των ποιοτικών και των ποσοτικών μεθόδων έχει ως στόχο να επιτύχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα «μέσω του ελέγχου των αποτελεσμάτων μιας ποιοτικής μεθόδου με τα αποτελέσματα της ποσοτικής μεθόδου (ή το αντίστροφο)».



Για να αποφασίσουμε, τέλος, ποια εργαλεία επρόκειτο να αξιοποιήσουμε από την ποιοτική και ποια από την ποσοτική μεθοδολογία, καθοριστικό ρόλο στην επιλογή μας έπαιξαν, αφενός, τα ερευνητικά ερωτήματα και αφετέρου, η επιλογή μεθόδων σε προγενέστερες έρευνες παρόμοιας φύσης.

⁸⁸ “Triangulation usually refers to combining multiple theories, methods, observes and empirical materials to produce a more accurate, comprehensive and objective representation of the object of study.”

4.2.5.1 Μεθοδολογία σε προγενέστερες έρευνες

Το δεύτερο κριτήριο που θέσαμε για την επιλογή μεθοδολογίας ήταν η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε σε παρόμοιου είδους έρευνες. Ο Hollqvist (1984) χρησιμοποίησε ως κύριο εργαλείο το ερωτηματολόγιο, σε συνδυασμό με τις συνεντεύξεις και την παρατήρηση. Στην μεγάλη έρευνα που αφορούσε τις γλωσσικές πρακτικές που χρησιμοποιούνται σε ευρωπαϊκές επιχειρήσεις (Elucidate) που επιμελήθηκε ο Hagen (1999), χρησιμοποιήθηκαν τόσο το ερωτηματολόγιο όσο και οι συνεντεύξεις. Στην έρευνα που διεξήχθη εκ μέρους της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις γλωσσικές πρακτικές και τη γλωσσική πολιτική σε μικρομεσαίες και μεγάλες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις από το CiLT (National Centre for Language), καθώς και στην έρευνα των Feely και Winslow (2005), χρησιμοποιήθηκε ως μεθοδολογικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο. Οι Marshan-Piekkari και *al.* (1999) διεξήγαγαν μελέτη περίπτωσης στην πολυεθνική επιχείρηση Kone ανελκυστήρες. Πήραν συνεντεύξεις από στελέχη της επιχείρησης σε όλες τις βαθμίδες· παράλληλα χρησιμοποίησαν την επιτόπια παρατήρηση και μελέτησαν διάφορα έγγραφα με σκοπό να πετύχουν την τριγωνοποίηση των δεδομένων. Οι Andersen και Rasmussen (2004) έκαναν έρευνα σε 30 επιχειρήσεις στη Δανία χρησιμοποιώντας συνεντεύξεις με ανοιχτές ερωτήσεις, επικοινωνία ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, και τηλεφωνικές συνδιαλέξεις. Τέλος, η Kingsley (2010) στην έρευνά της που αφορούσε τη διαμόρφωση γλωσσικής πολιτικής σε τράπεζες στο Λουξεμβούργο χρησιμοποίησε τρεις διαφορετικές μεθόδους συλλογής δεδομένων: τις συνεντεύξεις, τη συζήτηση γλωσσικών ζητημάτων σε ομάδες εστίασης και τα ερωτηματολόγια.

4.2.6 Η διαδικασία συλλογής των δεδομένων

Η παρούσα έρευνα είναι κατά βάση ποιοτική και μεγαλύτερη έμφαση δόθηκε στα ποιοτικά δεδομένα. Τα ποσοτικά δεδομένα χρησιμοποιήθηκαν κυρίως για σκοπούς επαλήθευσης των αποτελεσμάτων που πήραμε από την ανάλυση των ποιοτικών δεδομένων. Συνεπώς, με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα, παρόμοιες έρευνες που διενεργήθηκαν προηγουμένως στον ευρωπαϊκό χώρο και τους περιορισμούς για τους οποίους μιλήσαμε πιο πάνω, επιλέξαμε από την ποιοτική μεθοδολογία τις συνεντεύξεις.

Η πρώτη φάση της έρευνας περιλάμβανε αριθμό συνεντεύξεων με ανώτερα στελέχη των τριών εταιρειών, με σκοπό να σκιαγραφηθούν οι γλωσσικές πρακτικές, οι

γλωσσικές πεποιθήσεις/αντιλήψεις και η γλωσσική διαχείριση που εκπορεύεται από τις ανώτερες βαθμίδες της ιεραρχίας προς τη βάση των εργαζομένων (top down perspective). Η δεύτερη φάση αφορούσε τη διανομή ερωτηματολογίων σε εργαζόμενους σε διάφορα τμήματα των εταιρειών, με σκοπό να καταγράψουμε τις γλωσσικές πρακτικές, τις γλωσσικές αντιλήψεις και τη γλωσσική διαχείριση στη βάση των εργαζομένων (bottom up perspective).

Τα δεδομένα για την παρούσα έρευνα συλλέχθηκαν από το Μάρτιο του 2013 μέχρι τα τέλη Ιουνίου του 2014, οπότε και παρέλαβα τα τελευταία ερωτηματολόγια από όλες τις εταιρείες. Οι τέσσερις συνεντεύξεις με ανώτερα στελέχη της εταιρείας Πήττας έγιναν τον Ιούλιο του 2013, οι δύο πρώτες συνεντεύξεις στην εταιρεία Remedica τον Αύγουστο του 2013 και οι υπόλοιπες δύο τον Απρίλιο του 2014. Τέλος, επισκέφθηκα την εταιρεία Pafilia για την πρώτη συνέντευξη τον Αύγουστο του 2013, και για τις υπόλοιπες τρεις συνεντεύξεις τον Απρίλιο του 2014.

Αφού ολοκληρώθηκε η απομαγνητοφώνηση των συνεντεύξεων και λήφθηκαν υπόψη τα νέα δεδομένα που προέκυψαν από την ποιοτική έρευνα, αναδιαμορφώθηκε το ερωτηματολόγιο. Τα ερωτηματολόγια δόθηκαν στους υπεύθυνους της υπηρεσίας ανθρώπινου δυναμικού της κάθε εταιρείας, οι οποίοι τα μοίρασαν στη συνέχεια σε υπαλλήλους που εργάζονταν σε διάφορα τμήματα των εταιρειών.

Αν και η παρούσα έρευνα δεν ήταν εθνογραφικού τύπου, σε πολλές περιπτώσεις είχα την ευκαιρία να μαζέψω και εθνογραφικά δεδομένα. Οι περισσότερες συνεντεύξεις έγιναν στα προσωπικά γραφεία των εργαζομένων και σε πολλές περιπτώσεις δεν έλειψαν οι διακοπές και τα τηλεφωνήματα από άλλους υπαλλήλους ή από πελάτες. Το γεγονός αυτό μου έδωσε την ευκαιρία να παρατηρήσω, έστω και για λίγο, τις εργασιακές συνθήκες, αλλά και τις πραγματικές γλωσσικές πρακτικές που χρησιμοποιούνταν κατά την προφορική επικοινωνία και στις τρεις εταιρείες. Παράλληλα, μου δόθηκε η ευκαιρία να συγκεντρώσω ποικίλα άλλα τεκμήρια, όπως έγγραφα που αφορούσαν την περιγραφή των θέσεων εργασίας, αγγελίες για διάφορες θέσεις εργασίας, διαφημιστικά φυλλάδια, ετικέτες που χρησιμοποιούνταν στις συσκευασίες προϊόντων και φωτογραφικό υλικό. Μπορώ να πω, χωρίς επιφύλαξη, ότι τα στοιχεία αυτά με βοήθησαν να αποκτήσω πιο ολοκληρωμένη εικόνα των γλωσσικών πρακτικών εντός του εργασιακού χώρου.

4.2.6.1 Πρώτη φάση της έρευνας: ημιδομημένες συνεντεύξεις με ανώτερα στελέχη

Η πρώτη φάση της έρευνας αφορούσε συνεντεύξεις με ανώτερα στελέχη των τριών εταιρειών. Οι συνεντεύξεις αυτές μου έδωσαν την ευκαιρία να σκιαγραφήσω τις αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές τόσο στο επίπεδο της διοίκησης όσο και στο επίπεδο της βάσης, δηλαδή των εργαζομένων. Πριν από τις συνεντεύξεις, είχε προηγηθεί επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με όλους τους συνεντευξιαζόμενους που γνώριζαν, έτσι, εκ των προτέρων το σκοπό, τη θεματική αλλά και τη χρονική διάρκεια της συνέντευξης. Όλες οι συνεντεύξεις έγιναν πρόσωπο με πρόσωπο στους χώρους εργασίας· όλες έγιναν στα ελληνικά, με εξαίρεση μία συνέντευξη με τη γερμανίδα υπεύθυνη του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας Remedica που έγινε στα αγγλικά· όλες οι συνεντεύξεις διήρκεσαν πέραν της μισής ώρας η καθεμιά και ηχογραφήθηκαν. Στην συνέχεια ακολούθησε ολική απομαγνητοφώνηση⁸⁹ και θεματική ανάλυση περιεχομένου. Η ανάλυση λόγου αποφεύχθηκε λόγω της επιλογής μικτής μεθοδολογίας. Όλοι όσοι συμμετείχαν στις συνεντεύξεις, παρά κάποιες αρχικές ενστάσεις, ήταν πάρα πολύ βοηθητικοί και παρείχαν σημαντικές και επιπρόσθετες πληροφορίες για το ιστορικό των εταιρειών, την οικονομική τους δραστηριότητα και το πελατολόγιο.

Η αρχική επικοινωνία με την εταιρεία Πήττας έγινε τηλεφωνικώς και στη συνέχεια με ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων. Από την αρχή, οι υπεύθυνοι της επιχείρησης αντιμετώπισαν πολύ θετικά την πρότασή μου για έρευνα στην επιχείρησή τους. Ύστερα από συνεννόηση με την υπεύθυνη ελέγχου και ποιότητας των προϊόντων, επισκέφθηκα την εταιρεία στις 12 και 13 Ιουλίου 2013 και στις 11 και 12 Φεβρουαρίου 2014, όπου και διενήργησα σειρά συνεντεύξεων.

Με βάση το οργανόγραμμα της επιχείρησης, το οποίο μου είχε αποσταλεί εκ των προτέρων από τον υπεύθυνο ανθρώπινου δυναμικού, έκανα συνεντεύξεις σε μέλη του διοικητικού προσωπικού έχοντας κατά νου να διερευνήσω με ποιον τρόπο χρησιμοποιούνται οι γλώσσες στην εν λόγω επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα, πήρα συνεντεύξεις από τέσσερα ανώτερα στελέχη της εταιρείας, τον υπεύθυνο ανθρώπινου δυναμικού, την υπεύθυνη ελέγχου ποιότητας και ασφάλειας των προϊόντων, τη βοηθό

⁸⁹ Κατά την ολική απομαγνητοφώνηση έγινε χρήση των σημείων στίξης με σκοπό να διευκολυνθεί η κατανόηση των αποσπασμάτων. Στα αποσπάσματα που παρουσιάζονται προστίθενται κάποιες λέξεις που οι συνεντευξιαζόμενοι παρέλειπαν επειδή εννοούνταν από τα συμφραζόμενα, ή από προηγούμενα αποσπάσματα του κειμένου.

υπεύθυνη ελέγχου ποιότητας και ασφάλειας των προϊόντων και τέλος τον διευθυντή παραγωγής και εξαγωγών. Αφού πήρα σχετική άδεια, επισκέφθηκα εκτός από τους χώρους εργασίας των διοικητικών υπαλλήλων και το χώρο παραγωγής, όπου παρατήρησα κυρίως ανακοινώσεις που αφορούσαν τους υπαλλήλους στο συγκεκριμένο τμήμα.

Η αρχική επικοινωνία μου με την εταιρεία Remedica έγινε με ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων και στη συνέχεια με προσωπική τηλεφωνική επικοινωνία. Οι υπεύθυνοι της εταιρείας αντιμετώπισαν με σκεπτικισμό την πρότασή μου για διεξαγωγή έρευνας λόγω και του υπερβολικού φόρτου εργασίας και των πολλών αιτήσεων που λαμβάνουν συστηματικά για παρόμοιου τύπου έρευνες. Σε όλη την πορεία της έρευνας, κατέβαλα πολλές προσπάθειες για να εξασφαλίσω μεγαλύτερο αριθμό συνεντεύξεων, αλλά αυτό δεν έγινε κατορθωτό. Τελικά, επισκέφθηκα την εταιρεία στις 26 Αυγούστου 2013, στις 5 Φεβρουαρίου 2014 και στις 14 Απριλίου 2014. Αρχικά, πήρα συνεντεύξεις από τον υπεύθυνο ανθρώπινου δυναμικού και τον υπεύθυνο του τμήματος μάρκετινγκ της εταιρείας. Αν και οι υπεύθυνοι της εταιρείας δέχτηκαν να παραχωρήσουν μόνο δύο συνεντεύξεις, στη συνέχεια αποδέχτηκαν να διανείμουν και ερωτηματολόγια στους εργαζόμενους σε διοικητικές θέσεις, σε διάφορα τμήματα της εταιρείας και να παραχωρήσουν ακόμα δύο συνεντεύξεις.

Η αρχική μου επικοινωνία με την εταιρεία Pafilia έγινε τηλεφωνικά. Οι υπεύθυνοι της εταιρείας ήταν –όπως και στην περίπτωση της εταιρείας Pittas– από την αρχή πολύ θετικοί στην πρότασή μου για διεξαγωγή έρευνας στην εταιρεία τους. Επισκέφθηκα την εταιρεία στις 25 Αυγούστου 2013 και πήρα συνέντευξη από ένα εκ των διευθυνόντων συμβούλων της εταιρείας. Στη συνέχεια επισκέφθηκα ξανά την εταιρεία και πήρα συνεντεύξεις από την υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού, τον υπεύθυνο πωλήσεων και μάρκετινγκ και τον υπεύθυνο πωλήσεων της My Move, θυγατρικής εταιρείας της Παφίλια.

4.2.6.1.1 Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις ως ερευνητικό εργαλείο

Οι Kaplan και Baldauf (1997: 110-111) τονίζουν τη σημασία των συνεντεύξεων στη διαδικασία συλλογής πληροφοριών και κατανόησης μιας υφιστάμενης κοινωνιογλωσσικής κατάστασης. Πιο συγκεκριμένα αναφέρουν ότι οι συνεντεύξεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη συλλογή δεδομένων στον τομέα των επιχειρήσεων και της βιομηχανίας. Ειδικότερα, σύμφωνα με τον Robson (2009), οι

ημιδομημένες συνεντεύξεις έχουν το πλεονέκτημα ότι αφήνουν μεγαλύτερη ελευθερία στον τρόπο διατύπωσης και στη σειρά με την οποία τίθενται οι ερωτήσεις, και επιτρέπουν μεγαλύτερη ευελιξία όσον αφορά το χρόνο που μπορεί κανείς να διαθέσει για τις διάφορες θεματικές. Η ίδια η φύση της έρευνας, όπως αποδείχτηκε και κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, καθιστούσε επιτακτική τη χρήση ημιδομημένων συνεντεύξεων. Οι λόγοι ήταν οι ακόλουθοι:

1) Το δείγμα των ατόμων που αποδέχτηκαν να δώσουν συνέντευξη ήταν σχετικά μικρό, άρα ήταν ιδιαίτερα σημαντικό να μπορέσουμε να διερευνήσουμε τα θέματα, που μας ενδιέφεραν εις βάθος μέσα από τις συνεντεύξεις, να γίνει δηλαδή συζήτηση και όχι απλά ο συνεντευξιαζόμενος να απαντήσει σε ένα αριθμό ερωτήσεων, αυστηρά προκαθορισμένο.

2) Πολλά από τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν διστακτικά ως προς τη θεματική της συνέντευξης. Θεωρούσαν ότι μια έρευνα για θέματα γλώσσας στον τομέα των επιχειρήσεων δεν θα μπορούσε να έχει κάποια χρησιμότητα ούτε να οδηγήσει σε συμπεράσματα που θα μπορούσαν να έχουν κάποια χρησιμότητα. Πολλοί από τους ερωτηθέντες αγνοούσαν ότι οι πληροφορίες που τους ζητούσαμε να δώσουν μέσα από τα καθημερινά τους βιώματα ήταν σημαντικές για την ερευνητική προσπάθεια.

Σε παρόμοιες παρατηρήσεις καταλήγει η Kingsley (2010), η οποία επιλέγει μεταξύ άλλων μεθόδων έρευνας τις συνεντεύξεις, στην κοινωνιογλωσσική έρευνα που διενήργησε σε τράπεζες στο Λουξεμβούργο. Χρησιμοποιεί τις συνεντεύξεις επειδή βοηθούν τον ερευνητή να συλλέξει ουσιαστικές πληροφορίες από ένα μικρό αριθμό ερωτηθέντων. Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων μπορούν να ζητηθούν διευκρινήσεις και να γίνει πιο ελεύθερη συζήτηση, με σκοπό να δοθούν κίνητρα στον συνεντευξιαζόμενο να δώσει χρήσιμες πληροφορίες που ίσως θεωρεί άσχετες με το υπό συζήτηση θέμα. Τέλος, παρατηρεί ότι η ίδια η φύση της έρευνας, έκανε επιτακτική την ανάγκη για συζήτηση.

4.2.6.2 Το περιεχόμενο των συνεντεύξεων

Στον καταρτισμό των ερωτήσεων που συμπεριλήφθηκαν στις συνεντεύξεις σημαντικό ρόλο έπαιξαν και πάλι τα ερευνητικά ερωτήματα. Γενικότερα, ο στόχος ήταν να μπορέσουμε, με τη βοήθεια των ερωτήσεων, να σκιαγραφήσουμε τη

γλωσσική πολιτική που ακολουθούν οι τρεις επιχειρήσεις. Η προσπάθειά μας ήταν να ανιχνεύσουμε μέσα από τις συνεντεύξεις τα τρία στοιχεία που συνθέτουν τη γλωσσική πολιτική στο θεωρητικό πλαίσιο των Spolsky (2004, 2009) και Shohamy (2006), δηλαδή τη γλωσσική διαχείριση, όπως αυτή διαμορφώνεται κυρίως στο επίπεδο της διοίκησης, τις γλωσσικές πρακτικές και τις γλωσσικές πεποιθήσεις των ομιλητών.

Με σκοπό να εντοπίσουμε τη γλωσσική διαχείριση στο επίπεδο της διοίκησης θέσαμε ερωτήσεις που αφορούσαν την πολιτική προσλήψεων, την πολιτική προαγωγών και την ύπαρξη εσωτερικών προγραμμάτων γλωσσικής εκπαίδευσης για τους εργαζομένους. Παράλληλα, ζητήσαμε πληροφορίες για τις επίσημες γλώσσες και για τις γλώσσες εργασίας της εταιρείας· διερευνήσαμε, επίσης, κατά πόσο υπήρχε κάποια ρητή ή συγκεκριμένη πολιτική σε θέματα γλώσσας. Έγινε προσπάθεια να κωδικοποιηθούν οι γλωσσικές στρατηγικές που ακολουθούσαν οι εταιρείες για να αντιμετωπίσουν ή να αποφύγουν γλωσσικά προβλήματα είτε στην εσωτερική είτε στην εξωτερική επικοινωνία.

Παράλληλα, προσπαθήσαμε, με τη βοήθεια των συνεντεύξεων, να εντοπίσουμε τις γλωσσικές πεποιθήσεις, τις γλωσσικές στάσεις και τη γλωσσική ιδεολογία των διοικητικών στελεχών, σε σχέση με τη χρήση των ποικίλων γλωσσικών πόρων στην εταιρεία τους. Η παράμετρος «χρήση» εξετάστηκε με ιδιαίτερη αναφορά στην ελληνική και την αγγλική, σε μια προσπάθεια να καθορίσουμε την αξία των δύο γλωσσών, το γλωσσικό τους κεφάλαιο και τη χρησιμότητά τους για τις εν λόγω επιχειρήσεις (Bourdieu 1999).

Τέλος, καταγράψαμε τις αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές των υπόλοιπων διοικητικών υπαλλήλων, τις γλωσσικές πεποιθήσεις και τις προσπάθειες γλωσσικής διαχείρισης. Πρέπει σε αυτό το σημείο να επαναλάβουμε ότι, αν και η αρχική μας πρόθεση ήταν να συλλέξουμε στοιχεία από πραγματικές περιστάσεις επικοινωνίας, αυτό δεν κατέστη δυνατό. Γι' αυτό το λόγο οποιαδήποτε αναφορά γίνεται στις γλωσσικές πρακτικές γίνεται με βάση όσα μας περιέγραψαν οι ομιλητές. Στις ερωτήσεις που τέθηκαν, ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στις γλωσσικές πρακτικές που χρησιμοποιούνται στην εσωτερική προφορική και γραπτή επικοινωνία, μεταξύ υπαλλήλων και μεταξύ τμημάτων και πιο συγκεκριμένα, στις γλωσσικές πρακτικές που χρησιμοποιούνται στις εσωτερικές συσκέψεις, στα μηνύματα ηλεκτρονικού

ταχυδρομείου, στις γραπτές αναφορές, και αλλού. Παράλληλα, διερευνήθηκαν και οι γλωσσικές πρακτικές που υιοθετούνται στην εξωτερική επικοινωνία με τρίτους καθώς και η επίδρασή των τελευταίων στην εσωτερική επικοινωνία.

4.2.7 Ποιοτική ανάλυση δεδομένων

Η ποιοτική ανάλυση των συνεντεύξεων που έγιναν με διοικητικά στελέχη στις τρεις εταιρείες υπήρξε το επίκεντρο της παρούσας μελέτης. Τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στα επόμενα κεφάλαια βασίζονται στη θεματική ανάλυση αυτών των συνεντεύξεων. Σε πρώτη φάση, επιλέγηκαν κάποιες θεματικές-κλειδιά που είχαν προσδιοριστεί εκ των προτέρων με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα και τη σχετική βιβλιογραφία. Μετά την ολοκλήρωση των συνεντεύξεων και τη συνολική απομαγνητοφώνησή τους, ακολούθησε θεματική ανάλυση με βάση τις θεματικές-κλειδιά, που χρησιμοποιήθηκαν ως περιγράμματα για την ανάλυση των δεδομένων (Robson 2007). Ύστερα από προσεκτική ανάγνωση των συνεντεύξεων, εντοπίστηκαν αποσπάσματα που μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως εμπειρικές αποδείξεις για τις διάφορες κατηγορίες των περιγραμμάτων. Η κατηγοριοποίηση των αποσπασμένων αναφορών έγινε ανά εταιρεία· σε αρκετές περιπτώσεις κάποια αποσπάσματα από τις συνεντεύξεις εντάσσονταν σε περισσότερες από μια κατηγορίες. Επιπρόσθετα, κατά την ανάλυση προέκυψε επιπρόσθετος αριθμός θεμάτων ο οποίος προστέθηκε στις αρχικές κατηγορίες. Μετά το τέλος της ανάλυσης, δημιουργήθηκε ένας συγκεντρωτικός πίνακας στον οποίο προστέθηκαν όλες οι θεματικές μαζί με τις θεματικές τους υποκατηγορίες.

4.2.8 Δεύτερη φάση της έρευνας: ερωτηματολόγια για τους εργαζομένους σε διοικητικές θέσεις

Αν και αρχικά υπήρχε επιθυμία εκ μέρους μας να χρησιμοποιηθεί μόνο ποιοτική μεθοδολογία, αυτό δεν έγινε δυνατό λόγω του βεβαρημένου προγράμματος των εταιρειών. Η συλλογή ποιοτικών δεδομένων και από τους διοικητικούς υπαλλήλους για πολλά ανώτερα διοικητικά ή διευθυντικά στελέχη ισοδυναμούσε με «επιπρόσθετη σπατάλη» εργασιακού χρόνου με αρνητικές ενδεχομένως επιπτώσεις για τις εταιρείες. Συμφωνήθηκε λοιπόν να μοιραστούν ερωτηματολόγια σε κάποιους υπαλλήλους, όχι με στόχο να γίνει μια πραγματική δειγματοληψία αλλά με στόχο, αφενός, να ελέγξουμε τη συχνότητα με την οποία χρησιμοποιούνται οι διάφοροι γλωσσικοί πόροι και, αφετέρου, να διερευνήσουμε εάν τα τρία στοιχεία που συνθέτουν τη γλωσσική

πολιτική όπως προκύπτει από τις συνεντεύξεις των διοικητικών στελεχών συμφωνούν με τα δεδομένα που παίρνουμε από τη βάση του εργατικού προσωπικού. Τα ερωτηματολόγια, στα ελληνικά και στα αγγλικά, στάλθηκαν με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στους διευθυντές του ανθρώπινου δυναμικού των τριών εταιρειών που ανέλαβαν να τα προωθήσουν σε εργαζομένους από διάφορα τμήματα της κάθε εταιρείας.

Πίνακας4.4: Αριθμός και εθνικότητα ατόμων που συμμετείχαν στην ποσοτική έρευνα

<i>Όνομα εταιρείας</i> <i>Εθνικότητα συμμετεχόντων</i>	<i>Πήττας</i>	<i>Remedica</i>	<i>Pafilia</i>
κυπριακή	6	7	7
ελληνική			1
αγγλική			2
ρωσική			2
ΣΥΝΟΛΟ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ	6	7	12

Στην εταιρεία Πήττας επέστρεψαν τα ερωτηματολόγια έξι άτομα. Δύο εργαζόμενοι στο τμήμα εξαγωγών της εταιρείας, ένας εργαζόμενος στο τμήμα ανθρώπινου δυναμικού, δύο εργαζόμενοι στο τμήμα ελέγχου ποιότητας και ασφάλειας των προϊόντων, η υπεύθυνη υποδοχής της εταιρείας που ασκεί επίσης χρέη τηλεφωνήτριας και ένας εργαζόμενος στο λογιστήριο της εταιρείας. Ο αριθμός των έξι ερωτηματολογίων θεωρήθηκε ικανοποιητικός, εφόσον στην εταιρεία υπάρχουν μόνο δώδεκα διοικητικά στελέχη.

Στην εταιρεία Remedica επέστρεψαν τα ερωτηματολόγια επτά εργαζόμενοι. Δύο εργαζόμενοι στο τμήμα μάρκετινγκ, η υπεύθυνη υποδοχής που ασκεί και χρέη τηλεφωνήτριας, δύο εργαζόμενοι στο τμήμα ανθρώπινου δυναμικού, ένας εργαζόμενος στο τμήμα κανονιστικών υποθέσεων της εταιρείας και, τέλος, ένας εργαζόμενος στο τμήμα ποιότητας και ασφάλειας της εταιρείας.

Στην εταιρεία Pafilia επέστρεψαν τα ερωτηματολόγια δώδεκα εργαζόμενοι. Τρεις εργαζόμενοι στο τμήμα σχεδιασμού νέων έργων, δύο εργαζόμενοι στο τμήμα εξυπηρέτησης πελατών, δύο εργαζόμενοι στο τμήμα πωλήσεων, η υπεύθυνη υποδοχής, ένας εργαζόμενος στο τμήμα μάρκετινγκ, μία εργαζόμενη στο τμήμα ανάπτυξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, η γραμματέας ενός εκ των

διευθυνόντων συμβούλων της εταιρείας και, τέλος, ένας εργαζόμενος στο λογιστήριο της εταιρείας. Τέσσερις ξένοι εργαζόμενοι και τρεις κύπριοι απάντησαν στο αγγλικό ερωτηματολόγιο .

4.2.8.1 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Το αυτό-συμπληρούμενο ερωτηματολόγιο συντάχθηκε έχοντας κατά νου την ανάγκη να είναι κατανοητό, σύντομο και εύκολο στη χρήση. Άρχισε παρουσιάζοντας στους συμμετέχοντες με σύντομία τον σκοπό και τη σημασία της παρούσας έρευνας. Στην πρώτη σελίδα υπήρχε το λογότυπο του Πανεπιστημίου Κύπρου (Τμήμα Βυζαντινών και Νεοελληνικών Σπουδών) για να δηλώνεται με σαφήνεια ο φορέας υπό την αιγίδα του οποίου γινόταν η έρευνα. Στη συνέχεια, ζητούσε από τους εργαζομένους να περιγράψουν τη θέση τους και τις αρμοδιότητές τους στις εταιρείες όπου εργάζονταν. Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, υπήρχαν οδηγίες για κάθε μέρος ξεχωριστά.

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου, έγινε με γνώμονα ερευνητικά ερωτήματα που είχαμε θέσει στους αρχικούς στόχους της έρευνας, ούτως ώστε τα συγκεντρωμένα δεδομένα να μπορούν να δώσουν απαντήσεις στα ερωτήματα αυτά, όπως ακριβώς απαιτούν οι δειγματοληπτικές έρευνες (Robson 2007: 285) Επιπρόσθετα, αξιοποιήθηκαν ερωτήσεις που είχαν χρησιμοποιηθεί σε ερωτηματολόγια προηγούμενων ερευνών. Πιο συγκεκριμένα, αξιοποιήθηκαν ερωτήσεις που μπορεί να βρει κανείς στα ερωτηματολόγια που χρησιμοποίησαν οι Hollqvist (1984), Hagen (1999), Incelli (2008) και Kingsley (2010). Οι ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου, σε μια προσπάθεια να περιορίσουμε το χρόνο που θα χρειαζόνταν οι εργαζόμενοι για να τις απαντήσουν και για να διευκολυνθεί η ανάλυσή τους. Στον ακόλουθο πίνακα καταγράφονται οι ερωτήσεις που έχουν συμπεριληφθεί στα μέρη Α, Β, Γ του ερωτηματολογίου και δηλώνεται η συνιστώσα της έρευνας που καλύπτουν (ολόκληρο το ερωτηματολόγιο είναι διαθέσιμο στα ελληνικά στο Παράρτημα σελ. 236)

Πίνακας 4.5 Θεματική κατάταξη των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου.

Ερώτηση – Δήλωση	Στόχος
Ποια/Ποιες γλώσσα/ες χρησιμοποιείτε για να συζητήσετε υπηρεσιακά θέματα με το υπόλοιπο διοικητικό προσωπικό της επιχείρησης στην οποία δουλεύετε (προφορική επικοινωνία, τηλεφωνικές συνδιαλέξεις);	γλωσσικές πρακτικές
Ποια/Ποιες γλώσσα/ες χρησιμοποιείτε για να επικοινωνήσετε γραπτώς για υπηρεσιακά θέματα, με το υπόλοιπο διοικητικό προσωπικό της επιχείρησης στην οποία δουλεύετε (επιστολές-ηλεκτρονικό ταχυδρομείο);	γλωσσικές πρακτικές
Ποια/Ποιες γλώσσα/ες χρησιμοποιείτε για να επικοινωνήσετε με παραρτήματα της	γλωσσικές πρακτικές

επιχείρησής σας ή με ξένους συντάκτους που βρίσκονται στο εξωτερικό;	
Ποια/ ποιες γλώσσα/ες χρησιμοποιείτε περισσότερο για να επικοινωνήσετε με ξένους πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Ποια θεωρείτε ότι είναι η/οι κύρια/ιες (εταιρική/ες) γλώσσα/ες στην επιχείρησή σας στην οποία εργάζεστε;	γλωσσική διαχείριση
Όταν επικοινωνείτε με ξένους πελάτες οι οποίοι δεν ξέρουν ελληνικά, δημιουργούνται προβλήματα στη γλωσσική επικοινωνία;	γλωσσική διαχείριση
Όταν αντιμετωπίζετε δυσκολίες στις πιο πάνω περιπτώσεις χρησιμοποιείτε βοήθεια εκτός της εταιρείας;	γλωσσική διαχείριση
Θεωρείτε ότι η βοήθεια που λαμβάνετε σε τέτοιες περιπτώσεις είναι αρκετή για να ξεπεράσετε τα προβλήματα που δημιουργούνται στην επικοινωνία (καθυστερήσεις, παρεξηγήσεις) με τους ξένους πελάτες;	γλωσσική διαχείριση
Θεωρείτε ότι τα θέματα ξένης γλώσσας μπορούν να σταθούν εμπόδιο στην επικοινωνία σας με ξένους πελάτες;	γλωσσική διαχείριση
Θεωρείτε ότι τα θέματα ξένης γλώσσας μπορούν να σταθούν εμπόδιο στην επέκταση της επιχείρησής στην οποία εργάζεστε σε ξένες αγορές;	γλωσσική διαχείριση
Ποιες γλώσσες προκάλεσαν δυσκολίες στην προσπάθειά σας για επικοινωνία με νέους αγοραστές ή νέους πελάτες;	γλωσσική διαχείριση
Έχετε αναλάβει προσωπική πρωτοβουλία για να μάθετε καλύτερα κάποια ξένη γλώσσα;	γλωσσική διαχείριση
Η επιχείρησή σας έχει αναλάβει πρωτοβουλίες για να σας ενθαρρύνει/βοηθήσει να μάθετε ξένες γλώσσες; (π.χ. επιχορηγημένα γλωσσικά μαθήματα);	γλωσσική διαχείριση
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με τους ανώτερούς σας;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα σε συσκέψεις με συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα σε συσκέψεις με πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα για να συντάξετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται στους συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα για να συντάξετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται στους πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά ακούτε ξένες γλώσσες στην επιχείρησή σας στην οποία εργάζεστε;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά μιλάτε ξένες γλώσσες στην επιχείρησή σας στην οποία εργάζεστε;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά διαβάζετε κάτι γραμμένο σε ξένη/ες γλώσσα/ες στην επιχείρησή σας στην οποία εργάζεστε;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά γράφετε κάτι σε ξένη/ες γλώσσα/ες στην επιχείρησή σας στην οποία εργάζεστε;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με τους ανώτερούς σας;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με ξένους πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα σε συσκέψεις με συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα σε συσκέψεις με πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται σε συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται σε πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με	γλωσσικές πρακτικές

ανώτερους σας;	
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα σε συσκέψεις με συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα σε συσκέψεις με πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται σε συναδέλφους;	γλωσσικές πρακτικές
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται σε πελάτες;	γλωσσικές πρακτικές
Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη στον τομέα των επιχειρήσεων στην Κύπρο.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής είναι απαραίτητη στον τομέα των επιχειρήσεων στην Κύπρο.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη για τη δουλειά μου.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι απαραίτητη για τη δουλειά μου.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής είναι πιο σημαντική από την πολύ καλή γνώση της ελληνικής στον τομέα των επιχειρήσεων.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η αγγλική γλώσσα έχει περισσότερο γόητρο και κύρος στον τομέα των επιχειρήσεων και της οικονομίας σε σχέση με την ελληνική.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη για να μπορώ να επικοινωνώ με όλους όσοι εργάζονται στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι απαραίτητη για να μπορώ να επικοινωνώ με όλους τους εργαζόμενους στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής είναι πολύ σημαντική για να φέρω εις πέρας τα καθήκοντά μου στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής είναι πολύ σημαντική για να φέρω εις πέρας τα καθήκοντά μου στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η ελληνική γλώσσα εξυπηρετεί καλύτερα ως κύρια (εταιρική) γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Για να διατηρηθεί η ελληνική γλώσσα και ταυτότητα στην Κύπρο, είναι σημαντικό να χρησιμοποιείται η ελληνική γλώσσα στον τομέα των επιχειρήσεων.	γλωσσικές πεποιθήσεις
Η αγγλική γλώσσα εξυπηρετεί καλύτερα ως κύρια (εταιρική) γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	γλωσσικές πεποιθήσεις

Στο Α μέρος του ερωτηματολογίου τέθηκαν στους συμμετέχοντες ερωτήσεις που αφορούσαν τη χρήση των γλωσσών για την ολοκλήρωση συγκεκριμένων εργασιακών δραστηριοτήτων. Οι ερωτήσεις ήταν κλειστές και οι συμμετέχοντες καλούνταν να επιλέξουν από μια σειρά προκαθορισμένων απαντήσεων. Κρίναμε αναγκαίο να προσθέσουμε μια ανοικτή κατηγορία/απάντηση (άλλη/ες – παρακαλώ δηλώστε), ώστε να αποφύγουμε το ενδεχόμενο να μείνει κάποια ερώτηση χωρίς απάντηση, επειδή καμιά από τις προκαθορισμένες απαντήσεις δεν ενέπιπτε στις επιλογές των συμμετεχόντων. Προτιμήσαμε τις ερωτήσεις κλειστού και όχι ανοικτού τύπου γιατί, όπως παρατηρεί ο Orpenheim (1992: 114), οι πρώτες απαιτούν λιγότερο χρόνο και λιγότερη προσπάθεια για να απαντηθούν, κάνουν το ερωτηματολόγιο πιο φιλικό προς τον συμμετέχοντα, και είναι πιο εύκολο να τις χειριστεί κανείς στη φάση της ανάλυσης των αποτελεσμάτων.

Στο Β μέρος του ερωτηματολογίου θέσαμε συγκεκριμένες ερωτήσεις για να μπορέσουμε να εντοπίσουμε τη συχνότητα με την οποία χρησιμοποιούνται ορισμένες γλώσσες. Έγινε χρήση μιας τακτικής κλίμακας, η οποία επέτρεπε στους ερωτώμενους να επιλέξουν μεταξύ πέντε διαφορετικών βαθμίδων και έτσι να καθορίσουν τη συχνότητα χρήσης μέσα από μια κλίμακα ιεράρχησης. Βασικό μειονέκτημα της κλίμακας αυτής είναι ότι δεν μας δίνει πληροφορίες για την απόσταση μεταξύ των βαθμίδων της ιεραρχίας (Oppenheim 1992: 155). Με βάση λοιπόν την κλίμακα αυτή, ιεραρχούνται με βάση τη συχνότητα με την οποία χρησιμοποιούνται οι γλώσσες στις διάφορες εταιρείες. Υπενθυμίζουμε ότι πρόκειται πάντοτε για απαντήσεις που αναφέρονται στις γλωσσικές χρήσεις και όχι για τις ίδιες τις γλωσσικές χρήσεις.

Στο Γ μέρος του ερωτηματολογίου έγινε χρήση της κλίμακας Likert. Οι ερωτήσεις ήταν και εδώ κλειστού τύπου και οι ερωτώμενοι καλούνταν να επιλέξουν μία ανάμεσα σε πέντε προκαθορισμένες απαντήσεις (1,2,3,4,5). Σκοπός ήταν να μπορέσουν να εκφράσουν αξιολογικές στάσεις αλλά και τις γλωσσικές τους πεποιθήσεις σε σχέση με συγκεκριμένες θεματικές.

Στο Δ μέρος του ερωτηματολογίου ζητήθηκαν πληροφορίες για το γλωσσικό προφίλ του κάθε εργαζόμενου. Συγκριμένα ζητήθηκαν πληροφορίες για τη μητρική γλώσσα των αποκρινόμενων και στοιχεία για το επίπεδο γνώσης ξένων γλωσσών. Για τον καταρτισμό των ερωτήσεων λήφθηκαν υπόψη οι κατηγορίες που χρησιμοποιούνται στο Διαβατήριο Γλωσσών Europass.

Τέλος, στο μέρος Ε ζητήθηκαν δημογραφικές και ατομικές πληροφορίες που αφορούσαν το φύλο, την ηλικία, την εθνικότητα και τη μόρφωση των ερωτηθέντων. Οι κατηγοριοποιήσεις που χρησιμοποιήθηκαν είναι αυτές που χρησιμοποιούνται από την Υπηρεσία Στατιστικής και Ερευνών της Κυπριακής Δημοκρατίας.

Πρέπει εδώ να σημειωθεί ότι η χρήση ερωτηματολογίου ήταν μικρής κλίμακας. Όπως παρατηρεί ο Robson (2009: 313):

«Οι μικρής κλίμακας έρευνες συνήθως χρησιμοποιούν δείγματα που δεν είναι δείγματα πιθανοτήτων. Συνήθως είναι λιγότερο πολύπλοκο να δημιουργηθούν και είναι αποδεκτές όταν δεν υπάρχει η πρόθεση ή η ανάγκη να κάνουν στατιστική γενίκευση σε οποιοδήποτε πληθυσμό πέρα από το υπό έρευνα δείγμα.»

Γι' αυτό ακριβώς το λόγο τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων δεν θα παρουσιαστούν σε ξεχωριστό κεφάλαιο αλλά θα ενσωματωθούν στα κεφάλαια στα οποία γίνεται ανάλυση των ποιοτικών αποτελεσμάτων και δεν θα επιχειρηθεί καμιά άλλη γενίκευση πέρα από αυτήν που αφορά τους εργαζόμενους στις τρεις εταιρείες.

ΠΟΠΗ ΘΕΟΦΑΝΟΥΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: Γλωσσική πολιτική στις τρεις εταιρείες

5.1 Σύντομο ιστορικό των επιχειρήσεων

Στην παρούσα έρευνα επιλέγηκαν τρεις εταιρείες που θεωρήθηκαν σημαντικές και αντιπροσωπευτικές για την κυπριακή οικονομία. Άλλωστε, τα φαρμακευτικά προϊόντα, τα γαλακτοκομικά προϊόντα –κυρίως το χαλούμι– αλλά και η πώληση παραθεριστικών κατοικιών σε ξένους ή ευρωπαίους υπηκόους αποτελούν σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες της Κυπριακής Δημοκρατίας και προσθέτουν ένα ικανοποιητικό ποσοστό στο ΑΕΠ⁹⁰. Επιπλέον, και οι τρεις εταιρείες βρίσκονται σε διαδικασία διεθνοποίησης και διαθέτουν σήμερα ένα μεγάλο δίκτυο καταναλωτών/ πελατών ανά τον κόσμο. Τέλος και οι τρεις εταιρείες είναι κυπριακών συμφερόντων, δεν είναι πολυεθνικές, ξεκίνησαν και συνεχίζουν την πορεία τους ως οικογενειακές επιχειρήσεις.

Πίνακας 5.1 Προφίλ εταιρειών

Είδος δραστηριότητας	Έτος δημιουργίας	Αριθμός υπαλλήλων	Εξαγωγές ποσοστό % επί των συνολικών πωλήσεων	Αριθμός χωρών στις οποίες εξάγουν	Καθεστώς ιδιοκτησίας
Μεταποίηση/Πήττας Γαλακτοβιομηχανία	1939	200	90	40	οικογενειακή επιχείρηση
Μεταποίηση/Remedica Φαρμακοβιομηχανία	1980	550	90	100	οικογενειακή επιχείρηση
Κατασκευαστική/Υπηρεσίες/Pafilia	1977	220	99	οικογενειακή επιχείρηση

5.1.1 Γαλακτοβιομηχανία Πήττας⁹¹

Η γαλακτοβιομηχανία Πήττας ιδρύθηκε το 1939 και ασχολείται με τη μεταποίηση προϊόντων. Ιδρύθηκε από τα αδέρφια Ανδρέα και Κώστα Πήττα με σκοπό να πετύχει τη μαζική, βιομηχανική παραγωγή των παραδοσιακών κυπριακών προϊόντων με βάση το αγελαδινό και το αιγοπρόβειο γάλα. Η εταιρεία κατάφερε μέσα σε λίγες δεκαετίες να αναπτυχθεί ραγδαία και να εδραιώσει την παρουσία της στην εσωτερική αγορά. Σήμερα διαθέτει 3000 σημεία πώλησης των 100 περίπου γαλακτοκομικών της προϊόντων στην εγχώρια αγορά και αποτελεί τον κύριο εξαγωγέα γαλακτοκομικών προϊόντων παγκύπρια. Αρχικά, η εταιρεία έκανε εξαγωγές σε χώρες όπου είχαν εγκατασταθεί Κύπριοι με βασικό προορισμό τη Μεγάλη Βρετανία. Στη συνέχεια οι εξαγωγές προς τη διεθνή αγορά αυξήθηκαν δραστικά. Η γαλακτοβιομηχανία Πήττας

⁹⁰ Στέλλα Μούρεττου (7/10/2011) Στο €1.14 δις οι κυπριακές εξαγωγές, ανακτήθηκε 5 Ιουνίου 2014, από <http://www.sigmalive.com/archive/inbusiness/news/financials/425520>

⁹¹ PittasHistory, ανακτήθηκε στις 5 Ιουνίου 2014 από <http://www.pittas.com/default.aspx?articleID=1790>

κατέχει σήμερα το μεγαλύτερο μερίδιο στην εξαγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων, δηλαδή πέραν του 50% του συνόλου των εξαγωγών παγκύπρια. Εξάγει προϊόντα σε 40 χώρες στην Ευρώπη, στις Η.Π.Α, στη Μέση Ανατολή, στην Αυστραλία και στην Ιαπωνία.

Η εταιρεία επιλέγηκε με γνώμονα, αφενός την επιτυχημένη πορεία της στην Κύπρο και αφετέρου, το σαφή της διεθνή προσανατολισμό: το 90% της παραγωγής της προορίζεται για τις ξένες αγορές. Παράλληλα, έχει κερδίσει πολλές διακρίσεις στον τομέα με τον οποίο ασχολείται: μεταξύ άλλων, το 2005, βραβεύτηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση με το βραβείο εξαγωγών για βιομηχανικές μονάδες πέραν των 50 ατόμων. Από το 2000 μέχρι και σήμερα έχει λάβει διακρίσεις για τα προϊόντα της σε διάφορες κατηγορίες στον παγκόσμιο διαγωνισμό «World Cheese Awards», ειδικά για το χαλούμι και το κεφαλοτύρι. Επιπρόσθετα, έχει θέσει ως βασικό της στόχο να προσελκύσει ξένους πελάτες και να επεκταθεί σε νέες αγορές. Η επιχείρηση είναι μικρομεσαία, απασχολεί διακόσια άτομα από τα οποία τα εκατόν εβδομήντα οκτώ εργάζονται στην παραγωγή ενώ δώδεκα ανήκουν στο διοικητικό προσωπικό.

Πίνακας 5.2 Εργαζόμενοι στην εταιρεία Πήττας

Σύνολο εργαζομένων	200
Διοικητικοί υπάλληλοι	12
Υπάλληλοι που εργάζονται στην παραγωγή	178

5.1.2. Φαρμακοβιομηχανία Remedica⁹²

Η φαρμακοβιομηχανία Remedica Ltd ιδρύθηκε το 1980 και ασχολείται με την μεταποίηση προϊόντων. Η εταιρεία κατάφερε, σε μικρό χρονικό διάστημα από την ίδρυσή της, να εγγράψει και να διαθέσει είκοσι φάρμακα στην εγχώρια αγορά. Μετά την εδραίωση της παρουσίας της στην κυπριακή αγορά, άρχισε τις πρώτες εξαγωγές φαρμάκων στη Σιγκαπούρη και στη συνέχεια, το 1986, κατάφερε με επιτυχία να διεισδύσει στην αγορά της Δυτικής Γερμανίας. Ακολούθησαν οι αγορές της Μεγάλης Βρετανίας, της Δανίας και της Αυστραλίας. Το 2009, η εταιρεία βραβεύτηκε από το Υπουργείο Βιομηχανίας και Εμπορίου με το βραβείο εξαγωγών «Βιομηχανικών προϊόντων για μονάδες πέραν των 50 ατόμων». Σήμερα, διαθέτει πέντε εργοστάσια παραγωγής φαρμάκων για ανθρώπινη χρήση στην Κύπρο και εξάγει προϊόντα σε

⁹² Remedica Company Profile, ανακτήθηκε 5 Ιουνίου 2014, από <http://www.remédica.eu/news-media>. Remedica Newsletter 8 Special Edition, ανακτήθηκε 5 Ιουνίου 2014, από <http://www.remédica.eu/news-media>. In business, Ιούνιος 2014, τεύχος 100, Remedica & Medochemie: Τιτάνες της κυπριακής βιομηχανίας και παράδειγμα προς μίμηση για τις επιχειρήσεις, ανακτήθηκε 5 Ιουνίου 2014, από http://issuu.com/inbusinessnews/docs/june_100_all_pages

περισσότερες από 100 χώρες στην Ευρώπη, Ασία, Αφρική, Αυστραλία, Νότιο Αμερική. Κατέχει ένα πολύ μεγάλο μερίδιο στις εξαγωγές φαρμακευτικών προϊόντων και αποτελεί παράλληλα έναν από τους πρώτους εξαγωγείς προϊόντων παγκύπρια, έχοντας στο ενεργητικό της περισσότερες από 3500 άδειες κυκλοφορίας των φαρμακευτικών της σκευασμάτων ανά τον κόσμο.

Η εταιρεία επιλέγηκε με γνώμονα την επιτυχημένη της πορεία στο εσωτερικό και στις διεθνείς αγορές αλλά και επειδή συνεχίζει να έχει έναν έντονα διεθνή προσανατολισμό. Αν και η επιχείρηση δεν είναι μικρομεσαία για τα κυπριακά δεδομένα, παρουσιάζει αρκετά κοινά με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Τα κοινά αυτά στοιχεία αφορούν το είδος της οικονομικής δραστηριότητας αλλά και τη διαδικασία διεθνοποίησης στις ξένες αγορές. Επιπλέον, θεωρήθηκε ιδιαίτερα σημαντικό το ότι είναι μια από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις στην Κύπρο και εργοδοτεί σήμερα πέραν των 500 ατόμων από τα οποία οι 100, αποτελούν διοικητικό και υποστηρικτικό προσωπικό. Αυτό το γεγονός θα μου έδινε τη δυνατότητα να εξετάσω θέματα ενδοεπικοινωνίας, ιδιαίτερα στο επίπεδο της διοίκησης, σε ένα πολυάριθμο εργασιακό περιβάλλον.

Πίνακας 5.3 Εργαζόμενοι στην εταιρεία Remedica⁹³

Σύνολο εργαζομένων	580
Διοικητικό και υποστηρικτικό προσωπικό	100
Υπάλληλοι που εργάζονται στην παραγωγή	350
Υπάλληλοι που εργάζονται στο χημείο	130

Πίνακας 5.4 Εθνικότητες εργαζομένων στην εταιρεία Remedica

Εθνικότητα εργαζομένων	Αριθμός
Κύπριοι	550
Κοινοτικοί	18
Εκτός Ε.Ε	12

5.1.3 Όμιλος Εταιρειών Pafilia⁹⁴

Η Pafilia ιδρύθηκε το 1977 και από την ίδρυσή της ασχολείται με την ανάπτυξη γης και την πώληση παραθεριστικών κατοικιών. Μέχρι σήμερα έχει πωλήσει παραθεριστικές κατοικίες σε περισσότερους από 10,000 αγοραστές. Η επιχείρηση

⁹³ Οι πληροφορίες που κατέχει ο διευθυντής του τμήματος ανθρώπινου δυναμικού είναι ότι αρκετοί από τους τριάντα μη Κύπριους που εργάζονται στην εταιρεία, μιλούν, κατανοούν και διαβάζουν ελληνικά. Αρκετοί από αυτούς κατέχουν διευθυντικές θέσεις σε τμήματα της εταιρείας. Από το σύνολο των 350 υπαλλήλων που εργάζονται στην παραγωγή και στις αποθήκες, μόνο δύο δεν είναι Κύπριοι. Οι υπόλοιποι μη Κύπριοι εργάζονται στο χημείο και στο διοικητικό και υποστηρικτικό προσωπικό.

⁹⁴ Pafilia Company Profile, ανακτήθηκε 5 Ιουνίου 2014, από <http://www.pafilia.com/cyprusproperties/515/Pafilia>

ανήκει, λοιπόν, στον κατασκευαστικό τομέα και στον τομέα προσφοράς υπηρεσιών. Είναι μια από τις μεγαλύτερες κατασκευαστικές εταιρείες παγκύπρια και δραστηριοποιείται στην ευρύτερη περιοχή της Πάφου. Ο όμιλος εταιρειών Pafilia περιλαμβάνει την Pafilia, την Pafilia Services, η οποία παρέχει υπηρεσίες στους πελάτες μετά την πώληση του ακινήτου, τη My Moone, η οποία ασχολείται κυρίως με την μεταπώληση περιουσιών και τη Minthis Hills.

Αυτή τη στιγμή, η Pafilia είναι οικονομικά δραστήρια σε πάρα πολλές χώρες και διατηρεί γραφεία στη Ρωσία, στην Ουκρανία, στην Κίνα, στην Αγγλία, στις Αραβικές Χώρες και στη Σουηδία. Οι πελάτες της είναι στο μεγαλύτερο ποσοστό ξένοι και σήμερα προέρχονται κυρίως από την Κίνα και τη Ρωσία. Εργοδοτεί 200 περίπου υπαλλήλους.

Πίνακας 5.5 Αριθμός εργαζομένων στην εταιρεία Pafilia

Σύνολο εργαζομένων	220
Διοικητικοί υπάλληλοι	122
Εργατικό προσωπικό (οικοδόμοι, κηπουροί, φροντιστές κ.λπ)	98

Πίνακας 5.6 Εθνικότητες εργαζομένων στην εταιρεία Pafilia

Εθνικότητα εργαζομένων	Αριθμός
Κύπριοι	150
Ελλαδίτες	23
Βρετανοί	13
Βούλγαροι	6
Ρώσοι	5
Γεωργιανοί	4
Κινέζοι	3
Λετονοί	3
Γερμανοί	2
Πολωνοί	2
Ρουμάνοι	2
Ολλανδοί	2
Σουηδός	1
Λιθουανή	1
Ιρλανδός	1
Ουκρανή	1
Αρμένιος	1

5.2 Αναφερόμενες γλωσσικές πεποιθήσεις

5.2.1 Αναφερόμενες γλωσσικές πεποιθήσεις: τα διευθυντικά στελέχη

5.2.1.1 Η σημασία της ελληνικής

Σε πολλές περιπτώσεις τα διοικητικά στελέχη των επιχειρήσεων αναφέρθηκαν στη σημασία της ελληνικής γλώσσας για τις επιχειρήσεις τους. Η ελληνική είναι η γλώσσα της απλής καθημερινής επικοινωνίας μεταξύ όλων των εργαζομένων. Στην εταιρεία Πήττας ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού παρατηρεί ότι:

«η ελληνική είναι η γλώσσα μας, η γλώσσα στην οποία επικοινωνούμε καθημερινά όσοι εργαζόμαστε στη διοίκηση. Είναι και η γλώσσα με την οποία επικοινωνούμε με τους εγχώριους αγοραστές».

Στην εταιρεία Remedica, τόσο ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού όσο και ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ, ανέφεραν ότι, αν κυκλοφορήσεις στα γραφεία, στους διαδρόμους, στην καφετέρια και στους χώρους παραγωγής, ακούς περισσότερο ελληνικά. Ο υπεύθυνος του τμήματος κανονιστικών υποθέσεων αναφέρει:

«η ελληνική είναι πολύ σημαντική για την εταιρεία μας, γιατί είναι η γλώσσα που επικοινωνούμε μεταξύ μας, κάποιος που δε μιλά ελληνικά δυσκολεύεται κάπως».

Ενδιαφέρουσες είναι οι παρατηρήσεις της υπεύθυνης του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας. Όταν ρωτήθηκε ποια θεωρεί την πιο σημαντική γλώσσα για τη φαρμακοβιομηχανία απάντησε:

«Είναι και οι δύο εξίσου σημαντικές [εννοεί και η ελληνική και η αγγλική]. Είναι αδιανόητο να υπάρχει μόνο η μία.⁹⁵»

Όπως δήλωσε στη συνέντευξή της, μέσα από την προσωπική της εμπειρία κατανόησε την επικοινωνιακή αξία της ελληνικής, αλλά και τη συμβολή της στη διαδικασία ένταξης και κοινωνικοποίησης στην εταιρεία. Όπως αναφέρει, τα πρώτα χρόνια που εργαζόταν στην εταιρεία δεν γνώριζε ελληνικά. Αν και οι υπόλοιποι υπάλληλοι προσπαθούσαν να μεταφράζουν γι' αυτήν, η ίδια συνειδητοποίησε αργότερα –όταν είχε μάθει πια την ελληνική– ότι έχανε πολλές και σημαντικές πληροφορίες κατά την επικοινωνία. Παράλληλα, θεωρεί την ελληνική σημαντική και για τη λειτουργία της επιχείρησης. Όπως αναφέρει:

«Όλα τα έγγραφα της εταιρείας πρέπει να συντάσσονται στην αγγλική γλώσσα, για να είναι διαθέσιμα σε άτομα που μιλούν μόνο αγγλικά, συμπεριλαμβανομένων και των

⁹⁵ “They are both equally important. It is unthinkable to have only one.”

ξένων ελεγκτών, αλλά την ίδια στιγμή με βάση την ευρωπαϊκή νομοθεσία, τα αρχεία παραγωγής και οι οδηγίες παραγωγής πρέπει να είναι γραμμένες στην τοπική γλώσσα. Επειδή η αγγλική δεν θεωρείται τοπική γλώσσα, πρέπει όλα αυτά να μεταφραστούν και στην ελληνική. Γι' αυτό το λόγο, πολλά επίσημα έγγραφα υπάρχουν γραμμένα και στις δύο γλώσσες, για να ικανοποιούν και τις δύο ανάγκες: των ατόμων που δεν μιλούν ελληνικά στην εταιρεία και των ευρωπαϊκών απαιτήσεων. Η εταιρεία άλλαξε κάποια έγγραφα από τα αγγλικά στα ελληνικά για να συμμορφωθεί με την ευρωπαϊκή νομοθεσία.⁹⁶»

Ο Διευθυντής Πωλήσεων της My Move, τόνισε ότι η ελληνική είναι σημαντική κυρίως για τη διεκπεραίωση της προφορικής επικοινωνίας. Επισημάνε, όμως, ότι η χρήση της δεν είναι απαραίτητη για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Παρόμοιες θέσεις εξέφρασαν στις συνεντεύξεις τους και άλλα διευθυντικά στελέχη της εταιρείας με εξαίρεση το διευθυντή πωλήσεων και μάρκετινγκ του ομίλου εταιρειών Pafilia, ο οποίος ανέφερε ότι η ελληνική χρησιμοποιείται στις συναντήσεις εργασίας των διευθυντικών στελεχών της εταιρείας. Όπως επισημάνε, εφόσον είναι όλοι Κύπριοι, νιώθουν πολύ πιο άνετα να χρησιμοποιούν τη γλώσσα τους.

5.2.1.2 Η αγγλική, η πιο σημαντική γλώσσα για τις επιχειρήσεις

Μέσα από τη θεματική ανάλυση των συνεντεύξεων διαφαίνεται ξεκάθαρα ότι τα διευθυντικά στελέχη των εταιρειών, θεωρούν ότι η αγγλική είναι ιδιαίτερα σημαντική τόσο για την ενδοεπικοινωνία όσο και για την εξωτερική επικοινωνία των επιχειρήσεων. Σε πολλές περιπτώσεις, οι συνεντευξιζόμενοι τόνισαν την αξία που αποδίδουν στην αγγλική γλώσσα για τη λειτουργία της επιχείρησής τους: π.χ. ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας Πήττας, αναφέρει ότι «δεν μπορούμε να λειτουργήσουμε χωρίς την αγγλική». Προς την ίδια κατεύθυνση κινούνται και οι απόψεις της υπεύθυνης ελέγχου και ποιότητας της εταιρείας, η οποία τονίζει ότι «χωρίς τα αγγλικά δεν θα υπήρχε επιχείρηση». Ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ της φαρμακοβιομηχανίας, υποστήριξε ότι η αγγλική είναι η πιο σημαντική γλώσσα για την εταιρεία. Σε όλες τις υπόλοιπες συνεντεύξεις καταγράφεται, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, η ίδια πεποίθηση σχετικά με τον καταλυτικό ρόλο που διαδραματίζει η αγγλική για την εσωτερική, όσο και την εξωτερική επικοινωνία. Η αξία της αυξάνει όσο εργοδοτούνται στην εταιρεία άτομα

⁹⁶ “All documentation of the company must be in English so as to be accessible to English only speaking people including foreign auditors, yet at the same time by European Union law production records and production instructions, have to be in the local language. Since English is not considered to be a local language that’s have to be in Greek. So many official documents exists in both languages in order to satisfy both needs, on the one hand the need of those people who actually don’t speak English and on the other hand European union requirements. The company changed some documentation from English back to Greek in order to comply with the European law legislation.”

που δεν γνωρίζουν ελληνικά. Ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Όσο έρχονται άτομα στην εταιρεία που δεν μιλούν την ελληνική, τόσο αυξάνεται η συχνότητα, αλλά και η αξία της αγγλικής γλώσσας.»

Ισχυρή θέση υπέρ της αξίας της αγγλικής γλώσσας καταγράφηκε στις συνεντεύξεις των διοικητικών στελεχών της εταιρείας ανάπτυξης και πώλησης γης. Συγκεκριμένα, η υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού της Pafilia αναφέρει:

«Τα αγγλικά είναι η πιο σημαντική γλώσσα για την επιχείρηση. Είναι το κοινό σημείο αναφοράς. Οι αγορές πάντοτε θα αλλάζουν, είτε είναι Κίνα, είτε είναι Ρωσία, είτε όπως αναφέρουν οι επόμενες αγορές Ινδία, ή Αραβικά Εμιράτα, οπότε ... δεν μπορείς, όμως, να αλλάξεις κάθε φορά που αλλάζουν οι αγορές όλο σου το προσωπικό. Αυτό είναι κοινώς αποδεκτό.»

Ο υπεύθυνος πωλήσεων και μάρκετινγκ της ίδιας εταιρείας αναφέρει επίσης ότι:

«η πιο σημαντική είναι η γλώσσα χωρίς την οποία δεν μπορείς να λειτουργήσεις. Είναι τα αγγλικά γιατί είναι η βάση. Χωρίς τα αγγλικά δεν γίνεται τίποτα, λόγω της φύσης της δουλειάς μας, γιατί έχουμε να κάνουμε μόνο με ξένους.»

Διαφαίνεται, λοιπόν ότι τα διοικητικά στελέχη, θεωρούν την αγγλική ιδιαίτερα σημαντική για τις επιχειρήσεις τους. Η πεποίθηση αυτή ασκεί επίδραση τόσο στη γλωσσική διαχείριση, όσο και στις γλωσσικές πρακτικές. Υπό την έννοια αυτή όπως πολύ σωστά αναφέρει ο Spolsky (2009:64):

«η αξία που προσδίδουμε σε μια γλώσσα (που αποτελεί μέρος του ιδεολογικού συστήματος του τομέα των επιχειρήσεων), είναι μια πολύ ισχυρή δύναμη που κατευθύνει τις προσπάθειες της διοίκησης των εταιρειών να αλλάξουν τις γλωσσικές πρακτικές⁹⁷»

5.2.1.3 Η αγγλική ως διεθνής γλώσσα χρησιμοποιείται από τις περισσότερες χώρες στον τομέα των επιχειρήσεων

Η γλωσσική πεποίθηση για το διεθνή χαρακτήρα της αγγλικής γλώσσας και την ικανότητά της να εξαλείφει τα εμπόδια που προκύπτουν κατά την επικοινωνία με τρίτους εκτός Κύπρου, ήταν ιδιαίτερα ισχυρή και στις τρεις εταιρείες. Τα διοικητικά στελέχη της γαλακτοβιομηχανίας αλλά και της φαρμακοβιομηχανίας θεωρούν τη μεγάλη αξία της αγγλικής στον τομέα του διεθνούς εμπορίου και των εμπορικών συναλλαγών δεδομένη και κοινώς αποδεκτή και μοιράζονται την ισχυρή πεποίθηση ότι η χρήση της διευκολύνει την επικοινωνία με τους πελάτες στο εξωτερικό και

⁹⁷ “The perceived value of a language (part of the belief system of the business domain) is a major force in driving management’s efforts to change language practices.”

συνεπώς συμβάλλει ενεργά στη διεθνοποίηση της εταιρείας. Για παράδειγμα, η υπεύθυνη ελέγχου ποιότητας και ασφάλειας προϊόντων της εταιρείας Πήττας αναφέρει:

«δεν μιλάμε κάποια άλλη γλώσσα πέραν της ελληνικής και της αγγλικής, για να μπορούμε να επικοινωνήσουμε με τους ξένους, είναι μόνο τα αγγλικά.»

Τις ίδιες απόψεις φαίνεται να μοιράζεται και ο διευθυντής εξαγωγών της εταιρείας, ο οποίος τονίζει:

«με τις εξαγωγές δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα με τη γλώσσα. Μιλούμε αγγλικά τζαι κλείει η κουβέντα, δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα what so ever. (...) Στο εξωτερικό, επειδή είναι international trading οι πιο πολλοί μιλούν αγγλικά. (...) υπάρχει το international English language και προχωρούμε και we communicate. (...) Βασικά τα αγγλικά βοηθούν παντού. Άμα ξέρεις αγγλικά παρπατάς άνετα, βρίσκεις κάποιον για να επικοινωνήσεις»

Παρόμοιες πεποιθήσεις μοιράζονται και τα διοικητικά στελέχη της φαρμακοβιομηχανίας. Ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ της εταιρείας αναφέρει: «η ιστοσελίδα μας είναι στα αγγλικά, προς το παρόν επιλέγηκε η αγγλική ως διεθνής γλώσσα»

Ενώ στη συνέχεια της συνέντευξής του τονίζει πως

«παρόλο που στην εταιρεία μιλάμε 15 γλώσσες δεν είναι δυνατόν να μιλάμε όλες τις γλώσσες των πελατών μας. Γι' αυτό τις περισσότερες φορές χρησιμοποιούμε την αγγλική που είναι διεθνής γλώσσα και οι περισσότεροι αντιπρόσωποί μας τη γνωρίζουν.»

Τέλος, έμφαση στο διεθνή χαρακτήρα της αγγλικής δίνουν και τα διοικητικά στελέχη της Pafilia. Η υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας υποστηρίζει ότι

«η αγγλική είναι σαν μια κοινή γλώσσα επικοινωνίας που οι πλείστες χώρες στον κόσμο χρησιμοποιούν και θεωρούμε ότι αυτό δεν θα αλλάξει ποτέ».

5.2.1.4 Οι γλώσσες των πελατών στον τομέα των επιχειρήσεων

Στην εταιρεία Pafilia, σε αντίθεση με τις άλλες δύο εταιρείες, επικρατούσε η έντονη πεποίθηση ότι η χρήση της γλώσσας των πελατών θα έχει θετικές επιπτώσεις στην οικονομική δραστηριότητα επειδή θα αυξήσει τις πωλήσεις. Αυτή είναι η άποψη που εξέφρασαν στις συνεντεύξεις τους όλα τα διοικητικά στελέχη. Ενδεικτικά από αυτή την άποψη είναι τα όσα ανέφερε ο υπεύθυνος του τμήματος πωλήσεων και μάρκετινγκ της εταιρείας:

«Θεωρούμε πολύ σημαντικό όταν έρθει ένας πελάτης στην εταιρεία να μπορεί να χρησιμοποιήσει τη γλώσσα του. Γιατί αν έρθει ένας κινέζος και δεν ξέρει να μιλήσει αγγλικά και δεν έχεις κάποιον που να μιλά κινέζικα στην εταιρεία σου, δεν μπορείς να

επικοινωνήσεις μαζί του, δεν μπορείς να του εξηγήσεις το προϊόν, τα συμβόλαια, τίποτα. Θα χάσεις τον πελάτη και ο συνεργάτης που σου έφερε τον πελάτη δεν θα τον ξαναφέρει. Θα τον πάρει σε μια εταιρεία στην οποία θα μπορεί ο πελάτης να επικοινωνήσει.»

Παρόμοια θέση εκφράζει και ο διευθυντής της My Moove:

«δεν είναι πέντε αγγλικά που χρειάζεται ο πελάτης για να πειστεί να αγοράσει σπίτι. Γι' αυτό όταν τα αγγλικά του δεν είναι καλά, τον ρωτάμε αν θέλει διερμηνέα και αν το επιθυμεί, θα τον έχει αμέσως.»

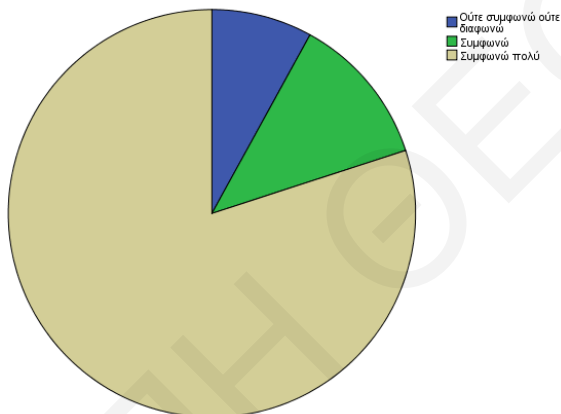
5.2.2 Οι γλωσσικές πεποιθήσεις των διοικητικών υπαλλήλων: ποσοτική ανάλυση

5.2.2.1 Αναφερόμενες γλωσσικές πεποιθήσεις σε σχέση με την αγγλική γλώσσα

Τα ποσοτικά δεδομένα που λαμβάνουμε από την ανάλυση των ερωτηματολογίων υποδεικνύουν ότι οι εργαζόμενοι σε διάφορες διοικητικές θέσεις αναγνωρίζουν, και στις τρεις εταιρείες, τη μεγάλη αξία της αγγλικής στο εργασιακό τους περιβάλλον. Ενδεικτικά είναι τα πιο κάτω γραφήματα:

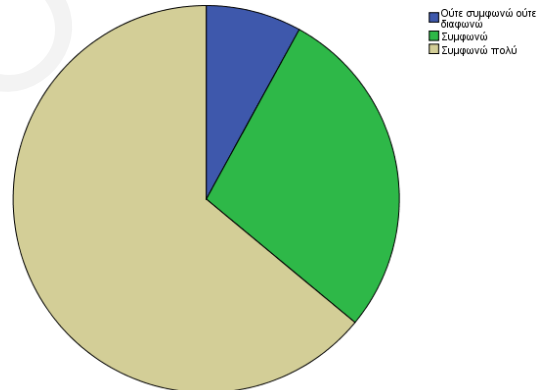
Παράσταση 5.1

Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη για τη δουλειά μου.



Παράσταση 5.2

Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη για να μπορώ να επικοινωνώ με όλους όσους εργάζονται στην επιχείρησή στην οποία δουλεύω.



Μεγάλο ποσοστό ερωτηθέντων επέλεξε τη διαβάθμιση «συμφωνώ/συμφωνώ πολύ» στην αθροιστική κλίμακα, δηλώνοντας έτσι ότι αποδέχονται τις απόψεις σε σχέση με τον κρίσιμο ρόλο της αγγλικής ως εταιρικής γλώσσας. Πιο συγκεκριμένα, 23 από τους 25 ερωτηθέντες, δηλαδή ποσοστό 92%, απάντησαν ότι συμφωνούν/συμφωνούν πολύ με την άποψη ότι η πολύ καλή γνώση της αγγλικής είναι απαραίτητη στον τομέα των επιχειρήσεων στην Κύπρο, και 20 από τους 25, ή ποσοστό 80%, απάντησαν ότι «συμφωνούν/συμφωνούν πολύ» με την άποψη ότι η πολύ καλή γνώση της αγγλικής είναι απαραίτητη για τη δουλειά τους. Παράλληλα, 18 από τους 25 ερωτηθέντες ή ποσοστό 72%, συμφωνούν/ συμφωνούν πολύ με την άποψη ότι η πολύ

καλή γνώση της αγγλικής είναι πολύ σημαντική για να φέρουν εις πέρας τα καθήκοντά τους, στην επιχείρηση στην οποία εργάζονται. Επιπρόσθετα, 23 από τους 25 ερωτηθέντες, ή ποσοστό 92%, θεωρούν ότι η πολύ καλή γνώση της αγγλικής είναι απαραίτητη για να μπορούν να επικοινωνούν με τους συναδέλφους τους. Τέλος, 20 από τους 25 ερωτηθέντες, ή ποσοστό 80%, θεωρούν ότι η αγγλική γλώσσα εξυπηρετεί καλύτερα ως κύρια εταιρική γλώσσα.

Οι πιο πάνω εκπεφρασμένες απόψεις των διοικητικών φαίνεται να συνάδουν με τις γλωσσικές πεποιθήσεις που μοιράζονται τα διευθυντικά στελέχη (βλ. πιο πάνω, σελ 123), σε σχέση με το ρόλο της αγγλικής για τις εταιρείες τους αλλά και για τον επιχειρηματικό κόσμο ευρύτερα.

Παράλληλα, είναι χρήσιμο να παρατηρήσουμε πώς οι ίδιοι οι εργαζόμενοι προσδιορίζουν το γλωσσικό τους προφίλ και τη γλωσσική τους επάρκεια στην αγγλική γλώσσα. Ενδεικτικοί είναι οι πίνακες που ακολουθούν:

Πίνακας 5.7 Αναφερόμενα επίπεδα επάρκειας στην αγγλική γλώσσα

Γλώσσα	Γλωσσική Περίσταση	Αριθμός εργαζομένων
ΑΓΓΛΙΚΑ	Μπορώ να κατανοήσω κάποιον που μιλά για καθημερινά θέματα.	22
	Μπορώ να κατανοήσω ένα απλό κείμενο.	23
	Μπορώ να λάβω μέρος σε μια απλή συζήτηση.	23
	Μπορώ να συντάσσω ένα απλό κείμενο που να αφορά εργασιακά θέματα.	23
	Μπορώ να αναζητήσω πληροφορίες στο διαδίκτυο σε σχέση με την επιχείρησή μου.	25
	Μπορώ να συμμετέχω σε διαπραγματεύσεις συμφωνιών και συμβολαίων.	21
	Μπορώ να συμμετέχω σε συναντήσεις και να ενημερώσω ξένους πελάτες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της επιχείρησής μου.	23
	Μπορώ να συμμετέχω σε μια τηλεφωνική συνομιλία ή σε τηλεδιάσκεψη.	23
	Μπορώ να διαβάσω και να κατανοήσω μια αναφορά, μια επιστολή, ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ένα έγγραφο, ένα κείμενο με ειδικό και τεχνικό λεξιλόγιο.	22
	Μπορώ να συντάξω μια αναφορά, μια επιστολή, ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ένα έγγραφο, ένα κείμενο με ειδικό και τεχνικό λεξιλόγιο.	22

Πίνακας 5.8 Μητρική/ες γλώσσα/ες των εργαζομένων σε διοικητικές θέσεις στις τρεις εταιρείες

Μητρική/ες γλώσσα/ες	Αριθμός εργαζομένων
Ελληνικά	19
Αγγλικά	3
Ρωσικά	2
Ελληνικά και Ρωσικά	1

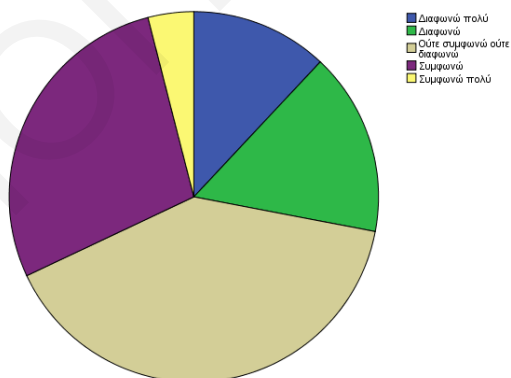
Όπως φαίνεται από τον πίνακα 5.7, η πλειοψηφία των εργαζομένων σε διοικητικές θέσεις και στις τρεις εταιρείες θεωρεί ότι μπορεί να χρησιμοποιήσει την αγγλική γλώσσα σε πάρα πολλές και διαφορετικές περιστάσεις επικοινωνίας, τόσο στο γραπτό όσο και στο γραπτό λόγο. Η αξιολόγηση της πολλαπλής γλωσσικής τους επάρκειας στα αγγλικά φαίνεται να στηρίζει την πεποίθηση που μοιράζονται οι εργαζόμενοι για την αξία της αγγλικής στους χώρους εργασίας.

5.2.2.2 Αναφερόμενες γλωσσικές πεποιθήσεις σε σχέση με την ελληνική γλώσσα

Οι γλωσσικές πεποιθήσεις σε σχέση με το ρόλο της ελληνικής γλώσσας στον τομέα των επιχειρήσεων των εργαζομένων σε διοικητικές θέσεις ποικίλουν. Κατά πρώτον, παρουσιάζουν αρκετές διαφορές σε σχέση με τις αντίστοιχες γλωσσικές πεποιθήσεις που μοιράζονταν οι υπάλληλοι για την αγγλική γλώσσα: κατά δεύτερον οι επιλογές απάντησης καλύπτουν όλες τις δυνατότητες που προσφέρει ο αθροιστικός πίνακας της κλίμακας likert, δείχνοντας μεγαλύτερη ποικιλία απόψεων χωρίς ισχυρές, όμως, τάσεις όπως στην περίπτωση της αγγλικής.

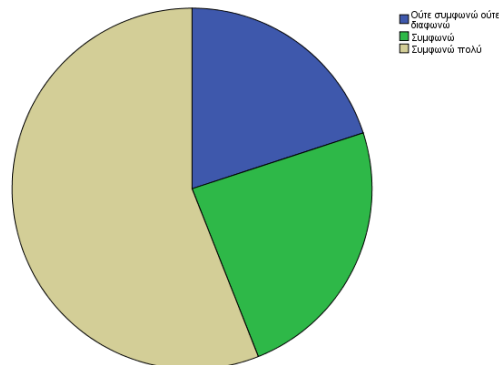
Παράσταση 5.3

Η Ελληνική γλώσσα εξυπηρετεί καλύτερα ως κύρια (εταιρική) γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.



Παράσταση 5.4

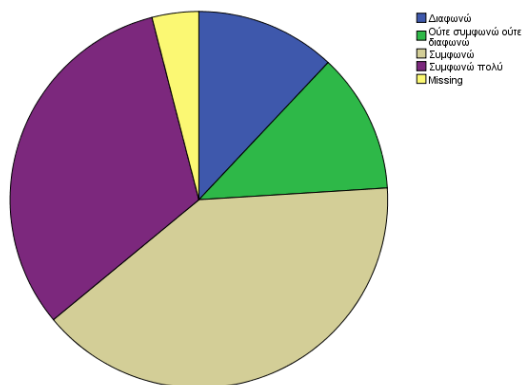
Η αγγλική γλώσσα εξυπηρετεί καλύτερα ως κύρια (εταιρική) γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.



Όπως διαφαίνεται από τα πιο πάνω γραφήματα, οι εργαζόμενοι θεωρούν την ελληνική γλώσσα σημαντική, χωρίς όμως να συμφωνούν ιδιαίτερα με την άποψη ότι εξυπηρετεί καλύτερα τις ανάγκες επικοινωνίας ως κύρια εταιρική γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία δουλεύουν. Αντίθετα, οι περισσότεροι θεωρούν την αγγλική ως την πιο σημαντική εταιρική γλώσσα.

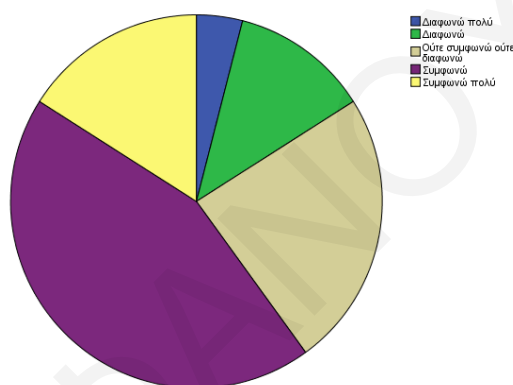
Παράσταση 5.5

Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι απαραίτητη για τη δουλειά μου



Παράσταση 5.6

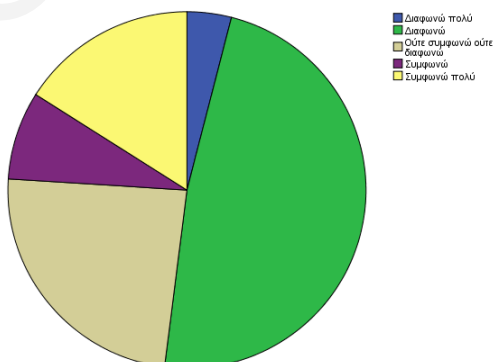
Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι απαραίτητη για να μπορώ να επικοινωνώ με όλους όσους εργάζονται στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.



Θεωρούν ότι η ελληνική γλώσσα είναι πολύ σημαντική για τη δουλειά τους και οι περισσότεροι συμφωνούν με την άποψη ότι η ελληνική είναι σημαντική για να φέρουν εις πέρας τα καθήκοντά τους εκεί όπου εργάζονται. Άλλωστε, 15 από τους 25 ερωτηθέντες ή ποσοστό 60%, επέλεξαν τις δύο τελευταίες βαθμίδες της κλίμακας Likert (συμφωνώ και συμφωνώ πολύ) καταδεικνύοντας ότι θεωρούν την ελληνική σημαντική για την εσωτερική επικοινωνία της επιχείρησής τους. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι οι αρνητικές επιλογές στην αθροιστική κλίμακα (διαφωνώ/διαφωνώ πολύ) προήλθαν από τους εργαζόμενους στην εταιρεία ανάπτυξης και πώλησης γης, στην οποία ούτε τα διευθυντικά στελέχη έδειξαν να εκτιμούν ιδιαίτερα τη σημασία της ελληνικής στη λειτουργία της επιχείρησής τους.

Παράσταση 5.7

Για να διατηρηθεί η ελληνική γλώσσα και ταυτότητα στην Κύπρο, είναι σημαντικό να χρησιμοποιείται η ελληνική γλώσσα στον τομέα των επιχειρήσεων.



Τέλος, 13 από τους 25 ερωτηθέντες δήλωσαν ότι διαφωνούν/διαφωνούν πολύ με την άποψη ότι για να διατηρηθεί η ελληνική γλώσσα και ταυτότητα στην Κύπρο, είναι σημαντικό να χρησιμοποιείται η ελληνική γλώσσα στον τομέα των

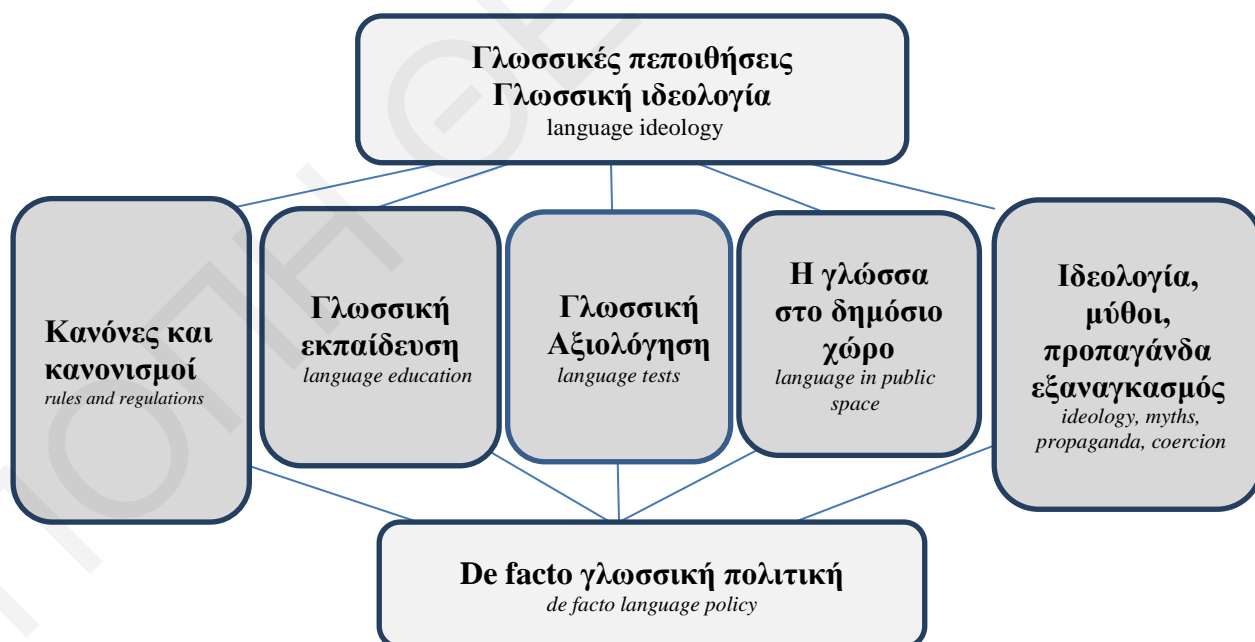
επιχειρήσεων. Από τους υπόλοιπους ερωτηθέντες, 6 δήλωσαν ότι δεν έχουν προσωπική άποψη για το θέμα και 6 δήλωσαν ότι ενστερνίζονται (συμφωνώ/συμφωνώ πολύ) την άποψη αυτή.

5.3. Μηχανισμοί και ανάπτυξη γλωσσικής στρατηγικής

Στο προηγούμενο υποκεφάλαιο, εντοπίστηκαν οι γλωσσικές πεποιθήσεις που φαίνεται να μοιράζονται οι εργαζόμενοι στις τρεις εταιρείες. Στο παρόν υποκεφάλαιο, θα γίνει προσπάθεια να φανεί κατά πόσον οι γλωσσικές αυτές πεποιθήσεις επιδρούν και σε ποιο βαθμό στη διαμόρφωση της γλωσσικής στρατηγικής των επιχειρήσεων.

Στο πλαίσιο αυτό θα εξετάσουμε κατά πόσον οι τρεις εταιρείες έχουν αναπτύξει κάποια γλωσσική στρατηγική και ποια μορφή έχει λάβει. Για να διαφανεί ο τρόπος με τον οποίο οι γλωσσικές πεποιθήσεις διαμορφώνουν τη γλωσσική πολιτική μέσα από την ενεργοποίηση συγκεκριμένων μηχανισμών, θα χρησιμοποιήσουμε το θεωρητικό πλαίσιο που έχει αναπτύξει η Shohamy (2006), στο πλαίσιο του οποίου οι μηχανισμοί ορίζονται ως (2006: 55), «... τα εργαλεία για τη διαχείριση/διαμόρφωση της γλωσσικής πολιτικής, αλλά θεωρούνται επιπλέον μορφές γλωσσικής πολιτικής⁹⁸».

Παράσταση 5.8: Μηχανισμοί μεταξύ ιδεολογίας και πολιτικής



Shohamy (2006: 58)

⁹⁸ “Mechanisms then are the tools for managing language policy, but they are also considered forms of policymaking in terms of perceptions, choice and actual use.”

Το μοντέλο της Shohamy (2006) χρησιμοποιήθηκε από την Kingsley (2010) με σκοπό να περιγράψει τις γλωσσικές πεποιθήσεις, τις γλωσσικές πρακτικές και τη γλωσσική διαχείριση σε τράπεζες στο Λουξεμβούργο. Σημαντική είναι η επισήμανση της Kingsley (2010), ότι αν και στο μοντέλο της Shohamy (2006) οι μηχανισμοί που διαμορφώνουν τη γλωσσική πολιτική μπορούν να λειτουργήσουν και από τη βάση των εργαζομένων προς την κορυφή της ιεραρχίας, στη δική της έρευνα κάτι τέτοιο δεν συνέβηκε. Όπως αναφέρει (όπ.: 173)

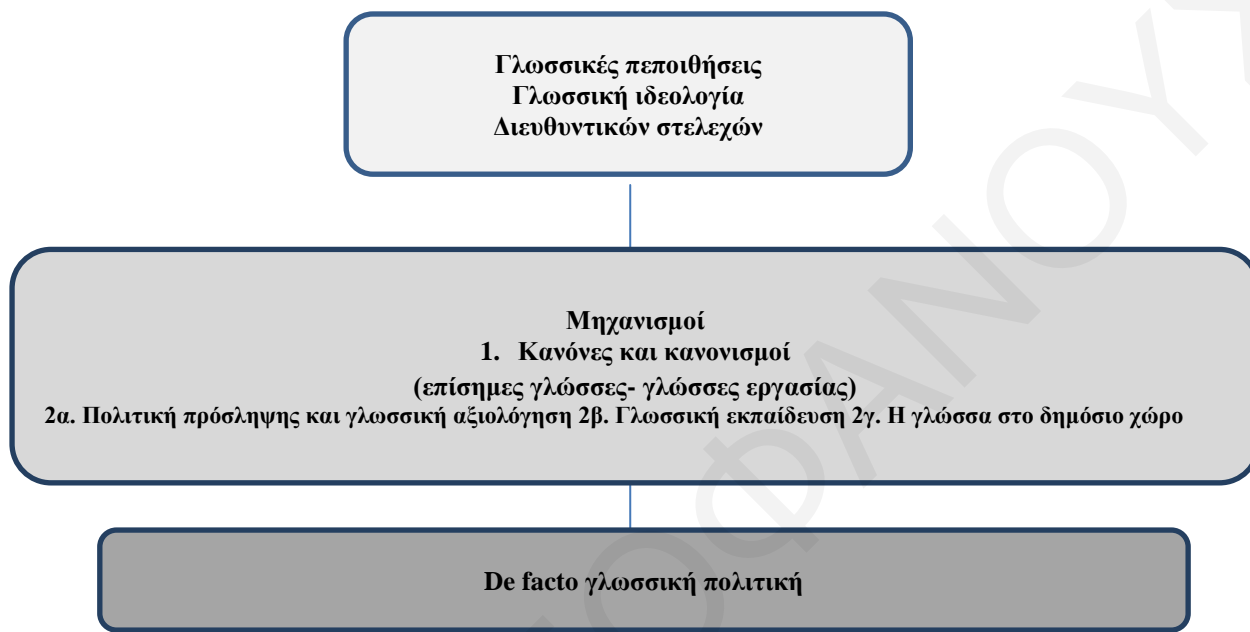
«Οι μηχανισμοί αυτοί χρησιμοποιήθηκαν κυρίως από τα διευθυντικά στελέχη, οι υπάλληλοι είχαν μικρή επιρροή στην επιλογή της γλώσσας εργασίας, αλλά και στα γλωσσικά προσόντα που απαιτούνταν κατά τη στιγμή της πρόσληψης.»⁹⁹

Η Kingsley (2010) επιλέγει τρεις μηχανισμούς από το θεωρητικό πλαίσιο της Shohamy (2006), τους οποίους εντοπίζει στις υπό έρευνα τράπεζες και τους οποίους θεωρεί σημαντικούς για τη διαμόρφωση της γλωσσικής πολιτικής: τους κανόνες και τους κανονισμούς, τη γλωσσική εκπαίδευση που αφορά τη γλωσσική επιμόρφωση των εργαζομένων και τα γλωσσικά τεστ που αφορούν τη διαδικασία πρόσληψης. Σύμφωνα με την Kingsley (2010), οι τρεις αυτοί μηχανισμοί δεν ιεραρχούνται με τον ίδιο τρόπο και δεν έχουν την ίδια βαρύτητα για τη γλωσσική πολιτική της κάθε επιχείρησης. Οι κανόνες και οι κανονισμοί είναι πιο ισχυροί, υπό την έννοια ότι η επιλογή των γλωσσών εργασίας ή των επίσημων γλωσσών συνιστά τη σημαντικότερη και την πιο καθοριστική απόφαση σε σχέση με τη ρύθμιση της γλωσσικής χρήσης. Οι κανόνες και οι κανονισμοί δεν παίρνουν απλώς τη μορφή οδηγιών που κατευθύνουν τους εργαζομένους ως προς τις γλώσσες που πρέπει να επιλέξουν για να διεκπεραιώσουν την επικοινωνία ή διαφορετικά επικοινωνιακά γεγονότα –π.χ. στο γραπτό επίσημο, στο γραπτό ανεπίσημο, στον προφορικό λόγο, στην επικοινωνία με τους εταίρους σε άλλες χώρες, στην επικοινωνία με τους εταίρους στην ίδια χώρα κ.λπ.) τίθενται σε εφαρμογή μέσω της πολιτικής για τη γλωσσική εκπαίδευση των εργαζομένων και μέσω της πολιτικής πρόσληψης. Στην ανάλυση που ακολουθεί, σε αντίθεση με την Kingsley, προτείνω να λάβουμε υπόψη στους ενεργούς μηχανισμούς που διαμορφώνουν τη γλωσσική πολιτική και τον παράγοντα «γλώσσα στο δημόσιο χώρο» που προτείνει η Shohamy και που δε φαίνεται να είναι σημαντικός για την Kingsley, ίσως λόγω του είδους των επιχειρήσεων που εξετάζει. Αντίθετα, δε συμπεριλαμβάνω στην ανάλυσή μου τον τελευταίο παράγοντα «ιδεολογία, μύθοι,

⁹⁹ “These mechanisms were mainly used by the management; employees appear to had little power over the working language or language prerequisites required for recruitment.”

προπαγάνδα εξαναγκασμός» που προτείνει η Shohamy, όχι επειδή δεν τον θεωρώ σημαντικό, αλλά επειδή δεν φαίνεται να ασκεί επίδραση στις περιπτώσεις που εξετάζω¹⁰⁰. Το σχήμα της Shohamy (2006) διαμορφώνεται, έτσι, ως εξής:

Παράσταση 5.9: Μηχανισμοί μεταξύ γλωσσικής ιδεολογίας και γλωσσικής πολιτικής



Βασισμένο στην Kingley (2010: 292)

5.3.1 Κανόνες και κανονισμοί: απουσία επίσημα εκπεφρασμένης πολιτικής

Και στις τρεις υπό έρευνα εταιρείες, δεν εντοπίσαμε κάποιο επίσημο έγγραφο που να αναφέρεται σε γλώσσες εργασίας ή σε επίσημες γλώσσες. Η επισήμανση αυτή μπορεί να μας οδηγήσει εκ πρώτης όψεως στην υπόθεση ότι εφαρμόζεται σ' αυτές μια πολιτική *laissez-faire* ή πολιτική γλωσσικού φιλελευθερισμού, με αποτέλεσμα να μην τίθενται περιορισμοί στις γλωσσικές πρακτικές και η διαχείριση της επικοινωνίας να εξαρτάται από τις ατομικές και συγκυριακές αποφάσεις των εργαζομένων.

Η ανάλυση των ποιοτικών δεδομένων καταδεικνύει ότι η απουσία επίσημα εκπεφρασμένης γλωσσικής πολιτικής δε σημαίνει ότι δεν υπάρχει πολιτική (Schiffman: 1996). Όλα τα διευθυντικά στελέχη αναφέρονται σε επίσημη γλώσσα ή σε επίσημες γλώσσες των εταιρειών τους, χωρίς όμως να μπορούν να πουν αν

¹⁰⁰ Για παράδειγμα, ο μύθος ότι η ελληνική γλώσσα κινδυνεύει από την αγγλική που εκφράζεται από κάποιους στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο, δε φαίνεται να επιδρά στη διαμόρφωση της γλωσσικής πολιτικής των επιχειρήσεων.

υπάρχουν επίσημα έγγραφα ή κάποια συγκεκριμένη εγκύκλιος που να το δηλώνει. Οι αναφορές τους σε επίσημη γλώσσα μπορούν να εκληφθούν ως μορφή έμμεσης γλωσσικής διαχείρισης, αν αποδεχτούμε την άποψη ότι η γλωσσική διαχείριση υφίσταται μόνον όταν μπορούμε να προσδιορίσουμε ποιος είναι ο φορέας της (Spolsky 2009: 6), ιδιαίτερα μάλιστα όταν ο φορέας αυτός βρίσκεται σε θέση ισχύος (Baldauf 2006), τότε οι αναφορές τους σε επίσημη γλώσσα μπορούν να εκληφθούν ως μορφή έμμεσης γλωσσικής διαχείρισης.

Τα διευθυντικά στελέχη και στις τρεις εταιρείες αναφέρουν ότι η ελληνική και η αγγλική ή μόνο η αγγλική είναι η επίσημες γλώσσες των εταιρειών τους, χωρίς όμως να είναι σε θέση να αναφέρουν πού ακριβώς καταγράφεται ή ποιος έχει πάρει αυτή την απόφαση. Ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος με τον οποίο εκφράζεται στο λόγο τους η θέση αυτή αλλά και η τάση τους να επεξηγούν γιατί θεωρούν τη/τις συγκεκριμένη/ες γλώσσα/ες επίσημες γλώσσες των εταιρειών τους. Ο διευθύνων σύμβουλος του ομίλου εταιρειών Pafilia δηλώνει ότι η αγγλική είναι η επίσημη γλώσσα της εταιρείας, λέγοντας:

«Η επίσημη γλώσσα της εταιρείας είναι τα αγγλικά, εκτός από το γεγονός ότι πουλάμε σε όλες αυτές τις χώρες, οι υπάλληλοι που εργάζονται στην εταιρεία είναι Ουκρανές, Ρωσίδες, Σλοβένες, Πολωνές, Ιρανές, Κινεζούλες, πρέπει να ξέρουν αγγλικά. Αναγκαστικά. Δεν υπάρχει άλλη επιλογή.»

Παρόμοια θέση εκφράζει ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ της εταιρείας Remedica, ο οποίος, όμως αναγνωρίζει ότι δεν υπάρχει σχετική επίσημη οδηγία από την εταιρεία:

«Δεν υπάρχει επίσημη γραμμή από την εταιρεία για τη γλωσσική χρήση. (...) Αν όμως για παράδειγμα ανταλλάσσουν επικοινωνία δύο άτομα που μιλούν ελληνικά και μετά πρέπει να εμπλακεί στην επικοινωνία κάποιος αγγλόφωνος, τότε θα πρέπει όλη η επικοινωνία να μεταφραστεί στα αγγλικά για να μπει στο νόημα και να ζητήσουμε τη γνώμη του. Αυτό αποτελεί πρόβλημα και είναι ιδιαίτερα χρονοβόρο. Γι' αυτό η επικοινωνία ιδιαίτερα για διοικητικά/τεχνικά θέματα γίνεται στα αγγλικά.»

Επιπρόσθετα, ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού της ίδιας εταιρείας, δήλωσε κατά τη διάρκεια της συνέντευξης του:

«Η επίσημη γλώσσα της επιχείρησης είναι η αγγλική λόγω του ότι οι περισσότεροι συνεργάτες βρίσκονται στο εξωτερικό ή άτομα που εργάζονται στην εταιρεία δεν μιλούν ελληνικά, αλλά όλοι μιλούν αγγλικά με αποτέλεσμα αυτό να διευκολύνει την επικοινωνία.»

Κάποιοι από τους ερωτηθέντες αναφέρθηκαν στους λόγους για τους οποίους δεν υπάρχει ρητή και επίσημα διατυπωμένη μια τέτοια πολιτική. Πολλά διευθυντικά στελέχη θεώρησαν ότι η απουσία γραπτών οδηγιών οφείλεται στο γεγονός ότι τα θέματα επικοινωνίας ρυθμίζονται από την κοινή λογική και, άρα, δεν χρειάζεται να δηλωθεί με τη μορφή κανονισμού, κάτι που όλοι γνωρίζουν.

Ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας Πήττας ανέφερε χαρακτηριστικά:

«Όχι, εξ όσων γνωρίζω, δεν υπάρχει κάποιο επίσημο έγγραφο που να αναφέρεται σε επίσημες γλώσσες στην εταιρεία μας, δουλεύω δεκαοκτώ χρόνια στην εταιρεία, δεν υπάρχει κάτι τέτοιο. Στην εταιρεία χρησιμοποιούμε τα ελληνικά και τα αγγλικά.»

Στην ίδια κατεύθυνση κινούνται και οι απόψεις των διευθυντικών στελεχών της εταιρείας Remedica. Ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ τόνισε στη συνέντευξή του ότι δεν υπήρχε επίσημη γραμμή από την εταιρεία σχετικά με τις γλώσσες που πρέπει να χρησιμοποιούν οι εργαζόμενοι: «Η χρήση της αγγλικής», συμπληρώνει, «είναι, ας το πούμε, άγραφη πολιτική». Συγχρόνως, ο υπεύθυνος του τμήματος κανονιστικών υποθέσεων επεσήμανε ότι στην εταιρεία επικοινωνούν συνήθως στα αγγλικά και ότι η χρήση της αγγλικής γίνεται «ανεπαίσθητα», δηλαδή η χρήση της αγγλικής καθιερώνεται σιωπηρώς.»

Στον όμιλο εταιρειών Pafilia αναφέρθηκαν παρόμοιες απόψεις. Ο διευθυντής πωλήσεων της My Move αναφέρει ότι «είναι η αγγλική η επίσημη γλώσσα. Όχι (δεν υπάρχει κάπου γραμμένο)»· αλλά και η υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού θεωρεί ότι η αγγλική είναι η επίσημη γλώσσα της εταιρείας παρόλο που δεν υπάρχει κάποιο επίσημο έγγραφο. Όπως υποστηρίζει, «δεν θα έλεγα ότι υπάρχει κάποιο επίσημο έγγραφο, δεν υπάρχει όμως κάπου officially αναρτημένο, είναι σαν άγραφος νόμος, ανεπίσημος κανόνας.»

Σε γενικές γραμμές όπως προκύπτει από την ανάλυση των απαντήσεων των διοικητικών στελεχών ο διεθνής προσανατολισμός των εταιρειών και η συνεργασία με τρίτους εκτός Κύπρου καθορίζει τη γλώσσα που πρέπει να χρησιμοποιείται και γι' αυτό δεν προκύπτει η ανάγκη να διατυπωθούν και να δοθούν στους εργαζομένους αυστηροί κανονισμοί.

Όπως υπογραμμίζει ο υπεύθυνος του τμήματος κανονιστικών υποθέσεων της εταιρείας Remedica:

«Βασικά, (...) συνήθως είναι αποφάσεις που λαμβάνονται όταν ξεκινά ένα καινούργιο project. Αποφασίζεται ότι η επικοινωνία θα γίνεται στα αγγλικά, γιατί είναι σε συνεργασία με τρίτους εκτός της εταιρείας και εκτός της χώρας».

Σε παρόμοιες παρατηρήσεις καταλήγει και η υπεύθυνη του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας:

«Η Κύπρος είναι μια πολύ μικρή χώρα η οποία έχει σχεδόν αποκλειστικά διεθνείς σχέσεις. Η απαίτηση είναι ακριβώς εκεί, η επικοινωνία πρέπει να είναι στα αγγλικά σε πολλές περιπτώσεις. Η Κύπρος είναι μια μικρή χώρα, με μικρό πληθυσμό, οπότε αν επιθυμείς να γίνεις διεθνής (επιχείρηση) και να πωλείς τα προϊόντα σου στο εξωτερικό, όλο αυτό επηρεάζει σίγουρα τη γλωσσική χρήση.¹⁰¹»

Τέλος, αρκετοί συνεντευξιαζόμενοι ανέφεραν ότι δεν είναι αναγκαίο να υπάρχουν ρητά εκπεφρασμένοι γλωσσικοί κανονισμοί, εφόσον αυτό που καθορίζει τη γλωσσική χρήση είναι το τμήμα, η θέση στην εταιρεία, οι αρμοδιότητες και το υπόλοιπο προσωπικό. Η υπεύθυνη του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας Remedica υποστηρίζει:

«Νομίζω ότι εξαρτάται από το τμήμα και εξαρτάται επίσης από τα έγγραφα που φτιάχνουμε. Επειδή ορισμένα έγγραφα πρέπει να γίνουν στα ελληνικά και ορισμένα έγγραφα πρέπει να γίνουν στα αγγλικά. Γι' αυτό εξαρτάται.»¹⁰²

Παρόμοια είναι και η θέση της υπεύθυνης ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας πώλησης και ανάπτυξης γης:

«Στο συμβόλαιο που υπογράφει κάποιος για την πρόσληψή του, γίνεται attached αμέσως το job description, οπότε μέσα στο job description αφήνεται να νοηθεί [sic] ότι η επικοινωνία με τους πελάτες, με την αλληλογραφία, το correspondence, πρέπει να γίνεται στην αγγλική γλώσσα, φαίνεται μέσα από τις αρμοδιότητες που έχουν, ότι πρέπει να επικοινωνούν με πελάτες και αυτό πρέπει να γίνεται σαφώς στα αγγλικά.»

Ο διευθυντής πωλήσεων της My Move αναφέρει ότι επιλέγεται η αγγλική λόγω του ανομοιογενούς ανθρώπινου δυναμικού: «λόγω του ότι το προσωπικό μας εδώ μέσα είναι από διάφορες χώρες, τα αγγλικά είναι η πιο σημαντική γλώσσα επικοινωνίας.»

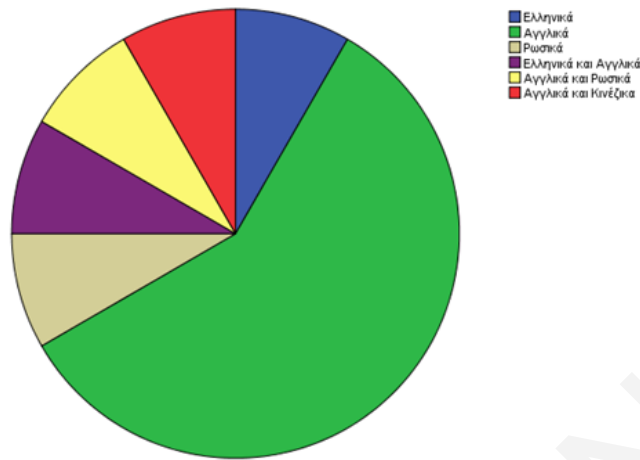
Τέλος, όλοι οι συμμετέχοντες στην ποσοτική έρευνα έδωσαν απάντηση στην ερώτηση, ποια θεωρείτε την κύρια εταιρική γλώσσα της εταιρείας σας. Οι απαντήσεις συνοψίζονται στην Παράσταση 5.10 πιο κάτω.

¹⁰¹ «Cyprus is a very small country with almost exclusively international connections; the requirement is just there, that communication has to be in English in many cases. Cyprus is a small country, with a small population, so if you want to become international and sell your products abroad, that's affects language use for sure.»

¹⁰² «I think that it depends on the department and it depends also on the documents that are created because some documents must be created in Greek and some documents must be created in English. So it depends.»

Παράσταση 5.10

Ποια θεωρείτε ότι είναι η/οι κύρια/ες (εταιρική/ες) γλώσσα/ες της επιχείρησης στην οποία εργάζεστε;



Όπως διαφαίνεται οι περισσότεροι διοικητικοί υπάλληλοι θεωρούν ότι η αγγλική είναι η κύρια γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία εργάζονται. Οι επιλογές ρωσικά, αγγλικά και ρωσικά, αγγλικά και κινεζικά προέρχονται από τους εργαζόμενους στην Pafilia. Αυτό δεν είναι άσχετο με το γεγονός ότι στη συγκεκριμένη επιχείρηση εντοπίστηκαν πολύγλωσσες πρακτικές (βλ. κεφάλαιο 5.4.3 παρακάτω).

5.3.2 Πολιτική προσλήψεων και γλωσσική αξιολόγηση

Η πολιτική προσλήψεων συμβάλλει ουσιαστικά στη διαμόρφωση της γλωσσικής πολιτικής στις τρεις εταιρείες. Κεντρική θέση στο μηχανισμό αυτό καταλαμβάνει η απόφαση και των τριών εταιρειών να προσλαμβάνουν άτομα που έχουν ήδη τα απαραίτητα γλωσσικά προσόντα. Αυτή η τακτική είναι, σύμφωνα με τον Lester (1994), η επιλογή με το χαμηλότερο κόστος για τις εταιρείες. Ουσιαστικά ρόλο στην ενεργοποίηση αυτού του μηχανισμού, παίζουν τα τμήματα ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων.

Η διερεύνηση επικεντρώθηκε κυρίως γύρω από τους ακόλουθους τέσσερις άξονες:

1. Ποια γλωσσικά προσόντα απαιτούνται από τις εταιρείες τη στιγμή της πρόσληψης; Πέρα από τη θεματική ανάλυση των συνεντεύξεων, τεκμήρια για το θέμα αυτό θεωρήθηκαν και οι ανακοινώσεις των θέσεων εργασίας στον ημερήσιο τύπο ή στις ιστοσελίδες της κάθε εταιρείας.
2. Κατά πόσο οι εταιρείες μέσω των τμημάτων ανθρώπινου δυναμικού οργανώνουν εσωτερική γλωσσική εκπαίδευση για τους εργαζομένους;

3. Κατά πόσον τα τμήματα ανθρώπινου δυναμικού κατέχουν ή διατηρούν αρχείο με πληροφορίες για τα γλωσσικά προσόντα των υπαλλήλων της εταιρείας και πώς τις διαχειρίζονται;
4. Ποια γλωσσικά προσόντα κατέχουν όσοι εργάζονται σε θέσεις διοικητικού προσωπικού και ποια γλωσσικά προσόντα όσοι εργάζονται στα τμήματα παραγωγής ή στον κατασκευαστικό τομέα;

5.3.2.1 Γαλακτοβιομηχανία Πήττας

Στην εταιρεία Πήττας απαιτούνται διαφορετικά γλωσσικά προσόντα για το διοικητικό απ' ότι για το εργατικό προσωπικό. Το διοικητικό προσωπικό πρέπει απαραίτητα να γνωρίζει ελληνικά και αγγλικά. Για τα μέλη του εργατικού δυναμικού δεν είναι απαραίτητη η ελληνική. Γι' αυτό το λόγο πολλές θέσεις εργασίας για το εργατικό δυναμικό ανακοινώνονται και δημοσιεύονται στον ημερήσιο τύπο μόνο στα αγγλικά. Το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού καταγράφει πάντοτε τα γλωσσικά προσόντα, όχι μόνο όσων εργάζονται σε διοικητικές θέσεις αλλά και όσων εργάζονται στην παραγωγή. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας:

«Ναι, στην περιγραφή των θέσεων εργασίας υπάρχουν καταγεγραμμένα τα γλωσσικά προσόντα που χρειάζονται για κάθε θέση. Στο διοικητικό προσωπικό απαραίτητη θεωρείται η αγγλική γλώσσα. Όταν κάποιος προσληφθεί στο εργατικό δυναμικό της επιχείρησης καλείται να συμπληρώσει έντυπο στο οποίο να φαίνονται τα γλωσσικά του προσόντα, μια και οι υπεύθυνοι της εταιρείας θέλουν να ξέρουν τι γλώσσες μιλά το προσωπικό που εργάζεται στην παραγωγή και τι γλώσσες μιλούν αυτοί οι οποίοι θα προσληφθούν.»

Οι υπεύθυνοι της εταιρείας καταγράφουν τα γλωσσικά προσόντα των εργαζόμενων σε διοικητικές θέσεις, κυρίως για να γνωρίζουν όπως ανέφεραν τους διαθέσιμους γλωσσικούς πόρους που υπάρχουν, εκτός από την αγγλική, και να είναι σε θέση να τους αξιοποιήσουν αναλόγως, όταν παραστεί ανάγκη. Παράλληλα, επειδή όσοι εργάζονται στην παραγωγή προέρχονται συνήθως από διάφορες χώρες, εντός και εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η εταιρεία καταγράφει τις γλώσσες που γνωρίζουν για πρακτικούς λόγους που αφορά την επικοινωνία μαζί τους. Η διασφάλιση της επικοινωνίας με τους εργαζόμενους στην παραγωγή είναι απαραίτητη για να διασφαλίζονται τα επίπεδα ποιότητας και υγιεινής που θέτει η εταιρεία κατά τη διαδικασία της παραγωγής. Όπως αναφέρει η υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού:

«Η πολιτική ασφάλειας και ποιότητας των προϊόντων μας είναι γραμμένη σε δύο γλώσσες, στα ελληνικά και στα αγγλικά, έχουμε και τον οδηγό εκπαίδευσης του προσωπικού ο οποίος είναι γραμμένος σε ελληνικά, αγγλικά και ρώσικα.»

Τα σημαντικά αυτά έγγραφα είναι γραμμένα στις κύριες γλώσσες που γνωρίζουν όσοι εργάζονται στην παραγωγή, ούτως ώστε να μπορούν να τα διαβάσουν και να τα κατανοήσουν. Ένας ακόμα λόγος για τη δημιουργία αρχείου με τα γλωσσικά προσόντα των εργαζομένων είναι οι έλεγχοι αξιολόγησης που γίνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα από ξένους πελάτες, οι οποίοι απαιτούν από την εταιρεία να διασφαλίζει ότι η επικοινωνία με τα μέλη του εργατικού δυναμικού είναι αποτελεσματική, ούτως ώστε να τηρούνται οι κανόνες υγιεινής και ασφάλειας κατά τη διαδικασία παραγωγής των προϊόντων.

5.3.2.2 Φαρμακοβιομηχανία

Στη Remedica απαιτούνται διαφορετικά γλωσσικά προσόντα για τους εργατές στην παραγωγή, για τους εργαζόμενους σε διοικητικές θέσεις και για το επιστημονικό προσωπικό που υπάγεται στα τμήματα έρευνας και ανάπτυξης και χημείου. Οι ανακοινώσεις των θέσεων εργασίας για το εργατικό προσωπικό δημοσιεύονται σε κυπριακά έντυπα στα ελληνικά, αφού απευθύνονται κυρίως σε Κύπριους. Στο εργατικό προσωπικό της εταιρείας εργάζονται σήμερα κυρίως Κύπριοι σε ποσοστό 98%. Αντίθετα, οι ανακοινώσεις θέσεων που αφορούν το διοικητικό και το επιστημονικό προσωπικό γίνονται στην αγγλική γλώσσα. Δημοσιεύονται σε κυπριακά και ευρωπαϊκά έντυπα και στην ιστοσελίδα της εταιρείας.

Εικόνα 5.1 Ανακοίνωση θέσεων εργασίας για διοικητικό προσωπικό



Remedica
FOR A HEALTHIER WORLD

Career opportunities IN CYPRUS

Remedica Ltd is a leading manufacturer of pharmaceuticals and due to its expansion and increased demand for its products, is looking to recruit in its modern facilities in Limassol, Cyprus enthusiastic and energetic individuals that are ambitious to work as part of a dynamic team, in a challenging and pleasant environment for the following post :

Quality Control Analyst

Department: Quality Control

Key Responsibilities:

Testing of starting materials, intermediate and finished products, using the latest techniques of analytical chemistry (HPLC, GC, UV, TLC, FTIR, etc)

Requirements:

- University degree in Pharmacy or Chemistry
- Previous relevant experience of at least 2 years
- Strong interpersonal and communication skills
- Very good knowledge of English language
- Computer literacy

An attractive compensation package depending on qualifications that includes Christmas and Easter bonuses, Provident Fund, Cost of Living Allowance, Medical cover, etc. is offered. Interested candidates should send their details to the address:

By e-mail: careers@remedica.com.cy
or by post: Remedica Ltd, P.O. Box 51706, 3508 Limassol, Cyprus
Tel: +357 25553000, Fax: +357 25390192



Remedica
FOR A HEALTHIER WORLD

Career opportunities IN CYPRUS

Remedica Ltd is a leading manufacturer of pharmaceuticals and due to its expansion and increased demand for its products, is looking to recruit in its modern facilities in Limassol, Cyprus enthusiastic and energetic individuals that are ambitious to work as part of a dynamic team, in a challenging and pleasant environment for the following post :

R&D Senior Analyst

Department: Research and Development Lab

Key Responsibilities:

- Assisting analytical R&D manager in daily duties
- Training and orienting of the new staff members
- Evaluating analytical results
- Supervising staff members to ensure all quality and goals are met daily
- Processing/generating of the SOP's and the methods of analysis
- Designing of stability protocols as per the ICH guideline
- Managing out of specifications / trends investigations, issues etc
- Managing stability analysis and establishing the specifications of the impurities / related substances for new products
- Reviewing of drug master files (DMF) and technical packages
- Preparing for the inspections triggered by the regulatory agencies
- Providing support to the analysts and making suggestions for modifications in test methods
- Trouble shooting
- Keeps informed about the latest technical and legal developments relevant to his work and makes suggestions on improvements

Requirements:

- University degree in Chemistry or Pharmacy
- Previous relevant experience of at least 5 years
- Very good knowledge of English language
- Computer literacy

An attractive compensation package depending on qualifications that includes Christmas and Easter bonuses, Provident Fund, Cost of Living Allowance, Medical cover, etc. is offered. Interested candidates should send their details to the address:

By e-mail: careers@remedica.com.cy
or by post: Remedica Ltd, P.O. Box 51706, 3508 Limassol, Cyprus
Tel: +357 25553000, Fax: +357 25390192



Remedica
FOR A HEALTHIER WORLD

Career opportunities IN CYPRUS

Remedica Ltd is a leading manufacturer of pharmaceuticals and due to its expansion and increased demand for its products, is looking to recruit in its modern facilities in Limassol, Cyprus enthusiastic and energetic individuals that are ambitious to work as part of a dynamic team, in a challenging and pleasant environment for the following post :

SUPPLIER AUDITOR

RESPONSIBILITIES:

- Conducts internal and external Compliance Assessments of Actives/Excipients and Packaging Materials supplier facilities based on the EU cGMP. Develops audit plans, conducts quality audits, prepares audit reports and communicates findings, including compliance risk.
- Reviews and evaluates Suppliers audit responses against current regulations and guidelines to assure compliance. Follows-up on corrective and preventative actions to ensure implementation, compliance and continuing efficacy.
- Maintains supplier database and determine final supplier approval status.
- Revises, reviews, and writes SOPs and checklists, as needed in order to complete required audit tasks.
- Reviews, approves or rejects DMF and other documents needed to be submitted to the competent authorities in order to obtain or renew the Marketing License of company's products.

REQUIREMENTS:

- University degree in a scientific field (preferably Chemical Engineering).
- Minimum of 2 years of QA/QC experience.
- Experience in the pharmaceutical industry and especially in pharmaceutical quality audit will be considered as an advantage.
- Ability to travel both domestically and internationally.
- Excellent oral and written communication skills in Greek and English.
- Computer literacy with working knowledge of MS Office applications.
- Excellent time management skills.
- Impeccable character, high integrity and honesty.

An attractive compensation package depending on qualifications that includes Christmas and Easter bonuses, Provident Fund, Cost of Living Allowance, Medical cover, etc. is offered. Interested candidates should send their details :

By e-mail: careers@remedica.com.cy
or by post: Remedica Ltd, P.O. Box 51706, 3508 Limassol, Cyprus
Tel: +357 25553000, Fax: +357 25390192

Εικόνα 5.2 Ανακοίνωση θέσης εργασίας για επιστημονικό προσωπικό



Remedica
FOR A HEALTHIER WORLD

Career opportunities IN CYPRUS

Remedica Ltd is a leading manufacturer of pharmaceuticals and due to its expansion and increased demand for its products, is looking to recruit in its modern facilities in Limassol, Cyprus enthusiastic and energetic individuals that are ambitious to work as part of a dynamic team, in a challenging and pleasant environment for the following post :

QUALITY ASSURANCE SCIENTIST

RESPONSIBILITIES:

- Ensures that manufacturing processes comply with cGMP and standard procedures.
- Performs the initial GMP training and prepares the yearly training programme.
- Records and analyses statistical information concerning the quality of the products.
- Writes technical reports.
- Handles deviations concerning procedures, specifications, materials and products.
- Conducts internal and packaging material suppliers' audits.
- Reviews and improves or prepares controlled documents (SOPs).


REQUIREMENTS:

- Bachelor's degree in Pharmacy, Chemical Engineering, Chemistry or other related field.
- Relevant experience will be considered as an asset.
- Effective communication in English.
- Written communication skills including technical writing using Microsoft Office.

An attractive compensation package depending on qualifications that includes Christmas and Easter bonuses, Provident Fund, Cost of Living Allowance, Medical cover, etc. is offered.

Interested candidates should send their details to the address:
By e-mail: careers@remedica.com.cy
or by post: Remedica Ltd, P.O. Box 51706, 3508 Limassol, Cyprus
Tel: +357 25553000, Fax: +357 25390192

Εικόνα 5.3 Ανακοίνωση θέσης εργασίας για υπεύθυνο παραγωγής



Remedica
FOR A HEALTHIER WORLD

Career opportunities IN CYPRUS

Remedica Ltd is a leading manufacturer of pharmaceuticals and due to its expansion and increased demand for its products, is looking to recruit in its modern facilities in Limassol, Cyprus enthusiastic and energetic individuals that are ambitious to work as part of a dynamic team, in a challenging and pleasant environment for the following post :

PRODUCTION MANAGER

REQUIREMENTS:

- University degree from a top-rated English speaking University in Pharmacy or Chemical Engineering
- Minimum of 5 years working experience in a similar position
- Excellent command of the English language
- Excellent computer literacy

Είναι σημαντικό να τονίσουμε εδώ ότι όλες οι ανακοινώσεις που υπάρχουν αναρτημένες στην ιστοσελίδα της εταιρείας, είναι γραμμένες στα αγγλικά. Παράλληλα, σε όλες τις ανακοινώσεις θέσεων εργασίας γίνεται ανοικτά αναφορά στα γλωσσικά προσόντα που απαιτούνται για πρόσληψη. Στις τέσσερις από τις πέντε ανακοινώσεις απαιτείται γνώση μόνο της αγγλικής γλώσσας. Το επίπεδο γλωσσικής επάρκειας που απαιτείται αλλάζει ανάλογα με τις απαιτήσεις της κάθε θέσης εργασίας. Στη μία από τις πέντε αγγελίες ζητείται πέρα από την εξαιρετική γνώση της αγγλικής, εξαιρετική γνώση και της ελληνικής γλώσσας. Η ανακοίνωση είναι, όμως, γραμμένη στα αγγλικά. Τέλος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η αγγελία που δημοσιεύθηκε και αφορά τον υπεύθυνο παραγωγής της εταιρείας: δεν απαιτείται μόνο άριστη γνώση της αγγλικής γλώσσας αλλά και πτυχίο από αγγλόφωνο πανεπιστήμιο.

Ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού αναφερόμενος στις διαδικασίες που ακολουθούνται κατά την πρόσληψη, εξηγεί στο απόσπασμα που ακολουθεί, ότι τα γλωσσικά προσόντα είναι διαφορετικά ανάλογα με τη θέση εργασίας και ότι η γνώση της αγγλικής είναι για ορισμένες θέσεις απαραίτητη (διοίκηση, επιστημονικό προσωπικό), ενώ για άλλες θεωρείται επιπρόσθετο προσόν (εργάτες, υπάλληλοι παραγωγής), επισημαίνοντας ότι όσο περισσότερο ανεβαίνει κανείς στην ιεραρχία, τόσο πιο απαραίτητο είναι να γνωρίζει επαρκώς τα αγγλικά επειδή στις ανώτερες θέσεις υπάρχουν άτομα που δεν είναι κυπριακής καταγωγής και δεν μιλούν απαραίτητα ελληνικά:

«Διαφημίζουμε στα αγγλικά για να μπορεί να το διαβάσει και κάποιος που δεν μιλά ελληνικά. Αν σε μια αγγελία μπορούν να ζητηθούν άτομα για διάφορες θέσεις, στην ίδια την αγγελία διαφημίζουμε σε διάφορες γλώσσες αναλόγως των θέσεων. Τα γλωσσικά προσόντα που ζητούνται είναι αναλόγως του τμήματος. Για το εργατικό προσωπικό δεν υπάρχει ανάγκη για γλωσσικά προσόντα, δεν ζητούνται γλώσσες για τους εργάτες στην παραγωγή θεωρείται όμως επιπλέον προσόν από την άποψη ότι μπορεί να διαβάσει τις ονομασίες των προϊόντων. Όσο ανεβαίνουμε στην ιεραρχία τα αγγλικά θεωρούνται απαραίτητα, απαιτούνται, συνεργαζόμαστε και με άλλους συναδέλφους οι οποίοι δεν μιλούν ελληνικά άρα πρέπει να μπορούμε να επικοινωνήσουμε μεταξύ μας στα αγγλικά.»

Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων για πρόσληψη επιστημονικού ή διοικητικού προσωπικού, εκτός από τα άτομα του τμήματος ανθρώπινου δυναμικού συμμετέχουν στη διαδικασία και διευθυντικά στελέχη από διάφορα τμήματα. Η υπεύθυνη του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας αναφέρει ότι συμμετέχει προσωπικά

στις συνεντεύξεις που γίνονται για νέες προσλήψεις, για να διασφαλίσει η ίδια την ποιότητα της γλωσσικής επάρκειας των υποψηφίων:

«Γι' αυτό το λόγο ελέγχω προσωπικά όλους τους υποψηφίους για μια θέση στο τμήμα μου κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, για να είμαι σίγουρη ότι γνωρίζουν την αγγλική γλώσσα πάρα πολύ καλά. Εάν έχουν σπουδάσει ένα χρόνο σ' ένα πανεπιστήμιο μιας αγγλόφωνης χώρας, αυτό αποτελεί συνήθως εγγύηση ότι μπορούν να εκφραστούν (στην αγγλική γλώσσα), αυτό αποτελεί πολύ πιθανόν απόδειξη ότι μπορούν να χρησιμοποιήσουν την αγγλική γλώσσα με σωστό τρόπο και αυτό θεωρείται ένα καλό προσόν. Για παράδειγμα αν έχουν σπουδάσει τουλάχιστον ένα χρόνο στη Μεγάλη Βρετανία, εάν έκαναν μεταπτυχιακές σπουδές, αυτό σημαίνει ότι χρησιμοποίησαν πολλές φορές την αγγλική γλώσσα και αυτό αποτελεί σημαντικό προσόν. Αυτό σημαίνει ότι μπορούν να εκφραστούν ικανοποιητικά και στον προφορικό και στο γραπτό λόγο.»¹⁰³

Το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού αναπτύσσει τη δική του γλωσσική στρατηγική για να είναι σίγουρο ότι μπορεί να επικοινωνήσει με όλους τους υπαλλήλους. Όπως το δηλώνει ο υπεύθυνος του τμήματος ανθρώπινου δυναμικού, τα γλωσσικά προσόντα των εργαζομένων καταχωρούνται σε ειδικό πρόγραμμα για να χρησιμοποιηθούν όταν χρειαστεί στην επικοινωνία με ξένους πελάτες, αντιπροσώπους και κατά τη διάρκεια των ελέγχων αξιολόγησης.

«Καταχωρούνται πάντοτε τα γλωσσικά προσόντα για κάθε εργαζόμενο σε ειδικό πρόγραμμα και ζητούνται αποδείξεις για τα γλωσσικά προσόντα π.χ αποδεικτικά αγγλικών. Διαφορετικά αν δεν είμαστε σίγουροι ότι τα αγγλικά κάποιου είναι αρκετά για να αντεπεξέλθει, διενεργούμε εσωτερικά τεστ, δικά μας τεστ, είναι απλά αγγλικά σε επίπεδο συνεννόησης, π.χ. για γραμματειακό προσωπικό για να είμαστε σίγουροι ότι κάποιος/κάποια μπορεί να καταλάβει, να διαβάσει και να στείλει ένα απλό ηλεκτρονικό μήνυμα.»

5.3.2.3 Εταιρεία ανάπτυξης και πώλησης γης

Για την πρόσληψη διοικητικού προσωπικού στην εταιρεία, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η άριστη γνώση της αγγλικής γλώσσας. Για τις προσλήψεις εργατών (κηπουροί, προσωπικό καθαριότητας, προσωπικό συντήρησης, οικοδόμοι κ.λπ.) δεν απαιτούνται ιδιαίτερα γλωσσικά προσόντα. Η υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού αναφέρει:

«Για μια θέση στην εταιρεία απαραίτητο requirement είναι τα αγγλικά. Τα ελληνικά σε πολύ δευτερη μοίρα, για πολύ συγκεκριμένες θέσεις, αλλά πάλι για όλες τις θέσεις

¹⁰³ «That's why I personally check them in interview all candidates for a job so as to be sure that they command English really well. If they studied at least one year in an English speaking country university, that's normally also a guaranty that they can express themselves, that's probably an evidence that they can use English in a right way, that's a good qualification. For example if they studied at least one a year in the UK, if they did a master's degree this means that they have used a significant amount in English so that is a good qualification, that means that they can sufficiently express themselves in speaking and in writing in English.»

απαραίτητη γλώσσα είναι τα αγγλικά και όχι τα ελληνικά. (...) Είναι απαραίτητη προϋπόθεση να υπάρχει η αγγλική γλώσσα, άριστη γνώση και προφορική και γραπτή.»

Οι θέσεις εργασίας ανακοινώνονται κυρίως στα αγγλικά. Σε ελάχιστες περιπτώσεις, οι θέσεις ανακοινώνονται σε κυπριακά έντυπα στα ελληνικά και αφορούν συγκεκριμένες θέσεις όπως για παράδειγμα οικοδόμους, φροντίστριες, κηπουρούς. Όπως αναφέρει η υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού:

«Οι διαφημίσεις μας, μας νοιάζει περισσότερο να απευθύνονται στα άτομα που μιλούν άπταιστα αγγλικά παρά άπταιστα ελληνικά. Αυτός που ξέρει ελληνικά θα πρέπει να ξέρει και αγγλικά.»

Εικόνα 5.4 Ανακοίνωση θέσης εργασίας

Pafilia
Together

The Company
Founded in 1977, Pafilia is the largest private developer in Cyprus, dedicated to delivering the best in concept, design, quality and service. The company pioneers a diverse and innovative portfolio of property types and styles, each an exemplar of superior living, all built to the highest standards. Pafilia are currently seeking dynamic employees for the following positions:

PROPERTY CONSULTANTS – PAPHOS
If you are Results & Success Focused then this may be the opportunity you are looking for. Reporting to the Sales & Marketing Director, the Property Consultant will be responsible for promoting the diverse property portfolio of the company and for consulting with clients on investment and property related issues concerning the Cyprus Real Estate market.

Qualifications:

- University degree, preferably in Economics, Business Administration, Marketing Degree or related field
- Excellent knowledge of the English language. Knowledge of the Russian language, would be considered an advantage
- Excellent Computer Skills, MS Office, Internet & Outlook Express
- Dynamic with a strong drive for achievement, excellent interpersonal skills, customer oriented, presentation skills and self motivated
- Flexibility to travel within the country and overseas
- Previous experience in real estate sales and/or business development would be considered an advantage

PRODUCT SUPPORT EXECUTIVE - PAPHOS
Reporting to the Marketing Manager, the Product Support Executive will be responsible for creating and delivering business development presentations that reinforce the company's brand promise and optimally promote the product and services. He/ she must maintain an in-depth working knowledge of multiple product lines and ensure that all sales support collateral is of the highest standard. The candidate will be responsible for the integrity of the website and intranet content and must also develop and maintain content and visual best practises.

Qualifications:

- University degree, preferably in Marketing/ Marketing Communication, Interactive Multimedia, Visual Communications or related field
- Excellent knowledge of the English language
- Excellent communication (oral and written), interpersonal, organizational, and presentation skills
- Must possess strong PowerPoint presentation skills and an understanding of commonly accepted B2B communication principles
- Excellent Computer Skills, MS Office, Internet & Outlook
- Previous experience in marketing would be considered an advantage

Εικόνα 5.5 Ανακοίνωση θέσης εργασίας

MINTHIS HILLS
touch the sky

Minthis Hills
Designed by world-renowned architects Woods Bagot, the Minthis Hills Clubhouse exudes uninhibited elegance; it blends the restorative power of nature with the luxury of 21st century architecture, providing clients with pure barefoot luxury. The Clubhouse offers five star services and innovative facilities to residents and clients. We are currently looking to recruit energetic, passionate and high calibre employees to join our dynamic team.

SALES EXECUTIVE – MINTHIS HILLS RESORT (PAPHOS)
The Sales Executive will develop and maximise the sales of properties and ensure the commercial success in local and overseas markets. Reporting to the Sales & Marketing Director, the candidate will be responsible for promoting the diverse property portfolio of the company and consulting with clients on investment and property related issues concerning the Cyprus Real Estate market. In addition, continually seeking to establish, build and enhance enduring business relationships with existing and prospective real estate agents as well as with clients.

Essential Duties and Responsibilities

- Maintaining and developing constructive relationships with existing customers
- Visiting potential customers to prospect for new business
- Acting as a contact between the company and its existing and potential markets
- Negotiating the terms of an agreement and closing sales
- Gathering market and customer information
- Reviewing own sales performance, aiming to meet or exceed targets

Key Requirements of the Role:

- University degree, preferably in Economics, Business Administration, Marketing or related field
- Excellent knowledge of the English and Russian Languages, both written and oral
- Excellent Computer Skills, MS Office, Internet & Outlook Express
- Flexibility to travel within the country and overseas
- Dynamic with a strong drive for achievement, excellent interpersonal skills, customer oriented, self motivated, analytical, creative and organised
- Experience in property sales would be considered additional advantage

In return we offer an attractive salary, outstanding benefits and a supportive and multinational environment that encourages professional development and advancement opportunities.

To apply, please send a copy of your CV, in full confidence, to the Human Resources Department by the 31st of January 2013. Email: human.resources@minthishills.com, www.minthishills.com

WE ARE AN EQUAL OPPORTUNITIES EMPLOYER

Και στις δύο διαφημίσεις, γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στα γλωσσικά προσόντα που απαιτούνται για πρόσληψη στην εταιρεία: άριστη γνώση της αγγλικής στην πρώτη περίπτωση και άριστη γνώση της αγγλικής και της ρωσικής στη δεύτερη. Αυτό το επιβεβαιώνει στη συνέντευξή της η υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας:

«Όταν προσλαμβάνουμε άτομα στην εταιρεία είναι απαραίτητη προϋπόθεση να υπάρχει η αγγλική γλώσσα, άριστη γνώση και γραπτή και προφορική.»

Παρόμοια, ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας αναφέρει:

«Τα αγγλικά είναι prerequisite για όποιον προσλάβουμε στην εταιρεία. Αν δεν ξέρει κάποιος αγγλικά, καλύτερα να μην έρθει στη συνέντευξη»

Η αγγλική στην εν λόγω εταιρεία δε θεωρείται, λοιπόν, πλεονέκτημα για τις συγκεκριμένες θέσεις εργασίας αλλά προϋπόθεση *sine qua non*, απαραίτητο προσόν χωρίς το οποίο δεν μπορεί να γίνει πρόσληψη. Για αυτόν ακριβώς το λόγο, όλες οι συνεντεύξεις για προσλήψεις νέων ατόμων στην εταιρεία γίνονται στην αγγλική. Η τάση να θεωρείται η αγγλική απαραίτητο προσόν δεν είναι χαρακτηριστική των κυπριακών εταιρειών αλλά των εταιρειών με διεθνή προσανατολισμό ευρύτερα. Την ίδια τάση εντοπίζει και η Ehrenreich (2010: 417) στην έρευνά της για τη χρήση της αγγλικής ως γλώσσας όχηματος σε μια γερμανική εταιρεία:

«Η αγγλική δε θεωρείται πλέον επιπρόσθετο προσόν στα CV για πρόσληψη στην εταιρεία (αντίθετα με την άποψη της Piekari) αντίθετα, θεωρείται απαραίτητος όρος, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι οι υποψήφιοι για μια θέση οι οποίοι δεν γνωρίζουν την αγγλική, απλά δεν πρόκειται να προσληφθούν.¹⁰⁴»

Πέρα από την απαίτηση να γνωρίζουν οι υποψήφιοι την αγγλική γλώσσα, η εταιρεία ευνοεί και τη γνώση άλλων γλωσσών, όπως διαφαίνεται και από το μηχανισμό πρόσληψης. Εδώ, φαίνεται ότι η γλωσσική πεποίθηση που μοιράζονται τα διευθυντικά στελέχη της εταιρείας ότι είναι σημαντικό να μπορεί κανείς να μιλά τις μητρικές γλώσσες των πελατών αν θέλει να τους παρέχει εμπορικές υπηρεσίες, έχει άμεσες συνέπειες για την πολιτική των προσλήψεων. Σε αυτό το σημείο, η πρόβλεψη του Spolsky (2009: 54), ότι «στο βαθμό που οι ιδιοκτήτες μιας εταιρείας μοιράζονται την πεποίθηση ότι οι πωλήσεις τους θα αυξηθούν όταν χρησιμοποιούν τις γλώσσες των πελατών, μπορούμε να αναμένουμε ως αποτέλεσμα ότι θα υιοθετούν μια πολιτική στις προσλήψεις που να το επιτρέπει.»¹⁰⁵

Τα τελευταία τρία χρόνια, έχουν προσληφθεί άτομα που γνωρίζουν εκτός από την αγγλική, τη ρωσική και την κινεζική (μανδαρινική) (Εικόνα 5.6) που εργάζονται σε διαφορετικές βαθμίδες της ιεραρχίας και σε διάφορα τμήματα του ομίλου εταιρειών Pafilia. Ενδεικτικά αναφέρω την πρόσληψη ρωσόφωνου διευθυντή στα γραφεία της εταιρείας στη Ρωσία, ρωσόφωνων πωλητών και κινέζων διερμηνέων στο τμήμα πωλήσεων, ρωσόφωνων και κινέζων υπαλλήλων στη θυγατρική εταιρεία Pafilia Services, ρωσόφωνων υπαλλήλων στη θυγατρική εταιρεία My Moone αλλά και ρωσόφωνων θυρωρών σε οικιστικά συγκροτήματα που έχουν δημιουργηθεί

¹⁰⁴ «Quite clearly, in 2006, English is no longer an asset on CVs (contra Piekari, 2009) but has turned into a *sine qua non*, which means that job candidates without English will basically not be hired.»

¹⁰⁵ «To the extent that owners of business share the belief that sales improve when using the customer's language, we might expect to find them adopting a staffing policy that will permit this.»

πρόσφατα από την εταιρεία. Ουσιαστικά, οι γλωσσικές απαιτήσεις μεταβάλλονται ανάλογα με το πελατολόγιο και τους σχεδιασμούς της εταιρείας σε σχέση με την επέκταση και την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της σε επικείμενες αγορές. Φαίνεται, λοιπόν, ότι σε αυτές τις περιπτώσεις τα γλωσσικά προσόντα αποκτούν ιδιαίτερη βαρύτητα τη στιγμή της πρόσληψης, όπως δηλώνει στο απόσπασμα που ακολουθεί ο διευθύνων σύμβουλος εταιρείας:

«Πριν κάποιους μήνες, θα προσλαμβάναμε αμέσως κάποιον που μιλούσε ρωσικά. Τώρα μετρούν περισσότερο τα κινεζικά. Αν κάποιος μιλάει πέραν των αγγλικών, κινεζικά ή ρωσικά, θα έχει ένα μεγάλο πλεονέκτημα έναντι κάποιου που μιλά μόνο αγγλικά.»

5.3.3 Γλωσσική εκπαίδευση

Καμία από τις τρεις εταιρείες δεν αξιοποίησε πλήρως το μηχανισμό της γλωσσικής εκπαίδευσης των εργαζομένων. Η αυστηρή πολιτική που εφάρμοσαν οι εταιρείες τη στιγμή της πρόσληψης, υποδεικνύοντας στους υποψηφίους ότι πρέπει να κατέχουν τα απαραίτητα γλωσσικά προσόντα πριν προσληφθούν, δεν καθιστούσε απαραίτητη τη γλωσσική κατάρτιση των εργαζομένων. Παράλληλα, το οικονομικό βάρος που έπρεπε να επωμιστούν οι επιχειρήσεις για να θέσουν σε λειτουργία προγράμματα γλωσσικής κατάρτισης των εργαζομένων τους, φαίνεται ότι αποτέλεσε ανασταλτικό παράγοντα για την εφαρμογή τους.

Αναλυτικότερα, στη φαρμακοβιομηχανία οι περιπτώσεις ή τα προγράμματα γλωσσικής εκπαίδευσης των εργαζομένων στα οποία έγινε αναφορά αφορούσαν μεμονωμένες περιπτώσεις: μια αφορούσε τη διοργάνωση επιχορηγημένων μαθημάτων στα αγγλικά από το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού όπου η γλωσσική εκπαίδευση είχε ως ειδικό στόχο να βελτιώσει τη γλωσσική επάρκεια των εργαζομένων για να μπορούν να ανταποκριθούν σε συγκεκριμένες εργασιακές δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα η σύνταξη μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην αγγλική. Η δεύτερη περίπτωση αφορούσε τη διοργάνωση μαθημάτων για εκμάθηση της ελληνικής, σε αρχικό επίπεδο που διοργανώθηκαν ύστερα από αίτημα αρκετών εργαζομένων που δεν γνώριζαν την ελληνική και επιθυμούσαν να τη μάθουν για να τη χρησιμοποιούν στην τρέχουσα καθημερινή επικοινωνία.

Η εταιρεία ανάπτυξης και πώλησης γης διοργάνωσε επιχορηγημένα μαθήματα για εκμάθηση της ρωσικής από τους υφιστάμενους υπαλλήλους. Διοργανώθηκαν, επίσης, ολιγόωρα σεμινάρια για γνωριμία με την κινεζική κουλτούρα στα οποία δόθηκαν στους εργαζομένους έντυπα με βασικό λεξιλόγιο στην μανδαρινική κινεζική (τυπική επικοινωνία, χαιρετισμοί, προσφωνήσεις κ.λπ.). Μέχρι σήμερα δεν έχουν διοργανωθεί μαθήματα για εκμάθηση της αγγλικής, νοουμένου ότι οι εργαζόμενοι οφείλουν να τη γνωρίζουν άριστα τη στιγμή της πρόσληψής τους.

Πίνακας 5.9 Πολιτική προσλήψεων και γλωσσικής επιμόρφωσης στις τρεις εταιρείες

Όνομα εταιρείας	Γλωσσικά προσόντα κατά την πρόσληψη		Γλωσσική εκπαίδευση εργαζομένων
Πήττας	<i>Εργατικό προσωπικό</i>	κανένας γλωσσικός περιορισμός	καμία
	<i>Διοικητικό προσωπικό</i>	ελληνικά αγγλικά	καμία
Remedica	<i>Εργατικό προσωπικό</i>	Ελληνικά	καμία
	<i>Διοικητικό προσωπικό</i>	Αγγλικά	αγγλικά ελληνικά
Pafilia	<i>Εργατικό προσωπικό</i>	κανένας γλωσσικός περιορισμός	καμία
	<i>Διοικητικό προσωπικό</i>	Αγγλικά ρωσικά κινέζικα	ρωσικά, κινεζικά: βασικό λεξιλόγιο για τυπική επικοινωνία

5.3.4 Η γλώσσα στο δημόσιο χώρο

Σύμφωνα με τη Shohamy (2006:110) ο όρος «γλώσσα στο δημόσιο χώρο αναφέρεται σε όλα τα γλωσσικά στοιχεία που εμφανίζονται σε ποικίλα περιβάλλοντα στο χώρο»¹⁰⁶. Συνεπώς, για να σκιαγραφήσουμε πώς διαμορφώνεται από τις επιχειρήσεις η γλώσσα στο δημόσιο χώρο, θα εξετάσουμε τις ιστοσελίδες και τα λογότυπα, τις κτιριακές εγκαταστάσεις των επιχειρήσεων, τις συσκευασίες των προϊόντων που χρησιμοποιούν, τις διαφημίσεις τους και τα σημεία πώλησης των προϊόντων τους. Στο πλαίσιο αυτό, συγκεντρώσαμε φωτογραφικό υλικό: φωτογραφήθηκαν οι προσόψεις των κεντρικών γραφείων κάθε εταιρείας, οι πινακίδες που βρίσκονταν αναρτημένες στους εσωτερικούς χώρους, τα καταστήματα των εταιρειών, οι ιστοσελίδες, οι συσκευασίες των προϊόντων και οι διαφημίσεις που ήταν αναρτημένες σε δημόσιους χώρους.

Η Shohamy (2006: 124) αναφέρει ότι τα γλωσσικά στοιχεία που εμφανίζονται στο δημόσιο χώρο και χρησιμοποιούνται ως μηχανισμοί για να επηρεάσουν τη γλωσσική χρήση, δεν προκύπτουν κατά αποκλειστικότητα από αυτούς που έχουν εξουσία, για

¹⁰⁶ ““Language in the public space” refers to all language items that are displayed in a variety of contexts in the environment.”

παράδειγμα από τις κυβερνήσεις. Χρησιμοποιούνται και από ομάδες ατόμων που δεν θεωρείται συνήθως ότι έχουν αρμοδιότητα να ρυθμίζουν με αποφάσεις ή ενέργειες γλωσσικά ζητήματα, όπως για παράδειγμα εταιρείες, οργανισμούς αλλά και μεμονωμένα άτομα¹⁰⁷. Συνεπώς, θεωρούμε ότι η γλώσσα/οι γλώσσες που χρησιμοποιούν οι εταιρείες στο δημόσιο χώρο, αποτελούν μια μορφή γλωσσικής διαχείρισης που προκύπτει από την ιδιωτική πρωτοβουλία και δεν διέπεται από κανόνες και κανονισμούς του κράτους, αλλά από τους νόμους της αγοράς. Συνιστά μηχανισμό υπό την έννοια ότι: **1.** μεταφέρει μηνύματα στους εργαζομένους για τις γλωσσικές επιλογές της εταιρείας και **2.** μεταφέρει μηνύματα στους καταναλωτές για τις γλωσσικές επιλογές και τη φυσιογνωμία των εταιρειών.

5.3.4.1 Οι ιστοσελίδες και τα λογότυπα

Οι ιστοσελίδες και τα λογότυπα των τριών εταιρειών υπήρξαν προϊόν σχεδιασμού και συνειδητής απόφασης και υπό αυτή την έννοια συνιστούν μορφή σύνθετης γλωσσικής διαχείρισης (Nekvapil & Nekula 2006). Αποτελούν μια μορφή μάρκετινγκ, ενδεικτική του χαρακτήρα που θέλει να προβάλει η εταιρεία προς τα έξω. Όπως πολύ εύστοχα παρατηρεί η Incelli (2008: 113)¹⁰⁸ «ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο διαδίκτυο, ως ένα εργαλείο μάρκετινγκ, έχει μεγάλη σχέση με το πώς γίνονται αντιληπτές στις διεθνείς αγορές». Εξάλλου η Yanaprasart και al. (2013: 141)

«αναφέρουν ότι οι ιστοσελίδες είναι ένα μέσο, δια του οποίου οι εταιρείες προσεγγίζουν συνεταιίρους ή άτομα. Με σκοπό να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των αγορών-στόχων, οι εταιρείες είναι πρόθυμες να χρησιμοποιήσουν δίγλωσσες, τρίγλωσσες ή πολύγλωσσες εκδοχές των ιστοσελίδων τους»¹⁰⁹. Πιο κάτω παρουσιάζονται τα λογότυπα και οι ιστοσελίδες των εταιρειών:

Εικόνα 5.6 Το λογότυπο της εταιρείας Πήττας



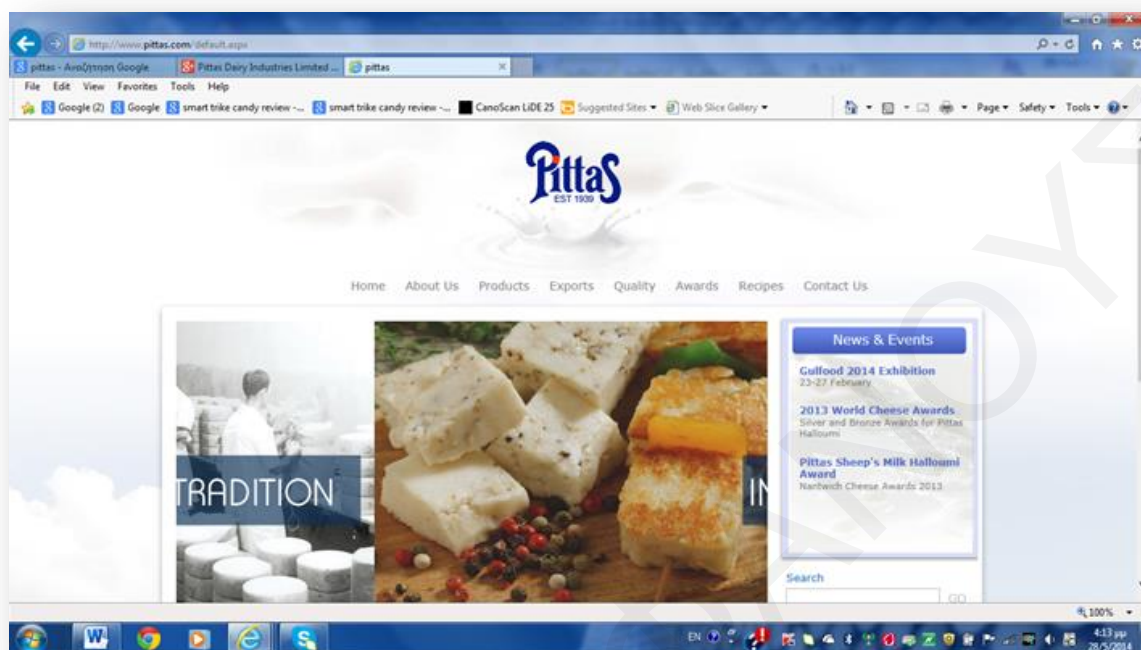
¹⁰⁷ “The use of linguistic items as mechanisms for manipulating languages is not unique to those in authorities. Rather, it is used by bottom-up groups as well, referring to local communities, firms, associations as well as private individuals”.

¹⁰⁸ “how SMEs present themselves on the internet, as a marketing tool, is very relevant to how they are perceived in international markets”.

¹⁰⁹“... a website is a medium through which customers, partners or people in general can be reached. In order to fit the requirements of targeted markets, companies are willing to offer a bilingual, trilingual or multilingual version of their website.”

Εικόνα 5.7 Ιστοσελίδα γαλακτοβιομηχανίας Πήττας

<http://www.pittas.com/>



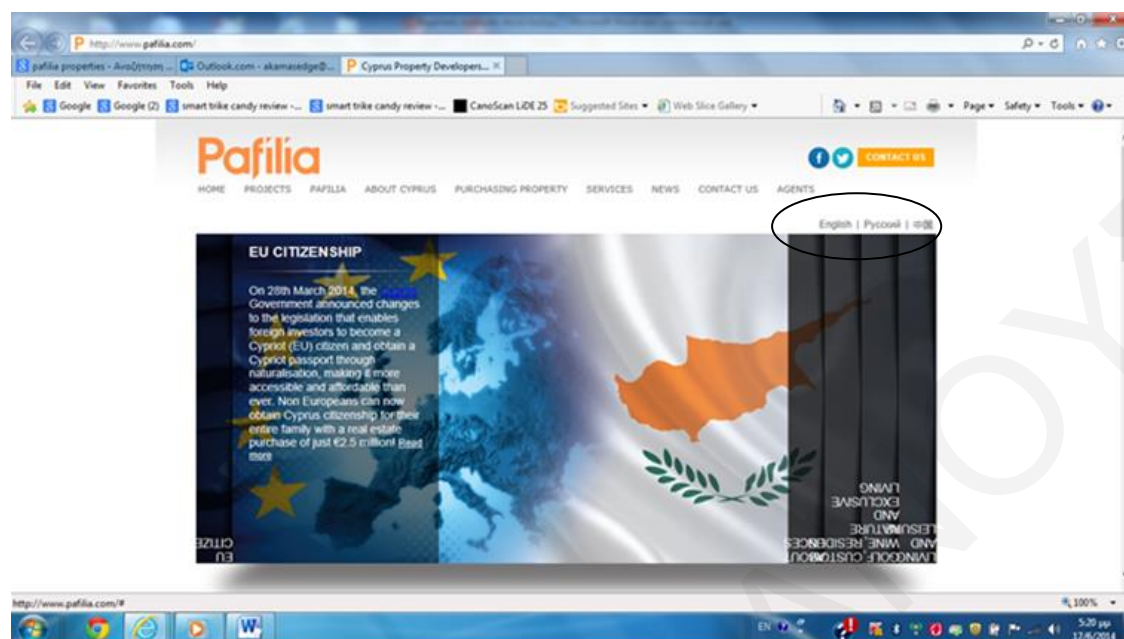
Εικόνα 5.8 Το λογότυπο της εταιρείας Remedica



Εικόνα 5.9 Ιστοσελίδα φαρμακοβιομηχανίας Remedica <http://www.remedica.eu/>



Εικόνα 5.10 Ιστοσελίδα εταιρείας ανάπτυξης και πώλησης γης Pafilia
<http://www.pafilia.com/>



Εικόνα 5.11 Το λογότυπο της εταιρείας Pafilia



Όπως φαίνεται από τις καταχωρήσεις τους, δεν χρησιμοποιείται σε καμιά ιστοσελίδα ο κωδικός cy. Θεωρούμε ότι αυτό δεν είναι τυχαίο. Αντίθετα, αποτελεί προϊόν συνειδητής απόφασης και σχετίζεται με τον προσανατολισμό των εταιρειών προς τη διεθνή κοινότητα. Η φαρμακοβιομηχανία Remedica έχει την καταχώρηση eu, η οποία αμέσως προσδίδει μια ευρωπαϊκή φυσιογνωμία στην εταιρεία και δεν φανερώνει την άμεση σχέση της με την Κύπρο. Η ιστοσελίδα της εταιρείας Πίττας είναι εξολοκλήρου στα αγγλικά και αυτό δεν μπορεί να είναι άσχετο με το γεγονός ότι 90% της παραγωγής της εταιρείας εξάγεται εκτός Κύπρου, άρα η ιστοσελίδα απευθύνεται κυρίως στους ξένους καταναλωτές. Ταυτόχρονα, μπορούμε να υποθέσουμε ότι σχετίζεται με την επιλογή της εταιρείας να υιοθετεί τη μονογλωσσία, μέσω της χρήσης κυρίως της αγγλικής γλώσσας, για την επικοινωνία με τους ξένους πελάτες (βλέπε πιο κάτω σελ. 175). Η ιστοσελίδα της εταιρείας Remedica είναι, επίσης, μόνο στην αγγλική γλώσσα. Το εταιρικό προφίλ είναι γραμμένο μόνο στα αγγλικά, αλλά το newsletter της εταιρείας είναι δίγλωσσο, στα αγγλικά και στα ελληνικά, με αποτέλεσμα η ελληνική να έχει κάποια παρουσία στην ιστοσελίδα. Αναφέρει ο

διευθυντής του τμήματος μάρκετινγκ διευκρινίζοντας τους λόγους για τους οποίους επιλέγηκε η αγγλική:

«Η ιστοσελίδα μας είναι στα αγγλικά, προς το παρόν. Επιλέγηκε η αγγλική ως διεθνής γλώσσα. Αρχικά, ήταν στα σχέδιά μας να γίνει και σε άλλες γλώσσες αλλά λόγω κόστους δεν την κάναμε σε άλλη γλώσσα.»

Στην ουσία, στις δύο πρώτες εταιρείες επιλέγεται η αγγλική ως η ευκολότερη και η πιο οικονομική λύση. Συμβαίνει, όμως, το εξής παράδοξο: αν και το διαδίκτυο ανοίγει στις εταιρείες εύκολα το δρόμο για τη διεθνή αγορά, οι εταιρείες επιλέγουν σε πολλές περιπτώσεις μόνο την αγγλική γλώσσα, αδιαφορώντας για τις υπόλοιπες γλώσσες των καταναλωτών (Spolsky 2007: 87)¹¹⁰.

Διαφορετική τακτική εφαρμόζεται στην εταιρεία Pafilia, της οποίας η βασική ιστοσελίδα είναι διαθέσιμη σε τρεις γλώσσες: στα αγγλικά, στα ρωσικά και στα κινεζικά. Η ιστοσελίδα της My Move, θυγατρικής της Pafilia, είναι διαθέσιμη στα αγγλικά και τα ρωσικά. Όπως διαφάνηκε, η εταιρεία επενδύει στις πολύγλωσσες ιστοσελίδες, με σκοπό να προσεγγίσει ευκολότερα τους υποψήφιους αγοραστές με αποτέλεσμα, οι ιστοσελίδες να αντανακλούν τις γλώσσες των πελατών. Ας θυμηθούμε την έντονη πεποίθηση που μοιράζονταν τα διοικητικά στελέχη της εταιρείας: η χρήση των μητρικών γλωσσών των πελατών, θα αυξήσει τις πωλήσεις. Η εταιρεία παρέχει στους πελάτες της, υπηρεσίες στη μητρική τους γλώσσα και οι ιστοσελίδες δεν θα μπορούσαν να αποτελέσουν εξαίρεση. Άλλωστε, η ιστοσελίδα συνιστά βασική μορφή μάρκετινγκ και αποτελεί τις περισσότερες φορές την πρώτη επαφή που έχει ο πελάτης με την εταιρεία. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει βασικό διευθυντικό στέλεχος της εταιρείας:

«Οι κύριες ιστοσελίδες μας είναι στα αγγλικά, ρωσικά και στα κινεζικά. Αλλά υπάρχουν και οι επιμέρους μικρές ιστοσελίδες στα αραβικά, στα φάρση, τη γλώσσα που μιλούν οι Ιρανοί. Όποιος γίνει ατζέντης της εταιρείας μας, έχουμε ένα μηχανισμό, που μεταφράζει την ιστοσελίδα μας στη γλώσσα του. Ο εύκολος τρόπος είναι να πας στο εξωτερικό μόνο με τα αγγλικά. Ο πελάτης θέλει να διαβάσει στη γλώσσα του και έτσι τον κερδίζεις.»

Εξάλλου οι εταιρείες χρησιμοποιούν τα ονόματά τους στο ρομανικό αλφάβητο, ενώ θα μπορούσαν να τα χρησιμοποιούν στα ελληνικά. Για παράδειγμα το λογότυπο της

¹¹⁰ “While the internet opens up the global market to companies (and more and more are adding translated web-pages according to the country of a customer), there are reports of continued apathy towards customers.”

εταιρείας Πήττας αναγράφεται στο ρομανικό αλφάβητο¹¹¹, τόσο στις συσκευασίες που χρησιμοποιούνται για προϊόντα που διατίθενται στην κυπριακή αγορά, όσο και στις συσκευασίες των προϊόντων που διατίθενται για χρήση στο εξωτερικό. Στα ελληνικά newsletter της εταιρείας Remedica, αλλά και στις περιπτώσεις που αναγράφεται το όνομα της εταιρείας σε ιστοσελίδες, δελτία τύπου κ.λπ, χρησιμοποιείται επίσης στο ρομανικό αλφάβητο. Τέλος, η ίδια τακτική χρησιμοποιείται από την εταιρεία ανάπτυξης και πώλησης γης.

5.3.4.2 Κτιριακές εγκαταστάσεις,

Θεωρούμε ότι η γενική εμφάνιση των χώρων παραγωγής και των γραφείων των επιχειρήσεων, καθώς και τα λογότυπα των εταιρειών, οι συσκευασίες των προϊόντων και οι οδηγίες που αναγράφονται σε αυτά, αποτελούν δείγματα γλωσσικής διαχείρισης που διαμορφώνουν με τις αποφάσεις τους τα διευθυντικά στελέχη των εταιρειών. Παράλληλα, αποτυπώνουν τη φυσιογνωμία που η εταιρεία θέλει να προβάλλει στο δημόσιο χώρο (Shohamy: 2006).

Στην εξωτερική εμφάνιση του εργοστασίου της γαλακτοβιομηχανίας διακρίνεται το λογότυπο της εταιρείας και είναι γραμμένο και εδώ στο ρομανικό αλφάβητο. Το λογότυπο χρησιμοποιείται στο ρομανικό αλφάβητο και στο πρατήριο πώλησης προϊόντων που βρίσκεται λίγα μέτρα μακριά από το εργοστάσιο της εταιρείας.

Εικόνα 5.12: Πρατήριο πώλησης γαλακτοκομικών προϊόντων της εταιρείας



¹¹¹ Αν και η εταιρεία ιδρύθηκε το 1939 και αρχικά χρησιμοποιούσε το ελληνικό όνομα Πήττας στα προϊόντα της, μετά τη διεθνοποίησή της άλλαξε τακτική χρησιμοποιώντας το Pittas στο ρομανικό αλφάβητο τόσο στα εγχώρια προϊόντα, όσο και γι' αυτά που προορίζονται για τις αγορές του εξωτερικού.

Στο εσωτερικό του κτιρίου και στο εργοστάσιο, οι ανακοινώσεις είναι δίγλωσσες στα ελληνικά και τα αγγλικά. Τέλος, οι οδηγίες χειρισμού των μηχανημάτων και ο οδηγός ποιότητας και ασφάλειας των προϊόντων είναι γραμμένος σε τρεις γλώσσες, στα ελληνικά, στα αγγλικά και στα ρωσικά (βλ. κεφάλαιο 5.4.1.1 παρακάτω).

Εικόνα 5.13 Οδηγίες για το πλύσιμο χεριών που βρίσκονται εντός του εργοστασίου Πήττας σε τρεις γλώσσες



Στην εξωτερική εμφάνιση των κεντρικών γραφείων της φαρμακοβιομηχανίας Remedica και του εργοστασίου διακρίνεται το λογότυπο της εταιρείας και είναι γραμμένο και εδώ στο ρομανικό αλφάβητο.

Εικόνα 5.14 Εξωτερική όψη των κεντρικών γραφείων της εταιρείας Remedica



Στο εσωτερικό του κτιρίου, στο χώρο υποδοχής, η πρώτη πινακίδα αναφέρεται στις δέκα γλώσσες που μιλούν οι εργαζόμενοι στην εταιρεία.

Εικόνα 5.15 Πινακίδα στο εσωτερικό του κτιρίου



Η εικονική παρουσία των δέκα αυτών γλωσσών στους χώρους υποδοχής της εταιρείας είναι σημαντική αναγνώριση της γλωσσικής ετερότητας που χαρακτηρίζει το προσωπικό της εταιρείας και των μητρικών τους γλωσσών, και στην πραγματικότητα οι ατομικές αυτές γλωσσικές ικανότητες αξιοποιούνται περιστασιακά και εφόσον παραστεί ανάγκη, π.χ. εργαζόμενος σε υψηλή θέση στην εταιρεία που μιλά αραβικά κλήθηκε να συνεννοηθεί με τον αντιπρόσωπο της εταιρείας στο Λίβανο που δεν μιλούσε αγγλικά.

Από την άλλη, στο χώρο υποδοχής της εταιρείας, η παρουσία της αγγλικής είναι, επίσης, πολύ έντονη. Δύο μεγάλες αφίσες που αναφέρονται στην ιστορία της εταιρείας είναι γραμμένες στην αγγλική γλώσσα και στην κεντρική οθόνη, στον ίδιο χώρο, παρουσιάζεται το εταιρικό προφίλ της εταιρείας και πάλι στα αγγλικά. Στις οθόνες που βρίσκονται στους διαδρόμους, οι ανακοινώσεις είναι δίγλωσσες, στην ελληνική και στην αγγλική.

Κυρίαρχη θέση στη δημόσια εμφάνιση της εταιρείας ανάπτυξης και πώλησης γης έχει η αγγλική γλώσσα. Το λογότυπο της εταιρείας καταγράφεται ακόμη μια φορά στο ρομανικό αλφάβητο (εικόνα 5.19).

Εικόνα 5.16 Εξωτερική όψη των κεντρικών γραφείων της εταιρείας



Παρόμοια, όλες οι πινακίδες που βρίσκονται στο εσωτερικό της εταιρείας είναι γραμμένες στην αγγλική γλώσσα.

Εικόνα 5.17 Πινακίδα στο εσωτερικό της εταιρείας



Εκτός από την αγγλική, στο εσωτερικό της εταιρείας υπάρχουν μεγάλες διαφημιστικές πινακίδες στη ρωσική και κινεζική γλώσσα και διαφημιστικά φυλλάδια στην αγγλική, τη ρωσική και την κινεζική.

5.3.4.3 Συσκευασίες Προϊόντων

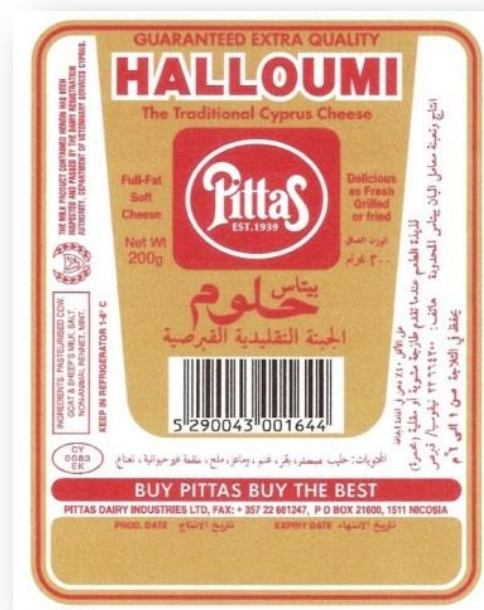
Οι συσκευασίες των γαλακτοκομικών προϊόντων που κυκλοφορεί η εταιρεία Πήττας στην εγχώρια αγορά είναι δίγλωσσες, στα ελληνικά και στα αγγλικά.

Εικόνα 5.18 Συσκευασίες προϊόντων που κυκλοφορούν στην κυπριακή αγορά



Οι συσκευασίες που προορίζονται για το εξωτερικό είναι και εδώ δίγλωσσες: στην αγγλική και στην κύρια/επίσημη/εθνική γλώσσα της χώρας που εισάγει το προϊόν.

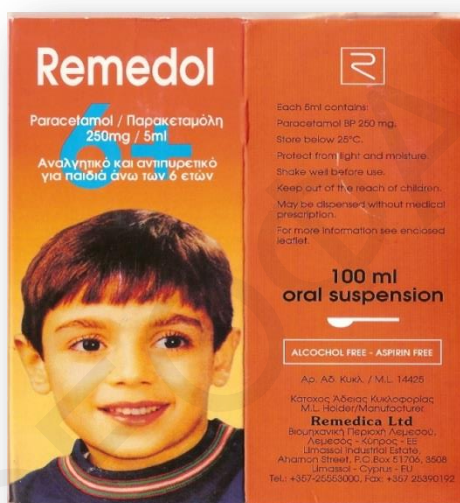
Εικόνα 5.19 Συσκευασίες προϊόντων που κυκλοφορούν σε χώρες του εξωτερικού



Παρέκκλιση σε σχέση με τη συγκεκριμένη πολιτική παρατηρείται μόνο στην περίπτωση που οι αρχές της χώρας που εισάγει τα προϊόντα θέτουν γλωσσικούς περιορισμούς λόγω της δικής τους νομοθεσίας.

Οι συσκευασίες των φαρμακευτικών προϊόντων που κυκλοφορούν στην κυπριακή αγορά, όσο και το φύλλο οδηγιών χρήσης των φαρμακευτικών προϊόντων είναι δίγλωσσο, στα ελληνικά και στα αγγλικά.

Εικόνα 5.20 Συσκευασία φαρμακευτικού προϊόντος που κυκλοφορεί στην κυπριακή αγορά



Εύλογα θα μπορούσε να αναρωτηθεί κανείς γιατί η εταιρεία επιλέγει δίγλωσση πολιτική χρησιμοποιώντας και την αγγλική γλώσσα στη σήμανση φαρμακευτικών προϊόντων που κυκλοφορούν στην Κύπρο. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι πιο κάτω πληροφορίες που αφορούν τη νομοθεσία που ρυθμίζει τη σήμανση των φαρμακευτικών σκευασμάτων, όπως προέκυψαν από τις συνεντεύξεις με διευθυντικά στελέχη της φαρμακοβιομηχανίας, τη μελέτη της ίδιας νομοθεσίας και συνέντευξη ανώτερου φαρμακοποιού που εργάζεται στις Φαρμακευτικές Υπηρεσίες του Υπουργείου Υγείας που έγινε στις 11/12/2014.

Η νομοθεσία σε σχέση με τη σήμανση και τις οδηγίες παρασκευής/χρήσης των φαρμάκων στην Κύπρο υπήρξε, σε γενικές γραμμές, αρκετά ελαστική. Ιδιαίτερα πριν από το 2001 δεν υπήρχαν περιορισμοί ως προς τις γλώσσες που έπρεπε/μπορούσαν να συνοδεύουν τα διάφορα σκευάσματα και έτσι κυκλοφορούσαν στην αγορά φάρμακα με σήμανση σε διάφορες γλώσσες, ευρωπαϊκές και μη.. Αν και δεν υπήρχε νομικό

πλαίσιο που να εξαναγκάζει τους εισαγωγείς να μεταφράζουν τις πληροφορίες που αφορούσαν τα σκευάσματα σε άλλη γλώσσα, πολλοί από αυτούς επέλεξαν να το κάνουν, κυρίως στα ελληνικά και/ή στα αγγλικά, θέλοντας να διευρύνουν την πελατεία τους, επειδή γνώριζαν ότι προϊόντα που κυκλοφορούν στην αγορά σε γλώσσα μη κατανοητή δεν προτιμούνται από το ευρύ κοινό, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για φάρμακα των οποίων η λανθασμένη χρήση –λόγω έλλειψης ενημέρωσης σε γλώσσα κατανοητή– μπορεί να έχει άμεσες επιπτώσεις στην υγεία των καταναλωτών.

Το 2001, οι κυπριακές φαρμακευτικές υπηρεσίες στην προσπάθειά τους να εναρμονιστούν με το ευρωπαϊκό κεκτημένο, υιοθέτησαν τον κοινοτικό νόμο 2001/83 άρθρο 63, με βάση τον οποίο, μεταξύ άλλων ρυθμίσεων, η σήμανση των φαρμάκων και το φύλλο οδηγιών χρήσης έπρεπε να είναι γραμμένα στην εθνική γλώσσα του κράτους μέλους¹¹². Ο αντίστοιχος εθνικός νόμος της κυπριακής δημοκρατίας που υιοθετήθηκε το 2001 –ο περί φαρμάκων ανθρώπινης χρήσης (έλεγχος ποιότητας, προμήθειας και τιμών)– στο κεφάλαιο στ, άρθρο 35(7) αναφέρει ότι τόσο η σήμανση όσο και το φύλλο οδηγιών χρήσης πρέπει να συντάσσονται στην ελληνική γλώσσα. Παράλληλα, επιτρέπει τη χρήση και άλλων γλωσσών εκτός από την ελληνική υπό την προϋπόθεση ότι «σε όλες τις χρησιμοποιούμενες γλώσσες αναγράφονται τα ίδια στοιχεία»¹¹³.

Η υιοθέτηση του εν λόγω νόμου προκάλεσε πάρα πολλές αντιδράσεις από τις φαρμακευτικές εταιρείες που δραστηριοποιούνταν στην αγορά της Κύπρου, οι οποίες μεταξύ άλλων υποχρεώσεων που επέβαλλε η νέα ευρωπαϊκή νομοθεσία, έπρεπε να αλλάξουν τις συσκευασίες των προϊόντων και τα φύλλα οδηγιών χρήσης. Πολλές εταιρείες, λόγω του ότι οι νέες ρυθμίσεις ήταν οικονομικά ασύμφωρες για τη λειτουργία τους, απέσυραν τα προϊόντα τους από την κυπριακή αγορά. Σύμφωνα με πληροφορίες της φαρμακευτικής υπηρεσίας, από τα περίπου 6000 φαρμακευτικά προϊόντα που κυκλοφορούσαν στην κυπριακή αγορά το 2001, είχαν μείνει, το 2005, μόνο 500. Λόγω των έντονων αντιδράσεων του επιχειρηματικού κόσμου, ο αρχικός

¹¹² Article 63 1. The particulars for labeling listed in Articles 54, 59 and 62 shall appear in the official language or languages of the Member State where the product is placed on the market.

http://ec.europa.eu/health/files/eudralex/vol-1/dir_2001_83_cons/dir2001_83_cons_20081230_en.pdf

¹¹³ <http://www.moh.gov.cy/MOH/phs/phs.nsf>

νόμος τροποποιήθηκε το 2005 ¹¹⁴ Η κατάργηση της υποχρεωτικής χρήσης της ελληνικής στη σήμανση των προϊόντων και στο φύλλο οδηγιών χρήσης προκάλεσε, όπως ήταν φυσικό, αντιδράσεις σε μεγάλη μερίδα ασθενών¹¹⁵ που δεν είναι σε θέση να κατανοήσουν τις οδηγίες, τις ενδείξεις και τις αντενδείξεις που αναγράφονται στις συσκευασίες των φαρμάκων και στα φύλλα οδηγιών χρήσης. Αυτές οι αντιδράσεις δεν λήφθηκαν υπόψη και έτσι έκτοτε επιτρέπεται στις εταιρείες να συντάσσουν τα ενημερωτικά κείμενα και τις οδηγίες για τα φαρμακευτικά προϊόντα στην ελληνική και/ή την αγγλική γλώσσα, παρακάμπτοντας, κατά κάποιο τρόπο, την ευρωπαϊκή νομοθεσία. Συμβαίνει, μάλιστα, το εξής παράδοξο: η ελαστική εθνική νομοθεσία που επιτρέπει τη χρήση και της αγγλικής ισχύει μόνο για φαρμακευτικά σκευάσματα που ζητούν και παίρνουν άδεια κυκλοφορίας από τις κυπριακές φαρμακευτικές υπηρεσίες. Αντίθετα, σε περίπτωση που μια εταιρεία ζητήσει άδεια κυκλοφορίας κάποιου σκευάσματος από τον Ευρωπαϊκό οργανισμό φαρμάκων, η κυπριακή δημοκρατία επιβάλλει στην εταιρεία αυτή να ακολουθήσει τον ευρωπαϊκό νόμο που απαιτεί να χρησιμοποιείται η εθνική γλώσσα –εδώ η ελληνική – σε όλες τις πληροφορίες που αφορούν το προϊόν.

Πέρα από την αναγραφή της ελληνικής και της αγγλικής στη σήμανση και στο φύλλο οδηγιών χρήσης, κάποια φάρμακα της εταιρείας με υψηλές πωλήσεις, διατίθενται στην κυπριακή αγορά με φύλλο οδηγιών χρήσης στη ρωσική γλώσσα. Η απόφαση της εταιρείας να μεταφράσει τα έντυπα χρήσης και στα ρωσικά λήφθηκε με γνώμονα έρευνα του τμήματος μάρκετινγκ, στην οποία διαφάνηκε ότι οι Ρώσοι καταναλωτές που κατοικούν στην πόλη της Λεμεσού, προτιμούν να αγοράζουν φάρμακα στα οποία συμπεριλαμβάνεται φύλλο οδηγιών χρήσης στα ρωσικά. Παράλληλα, το τμήμα μάρκετινγκ διαφημίζει σε ρωσικά έντυπα που εκδίδονται στην Κύπρο και στη ρωσική γλώσσα μη συνταγογραφούμενο παυσίπονο ευρείας χρήσης εντός της κοινότητας (βλ. Εικόνα 5.21). Για τη μετάφραση στα ρωσικά η εταιρεία χρησιμοποίησε εξωτερικούς συνεργάτες.

¹¹⁴ [http://www.moh.gov.cy/Moh/phs/phs.nsf/All/E3CCEA563696B130C22572FA002A51C7/\\$file/%CE%9D%CF%8C%CE%BC%CE%BF%CF%82%20122\(%CE%99\)%20%CF%84%CE%BF%CF%85%202005.pdf?OpenElement](http://www.moh.gov.cy/Moh/phs/phs.nsf/All/E3CCEA563696B130C22572FA002A51C7/$file/%CE%9D%CF%8C%CE%BC%CE%BF%CF%82%20122(%CE%99)%20%CF%84%CE%BF%CF%85%202005.pdf?OpenElement)

¹¹⁵ Βλ. για το θέμα Ευριπίδου Ν. «Φάρμακα μόνο για ... αγγλομαθείς», εφ. *Η Σημερινή* 27/10/2012 και Θεμιστοκλέους, Δ. «Φάρμακα στη γλώσσα μας παρακαλώ», εφ. *Η Σημερινή* 8/10/2012.

Εικόνα 5.21 Διαφήμιση μη συνταγογραφούμενου παυσίπονου στα ρωσικά



Στις συσκευασίες των φαρμάκων της Remedica που κυκλοφορούν στη διεθνή αγορά χρησιμοποιούνται τα αγγλικά και η γλώσσα της χώρας που εισάγει τα προϊόντα, εκτός αν τίθενται άλλοι γλωσσικοί περιορισμοί από τις κρατικές αρχές της χώρας. Τα επιστημονικά φυλλάδια της εταιρείας που αποστέλλονται στους επαγγελματίες υγείας και αφορούν ενημέρωση για νέα φάρμακα είναι γραμμένα στα αγγλικά.

Διαφαίνεται, λοιπόν, ότι η εικόνα της εταιρείας στο δημόσιο χώρο προτάσσει τη χρήση τριών γλωσσών: κατά πρώτον, της αγγλικής, κατά δεύτερον, της ελληνικής και σε μεμονωμένες περιπτώσεις της ρωσικής.

5.3.4.4 Το γλωσσικό τοπίο των επιχειρήσεων

Η μελέτη του γλωσσικού τοπίου, αποτελεί ένα από τα πεδία έρευνας της γλώσσας στο δημόσιο χώρο. Στοιχεία που διαμορφώνουν το γλωσσικό τοπίο είναι οι δημόσιες πινακίδες, οι διαφημιστικές πινακίδες, οι πινακίδες στις οποίες αναγράφονται οι οδοί, οι διαφημιστικές πινακίδες καταστημάτων (Landry & Bouhris 1997, Shohamy 2006, Coulmas 2009, Spolsky 2009).

Η μελέτη του γλωσσικού τοπίου εστιάστηκε στον όμιλο εταιρειών Pafilia. Λόγω του ότι η εταιρεία απευθύνεται στους υποψήφιους πελάτες, κατά βάση τουρίστες που

επισκέπτονται την Κύπρο, διαφημίζει τα προϊόντα της σε καταστήματα που διατηρεί αλλά και σε διαφημιστικές πινακίδες στους δρόμους. Τα καταστήματα βρίσκονται σε πολυσύχναστα και τουριστικά σημεία της πόλης και της επαρχίας Πάφου. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η σημειωτική εμφάνιση των καταστημάτων αυτών. Πέρα από τη χρήση της αγγλικής, γίνεται χρήση της ρωσικής και της μανδαρινικής κινεζικής στις περισσότερες διαφημίσεις που βρίσκονται στις προθήκες των καταστημάτων.

Εικόνα 5.22 Προθήκη καταστήματος της εταιρείας



Εικόνα 5.23 Λεπτομέρειες από την προθήκη του καταστήματος που εικονίζεται στην εικόνα 5.22



Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι παρόμοια τακτική ακολουθείται και από άλλες εταιρείες ανάπτυξης και πώλησης γης που δραστηριοποιούνται στην περιοχή.

Εικόνα 5.24 Διαφημιστική πινακίδα καταστήματος εταιρείας που δραστηριοποιείται στον τομέα ανάπτυξης και πώλησης γης



Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί ότι η χρήση της ρωσικής και ιδιαίτερα της κινεζικής γλώσσας αντανάκλα την προσπάθεια της Pafilia, αλλά και άλλων εταιρειών στον τομέα ανάπτυξης και πώλησης γης να προσεγγίσουν Ρώσους και Κινέζους αγοραστές από το 2012 και εξής. Η εικόνα των καταστημάτων πριν το 2012, ήταν εντελώς διαφορετική. Όπως ανέφερε ο υπεύθυνος πωλήσεων και μάρκετινγκ, η εταιρεία εκείνη την περίοδο δραστηριοποιούνταν κυρίως στην αγγλική αγορά με αποτέλεσμα στη συνολική εικόνα των καταστημάτων να υπερισχύει η παρουσία της αγγλικής γλώσσας.

Σημείο έρευνας αποτέλεσαν και οι διαφημίσεις της εταιρείας. Ο Spolsky (2009: 63) παρατηρεί ότι:

«η διαφήμιση είναι ο τρόπος με τον οποίο μπορεί κάποιος να επικοινωνήσει με τους υφιστάμενους ή τους μελλοντικούς πελάτες και γι' αυτό το λόγο αποτελεί μορφή γλωσσικής διαχείρισης.»¹¹⁶

Οι γλώσσες που χρησιμοποιούνται στις διαφημίσεις υποδεικνύουν, υπόρρητα πλην σαφώς, τις γλωσσικές προτιμήσεις της εταιρείας, εφόσον στην Κύπρο δεν υπάρχει

¹¹⁶ “Advertising is a method of communicating with actual or potential clients. The choice of language for advertising is an important form of language management.”

νομοθετική ρύθμιση που να ελέγχει και να περιορίζει τη γλώσσα που χρησιμοποιείται στις διαφημιστικές πινακίδες. Η επιλογή της γλώσσας που θα χρησιμοποιηθεί στις διαφημίσεις συνιστά, λοιπόν, μορφή γλωσσικής διαχείρισης.

Η διερεύνηση εστιάστηκε σε βασικές τουριστικές διαδρομές, στην είσοδο και την έξοδο από τα δύο αεροδρόμια της Λάρνακας και της Πάφου, στους αυτοκινητόδρομους που οδηγούν στη Λεμεσό και στην Πάφο και σε πολυσύχναστους τουριστικούς δρόμους και τουριστικούς προορισμούς στην πόλη της Πάφου (Kalen 2009). Σ' αυτά τα σημεία παρατηρήθηκε συγκέντρωση μεγάλου αριθμού διαφημιστικών πινακίδων στα ρώσικα και στη μανδαρινική κινεζική.

Εικόνα 5.25 Διαφημιστική πινακίδα της εταιρείας Pafilia στη μανδαρινική κινεζική γλώσσα



Εικόνα 5.26 Διαφημιστική πινακίδα της εταιρείας Pafilia στη ρωσική γλώσσα



Πέρα από την Pafilia, άλλες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον τομέα κατασκευής και πώλησης παραθεριστικών κατοικιών κυρίως σε ξένους στην ευρύτερη περιοχή της Πάφου, εφάρμοσαν παρόμοια γλωσσική πολιτική.

Εικόνα 5.27 Διαφημιστική πινακίδα εταιρείας που πωλεί παραθεριστικές κατοικίες σε ξένους στον πεζόδρομο, στην Κάτω Πάφο



5.4 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σε επίπεδο διευθυντικών στελεχών

5.4.1 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές στην εταιρεία Πήττας

5.4.1.1 Ενδοεπικοινωνία

Στην εξέταση της εσωτερικής επικοινωνίας στην εν λόγω εταιρεία σημαντικές υπήρξαν οι πιο κάτω παράμετροι: **1.** οι εργαζόμενοι στο διοικητικό προσωπικό είναι δώδεκα, έχουν ως μητρική γλώσσα την ελληνική και πολλοί από αυτούς σχετίζονται με οικογενειακές σχέσεις, **2.** στο εργατικό προσωπικό της εταιρείας εργάζονται ανατολικοευρωπαίοι, ασιάτες, ελληνοπόντιοι και ελάχιστοι Κύπριοι.

Οι συνεντευξιαζόμενοι ανέφεραν ότι τα άτομα που εργάζονται στο διοικητικό προσωπικό της επιχείρησης επικοινωνούν κυρίως προφορικά και χρησιμοποιούν τις περισσότερες περιπτώσεις την ελληνική γλώσσα. Διαφορετική εικόνα παρουσιάζουν οι αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές στην προφορική επικοινωνία με άτομα που εργάζονται στην παραγωγή. Στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο η αγγλική και πολύ λιγότερο η ελληνική. Τα αγγλικά χρησιμοποιούνται για επικοινωνία με τους ανατολικοευρωπαίους και τους ασιάτες που αποτελούν και το μεγαλύτερο ποσοστό του εργατικού δυναμικού· τα ελληνικά και τα ρωσικά χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία με εργαζόμενους που είναι ελληνοπόντιοι στην καταγωγή .

Στη γραπτή επικοινωνία χρησιμοποιούνται από την εταιρεία δύο βασικές γλώσσες: τα ελληνικά και τα αγγλικά. Όπως ανέφεραν τόσο ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού όσο και η υπεύθυνη ελέγχου και ποιότητας των προϊόντων, όλες οι ανακοινώσεις που

απευθύνονται στο προσωπικό είναι δίγλωσσες. Είναι απαραίτητο για την εταιρεία να διασφαλιστεί η επικοινωνία τόσο με τα άτομα που εργάζονται σε διοικητικές θέσεις όσο και με τα άτομα που εργάζονται στην παραγωγή.

Η επικοινωνία με τους εργαζόμενους στην παραγωγή, παρουσίαζε τη μεγαλύτερη δυσκολία για την εταιρεία. Ο υπεύθυνος παραγωγής της εταιρείας, συγκρίνοντας παλαιότερες εποχές όπου το εργατικό προσωπικό ήταν γλωσσικά ομοιογενές με τη γλωσσική ανομοιογένεια που εμφανίζει η εταιρεία σήμερα, αναφέρει:

«Τώρα όντως υπάρχει πρόβλημα. Κατεβαίνεις κάτω (στην παραγωγή) να μιλήσεις με κάποιον, ο άλλος μιλά τη γλώσσα του, ο άλλος μιλά σπασμένα ελληνικά, ο άλλος μιλά σπασμένα αγγλικά και υπάρχει very difficult communication problem, βλέπεις πράγματα και δεν μπορείς να τα περάσεις, δεν μπορείς να τους πεις τι θέλεις να τους πεις».

Και λίγο αργότερα αναφέρεται στην κοινώς διαδομένη πεποίθηση ότι όσοι είναι μορφωμένοι γνωρίζουν ξένες γλώσσες. Όπως επισημαίνει:

«το πρόβλημα δεν είναι στο διοικητικό μια και στο διοικητικό, είναι μορφωμένοι και μιλούν καλά σίγουρα δύο γλώσσες, τα ελληνικά και τα αγγλικά. Το πρόβλημα είναι στην παραγωγή.»

Στην πραγματικότητα, η ανάγκη να γνωρίζουν οι εργάτες αγγλικά προκύπτει λόγω του ότι καλούνται να διαχειριστούν περίπλοκα συστήματα κατά τη διαδικασία της παραγωγής. Πρέπει, ταυτόχρονα, να είναι σε θέση να τηρήσουν αυστηρούς κανόνες υγιεινής και ασφάλειας, για τους οποίους η εταιρεία δέχεται συνεχείς επιθεωρήσεις από ξένους πελάτες. Η επικοινωνία με τα άτομα που εργάζονται στην παραγωγή είναι, λοιπόν, ζωτικής σημασίας για τη διεκπεραίωση των απαραίτητων εργασιών και, κατ' επέκταση, για την οικονομική επικερδότητα της επιχείρησης, εφόσον η έλλειψη επικοινωνίας θα μπορούσε να έχει αρνητικές συνέπειες για την ποιότητα των προϊόντων και, συνακόλουθα, για τις συνεργασίες με ξένους πελάτες. Πρέπει, λοιπόν, να βρεθούν τρόποι να υπερπηδηθούν όποια γλωσσικά εμπόδια παρεμποδίζουν τους εργάτες να κατανοήσουν οδηγίες ή να χειριστούν τα μηχανήματα. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο διευθυντής παραγωγής και υπεύθυνος εξαγωγών:

«Μετά έχουμε να κρατήσουμε και records μια και έχουμε συστήματα, είναι δύσκολο, πολλοί δεν τα καταλαβαίνουν, γι' αυτό βάζουμε τις οδηγίες σε δύο ή τρεις γλώσσες για να μπορούμε να συνεννοηθούμε. Υπάρχει δυσκολία αλλά δεν μπορούμε να κάνουμε διαφορετικά, we cannot avoid it.»

Για να ξεπεράσει αυτού του είδους τα προβλήματα επικοινωνίας με τους εργατές, η εταιρεία αποφάσισε να αναρτήσει στο χώρο παραγωγής οδηγίες στα ελληνικά, αγγλικά και ρωσικά που είναι οι τρεις κύριες/μητρικές γλώσσες των εργατών: Επιπλέον, οι ανακοινώσεις που αφορούν τους εργαζόμενους στην παραγωγή συντάσσονται στις τρεις αυτές γλώσσες. Για να μεταφράσει τις οδηγίες στα ρωσικά το τμήμα, ανθρώπινου δυναμικού αξιοποιεί τις γλωσσικές γνώσεις εργατών από το υφιστάμενο προσωπικό που μιλούν τη ρωσική γλώσσα. Στην προκειμένη περίπτωση, λοιπόν, η παρουσία μεγάλου αριθμού εργατών με ίδια μητρική γλώσσα ασκεί πίεση προς τα άνω (διεύθυνση) που οδηγεί σε τροποποίηση/προσαρμογή των εταιρικών γλωσσικών πρακτικών ούτως ώστε να διασφαλίζονται η εύρυθμη λειτουργία των εργασιών και η ποιότητα των προϊόντων.

Πίνακας 5.10 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη

Πήττας	Προφορική επικοινωνία	Ανακοινώσεις	Οδηγίες στο χώρο παραγωγής
	ελληνικά αγγλικά ρωσικά	ελληνικά αγγλικά	ελληνικά αγγλικά ρωσικά

5.4.1.2 Εξωτερική επικοινωνία

Σύμφωνα με τα διοικητικά στελέχη της εταιρείας, η εξωτερική επικοινωνία με πελάτες καταλαμβάνει μεγάλο μέρος των καθημερινών εργασιών των διοικητικών στελεχών. Υπενθυμίζουμε ότι με τον όρο *εξωτερική επικοινωνία* εννοούμε οποιαδήποτε επικοινωνία λαμβάνει χώρα με συνεργάτες, πελάτες εκτός της εταιρείας, είτε στην Κύπρο είτε στο εξωτερικό. Για την επικοινωνία αυτή χρησιμοποιείται κυρίως η ελληνική και η αγγλική, όπως επισημαίνει στο πιο κάτω σύντομο απόσπασμα ο διευθυντής ανθρώπινου δυναμικού:

«Με τους εγχώριους αγοραστές επικοινωνούμε στα ελληνικά. Με τους αγοραστές που βρίσκονται στο εξωτερικό επικοινωνούμε μόνο στα αγγλικά»

Η ελληνική χρησιμοποιείται, ως επί το πλείστον (βλ. παρακάτω) για την επικοινωνία με τους πελάτες και τους καταναλωτές στην εγχώρια αγορά και με τους αγοραστές των προϊόντων στην Ελλάδα. Παράλληλα, είναι η γλώσσα που χρησιμοποιεί η εταιρεία για την επικοινωνία με τις κτηνιατρικές υπηρεσίες της Κυπριακής Δημοκρατίας. Η αγγλική χρησιμοποιείται στην επικοινωνία με χώρες του εξωτερικού, όπως είναι αναμενόμενο, καταλαμβάνει μεγάλο μέρος της συνολικής, αφού, όπως

έχει αναφερθεί και πιο πάνω, 90% της παραγωγής προορίζεται για εξαγωγές. Αυτή είναι και η γλώσσα που οι περισσότεροι από τους συνεντευξιαζόμενους θεωρούν ότι είναι η πιο σημαντική για την εξωτερική επικοινωνία. Τα πιο κάτω αποσπάσματα καταδεικνύουν την ισχυρή θέση που κατέχει η αγγλική στην εξωτερική επικοινωνία στην εταιρεία και συνεπώς στις καθημερινές γλωσσικές πρακτικές των υπαλλήλων.

Η Υπεύθυνη ελέγχου ποιότητας και ασφάλειας των προϊόντων της εταιρείας δηλώνει:

«(...) Νέους αγοραστές εντοπίζουμε μέσα από εκθέσεις και οι επαφές και η επικοινωνία γίνεται σχεδόν πάντοτε στα αγγλικά μια και οι υπάλληλοι στο διοικητικό προσωπικό γνωρίζουν μόνο αγγλικά. (...) Ακόμα και στη Μέση Ανατολή επικοινωνούμε στα αγγλικά. Οι εξαγωγές γίνονται σε 40 χώρες. Κύριος όγκος εξαγωγών γίνεται στην Αγγλία, Αυστραλία, Αμερική. Με τις αγγλόφωνες χώρες η επιλογή της αγγλικής είναι δεδομένη, η αγγλική χρησιμοποιείται όμως και στη Μέση Ανατολή, Ιαπωνία, Σουηδία, Βιετνάμ, σε μη αγγλόφωνες χώρες.»

Την αποκλειστική χρήση της αγγλικής επισημαίνει και ο υπεύθυνος παραγωγής και εξαγωγών της εταιρείας:

«Μιλούμεν τζαι όλη η δουλειά μας γίνεται στα αγγλικά και δεν έχουμε κανένα πρόβλημα what so ever. (...) Υπάρχει το international English language και προχωρούμε.»

Η αγγλική χρησιμοποιείται στην επικοινωνία με τις περισσότερες χώρες με τις οποίες συνεργάζεται η επιχείρηση, είτε αυτές είναι αγγλόφωνες, είτε όχι. Ακόμη και όταν η χώρα προορισμού δεν είναι αγγλόφωνη, οι οργανισμοί ή τα άτομα με τα οποία συνεργάζεται η εταιρεία έχουν στο ανθρώπινό τους δυναμικό αγγλόφωνους εκπροσώπους και έτσι δεν δημιουργούνται ιδιαίτερα προβλήματα στην επικοινωνία. Σε μερικές περιπτώσεις μπορεί οι αντιπρόσωποι που μιλούν εν μέρει ελληνικά και έτσι η επικοινωνία γίνεται στα ελληνικά. Σπάνια, γίνεται χρήση της γαλλικής στην επικοινωνία με τη Γαλλία και τον Καναδά, όμως και με αυτές τις δύο χώρες το μεγαλύτερο ποσοστό της επικοινωνίας γίνεται στην αγγλική.

Πίνακας 5.11 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη

Πήττας	Προφορική επικοινωνία	Γραπτή επικοινωνία
	αγγλικά ελληνικά	αγγλικά ελληνικά γαλλικά

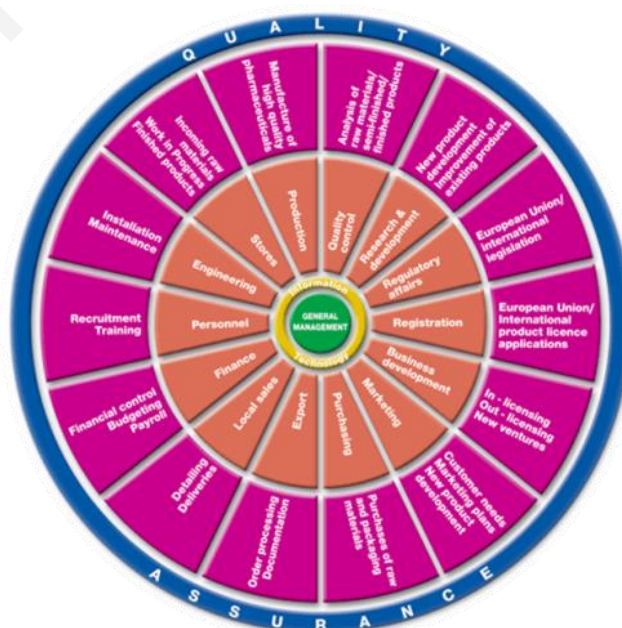
5.4.2 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές στην εταιρεία Remedica

5.4.2.1 Εισαγωγικές παρατηρήσεις:

Η φαρμακοβιομηχανία Remedica, διαφέρει από τις υπόλοιπες δύο επιχειρήσεις ως προς το μέγεθος. Έχει το μεγαλύτερο αριθμό υπαλλήλων και τα περισσότερα τμήματα (βλ. Οργανόγραμμα Εικόνα 5.28). Οι συνεντευξιζόμενοι κατείχαν διευθυντικές θέσεις σε τέσσερα από τα δεκατέσσερα τμήματα της εταιρείας. Όπως ανέφεραν και οι τέσσερις, πρωτεύοντα ρόλο στη διαμόρφωση των γλωσσικών πρακτικών διαδραματίζει ο υπεύθυνος του κάθε τμήματος. Αυτό είναι σε μεγάλο βαθμό αναμενόμενο, αφού όπως διαπιστώσαμε στο κεφάλαιο 5.3.1, η εταιρεία χρησιμοποιεί την ελληνική και την αγγλική χωρίς όμως να θέτει κανόνες ή περιορισμούς και χωρίς να έχει υιοθετήσει οποιαδήποτε επίσημη πολιτική σε σχέση με τις γλώσσες. Αυτό το γεγονός έχει ως αποτέλεσμα να εντοπίζονται διαφορετικές γλωσσικές πρακτικές στα διάφορα τμήματα της εταιρείας και να παρατηρείται αυξημένη χρήση της αγγλικής γλώσσας στα τμήματα εκείνα των οποίων ο/η διευθυντής/διευθύντρια είναι αγγλόφωνος/η.

Σε μια πρώτη προσέγγιση και εφόσον δεν υπήρξε η δυνατότητα να διενεργηθούν συνεντεύξεις σε όλα τα τμήματα της εταιρείας, ζητήθηκε από τον υπεύθυνο ανθρώπινου δυναμικού να αναφερθεί με συντομία στις γλωσσικές πρακτικές που χρησιμοποιούνται στα υπόλοιπα τμήματα της εταιρείας. Σε παρένθεση αναφέρονται οι εργασίες/δραστηριότητες για τις οποίες είναι υπεύθυνο το κάθε τμήμα.

Εικόνα 5.28 Το οργανόγραμμα της εταιρείας Remedica



Στην παραγωγή (παραγωγή φαρμακευτικών προϊόντων υψηλής ποιότητας) χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο η ελληνική και το ίδιο συμβαίνει στις αποθήκες (αποθήκευση πρώτων υλών, εργασίες σε εξέλιξη, τελικά προϊόντα). Στα δύο αυτά τμήματα εργάζονται κατά 99% Ελληνοκύπριοι και ο διευθυντής παραγωγής είναι ελληνόφωνος. Παρόλο που ελάχιστοι εργαζόμενοι στην παραγωγή δεν είναι ελληνόφωνοι, το τμήμα εκδίδει πάντοτε δίγλωσσες ανακοινώσεις. Στο οικονομικό τμήμα όπου ο διευθυντής είναι ελληνόφωνος (οικονομικός έλεγχος, προϋπολογισμός, καταβολή μισθών) χρησιμοποιούνται τα ελληνικά στην προφορική επικοινωνία. Όλα τα έγγραφα του τμήματος συντάσσονται, όμως, στα αγγλικά και η μισθοδοσία που αποστέλλεται στους υπαλλήλους είναι πάντοτε δίγλωσση: στα ελληνικά και τα αγγλικά. Στις τοπικές πωλήσεις (τοπικές πωλήσεις, λιανικές πωλήσεις) για την επικοινωνία με τους πελάτες (φαρμακεία, γιατρούς, νοσοκομεία, κλινικές) και για τις παραγγελίες, χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο η ελληνική αλλά και η αγγλική. Στο τμήμα εξαγωγών (επεξεργασίες παραγγελιών) βασική γλώσσα επικοινωνίας είναι η αγγλική. Στα αγγλικά γίνονται οι παραγγελίες και η επικοινωνία με ξένους πελάτες. Αν παρουσιαστεί κάποια δυσκολία στην επικοινωνία, η εταιρεία συνεργάζεται με εξωτερικούς συνεργάτες, οι οποίοι αναλαμβάνουν να κάνουν τη μετάφραση. Στο τμήμα αγοράς (αγορά πρώτης και επεξεργασμένης ύλης) χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο η αγγλική όπως και στο τμήμα πληροφορικής (πληροφορική, διαχείριση, εγκατάσταση και υποστήριξη πληροφορικών συστημάτων). Και στα δύο τμήματα οι διευθυντές είναι αγγλόφωνοι. Στο τμήμα ελέγχου ποιότητας (έλεγχος ποιότητας), και στο τμήμα διασφάλισης της ποιότητας των προϊόντων (διασφάλιση ποιότητας), χρησιμοποιείται η ελληνική και η αγγλική στην προφορική επικοινωνία, αλλά σε όλα τα έγγραφα του τμήματος είναι υποχρεωτική η χρήση της αγγλικής, ούτως ώστε να έχουν άμεση πρόσβαση σε αυτά ξένοι φορείς ή οργανισμοί που επιθεωρούν/αξιολογούν τις διαδικασίες που ακολουθούνται κατά την παραγωγή.

5.4.2.2 Ενδοεπικοινωνία

Η ανάλυση των αναφερόμενων γλωσσικών πρακτικών στο κεφάλαιο αυτό αφορά τα τέσσερα τμήματα της εταιρείας στα οποία διενεργήθηκαν συνεντεύξεις. Στο τμήμα Ανθρωπίνου δυναμικού (προσωπικό, προσλήψεις, επιμορφώσεις), στο τμήμα Μάρκετινγκ (μάρκετινγκ, ανάγκες πελατών, σχέδια προβολής, ανάπτυξη νέων προϊόντων) και στο τμήμα Κανονιστικών υποθέσεων της εταιρείας (άδειες κυκλοφορίας προϊόντων σε επίπεδο Ε.Ε ή διεθνώς), εντοπίστηκαν ομοιότητες στις

αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές. Στα τμήματα αυτά οι διευθυντές είναι ελληνόφωνοι και η πλειονότητα των εργαζομένων ελληνόφωνοι· υπάρχει μόνο μικρός αριθμός μη ελληνόφωνων υπαλλήλων. Στην προφορική επικοινωνία, αναφέρθηκε χρήση της ελληνικής και της αγγλικής. Η ελληνική παρουσιάζεται να χρησιμοποιείται, όμως, με πολύ μεγαλύτερη συχνότητα, λόγω του ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι στα τμήματα αυτά είναι ελληνόφωνοι. Παράλληλα, όπως επεσήμαναν και οι τρεις υπεύθυνοι, η κυπριακή διάλεκτος χρησιμοποιείται σε μεγάλο βαθμό ιδιαίτερα στις ώρες του διαλείμματος και σε ανεπίσημη, απλή, καθημερινή επικοινωνία μεταξύ των υπαλλήλων και των εργαζομένων. Οι συσκέψεις στα τμήματα αυτά γίνονται κυρίως στην ελληνική γλώσσα. Η πολιτική αλλάζει όταν παρίστανται στις συναντήσεις άτομα που δεν μιλούν ελληνικά. Ο υπεύθυνος του τμήματος κανονιστικών υποθέσεων επισημαίνει ότι η επιλογή της γλώσσας που θα χρησιμοποιηθεί εξαρτάται από το «θέμα» της συζήτησης, αν πρόκειται, δηλαδή, για συζήτηση κάποιου πρότζεκτ ή για οδηγίες προς το προσωπικό. Συγκεκριμένα, αναφέρει ότι η χρήση της ελληνικής διευκολύνει την επικοινωνία με την πλειονότητα των εργαζομένων και ότι ο ίδιος προτιμά να απευθύνεται στους υπαλλήλους του τμήματός του όταν θέλει να μεταφέρει ένα μήνυμα γρήγορα και αποτελεσματικά, στα ελληνικά. Σε αυτές τις περιπτώσεις ζητά τη βοήθεια κάποιου που μπορεί να μεταφράσει στα αγγλικά για όσους δεν καταλαβαίνουν ελληνικά. Σε περιπτώσεις που πρέπει να συζητηθεί ένα καινούργιο σχέδιο δράσης επιλέγεται η αγγλική, και πάλι για πρακτικούς λόγους, δηλαδή για να μπορούν να συμμετάσχουν και άτομα που δεν γνωρίζουν ελληνικά και να ολοκληρώνεται πιο γρήγορα η διαδικασία.

«η επιλογή γλώσσας εξαρτάται από το θέμα που θα συζητηθεί. Εάν θα συζητηθεί ένα project στο οποίο παρίστανται οι ομιλητές που δεν έχουν την ελληνική ως μητρική τους γλώσσα, τότε η συζήτηση γίνεται στα αγγλικά για να γίνει πιο γρήγορα το meeting, εάν όμως θέλω να πω πέντε πράγματα σε ολόκληρο το τμήμα, τότε θα το πω στα ελληνικά και βάζω κάποιον να μεταφράζει. Μου είναι πιο εύκολο να μιλήσω στα ελληνικά.»

Και στα τρία τμήματα, οι ανακοινώσεις είναι πάντοτε δίγλωσσες στα ελληνικά και στα αγγλικά. Όπως τόνισαν όλοι οι υπεύθυνοι των τμημάτων, αποτελεί θέμα ουσίας για την εταιρεία να διασφαλίζεται η επικοινωνία με το σύνολο των υπαλλήλων. Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού εκδίδει ανακοινώσεις που αφορούν όχι μόνο όσους εργάζονται στο συγκεκριμένο τμήμα αλλά όλο το

προσωπικό χρησιμοποιείται πάλι δίγλωσση πολιτική. Η ίδια τακτική χρησιμοποιείται και από το τμήμα μάρκετινγκ.

Διαφορετική πολιτική φαίνεται να ακολουθείται από το τμήμα Έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας. Αν και στην προφορική ανεπίσημη επικοινωνία μεταξύ των υπαλλήλων χρησιμοποιούνται και η ελληνική και η αγγλική, οι παρουσιάσεις και οι ενδοτμηματικές συσκέψεις γίνονται πάντοτε στα αγγλικά. Η διευθύντρια του τμήματος εκδίδει τις εσωτερικές ανακοινώσεις μόνο στην αγγλική, επειδή όπως επισημαίνει;

«Το μόνο άτομο στο τμήμα που δεν μιλά αγγλικά, είναι η υπεύθυνη για την καθαριότητα και αυτό είναι αποδεκτό, μπορεί να έχει μια προφορική μετάφραση. Αλλά για οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο εργάζεται στο τμήμα, ελέγχω κατά τη διάρκεια της συνέντευξης για πρόσληψη ότι το επίπεδο που κατέχει στην αγγλική γλώσσα είναι ικανοποιητικό¹¹⁷»

Η χρήση της γλώσσας στην προφορική επικοινωνία σχετίζεται άμεσα με τους συμμετέχοντες και καθορίζεται από πρακτικούς κανόνες, που έχουν ως σκοπό τη διασφάλιση των εργασιών. Ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού αντιμετωπίζει την επιλογή της αγγλικής ως φυσιολογική εξέλιξη:

«Θεωρώ ότι δεν αλλάξαμε κάτι, κάπως ήρθε από μόνο του. Σίγουρα όσο έρχονται άτομα που δε μιλούν την ελληνική στην εταιρεία, τόσο αυξάνεται η συχνότητα που χρησιμοποιείται η αγγλική γλώσσα.»

Η πεποίθηση που επικρατεί είναι ότι η αλλαγή αυτή επήλθε εκ των πραγμάτων, με φυσικό τρόπο, χωρίς να υπάρχει σχετική ρύθμιση από την ίδια την εταιρεία. Παρόμοια, τακτική ακολουθείται και στις επίσημες συναντήσεις: έστω και ένας συμμετέχων να μην γνωρίζει ελληνικά, η σύσκεψη θα γίνει στα αγγλικά. Εξάλλου, οι παρουσιάσεις που αφορούν τα νέα ερευνητικά σχέδια της εταιρείας γίνονται συστηματικά στα αγγλικά. Τα εσωτερικά τηλεφωνήματα γίνονται και στις δύο γλώσσες ανάλογα με το τμήμα και τους υπαλλήλους που επικοινωνούν.

Παρόμοιες πρακτικές ακολουθούνται και στα τέσσερα τμήματα, όσον αφορά τη γραπτή επικοινωνία. Όταν η επικοινωνία αφορά προσωπικά θέματα γίνεται ανάλογα με το ποια γλώσσα χρησιμοποιούν οι υπεύθυνοι κάθε τμήματος και σε ποια γλώσσα νιώθουν πιο άνετα. Όταν, όμως, η γραπτή επικοινωνία αφορά διοικητικά θέματα

¹¹⁷ «The only person in the department that does not speak English is the cleaner, and that's ok, she can get an oral translation. But for every other person I check during the interview that the level of English is sufficient.»

γίνεται σχεδόν πάντοτε στα αγγλικά και αυτό θεωρείται άγραφος κανόνας που γνωρίζουν και ακολουθούν όλοι οι εργαζόμενοι. Ας δούμε παρακάτω τι δηλώνει ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ;

«Αν όμως για παράδειγμα ανταλλάσσουν επικοινωνία δύο άτομα που μιλούν ελληνικά και μετά πρέπει να εμπλακεί στην επικοινωνία και κάποιος αγγλόφωνος, τότε θα πρέπει όλη η επικοινωνία να μεταφραστεί στα αγγλικά και αυτό αποτελεί πρόβλημα και είναι ιδιαίτερα χρονοβόρο. Γι' αυτό το λόγο η επικοινωνία ιδιαίτερα για διοικητικά/τεχνικά θέματα γίνεται στα αγγλικά.»

Τη χρήση της αγγλικής για συζητήσεις που αφορούν τη διεκπεραίωση των διοικητικών ή τεχνικών εργασιών ή για διοικητικά/τεχνικά θέματα εντοπίζει και ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού παρατηρεί ότι:

«για διοικητικά/τεχνικά θέματα μιλούμε κυρίως στα αγγλικά και μεταξύ μας, για να μπορούν εύκολα να εμπλακούν και άλλοι στην επικοινωνία.»

Μια άλλη όψη της ανάγκης να χρησιμοποιείται μια γλώσσα ευρείας επικοινωνίας επισημαίνει ο υπεύθυνος του τμήματος κανονιστικών υποθέσεων, ο οποίος αναφέρεται στη διαδικασία διεύρυνσης της επικοινωνίας που απαιτείται πολλές φορές με άτομα εκτός της εταιρείας:

«Τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου γράφονται συνήθως αγγλικά, γιατί ένα μήνυμα μπορεί να προωθηθεί εκτός εταιρείας. Για να μην υπάρχει χάσιμο χρόνου.»

Την ανάγκη να χρησιμοποιείται η αγγλική για εσωτερικούς λόγους που σχετίζονται με τη γλωσσική ανομοιογένεια του προσωπικού και για εξωτερικούς λόγους που έχουν να κάνουν με την εξωτερική επικοινωνία, και άρα με το διεθνή προσανατολισμό της επιχείρησης, επισημαίνει και η υπεύθυνη του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης:

«Όταν οι εργαζόμενοι στο τμήμα συντάσσουν ένα έγγραφο, πρέπει να είναι στα αγγλικά. Δύο είναι οι λόγοι γι' αυτό: ένας λόγος είναι ότι το σύνολο των εγγράφων που συντάσσουμε πρέπει να είναι στα αγγλικά επειδή χρησιμοποιούνται για εξωτερικούς σκοπούς και πρέπει να είναι στα αγγλικά μια και η αγγλική είναι διεθνής γλώσσα. Ο δεύτερος λόγος είναι ότι δεν μιλούν, όλοι οι υπάλληλοι στο τμήμα ελληνικά, αλλά όλοι οι υπάλληλοι στο τμήμα πρέπει να μιλούν και να γράφουν αγγλικά σε προχωρημένο επίπεδο. Συμπερασματικά, όλα τα εσωτερικά γραπτά έγγραφα πρέπει να είναι στα αγγλικά, ούτως ώστε όλοι να είναι σε θέση να διαβάσουν ό,τι όλοι οι άλλοι έχουν γράψει.»¹¹⁸

¹¹⁸ «When they produce a document it must be created in English. There are two reasons for this: one reason is that the sum of the documents that we create must be in English since they are used for external purposes and they must be in English as an international language, the second reason is that not all employees in the department speak Greek, but all

Όπως διαφαίνεται από τα πιο πάνω αποσπάσματα, οι γλωσσικές πρακτικές που αφορούν τη γραπτή επικοινωνία σχετίζονται άμεσα με θέματα που αφορούν τη διαχείριση του εργασιακού χρόνου και τη διεκπεραίωση της επικοινωνίας με τον οικονομικότερο και πιο σύντομο τρόπο. Παράλληλα, φαίνεται ξεκάθαρα ότι πέρα από το ότι τα κείμενα συντάσσονται στα αγγλικά για να μπορούν να έχουν πρόσβαση όσοι δεν μιλούν ελληνικά, η εξωτερική επικοινωνία της εταιρείας με τρίτες χώρες, επιδρά στην διαμόρφωση και της εσωτερικής πρακτικής. Παράλληλα, όλα τα έγγραφα που συντάσσονται, είτε αφορούν την έρευνα, είτε αφορούν τη δημιουργία πορτφόλιο για νέα φάρμακα, είτε σχετίζονται με εσωτερικούς κανονισμούς συντάσσονται σε πρώτη φάση στα αγγλικά. Αξίζει να σημειωθεί ότι όλα τα έγγραφα της εταιρείας μέχρι το 2004 ήταν διαθέσιμα μόνο στα αγγλικά. Η πολιτική αυτή άλλαξε με την ένταξη της Κύπρου στην ΕΕ αφού η εταιρεία έπρεπε να εναρμονιστεί με την ευρωπαϊκή νομοθεσία και να μεταφράσει κάποια έγγραφα από τα αγγλικά στη μια εκ των δύο επίσημων γλωσσών της Κυπριακής Δημοκρατίας, δηλαδή στα ελληνικά. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά η Υπεύθυνη του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης:

«Όλα τα έγγραφα της εταιρείας πρέπει να είναι διαθέσιμα στα αγγλικά, έτσι ώστε να είναι προσιτά στους αγγλόφωνους υπαλλήλους, συμπεριλαμβανομένων και των ξένων ελεγκτών. Την ίδια στιγμή, όμως, σύμφωνα με την ευρωπαϊκή νομοθεσία τα αρχεία παραγωγής και οι οδηγίες παραγωγής πρέπει είναι γραμμένα στην τοπική γλώσσα. Επειδή η αγγλική δεν θεωρείται τοπική γλώσσα, αυτό σημαίνει ότι πρέπει τα έγγραφα αυτά να είναι διαθέσιμα και στα ελληνικά. Πολλά επίσημα έγγραφα είναι διαθέσιμα και στις δύο γλώσσες για να ικανοποιούν και τις δύο ανάγκες. Αφενός μεν, την ανάγκη εκείνων των ανθρώπων που δεν μιλούν ελληνικά και αφετέρου τις απαιτήσεις της Ε.Ε.»¹¹⁹

Πίνακας 5.12 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη

Remedica	Προφορική επικοινωνία	Ανακοινώσεις	Οδηγίες στο χώρο παραγωγής
	ελληνικά αγγλικά	ελληνικά και αγγλικά αγγλικά μόνο	ελληνικά αγγλικά

the employees in the department must speak and write English in an advance level. Therefore, all internal written documentations must be in English so that everybody can read what the others had written down.»

¹¹⁹ “All documentation of the company must be in English so as to be accessible to English only speaking people including foreign auditors. Yet at the same time by European union law, production records and production instructions have to be in the local language. Since English is not considered to be a local language that’s (sic) have to be in Greek. So many official documents exist in both languages in order to satisfy both needs, on the one hand the need of those people who actually don’t speak Greek and on the other hand European union requirements. The company changed some documentation from English back to Greek in order to comply with the European law legislation.”

5.4.2.3 Εξωτερική επικοινωνία

Όπως έχει αναφερθεί προηγουμένως η εταιρεία δραστηριοποιείται σε 100 χώρες στο εξωτερικό. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα πολλοί εργαζόμενοι σε διοικητικές θέσεις να έρχονται σε επικοινωνία με πελάτες που βρίσκονται εκτός Κύπρου. Σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη, η επικοινωνία με πελάτες του εξωτερικού διεκπεραιώνεται κυρίως στην αγγλική. Αυτήν την επιλογή τη διευκόλυνε και η στρατηγική ανάπτυξης της ίδιας της εταιρείας, αφού οι πρώτες προσπάθειες για διεθνοποίησή της προσανατολίστηκαν, κυρίως, στις πρώην αγγλικές αποικίες. Συνεπώς, η επιλογή της αγγλικής στην επικοινωνία με τις χώρες αυτές συνιστούσε μια επιλογή που υπαγορευόταν από την κοινή λογική. Στη συνέχεια, η εταιρεία δραστηριοποιήθηκε και σε πολλές μη αγγλόφωνες χώρες τις οποίες προσέγγισε κυρίως με τη βοήθεια της αγγλικής γλώσσας. Τα διευθυντικά στελέχη επεσήμαναν ότι οι συνεργάτες της εταιρείας στο εξωτερικό, είναι άνθρωποι μορφωμένοι, με υψηλή επάρκεια στην αγγλική γλώσσα, για αυτό η επιλογή της αγγλικής δεν δημιουργεί προβλήματα παρά μόνο σε σπάνιες περιπτώσεις. Ο υπεύθυνος τους τμήματος μάρκετινγκ της εταιρείας τόνισε ότι:

«Επειδή και το συγκεκριμένο industry των φαρμάκων, αρκετοί για παράδειγμα ο αντιπρόσωπος μας στο Σουδάν, ήταν ο διευθυντής μιας μεγάλης πολυεθνικής, είναι άνθρωποι μορφωμένοι, οι οποίοι είτε έχουν σπουδάσει σε αγγλικά ή αμερικάνικα πανεπιστήμια.»

Ως εκ τούτου, το γεγονός ότι οι συνεργάτες από μη αγγλόφωνες χώρες γνωρίζουν άριστα την αγγλική δεν δημιουργεί γλωσσικά εμπόδια στην επικοινωνία. Όπως τόνισαν τα διευθυντικά στελέχη ακόμα και όταν ο βασικός αντιπρόσωπος σε μια χώρα δεν μιλά προσωπικά αγγλικά, κάποιοι εργαζόμενοι που ανήκουν στο εργατικό δυναμικό της εταιρείας μπορούν να χρησιμοποιήσουν την αγγλική γλώσσα. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που ακολουθεί και αφορά τους αντιπροσώπους της εταιρείας στο Λίβανο, που μας αφηγήθηκε ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ:

«ακόμα και σήμερα ο αντιπρόσωπος μας στο Λίβανο δεν μιλά αγγλικά, μιλά αραβικά. Μιλά κάποια αραβικά ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας μας, αλλά και η γραμματέας του αντιπροσώπου μιλά αγγλικά και κάνει εκείνη τον μεσάζον [sic], τον μεταφραστή. Η επικοινωνία που βγαίνει από την Κύπρο με τους ξένους αντιπροσώπους είναι αγγλικά και δεν αντιμετωπίζουμε κάποιο πρόβλημα.»

Παρά τη γενική εκτίμηση όλων όσους ρωτήσαμε ότι η χρήση της αγγλικής με τους συνεργάτες τους εκτός Κύπρου αρκεί για να διεκπεραιώνονται οι συνεννοήσεις, κάποια σύντομη αναφορά γίνεται και για εκείνες τις περιπτώσεις που αφορούν χώρες όπου η αγγλική δεν χρησιμοποιείται ευρέως. Όπως αναφέρει ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ της εταιρείας, οι λύσεις που προκρίνονται σε τέτοιες περιπτώσεις είναι είτε να ανατρέχουν, εφόσον υπάρχουν, σε άτομα από το προσωπικό που μιλούν τη γλώσσα της εν λόγω χώρας, είτε, αν δεν υπάρχουν, να προσλαμβάνουν εξωτερικούς συνεργάτες ή/και μεταφραστές.

Αρκετά άτομα επισημαίνουν ότι και ο τρόπος που λειτουργούν οι κρατικοί φορείς σε εθνικό επίπεδο συντείνει στη διεύρυνση της χρήσης της αγγλικής, εφόσον το σύνολο των εγγράφων που απαιτούνται για την εξασφάλιση άδειας για κυκλοφορία ενός προϊόντος, συντάσσονται στα αγγλικά. Αυτό επιβεβαιώνουν ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ:

«Το ίδιο το κράτος δεν θέτει περιορισμούς στις εγγραφές. Για να μπορείς να κάνεις εξαγωγές είναι όλα στα αγγλικά. Η επικοινωνία είναι στα ελληνικά, τα έγγραφα όμως είναι στα αγγλικά.»

και ο υπεύθυνος του τμήματος κανονιστικών υποθέσεων:

«Για την εγγραφή νέων φαρμάκων οι φάκελοι που κατατίθενται είναι στα αγγλικά. Το μόνο πράγμα που μπορεί να τύχει να πρέπει να μεταφραστεί είναι η σήμανση προϊόντων στο κουτάκι και οδηγίες για τη χρήση των φαρμάκων και αυτό εξαρτάται από τον περιορισμό που θέτουν οι ίδιες οι χώρες. Για παράδειγμα οι πρώην γαλλικές αποικίες (Γουινέα στην Αφρική και Μάλι) θέτουν αρκετούς περιορισμούς, θέλουν ολόκληρο το φάκελο μεταφρασμένο στη γλώσσα τους, στα γαλλικά. Στη Γαλλία δέχονται το φάκελο στα αγγλικά, η καλυπτική όμως επιστολή είναι στα γαλλικά. Για να μεταφράζουμε χρησιμοποιούμε εξωτερικούς συνεργάτες.»

Όπως διαφαίνεται από τα πιο πάνω αποσπάσματα, τα έγγραφα αυτά γίνονται αποδεκτά από τις Κυπριακές Φαρμακευτικές Υπηρεσίες ως έχουν, δηλαδή στην αγγλική γλώσσα. Κάποιες φορές απαιτείται από την εταιρεία, η συνοδευτική επιστολή να είναι γραμμένη στα ελληνικά, άλλες πάλι φορές γίνεται αποδεκτή η συνοδευτική επιστολή στα αγγλικά. Παρόμοια τακτική εφαρμόζεται και από την πλειοψηφία των χωρών με τις οποίες συνεργάζεται η εταιρεία, όπως για παράδειγμα η Γαλλία και ο Καναδάς που απαιτούν μόνο οι συνοδευτικές επιστολές να είναι γραμμένες στην επίσημη τους γλώσσα. Άλλες πάλι εφαρμόζουν πιο αυστηρή γλωσσική πολιτική και απαιτούν να μεταφράζονται στη γλώσσα τους, όλα τα

έγγραφα που συνοδεύουν την αίτηση άδειας κυκλοφορίας ενός φαρμακευτικού προϊόντος. Ενδιαφέρον είναι το παράδειγμα της Γουϊνέας και άλλων πρώην γαλλικών αποικιών στην Αφρική που εφαρμόζουν πολύ πιο αυστηρή πολιτική θέτοντας πολύ περισσότερους περιορισμούς σε σχέση με τη χρήση της γαλλικής από ότι η ίδια η Γαλλία. Το έργο της μετάφρασης όλων των εγγράφων που απαιτούνται για την εξασφάλιση άδειας κυκλοφορίας ενός φαρμάκου σε μια καινούρια αγορά είναι επίπονο, χρονοβόρο και ιδιαίτερα δαπανηρό. Η εταιρεία αποφασίζει να προχωρήσει σε μετάφραση όλων των εγγράφων κυρίως εάν πρόκειται για μια μεγάλη αγορά με προοπτικές ανάπτυξης, όπως για παράδειγμα η αγορά της Βραζιλίας. Για μικρές αγορές, όπως είναι για παράδειγμα η Μάλτα, δεν τίθενται θέματα μετάφρασης των εγγράφων.

Πίνακας 5.13 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη

Remedica	Προφορική επικοινωνία	Γραπτή επικοινωνία
	αγγλικά ελληνικά	αγγλικά ελληνικά

5.4.3 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές στην εταιρεία Pafilia

5.4.3.1 Εισαγωγικές παρατηρήσεις

Η εταιρεία Pafilia αντιπροσωπεύει ένα εντελώς διαφορετικό είδος εμπορικής δραστηριότητας σε σχέση με τις άλλες δύο εταιρείες, λόγω της άμεσης σχέσης που αναπτύσσει με άτομα-πελάτες, η οποία έχει διάρκεια στο χρόνο υπό την έννοια ότι η εταιρεία προσφέρει υπηρεσίες πριν και μετά την πώληση των προϊόντων της. Συνεπώς, στην εξέταση των εσωτερικών και των εξωτερικών γλωσσικών πρακτικών υπήρξαν ιδιαίτερα σημαντικές οι πιο κάτω παράμετροι: **1.** οι εργαζόμενοι στην εταιρεία προέρχονται από πολλές και διαφορετικές χώρες, εντός και εκτός Ευρώπης, **2.** η εταιρεία δείχνει ιδιαίτερη προσήλωση στην εφαρμογή μιας πελατοκεντρικής προσέγγισης.

5.4.3.2 Ενδοεπικοινωνία

Στην εταιρεία ανάπτυξης γης το περιβάλλον ήταν ιδιαίτερα πολύγλωσσο. Κατά τη διάρκεια των δύο μου επισκέψεων στην εταιρεία, είχα την ευκαιρία να το διαπιστώσω προσωπικά. Όλα τα διοικητικά στελέχη της εταιρείας αναφέρθηκαν σε πολύγλωσσες γλωσσικές πρακτικές. Ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας επεσήμανε τα ακόλουθα:

«Στην προφορική επικοινωνία μέσα στην εταιρεία ακούς ελληνικά, αλλά σε μεγάλο βαθμό αγγλικά, τα οποία χρησιμοποιούμε για να επικοινωνούμε όσοι δε μιλάμε αγγλικά. Ακούς και ρωσικά, τα οποία χρησιμοποιούν οι ρωσόφωνοι μεταξύ τους.»

ενώ ο υπεύθυνος πωλήσεων και υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ ανέφερε ότι

«Η διαπροσωπική επικοινωνία γίνεται στα κυπριακά, τα ελληνικά, τα αγγλικά, τα ρωσικά και τα κινέζικα.»

Σύμφωνα με τις αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές, η ελληνική χρησιμοποιείται μεταξύ των κύριων υπαλλήλων της εταιρείας. Χρησιμοποιείται επίσης και στην επικοινωνία των Κυπρίων με τους επαναπατρισθέντες Κύπριους που εργάζονται στην επιχείρηση. Στην περίπτωση αυτή, παρατηρείται εναλλαγή κωδίκων μεταξύ ελληνικής και αγγλικής. Η αγγλική χρησιμοποιείται στην επικοινωνία μεταξύ όσων δεν μιλούν ελληνικά. Παράλληλα, χρησιμοποιείται η ρωσική μεταξύ ρωσόφωνων και η κινεζική μεταξύ των Κινέζων που εργοδοτούνται στην εταιρεία. Η αγγλική είναι η γλώσσα που χρησιμοποιείται στις ενδοεταιρικές συναντήσεις, στις παρουσιάσεις, στην ενημέρωση και για την εκπαίδευση των υπαλλήλων σε εταιρικά θέματα, στις τηλεδιασκέψεις και στις τηλεφωνικές συνδιαλέξεις. Η ελληνική χρησιμοποιείται μόνο στις συσκέψεις των διευθυντικών στελεχών και εφόσον στην συνάντηση δεν παρίσταται άτομο που να είναι αγγλόφωνο καθώς και στις τηλεφωνικές συνδιαλέξεις μεταξύ Κυπρίων. Στα γραφεία που διατηρεί η εταιρεία στη Ρωσία, χρησιμοποιείται η ρωσική αλλά και η αγγλική. Στα γραφεία αυτά δεν εργοδοτούνται μόνο Ρώσοι, αλλά και Κύπριοι ή υπάλληλοι άλλων εθνικοτήτων που μεταφέρθηκαν από άλλα γραφεία που διατηρούσε η εταιρεία και τα οποία αναγκάστηκε να κλείσει λόγω των οικονομικών περιορισμών των τελευταίων χρόνων. Παρόμοια τακτική εφαρμόζεται και στα γραφεία που διατηρεί η εταιρεία στην Κίνα: χρησιμοποιείται η μανδαρινική κινεζική και η αγγλική. Στο γραφείο της Κίνας έχουν μεταφερθεί φυσικοί ομιλητές της αγγλικής.

Στη γραπτή επικοινωνία χρησιμοποιείται κυρίως η αγγλική. Όπως δήλωσαν όλοι οι συνεντευξιζόμενοι, όλες οι ανακοινώσεις που απευθύνονται στο προσωπικό, γράφονται πάντοτε στην αγγλική. Αν οι ανακοινώσεις αυτές αφορούν τους υπεύθυνους καθαριότητας ή άλλο εργατικό προσωπικό, οι υπεύθυνοι των τμημάτων αναλαμβάνουν να μεταφράσουν τα κείμενα και να ενημερώσουν το προσωπικό.

Ο υπεύθυνος της My Move αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Οι ανακοινώσεις στέλλονται στους διευθυντές των τμημάτων και αυτοί είναι υπόχρεοι να τις μεταφέρουν στους πιο κάτω. Με προσωπικό που δεν έχει μείλ και δικό του υπολογιστή επικοινωνούμε κυρίως προφορικά.»

Η γραπτή επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων της εταιρείας γίνεται στην αγγλική γλώσσα. Ο υπεύθυνος πωλήσεων και τμήματος μάρκετινγκ της εταιρείας αναφέρεται στους λόγους επιλογής της αγγλικής γλώσσας:

«Όχι δεν το ζητάω εγώ, εκ των πραγμάτων, επειδή πολλές φορές μπορεί να μη δω εγώ το email μου αλλά η assistant μου, η assistant μου δεν διαβάζει ελληνικά. Άρα το στέλνουν στα αγγλικά για να καταλάβει. Μπορεί στη συνέχεια να το δει και κάποιος άλλος ο οποίος να μη μιλά αγγλικά.»

και στη συνέχεια προσθέτει:

«Και εγώ όταν γράψω ένα email, θα το στείλω στα αγγλικά λόγω του ότι για όλο το προσωπικό που εργάζεται στην εταιρεία, σε όλες τις χώρες, το common language είναι τα αγγλικά.»

Παρόμοια άποψη εκφράζει ο υπεύθυνος της My Move:

«Για παράδειγμα όταν επικοινωνούμε και εγώ με τον X¹²⁰ που είμαστε και φίλοι, στα email επικοινωνούμε στα αγγλικά. Μπορεί να κάνουμε CC κάποιον που δεν μιλά αγγλικά, αλλά όλοι μας είτε Κύπριοι, είτε Ρώσοι, είτε Κινέζοι, επικοινωνούμε στην αγγλική γλώσσα.»

Τα συμβόλαια του διοικητικού προσωπικού της εταιρείας συντάσσονται πάντοτε στα αγγλικά. Η ελληνική χρησιμοποιείται για την επικοινωνία με τις κρατικές υπηρεσίες αλλά γενικότερα δεν έχει σημαντική θέση στις γραπτές γλωσσικές πρακτικές της εταιρείας. Τα συμβόλαια που προκύπτουν από τις πωλήσεις ακινήτων σε ξένους πελάτες κατατίθενται στο κτηματολόγιο στην αγγλική γλώσσα.

Πίνακας 5.14 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τα διευθυντικά στελέχη

Paffia	Προφορική επικοινωνία	Ανακοινώσεις	Μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
	ελληνικά αγγλικά ρωσικά κινέζικα	αγγλικά	ελληνικά αγγλικά ρωσικά κινέζικα

5.4.3.3 Εξωτερική επικοινωνία

Οι αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές στην εξωτερική επικοινωνία της εταιρείας παρουσιάζουν μια ιδιομορφία σε σχέση με τις αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές στις υπόλοιπες δύο εταιρείες. Στην εταιρεία ανάπτυξης και πώλησης γης, πέρα από

¹²⁰ ο X είναι διοικητικός υπάλληλος στην εταιρεία.

την εκτεταμένη χρήση της αγγλικής, οι γλώσσες των πελατών, και συγκεκριμένα η ρωσική και η κινεζική, αναφέρθηκαν από τα διοικητικά στελέχη ως μέρος των καθημερινών γλωσσικών πρακτικών. Από ότι φαίνεται, εξάλλου, η γλωσσική διαχείριση που ανέλαβε η εταιρεία, οδήγησε στη διαμόρφωση ενός πολύγλωσσου περιβάλλοντος. Όπως επισημαίνει η υπεύθυνη ανθρώπινου δυναμικού,

«Πάντα είχαμε στο τμήμα εξυπηρέτησης πελατών και αγγλόφωνο άτομο και ρωσόφωνο και τώρα προστέθηκε και η κινεζική γλώσσα. Γιατί η εταιρεία μας είναι πολύ customer oriented και θέλουμε να κάνουμε exceed τα customer expectations»

Η ρωσική και η μανδαρινική κινεζική χρησιμοποιούνται στην προφορική επικοινωνία κατά την παρουσίαση ενός ακινήτου, στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που απευθύνονται στους πελάτες, στις συμφωνίες που υπογράφονται για αγορά ακινήτου αλλά και σε υπηρεσίες που παρέχονται μετά την ολοκλήρωση της εμπορικής συναλλαγής. Τα συμβόλαια για την πώληση συντάσσονται αρχικά στα αγγλικά και στη συνέχεια μεταφράζονται στα ρωσικά ή στα κινεζικά ή σε άλλη γλώσσα, ανάλογα με τις ανάγκες των πελατών. Έτσι, π.χ. η εταιρεία, στο πλαίσιο της παροχής υπηρεσιών μετά την πώληση, έχει εγκαταστήσει θυρωρεία σε συγκεκριμένα συκροτήματα που έχει αναπτύξει όπου εργοδοτεί φυσικούς ομιλητές της ρωσικής, της κινεζικής και της αγγλικής, ανάλογα με τις εθνικότητες των πελατών που διαμένουν σε αυτά.

5.5 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές: τα διοικητικά στελέχη

Στο σημείο αυτό θα παρουσιαστούν οι αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές με βάση την ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων για κάθε εταιρεία ξεχωριστά. Θα παρουσιαστούν δύο πίνακες για κάθε εταιρεία εκ των οποίων ο πρώτος αναφέρεται στις γλώσσες που χρησιμοποιούνται στην προφορική και γραπτή εσωτερική επικοινωνία και στη γραπτή και προφορική επικοινωνία με πελάτες. Ο δεύτερος πίνακας αναφέρεται στη συχνότητα χρήσης γλωσσών σε διάφορες επικοινωνιακές περιστάσεις. Η ανάλυση αυτή έχει σκοπό να δείξει τις τάσεις που διαμορφώνονται στις εταιρείες σε σχέση με τη γλωσσική χρήση.

5.5.1 Η γαλακτοβιομηχανία Πήττας

Στη γαλακτοβιομηχανία Πήττας, συμμετείχαν στην ποσοτική έρευνα έξι διοικητικοί υπάλληλοι. Οι γλώσσες που αναφέρθηκαν ήταν τρεις: τα ελληνικά, τα αγγλικά και τα ρωσικά.

Πίνακας 5.15 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τους εργαζόμενους σε διοικητικές θέσεις

Πήττας	Τμήμα/Θέση	Εσωτερική επικοινωνία		Εξωτερική επικοινωνία	
		Προφορική τηλεφωνικές συνδιαλέξεις, /συζητήσεις, συναντήσεις	Γραπτή επιστολές, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	Γραπτή επιστολές, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	Προφορική τηλεφωνικές συνδιαλέξεις /συζητήσεις
1	Υποδοχή	E	Δ.Α	ΕΑ	ΕΑ
2	Λογιστήριο	E	ΔΑ	ΕΑ	Α
3	Τμήμα εξαγωγών	E	ΕΑ	Α	Α
6	Τμήμα εξαγωγών	E	ΔΑ	ΕΑ	Α
4	Τμήμα ποιότητας & ασφάλειας	E	Α	ΑΡ	ΕΑ
5	Τμήμα ποιότητας & ασφάλειας	E	ΕΑ	ΕΑ	ΕΑ
6	Τμήμα ανθρώπινου δυναμικού	E	ΔΑ	ΕΑ	Α

Συντομογραφίες: Α = Αγγλικά, Ε = Ελληνικά, Ρ = Ρωσικά, Δ.Α= Δεν αναφέρθηκε

Πίνακας 5.16 Συχνότητα χρήσης γλωσσών ανά επικοινωνιακή κατάσταση

Πήττας	Επικοινωνιακή κατάσταση	Ελληνικά	Αγγλικά
		Ανεπίσημη προφορική επικοινωνία με συναδέλφους	1
	Ανεπίσημη προφορική επικοινωνία με ανωτέρους	1	Δ.Α
	Τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους	1	Δ.Α
	Τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες	2	1
	Επιστολές/Μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε συναδέλφους	2	1
	Επιστολές/ μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε πελάτες	1	2
	Συσκέψεις με συναδέλφους	1	Δ.Α
	Συσκέψεις με πελάτες	1	2

Συντομογραφίες: 1 = πρώτη γλώσσα με βάση τη συχνότητα χρήσης 2 = δεύτερη γλώσσα με βάση τη συχνότητα χρήσης Δ.Α = Δεν αναφέρθηκε χρήση της γλώσσας

Όπως διαφαίνεται από τους πιο πάνω πίνακες η ελληνική κυριαρχεί στην προφορική επικοινωνία μεταξύ διοικητικών υπαλλήλων της εταιρείας. Χρησιμοποιείται στις καθημερινές συζητήσεις και παρουσιάζει τη μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης στην επικοινωνία μεταξύ διοικητικών στελεχών αλλά και στην επικοινωνία μεταξύ διοικητικών στελεχών και διευθυντικών στελεχών. Τέσσερις από τους έξι υπαλλήλους δήλωσαν ότι τη χρησιμοποιούν και στη γραπτή επικοινωνία. Δεν αναφέρεται χρήση της αγγλικής στην προφορική επικοινωνία, η αγγλική όμως κυριαρχεί στη γραπτή. Στην προφορική επικοινωνία η αγγλική χρησιμοποιείται πιο συχνά με πελάτες, σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις και σε συναντήσεις. Παρουσιάζει επίσης μεγαλύτερη συχνότητα στις επιστολές και στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με πελάτες.

5.5.2 Η φαρμακοβιομηχανία Remedica

Στην φαρμακοβιομηχανία Remedica επτά εργαζόμενοι σε διοικητικές θέσεις συμμετείχαν στην ποσοτική έρευνα. Αναφέρθηκε χρήση δύο γλωσσών: της ελληνικής και της αγγλικής.

Πίνακας 5.17 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τους εργαζόμενους σε διοικητικές θέσεις

Remedica	Τμήμα/Θέση	Εσωτερική επικοινωνία		Εξωτερική Επικοινωνία	
		Προφορική τηλεφωνικές συνδιαλέξεις /συζητήσεις, συναντήσεις	Γραπτή επιστολές, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	Γραπτή επιστολές, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	Εξωτερική επικοινωνία τηλεφωνικές συνδιαλέξεις, συζητήσεις
1	Τμήμα μάρκετινγκ	EA		A	A
2	Τμήμα μάρκετινγκ	EA		EA	EA
3	Υπεύθυνη υποδοχής	EA		EA	EA
4	Τμήμα ανθρώπινου δυναμικού	EA		EA	A
5	Τμήμα ανθρώπινου δυναμικού	E		EA	A
6	Τμήμα κανονιστικών υποθέσεων	EA		EA	A
7	Τμήμα ποιότητας & ασφάλειας	EA		EA	A

Συνομογραφίες: A = Αγγλικά, E = Ελληνικά

Πίνακας 5.18 Συχνότητα χρήσης γλωσσών ανά επικοινωνιακή περίπτωση

Remedica	Επικοινωνιακή περίπτωση	Ελληνικά	Αγγλικά
		Ανεπίσημη προφορική επικοινωνία με συναδέλφους	1
	Ανεπίσημη προφορική επικοινωνία με ανωτέρους	1	2
	Τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους	1	2
	Τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες	2	1
	Επιστολές, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε συναδέλφους	2	1
	Επιστολές, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε πελάτες	2	1
	Συσκέψεις με συναδέλφους	1	2
	Συσκέψεις με πελάτες	2	1

Συνομογραφίες: 1 = πρώτη γλώσσα με βάση τη συχνότητα χρήσης 2 = δεύτερη γλώσσα με βάση τη συχνότητα χρήσης Δ.Α = Δεν αναφέρθηκε χρήση της γλώσσας

Στη Remedica οι αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές καταδεικνύουν ότι η ελληνική και η αγγλική χρησιμοποιούνται στην εσωτερική επικοινωνία της εταιρείας μεταξύ των εργαζομένων. Η ελληνική γλώσσα παρουσιάζει τη μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης στην ανεπίσημη προφορική επικοινωνία με συναδέλφους και ανωτέρους. Επιπρόσθετα, η ελληνική παρουσιάζει τη μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης στις τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους, ενώ η αγγλική παρουσιάζει τη μεγαλύτερη συχνότητα στις τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες. Η ελληνική

παρουσιάζει τη μεγαλύτερη συχνότητα στις συσκέψεις με συναδέλφους ενώ η αγγλική στις συσκέψεις με πελάτες. Στη γραπτή επικοινωνία αναφέρθηκε χρήση και των δύο γλωσσών σχεδόν από όλους τους εργαζομένους. Η αγγλική παρουσιάζει, όμως, τη μεγαλύτερη συχνότητα στις επιστολές και στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που απευθύνονται σε συναδέλφους και σε πελάτες.

5.5.3 Όμιλος εταιρειών Pafilia

Δώδεκα εργαζόμενοι του ομίλου εταιρειών Pafilia συμμετείχαν στην ποσοτική έρευνα. Αναφέρθηκε χρήση της ελληνικής, της αγγλικής και της ρωσικής γλώσσας.

Πίνακας 5.19 Αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές σύμφωνα με τους εργαζόμενους σε διοικητικές θέσεις στην εσωτερική επικοινωνία

Pafilia	Τμήμα/Θέση	Προφορική επικοινωνία τηλεφωνικές συνδιαλέξεις/συζητήσεις	Γραπτή επικοινωνία επιστολές, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	Επικοινωνία με άλλα παρτηματα της εταιρείας
1	Σχεδιασμός νέων έργων	EA	EA	A
2	Σχεδιασμός νέων έργων	AP	EA	AP
3	Σχεδιασμός νέων έργων	EA	A	A
4	Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών	EAP	EAP	AP
5	Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών	EA	A	AP
6	Τμήμα πωλήσεων	EA	A	A
7	Τμήμα πωλήσεων	EA	AP	AP
8	Τμήμα μάρκετινγκ	EA	A	A
9	Υποδοχή	EA	EA	Δ,Α
10	Γραμματέας διευθύνοντας συμβούλου	EA	A	A
11	Ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων	EA	A	A
12	Λογιστήριο	E	A	A

Συντομογραφίες: A = Αγγλικά, E = Ελληνικά, P = Ρωσικά

Πίνακας 5.20 Αναφερόμενη χρήση γλωσσών στην εξωτερική επικοινωνία

Pafilia	Τμήμα/Θέση		Εξωτερική επικοινωνία
	1	Σχεδιασμός νέων έργων	A
2	Σχεδιασμός νέων έργων	E	
3	Σχεδιασμός νέων έργων	A	
4	Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών	A	
5	Τμήμα πωλήσεων	A	
6	Τμήμα μάρκετινγκ	A	
7	Υποδοχή	A, P	
8	Γραμματέας διευθύνοντας συμβούλου	A	
9	Ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων	EA	
10	Λογιστήριο	A	
11	Τμήμα πωλήσεων	EAP	
12	Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών	AP	

Συντομογραφίες: A = Αγγλικά, E = Ελληνικά, P = Ρωσικά

Πίνακας 5.21 Συχνότητα χρήσης γλωσσών ανά επικοινωνιακή περίπτωση

Ραφία	Επικοινωνιακή περίπτωση	Ελληνικά	Αγγλικά	Ρωσικά
	Ανεπίσημη προφορική επικοινωνία με συναδέλφους	1	2	3
	Ανεπίσημη προφορική επικοινωνία με ανωτέρους	1	2	Δ.Α
	Τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους	2	1	3
	Τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες	2	1	3
	Επιστολές/μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε συναδέλφους	3	1	2
	Επιστολές/μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε πελάτες	Δ.Α	1	2
	Συσκέψεις με συναδέλφους	2	1	Δ.Α
	Συσκέψεις με πελάτες	Δ.Α	1	2
	Συντομογραφίες: 1 = πρώτη γλώσσα με βάση τη συχνότητα χρήσης, 2 = δεύτερη γλώσσα με βάση τη συχνότητα χρήσης, Δ.Α = Δεν αναφέρθηκε χρήση της γλώσσας			

Όπως φαίνεται από τους πιο πάνω πίνακες στην προφορική επικοινωνία αναφέρεται χρήση της ελληνικής, της αγγλικής και της ρωσικής γλώσσας. Στην καθημερινή προφορική επικοινωνία με συναδέλφους και ανωτέρους η ελληνική παρουσιάζει τη μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης. Μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης παρουσιάζει η αγγλική στις τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες, συναδέλφους, στις συναντήσεις με συναδέλφους και στις συναντήσεις με πελάτες. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι δεν αναφέρθηκε χρήση της ελληνικής στις συσκέψεις με πελάτες και στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Η αγγλική γλώσσα παρουσιάζει μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Αναφέρεται επίσης χρήση της ρωσικής.

5.5.4 Συγκριτική παρουσίαση αναφερόμενων γλωσσικών πρακτικών

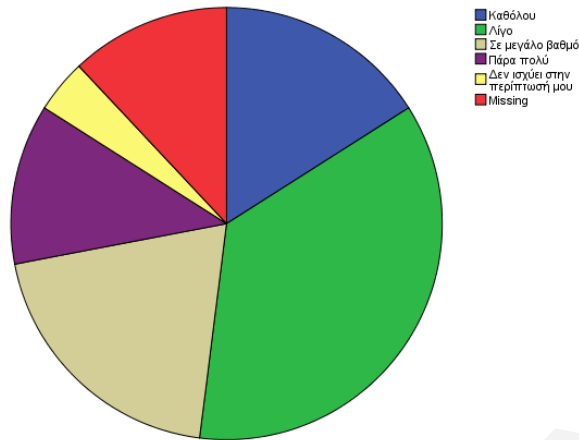
Οι πιο πάνω αναφερόμενες γλωσσικές πρακτικές φαίνεται να επιβεβαιώνουν ότι και στις τρεις επιχειρήσεις εκτός από την ελληνική χρησιμοποιούνται ξένες γλώσσες σε πολλές και διαφορετικές επικοινωνιακές περιστάσεις και πολλές φορές τη μέρα. Άλλωστε, οι περισσότεροι από όσους ερωτήθηκαν, απάντησαν θετικά στις ερωτήσεις «ακούτε/μιλάτε/διαβάζετε/γράφετε κάτι σε ξένη γλώσσα στις επιχειρήσεις στις οποίες εργάζεστε;». Στην εταιρεία ανάπτυξης γης, αναφέρθηκε εντονότερα η παρουσία ξένων γλωσσών. Έντεκα από τους δώδεκα ερωτηθέντες δήλωσαν ότι ακούν ξένες γλώσσες στην εταιρεία πολλές φορές τη μέρα, δέκα από τους δώδεκα ότι μιλούν ξένες γλώσσες στην εταιρεία πολλές φορές τη μέρα, οκτώ από τους δώδεκα δήλωσαν ότι διαβάζουν κάτι γραμμένο σε ξένες γλώσσες πολλές φορές τη μέρα και εννέα από τους δώδεκα ότι γράφουν κάτι σε ξένη γλώσσα πολλές φορές τη μέρα.

Παράλληλα, μέσα από την ποσοτική ανάλυση μπορούμε να επισημάνουμε τάσεις στη γλωσσική χρήση και στις τρεις εταιρείες. Καταρχάς, και στις τρεις επιχειρήσεις η ελληνική χρησιμοποιείται στην προφορική επικοινωνία με συναδέλφους και πελάτες αλλά σε αρκετές περιπτώσεις και στη γραπτή επικοινωνία. Επιπρόσθετα, φαίνεται να επιβεβαιώνεται ότι η αγγλική, η οποία χρησιμοποιείται όχι μόνο στην επικοινωνία με πελάτες αλλά και μεταξύ του προσωπικού των επιχειρήσεων, είναι η πιο σημαντική ξένη γλώσσα και για τις τρεις εταιρείες. Η χρήση της αγγλικής τόσο στην εσωτερική όσο και στην εξωτερική επικοινωνία έρχεται σε συμφωνία με τα πορίσματα πολλών ερευνών που χρησιμοποίησαν ποσοτική μεθοδολογία (Hollqvist 1984, Hagen 1999, Louhiala-Salminen και al. 2005, Rogerson-Revell 2007, Loss 2007, Kingsley 2010). Για παράδειγμα, όπως αναφέρει ο Rogerson-Revell (2007), 67% από τους συμμετέχοντες στην έρευνα που διεξήγαγε ανέφεραν ότι χρησιμοποιούν την αγγλική γλώσσα σε συναντήσεις με συναδέλφους πολύ συχνά ή αρκετά συχνά. Παρόμοια, η Kingsley (2010) παρατηρεί ότι η αγγλική αναφέρθηκε ως η πιο σημαντική γλώσσα στη γραπτή επικοινωνία μεταξύ υπαλλήλων και μεταξύ υπαλλήλων και πελατών. Πολύ ενδιαφέροντα είναι και η παρουσία της ρωσικής στις δύο από τις τρεις εταιρείες, τόσο στην προφορική όσο και στη γραπτή επικοινωνία. Η χρήση της ρωσικής αντικατοπτρίζει αφενός μεν τη γλώσσα των εργαζομένων και αφετέρου τη γλώσσα των πελατών.

Από την ανάλυση των απαντήσεων προκύπτει, επίσης, ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι θεωρούν ότι τα θέματα ξένης γλώσσας μπορούν να δημιουργήσουν κάποια προβλήματα στην επικοινωνία με ξένους πελάτες (βλ. Παράσταση 5.8). Επτά από τους είκοσι πέντε εργαζομένους δήλωσαν ότι αντιμετωπίζουν δυσκολίες στη διάρκεια των τηλεφωνικών συνδιαλέξεων, έξι από τους είκοσι πέντε δήλωσαν ότι δυσκολεύονται να κατανοήσουν επιστολές, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, έγγραφα και αναφορές και εννέα από τους είκοσι πέντε ότι δυσκολεύονται να συντάξουν μια επιστολή, ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, μια αναφορά αλλά και να συμμετέχουν σε διαπραγματεύσεις συμφωνιών και συμβολαίων λόγω της ελλιπούς κατάρτισής τους σε ξένες γλώσσες εκτός από την αγγλική. Η χρήση επαγγελματιών μεταφραστών ή διερμηνέων θεωρήθηκε από τους συμμετέχοντες ως ο καλύτερος τρόπος να επιλυθούν τα γλωσσικά προβλήματα που προκύπτουν κατά την προφορική ή τη γραπτή επικοινωνία,.

Παράσταση 5.11

Θεωρείτε ότι τα θέματα ξένης γλώσσας μπορούν να σταθούν εμπόδιο στην επικοινωνία σας με ξένους πελάτες;



Αρκετοί ερωτηθέντες αναφέρθηκαν συγκεκριμένα στις γλώσσες με αφορμή τις οποίες προκλήθηκαν δυσκολίες που δυσχέραιναν την προσπάθεια των εταιρειών τους να επεκταθούν σε νέες αγορές και να επικοινωνήσουν με ξένους πελάτες. Οι γλώσσες αυτές είναι κατά συχνότητα αναφοράς η κινεζική, η ρωσική, η αραβική και η πορτογαλική (βλ. Πίνακα 5.22).

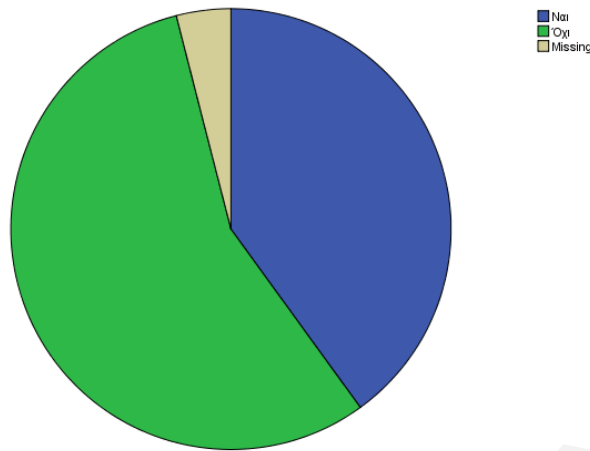
Πίνακας 5.22 Γλώσσες που προκάλεσαν δυσκολίες στην επικοινωνία (με βάση τη συχνότητα αναφοράς)

κινέζικα
ρωσικά
αραβικά
πορτογαλικά

Τέλος, ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι μόνο δέκα από τους εικοσιπέντε ερωτηθέντες δήλωσαν ότι ανέλαβαν προσωπική πρωτοβουλία για να βελτιώσουν τις ικανότητές τους σε μια ξένη γλώσσα (βλ. Παράσταση 5.9).

Παράσταση 5.12

Έχετε αναλάβει προσωπική πρωτοβουλία για να για να μάθετε καλύτερα κάποια ξένη γλώσσα;



Οι γλώσσες που αναφέρθηκαν είναι (με βάση τη συχνότητα αναφοράς) τα ρωσικά, τα αγγλικά και τα ελληνικά.

5.6 Η αγγλικής ως γλώσσα-όχημα στις τρεις επιχειρήσεις

Όπως προκύπτει από τα προηγούμενα δεδομένα, η αγγλική γλώσσα καταλαμβάνει πολύ σημαντική θέση στις καθημερινές γλωσσικές πρακτικές των εργαζόμενων και στις τρεις εταιρείες, όπου θα μπορούσαμε να πούμε ότι επέχει θέση γλώσσας οχήματος. Η εκτεταμένη και αυξανόμενη χρήση της οφείλεται κυρίως στους δύο πιο κάτω λόγους: **1.** Χρησιμοποιείται ως γέφυρα επικοινωνίας μεταξύ εργαζομένων που έχουν διαφορετικές μητρικές γλώσσες και **2.** Χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο στην προφορική και γραπτή επικοινωνία με τους πελάτες/συνεργάτες στο εξωτερικό. Σε ό,τι ακολουθεί θα γίνει λεπτομερής ανάλυση της χρήσης, των λειτουργιών, του ρόλου αλλά και του κύρους της αγγλικής ως γλώσσας-οχήματος στις τρεις επιχειρήσεις.

5.6.1 Ανάλυση

Με βάση τόσο τη θεματική ανάλυση, όσο και τα ποσοτικά και τα ποιοτικά δεδομένα, διαφαίνεται ότι η αγγλική, αν και δεν αποτελεί επίσημη γλώσσα σε καμιά από τις τρεις εταιρείες, κατέχει σε αυτές πολύ σημαντική θέση. Χρησιμοποιείται ως γλώσσα-όχημα και διεισδύει και στα τέσσερα επίπεδα λειτουργίας των εταιρειών: στο επίπεδο της εφαρμοσμένης έρευνας, της παραγωγής, της διοίκησης και του μάρκετινγκ

(Truchot 1999: 67)¹²¹. Παράλληλα, η αγγλική έχει παρουσία και θέση στις περισσότερες εργασιακές βαθμίδες των εταιρειών. Με βάση προηγούμενες έρευνες αλλά και τη θεματική ανάλυση των συνεντεύξεων προέκυψαν τα ακόλουθα τέσσερα θέματα με βάση τα οποία οργανώνεται και η παρουσίαση στο παρόν κεφάλαιο: (α) η αγγλική διευκολύνει την επικοινωνία, (β) η αγγλική προωθεί τη συναδελφική αλληλεγγύη, (γ) το επίπεδο χρήσης της αγγλικής ως γλώσσας οχήματος, και (δ) η σχέση της αγγλικής με τις υπόλοιπες γλώσσες.

Πίνακας 5.23: Κατάλογος θεμάτων σε σχέση με τη χρήση της αγγλικής ως γλώσσας-οχήματος

❖ Η επιλογή της αγγλικής για τη διευκόλυνση της επικοινωνίας
❖ Η επιλογή της αγγλικής για την προώθηση της συναδελφικής αλληλεγγύης
❖ Το επίπεδο χρήσης της αγγλικής ως γλώσσας οχήματος στις τρεις εταιρείες
❖ Η αγγλική ως γλώσσα-όχημα και οι υπόλοιπες γλώσσες

5.6.2 Η επιλογή της αγγλικής για τη διευκόλυνση επικοινωνίας

Η αυξανόμενη χρήση της αγγλικής ως γλώσσας-οχήματος συνδέεται άμεσα με την ανάγκη να διευκολυνθεί η επικοινωνία και να εξαλειφθούν τα γλωσσικά εμπόδια που προκύπτουν. Άλλωστε, η επικοινωνιακή της αξία, προκύπτει από τον ίδιο τον ορισμό που της δίνουν οι ερευνητές. Η Ehrenreich (2010: 420) αναφέρει ότι

«Ο ρόλος της αγγλικής ως γλώσσας οχήματος εκτιμάται ιδιαίτερα στις περιπτώσεις κατά τις οποίες μόνο δια της χρήσης της είναι δυνατή η επικοινωνία και η διεκπεραίωση των εμπορικών συναλλαγών.»¹²²

Οι συνεντευξιαζόμενοι σε αρκετές περιπτώσεις τόνισαν την επικοινωνιακή αξία της αγγλικής. Για παράδειγμα, ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας Πήττας, παρά την προσήλωσή του στην ελληνική γλώσσα στην οποία αποδίδει και μια συναισθηματική αξία («η γλώσσα μας»), υποστήριξε ότι δεν μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς την αγγλική:

«Η ελληνική είναι η γλώσσα μας, η γλώσσα στην οποία επικοινωνούμε καθημερινά όσοι εργαζόμαστε στη διοίκηση. Από την άλλη όμως (...) δεν μπορούμε να λειτουργήσουμε χωρίς την αγγλική.»

¹²¹ “A company usually operates at four levels: applied research, manufacturing, management and marketing. English can be introduced at each level.”

¹²² “Its role as facilitator is appreciated in situations in which it is only through English that conducting business is made possible in the first place.”

Την επικοινωνιακή αξία της αγγλικής τόνισε στη συνέντευξή της και η υπεύθυνη ελέγχου και ποιότητας της εταιρείας:

«Χωρίς τα αγγλικά δεν θα υπήρχε επιχείρηση. Καθημερινά επικοινωνούμε με πελάτες μας στο εξωτερικό που έχουν την αγγλική ως πρώτη γλώσσα, αλλά και με πελάτες μας στο εξωτερικό που χρησιμοποιούν την αγγλική ως μια γλώσσα, πώς να το πω, δεν είναι η αγγλική η γλώσσα τους, για παράδειγμα στη Μέση Ανατολή, αλλά την χρησιμοποιούν και εκείνοι για να επικοινωνούν. Δεν μιλάμε κάποια άλλη γλώσσα για να μπορούμε να επικοινωνήσουμε με τους ξένους, είναι μόνο τα αγγλικά.»

Και λίγο αργότερα πρόσθεσε:

«Τα αγγλικά τα χρησιμοποιούμε για να επικοινωνήσουμε με τα άτομα που εργάζονται στην παραγωγή και προέρχονται από διάφορες εθνικότητες. Και οι ίδιοι αν δεν γνωρίζουν ελληνικά, χρησιμοποιούν τα αγγλικά για να επικοινωνήσουν μεταξύ τους.»

Από τα πιο πάνω προκύπτει ότι η αγγλική ως γλώσσα-όχημα χρησιμοποιείται στην εταιρεία Πήττας για να καλύψει επικοινωνιακές ανάγκες τόσο στο εσωτερικό της εταιρείας όσο και στην εξωτερική επικοινωνία. Η αγγλική ως γλώσσα-όχημα χρησιμοποιείται επίσης κατά τη διάρκεια επιθεωρήσεων που δέχεται η εταιρεία από ξένες εταιρείες αλλά και στα προγράμματα εσωτερικής εκπαίδευσης των εργαζομένων όπου ενημερώνονται σχετικά με τους κανόνες υγιεινής και τη χρήση των συστημάτων παραγωγής. Αναφέρει η υπεύθυνη ελέγχου και ποιότητας της εταιρείας:

«Αν και κατά την εκπαίδευση χρησιμοποιούμε πολλές εικόνες, επιλέγουμε να δώσουμε οδηγίες στους εργαζόμενους στη γλώσσα την οποία καταλαβαίνουν οι περισσότεροι, η οποία είναι η αγγλική.»

Σε παρόμοια συμπεράσματα οδηγούν οι πληροφορίες που πήραμε από τις άλλες δύο εταιρείες. Στη Remedica επιλέγεται η αγγλική ως γλώσσα-όχημα με σκοπό να επιλύσει τα προβλήματα που δημιουργούνται στην επικοινωνία κατά τη διάρκεια επιθεωρήσεων από ξένους πελάτες ή οργανισμούς. Επιπρόσθετα, είναι η γλώσσα που χρησιμοποιείται στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κατά την ενδοεπικοινωνία στην εταιρεία αλλά και στις ανακοινώσεις που προωθούν εσωτερικά τα διάφορα τμήματα. Η υπεύθυνη έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας αναφέρει:

«Τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου γράφονται συνήθως στα αγγλικά, έτσι ώστε όσοι είναι CC στο μήνυμα να μπορούν να το κατανοήσουν.»¹²³

¹²³ «Email communication is normally in English, so that everybody that is CC on the email will understand.»

Σε ζητήματα επικοινωνίας αναφέρεται και ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ, ο οποίος επισημαίνει ότι η εκ των προτέρων χρήση της αγγλικής, ακόμα και όταν τα άτομα έχουν κοινή μητρική γλώσσα τα ελληνικά, έχει προληπτική λειτουργία και επιτρέπει να εξασφαλιστεί η επικοινωνία με το λιγότερο δυνατό κόστος για μια επιχείρηση: ας φανταστούμε το ενδεχόμενο να πρέπει να μεταφραστεί ολόκληρη η ηλεκτρονική ή συμβατική αλληλογραφία που ανταλλάξαν δύο μέλη του προσωπικού στα ελληνικά προκειμένου να ζητηθεί η συμβολή/γνώμη μέλους του προσωπικού που δεν γνωρίζει ελληνικά. Κάτι τέτοιο θα ήταν εξαιρετικά χρονοβόρο και οικονομικά ασύμφορο. Η προληπτική χρήση της αγγλικής επιτρέπει, λοιπόν, σύμφωνα με την άποψη αυτή, τη βέλτιστη και οικονομικότερη διαχείριση των διαθέσιμων γλωσσικών πόρων:

«Αν όμως για παράδειγμα ανταλλάσσουν επικοινωνία δύο άτομα που μιλούν ελληνικά και μετά πρέπει να εμπλακεί στην επικοινωνία και κάποιος αγγλόφωνος, τότε θα πρέπει όλη η επικοινωνία να μεταφραστεί στα αγγλικά για να μπει στο νόημα και να ζητήσουμε τη γνώμη του. Αυτό αποτελεί πρόβλημα και είναι ιδιαίτερα χρονοβόρο. Γι' αυτό το λόγο η επικοινωνία για διοικητικά/τεχνικά θέματα γίνεται στα αγγλικά.»

5.6.3 Η επιλογή της αγγλικής για την προώθηση της συναδελφικής αλληλεγγύης

Σύμφωνα με τους συνεντευξιαζόμενους, η αγγλική ως γλώσσα-όχημα επιτρέπει πολλές φορές να αποφευχθούν γλωσσικές πρακτικές που ενδέχεται να οδηγήσουν σε διακρίσεις ή να απομονώσουν συγκεκριμένες κατηγορίες προσωπικού. Για παράδειγμα, αν ένα μέλος του προσωπικού συμμετέχει σε μια συνάντηση που γίνεται στα ελληνικά και δεν γνωρίζει τη συγκεκριμένη γλώσσα, η χρήση της αγγλικής θα θεωρηθεί η πρώτη επιλογή για να μπορέσει να παρακολουθήσει και να συμμετάσχει στη συζήτηση. Ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας Remedica αναφέρει χαρακτηριστικά ότι «όσο έρχονται άτομα που δεν μιλούν την ελληνική στην εταιρεία, τόσο αυξάνεται η συχνότητα που χρησιμοποιείται η αγγλική γλώσσα», και προσθέτει:

«Στα μίτινγκ αν μιλούν όλοι ελληνικά θα μιλήσουμε ελληνικά χρησιμοποιώντας όμως πολλές φορές αγγλικές λέξεις ή φράσεις. Αν υπάρχουν όμως κάποιου που μιλούν αγγλικά, τότε οι συναντήσεις και η συζήτηση θα γίνει στα αγγλικά.»

Στο ίδιο μήκος κύματος κινούνται οι απόψεις του υπεύθυνου κανονιστικών υποθέσεων της εταιρείας:

«Εάν θα συζητηθεί ένα project στο οποίο παρίστανται και ομιλητές που δεν έχουν την ελληνική ως μητρική τους γλώσσα τότε η συζήτηση γίνεται στα αγγλικά για να γίνει πιο γρήγορα το meeting.»

Χαρακτηριστικά είναι τα λόγια του διευθυντή πωλήσεων και μάρκετινγκ της εταιρείας Pafilia:

«Επειδή σαν εταιρεία είμαστε multicultural, ακόμα και ένας μη Κύπριος να είναι στο μίτινγκ, τότε όλο το μίτινγκ γίνεται στα αγγλικά για να καταλαβαίνει αυτό το άτομο. (...) Δε ζητώ εγώ να χρησιμοποιήσουν κάποια συγκεκριμένη γλώσσα στα email. Εκ των πραγμάτων, επειδή πολλές φορές μπορεί να μη δω εγώ το email και να το δει η βοηθός μου που δεν διαβάζει ελληνικά. Άρα το στέλνουν στα αγγλικά για να το καταλάβει. Μπορεί στη συνέχεια να το δει και κάποιος άλλος ο οποίος πάλι να μην μιλά αγγλικά.»

Επιπρόσθετα, ο διευθυντής της My Move αναφέρει:

[όταν επικοινωνούμε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου] μπορεί στη συνέχεια να πρέπει να κάνουμε κάποιον CC που να μην μιλά ελληνικά και να πρέπει να καθόμαστε να μεταφράζουμε. Όλοι μας είτε Κύπριοι είτε Ρώσοι, είτε Κινέζοι επικοινωνούμε στην αγγλική γλώσσα.»

Η αγγλική ως γλώσσα-όχημα επιλέγεται, λοιπόν, για να διασφαλίσει το καλό συναδελφικό κλίμα μεταξύ των εργαζομένων και τη δημιουργία καλών σχέσεων που είναι αναγκαίες για τη βέλτιστη αξιοποίηση των ικανοτήτων του καθενός και να αποτρέψει φαινόμενα αποκλεισμού μιας μερίδας του προσωπικού που λόγω ελλιπούς γλωσσικής κατάρτισης δεν μπορεί να έχει ενεργό ρόλο όταν η επικοινωνία γίνεται στα ελληνικά. Τη χρήση της αγγλικής ως γλώσσας οχήματος για εδραίωση μιας αгаστικής σχέσης μεταξύ των εργαζομένων εντόπισε και η Kingsley (2010) στις τράπεζες που μελέτησε στο Λουξεμβούργο.

Εξάλλου, όπως διαπιστώνει και η Ehrenreich (2010: 424) στην TechComp, μια γερμανική πολυεθνική εταιρεία που διερεύνησε, η επιλογή της αγγλικής ως γλώσσας οχήματος στην περίπτωση που συμμετέχουν στις συναντήσεις ή στην ηλεκτρονική επικοινωνία μέλη του προσωπικού που δεν γνωρίζουν τη γλώσσα της χώρας όπου εργάζονται, είναι μέρος ενός άγραφου κανόνα, μιας σιωπηρής συμφωνίας που καθορίζει την επικοινωνία σε τέτοιου είδους περιστάσεις¹²⁴.

Η άποψη αυτή που φαίνεται να υποστηρίζουν και αρκετοί εργαζόμενοι, είναι βέβαια μονομερής, επειδή δεν είναι σίγουρο ότι με τη χρήση της αγγλικής γλώσσας

¹²⁴ “With respect to the issue of language choice, in their linguistically mixed work environment, the tacit rule applies that whenever non-German speaking interactants are involved in spoken interactions or in an e-mail exchange, the language choice is English.”

οχήματος εξασφαλίζεται η ισότητα μεταξύ των διαθέσιμων γλωσσικών πόρων ούτε κυριότερα μεταξύ των συμμετεχόντων, ιδιαίτερα αν οι μη ελληνόφωνοι ομιλητές είναι φυσικοί ή άριστοι ομιλητές της αγγλικής και μπορούν να εκφραστούν καλύτερα από τους υπόλοιπους που τη γνωρίζουν ως ξένη γλώσσα. Από την άποψη αυτή, η επιθυμία για συναδελφική ισότητα δημιουργεί μια νέα ανισότητα.

5.6.4 Το επίπεδο χρήσης της αγγλικής ως γλώσσας όχηματος στις τρεις εταιρείες

Όπως έχει προκύψει από την ανάλυση των ποιοτικών αλλά και των ποσοτικών δεδομένων, η αγγλική σε αρκετές περιπτώσεις δε θεωρείται ως επιπλέον προσόν αλλά απαραίτητη προϋπόθεση για να μπορέσει κανείς να προσληφθεί σε κάθε μια από τις τρεις εταιρείες. Αυτό συνεπάγεται ότι απαιτείται από τους εργαζόμενους που διεκδικούν συγκεκριμένες θέσεις υψηλό επίπεδο επάρκειας στην αγγλική γλώσσα. Η Ehrenreich (2010: 418) τονίζει ότι στην περίπτωση της γερμανικής πολυεθνικής εταιρείας, η τήρηση άριστου επιπέδου γνώσης της πρότυπης αγγλικής αποτελεί θέμα γοήτρου για την ίδια την εταιρεία¹²⁵.

Στην περίπτωση κυπριακών εταιρειών, το επίπεδο των αγγλικών που απαιτείται διαφέρει ανάλογα με τη θέση του εργαζόμενου. Όπως ανέφεραν οι υπεύθυνοι ανθρώπινου δυναμικού και στις τρεις εταιρείες, ως αποδεικτικά καλής γνώσης της αγγλικής γίνονται αποδεκτά πτυχία από αγγλόφωνα κυρίως, βρετανικά ή αμερικανικά πανεπιστήμια, καθώς και εξετάσεις τύπου GCSE ή IELTS. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η άποψη που διατυπώνει η υπεύθυνη του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας Remedica, ότι οι απόφοιτοι των κυπριακών και ελλαδικών πανεπιστημίων δεν αποδίδουν την απαραίτητη προσοχή στο υψηλό επίπεδο αγγλικής που απαιτείται σε πολλούς χώρους εργασίας στην Κύπρο.

Σ' αυτό το σημείο, είναι σημαντικό να αναφερθούμε στον κίνδυνο που προκύπτει από τη μέτρια χρήση γλωσσών τόσο στην εσωτερική αλλά, κυρίως, στην εξωτερική επικοινωνία. Όπως χαρακτηριστικά παρατηρούν οι Kaplan και Baldauf (1997: 179) η μερική (δηλαδή ανεπαρκής) γνώση μιας ξένης γλώσσας μπορεί να καταστεί επικίνδυνη σε οποιοδήποτε τεχνικό περιβάλλον¹²⁶. Στο πλαίσιο αυτό η υπεύθυνη του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης αναφέρει χαρακτηριστικά:

¹²⁵ "By presenting to the world English texts that conform to Standard English, the company demonstrates its professionalism and its global leadership."

¹²⁶ "Some knowledge (i.e incomplete knowledge) of the foreign language is dangerous in any technical context."

«Επειδή η εξωτερική μας επικοινωνία γίνεται συνήθως με άτομα που δεν έχουν την αγγλική ως πρώτη γλώσσα, αλλά όλοι τους μιλούν πάρα πολύ καλά αγγλικά, άρα αν τους γράψεις κάτι σε πολύ χαμηλό επίπεδο αγγλικών, αυτό δεν φαίνεται καθόλου καλό για τη Remedica και ίσως οδηγήσει σε παρεξηγήσεις και λάθη. Γι' αυτό το λόγο είναι πολύ σημαντικό για μένα, τα άτομα που εργάζονται στο τμήμα μου, να μπορούν να εκφραστούν με ακρίβεια και σωστά στα αγγλικά, επιδεικνύοντας ταυτόχρονα υψηλό επίπεδο ευγένειας.»¹²⁷

Οι εργαζόμενοι στο συγκεκριμένο τμήμα πρέπει να γνωρίζουν την αγγλική τόσο στην προφορική όσο και στη γραπτή της μορφή, πολύ καλά, για να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις που θέτει το εργασιακό τους περιβάλλον. Ενδιαφέρον είναι το παράδειγμα που δίνει η υπεύθυνη του τμήματος για την πορεία που έχει λάβει η επικοινωνία με μια ελληνική φαρμακευτική εταιρεία με την οποία συνεργάζονται .

«Τις περισσότερες φορές επικοινωνούμε στα αγγλικά, αλλά μια από τις εταιρείες που συνεργαζόμαστε βρίσκεται στην Ελλάδα, έτσι κάποιες φορές χρησιμοποιούμε για λίγο την ελληνική, αλλά γενικά ακόμα και η προφορική επικοινωνία γίνεται στα αγγλικά και 100% της γραπτής επικοινωνίας γίνεται στα αγγλικά. Αν και αυτοί μιλάνε ελληνικά και εμείς μιλάμε ελληνικά, επικοινωνούμε στα αγγλικά. Επειδή τις περισσότερες φορές άλλα άτομα και άλλες εταιρείες θα εμπλακούν στην επικοινωνία που δεν μιλούν ελληνικά. Κάποια μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου προωθούνται σε άλλες εταιρείες, γι' αυτό είναι πολύ χρονοβόρο να γράφεται κάτι πρώτα στα ελληνικά και μετά να μεταφράζεται στα αγγλικά. Γι' αυτούς δεν είναι πρόβλημα να αλλάζουν τη γλώσσα από τα ελληνικά στα αγγλικά, γι' αυτό είναι συνήθως τόσο εύκολο να επικοινωνήσουμε στα αγγλικά όσο εύκολο είναι και στα ελληνικά.»¹²⁸

Όπως προκύπτει λοιπόν από τη συνέντευξη, ακόμη και με ελληνικές εταιρείες συμβαίνει να χρησιμοποιείται η αγγλική. Ενδιαφέρον παρουσιάζει, στο σημείο αυτό, το γεγονός ότι αν και η επικοινωνία μπορεί να διεκπεραιωθεί στην ελληνική επιλέγεται η αγγλική γλώσσα. Οι γλωσσικές πρακτικές διαμορφώνονται αφενός μεν υπό την επίδραση του μη ελληνόφωνου ανθρώπινου δυναμικού των εταιρειών, αφετέρου δε από το γεγονός ότι τις περισσότερες φορές στην επικοινωνία μεταξύ των δύο εταιρειών εμπλέκονται στην πορεία και τρίτα πρόσωπα που ενδέχεται να μην ξέρουν ελληνικά.

¹²⁷ “Because our external communication is usually with people that none of them have English as their first language, but all of them speak very good English, so if you write them in pure English it does not look well for Remedica and maybe it will lead to misunderstandings and mistakes. So it's very important to me that the people in my department can express themselves accurately and correctly in English, and also a high level of politeness.”

¹²⁸ “It is generally English, but one of the companies that we work with is in Greece, so occasionally a word is said in Greek, but generally even oral communication is in English and a 100% of the written communication is in English. Even though they speak Greek and we speak Greek we communicate in English. Because in most cases other people and other companies are somewhere involved that they do not speak Greek. Some emails are forward to other companies. That's why it is really time consuming to write something in Greek and then to translate in English. For them is not a problem to switch from Greek to English, so its normally as easy to communicate in English as it is to communicate in Greek.”

Από την πιο πάνω ανάλυση, καθίσταται σαφές ότι απαιτείται υψηλό επίπεδο αγγλικών στην επικοινωνία και αυτό σχετίζεται άμεσα με την εικόνα που προβάλλει η εταιρεία στο εξωτερικό. Ένα χαμηλό επίπεδο στη χρήση της αγγλικής μπορεί να οδηγήσει σε παρεξηγήσεις, παρανοήσεις, λάθη και να δημιουργήσει προβλήματα στην ίδια την εταιρεία.

Υψηλό επίπεδο στη χρήση της αγγλικής απαιτείται και στην εταιρεία ανάπτυξης της Pafilia. Κατά τη μεγάλη περίοδο δραστηριότητας της εταιρείας στην αγορά της Μεγάλης Βρετανίας, είχαν προσληφθεί πολλοί επαναπατρισθέντες Κύπριοι από την Αγγλία και τη Νότιο Αφρική που είχαν ως μητρική τους γλώσσα την αγγλική, καθώς και άλλοι άριστοι ομιλητές της αγγλικής. Παρόλο που η εταιρεία δεν δραστηριοποιείται πια στην αγγλική αγορά, οι εργαζόμενοι αυτοί παραμένουν ιδιαίτερα σημαντικοί, επειδή διασφαλίζουν την πρότυπη μορφή της αγγλικής που χρησιμοποιείται, είτε στον προφορικό είτε στο γραπτό λόγο, στις διαφημίσεις της εταιρείας στο εξωτερικό, στα ενημερωτικά έντυπα, στις ανακοινώσεις ή στις ιστοσελίδες της. Οι εργαζόμενοι αυτοί αποδεικνύονται σήμερα και ιδιαίτερα χρήσιμοι για την αγορά της Κίνας, όπου, σύμφωνα με τον υπεύθυνο μάρκετινγκ και πωλήσεων της εταιρείας, οι φυσικοί ομιλητές της αγγλικής τυγχάνουν ιδιαίτερης αποδοχής και σεβασμού:

«Στο γραφείο της Κίνας το approach είναι λίγο unique, έχουμε στείλει προσωπικό από την Κύπρο, το οποίο είναι English speaking, γιατί οι Κινέζοι έχουν ψύχωση με τους Βρετανούς, τους θεωρούν πολύ professional, proper.»

5.6.5 Προβλήματα από την αποκλειστική χρήση της αγγλικής

Η χρήση της αγγλικής ως γλώσσας οχήματος δεν αποτελεί πανάκεια και δεν επιλύει όλα τα προβλήματα επικοινωνίας. Σε πολλές περιπτώσεις, η αποκλειστική αυτή χρήση οδηγεί σε προβλήματα στην επικοινωνία, με αποτέλεσμα οι εταιρείες να χάνουν πελάτες. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των προσπαθειών που κατέβαλε η εταιρεία Πήττας για να διεισδύσει στην αγορά της Βραζιλίας. Στην αρχή, η εταιρεία αποφάσισε να κάνει τα απαραίτητα βήματα και να προσεγγίσει αυτή τη μεγάλη αγορά χρησιμοποιώντας το υφιστάμενο προσωπικό και την αγγλική γλώσσα, σύμφωνα με την πρακτική που είχε χρησιμοποιήσει και σε άλλες χώρες. Γρήγορα όμως συνειδητοποίησαν ότι δεν μπορούσαν να καταφέρουν πολλά πράγματα μόνο με την αγγλική. Όπως αναφέρει ο διευθυντής εξαγωγών της εταιρείας:

«Μια φορά είχαμε μιαν υπόθεση στη Βραζιλία, τζαι είχαμε κάποιον κύριο εδώ για να μεταφράζει, αλλά ήταν πολύ δύσκολο, it was very difficult, εν μπορείς to take action and communicate καλά. Μετά από δύο χρόνια που συμπληρώσαμε αιτήσεις και ξοδέψαμε πάρα πολύ χρόνο, είχαμε και κάποιο μεταφραστή εδώ ο οποίος μας βοηθούσε, δεν μπορούσαμε να επικοινωνήσουμε και τελικά δεν αναπτύχθηκε η δουλειά.»

Πέρα από την αγορά της Βραζιλίας, η εταιρεία αντιμετώπισε προβλήματα στην προσπάθειά της να εισέλθει στις αγορές της Ρωσίας και της Ουκρανίας, επειδή στις χώρες αυτές δεν ήταν διαδεδομένη η αγγλική γλώσσα. Ο υπεύθυνος εξαγωγών της εταιρείας αναφέρει το εξής χαρακτηριστικό παράδειγμα:

«Οι ρωσικές χώρες είναι δύσκολες στην επικοινωνία. Στην Ουκρανία και Ρωσία δε μιλούν τόσο καλά αγγλικά. Οι Ρώσοι αρχικά ήταν δύσκολοι, γιατί δε μιλούσαν αγγλικά. Για να επικοινωνήσουμε ο Ρώσος έφερνε μαζί του κάποιον άλλο Ρώσο που μιλούσε αγγλικά.»

Η κτηματομεσιτική εταιρεία συνδέει καλύτερα από τις άλλες δύο εταιρείες το θέμα των πωλήσεων, με τη χρήση της μητρικής γλώσσας των πελατών, θεωρώντας ότι για να είναι επιτυχημένη μια επιχείρηση πρέπει να σέβεται και να αξιοποιεί τις γλώσσες των πελατών της.

Ο Διευθυντής της My Move αναφέρει χαρακτηριστικά ότι η χρήση των γλωσσών των πελατών είναι συχνά αναγκαία για να μπορέσει κανείς να επιχειρηματολογήσει και να τους πείσει:

«Αν οι πελάτες είναι οτιδήποτε άλλο εκτός από αγγλόφωνοι, εμένα πάντα η πρώτη μου ερώτηση είναι μιλάτε αγγλικά ή θα θέλατε διερμηνέα. Δίνεται πάντα η επιλογή. Αν ο πελάτης νιώθει άνετα για να τον πείσεις να αγοράσει ένα σπίτι δεν είναι πέντε αγγλικά που χρειάζεσαι για να πειστεί, γι' αυτό όταν τα αγγλικά του δεν είναι καλά, σίγουρα η/ο διερμηνέας βοηθά στο σκοπό της συνάντησης.»

Παρόμοια άποψη εκφράζει και ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας:

«Ο εύκολος τρόπος είναι να πας στο εξωτερικό μόνο με τα αγγλικά. Ο πελάτης θέλει να διαβάσει στη γλώσσα του και έτσι τον κερδίζεις.»

Οι εκπρόσωποι της φαρμακευτικής εταιρείας δεν ανέφεραν ότι προέκυψαν προβλήματα από την αποκλειστική χρήση της αγγλικής, ωστόσο τόνισαν ότι όταν η εταιρεία αποφάσισε να επεκτείνει τις δραστηριότητές της στο εξωτερικό προτίμησε να προσεγγίσει τις αγγλόφωνες αγορές πρώτα, επειδή διέθετε ήδη τα απαραίτητα δικαιολογητικά για την εγγραφή νέων φαρμάκων στην αγγλική γλώσσα και δεν θα είχε παρά μηδαμινό κόστος. Σε περίπτωση που μια χώρα απαιτεί να χρησιμοποιείται

στη διαδικασία γλώσσα άλλη από την αγγλική, τότε η εταιρεία θα αποφασίσει να μεταφράσει το υλικό της μόνο αν η αγορά είναι αρκετά μεγάλη και συμφέρουσα για την εταιρεία. Ο διευθυντής μάρκετινγκ αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Είναι πολύ το κόστος λειτουργίας, στις εγγραφές των φαρμάκων. Οι περισσότερες χώρες ζητούν τα φάρμακα γραμμένα στα αγγλικά, η διαδικασία εγγραφής φαρμάκου σε μια ξένη χώρα είναι χρονοβόρα. Άρα πρέπει να τα έχεις όλα στα αγγλικά. Γιατί να τα έχεις στα ελληνικά; Δεν υπάρχει κάποιο όφελος, κάποιος λόγος, δεν ασχολείται καν με τα ελληνικά. Για παράδειγμα η Βραζιλία με πληθυσμό 180 εκατομμύρια έχει μια τεράστια αγορά άρα δεν θα σκεφτείς να μεταφράσεις στη γλώσσα τους. Για τη Μάλτα για παράδειγμα δεν θα κάτσεις να μεταφράσεις.»

5.6.6 Η αγγλική ως γλώσσα-όχημα και οι υπόλοιπες γλώσσες

Η παρουσία της αγγλικής ως γλώσσας οχήματος επιβεβαιώνεται από τα δεδομένα που διαθέτουμε και για τις τρεις εταιρείες. Δεν μπορούμε, όμως, να υποστηρίξουμε ότι γίνεται αποκλειστικά και αυστηρά χρήση της αγγλικής, ούτε ακόμη χρήση μιας και μόνο γλώσσας. Αντίθετα, όπως υποστηρίζει και η Ehrenreich (2010: 423)

«Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες η αγγλική χρησιμοποιείται ως γλώσσα-όχημα στον τομέα των επιχειρήσεων σπάνια χρησιμοποιείται ως η μόνη γλώσσα. Άλλες γλώσσες πέρα από την αγγλική εμπλέκονται σε διαφορετικούς ρόλους.¹²⁹»

Όσον αφορά τον εταιρικό πληθυσμό, και στις τρεις εταιρείες το ανθρώπινο δυναμικό δεν είναι ομοιογενές: άτομα που προέρχονται από διαφορετικές εθνικότητες εργάζονται τόσο στο διοικητικό όσο και στο εργατικό προσωπικό. Στην εταιρεία Πήττας στα προγράμματα εσωτερικής εκπαίδευσης το τμήμα ελέγχου και ποιότητας προϊόντων χρησιμοποιεί την αγγλική ως γλώσσα-όχημα για να επικοινωνήσει με την πλειοψηφία των εργαζομένων στην παραγωγή. Παράλληλα, όμως, επειδή κάποιοι εργαζόμενοι δεν κατανοούν την αγγλική, γίνεται μετάφραση στα ρωσικά από υφιστάμενο εργαζόμενο που γνωρίζει ικανοποιητικά και τις δύο γλώσσες.

Η εταιρεία ανάπτυξης γης δραστηριοποιείται το τελευταίο διάστημα στις αγορές της Ρωσίας και της Κίνας. Το γεγονός αυτό δημιουργεί νέα δυναμική στην επικοινωνία με τους πελάτες που έχει επιπτώσεις και στις γλωσσικές χρήσεις εντός της εταιρείας, που δεν είναι, βέβαια, μονοδιάστατο γεγονός. Ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας αναφέρει χαρακτηριστικά:

¹²⁹ BELF interactions are rarely ever monolingual events. Languages other than English are involved in different roles.

«Στην προφορική επικοινωνία μέσα στην εταιρεία ακούς ελληνικά, αλλά και σε μεγάλο βαθμό αγγλικά τα οποία χρησιμοποιούμε για να επικοινωνήσουμε όσοι δεν μιλούμε ελληνικά. Ακούς και ρωσικά, τα οποία χρησιμοποιούν οι ρωσόφωνοι μεταξύ τους και κινέζικα.»

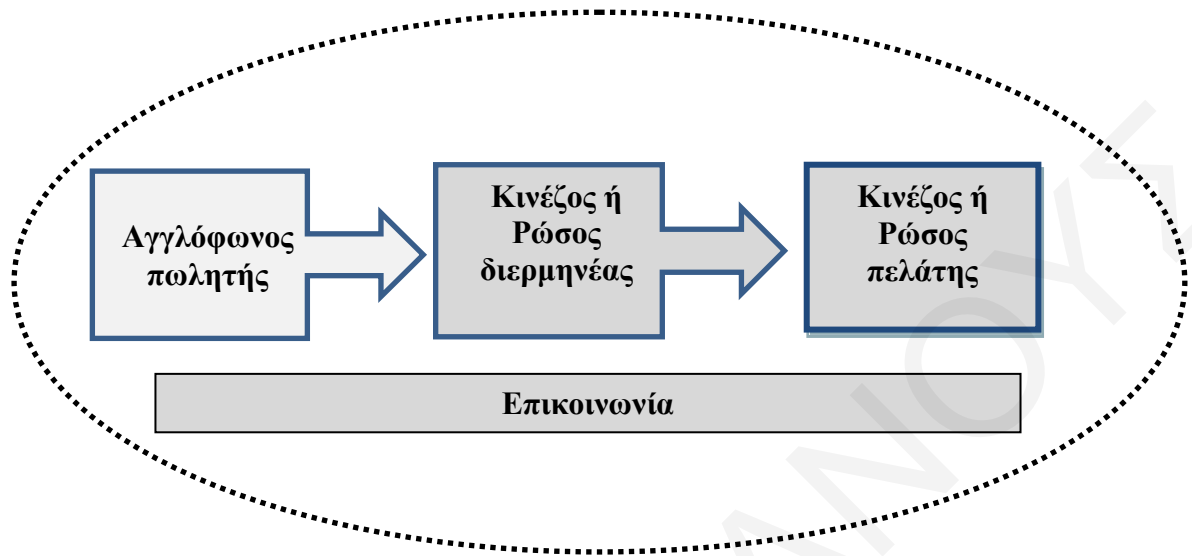
Η εταιρεία θεωρεί απαραίτητο στοιχείο της λειτουργίας της να παρέχει υπηρεσίες στους πελάτες της στη μητρική τους γλώσσα, πράγμα για το οποίο δεσμεύεται από την αρχή. Πριν προσεγγίσει μια νέα αγορά προετοιμάζει το έδαφος προσλαμβάνοντας μεταφραστές και διερμηνείς που θα τη βοηθήσουν να επικοινωνήσει όσο το δυνατό πιο αποτελεσματικά με τους πελάτες και να δημιουργήσει το κατάλληλο διαφημιστικό υλικό για να στηρίξει την προσπάθειά της.

Ο υπεύθυνος του τμήματος μάρκετινγκ και πωλήσεων της εταιρείας αναφέρει πόσο σημαντική είναι για τον πελάτη η δυνατότητα παροχής υπηρεσιών, στη μητρική του γλώσσα, προσθέτοντας:

«Ήταν ξεκάθαρη ανάγκη να προσλάβουμε ρωσόφωνους και κινέζους στην εταιρεία. Δεν χρειάστηκε καν συζήτηση και σκέψη για την πρόσληψη προσωπικού. Ουσιαστικά μια τέτοια απόφαση θα παρθεί πριν έρθει καν ο πελάτης στην Κύπρο, να βρεθεί μπροστά σου για να του δείξεις το προϊόν. Η εταιρεία δραστηριοποιείται τα τελευταία 20 χρόνια. Η ίδια τακτική σε σχέση με τη γλώσσα των πελατών χρησιμοποιήθηκε και παλαιότερα, με τους Άγγλους.»

Το τμήμα πωλήσεων έχει ρωσόφωνους πωλητές και όταν οι πελάτες είναι Ρώσοι η επικοινωνία κυλά ομαλά στη Ρωσική γλώσσα. Στην περίπτωση όμως παρουσίασης πολλών ακινήτων ο ρωσόφωνος πωλητής αναγκάζεται να μεταφράσει από την αγγλική στην οποία γίνονται οι παρουσιάσεις για την πλειονότητα των ακινήτων, στη ρωσική. Σε άλλες περιπτώσεις, αν δεν υπάρχει διαθέσιμος ρωσόφωνος πωλητής, τότε ο αγγλόφωνος πωλητής παρουσιάζει το ακίνητο και ο Ρώσος μεταφραστής/διερμηνέας κάνει τη μετάφραση. Παρόμοιο σχήμα στην επικοινωνία διαμορφώνεται στην περίπτωση που ο πελάτης είναι κινέζος. Ο αγγλόφωνος πωλητής παρουσιάζει το ακίνητο και ο κινέζος διερμηνέας επεξηγεί στους πελάτες στη γλώσσα τους. Η τακτική αυτή φαίνεται να επιβεβαιώνει ότι η αγγλική ως γλώσσα-όχημα συνυπάρχει με άλλες γλώσσες, στο επιχειρησιακό περιβάλλον.

Παράσταση 5:13: Η αγγλική ως γλώσσα-όχημα και η μανδαρινική κινεζική ή η ρωσική γλώσσα



ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ: Συζήτηση αποτελεσμάτων και συμπεράσματα

6.1 Συμπεράσματα έρευνας

Η παρούσα έρευνα αποτελεί την πρώτη έρευνα μικροσκοπικού πεδίου στην οποία προσεγγίσαμε κυπριακές επιχειρήσεις με σκοπό να διερευνήσουμε τη σχέση ανάμεσα στην οικονομική δραστηριότητα και στις γλωσσικές επιλογές που γίνονται στους ιδιωτικούς χώρους εργασίας. Ακολουθώντας τον Fishman (1965) που επισημαίνει ότι η έρευνα σε συγκεκριμένα κοινωνιογλωσσικά πεδία μπορεί να μας βοηθήσει να κατανοήσουμε καλύτερα τις γλωσσικές επιλογές και τις γλωσσικές πρακτικές¹³⁰. Σημαντική θέση της παρούσας διατριβής (κεφάλαιο 1) υπήρξε ότι αν μελετήσουμε τις γλωσσικές επιλογές σε μικροσκοπικό επίπεδο και στο πλαίσιο μικροσκοπικών κοινωνιογλωσσικών μονάδων (Fishman 1965, 1972, Kaplan και Baldauf 1997, Baldauf 2006, Liddicoat και Baldauf 2008), όπως είναι οι επιχειρήσεις, μπορούμε να εξαγάγουμε ευρύτερα συμπεράσματα για το πώς αναδύονται, ενεργοποιούνται και ανακυκλώνονται ζητήματα γλωσσικής πολιτικής.

Όπως έχει διαφανεί από την αναλυτική παρουσίαση των δεδομένων (κεφάλαιο 5), το πεδίο των επιχειρήσεων αποτελεί ένα μικρόκοσμο στον οποίο λαμβάνονται αποφάσεις για γλωσσικά θέματα σε καθημερινή βάση. Παρόλα αυτά, καμία από τις τρεις εταιρείες που επιλέξαμε για την έρευνα αυτή, δεν είχε ξεχωριστό τμήμα ή κάποιο εμπειρογνώμονα που να ασχολείται ειδικά με ζητήματα γλώσσας (Rees & Rees 1996, Marschan-Piekkari και al. 1997) με αποτέλεσμα η διαχείριση των γλωσσικών θεμάτων να γίνεται σε διάφορα επίπεδα και τμήματα ή, ακόμα, να προκύπτει από αποφάσεις μεμονωμένων ατόμων χωρίς ιδιαίτερη δικαιοδοσία ή κατάρτιση.

Τα πορίσματα αρκετών ερευνών σε επιχειρήσεις καταδεικνύουν ότι, συνήθως, δεν δίνεται η απαιτούμενη προσοχή σε θέματα γλώσσας. Συγκεκριμένα οι Marschan-Piekkari και al. (1997) αναφέρουν ότι οι εταιρείες δεν ασχολούνται ούτε με θέματα γλώσσας ούτε με τις γλωσσικές πρακτικές των εργαζομένων «αν και στην πράξη η γλώσσα διαπνέει κάθε όψη της λειτουργίας τους» (οπ.: 597)¹³¹. Στην ουσία, τα γλωσσικά θέματα μπορεί να θεωρηθούν ο ξεχασμένος παράγοντας στη διοίκηση των εταιρειών. Ο Hagen (1999:16) στην έρευνα που διεξήγαγε σε ευρωπαϊκές

¹³⁰ “The domain concept has facilitated a number of worthwhile contributions to the understanding of bilingualism and language choice.”

¹³¹ “...given that it [language] permeates virtually every aspect of their operations.”

μικρομεσαίες επιχειρήσεις καταλήγει στο συμπέρασμα ότι οι περισσότερες από αυτές δεν έχουν αναπτύξει τις απαραίτητες γλωσσικές στρατηγικές που θα τις βοηθούσαν στη διαδικασία διεθνοποίησης¹³².

Στο ίδιο συμπέρασμα τείνουν να καταλήξουν και οι Feely και Harzing (2003: 41) που τονίζουν ότι η σημασία της γλώσσας σε θέματα επιχειρησιακής διοίκησης υποβαθμίζεται¹³³. Οι Nekvaril και Nekula (2006: 315) αναφέρουν ότι ο γλωσσικός σχεδιασμός στις επιχειρήσεις τίθεται λίγο-πολύ στο περιθώριο και εκεί όπου υπάρχει δεν έχει ρητά εκπεφρασμένη μορφή¹³⁴. Σε παρεμφερή συμπεράσματα κατέληξαν και οι Earling και Walton (2007: 35), επισημαίνοντας ότι, αν και όλες οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνά τους και διατηρούσαν γραφεία στο Βερολίνο, ακολουθούσαν συγκεκριμένες διαδικασίες όταν αναφύονταν γλωσσικά θέματα που έπρεπε να επιλυθούν, μόνο δύο –από τις επτά– είχαν υιοθετήσει επίσημη γλωσσική πολιτική¹³⁵. Στα ίδια συμπεράσματα τείνει να καταλήξει και η έρευνα της Kingsley (2010), η οποία υπογραμμίζει ότι επτά από τις δέκα τράπεζες που μελέτησε στο Λουξεμβούργο δεν είχαν υιοθετήσει καμιά γλωσσική πολιτική επισήμως· διαπιστώνει, όμως, ότι υπήρχε μια συγκεκριμενοποιημένη γλωσσική πολιτική.

Η ανάλυση των δεδομένων μας οδηγεί στη διαπίστωση ότι σε καμιά από τις τρεις εταιρείες που εξετάσαμε δεν υπάρχει επίσημα εκπεφρασμένη γλωσσική πολιτική, εντοπίσαμε, όμως, ότι ακολουθούνται συγκεκριμένες διαδικασίες για τα γλωσσικά θέματα (κεφάλαιο 5) που ρυθμίζονται, έχοντας κατά νου, το πώς μπορούν να εξυπηρετηθούν καλύτερα οι οικονομικές προτεραιότητες και τα οικονομικά συμφέροντα των εταιρειών. Διαφαίνεται, λοιπόν, ότι και στις τρεις εταιρείες υπάρχει γλωσσική πολιτική η οποία μπορεί να χαρακτηριστεί ως υπόρρητη και συγκεκριμενοποιημένη. Η πιο πάνω θέση στηρίζεται από τα δεδομένα που παρουσιάστηκαν στο κεφάλαιο 5 και αφορούσαν τις τρεις συνιστώσες της γλωσσικής πολιτικής, δηλαδή τη γλωσσική διαχείριση, τις γλωσσικές πεποιθήσεις και τις γλωσσικές πρακτικές. Παράλληλα, η ανάλυση των δεδομένων μας επιτρέπει να υποστηρίξουμε ότι ενώ και στις τρεις εταιρείες διαμορφώνεται ένα κοινό πλαίσιο αναφοράς και

¹³² “Most international companies recognize the importance of language skills, but have not fully understood the concept of language strategies, or their value in the process of internationalization.”

¹³³ “We also believe that companies underestimate the importance of language as a management issue.”

¹³⁴ “Language planning constitutes a more or less marginal matter in the corporation, it is ‘unplanned planning’ rather than an elaborate conception.”

¹³⁵ “In all other cases, no written policies for language use were found, although in every instance certain procedures are always followed.”

διαχείρισης της αγγλικής γλώσσας ως εταιρικής γλώσσας, οι διαδικασίες που ακολουθούνται για τη διαχείριση της πολυγλωσσίας είναι διαφορετικές. Συγκεκριμένα, τα γλωσσικά ζητήματα ρυθμίζονται με παρόμοιο τρόπο στη γαλακτοβιομηχανία Πήττας και στη φαρμακοβιομηχανία Remedica, ενώ η εταιρεία ανάπτυξης και πώλησης γης συνιστά σε πολλά σημεία μια διακριτή περίπτωση (βλ. παρακάτω).

Όσον αφορά το πρώτο σημείο (κοινό πλαίσιο αναφοράς για την αγγλική), μπορούμε να σημειώσουμε ότι οι ενέργειες γλωσσικής διαχείρισης, που αφορούν την αγγλική, είναι σε μεγάλο βαθμό συστηματικές, συγκροτημένες και συνειδητές και αφορούν κατά κύριο λόγο τη διασφάλιση μιας κυρίαρχης θέσης και ενός εξέχοντα ρόλου στις επιχειρήσεις. Οι ενέργειες αυτές εντοπίζονται, κυρίως, στο μηχανισμό πρόσληψης, όπου η αγγλική αποκτά καθολική χρησιμότητα για τους υποψηφίους που διεκδικούν διευθυντικές ή διοικητικές θέσεις. Σε αρκετές μάλιστα περιπτώσεις, οι συνεντεύξεις για πρόσληψη διοικητικού και διευθυντικού προσωπικού –π.χ. στη Remedica και στην Pafilia– γίνονται στην αγγλική γλώσσα. Παράλληλα, η αγγλική κατέχει εξέχουσα θέση στη διαδικασία διαμόρφωσης του εικονικού χώρου των επιχειρήσεων και, συνεπώς, στη συγκρότηση της γλωσσικής τους φυσιογνωμίας, όπως αυτή προβάλλει μέσα από τις ιστοσελίδες, τα λογότυπα, τις κτιριακές εγκαταστάσεις και τις συσκευασίες των προϊόντων τους.

Ο ρόλος και η θέση που κατέχει η αγγλική στις τρεις εταιρείες αντανακλάται στις εκπεφρασμένες γλωσσικές πεποιθήσεις των διευθυντικών και των διοικητικών στελεχών. Οι γλωσσικές αυτές πεποιθήσεις λειτουργούν υπέρ της επιλογής και χρήσης της αγγλικής σε πολλές επικοινωνιακές περιστάσεις στους χώρους εργασίας. Η αποδοχή του ρόλου της αγγλικής στο πεδίο των επιχειρήσεων είναι καθολική και δηλωτική της ύπαρξης μιας «συλλογικής μονοφωνίας», όπως την ονομάζουν οι Bothotel-Witz και Tsamadou-Jacoberger (2012, 2013), δηλαδή μιας συναίνεσης στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται οι εργαζόμενοι τις γλώσσες και τις γλωσσικές πρακτικές στον εργασιακό τους χώρο. Η συλλογική αυτή μονοφωνία έγκειται στο ότι αποδέχονται τη λειτουργικότητα, την επικοινωνιακή και την εμπορική αξία της αγγλικής που λειτουργεί, εξάλλου, ως συνεκτικό στοιχείο για όσους δραστηριοποιούνται στις διεθνείς αγορές (Bothotel-Witz και Tsamadou-Jacoberger 2012, 2013). Στις συνεντεύξεις, οι εργαζόμενοι δήλωσαν κατ' επανάληψη τη θετική τους στάση ως προς το ρόλο που επιτελεί η αγγλική στις επιχειρήσεις: αναφέρθηκαν

στο διεθνή της χαρακτήρα, στην επιλογή της ως βασικής γλώσσας των εμπορικών συναλλαγών σε επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο, στην επιλογή της ως γλώσσας-γέφυρας που επικουρεί την επικοινωνία με τους εργαζόμενους που δεν μιλούν ελληνικά: τέλος, στο ρόλο της ως σταθερού σημείου αναφοράς για τις επιχειρήσεις, ακόμη και όταν ή εκεί όπου οι αγορές διαφοροποιούνται και οι εργαζόμενοι αλλάζουν. Σε σχέση με την ατομική επάρκεια στα αγγλικά, οι περισσότεροι από όσους συμμετείχαν στην έρευνα εξέφρασαν την εκτίμηση ότι μπορούσαν να διεκπεραιώσουν πολύ καλά τα εργασιακά τους καθήκοντα στην αγγλική. Στη μεγάλη τους πλειοψηφία, επίσης, δήλωσαν ότι γνωρίζουν αγγλικά σε πολύ καλό επίπεδο και ότι με αυτό τον τρόπο τους δίνεται η ευκαιρία να ανταλλάξουν το γλωσσικό κεφάλαιο της γνώσης της αγγλικής, με οικονομικά οφέλη, δηλαδή κερδίζοντας μια θέση εργασίας (Μπουρντιέ 1999).

Διαφαίνεται, λοιπόν, ότι, επειδή δεν υφίστανται αυστηρές γλωσσικές ρυθμίσεις, οι γλωσσικές επιλογές και πρακτικές διαμορφώνονται μέσα από τη γλωσσική διαχείριση των εταιρειών και τις γλωσσικές πεποιθήσεις που μοιράζονται οι εργαζόμενοι όσον αφορά την αξία και τη χρησιμότητα της αγγλικής. Χωρίς, λοιπόν, να υπάρχει μια ηθελημένη πολιτική υπέρ της αγγλικής με αυστηρούς κανόνες ή/και κανονισμούς που να ρυθμίζουν τις γλωσσικές επιλογές, το να ανατρέξει κανείς σ' αυτήν προκύπτει ως λύση 'κοινής λογικής' (Millar και Jensen 2009). Η κοινοτοπία αυτή εντείνεται από μια σειρά απόψεις που αφορούν το ρόλο και τη λειτουργία της αγγλικής στην κυπριακή κοινωνία. Ειδικότερα, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε εδώ την ευρέως διαδεδομένη άποψη ότι στην Κύπρο μπορεί κανείς να επιβιώσει χωρίς να χρειάζεται να μάθει ελληνικά (ή τουρκικά), ότι όλοι οι Κύπριοι, ιδιαίτερα οι μορφωμένοι, μιλάνε (καλά) αγγλικά και ότι, σε γενικές γραμμές, είναι πιο δεκτικοί στην παρουσία και τη χρήση της αγγλικής¹³⁶. Παράλληλα, η κοινοτοπία αυτή ενισχύεται από την κοινώς αποδεκτή αντίληψη ότι οι συνεργάτες και οι πελάτες με τους οποίους επιθυμεί κανείς

¹³⁶ Σε παρόμοια συμπεράσματα κατέληξαν οι Millar και Jensen (2009) για τις δανέζικες επιχειρήσεις. Όπως παρατηρούν, οι εργαζόμενοι σ' αυτές μοιράζονται τη γενικευμένη αντίληψη ότι όλοι οι Δανοί μιλούν πάρα πολύ καλά αγγλικά, όπως προκύπτει μέσα από την αξιολογική σύγκριση με άτομα άλλων εθνικοτήτων. Παράλληλα, πέρα από τη δική τους γλωσσική επάρκεια στην αγγλική γλώσσα, θεωρούν ότι και οι περισσότερες εταιρείες σε πολλά μέρη του κόσμου, μπορούν να χρησιμοποιήσουν την αγγλική.

να συνεργαστεί¹³⁷, γνωρίζουν πολύ καλά και αποδέχονται τη χρήση της αγγλικής στις διεθνείς οικονομικές συναλλαγές¹³⁸.

Εξετάζοντας, λοιπόν, τη γλωσσική διαχείριση, τις γλωσσικές πεποιθήσεις και τις γλωσσικές πρακτικές των εργαζομένων, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι στις εταιρείες υπάρχει υπόρρητη γλωσσική πολιτική. Οι αναφερόμενες γλωσσικές πεποιθήσεις μπορούν να επεξηγήσουν, άλλωστε, γιατί οι εταιρείες δεν υιοθετούν μια επίσημη πολιτική που να ρυθμίζει τα γλωσσικά ζητήματα: η αγγλική είναι ένας διαθέσιμος/δεδομένος γλωσσικός πόρος, τον οποίο οι περισσότεροι εργαζόμενοι γνωρίζουν επαρκώς και αποδέχονται ως μέσο επικοινωνίας που μπορεί να χρησιμοποιηθεί όποτε παραστεί ανάγκη. Η λειτουργία των επιχειρήσεων στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό σ' αυτό το γλωσσικό δεδομένο. Την ίδια, όμως, στιγμή η απουσία ρητής πολιτικής και αυστηρών γλωσσικών κανονισμών αφήνει στους εργαζόμενους το περιθώριο, ενίοτε να επιλέγουν τη βέλτιστη δυνατή λύση, αποφασίζοντας κατά περίπτωση. Ενδεικτικό είναι το παράδειγμα της εταιρείας Pafilia, όπου οι ρωσόφωνοι υπάλληλοι μπορούν ελεύθερα να χρησιμοποιήσουν τη ρωσική στη μεταξύ τους προφορική και γραπτή επικοινωνία, χωρίς η εταιρεία να θέτει οποιουσδήποτε γλωσσικούς περιορισμούς. Εξάλλου, τα πορίσματα ερευνών σε εταιρείες που είχαν υιοθετήσει ρητή πολιτική, κανόνες και κανονισμούς για τη ρύθμιση των γλωσσικών ζητημάτων, κατάδειξαν ότι ακόμη και όταν γίνονται προσπάθειες να επιβληθεί μια μονόγλωσση πρακτική –τις περισσότερες φορές αυτό αφορά την αποκλειστική χρήση της αγγλικής– οι εργαζόμενοι ανθίστανται και χρησιμοποιούν τελικά και άλλες γλώσσες (Dhir και Goke-Pariola 2002, Charles και Marshan-Piekari 2002, Erling και Walton 2007, Kinglsey 2010).

Παρά, λοιπόν, την έλλειψη ρητά εκπεφρασμένης γλωσσικής πολιτικής, το γεγονός ότι δεν υπάρχουν μεγάλες διαφορές ανάμεσα στα διευθυντικά στελέχη και στους εργαζομένους, όσον αφορά τις υπό διερεύνηση συνιστώσες, φαίνεται να εγγυάται μια σχετική συνοχή στον τρόπο με τον οποίο γίνεται ο ad hoc χειρισμός των γλωσσικών θεμάτων. Στην πραγματικότητα, οι εργαζόμενοι μιλούν ελληνικά, ρωσικά ή κινεζικά όποτε μπορούν και αγγλικά όποτε πρέπει. Εδώ, ισχύει σε μεγάλο βαθμό και η επισήμανση των Erling και Walton (2007) σχετικά με τη γλωσσική πρακτική στις

¹³⁷ με εξαίρεση βέβαια την εταιρεία ανάπτυξης και πώλησης γης

¹³⁸ Η κοινή παραδοχή ότι όλοι μιλούν αγγλικά στις επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Ευρώπη ανασκευάστηκε από τα πορίσματα της έρευνας DYLAN, η οποία έδειξε ότι κατά την επικοινωνία των εταιρειών χρησιμοποιούνταν πολλές γλωσσικές στρατηγικές που ευνοούσαν την πολυγλωσσία.

γερμανικές εταιρείες: οι ίδιοι οι εργαζόμενοι βρίσκουν τρόπο να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα επικοινωνίας που αναφέρονται, χωρίς να ακολουθούν κατ' ανάγκη τις επίσημες οδηγίες και συστάσεις.

Ο συσχετισμός δυνάμεων ανάμεσα στις γλώσσες που βρίσκουμε στο πεδίο των επιχειρήσεων, μπορεί να ειπωθεί και να εξεταστεί στο πλαίσιο της έννοιας της γλωσσικής αγοράς (Μπουρντιέ 1999). Η γλωσσική αγορά, η οποία θεωρούμε ότι συγκροτείται εντός του συγκεκριμένου πεδίου, αποκτά δικά της χαρακτηριστικά και δικές της κανονικότητες που διαμορφώνουν την αξία των γλωσσικών πόρων. Φαίνεται ότι οι εργαζόμενοι στη διεύθυνση και τη διοίκηση γνωρίζουν και αποδέχονται την αξία των γλωσσικών πόρων, όπως τη βιώνουν μέσα από την καθημερινή τους εμπειρία και πρακτική και αυτό οδηγεί σε μια σταθερότητα όσον αφορά τις γλωσσικές επιλογές που κάνουν σε κάθε περίπτωση. Ως προς αυτό το σημείο οι Milar και Jensen (2009) επισημαίνουν ότι οι γλωσσικές επιλογές στις επιχειρήσεις πρέπει να εδράζονται σε κάποια μορφή λογικής που οικοδομείται, διαχέεται, αμφισβητείται και μεταπλάθεται από όσους συμμετέχουν σε αυτό το πλαίσιο.

Όπως προκύπτει από την ανάλυση των απαντήσεων που έχουμε λάβει (δες σελ 124, 127), η αγγλική γλώσσα προσλαμβάνει την πιο υψηλή αξία στη γλωσσική αγορά των επιχειρήσεων, χωρίς, όμως, να μπορούμε να ισχυριστούμε ότι αντικαθιστά την ελληνική. Επιλέγεται από τις επιχειρήσεις ως γλώσσα-όχημα τόσο για την εξωτερική όσο και για την εσωτερική επικοινωνία· παίζει σημαντικό ρόλο στο μηχανισμό πρόσληψης, και είναι προαπαιτούμενο προσόν για την πλειονότητα των διοικητικών θέσεων εργασίας, οι οποίες συχνά διαφημίζονται μόνο στην αγγλική. Η γνώση της αγγλικής δεν θεωρείται αναγκαία μόνο για τις ανώτερες θέσεις αλλά για όλες τις βαθμίδες της ιεραρχίας. Ιδιαίτερα, αν θέλει κανείς να ανελιχθεί στην ιεραρχία μιας επιχείρησης, η γνώση της αγγλικής είναι απαραίτητη. Σε παρόμοια πορίσματα έχουν καταλήξει και πολλές άλλες έρευνες που έχουν γίνει σε μικρομεσαίες, μεγάλες και πολυεθνικές επιχειρήσεις στην ΕΕ (Hollqvist 1984, Ammon 1994, Truchot 1999, 2002, Marschan-Piekkari και al. 1997, Crick 1999, Hagen 1999, Charles και Marshan-Piekkari 2002, Nickerson 2005, Luhtiala-Salminen και all. 2005, Nekvapil & Nekula 2006, Rogerson-Revell 2007, Incelli 2008, Ehrenreich 2010, Kingsley 2010, Milar και Jensen (2009). Η ανάλυση των δεδομένων υποδεικνύει ότι στην υιοθέτηση

της μονογλωσσίας, λόγω της γενικευμένης χρήσης της αγγλικής, συντείνουν κατά περίπτωση οι πιο κάτω παράμετροι:

1. Πρακτικοί λόγοι που πηγάζουν από την ανάγκη για αποτελεσματική επικοινωνία. Βασικός στόχος και των τριών εταιρειών ήταν η διασφάλιση τόσο της εσωτερικής όσο και της εξωτερικής επικοινωνίας, με όσο το δυνατό χαμηλότερο κόστος και με όσο το δυνατό οικονομικότερο τρόπο –από πλευράς διαχείρισης του εργασιακού χρόνου: με άλλα λόγια, η αγγλική επιλέγεται επειδή πιστεύεται ότι καθιστά την επικοινωνία στους εργασιακούς χώρους πιο γρήγορη και αποτελεσματική. Όπως πολύ σωστά παρατηρεί ο Haarmann (2005: 50), τις γλωσσικές χρήσεις σ' αυτό το εργασιακό πλαίσιο φαίνεται να τις καθορίζουν οι πρακτικές και όχι οι ψυχολογικές ή οι συμβολικές λειτουργίες της γλώσσας.

2. Η επιλογή και η χρήση της αγγλικής στην εξωτερική επικοινωνία από εταιρείες που προσανατολίζονται στις διεθνείς αγορές ευνοείται, περαιτέρω, από το γεγονός ότι η ελληνική είναι μια λιγότερο ομιλούμενη γλώσσα. Όπως διαφάνηκε, η εξωτερική επικοινωνία είναι ιδιαίτερα σημαντική και οι εργαζόμενοι αφιερώνουν σ' αυτήν μεγάλο μέρος του εργασιακού τους χρόνου. Σε πολλές περιπτώσεις, η εξωτερική επικοινωνία επιδρά άμεσα και στις εσωτερικές γλωσσικές πρακτικές, οδηγώντας σε εκτεταμένη χρήση της αγγλικής. Στις εταιρείες Πήττας και Remedica, τα περισσότερα έγγραφα που αφορούν την παραγωγή, την ποιότητα και τα επίπεδα ασφάλειας, συντάσσονται στην αγγλική για να είναι διαθέσιμα κατά τη διάρκεια των επιθεωρήσεων που δέχονται οι εταιρείες από ξένους συνεργάτες, αντιπροσώπους και οργανισμούς. Στην εταιρεία Remedica, τα ηλεκτρονικά μηνύματα συντάσσονται στα αγγλικά για να μπορούν ανά πάσα στιγμή να προωθηθούν εκτός εταιρείας.

3. Η πρόσληψη στις εταιρείες όλο και μεγαλύτερου αριθμού εργαζομένων που μιλούν αγγλικά και όχι ελληνικά, οδηγεί σε αύξηση της συχνότητας χρήσης της αγγλικής γλώσσας ως εσωτερικής γλώσσας-όχηματος.

4. Η προσωπική γλωσσική (αν)επάρκεια σε συνάρτηση με τη θέση που κατέχει κανείς σε μια εταιρεία ρυθμίζουν τη γλωσσική χρήση και ευνοούν συχνά τη μονογλωσσία. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση διευθυντικού στελέχους σε τμήμα της Remedica που υιοθέτησε –και κατ' επέκταση επέβαλε στους υπόλοιπους εργαζόμενους ως αποκλειστικό μέσο επικοινωνίας– την αγγλική, επειδή δεν γνώριζε επαρκώς την ελληνική γλώσσα.

Η κυρίαρχη θέση της αγγλικής ως εταιρικής γλώσσας επιβεβαιώνεται, λοιπόν, για πρώτη φορά από τα δεδομένα της έρευνάς μας. Ανεξάρτητα από το είδος ή την κατηγορία της επιχείρησης, η αγγλική είναι αναντίλεκτα η πρώτη επιλογή όταν προκύπτει θέμα επικοινωνίας μεταξύ ατόμων με διαφορετικές μητρικές/πρώτες γλώσσες. Η τάση αυτή εντείνεται από το διεθνή προσανατολισμό των επιχειρήσεων που εξετάσαμε, και στο εσωτερικό των επιχειρήσεων από την αύξηση του αριθμού των μη ελληνόφωνων που εργάζονται σε κυπριακές εταιρείες.

Η έντονη, όμως, παρουσία της αγγλικής δεν πρέπει, παρά ταύτα, να υποσκιάζει την ύπαρξη και εναλλακτικών επικοινωνιακών σεναρίων που μπορεί κανείς να επισημάνει και στις τρεις επιχειρήσεις, και που αφήνουν να διαφανούν πρακτικές που ευνοούν την πολυγλωσσία. Αυτές οι αναδυόμενες πρακτικές αφορούν τόσο το ρόλο της ελληνικής γλώσσας, επίσημης γλώσσας του κράτους, όσο και το ρόλο άλλων γλωσσών, εκτός από την αγγλική.

Διαφαίνεται, λοιπόν, ότι, εκτός από την αγγλική, και η ελληνική κατέχει σημαντική θέση στη γλωσσική αγορά των επιχειρήσεων. Η αξία της υπαγορεύεται άμεσα από το γεγονός ότι αποτελεί τη γλώσσα προέλευσης και των τριών επιχειρήσεων και τη μητρική γλώσσα μεγάλης μερίδας εργαζομένων και στις τρεις εταιρείες. Εδώ, επιβεβαιώνεται η άποψη του Coulmas (1992) ότι η προέλευση μιας εταιρείας –και συνεπώς η γλώσσα προέλευσης– διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στον καθορισμό των γλωσσικών της επιλογών. Ωστόσο, η χρήση της ελληνικής δε διαχέεται σε όλο το φάσμα λειτουργιών των υπό διερεύνηση επιχειρήσεων, αλλά σχετίζεται άμεσα με συγκεκριμένες επικοινωνιακές περιστάσεις και επιχειρησιακές λειτουργίες: η ελληνική επιλέγεται, τις περισσότερες φορές, για την καθημερινή προφορική επικοινωνία μεταξύ των ελληνόφωνων υπαλλήλων και συμβάλλει σημαντικά στην εργασιακή κοινωνικοποίησή τους, δηλαδή τη συμμετοχή τους σε ρουτίνες κοινωνικοποίησης εντός της εταιρείας ή σε κοινωνικές δραστηριότητες που διοργανώνει η εταιρεία. Για παράδειγμα, η γερμανίδα υπεύθυνη του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας Remedica, υποστήριξε ότι η εκμάθηση της ελληνικής την βοήθησε να ενταχθεί καλύτερα στην εταιρεία. Σε καμία περίπτωση, όμως, δεν μπορούμε να ισχυριστούμε ότι ισχύει και το αντίθετο: ότι, δηλαδή, όσοι δεν γνωρίζουν ελληνικά, δεν μπορούν να εργαστούν παραγωγικά και αποτελεσματικά ή να ανέβουν στην ιεραρχία των επιχειρήσεων. Καταρχάς, οι ίδιες οι εταιρείες

διαχειρίζονται τους γλωσσικούς πόρους με τρόπο που να διευκολύνει την πρόσβαση και σε άτομα που δε γνωρίζουν ελληνικά. Για παράδειγμα, σε όλες τις εταιρείες αναφέρθηκε ότι χρησιμοποιείται η αγγλική ή και άλλες γλώσσες σε ανακοινώσεις, υπομνήματα, πινακίδες που πληροφορούν τους μη ελληνόφωνες εργαζόμενους για διαδικασίες ή θέματα οργάνωσης, ασφάλειας κ.λπ. Ακόμη και όταν οι μη ελληνόφωνες που εργάζονται σε ένα τμήμα είναι ελάχιστοι, το τμήμα αναλαμβάνει την υποχρέωση να εκδίδει τις ανακοινώσεις του προς αυτούς στα αγγλικά (Remedica - Υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού). Αυτό σημαίνει ότι, σε γενικές γραμμές, οι εταιρείες δεν έχουν απαιτήσεις σε σχέση με τη γλωσσική επάρκεια των εργαζομένων τους στα ελληνικά, ούτε και τους ζητούν να μάθουν ελληνικά μετά την πρόσληψή τους. Αυτό εξηγεί γιατί καμία από τις εταιρείες δεν ανέλαβε πρωτοβουλία να οργανώσει προγράμματα γλωσσικής κατάρτισης των εργαζομένων στην ελληνική γλώσσα. Μαθήματα εκμάθησης της ελληνικής οργανώθηκαν μόνο στην εταιρεία Remedica, όχι επειδή προέκυψαν από σχεδιασμούς της ίδιας της εταιρείας, αλλά ως αποτέλεσμα πρωτοβουλίας που ανάλαβαν οι ίδιοι οι εργαζόμενοι¹³⁹. Σε γενικές γραμμές, λοιπόν, οι εταιρείες υιοθετούν την πιο οικονομική, κατά τους Truchot και Huck (2009), τακτική αναλαμβάνοντας να μεταφράσουν τις θέσεις και τα εργαλεία εργασίας στις γλώσσες που μιλά το προσωπικό, αντί να επωμιστούν το κόστος της γλωσσικής επιμόρφωσης του προσωπικού.

Παρά τη γενική έλλειψη ενδιαφέροντος για επιμόρφωση του προσωπικού στα ελληνικά, η ελληνική είναι προαπαιτούμενο προσόν για συγκεκριμένες θέσεις εργασίας και στις τρεις εταιρείες. Οι θέσεις αυτές σχετίζονται άμεσα με τη διαχείριση των τοπικών πωλήσεων, με τη διαδικασία παραγωγής, με τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού και με την επικοινωνία με τις κρατικές υπηρεσίες. Όπως συνάγεται από την ανάλυση των δεδομένων, η γνώση της ελληνικής δεν συνδέεται άμεσα με την προαγωγή ή την άνοδο των εργαζομένων στην ιεραρχία¹⁴⁰. Η συγκεκριμένη γλωσσική διαχείριση υποδηλοί, αφενός μεν, μια χαμηλή αξιολόγηση της χρησιμότητας της ελληνικής στις επιχειρήσεις και, αφετέρου, την πεποίθηση ότι η ελληνική δεν είναι απαραίτητο προσόν για όλες τις θέσεις εργασίας. Η διαπίστωση αυτή έρχεται σε αντίθεση με την επισήμανση των Truchot και Huck, D. (2009) ότι

¹³⁹ Σε παρόμοια παρατήρηση καταλήγουν οι Millar και al. (2013) τονίζοντας ότι η γλωσσική εκπαίδευση που αφορούσε γλώσσες εκτός από την αγγλική δεν ήταν αποτέλεσμα της γλωσσικής στρατηγικής της εταιρείας, αλλά προέκυπτε μετά από απαίτηση.

¹⁴⁰ Εξαιρούνται, βέβαια, οι θέσεις για τις οποίες απαιτείται γνώση της ελληνικής πριν από την πρόσληψη.

είναι σπάνιο για κάποιον εργαζόμενο να μη χρειαστεί να μάθει τη γλώσσα της χώρας προέλευσης μιας εταιρείας, αν θέλει να ανεβεί στην ιεραρχία. Τέλος, αξιοπρόσεκτο είναι και το γεγονός ότι ενώ η χρήση της ελληνικής συνδέεται εν μέρει με θέματα αποτελεσματικής διοίκησης (efficiency) δε φαίνεται να συσχετίζεται με θέματα ισότιμης διαχείρισης των γλωσσικών πόρων (fairness). Άλλωστε, όπως παρατηρούν οι Lüdi και al. (2013), οι τοπικές γλώσσες ενδυναμώνονται όταν οι εταιρείες επιδιώκουν να διαχειρίζονται τους γλωσσικούς πόρους που έχουν στη διάθεσή τους δίκαια και αποτελεσματικά.

Σε γενικές γραμμές, η ελληνική χρησιμοποιείται στην εξωτερική επικοινωνία και των τριών εταιρειών. Είναι η γλώσσα στην οποία διεκπεραιώνεται κατά κύριο λόγο, η επικοινωνία με τις κρατικές υπηρεσίες. Ο βαθμός και η έκταση της χρήσης της ποικίλλει, όμως, ανάλογα με την εταιρεία και το βαθμό στον οποίο τα οικονομικά συμφέροντά της εξαρτώνται από την ντόπια αγορά. Έτσι για παράδειγμα, στη Remedica και στην Πήττας γίνεται εκτεταμένη χρήση της ελληνικής. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι και οι δύο εταιρείες διανέμουν τα προϊόντα τους στην κυπριακή αγορά και συνεπώς απευθύνονται και στους Κύπριους καταναλωτές. Αντίθετα, στην Pafilia, η παρουσία της ελληνικής είναι σχεδόν ανύπαρκτη και η χρήση της περιορίζεται σημαντικά, επειδή τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της δεν απευθύνονται στην ντόπια αγορά.

Πέρα από τη χρήση της ελληνικής, εντοπίστηκαν στην Remedica και στην Πήττας ορισμένες γλωσσικές χρήσεις που θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε ότι αποτελούν *ψήγματα πολύγλωσσης πρακτικής*. Άλλωστε, μέσα από τον τρόπο διαχείρισης της πολυγλωσσίας οι εταιρείες διαφοροποιούνται μεταξύ τους: στις εταιρείες Πήττας και Remedica καταγράφονται ευκαιριακές και ad hoc ρυθμίσεις των θεμάτων που προκύπτουν σχετικά με την πολυγλωσσία, ενώ στην Pafilia υπάρχει πιο συστηματική αξιοποίηση της ποικιλίας των (διαθέσιμων) γλωσσικών πόρων.

Για παράδειγμα, η εταιρεία Πήττας πήρε την απόφαση να υιοθετήσει εκτός από την αγγλική, την ελληνική και τη ρωσική στην εσωτερική σήμανση, σε ανακοινώσεις, σε ενημερωτικά έντυπα με τους κανόνες υγιεινής και στις οδηγίες χρήσης των μηχανημάτων, επειδή αρκετά μέλη του προσωπικού είναι ρωσικής καταγωγής. Χρησιμοποιώντας τις γλώσσες αυτές πέτυχε καλύτερη επικοινωνία με τα μέλη του εργατικού προσωπικού και διασφάλισε ότι οι κανόνες ποιότητας και υγιεινής που

τίθενται κατά τη διαδικασία παραγωγής είναι κατανοητοί και μπορούν πιο εύκολα να τηρηθούν. Για τη μετάφραση των οδηγιών στη ρωσική, αξιοποίησε τις γλωσσικές γνώσεις εργαζόμενου από το υφιστάμενο εργατικό δυναμικό. Ένα δεύτερο παράδειγμα αφορά τις προσπάθειες της εταιρείας να επεκταθεί σε νέες αγορές: όταν προσπάθησε να επεκτείνει τις οικονομικές της δραστηριότητες στη Βραζιλία συνειδητοποίησε ότι δεν μπορούσε να αντεπεξέλθει μόνο με τη χρήση της αγγλικής, επειδή τόσο οι αρχές της χώρας, όσο και οι αντιπρόσωποι που επέδειξαν ενδιαφέρον για τα προϊόντα της εταιρείας, συνήθιζαν να επιμένουν να χρησιμοποιείται η πορτογαλική στη μεταξύ τους επικοινωνία. Για να παρακάμψει τα γλωσσικά εμπόδια και να επιτύχει καλύτερη επικοινωνία και συνεννόηση με τους μελλοντικούς συνεργάτες, η εταιρεία προσέλαβε επαγγελματία διερμηνέα και μεταφραστή. Παρόλες τις προσπάθειες που κατέβαλε, η εταιρεία δεν κατόρθωσε να βρει ανταπόκριση στην προσπάθειά της αυτή, μεταξύ άλλων και λόγω του γλωσσικού εμποδίου.

Και στις δύο περιπτώσεις που εξετάσαμε, είναι εμφανές ότι η εισαγωγή και η χρήση ξένων γλωσσών αφορούσε μεμονωμένα περιστατικά επικοινωνίας με (μελλοντικούς) πελάτες ή συνεργάτες ή με υπάλληλους των εταιρειών που δεν μιλούσαν αγγλικά. Πρόκειται, λοιπόν, για συγκυριακές και όχι συστηματικές ρυθμίσεις που δεν αφορούν το σύνολο των εργαζομένων. Είναι σημαντικό, όμως, να καταγράψουμε, ότι η συγκεκριμένη εταιρεία συνειδητοποίησε την ανάγκη να ανατρέξει στη γλώσσα της χώρας, όπου επιθυμούσε να επεκταθεί, έστω και αν αυτό δεν ήταν αποτέλεσμα μιας συνειδητής, μελετημένης και εκ των προτέρων σχεδιασμένης ενέργειας αλλά προέκυψε 'βιωματικά'. Ήταν δηλαδή μια πρακτική απόφαση στην οποία κατέληξαν, αφού δημιουργήθηκαν προβλήματα στην επικοινωνία.

Στην εταιρεία Remedica, χρησιμοποιήθηκε η ρωσική σε δύο συγκεκριμένες περιπτώσεις που αφορούσαν την επικοινωνία/ενημέρωση για ορισμένα προϊόντα και που συνδέονται με την προσπάθεια της εταιρείας να αυξήσει τις πωλήσεις των φαρμακευτικών της προϊόντων στη ρωσόφωνη κοινότητα της Κύπρου. Το τμήμα μάρκετινγκ της εταιρείας μετέφρασε στα ρωσικά το φύλλο οδηγιών χρήσης ορισμένων φαρμακευτικών προϊόντων που παρουσίαζαν υψηλές πωλήσεις στην ρωσόφωνη κοινότητα της Κύπρου. Η ενέργεια αυτή είχε ως στόχο να προσεγγίσει την ρωσόφωνη κοινότητα και να ικανοποιήσει την επιθυμία της για πληρέστερη και ακριβέστερη ενημέρωση σχετικά με το είδος και τη χρήση των φαρμακευτικών

προϊόντων που επιθυμούσε να αγοράσει. Παράλληλα, η εταιρεία συνέταξε διαφημιστικό υλικό στα ρωσικά για συγκεκριμένο μη συνταγογραφούμενο παυσίπονο. Και εδώ, όπως και στην περίπτωση της εταιρείας Pittas, φαίνεται ότι οι πολύγλωσσες γλωσσικές επιλογές σχετίζονται άμεσα με την προσπάθεια των εμπορικών εταιρειών να κερδίσουν μια νέα αγορά ή μέρος του καταναλωτικού κοινού: εδώ, ειδικότερα, κύριος στόχος της εταιρείας ήταν να κάνει τους καταναλωτές να νιώσουν πιο άνετα με τα προϊόντα που αγόραζαν (Haarman 2005: 53)¹⁴¹, χρησιμοποιώντας τη γλώσσα τους, για να τους ενημερώσουν και να τους πείσουν (Coulmas 1994: 121)¹⁴².

Τα πιο πάνω παραδείγματα αποδεικνύουν ότι οι ανάγκες για χρήση ξένων γλωσσών άλλων από την αγγλική αντιμετωπίζονται αποσπασματικά, συχνά αξιοποιώντας συγκεκριμένα μόνο άτομα, είτε πρόκειται για επαγγελματίες, είτε πρόκειται για κάποιον συνάδελφο που ξέρει πολλές γλώσσες. Η Pafilia, που βρίσκεται και αυτή σε διαδικασία διεθνοποίησης όπως οι υπόλοιπες εταιρείες, διαφοροποιείται έντονα σε σχέση με αυτές ως προς τις γλωσσικές πρακτικές και την αναγνώριση της αξίας της πολυγλωσσίας για τη λειτουργία της επιχείρησης. Φαίνεται, λοιπόν, ότι η διαδικασία διεθνοποίησης μπορεί να έχει διαφορετικές συνέπειες όσον αφορά τις πρακτικές και τη διαχείριση των γλωσσικών πόρων για κάθε επιχείρηση και ότι, μάλιστα, αυτές οι συνέπειες μπορεί να είναι διαφορετικές ή και αντίθετες. Οι διαφορές δε φαίνεται να συνδέονται με το πλαίσιο ή τη διαδικασία διεθνοποίησης αυτήν καθεαυτήν, αλλά με τον τρόπο που κάθε επιχείρηση αντιλαμβάνεται τη διαδικασία διεθνοποίησης και επέκτασής της εκτός των εθνικών συνόρων. Η εταιρεία έχει υιοθετήσει συνειδητά μια φιλοσοφία που ο Lüdi και al. (2009) αποκαλεί «φιλοσοφία της πολύγλωσσης επιχείρησης» και μοιράζεται την πεποίθηση ότι η αγγλική είναι σίγουρα πάρα πολύ σημαντική αλλά δεν επαρκεί για επέκταση σε νέες αγορές. Τόσο δομικά όσο και επικοινωνιακά, η εταιρεία παρουσιάζει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά: η σχέση της με τους εκάστοτε πελάτες είναι άμεση, διαπροσωπική, δεν είναι σχέση επιχείρησης προς επιχείρηση αλλά σχέση στην η οποία η επιχείρηση προσεγγίζει συγκεκριμένα άτομα με σκοπό την πώληση. Παράλληλα, η σχέση αυτή διαρκεί στο χρόνο, αφού σε καμία περίπτωση δεν σταματά μετά την πώληση του ακινήτου. Σε αντίθεση με τις άλλες δύο εταιρείες που απευθύνονται κυρίως σε αντιπροσώπους, οργανισμούς ή άλλες

¹⁴¹ “An effort on the part of commercial companies to make their customers feel comfortable.”

¹⁴² “The product has to reach the customer, who, to this end, needs to be addressed, informed, and persuaded.”

εταιρείες, η Pafilia απευθύνεται σε μεμονωμένα άτομα και γι' αυτό το λόγο εφαρμόζει συνειδητά μια πελατοκεντρική προσέγγιση με αποτέλεσμα να προβάλλονται πολύγλωσσες πρακτικές. Επιδεικνύει ιδιαίτερη ευαισθησία σε θέματα γλώσσας, υιοθετώντας τις γλώσσες των πελατών στις ιστοσελίδες, στις διαφημίσεις, στην παρουσίαση των ακινήτων, στα συμβόλαια, στη γραπτή και προφορική διαπροσωπική επικοινωνία, πριν και μετά από την πώληση. Στο πλαίσιο αυτό, προσέλαβε άτομα επαρκή στα ρωσικά ή/και κινεζικά, επαγγελματίες μεταφραστές και διερμηνείς, προσφέροντας, έτσι, στους πελάτες της υπηρεσίες στη μητρική τους γλώσσα και προσάρμοσε όλες τις ιστοσελίδες και τις διαφημίσεις στις γλώσσες των νέων αγορών.

Η πολύγλωσση πρακτική τρέφεται, λοιπόν, τόσο από την ατομική γλωσσική επάρκεια και τις ατομικές επικοινωνιακές πρακτικές, όσο και από τα δομικά χαρακτηριστικά και τη φιλοσοφία των επιχειρήσεων (Bothotel-Witz και Tsamadou-Jakoberger 2012). Παράλληλα, η πολύγλωσση προσέγγιση που υιοθετεί η εταιρεία αποτυπώνεται στην όλη φυσιογνωμία της, όπως αυτή εκφράζεται στο δημόσιο χώρο και στο γλωσσικό τοπίο (δες σελ 161).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η στρατηγική που εφαρμόζει η εταιρεία για να διαχειριστεί την πολυγλωσσία. Καταρχάς, οι εργαζόμενοι μπορούν ελεύθερα να χρησιμοποιήσουν τη γλώσσα που επιθυμούν στη μεταξύ τους προφορική ή και γραπτή επικοινωνία –όπου αυτό βέβαια είναι εφικτό– εφόσον δεν τίθενται από την εταιρεία αυστηροί κανονισμοί και περιορισμοί. Για παράδειγμα, όταν ένας υπάλληλος από το παράρτημα που διατηρεί η εταιρεία στη Ρωσία, επικοινωνήσει με έναν υπάλληλο στα κεντρικά γραφεία στην Πάφο, μπορεί να επιλέξει τη ρωσική ή την αγγλική, ανάλογα με τη γλωσσική επάρκεια του συνομιλητή του. Η χρήση της ρωσικής στην ενδοεπικοινωνία ενισχύεται από το γεγονός ότι σε όλες τις βαθμίδες της ιεραρχίας (διευθυντικά στελέχη, πωλητές, θυρωροί κλπ) και σε διάφορα τμήματα της εταιρείας εργάζονται ρωσόφωνοι.

Παραδόξως όμως, η πολύγλωσση αυτή φιλοσοφία φαίνεται να εδραιώνει και να διευρύνει ταυτόχρονα τη χρήση της αγγλικής ως γλώσσας-όχηματος στο εσωτερικό της εταιρείας μεταξύ του γλωσσικά ανομοιογενούς ανθρώπινου δυναμικού. Αυτό είναι εμφανές από το γεγονός ότι η εταιρεία συντάσσει τις ανακοινώσεις της μόνο στα αγγλικά. Εξάλλου, στις προϋποθέσεις για πρόσληψη στην εταιρεία παράλληλα με

τη γνώση των νέων γλωσσών, δηλαδή της ρωσικής και της μανδαρινικής κινεζικής, απαιτείται άριστη γνώση της αγγλικής από όλους τους υπαλλήλους. Η τακτική αυτή δίνει στην εταιρεία τη δυνατότητα να διατηρεί μια πολύγλωσση οπτική και την ίδια στιγμή, να μπορεί να κινηθεί με ευελιξία στις επόμενες νέες αγορές.

6.1.1 Η πολυγλωσσία ως στρατηγικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις

Το ερευνητικό πρόγραμμα DYLAN¹⁴³ επέλεξε να διερευνήσει τις γλωσσικές πρακτικές στο επιχειρησιακό πεδίο, επειδή αποδέχεται ότι πρόκειται για έναν ιδιαίτερα σημαντικό τομέα που μπορεί να αξιοποιηθεί για την προώθηση της πολυγλωσσίας στην Ευρώπη. Η περίπτωση της Pafilia συνιστά ένα παράδειγμα εταιρείας όπου η πολυγλωσσία αντιμετωπίζεται θετικά και εντάσσεται με επιτυχία στα επιχειρησιακά σχέδια ενώ, παράλληλα, εξακολουθεί να γίνεται χρήση της αγγλικής ως γλώσσας-όχηματος. Καταδεικνύει, αφενός, πως η στρατηγική χρήσης μιας γλώσσας-όχηματος μπορεί να συνυπάρξει με ένα σύνολο πολύγλωσσων πρακτικών (Lüdi και al. 2013), και αφετέρου, πως η υιοθέτηση μιας πολύγλωσσης πολιτικής μπορεί να αποτελέσει στρατηγικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις, επειδή εξυπηρετεί καλύτερα τα οικονομικά τους συμφέροντα αυξάνοντας τις πωλήσεις. Τέλος, υποδεικνύει ότι το οικονομικό κόστος που προκύπτει από την υιοθέτηση μιας πολύγλωσσης επιχειρησιακής φιλοσοφίας (πρόσληψη προσωπικού, μετάφραση ιστοσελίδων, διαφημίσεων, συμβολαίων), είναι μικρότερο από το οικονομικό όφελος που συνεπάγεται η εφαρμογή της.

Τόσο οι εστίες πολυγλωσσίας που εντοπίστηκαν στις εταιρείες Πήττας και Remedica, όσο και η πολυγλωσση φιλοσοφία που υιοθετεί η Pafilia, αποδεικνύουν ότι η πολυγλωσσία εντοπίζεται εκεί όπου η σχέση με τους υπαλλήλους γίνεται πιο προσωπική (στην εταιρεία Πήττας μεταφράζουν τις οδηγίες χειρισμού μηχανημάτων στις γλώσσες των υπαλλήλων). Στην περίπτωση αυτή η υιοθέτηση μιας πολύγλωσσης οπτικής βοηθά τους εργαζόμενους να ενταχθούν καλύτερα στην εταιρεία και να συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων της. Κυρίως, όμως, η πολυγλωσσία εντοπίζεται εκεί όπου το είδος της σχέσης με τον πελάτη είναι προσωπικό και οι εταιρείες θέλουν να απευθυνθούν άμεσα και πιο φιλικά σ' αυτόν υιοθετώντας τη γλώσσα του. Αν λοιπόν επιθυμούμε να στηρίξουμε την πολυγλωσσία στο χώρο της

¹⁴³ Το ερευνητικό πρόγραμμα DYLAN (Language Dynamics and Management of Diversity) εξέτασε την πολυγλωσσία σε τρία πεδία: στο πεδίο των επιχειρήσεων, στο πεδίο των ευρωπαϊκών οργανισμών και στο πεδίο της ανώτατης εκπαίδευσης.

ιδιωτικής οικονομικής δραστηριότητας, θα πρέπει να εισαγάγουμε το διαπροσωπικό ύφος στο επιχειρησιακό πεδίο. Μια τέτοια εξέλιξη, συνεπάγεται, σίγουρα, έναν πιο δίκαιο τρόπο διαχείρισης των γλωσσικών πόρων, με σαφή οφέλη τόσο για τους εργαζόμενους όσο και για τους πελάτες. Τέτοια είναι η προσέγγιση που ακολουθούν αρκετές εταιρείες που πουλούν τα προϊόντα τους ηλεκτρονικά, όπως η Booking.Com¹⁴⁴, και οι οποίες υιοθετούν τις γλώσσες των πελατών τους για τις ιστοσελίδες τους, προσπαθώντας με αυτό τον τρόπο να προωθήσουν τις υπηρεσίες τους και να αυξήσουν τις πωλήσεις τους υιοθετώντας ένα πιο προσωπικό επίπεδο συναλλαγής.

Από την άλλη, φαίνεται ότι τόσο η ιδεολογία της μονογλωσσίας, όσο και η ιδεολογία της πολυγλωσσίας εδραιώνονται μέσα από τις γλωσσικές πεποιθήσεις των περισσότερων εργαζομένων και αναπαράγονται από όσους βρίσκονται σε διευθυντικές θέσεις και λαμβάνουν στρατηγικές αποφάσεις. Για παράδειγμα, οι παγιωμένες πεποιθήσεις σε σχέση με την αγγλική γλώσσα και το ρόλο της στη διαδικασία διεθνοποίησης μιας εταιρείας, φαίνεται ότι ευθύνονται για το γεγονός ότι, τόσο στην Πήττας όσο και στη Remedica δεν φαίνεται να έχουν αναρωτηθεί αν χρησιμοποιώντας συστηματικά και άλλες γλώσσες εκτός από την αγγλική θα μπορούσαν να διεισδύσουν με μεγαλύτερη επιτυχία στις τοπικές αγορές. Παράλληλα, οι πιο πάνω εταιρείες δε φαίνεται να έχουν σκεφτεί αν, τελικά, η σχεδόν αποκλειστική χρήση της αγγλικής τους διευκολύνει μόνο ή τους δημιουργεί και προβλήματα. Το παράδειγμα της εταιρείας Πήττας που απέτυχε να διεισδύσει στην αγορά της Βραζιλίας (δες σελίδα 194), δε φαίνεται να οδήγησε σε κάποια αξιοποιήσιμα συμπεράσματα που να αφορούν τη χρήση των ξένων γλωσσών γενικότερα. Η εδραιωτική δύναμη των γλωσσικών πεποιθήσεων ισχύει και στην περίπτωση της πολυγλωσσίας: η πολύγλωσση οπτική που υιοθετεί η Pafilia ενδυναμώνεται από τις γλωσσικές πεποιθήσεις των εργαζομένων, οι οποίοι αναγνωρίζουν ότι και άλλες γλώσσες πέρα από τα αγγλικά μπορούν να συμβάλουν στην επιτυχή λειτουργία της επιχείρησής τους. Φαίνεται ξεκάθαρα, λοιπόν, ότι στη συγκεκριμένη εταιρεία έχουν ασχοληθεί με τη γλώσσα και πώς μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση των πωλήσεων. Τα διευθυντικά στελέχη δήλωσαν ότι οι σχεδιασμοί της

¹⁴⁴ Η Booking.com είναι μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες online κρατήσεων καταλυμάτων στον κόσμο. Ο ιστοχώρος της είναι διαθέσιμος σε περισσότερες από 40 γλώσσες. Πέρα από τις πολύγλωσσες ιστοσελίδες, η εταιρεία προσφέρει βοήθεια και υποστήριξη σε όλους τους πελάτες με τη βοήθεια μιας πολύγλωσσης ομάδας εξυπηρέτησης πελατών. Οι πληροφορίες ανακτήθηκαν 3 Ιανουαρίου 2015, από <http://www.booking.com/content/about.el.htm>.

εταιρείας για την είσοδο σε νέες αγορές συνεπάγονται αυτόματα και τη λήψη αποφάσεων που αφορούν τη γλωσσική επικοινωνία με τους μελλοντικούς πελάτες. Αν, λοιπόν, επιθυμούμε να προωθήσουμε την πολυγλωσσία ούτως ώστε να περιληφθεί στους στρατηγικούς σχεδιασμούς μιας εταιρείας, θα πρέπει να πείσουμε τα διευθυντικά στελέχη των εταιρειών για τη χρησιμότητά της.

6.2 Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός στην Κύπρο

Αν και η έρευνα αυτή είναι μια μικροσκοπική έρευνα πεδίου, δεν μπορούμε να αγνοήσουμε το τι συμβαίνει στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο στον οποίο εντάσσονται οι επιχειρήσεις και συγκεκριμένα πώς συσχετίζεται η υπόρρητη γλωσσική πολιτική που υιοθετείται από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις, με τη γλωσσική πολιτική του κυπριακού κράτους.

Καταρχάς, θα πρέπει να θυμηθούμε ότι από τις τελευταίες δεκαετίες του 20ου αιώνα, η κυπριακή πολιτεία ανέλαβε διαδοχικές νομοθετικές ρυθμίσεις που είχαν ως στόχο να ενδυναμώσουν τη χρήση της ελληνικής σε αντικατάσταση της αγγλικής, σε συγκεκριμένους τομείς δραστηριότητας. Στους τομείς αυτούς, η αγγλική είχε αποκτήσει εξέχουσα θέση, αλλά σε πολλές περιπτώσεις η χρήση της μπορούσε να θεωρηθεί αντισυνταγματική (Davy & Pavlou 2000, Karyoleμου 2001α, 2001β, 2001γ, 2002α, 2002 β, Karoulla-Vrikki 2001, 2002, 2004). Στις κρατικές και δημόσιες υπηρεσίες, ο γλωσσικός φιλελευθερισμός που επικράτησε τα πρώτα μεταποικιακά χρόνια παραχώρησε σταδιακά τη θέση του σε μια ρυθμιστική κατοχύρωση της ελληνικής (Karyoleμου 2001α, 2001β). Στον τομέα της οικονομίας και πιο συγκεκριμένα στον τομέα της ιδιωτικής οικονομικής δραστηριότητας, δεν υπήρξε, όμως γλωσσική πολιτική, ούτε εφαρμόστηκε ποτέ γλωσσικός σχεδιασμός που να ρυθμίζει τη γλωσσική χρήση και την επικοινωνία. Η απουσία αυτή, έρχεται σε αντίθεση με τις συγκροτημένες προσπάθειες νομοθετικής ρύθμισης της γλωσσικής επικοινωνίας σε τομείς που ανήκουν στη σφαίρα της δημόσιας ή κρατικής δραστηριότητας, είτε πρόκειται για περιπτώσεις υποστασιακού σχεδιασμού που αφορούν τον τομέα της εκπαίδευσης, τα δικαστήρια, τις δημόσιες υπηρεσίες (Karyoleμου 2001), είτε πρόκειται για περιπτώσεις δομικού σχεδιασμού, όπως λ.χ. στην περίπτωση της τυποποίησης των γεωγραφικών ονομάτων (Καρυολαίμου 2001β, Georgiou 2010.).

Η μοναδική προσπάθεια για ρύθμιση της γλωσσικής χρήσης στη σφαίρα της ιδιωτικής οικονομικής δραστηριότητας έγινε το 1991 με τον «Περί υποχρεωτικής αναγραφής σε μια από τις επίσημες γλώσσες της δημοκρατίας των επωνυμιών, διαφημίσεων και άλλων ενδείξεων που τοποθετούνται σε δημόσιους χώρους (Ν.224/91)» και τον «Περί εκθέσεως Διαφημίσεων (έλεγχος) (τροποποιητικός) Νόμος του 1991»¹⁴⁵. Η εισηγήτρια των προτάσεων νόμου, μέλος του Δημοκρατικού Κόμματος, ενός κεντρώου κόμματος με ελληνοκεντρικές τάσεις (Περιστιάνης 1995), επιχείρησε να ρυθμίσει τη γλωσσική χρήση στις διαφημίσεις και τις επωνυμίες των καταστημάτων. Η εφαρμογή της προτεινόμενης ρύθμισης θα οδηγούσε αφενός μεν, σε αναδιαμόρφωση του γλωσσικού τοπίου (Gorter 2006), αφού προνοούσε υποχρεωτική χρήση μίας εκ των δύο επίσημων γλωσσών της δημοκρατίας –στην ουσία της ελληνικής– σε δημόσιους και ιδιωτικούς χώρους, αφετέρου δε, σε περιορισμό της χρήσης της αγγλικής. Στόχος, λοιπόν, ήταν η δημιουργία ενός γλωσσικού τοπίου στο οποίο θα κυριαρχούσε η ελληνική γλώσσα. Τελικά, ύστερα από αρκετές συζητήσεις σχετικά με τον αντισυνταγματικό χαρακτήρα της πρότασης, οι προτάσεις δεν τέθηκαν σε ψηφοφορία στη Βουλή των Αντιπροσώπων και το θέμα ξεχάστηκε¹⁴⁶.

Οι πιο πάνω προσπάθειες προκάλεσαν ποικίλες αντιδράσεις. Από τη μια, ο Γλωσσικός Όμιλος Κύπρου¹⁴⁷ με υπόμνημά του τις υποστήριξε προβάλλοντας νομικά, πολιτικά και πολιτιστικά επιχειρήματα¹⁴⁸. Από την άλλη, ο Σύνδεσμος Εγκεκριμένων Λογιστών Κύπρου, πολλά από τα μέλη του οποίου έχουν σπουδάσει σε βρετανικά πανεπιστήμια και γνωρίζουν άριστα την αγγλική, τάχθηκε εναντίον της πρότασης νόμου προβάλλοντας οικονομικά, κυρίως, επιχειρήματα. Σε επιστολή του προς τον τότε πρόεδρο της Βουλής, Αλέξη Γαλανό, ο σύνδεσμος υπογράμμισε ότι «οι κρατικές ρυθμίσεις και ειδικά οι νομοθετικές ρυθμίσεις, δημιουργούν προβλήματα

¹⁴⁵ Δες Karoulla-Vrikki (2013)

¹⁴⁶ Η Επιτροπή Εσωτερικών της Βουλής ζήτησε γνωμάτευση από τον Γενικό Εισαγγελέα της Δημοκρατίας σχετικά με τη συνταγματικότητα των προτεινόμενων νόμων. Οι νόμοι αρχικά κρίθηκαν αντισυνταγματικοί. Το θέμα επανέφερε η εισηγήτρια το 1995 –εντωμεταξύ είχαν αρθεί οι επιφυλάξεις που υπήρχαν σχετικά με την αντισυνταγματικότητά των προτάσεων–, χαρακτηρίζοντας την προσπάθεια για ψήφισή τους «οδύσσεια».

¹⁴⁷ Δες Κεφάλαιο 2 για πληροφορίες σχετικά με τους στόχους και τις δράσεις του γλωσσικού όμιλου.

¹⁴⁸ Υπόμνημα του Γλωσσικού Ομίλου Κύπρου αναφορικά με την πρόταση νόμου της κ. Ρήνας Κατσελλή, μέλους της Βουλής των Αντιπροσώπων, σε σχέση με τις επιγραφές των επωνυμιών επιχειρήσεων, καταστημάτων, διαφημίσεων και άλλων ενδείξεων που τοποθετούνται σε δημόσιους χώρους.

στη διακίνηση προϊόντων, υπηρεσιών και μείωση στην κινητικότητα εργασίας (...)»¹⁴⁹.

Τις προηγούμενες επισημάνσεις, επιβεβαιώνουν εν μέρει και οι ιθύνοντες των εταιρειών, οι οποίοι ανέφεραν ότι δεν υπόκεινται σε οποιουσδήποτε γλωσσικούς περιορισμούς από τη μεριά του κράτους, σε σχέση με τη διαχείριση της επικοινωνίας στον εργασιακό χώρο. Στην περίπτωση μάλιστα της Remedica, αρκετά άτομα ανέφεραν ότι η επικοινωνία με τις φαρμακευτικές υπηρεσίες τους κράτους γίνεται, ενίοτε και στην αγγλική, ενώ στην περίπτωση της Pafilia, ανέφεραν ότι τα συμβόλαια με τους πελάτες τους κατατίθενται στο κρατικό κτηματολόγιο στην αγγλική. Όπως διαφαίνεται, η νομοθεσία, οι εγκύκλιοι και οι ανακοινώσεις που αφορούν τη χρήση της ελληνικής στη δημόσια υπηρεσία ρυθμίζουν κατά κύριο λόγο τις ενδοϋπηρεσιακές γλωσσικές πρακτικές.

Η γλωσσική πολιτική που εφαρμόζεται από τις εταιρείες, προκύπτει κατά κύριο λόγο από αποφάσεις των ίδιων των εταιρειών, οι οποίες υπαγορεύονται από τις δικές τους ανάγκες και έχουν ως στόχο το δικό τους καλώς νοούμενο συμφέρον. Σε μακροσκοπικό επίπεδο, το κράτος δεν επεμβαίνει για να ρυθμίσει τη γλωσσική χρήση στους ιδιωτικούς χώρους εργασίας με σχετική νομοθεσία, ούτε επιβάλλει με νομοθετικά μέσα την εκμάθηση της ελληνικής γλώσσας ως απαιτούμενο προσόν για να μπορεί κανείς να προσληφθεί ή να ανεβεί ιεραρχικά στις ιδιωτικές επιχειρήσεις¹⁵⁰. Είναι χρήσιμο σ' αυτό το σημείο να αναφέρουμε την περίπτωση του Κεμπέκ, όπου η νομοθεσία για τη γλώσσα καλύπτει εκτεταμένους τομείς δραστηριότητας, μεταξύ αυτών και τον τομέα της οικονομίας, της επιχειρηματικής δραστηριότητας και του εμπορίου (δες Κεφάλαιο 3). Αλλά και στη Γερμανία, σύμφωνα με τον Coulmas

¹⁴⁹ Ολόκληρο το απόσπασμα διαβάσει ως ακολούθως: «Οι κρατικές ρυθμίσεις και ειδικά οι νομοθετικές ρυθμίσεις, δημιουργούν προβλήματα στη διακίνηση προϊόντων, υπηρεσιών και μείωση στην κινητικότητα εργασίας. Η Κυπριακή (sic) οικονομία κύριε Πρόεδρε, βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στους ξένους, αφού οι διεθνείς συναλλαγές της αποτελούν το 75% του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος, σε σύγκριση με 20% για την Ιαπωνία, 22% για την Αμερική και 38% για την Ιταλία. Παράλληλα, θα ήταν σκόπιμο να τονιστεί ότι η Κύπρος κερδίζει τα 69% των εισοδημάτων της από τις υπηρεσίες το μεγαλύτερο ποσοστό των οποίων προέρχεται από τους ξένους. (...) Από την τουριστική μας βιομηχανία κερδίζουμε κάθε χρόνο ένα ποσό σε ξένο συνάλλαγμα που τώρα φθάνει τα 770 εκ. λίρες και από τις υπεράκτιες εταιρείες κερδίζουμε ένα πρόσθετο ποσό πάνω από 120 εκ. λίρες. Επομένως η Κύπρος θα πρέπει να βασιστεί στην προσφορά υπηρεσιών στους ξένους τόσο τουριστικές όσο και επαγγελματικές όπως είναι οι νομικές, οι λογιστικές, οι εκπαιδευτικές, οι συμβουλευτικές, κτλ. Για το σκοπό αυτό όμως χρειάζεται η προώθηση των επιχειρησιακών μας δραστηριοτήτων με τη διεθνή, αγγλική γλώσσα.»

¹⁵⁰ Η προσπάθεια να ρυθμιστεί η χρήση της ελληνικής γλώσσας από ξένους που εργάζονται σε ορισμένους κλάδους της ξενοδοχειακής βιομηχανίας, που έγινε με πρωτοβουλία του Υπουργείου Εργασίας, Πρόνοιας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων το 2014, δεν είχε οποιοδήποτε αποτέλεσμα. Σύμφωνα με διευθυντικό στέλεχος του Υπουργείου (τηλεφωνική επικοινωνία), η προσπάθεια αυτή προκάλεσε αντιδράσεις από μέρους της Ομοσπονδίας Εργοδοτών και Βιομηχάνων Κύπρου (ΟΕΒ), του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού (Κ.Ο.Τ), και του Υπουργείου Ενέργειας, Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού και, τελικώς, δεν προωθήθηκε στη Βουλή των Αντιπροσώπων.

(1992: 134), λόγω της ύπαρξης κρατικών περιορισμών, πρέπει να γνωρίζει κανείς γερμανικά αν θέλει να προχωρήσει στην τραπεζική ιεραρχία και να γίνει διευθυντής σε ένα υποκατάστημα. Με βάση, λοιπόν, τις πιο πάνω επισημάνσεις, είναι φανερό ότι το κυπριακό κράτος υιοθετεί στους πιο πάνω τομείς μια πολιτική γλωσσικού φιλελευθερισμού.

Από την ανάλυση των δεδομένων, έχουν προκύψει μόνο δύο περιπτώσεις κατά τις οποίες δυνάμεις εκτός του κοινωνικού πεδίου των επιχειρήσεων επέβαλαν συγκεκριμένες γλωσσικές πρακτικές. Σε δύο περιπτώσεις, η εταιρεία Remedica αναγκάστηκε να διαφοροποιήσει τις ισχύουσες γλωσσικές πρακτικές της για να εναρμονιστεί με την ευρωπαϊκή νομοθεσία. Στην πρώτη περίπτωση, η εταιρεία υποχρεώθηκε να μεταφράσει πολλά έγγραφά της στα ελληνικά και να συντάσσει τα αρχεία παραγωγής της και στην επίσημη γλώσσα του κράτους (την ελληνική), όπως επέβαλλε η ευρωπαϊκή νομοθεσία. Στη δεύτερη περίπτωση, υποχρεώθηκε να αναγράψει και την ελληνική στις εξωτερικές συσκευασίες και στο φύλλο οδηγιών χρήσης των φαρμακευτικών προϊόντων που κυκλοφορούσαν στην κυπριακή αγορά. Εδώ, δεν πρόκειται, βέβαια, για πραγματική κρατική παρέμβαση, αφού δεν είναι απαίτηση του κράτους να χρησιμοποιείται η ελληνική, αλλά μια απαίτηση που του επιβάλλει μια υπερκρατική οντότητα, η ΕΕ, και την οποία το κράτος μετακυλά στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο έδαφός της· τα παραδείγματα αυτά απεικονίζουν με εύστοχο τρόπο πώς η πολιτική που εφαρμόζεται στο μακροσκοπικό επίπεδο, μπορεί να έχει επιπτώσεις στο μικροσκοπικό επίπεδο. Και πώς διαδοχικά μακροσκοπικά επίπεδα (εδώ το υπερκρατικό και στη συνέχεια το κρατικό) μπορούν να μετακυλήσουν ρυθμίσεις που αφορούν τη χρήση της γλώσσας στο μικροσκοπικό επίπεδο.

Όπως έχει διαφανεί ήδη από το δεύτερο κεφάλαιο, η ηγεμονία που ασκεί η αγγλική γλώσσα στην Κύπρο και η επίδρασή της στη διαμόρφωση της ιδιαίτερης ταυτότητας των ελληνοκυπρίων, οι στάσεις απέναντι στην αγγλική γλώσσα και ο λεξικός δανεισμός (Ιωάννου 1988, Ιοαννου 1991, Karoula-Vriki 1991, Μπαμπινιώτης 1994, Karyoleμου 1994, Μοσχονάς 1996, Παναγιώτου 1999, MacEntee-Atalianis & Pouloukas 2001, MacEntee-Atalianis 2001, Paparavlou 1989, 1997, 2001), η γλωσσική πολιτική και τα μέτρα γλωσσικού σχεδιασμού που αναλήφθηκαν σε σχέση με την παρουσία της αγγλικής σε διάφορους τομείς της δημόσιας ζωής μετά το τέλος της αγγλοκρατίας (Karyolaimou 2001α, Καρυολαίμου 2001β, 2010, Karyolaimou

2002, 2003, Davy & Pavlou 2001, Karoulla-Vrikki 2001, 2007, Κάρουλλα-Βρίκη 2002, 2008), απασχόλησαν πληθώρα ερευνητών. Σύντομες αναφορές που αφορούν συγκεκριμένα τη θέση και τη λειτουργία της αγγλικής στον τομέα των επιχειρήσεων, έχουν γίνει από αρκετούς ερευνητές. Για παράδειγμα, οι Davy και Pavlou (2001) υπογραμμίζουν ότι η αγγλική στην κυπριακή κοινωνία έχει ρόλο διεθνούς γλώσσας και κατέχει σημαντική θέση σε τομείς που σχετίζονται κατά βάση με την ιδιωτική δραστηριότητα, όχι, όμως, όπως συνέβαινε προηγουμένως, με το δημόσιο τομέα. Η αγγλική χρησιμοποιείται σε πολλές επιχειρήσεις και βιομηχανίες και αυτό αποτελεί, σύμφωνα με τους ερευνητές, ισχυρό κίνητρο για την εκμάθησή της¹⁵¹. Παρόμοια, η Karyoleμου (2001) υποστηρίζει ότι ο τριτογενής χαρακτήρας της κυπριακής οικονομίας, η οποία βασίζεται κυρίως στον τουρισμό και στην προσφορά υπηρεσιών, έχει ως αποτέλεσμα την εκτεταμένη χρήση της αγγλικής γλώσσας¹⁵². Οι MacEntee-Atalians και Pouloukas (2001), υποστηρίζουν ότι η αγγλική γλώσσα στην Κύπρο αποτελεί υψηλό κεφάλαιο για την οικονομία και οι Κύπριοι έχουν θετική στάση απέναντί της.

Παρά τις σύντομες αυτές αναφορές, η θέση της αγγλικής στους τομείς της εμπορικής και οικονομικής δραστηριότητας στην Κύπρο, δεν απασχόλησε συστηματικά τους ερευνητές και μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει καμία έρευνα που να σκιαγραφεί με συστηματικό και τεκμηριωμένο τρόπο τις γλωσσικές πρακτικές σε αυτό τον τομέα. Ένα τέτοιο κενό έπρεπε να καλυφθεί πριν μπορέσουμε να καταλήξουμε σε έγκυρα συμπεράσματα για το τι ακριβώς συμβαίνει στις κυπριακές επιχειρήσεις. Παραδόξως και παρότι, σε γενικές γραμμές, οι γλωσσικές πεποιθήσεις εντός του συγκεκριμένου πεδίου δραστηριότητας επηρεάζονται από το τι συμβαίνει στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο –εδώ, την κυπριακή κοινωνία– δεν διαπιστώσαμε ότι η εκτεταμένη χρήση της αγγλικής αντιμετωπίζεται επικριτικά, όπως μαρτυρείται ότι συμβαίνει στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο (δες Μπαμπινιώτης 1994, Ιοαννου 1991). Αντίθετα, ο ρόλος που διαδραματίζει η αγγλική μέσα στις επιχειρήσεις αντικρίζεται και αξιολογείται θετικά από τους εργαζόμενους, όπως προκύπτει από την ανάλυση των δηλωμένων γλωσσικών πρακτικών και πεποιθήσεών τους. Η χρήση της είναι κυρίως εργαλειακή

¹⁵¹ “As elsewhere, the interconnectedness of modern economic conditions leads naturally to considerable local use of English in private sector business and industry, largely motivating a widespread demand of private tuition in English and for English-medium education in the private tertiary sector.”

¹⁵² “(...) the tertiary character of the Cypriot economy, mostly based on tourism and services, renders contact with English a very common phenomenon and knowledge of the language a necessary prerequisite for those seeking employment in these economic sectors.”

και διεκπεραιωτική και ως εκ τούτου, δεν φαίνεται να προσδιορίζει ή να δηλώνει μια συγκεκριμένη ταυτότητα ούτε και μπορεί να συνδεθεί με θέματα ιδεολογίας που αφορούν τον τρόπο με τον οποίο ορίζει ή προσδιορίζει κανείς της θέση του σε σχέση με τον ευρύτερο κοινωνικό χώρο.

6.3 Εισηγήσεις για περαιτέρω έρευνα και καταληκτικές σκέψεις.

Η παρούσα διατριβή επεδίωξε να συμπληρώσει μερικώς το κενό που υπάρχει σε έρευνες γλωσσικής πολιτικής που τοποθετούνται στο μικροσκοπικό πεδίο των επιχειρήσεων στην Κύπρο. Αν επιθυμούμε, όμως, να επιβεβαιώσουμε τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας και να αποκρυσταλλώσουμε μια ευρύτερη εικόνα της γλωσσικής πολιτικής που εφαρμόζεται στο συγκεκριμένο πεδίο είναι σημαντικό να ακολουθήσουν και άλλες έρευνες που να υιοθετούν μια μικροσκοπική οπτική. Οι έρευνες αυτές μπορούν να γίνουν σε μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύουν άλλου είδους οικονομικές δραστηριότητες: σε τράπεζες, σε εταιρείες μη κυπριακής προέλευσης, σε υπεράκτιες ή σε πολυεθνικές εταιρείες. Επιπλέον, είναι σημαντικό να γίνει προσπάθεια να συλλεχθούν πρωτογενή δεδομένα, κάτι που δεν έγινε εφικτό στην παρούσα έρευνα λόγω της έντονης αντίδρασης που υπήρξε στην πρόταση μας για συλλογή πρωτογενούς υλικού από τους εργασιακούς χώρους. Εξάλλου, θα ήταν ιδιαίτερα ενδιαφέρον, αν μπορούσαμε να επεξεργαστούμε και να αναλύσουμε τα ίδια, ή ενδεχομένως παρόμοια, ποιοτικά δεδομένα από διαφορετική σκοπιά: η ανάλυση αυτή θα μπορούσε να αξιοποιήσει τα εργαλεία της ανάλυσης λόγου/συνομιλίας για να εξετάσει τους διαλογικούς τρόπους και τις διαλογικές ενδείξεις της εμπλοκής των ομιλητών στα λεγόμενά τους, τα συμφραζόμενα, τις δηλώσεις και υποδηλώσεις, τις αντιφάσεις και τους δισταγμούς των ομιλητών. Ενδιαφέρουσα θα ήταν, επίσης, η σύγκριση και η αντιπαραβολή των αναφερόμενων γλωσσικών πρακτικών που προέκυψαν από έρευνες σε ευρωπαϊκές εταιρείες.

Η παρούσα έρευνα έδειξε ότι μπορούν να προκύψουν χρήσιμα και σημαντικά συμπεράσματα που αφορούν τη διαχείριση των γλωσσικών ζητημάτων μέσα από έρευνες που υιοθετούν μικροσκοπική κοινωνιογλωσσική οπτική. Είναι, επίσης, σαφές ότι μπορούμε να σκιαγραφήσουμε καλύτερα τη γλωσσική πολιτική που εφαρμόζεται στον τομέα των επιχειρήσεων, εάν την διερευνήσουμε με γνώμονα την τρίπτυχη διάκριση σε γλωσσικές πεποιθήσεις, γλωσσική διαχείριση και γλωσσικές πρακτικές.

Τέλος, όπως διαφάνηκε από την ανάλυση των δεδομένων μας, η ιδέα ενός πολύγλωσσου εργασιακού χώρου δεν είναι ασυμβίβαστη με τις οικονομικές προτεραιότητες μιας επιχείρησης. Ούτε αυτές εξυπηρετούνται πάντα καλύτερα με τη χρήση μιας και μόνης γλώσσας-όχηματος. Αντίθετα, η πολυγλωσσία μπορεί να ενσωματωθεί στους στόχους στρατηγικής ανάπτυξης προσδίδοντας στις εταιρείες στρατηγικό πλεονέκτημα. Όπως διαφάνηκε, είναι εν μέρει το είδος της επιχειρηματικής συναλλαγής –διαπροσωπική και επαναλαμβανόμενη– και εν μέρει ο εταιρικός προσανατολισμός –πελατοκεντρική φιλοσοφία– που ευνοούν την πολλαπλή διαχείριση των γλωσσικών πόρων, είτε πρόκειται για τις γλώσσες των εργαζομένων είτε πρόκειται για τις γλώσσες των εταίρων, συνεργατών ή πελατών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ager, D. (2001) *Motivation in language planning and policy*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Ager, D. (2005) "Image or prestige planning". *Current Issues in Language Planning* 6(1): 1–43.
- Ammon, U. (1994) "The present dominance of English in Europe, with an outlook on possible solutions to the European language problem". *Sociolinguistica* 8: 1–14.
- Ammon, U. (επιμ.) (2001) *The dominance of English as a language of science: Effects on other languages and language communities*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- Andersen, H. & E. S. Rasmussen. (2004). "The role of language skills in corporate communication." *Corporate Communication: An International Journal* 9(3): 231–42.
- Arvaniti, A. (2006α) "Linguistic practices in Cyprus and the emergence of Cypriot Standard Greek". *San Diego Linguistic Papers* 2. 1-24. <https://escholarship.org/uc/item/3qx6t51c> <30/03/2015>
- Arvaniti, A. (2006β) "Erasure as a means of maintaining diglossia in Cyprus". *San Diego Linguistic Papers* 2. 25-38. <http://repositories.cdlib.org/ucsdling/sdlp2/3> <30/03/2015>
- Arvaniti, A. 2006-2010. "Linguistic practices in Cyprus and the emergence of Cypriot Standard Greek." *Mediterranean Language Review* 17: 15–46.
- Baldauf, R. B. (Jr.) (2006) "Rearticulating the case for micro language planning in a language ecology context". *Current Issues in Language Planning* 7(2/3): 147-170.
- Baldauf, R. B. (Jr.) 2005. "Language planning and policy research: An overview", στο: E. Hinkel (επιμ.) *Handbook of research in second language teaching and learning*. Λονδίνο: Erlbaum. 953–970.
- Barner-Rasmussen, W. & Björkman, I. (2005) "Surmounting interunit barriers: Factors associated with interunit communication intensity in the multinational corporation". *International Studies in Management & Organisation* 35(1): 28–46.
- Baugh, J. (1996). "Dimensions of a theory of econolinguistics", στο: Guy, G. R.; Feagin, C.; Schiffrin, D. & Baugh, J. (επιμ.) *Towards a social science of language*. Τόμος 1: *Variation and change in language and society*. Άμστερνταμ: John Benjamins. 397–419.
- Berns, M. (1995) "English in the European Union". *English Today* 43 (11/3): 3–11.
- Berthoud, A.-C., Grin, F. & Lüdi, G. (2012) *The DYLAN project booklet. Dylan project, main findings*. Ανακτήθηκε 5 Ιανουαρίου 2015 από http://www.dylan-project.org/Dylan_en/dissemination/final/booklet/assets/DYLAN-Project_Final-Booklet_A4.pdf
- Bothorel-Witz, A. & Tsamadou-Jacobberger, I. (2009) "Les processus de minoration et de majoration dans le discours sur les langues et les pratiques dans les entreprises à vocation internationale (implantées en Alsace)", στο: D. Huck & R. Kahn (επιμ.) *Langues régionales, cultures et développement. Etudes de cas en Alsace, Bretagne et Provence*. Παρίσι: L'Harmattan. 43-91.
- Bothorel-Witz, A. & Tsamadou-Jacobberger, I. (2011/2012) "Les représentations du plurilinguisme et de la gestion de la diversité linguistique dans les entreprises. Les imbrications entre une monophonie collective et la polyphonie des énonciateurs singuliers", στο: Lüdi, G. (επιμ.). *Bulletin Suisse de Linguistique*. "Représentations, gestion et pratiques de la diversité linguistique dans des entreprises européennes".
- Bothorel-Witz, A. & Tsamadou-Jacobberger, I. (2013) "Representations of multilingualism and management of linguistic diversity in companies: Intertwining of collective monophony and polyphony in individual enunciators", στο: A. C. Berthoud, F. Grin & G. Lüdi (επιμ.) 'DYLAN: Exploring the Dynamics of Multilingualism'. DYLAN Prestige

- Series. John Benjamins: 83–100.
- Bourdieu, P. (1997) *Language and symbolic power*. Οξφόρδη: Polity.
- Bourdieu, P. (1999) *Γλώσσα και συμβολική εξουσία*. Αθήνα: Καρδαμίτσα.
- Bruthiaux, P. (2003) “21st century trends in language and economics”. *Current Issues in Language Planning* 4(1): 84–90.
- Bugarski, R. (1992) “Language situation and general policy”, στο: Bugarski, R. & C. Hawkesworth, (επιμ.) *Language planning in Yugoslavia*. Κολόμπο/Οχάιο: Slavica. 9–26.
- Calvet, L.J. (1996) *Les politiques linguistiques*. Paris: PUF [Coll. Que sais-je ? αρ. 3075].
- Calvet, L.-J. (1998). *Language wars and linguistic politics*. Οξφόρδη/Νέα Υόρκη: Oxford University Press.
- Charles, M. & Marschan-Piekkari, R. (2002) “Language training for enhanced horizontal communication: A challenge for MNCs”. *Business Communication Quarterly* 65(2): 9–29.
- Cobarrubias, J. (1983) “Ethical issues in status planning”, στο: J. Cobarrubias & J. Fishman (επιμ.) *Progress in language planning*. Βερολίνο/Νέα Υόρκη/Άμστερνταμ: Mouton. 41–85.
- Cooper, R. (1989) *Language planning and social change*. Κέμπριτζ: Cambridge University Press.
- Coulmas, F. (1992) *Language and economy*. Οξφόρδη: Blackwell Publishers.
- Coulmas, F. (2009) “Linguistic landscape and the seed of the public sphere”, στο: E. Shohamy & D. Gorter (επιμ.) *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. Νέα Υόρκη/Λονδίνο: Routledge. 13–24.
- Creswell, J. & Plano Clark, V. L. (2011) *Designing and conducting mixed methods research*. Καλιφόρνια/Λονδίνο/Νέο Δελχί: SAGE.
- Crick, D. (1999) “An Investigation into SME’s use of languages in their export operations.” *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 5(1): 19–31.
- Crystal, D. (1997) *English as a global language*. Κέμπριτζ: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2000) “On trying to be crystal-clear: A response to Phillipson”. *Applied Linguistics* 21(3): 415–423.
- Das Gupta, J. & Ferguson, C. A. (1977) “Problems of language planning”, στο: J. Rubin και all (επιμ.) *Language planning processes*. Χάγη: Mouton. 3–7.
- Dave, C. (1999) “An investigation into SMEs’ use of languages in their export operations.” *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 5(1): 19–31.
- Dávila, A. & Mora, M. (2000) “English fluency of recent Hispanic immigrants to the United States in 1980 and 1990”. *Economic Development and Cultural Development* 48(3): 369–389.
- Davy J. & Pavlou, P. (2001) Is Cyprus an ESL country? *Proceedings of the 12th International Conference of the Greek Applied Linguistics Association*. Θεσσαλονίκη: Γράμμα. 209–215.
- Dhir, K. S. & Gökè-Paríolá A. (2002). The case for language policies in multinational corporations. *Corporate Communications: An International Journal* 7(4): 241–251.
- Dhir, K. S. & Savage, T. (2002) “The value of a working language.” *International Journal of the Sociology of Language* 158: 1–35.
- Dhir, K. S. (2004) “Language as a corporate asset”, στο: S.M. Oliver (επιμ.) *Handbook of Corporate Communication and Strategic Public Relations*. Λονδίνο: Routledge. 393–414.
- Dhir, K. S. (2005) “The value of language: Concept, perspectives and policies.” *Corporate Communications: An International Journal* 10(4): 358–382.

- Dörnyei, Z. (2007). *Research methods in applied linguistics: Quantitative, qualitative and mixed methodologies*. Οξφόρδη: Oxford University Press.
- Eckert, P. (1992) “Communities of practice: Where language, gender and power all live”, στο: K. Hall; M. Bucholtz & B. Moonwomon (επιμ.) *Locating power: Proceedings of the 1992 Berkeley women and language conference*. Μπέρκλεϋ: Berkeley
- Ehrenreich, S. (2009) “English as a lingua franca in multinational corporations. Exploring business communities of practice”, στο: A. Mauranen & E. Ranta (επιμ.) *English as a lingua franca. Studies and findings*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars. 126–151.
- Ehrenreich, S. (2010) “English as a business lingua franca in a German MNC. Meeting the challenge.” *Journal of Business Communication. Special Issue “Language Matters”* 47(4): 408–431.
- Ehrenreich, S. (2012) “English as a lingua franca today and tomorrow: Evolving perspectives.” *Journal of English as a Lingua Franca* 1(1): 181–184.
- ELAN (2006) “Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise”. Λονδίνο: CILT, the National Centre for languages.
- Erling, J. E. & Walton, A. (2007) “English at work in Berlin.” *English Today* 89(23/1): 32–40.
- Feely, A. & Winslow, J. D. (2005) “Talking sense. A research study of language skills management in major companies”. CILT: The National Centre for Languages.
http://www.cilt.org.uk/home/research_and_statistics/research/cilt_activities/the_economic_case.aspx
- Feely, A. J. & Harzing, A-W. (2003) “Language management in multinational companies.” *Cross Cultural Management* 10(2): 37–52.
- Fenyő, S. S. (2003) “The function of the English language in the European Union”. *European Integration Studies, Miskolc* 2(2): 53–64.
- Ferguson, C. (1959) “Diglossia”. *Word* 15: 325–340.
- Ferguson, C. (1968) “Language development”, στο J. Fishman; C. Ferguson & J. Das Gupta (επιμ.) *Language problems of developing nations*. Νέα Υόρκη: John Wiley & Sons. 29–35.
- Ferguson, C. A. (1983) “Language planning and language change”, στο: J. Cobarrubias & J. A. Fishman (επιμ.) *Progress in language planning: International perspectives*. Χάγη: Mouton de Gruyter. 29–40.
- Fettes, M. (2004) “The geostrategies of interlingualism”, στο: J. Maurais & M. Morris (επιμ.) *Languages in a globalising world*. Κέμπριτζ: Cambridge University Press. 37–46.
- Fishman, J. (1965) “Who speaks what language to whom and when?” *La Linguistique* 2: 67–88.
- Fishman, J. (1968) “Sociolinguistics and the language problems of the developing countries”, στο J. Fishman; C. Ferguson & J. Das Gupta (επιμ.) *Language problems of developing nations*. Νέα Υόρκη: John Wiley & Sons. 3–16.
- Fishman, J. A. (1970). *Sociolinguistics: A brief introduction*. Rowley, Mass.: Newbury House.
- Fishman, J. (1972) “Domains and the relationship between micro- and macrosociolinguistics στο: J. J. Gumperz & D. Hymes (επιμ.) *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*. Νέα Υόρκη: Holt Rinehart & Winston. 435–453.
- Fishman, J. A. (1974). “Language modernization and planning in comparison with other types of national modernization and planning”, στο J. A. Fishman (επιμ.) *Advances in language planning*. Χάγη: Mouton. 79–102.

- Fishman, J. A. (1977) "Comparative study of language planning: Introducing a survey", στο J. Rubin; B. H. Jernudd; J. Das Gupta; J. Fishman & C. Ferguson (επιμ.) *Language planning processes*. Χάγη: Mouton. 31–39.
- Fishman, J., Ferguson, C. & Das Gupta, J. (1968) *Language problems of developing nations*. Νέα Υόρκη: John Wiley & Sons.
- Fodor, F. & Peluau, S. (2003) "Language geostrategy in eastern and central Europe: Assessment and perspectives", στο: J. Maurais & M. A. Morris (επιμ.) *Languages in a globalising world*. Κέμπριτζ: Cambridge University Press. 85-98.
- Fredriksson, R., Barner-Rasmussen, W. & Piekkari, R. (2006) "The multinational corporation as a multilingual organization: The notion of a common corporate language". *Corporate Communications: An International Journal* 11(4): 406–23.
- Georgiou, V. (2009) "Language ideologies in action: Planning and debating the orthography of place names in Cyprus." Unpublished PhD Thesis. University of Southampton.
- Georgiou, V. (2010) "Competing discourses in the debate on place names in Cyprus: Issues of (symbolic) inclusion/exclusion in orthographic choices." *Journal of Language and Politics* 9(1): 140–164.
- Gill, S. K. (2005) "Language policy in Malaysia: Reversing direction." *Language Policy* 4: 241–260.
- Goutsos, D. & Karyolemou, M. (2004) "Introduction." *International Journal of the Sociology of Language* 168. *The sociolinguistics of Cyprus I (Studies from the Greek Sphere)*: 1–7.
- Grabe, W. (1994) *Language policy and planning*. *Annual Review of Applied Linguistics* 14. Νέα Υόρκη: Cambridge University Press.
- Graddol, D. (1997) *The future of English*. Λονδίνο: British Council.
- Graddol, D. (2006) *English next: Why global English may mean the end of English as a foreign language*. The British Council.
http://vigdis.hi.is/sites/vigdis.hi.is/files/images/einangrun_enskumaelandi_folks.pdf
- Grin, F. & Vaillancourt, F. (1997) "The economics of multilingualism: Overview and analytical framework." *Annual Review of Applied Linguistics* 17: 43–65.
- Grin, F. (1996) "Economics of language." *International Journal of the Sociology of Language* 121: 1–17.
- Grin, F. (2001) "English as an economic value: Facts and fallacies." *World Englishes* 20(1): 65–78.
- Grin, F. (2003) "Language planning and economics." *Current Issues in Language Planning* 1(4): 1–66.
- Grin, F. (2006) "Economic considerations in language policy", στο: T. Ricento (επιμ.) *An introduction to language policy: Theory and method*. Οξφόρδη: Blackwell. 77–94.
- Haarman, H. (2005) "Multiple foreign language choices in response to varied economic needs." *Sociolinguistica* 19: 50–57.
- Hadjioannou, X.; Tsiplakou, St. & Kappler, M. (2011) *Language policy and language planning in Cyprus*. Current Issues in Language Planning. 1-67. (CILP Monograph Series). Reprinted in R. Kaplan; R. Baldauf & N. Kanwangamalu (επιμ.) (2013) *Language planning in Europe*. London: Routledge.
- Hagen, St. (1999) *Business communication across borders - A study of language use and practice in European companies*. Λονδίνο: Languages National Training Organisation.
- Hagen, St. (2004) *Language and culture in British business: Communication, needs and strategies*. Λονδίνο: CiLT: The National Centre for Languages.

- Haugen, E. (1959) "Planning for a standard language in Norway". *Anthropological Linguistics* 1: 8–21.
- Haugen, E. (1966) "Linguistics and language planning", στο: W. Bright (επιμ.) *Sociolinguistics*. Χάγη: Mouton. 50–71.
- Haugen, E. (1983) "The implementation of corpus planning: Theory and practice", στο: J. Cobarrubias & J. A. Fishman (επιμ.) *Progress in language planning: International perspectives*. Χάγη: Mouton de Gruyter. 269–289.
- Heller, M. (2001) "Undoing the macro-micro dichotomy: Ideology and categorization in a linguistic minority school", στο: N. Coupland; S. Sarangi & C. Candlin (επιμ.) *Sociolinguistics and social theory*. Λονδίνο: Longman. 212–234.
- Hobsbawm E. J. (1994) *Έθνη και εθνικισμός από το 1780*. Αθήνα: Καρδαμίτσα.
- Holland, R. (2002) "Globospeak? Questioning text on the role of English as a global language". *Language and Intercultural Communication* 2(1): 5–24.
- Hollqvist, H. (1984) *The use of English in three large Swedish companies*. Ουψάλα: Studia Anglistica Uppsaliensa 55.
- Hornberger, N. (2006) "Frameworks and models in language policy and planning", στο: T. Ricento (επιμ.) *An introduction to language policy: Theory and method*. Οξφόρδη: Blackwell. 24–71.
- Huhta, M. (2002) *Tools for planning language training*. Language Policy Division - Directorate of School, Out-of-School and Higher Education – DGIV. Στρασβούργο: Συμβούλιο της Ευρώπης.
<http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/source/huhtaen.pdf> <30/03/2015>
- Hülmbauer, C.; Böhringer, H. & Seidlhofer B. (2008) "Introducing English as a lingua franca (ELF): Precursor and partner in intercultural communication". *Synergies Europe* 3: 25–36.
- Incelli, E. (2008) "Foreign language management in Lazio SMEs". *Language Policy* 7: 99–120.
- Ioannidou, A. (2007) "This ain't my real language, Miss: The use of the Cypriot dialect and standard modern Greek in a typical classroom interaction", στο: A. Papapavlou & P. Pavlou (επιμ.), *Sociolinguistics and pedagogical dimensions of dialects in education*. Κέμπριτζ: Cambridge Scholars. 165–191.
- Ioannidou, E. (2007) "Using the improper language as a marker of ethnic identity in a Greek Cypriot classroom", στο: A. Papapavlou & Π. Pavlou (επιμ.) *Sociolinguistic and pedagogical dimensions of dialects in education*. Κέμπριτζ: Cambridge Scholars. 165–191.
- Ioannidou, E. (2009) "Language policy and ethnic identity in Greek Cypriot education", στο: Cornillie, B; Lambert, J & Swiggers, P. (επιμ.) *Linguistic identities, language shift and language policy in Europe*. Leuven/Paris: Peeters. 111-132.
- Ioannidou, E. (2009) "Using the improper language in the classroom: The conflict between language use and legitimate varieties in education. Evidence from a Greek Cypriot classroom." *Language and Education* 23(3): 263–278.
- Ioannidou, E. & Sophocleous, A. (2010) "Now, is this how we are going to say it? Comparing teachers' language practices in primary and secondary state education in Cyprus". *Linguistics and Education* 21(4): 298–313.
- Ioannou, Y. (1991) "Language, politics and identity: An analysis of the Cypriot dilemma." *The Cyprus Review* 3(1): 15–41.
- Ivankova, V. & Creswell, J. (2009) "Mixed methods", στο: J. Heigham & R. Croker (επιμ.) *Qualitative research in applied linguistics: A practical introduction*. Houndmills/Basingstoke/Hampshire [England]: Palgrave Macmillan. 135–161.
- Janssens, M.; Lambert, J. & Steyaert, C. (2004) "Developing language strategies for

- international companies: The contribution of translation studies". *Journal of World Business* 39: 414–430.
- Jernudd, B. & Das Gupta, J. (1971) "Towards a theory of language planning", στο: J. Rubin & B. Jernudd (επιμ.) *Can language be planned? Sociolinguistic theory and practice for developing nations*. Χονολουλού: East West Center. 195–215.
- Jernudd, B. & Neustupný, J. (1987) "Language planning: For whom?", στο L. Laforge (επιμ.) *Proceedings of the International Colloquium on language planning*. Κεμπέκ: Les Presses de L'Université Laval. 69–84.
- Jernudd, B. H. (1993) "Language planning from a management perspective: An interpretation of findings", στο: E. H. Jahr (επιμ.) *Language conflict and language planning*. Βερολίνο: Mouton de Gruyter. 133–142.
- Johanson, J. & Vahlne, J. E. (1977) "The internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments". *Journal of International Business Studies* 8(1): 23–32.
- Johnson, B. R. & Onwuegbuzie, A. J. (2004) "Mixed methods research: A research paradigm whose time has come." *Educational Researcher* 33(7): 14–26.
- Kachru, B. B. (1985) "Standards, codification and sociolinguistic realism: The English language in the outer circle", στο: R. Quirk & H. Widdowson (επιμ.) *English in the world: Teaching and learning the language and literatures*. Κέμπριτζ: Cambridge University Press. 11–36.
- Kallen, J. (2009) "Tourism and representation in the Irish linguistic landscape", στο: E. Shohamy & D. Gorter (επιμ.) *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. Νέα Υόρκη/Λονδίνο: Routledge. 270–283.
- Kamwendo, G. H. (2005) "Language planning from below: An example from northern Malawi" *Language Policy* 4(2): 143–165.
- Kaplan, R. (2001) "English—the accidental language of science?", στο Ammon, U. (επιμ.) *The dominance of English as a language of science: Effects on other languages and language communities*. Βερολίνο/Νέα Υόρκη: Mouton de Gruyter.
- Kaplan, R. B. & Baldauf, R. B. (Jr.) (1997) *Language planning: From practice to theory*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Karagiorges, A. G. (1986). *Education development in Cyprus, 1960-1977*. Nicosia: A.G. Karagiorges.
- Karam, F. S. (1974) "Toward a definition of language planning", στο: J. Fishman (επιμ.) *Advances in language planning*. Χάγη: Mouton. 103–124.
- Karoulla-Vrikki, D. (1991) "The language of the Greek Cypriots today: A revelation of an identity crisis?" *The Cyprus Review* 3(1): 42–58.
- Karoulla-Vrikki, D. (2001) "English or Greek language? State or ethnic identity? The case of the courts in Cyprus." *Language Problems Language Planning* 25(3): 259–288.
- Karoulla-Vrikki, D. (2004) "Language and ethnicity in Cyprus under the British: A linkage of heightened salience." *International Journal of the Sociology of Language* 168: 19–36.
- Karoulla-Vrikki, D. (2007) "Education, language policy and identity in Cyprus: A diachronic perspective (1960-1997)", στο A. Papapavlou & P. Pavlou (επιμ.) *Sociolinguistic and pedagogical dimensions of dialects in education*. Κέμπριτζ: Cambridge Scholars. 80–100.
- Karoulla-Vrikki, D. (2009) "Greek in Cyprus: Identity oscillations and language planning", στο: A. Georgakopoulou & Silk M. (επιμ.) *Standard languages and language standards: Greek, past and present*. Farnham/Surrey: Ashgate. 187–219.
- Karoulla-Vrikki, D. (2013) "Public and commercial signs in Cyprus: Should language policy foster an identity?", στο Marilena Karyoleμου & Pavlos Pavlou (eds), *Language*

Policy and Planning in the Mediterranean World. Κέμπριτζ: Cambridge Scholars Publishing. 210-224.

Karyolemou, M. & Pavlou, P. (2001) "Language attitudes and assessment of salient variables in a bi-dialectal speech community", στο: J. Fontana; L. McNally; Turell, T. & Vallduri, E. (επιμ.) *Proceedings of the First International Conference on Language Variation in Europe (ICLaVE1)*. Βαρκελώνη: Universitat Pompeu Fabra. 110–120.

Karyolemou, M. (1994) "Linguistic attitudes and metalinguistic discourse: An investigation in the Cypriot press", στο: I. Philippaki-Warbuton; Nikolaidis, K. & Sifianou, M. (επιμ.) *Themes in Greek linguistics: Papers of the First International Congress on the Greek language*. Άμστερνταμ/Φιλαδέλφεια: John Benjamins. 253–259.

Karyolemou, M. (2001β) "From linguistic liberalism to legal regulation: The Greek language in Cyprus." *Language Problems and Language Planning* 25(1): 25–52.

Karyolemou, M. (2001γ) " 'Ne touchez pas à mon dialecte!': Normalisation des noms géographiques et saillance de variables à Chypre." *Journal de l'Association canadienne de linguistique appliquée* 2(1): 1001–1013.

Karyolemou, M. (2002α) "When language policies change without changing: The University of Cyprus." *Language Policy* 1: 213–236.

Karyolemou, M. (2003) "'Keep your language and I will keep mine': Politics, language and the construction of identities in Cyprus", στο: D.Nelson & M. Nelson Dedaic (επιμ.) *At war with words*. Άμστερνταμ/Νέα Υόρκη: Mouton de Gruyter. 359–383.

Karyolemou, M. (forthcoming) "Language use in higher education in Cyprus: National aspirations, language ideology and economic development", στο: Gerhard Stickel (επιμ.) *Language use in university teaching and research - Past, present and future*. Proceedings of the XXI EFNIL Conference on *language use in university teaching and research* Frankfurt: Peter Lang (Duisburger Papers on Research in Language and Culture 94).

Karyolemou, M. (2004) "Language ideology and language practice in higher education: Setting aside national language policies". Βελτιωμένη έκδοση ανακοίνωσης στο Διεθνές συνέδριο «Language and the future of Europe: «Ideologies, policies and practices». Πανεπιστήμιο Southampton, 8-10 Ιουλίου 2004. Ηλεκτρονική δημοσίευση http://www.lang.soton.ac.uk/lipp/restricted/LIPP_Karyolemou.pdf

Karyolemou, M. (2008) "Promoting bi/multilingualism in Europe: Language use and language teaching in higher education", στο: Σ. Παυλίδου (επιμ.) *Μελέτες για την ελληνική γλώσσα* 28. *Πρακτικά της 28ης Ετήσιας Συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης*. Θεσσαλονίκη: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών. 194–205.

Karyolemou (2010α) "Lesser-used national languages in higher education: The case of Greek in Cyprus", στο: Marjeta Humar και Mojca Zagar Karer (επιμ.) *Language diversity and national languages in higher education*. Ljubljana: Scientific Research Centre SASA. 37-42.

Katsoyannou, M.; Papapavlou, A.; Pavlou, P. & Tsiplakou, St. (2005) "Pratiques langagieres et description linguistique en contexte bidialectal: le grec chypriote." *Actes du XXXIXème Colloque International de Linguistique Fonctionnelle*. Helsinki: Publications du Département des langues romanes de l'Université de Helsinki. 109-113.

Kingsley, L. (2009) "Explicit and implicit dimensions of language policy in multilingual banks in Luxembourg: An analysis of top-down and bottom up pressures on practices." *Language Problems and Language Planning* 33(2): 153–173.

Kingsley, L. (2010) "Language policy in multilingual workplaces: Management, practices and beliefs in banks in Luxembourg". Unpublished PhD thesis. Victoria University of Wellington. Νέα Ζηλανδία.

Kingsley, L. (2013) "Language choice in multilingual encounters in transnational

- workplaces.” *Journal of Multilingual and Multicultural Development* 34(6/1): 533–548.
- Kloss, H. (1968) “Notes concerning a language-nation typology”, στο: J. Fishman; Ch. Ferguson & J. Das Gupta (επιμ.) *Language problems of developing nations*. Νέα Υόρκη: John Wiley & Sons. 69–85.
- Kloss, H. (1969) *Research possibilities on group bilingualism: A report*. Κεμπέκ: International centre for research on bilingualism.
- Labrie, N. & Quell, C. (1997) “Your language, my language or English? The potential language choice in communication among nationals of the European Union.” *World Englishes* 16(1): 3–26.
- Landry, R. & Bouhris, R. Y. (1997) “Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study.” *Journal of Language and Social Psychology* 16(1): 23–49.
- Lester, T. (1994) “Pulling down the language barrier”. *International management* 42(4): 16-23.
- Liddicoat, A. & Baldauf, R. (Jr) (2008) “Language planning in local contexts: Agents, contexts and interactions”, στο: A. Liddicoat & R. Baldauf (επιμ.) *Language planning in local contexts*. Great Britain: Multilingual Matters. 3–17.
- Loos, E. (2000) “Language choice, linguistic capital and symbolic domination in the European Union.” *Language Problems and Language Planning* 24(1): 37–53.
- Loos, E. (2007) “Language policy in an enacted world - The organization of linguistic diversity.” *Language Problems and Language Planning* 31(1): 37–60.
- Louhiala-Salminen, L.; Charles, M. & Kankaanranta, A. (2005) “English as a lingua franca in Nordic corporate mergers: Two case companies.” *English for Specific Purposes* 24(4): 401-421.
- Luo, Y. & Shenkar, O. (2006) “The multinational corporation as a multilingual community: Language and organisation in a global context.” *Journal of International Business Studies* 37(3): 321–39.
- Mac Giolla Chríost, D. (2002) “Language planning in Northern Ireland.” *Current Issues in Language Planning* 3(4): 425–476.
- Mac Giolla Chríost, D. (2006) “Micro-level language planning in Ireland.” *Current Issues in Language Planning* 7(2/3): 230–250.
- Mar-Molinero, C. & Stevenson, P. (2006) “Language policy in a changing Europe – Introduction.” *Language Policy* 5: 239–245.
- Marschak, J. (1965) “Economics of language”. *Behavioral Science* 10: 135–240.
- Marschan, R.; Welch D. & Welch L. (1997) “Language: The forgotten factor in multinational management.” *European management journal* 15(5): 591–598.
- Marschan-Piekkari, R.; Welch, D. & Welch, L. (1999α) “In the shadow: The impact of language on structure, power and communication in the multinational.” *International Business Review* 8: 421–440.
- Marschan-Piekkari, R.; Welch, D. & Welch, L. (1999β) “Adopting a common corporate: IHRM implications”. *The International Journal of Human Resource Management* 10(3): 377–390.
- Maurais, J. (2003) “Towards a new linguistic world order”, στο: J. Maurais & M. Morris (επιμ.) *Languages in a globalising world*. Κέμπριτζ: Cambridge University Press. 13-36.
- McEntee, L. J. (2001) “Language use and attitudes towards Greek, English and the Greek-Cypriot dialect in the Greek-Cypriot community in Nicosia, Cyprus.” Πρακτικά του 4ου Διεθνούς Γλωσσολογικού Συνεδρίου για την Ελληνική Γλώσσα. Θεσσαλονίκη: University Studio Press. 408–415.
- McEntee-Atalianis, L. J. (2006) “Geostrategies of interlingualism: Language policy and

- practice in the International Maritime Organisation, London, UK.” *Current Issues in Language Planning* 7(2/3). 341–358.
- McEntee-Atalianis, L.J. & Pouloukas, S. (2001) “Issues of identity and power in a Greek-Cypriot community.” *Journal of Multilingual and Multicultural Development* 22(1): 19–38.
- McEntee-Atalianis, L.J. (2004) “The Impact of English in post-colonial, post-modern Cyprus.” *Journal of the Sociology of Language* 168: 77–90.
- Millar, S., Cifuentes, S., Jensen, A. (2013) “A social representational perspective on languages and their management in the Danish corporate sector”, στο: A. C. Berthoud, F. Grin and G. Lüdi (επιμ.) *DYLAN: Exploring the dynamics of multilingualism*. DYLAN Prestige Series, John Benjamins: 101 – 120.
- Nahir, M. (1984) “Language planning goals: A classification.” *Language Problems and Language Planning* 8: 294–327.
- Nahir, M. (1998) “Micro language planning and the revival of Hebrew: A schematic framework.” *Language in Society* 27: 335–357.
- Nekvapil, J. & Nekula, M. (2006) “On language management in multinational companies in the Czech Republic.” *Current Issues in Language Planning* 7 (2/3): 307–327.
- Nekvapil, J. & Sherman, T. (2009) “Pre-interaction management in multinational companies in central Europe.” *Current Issues in Language Planning* 10: 181–198.
- Nekvapil, J. (2006) “From language planning to language management.” *Sociolinguistica* 20: 92–104.
- Nelde, P. H. (2004) “Η νέα πολυγλωσσία: πρόκληση για μια ευρωπαϊκή γλωσσική πολιτική”, στο Β. Δενδρινού & Β. Μητσκοπούλου (επιμ.) *Πολιτικές γλωσσικού πλουραλισμού και ξενόγλωσση εκπαίδευση στην Ευρώπη*. Αθήνα: Μεταίχμιο. 105–120.
- Neustupný, J. & Nekvapil, J. (2003) “Language management in the Czech Republic.” *Current Issues in Language Planning* 4: 181–366.
- Neustupný, J. V. (1994) “Problems of English contact discourse and language planning”, στο: T. Kandiah & J. Kwan-Terry (επιμ.) *English and language planning*. Σγκαπούρη: Academic. 50–69.
- Nickerson, C. (2005) “English as a lingua franca in international business contexts.” *English for Specific Purposes* 24(4): 367–380.
- Oikonomidis, A. (2003) “The impact of English in Greece.” *English Today* 74(19/2): 55–61.
- Oppenheim, A. N. (1992) *Questionnaire design, interviewing and attitude measurement*. Λονδίνο: Pinter.
- Ozolins, U. (2003) “Language and economics: Mutual incompatibilities, or a necessary partnership?” *Current Issues in Language Planning* 1(4): 67–83.
- Papapavlou, A. & P. Pavlou (1998) “A review of the sociolinguistic aspects of the Greek Cypriot dialect.” *Journal of Multilingual and Multicultural Development* 19(3): 212–220.
- Papapavlou, A. & P. Pavlou (2005) “Literacy and language-in-Education policy in bidialectal settings.” *Current Issues in Language Planning* 6(2): 164–181.
- Papapavlou, A. (1988) “Motivational, attitudinal and sociocultural factors in lexical borrowing.” *Journal of Business in Society* 1(2): 151–163.
- Papapavlou, A. (1997) “The influence of English and its dominance in Cyprus: Reality or unfounded fear?” *Journal of Mediterranean Studies* 7(2): 218–249.
- Papapavlou, A. (1998) “Attitudes toward the Greek Cypriot dialect: Sociocultural implications.” *International Journal of the Sociology of Language* 134: 15–28.

- Papapavlou, A. (2001α) “Linguistic imperialism? The status of English in Cyprus.” *Language Problems and Language Planning* 25(2): 167–176.
- Papapavlou, A. (2001β) “The spread of English worldwide and the situation in Cyprus: Growing concerns”. *Πρακτικά του 4ου Διεθνούς Γλωσσολογικού Συνεδρίου για την Ελληνική Γλώσσα*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press. 431–438.
- Papapavlou, A. (2002) “Mind your speech: Language attitudes in Cyprus.” *Journal of Multilingual and Multicultural Development* 22(6): 491–501.
- Papapavlou, A. (2004) “Verbal fluency of bidialectal speakers of SMG and the role of language-in-education practices in Cyprus.” *International Journal of the Sociology of Language* 168: 91–100.
- Papapavlou, A. (2006) “Implementing language policies: The standardization and transliteration of toponyms in Cyprus.” *Proceedings of the 6th Conference on Greek Linguistics*. Rethymno.
<http://www.philology.uoc.gr/conferences/6thICGL/ebook/g/papapavlou>
- Papapavlou, A. (2010) “Language planning in action: Searching for a viable bidialectal program.” *Language Problems and Language Planning* 34(2): 120–140.
- Pavlou, P. & Christodoulou, N. (2001) “Bidialectalism in Cyprus and its impact on the teaching of Greek as a foreign language.” *International Journal of Applied Linguistics* 11(1): 75–91.
- Pavlou, P. & Papapavlou, A. (2002) “Language planning in Cyprus and the role of the Cypriot dialect in education”, στο: Ch. Clairis (επιμ.) *Recherches en linguistique grecque*. τόμος 2. 163–166. Παρίσι: L’Harmattan.
- Pavlou, P. & Papapavlou, A. (2004) “Issues of dialect use in education from the Greek Cypriot perspective.” *International Journal of Applied Linguistics* 14(2): 243–258.
- Pavlou, & Papapavlou, A (2005) “Literacy and language-in-education policy in bidialectal settings.” *Current Issues in Language Planning* 6(2), 164-181.
- Pavlou, P. (2003) “The use of dialectal and foreign language elements in radio commercials and their function in the construction of contemporary Cypriot identity.” *Travaux de la Maison de L’Orient Méditerranéen* 37. Lyon: Presses Universitaires de Lyon. 175–183.
- Pavlou, P. (2004) “Greek dialect use in the mass media in Cyprus.” *International Journal of the Sociology of Language* 168: 101–118.
- Pennycook, A. (1994) *The cultural politics of English as an international language*. Λονδίνο: Longman.
- Phillipson, R. & Skutnabb-Kangas, T. (1994) “English, panacea or pandemic.” *Sociolinguistica* 8: 73–87.
- Phillipson, R. & Skutnabb-Kangas, T. (1996) “English only worldwide or language ecology?” *TESOL Quarterly* 30 (3): 429–452.
- Phillipson, R. & Skutnabb-Kangas, T. (1997) “Linguistic human rights and English in Europe.” *World Englishes* 16(1): 22–43.
- Phillipson, R. (1992) *Linguistic Imperialism*. Οξφόρδη: Oxford University Press.
- Phillipson, R. (1999) “Η υπόσχεση και η απειλή της αγγλικής ως «ευρωπαϊκής γλώσσας», στο Α.-Φ. Χριστίδης (επιμ.) *Ίσχυρές και “ασθενείς” γλώσσες στην Ευρωπαϊκή Ένωση: Όψεις του γλωσσικού ηγεμονισμού*”. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας. 91–95.
- Phillipson, R. (2000) “Voice in global English: unheard chords in Crystal loud and clear.” *Applied Linguistics* 20(2): 265–275.
- Phillipson, R. (2001) “Global English and local language policies: What Denmark needs.” *Language Problems and Language Planning* 25(1): 1–24.

- Phillipson, R. (2005) "Language policy and linguistic imperialism", στο: T. Ricento (επιμ.) *An introduction to language policy: Theory and method*. Οξφόρδη: Blackwell. 346–361.
- Poncini, G. (2003) "Multicultural business meetings and the role of languages other than English." *Journal of Intercultural Studies* 24(1): 17–32.
- Pool, J. (1996) "Optimal language regimes for the European Union." *International Journal of the Sociology of Language* 121: 159–179.
- Rees, J. I. & Rees, C. J. (1996) "Lost for words ... and losing business." *Industrial and Commercial Training* 28: 8–13.
- Reeves, N. & Wright, C. (1996) *Linguistic auditing*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Ricento, T. (2000) "Historical and theoretical perspectives in language policy and planning." *Journal of Sociolinguistics* 4(2): 196–213.
- Ricento, T. (2006) "Language policy: Theory and practice – An introduction", στο: του ίδιου (επιμ.) *An introduction to language policy: Theory and method*. Οξφόρδη: Blackwell. 10–23.
- Ricento, T. (2006) "Theoretical perspectives in language policy: An overview", στο: του ίδιου (επιμ.) *An introduction to language policy: Theory and method*. Οξφόρδη: Blackwell. 3–9.
- Ricento, T. K. & Hornberger, N. H. (1996) "Unpeeling the onion: Language planning and policy and the ELT professional." *TESOL Quarterly* 30: 401–427.
- Robson, C. (2007) *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου: Ένα μέσον για κοινωνικούς επιστήμονες και επαγγελματίες ερευνητές*. Αθήνα: Gutenberg/Γιώργος & Κώστας Δαρδανός.
- Rogers P. S. (1998) "National agendas and the English divide." *Business Communication Quarterly* 61(3): 79–127.
- Rogerson-Revell, P. (2007) "Using English for international business: A European case study". *English for Specific Purposes* 26: 103–120.
- Rousseau, L.-J. (2005) "Terminologie et aménagement linguistique". *Langages* 157: 93-102.
- Rubin, J. & Jernudd, B. (1971) "Towards a theory of language planning" στο: των ιδίων (επιμ.) *Can language be planned? Sociolinguistic theory and practice for developing nations*. Χονολουλού: East West Center. 195–215.
- Rubin, J. (1971) "A view towards the future" στο: J. Rubin, & Jernudd, B (επιμ.) *Can language be planned? Sociolinguistic theory and practice for developing nations*. Χονολουλού: East West Center. 307-310.
- Rubin, J. & Jernudd, B. (1971) "Introduction: Language planning as an element in modernization", στο: των ιδίων (επιμ.) *Can language be planned? Sociolinguistic theory and practice for developing nations*. Χονολουλού: East West Center. xiii–xxiv.
- Rubin, J. (1983) "Evaluation status planning: What has the past decade accomplished?", στο: J. Cobarrubias & J. Fishman (επιμ.) *Progress in language planning: International perspectives*. Βερολίνο: Mouton. 329–343.
- Rubin, J.; Fishman, J.; Jernudd, B.; Das Gupta, J. & Ferguson, C. A. (1977) *Language planning processes*. Χάγη: Mouton
- Schiffman, F. H. (1996) *Linguistic culture and language policy*. Λονδίνο/Νέα Υόρκη: Routledge.
- Schiffman, F. H. (2006) "Language policy and linguistic culture", στο: T. Ricento (επιμ.) *An introduction to language policy: Theory and method*. Οξφόρδη: Blackwell. 111–125.
- Sciriha, L. (1995) "The interplay of language and identity in Cyprus." *The Cyprus Review* 7(2): 7–34.

- Sciriha, L. (1996) *A question of identity. Language use in Cyprus*. Λευκωσία: Intercollege Press.
- Seidlhofer, B.; Breitender, A. & Pitzl, M-L. (2006) “English as a lingua franca in Europe: Challenges for applied linguistics.” *Annual Review of Applied Linguistics* 26: 3–34.
- Shohamy, E. (2006) *Language policy: Hidden agendas and new approaches*. Λονδίνο/Νέα Υόρκη: Routledge.
- Silverman, D. (2006) “Interpreting qualitative data – Methods for analyzing talk, text and interaction (τρίτη έκδοση). Λονδίνο: Sage.
- Spolsky, B. (2004) *Language policy*. Κέμπριτζ: Cambridge University Press.
- Spolsky, B. (2009) *Language management*. Κέμπριτζ: Cambridge University Press.
- Tauli, V. (1974) “The theory of language planning”, στο: J. Fishman (επιμ.) *Advances in language planning*. Χάγη: Mouton. 49–67.
- Terkourafi, M. (2004) “The Cypriot koine: A recent development?” *Πρακτικά του 6ου Διεθνούς Συνεδρίου Ελληνικής Γλωσσολογίας*. 18-21 Σεπτεμβρίου 2003. Ρέθυμνο: Εργαστήριο Γλωσσολογίας/Πανεπιστήμιο Κρήτης.
<http://www.philology.uoc.gr/conferences/> <30/03/2015>
- Theophanous, P. (2013) “Micro and Macro in Language Policy and Planning: Some Definitions and Paradigms from the Cypriot Context”, στο Marilena Karyoleμου & Pavlos Pavlou (eds), *Language Policy and Planning in the Mediterranean World*. Κέμπριτζ: Cambridge Scholars Publishing. 194-209.
- Tollefson, J. (1991) *Planning language, planning inequality: Language policy in the community*. Λονδίνο: Longman.
- Tollefson, J. (2002) “Limitations of language policy and planning”, στο: R. B. Kaplan (επιμ.) *The Oxford handbook of applied linguistics*. Οξφόρδη: Oxford University Press. 416–425.
- Truchot C. (1997) “The spread of English: From France to a more general perspective.” *World Englishes* 16(1): 65-76.
- Truchot, C. & Huck, D. (2009) “Le traitement des langues dans les entreprises”. *Sociolinguistica* 23. *Sprachwahl in europäischen Unternehmen, Language choice in European companies, Choix linguistiques dans les entreprises en Europe*. 1-31.
- Truchot, C. (2001) *Language in the workplace: Outline of an analytical framework* διαθέσιμο στο ELC Information Bulletin 7.
<http://web.fuberlin.de/elc/bulletin/7/en/truchot.html> <30/03/2015>
- Truchot, C. (2002) *Key aspects of the use of English in Europe*. Στρασβούργο: Συμβούλιο της Ευρώπης. Language Policy Division.
<http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/source/truchoten.pdf>
- Tsiplakou, St. (2003) “Linguistic attitudes and emerging hyperdialectism in a diglossic setting: Young Cypriot Greeks on their Language.” *Proceedings of Berkeley Linguistic Society* 29 (in press).
- Tsiplakou, S. (2009a) “Code-switching and code-mixing in situations of language contact: The case of contemporary Cypriot Greek.” *Μελέτες για την ελληνική γλώσσα* 29. *Πρακτικά της 29ης Ετήσιας Συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης*. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης/Ίδρυμα Νεοελληνικών Σπουδών. 400–412.
- Tsiplakou, St. (2007) “Language variation in the Cypriot language classroom and its implications for education”, στο: A. Papapavlou & P. Pavlou (επιμ.) *Sociolinguistics and pedagogical dimensions of dialects in education*. Κέμπριτζ: Cambridge Scholars. 236–264.
- Tsiplakou, St. (2009a) “English in Cyprus: Outer or expanding circle?”, στο: C. Bongartz & Mukherjee J. (επιμ.) *Anglistik. International Journal of English Studies* 20: 2. Special

Issue: *Non-native Englishes: Exploring Second-language Varieties and Learner Englishes*. 75–88.

Tsiplakou, St. (2009β) “Language alternation, competing grammars and interlanguage: Another facet of the Cyprus problem”, στο: Giannakis, G.; Baltazani, M.; Xydopoulos, G. & Tsangalidis, T. (eds.) Πρακτικά του 8ου Διεθνούς Συνεδρίου Ελληνικής Γλωσσολογίας. Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων. 1195–1209. http://www.linguist-uoι.gr/cd_web/docs/greek/044_Tsiplakou.icgl8.pdf

Tsiplakou, St.; Papapavlou, A.; Pavlou, P. & Katsoyannou, M. (2005) “Levelling, koineization and their implications for bidialectalism”, στο: Fr.s Hiskens (επιμ.) *Language variation – European perspectives*. Άμστερνταμ/Φιλαδέλφεια: John Benjamins. 265–276.

Vaillancourt, F. (1996) “Language and socioeconomic status in Quebec: Measurement, findings, determinants, and policy costs.” *International Journal of the Sociology of Language* 121: 69–92.

van Els, T. (2001) “The European Union, its Institutions and its Languages: Some Language Political Observations”. *Current Issues in Language Planning* 2(4): 311-360.

van Els, T. (2005) “Multilingualism in the European Union.” *International Journal of Applied Linguistics* 15: 263–281.

Wardhaugh, R. (2002) *An introduction to sociolinguistics*. 4η έκδοση. Οξφόρδη: Blackwell.

Wiley, N. (1988) “The micro-macro problem in social theory.” *Sociological Theory* 6: 254–261.

Wiley, T. G. (1996) “Language planning and policy”, στο: S. L. McKay & N. H.

Hornberger (επιμ.), *Sociolinguistics and language teaching*. Νέα Υόρκη: Cambridge University Press. 103–147.

Wright, S. (2000) *Community and communication: the role of language in nation building and European integration*. Κλέβεντον: Multilingual Matters.

Wright, S. (2004). *Language policy and language planning. From nationalism to globalization*. Λονδίνο/Νέα Υόρκη: Palgrave.

Yanaprasart, P., Choremi, T., Gander, F. (2013) “Language diversity management on corporate websites”, στο: A.C. Berthoud, F. Grin & G. Lüdi (επιμ.) *DYLAN: Exploring the Dynamics of Multilingualism*. DYLAN Prestige Series. John Benjamins: 137–154.

Yazgın, N. (2007) “The role of the English language in Cyprus and its effects on the ELT classroom.”

<http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED496971.pdf> <30/03/2015>

Yiakoumetti, A. (2003) “Successful application of a language awareness learning model designed to improve performance in a second dialect”. *CamLing*. Cambridge: Cambridge Institute of Language Research. Pp. 417-422.

Yiakoumetti, A. (2003) “Using Language Awareness to improve the learning of a second dialect”. Second Language Education Group (SLEG) Seminars. Faculty of Education, University of Cambridge.

Yiakoumetti, A. (2005) “Bidialectal education as a tool for reduction of dialectal interference in production of the standard variety”. LAGB Annual Meeting 2005. University of Cambridge: August-September 2005. [lecture]

Yiakoumetti, A. (2006) “A bidialectal programme for the learning of standard modern Greek in Cyprus.” *Applied Linguistics* 2(2): 295–317.

Yiakoumetti, A. (2006). “A bidialectal programme for the learning of Standard Modern Greek in Cyprus”. *Applied Linguistics* 27(2): 295-317.

Yiakoumetti, A. (2007) "Choice of classroom language in bidialectal communities: To include or to exclude the dialect?" *Cambridge Journal of Education* 37(1)Q: 51–66.

Αρβανίτη, Α. (2002) "Διμορφία, διγλωσσία και η εμφάνιση της κυπριακής νεοελληνικής κοινής", στο: Χρ. Κλαίρη (επιμ.) *Recherches en linguistique grecque/Γλωσσολογικές έρευνες για την ελληνική*. Παρίσι: L'Harmattan. Τόμος I: 75–78.

Δημαράς, Κ. (1986) (επιμ.) *Αδαμάντιου Κοραή Προλεγόμενα στους αρχαίους Έλληνες συγγραφείς και η αυτοβιογραφία του*. Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης

Ιωάννου, Γ. (1988) *Μια ιδεολογική θεώρηση του γλωσσικού μας προβλήματος*. Λευκωσία: Δοκίμιο.

Κάρουλλα-Βρίκκη, Δ. (2002) "Η αγγλική ως κυρίαρχη γλώσσα στα δικαστήρια της Κυπριακής Δημοκρατίας." *Μελέτες για την ελληνική γλώσσα 22. Πρακτικά της 22ης Ετήσιας Συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης*. Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης: 289–299.

Κάρουλλα-Βρίκκη, Δ. (2008) "Γλωσσική πολιτική για την Ίδρυση του Πανεπιστημίου Κύπρου: Ζήτημα γλώσσας και ταυτότητας." *Μελέτες για την ελληνική γλώσσα 28. Πρακτικά της 28ης Ετήσιας Συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης*. Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης: 185–193.

Κάρουλλα-Βρίκκη Δ. (2010α) "50 χρόνια γλωσσικής πολιτικής στην Κυπριακή Δημοκρατία: Ενίσχυση ελληνικής, κυπριακής ή ευρωπαϊκής ταυτότητας;", στο: Χρ. Περικλέους (επιμ.) *Κυπριακή Δημοκρατία 50 χρόνια: Επώδυνη πορεία*. Αθήνα: Παπαζήση. 130–157.

Κάρουλλα-Βρίκκη, Δ. (2010β) "Η ελληνική ως ζήτημα ταυτότητας και γλωσσικού σχεδιασμού στην Κύπρο: Άδειες οδήγησης, διαβατήρια, και πινακίδες κυκλοφορίας οχημάτων", στο: Ανδρέας Βοσκός, Διονύσης Γούτσος & Αμαλία Μόζερ (επιμ.), *Η ελληνική γλώσσα στην Κύπρο: από την αρχαιότητα ως σήμερα*. Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών. 262–282.

Καρυολαΐμου, Μ. (2000). "Η κυπριακή: διάλεκτος ή ιδίωμα;", στο: Α.-Φ. Χριστίδης και αλ. (επιμ.) *Η ελληνική γλώσσα και οι διάλεκτοί της*. Αθήνα: ΥΠΕΠΘ & Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας. 43–48.

Καρυολαΐμου, Μ. (1993) "Μεταγλωσσικά σχόλια και γλωσσικές στάσεις". *Μελέτες για την Ελληνική Γλώσσα. Πρακτικά της 14ης Ετήσιας Συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης*. Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης. 459–473.

Καρυολαΐμου, Μ. (2001α) "Γλωσσικός σχεδιασμός και γλωσσική πολιτική: η περίπτωση της Κύπρου." *Πρακτικά του 4ου Διεθνούς Συνεδρίου για την Ελληνική Γλώσσα*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press. 391–398.

Καρυολαΐμου, Μ. (2002β) "Μακρογλωσσικός και μικρογλωσσικός σχεδιασμός στην Κύπρο", στο: Ch. Clairis (επιμ.) *Recherches en linguistique grecque/Γλωσσολογικές έρευνες για την ελληνική*. Τόμος I. Παρίσι: L'Harmattan. 277–280.

Καρυολαΐμου, Μ. (2002γ) "Γλωσσική τυποποίηση και ταυτότητα: τα γεωγραφικά ονόματα της Κύπρου." *Μελέτες για την Ελληνική Γλώσσα 22. Πρακτικά της 22ης Ετήσιας Συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης*. Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης. 300–310.

Καρυολαΐμου, Μ. (2010) "Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός στην Κύπρο", στο Α.Βοσκός, Δ. Γούτσος & Α. Μόζερ (επιμ.) *Η ελληνική γλώσσα στην Κύπρο από την αρχαιότητα ως σήμερα*. Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών. 242–261.

Καρυολαΐμου, Μ. (2010β) «Γλωσσική πολιτική και γλωσσικός σχεδιασμός στην Κύπρο», στο: Ανδρέας Βοσκός, Διονύσης Γούτσος & Αμαλία Μόζερ (επιμ.) *Η ελληνική γλώσσα στην Κύπρο από την αρχαιότητα ως σήμερα*. Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό

Πανεπιστήμιο Αθηνών, 242-261.

Κατσογιάννου, Μ., Παπαπαύλου, Α., Παύλου, Π., Τσιπλάκου, Σ. (2006) «Διαλεκτικές κοινότητες και γλωσσικό συνεχές: η περίπτωση της κυπριακής», στο Janse, M., Joseph, B., Ralli, A. (επιμ.) *Proceedings of the 2nd International Conference on Greek Dialects and Linguistic Theory*. Mytilini, Greece. 156-171

Μοσχονάς, Σπ.(1996) “Η γλωσσική διμορφία στην Κύπρο”, στο: Α.-Φ. Χριστίδης (επιμ.) *‘Ισχυρές’ και ‘ασθενείς’ γλώσσες στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Όψεις του γλωσσικού ηγεμονισμού. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας*. 121–128.

Μοσχονάς, Σπ. (2002) “Κοινή γλώσσα και διάλεκτος. Το ζήτημα της «γλωσσικής διμορφίας» στην Κύπρο.” *Νέα Εστία*. Τόμος 151, τεύχος 1745. 898–928.

Μπαμπινιώτης, Γ. (1994) *Η γλώσσα ως αξία: το παράδειγμα της ελληνικής*. Αθήνα: Gutenberg.

Παναγιώτου-Τριανταφυλλοπούλου, Α. (1999) “Η νεοελληνική στη σύγχρονη Κύπρο.” *Πρακτικά συνεδρίου για την ελληνική γλώσσα. Είκοσι χρόνια από την καθιέρωση της Νεοελληνικής (Δημοτικής) ως επίσημης γλώσσας*. Αθήνα: Πανεπιστήμιο Αθηνών. 286–289.

Παύλος, Π. (2006) Ο ρόλος της διαλέκτου στην εκπαίδευση: η περίπτωση της Κύπρου. *Μελέτες για την Ελληνική Γλώσσα 26. Πρακτικά της 26ης Ετήσιας Συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης*. Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης 390–401.

Περισιάνης, Ν.(1995) “Δεξιά–αριστερά, ελληνοκεντρισμός-κυπροκεντρισμός. Το εκκρεμές των συλλογικών ταυτίσεων μετά το 1974”, στο: Ν. Περισιάνης & Γ. Τσαγγαράς (επιμ.) *Ανατομία μιας μεταμόρφωσης: η Κύπρος μετά το 1974-κοινωνία, οικονομία, πολιτική, πολιτισμός*. Λευκωσία: Intercollege Press. 123–156.

Σίβας, Ε. (2004) “Κοινωνιογλωσσική περιγραφή της αστικής κοινότητας της Κύπρου. Συνεπαγωγική ιεράρχηση των στοιχείων”, στο: *Μελέτες για την Ελληνική Γλώσσα. Πρακτικά της 24^{ης} ετήσιας συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας του Τμήματος Φιλολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης*. 9-11 Μαΐου 2003. 634–644. Θεσσαλονίκη.

Σίβας, Ε. (2002) “Η γλωσσική κατάσταση στην Κύπρο: Διφυία ή γλωσσικό συνεχές”. *Πρακτικά του Συνεδρίου για την Σύγχρονη ελληνική γλώσσα και λογοτεχνία με θέμα «Η ελληνική των νησιών από την εποχή της φραγκοκρατίας μέχρι σήμερα»*. 12-14 Μαΐου 2002. Πανεπιστήμιο Ρεθύμνου.

Σίβας, Ε. (2002) “Η γλωσσική κατάσταση στην Κύπρο: διφυία ή γλωσσικό συνεχές;” *Αδημοσίευτη μεταπτυχιακή εργασία*. Πανεπιστήμιο Κύπρου.

Truchot C. (1999) “Διεθνοποίηση, παγκοσμιοποίηση των ανταλλαγών και διάδοση των γλωσσών στην κοινοτική Ευρώπη”, στο: Α.-Φ. Χριστίδης (επιμ.) *‘Ισχυρές’ και ‘ασθενείς’ γλώσσες στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Όψεις του γλωσσικού ηγεμονισμού*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας. 320-327.

Τοκατλίδου, Β. (1999) “Ευρωπαϊκή γλωσσική πολιτική: θεωρία και πράξη”, στο: Α.-Φ. Χριστίδης (επιμ.) *‘Ισχυρές’ και ‘ασθενείς’ γλώσσες στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Όψεις του γλωσσικού ηγεμονισμού*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας. 341-350.

Τσιπλάκου, Στ. & Χατζιωάννου, Ξ. (2010) “Η διδασκαλία της γλωσσικής ποικιλότητας: μια διδακτική παρέμβαση.” *Μελέτες για την ελληνική γλώσσα 30. Πρακτικά της 30ης Ετήσιας Συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης/Ίδρυμα Νεοελληνικών Σπουδών. 617-629.

Χριστίδης, Α. -Φ. (1999) “Στάσεις απέναντι στην πολυγλωσσία”, στο Α.-Φ. Χριστίδης (επιμ.) *‘Ισχυρές’ και ‘ασθενείς’ γλώσσες στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Όψεις του γλωσσικού ηγεμονισμού*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας. 91-95.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΟΠΗ ΘΕΟΦΑΝΟΥΣ



Τμήμα Βυζαντινών και Νεοελληνικών Σπουδών

Καλλιπόλεως 75 Τ.Κ. 20 537 1678 Λευκωσία Κύπρος.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το παρόν ερωτηματολόγιο έχει ως στόχο να διερευνήσει τη χρήση γλωσσών στο χώρο εργασίας σας, στον τομέα των επιχειρήσεων, του εμπορίου και των υπηρεσιών. Αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης έρευνας για εκπόνηση διδακτορικής διατριβής. Το ερωτηματολόγιο γίνεται ανώνυμα και οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς. Το όνομά σας θα γνωρίζει μόνο η ερευνήτρια η οποία θα είναι σε επαφή μαζί σας και δεν θα εμφανίζεται στα αποτελέσματα της έρευνας. Σας παρακαλούμε να απαντήσετε σε όσον το δυνατό περισσότερες ερωτήσεις.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας και για το χρόνο που θα αφιερώσετε για την ολοκλήρωση της έρευνάς μας. Για οποιοσδήποτε διευκρινίσεις μπορείτε να επικοινωνήσετε με την Πόπη Θεοφάνους στο τηλέφωνο 99522856 ή στην ηλεκτρονική διεύθυνση popitheophanous@hotmail.com.

Παρακαλούμε περιγράψτε με συντομία το ρόλο σας στην επιχείρηση

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Μέρος Α: Παρακαλούμε σημειώστε στις απαντήσεις που σας αφορούν (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)

1. Ποια/Ποιες γλώσσα/ες χρησιμοποιείτε για να συζητήσετε υπηρεσιακά θέματα με το υπόλοιπο διοικητικό προσωπικό της επιχείρησης στην οποία δουλεύετε (προφορική επικοινωνία, τηλεφωνικές συνδιαλέξεις, συζητήσεις). Ελληνικά <input type="checkbox"/> Αγγλικά <input type="checkbox"/> Άλλη/ες (δηλώστε)
2. Ποια/Ποιες γλώσσα/ες χρησιμοποιείτε για να επικοινωνήσετε γραπτώς για υπηρεσιακά θέματα, με το υπόλοιπο διοικητικό προσωπικό της επιχείρησης στην οποία δουλεύετε (επιστολές- ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) Ελληνικά <input type="checkbox"/> Αγγλικά <input type="checkbox"/> Άλλη/ες (δηλώστε)
3. Ποια γλώσσα χρησιμοποιείτε για να επικοινωνήσετε με παραρτήματα της επιχείρησής σας ή με ξένους συνεργάτες που βρίσκονται στο εξωτερικό; Ελληνικά <input type="checkbox"/> Αγγλικά <input type="checkbox"/> Άλλη/ες (δηλώστε) Δεν ισχύει στην περίπτωση μου <input type="checkbox"/>
4. Ποια/Ποιες γλώσσα/ες χρησιμοποιείτε για να επικοινωνήσετε με ξένους πελάτες; Ελληνικά <input type="checkbox"/> Αγγλικά <input type="checkbox"/> Ρωσικά <input type="checkbox"/> Κινέζικα <input type="checkbox"/> Άλλη/άλλες (δηλώστε)
5. Ποια ξένη γλώσσα χρησιμοποιείτε περισσότερο για να επικοινωνήσετε με ξένους πελάτες; Ελληνικά <input type="checkbox"/> Αγγλικά <input type="checkbox"/> Ρωσικά <input type="checkbox"/> Κινέζικα <input type="checkbox"/> Άλλη/άλλες (δηλώστε)
6. Ποια θεωρείτε ότι είναι η/οι κύρια/ιες (εταιρική/ες) γλώσσα/ες εργασίας στην επιχείρηση στην οποία εργάζεστε; Ελληνικά <input type="checkbox"/> Αγγλικά <input type="checkbox"/> Άλλη/ες (δηλώστε)
7. Όταν επικοινωνείτε με ξένους πελάτες οι οποίοι δεν ξέρουν ελληνικά δημιουργούνται προβλήματα στη γλωσσική επικοινωνία; Ναι <input type="checkbox"/> Όχι <input type="checkbox"/> Αν ναι σε ποιες περιπτώσεις; Τηλεφωνικές συνδιαλέξεις <input type="checkbox"/> Κατανόηση επιστολών/ηλεκτρονικού ταχυδρομείου/ φαξ/εγγράφων/αναφορών <input type="checkbox"/> Σύνταξη επιστολών/ηλεκτρονικού ταχυδρομείου/ φαξ/εγγράφων/αναφορών <input type="checkbox"/> Συμμετοχή σε διαπραγματεύσεις συμφωνιών και συμβολαίων <input type="checkbox"/> Κατανόηση/προετοιμασία οδηγιών με ειδικό και τεχνικό λεξιλόγιο <input type="checkbox"/>
8. Όταν αντιμετωπίζετε δυσκολίες στις πιο πάνω περιπτώσεις χρησιμοποιείτε βοήθεια εκτός της εταιρείας; Ναι <input type="checkbox"/> Όχι <input type="checkbox"/>

Αν ναι ποια;

μεταφραστή αυτόματη μετάφραση Άλλη βοήθεια (δηλώστε)

9. Θεωρείτε ότι η βοήθεια που λαμβάνετε σε τέτοιες περιπτώσεις είναι αρκετή για να ξεπεράσετε τα προβλήματα που δημιουργούνται στην επικοινωνία (καθυστερήσεις, παρεξηγήσεις) με τους ξένους πελάτες;

καθόλου λίγο σε μεγάλο βαθμό πάρα πολύ

10. Θεωρείτε ότι τα θέματα ξένης γλώσσας μπορούν να σταθούν εμπόδιο στην επικοινωνία σας με ξένους πελάτες;

καθόλου λίγο σε μεγάλο βαθμό πάρα πολύ

11. Θεωρείτε ότι τα θέματα ξένης γλώσσας μπορούν να σταθούν εμπόδιο στην επέκταση της επιχείρησής στην οποία εργάζεστε σε ξένες αγορές;

καθόλου λίγο σε μεγάλο βαθμό πάρα πολύ

Αν ναι παρακαλώ δηλώστε γιατί

12. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η επιχείρησή στην οποία εργάζεστε έχει χάσει δουλειές λόγω της έλλειψης γλωσσικών προσόντων των εργαζομένων;

καθόλου λίγο σε μεγάλο βαθμό πάρα πολύ

13. Ποιες γλώσσες προκάλεσαν δυσκολίες στην προσπάθειά σας για επικοινωνία με νέους αγοραστές ή νέους πελάτες;

Παρακαλώ δηλώστε.....

14. Έχετε αναλάβει προσωπική πρωτοβουλία για να μάθετε καλύτερα κάποια ξένη γλώσσα;

Ναι Όχι

Αν ναι, σε ποια/ποιες γλώσσα/ες;

15. Η επιχείρησή σας έχει αναλάβει πρωτοβουλίες για να σας βοηθήσει να μάθετε ξένες γλώσσες (π.χ. επιχορηγημένα γλωσσικά μαθήματα);

Ναι Όχι

Αν ναι, σε ποια/ ποιες γλώσσα /ες

ΜΕΡΟΣ Β: Χρήση γλωσσών στο χώρο εργασίας (παρακαλώ σημειώστε στις απαντήσεις που σας αφορούν)

		Ποτέ	Σπάνια	Τουλάχιστον μια φορά τη βδομάδα	Τουλάχιστον μια φορά τη μέρα	Πολλές φορές τη μέρα
1.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με συναδέλφους;					
2.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με τους ανώτερους σας;					
3.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με πελάτες;					
4.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους;					
5.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες;					
6.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα σε συσκέψεις με συναδέλφους;					
7.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα σε συσκέψεις με πελάτες;					
8.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται στους συναδέλφους;					
9.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την ελληνική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται στους πελάτες;					
10.	Πόσο συχνά ακούτε ξένες γλώσσες στην επιχείρηση στην οποία εργάζεστε;					
11.	Πόσο συχνά μιλάτε ξένες γλώσσες στην επιχείρηση στην οποία εργάζεστε;					
12.	Πόσο συχνά γράφετε κάτι σε ξένη/ες γλώσσα/ες στην επιχείρηση στην οποία εργάζεστε;					

13.	Πόσο συχνά διαβάζετε κάτι γραμμένο σε ξένη/ες γλώσσα/ες στην επιχείρηση στην οποία εργάζεστε;					
14.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με συναδέλφους;					
15.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με τους ανώτερούς σας;					
16.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με πελάτες;					
17.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους;					
18.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες;					
19.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα σε συσκέψεις με συναδέλφους;					
20.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα σε συσκέψεις με πελάτες;					
21.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται σε συναδέλφους;					
22.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε την αγγλική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται σε πελάτες;					
23.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με συναδέλφους;					
24.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με τους ανώτερούς σας;					
25.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα όταν συζητάτε υπηρεσιακά θέματα με πελάτες;					
26.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με συναδέλφους;					
27.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα σε τηλεφωνικές συνδιαλέξεις με πελάτες;					
28.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα σε συσκέψεις με συναδέλφους;					
29.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα σε συσκέψεις με πελάτες;					
30.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται στους συναδέλφους;					
31.	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τη ρωσική γλώσσα για να γράψετε μια επιστολή ή ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που να απευθύνεται στους πελάτες;					

ΜΕΡΟΣ Γ:

Πιο κάτω παρατίθενται κάποιες απόψεις για τη χρήση της γλώσσας στον τομέα των επιχειρήσεων και στην επιχείρησή σας. Παρακαλώ δηλώστε εάν συμφωνείτε ή διαφωνείτε. Επιλέξτε μία από τις ακόλουθες επιλογές. **1 = Διαφωνώ πολύ, 2 = Διαφωνώ, 3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4 = συμφωνώ, 5 = συμφωνώ πολύ**

1.	Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη στον τομέα των επιχειρήσεων στην Κύπρο.	1	2	3	4	5
2.	Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι απαραίτητη στον τομέα των επιχειρήσεων στην Κύπρο.	1	2	3	4	5
3.	Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη για τη δουλειά μου.	1	2	3	4	5
4.	Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι απαραίτητη για τη δουλειά μου	1	2	3	4	5
5.	Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής είναι πιο σημαντική από την πολύ καλή γνώση της ελληνικής στον τομέα των επιχειρήσεων.	1	2	3	4	5
6.	Η αγγλική γλώσσα έχει περισσότερο γόητρο και κύρος στον τομέα των επιχειρήσεων και της οικονομίας σε σχέση με την ελληνική.	1	2	3	4	5
7.	Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι απαραίτητη για να μπορώ να επικοινωνώ με όλους όσους εργάζονται στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	1	2	3	4	5
8.	Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας είναι απαραίτητη για να μπορώ να επικοινωνώ με όλους όσους εργάζονται στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	1	2	3	4	5
9.	Η πολύ καλή γνώση της ελληνικής είναι πολύ σημαντική για να φέρω εις πέρας τα καθήκοντά μου στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	1	2	3	4	5
10.	Η πολύ καλή γνώση της αγγλικής είναι πολύ σημαντική για να φέρω εις πέρας τα καθήκοντά μου στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	1	2	3	4	5
11.	Η ελληνική γλώσσα εξυπηρετεί καλύτερα ως επίσημη (εταιρική) γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	1	2	3	4	5
12.	Η αγγλική γλώσσα εξυπηρετεί καλύτερα ως επίσημη (εταιρική) γλώσσα στην επιχείρηση στην οποία δουλεύω.	1	2	3	4	5
13.	Για να διατηρηθεί η ελληνική γλώσσα και ταυτότητα στην Κύπρο, είναι σημαντικό να χρησιμοποιείται η ελληνική γλώσσα στον τομέα των επιχειρήσεων.	1	2	3	4	5

ΜΕΡΟΣ Δ: Γλωσσικό προφίλ εργαζομένου (Συμπληρώστε τα κενά και σημειώστε στις απαντήσεις που σας αφορούν)

Μητρική/ες Γλώσσα/ες: (παρακαλώ δηλώστε).....

Γλώσσες:	(παρακαλώ δηλώστε)	Γλώσσα 1	Γλώσσα 2	Γλώσσα 3	Γλώσσα 4
		Ελληνικά			
Βασικές δεξιότητες:	Κατανούω: <u>Ακούω</u> → Μπορώ να κατανοήσω κάποιον που μιλά για καθημερινά θέματα. <u>Διαβάζω</u> → Μπορώ να κατανοήσω ένα απλό κείμενο.				
	Μιλώ: Μπορώ να λάβω μέρος σε μια απλή συζήτηση.				
	Γράφω: Συντάσσω ένα απλό κείμενο για εργασιακά θέματα.				
Εξειδικευμένες δεξιότητες:	Χρησιμοποιώ τη ξένη γλώσσα που γνωρίζω για να αναζητήσω πληροφορίες στο διαδίκτυο σε σχέση με την επιχείρησή μου.				
	Μπορώ να συμμετέχω σε διαπραγματεύσεις συμφωνιών και συμβολαίων.				
	Μπορώ να συμμετέχω σε συναντήσεις και να ενημερώσω ξένους πελάτες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της επιχείρησής μου.				
	Μπορώ να συμμετέχω σε μια τηλεφωνική συνομιλία ή σε τηλεδιάσκεψη.				
	Μπορώ να διαβάσω και να κατανοήσω μια αναφορά, μια επιστολή, ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ένα έγγραφο, ένα κείμενο με ειδικό και τεχνικό λεξιλόγιο.				
	Μπορώ να συντάξω μια αναφορά, μια επιστολή, ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ένα έγγραφο, ένα κείμενο με ειδικό και τεχνικό λεξιλόγιο.				

ΜΕΡΟΣ Ε: Δημογραφικά στοιχεία (σημειώστε στις απαντήσεις που σας αφορούν)

Φύλο		Εθνικότητα		
Ανδρας	<input type="checkbox"/>	Κυπριακή	<input type="checkbox"/>	Άλλη
Γυναίκα	<input type="checkbox"/>	Ελληνική	<input type="checkbox"/>	Επαναπατρισθείς/σα <input type="checkbox"/>
Ηλικία				
20-24	<input type="checkbox"/>	35-39	<input type="checkbox"/>	50+ <input type="checkbox"/>
25-29	<input type="checkbox"/>	40-44	<input type="checkbox"/>	
30-34	<input type="checkbox"/>	45-49	<input type="checkbox"/>	
Μόρφωση		Γλώσσα Διδασκαλίας (παρακαλώ δηλώστε) πχ. Ελληνικά, Αγγλικά, ή άλλη		
Απόφοιτος Δημοτικού	<input type="checkbox"/>			
Απόφοιτος Μέσης Εκπαίδευσης	<input type="checkbox"/>			
Πτυχιούχος Ανώτερης Σχολής (Κολλέγιο, Ξενοδοχειακή Σχολή κτλ)	<input type="checkbox"/>			
Πτυχιούχος Ανώτατης Σχολής (Πανεπιστήμιο)	<input type="checkbox"/>			
Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	<input type="checkbox"/>			
Κάτοχος διδακτορικού, κ.λπ.	<input type="checkbox"/>			
Άλλος τίτλος				
.....				