



ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ, ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΕΡΜΗΝΕΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Προπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	DE-4237	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	4 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Μετάφραση Ελληνικά – Γερμανικά IV		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις, Εργαστηριακές Διαλέξεις	2	3	
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ειδικού Υποβάθρου - Κορμού		
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ	Γερμανικά / Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS			
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://dfiti.ionio.gr/gr/undergraduate-studies/courses/de-4237/		
ΣΕΛΙΔΑ E CLASS			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα μπορούν να:

- κατανοούν αντιπαραβολικά τις κειμενοτυπολογικές αρχές και ιδιαιτερότητες που διέπουν τα ξενοδοχειακά και εμπορικά διαφημιστικά γενικά κείμενα με ιδιαίτερη πολιτισμική εξειδίκευση και έντονη κλητικότητα
- διακρίνουν και να αντιμετωπίζουν τις επιμέρους μεταφραστικές δυσκολίες σε επίπεδο κειμενοτυπολογικό, συντακτικό, πραγματολογικό, λεξιλογικό
- εφαρμόζουν τη λειτουργική θεωρία της μετάφρασης
- εφαρμόζουν τις παραμέτρους της μεταφρασεολογικής κειμενικής ανάλυσης
- αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά προκλήσεις που σχετίζονται με τη μετάφραση τοπωνύμων, κύριων ονομάτων, διαλέκτων, ιδιωματισμών, αρχαϊσμών. Συγκεκριμένα, θα μπορούν να επιλέγουν τις καταλληλότερες τεχνικές και να δικαιολογούν τις μεταφραστικές τους επιλογές
- να είναι εξοικειωμένοι με τις απαραίτητες για αυτά τη μετάφραση αυτών των κειμενικών ειδών στρατηγικές, όπως είναι η προσαρμογή (adaptation) και η ανα-/μετα-/δια-δημιουργία (transcreation)



- κατανοούν τις σημειολογικές τεχνικές των διαφημιστικών κειμένων
- κατανοούν αντιπαραβολικά πολιτισμικές διαφορές μεταξύ της ελληνικής και γερμανικής γλώσσας στα συγκεκριμένα θεματικά πεδία
- δημιουργούν δίγλωσσα γλωσσάρια σχετικά με επιμέρους θεματικές των ξενοδοχειακών και εμπορικών διαφημιστικών κειμένων με ιδιαίτερη πολιτισμική εξειδίκευση και έντονη κλητικότητα

Γενικές Ικανότητες

- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σύντομη περιγραφή: Το μάθημα αυτό εστιάζει στη μετάφραση του κειμενικού είδους των διαφημιστικών κειμένων, με έμφαση στα ξενοδοχειακά και εμπορικά διαφημιστικά, ως ενός εκ των πολλών επιμέρους γενικών κειμένων που δύναται να φανούν ιδιαίτερα χρήσιμα κατά τον εργασιακό βίο του μέλλοντα επαγγελματία μεταφραστή. Με μεταφραστική κατεύθυνση ελληνικά - γερμανικά, οι φοιτητές ασκούνται στις επιμέρους γλωσσικές, πολιτισμικές και κειμενικές δυσκολίες που προκύπτουν κατά την αντιπαραβολή του συγκεκριμένου γλωσσοπολιτισμικού ζεύγους στο κειμενικό είδος αυτό, εφαρμόζοντας τη λειτουργική προσέγγιση στη μετάφραση και εξοικειώνονται, επίσης, με τις σχετικές με τη μετάφραση αυτού του κειμενικού είδους τεχνικές της προσαρμογής (adaptation) και της ανα-/μετα-/δια-δημιουργίας (transcreation).

1η εβδομάδα:

Εισαγωγή στα βασικά κειμενικά, γλωσσικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά των διαφημιστικών κειμένων. Παρουσιάζονται οι κεντρικές αρχές για τη μετάφραση του συγκεκριμένου κειμενικού είδους. Επεξηγούνται οι μεταφραστικές στρατηγικές προσαρμογή (adaptation) και αναδημιουργία (transcreation).

Αναλύεται στην τάξη το πρώτο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση για ξενοδοχείο 1) προς μετάφραση από τους φοιτητές.

2η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση για ξενοδοχείο 1) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση για ξενοδοχείο 2) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

3η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση για ξενοδοχείο 2) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση για ξενοδοχείο 3) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

4η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση για ξενοδοχείο 3) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.



Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση για ξενοδοχείο 4) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

5η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση για ξενοδοχείο 4) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση για ξενοδοχείο 5) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

6η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση για ξενοδοχείο 5) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση για ξενοδοχείο 6) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

7η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση για ξενοδοχείο 6) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση για ξενοδοχείο 7) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

8η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση για ξενοδοχείο 7) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 1) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

9η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 1) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 2) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

10η εβδομάδα:



Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 2) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 3) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

11η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 3) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 4) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

12η εβδομάδα:

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 4) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Διανέμεται το επόμενο πρωτότυπο κείμενο (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 5) προς μετάφραση από τους φοιτητές για την επόμενη συνεδρία.

13η εβδομάδα

Παρουσιάζεται το μετάφρασμα (διαφήμιση εμπορικού προϊόντος 5) από 1-2 φοιτητές μέσω υπολογιστή και προβολή στην αίθουσα και εκτίθεται προς ανάλυση, συζήτηση, αντιπαραβολή με τα μεταφράσματα των υπόλοιπων φοιτητών και διόρθωση.

Συνάγονται συγκεντρωτικά συμπεράσματα για τη μετάφραση των ξενοδοχειακών και εμπορικών διαφημίσεων ως γενικών κειμένων με γνώμονα τη μεταφραστική κατεύθυνση ελληνικά προς τα γερμανικά και επιχειρείται η αξιολόγηση των θεωρητικών εργαλείων που προσφέρει η μεταφρασεολογία για την υποστήριξη της συγκεκριμένης μεταφραστικής πράξης από τους μαθητευόμενους μεταφραστές.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	Δραστηριότητα Διαλέξεις Εργαστηριακές Διαλέξεις Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας Εξάσκηση και Προετοιμασία Σύνολο Μαθήματος (ECTS: 3)	Φόρτος Εξαμήνου 13 13 17 32 75
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Γραπτή εξέταση στο πλαίσιο προγραμματισμένης εξεταστικής περιόδου.	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Bastin, G. L. (2014), "Adaptation, the Paramount Communication Strategy". *Linguaculture*1,σελ. 73-87.



Nord, C. (2014), *Η μετάφραση ως στοχευμένη δραστηριότητα - Εισαγωγή στις προσεγγίσεις*. [Μετ. ΣίμοςΠ. Γραμμενίδης, ΔέποιναΔ. Λάμπρου]. Αθήνα: Διάυλος. λει

Rike, S. M. (2013), "Bilingual corporate websites - from translation to transcreation?" *The Journal of Specialised Translation*, 20, σελ. 68-85.

Seel, O. I. (2015), *Εισαγωγή στη γενική μετάφραση. Μια λειτουργική προσέγγιση με βάση το ζεύγος γλωσσών ελληνικά/γερμανικά και τα κειμενικά είδη συνταγών μαγειρικής, διαφημιστικών κειμένων και τουριστικών οδηγιών*. (Ηλεκτρονικό βιβλίο στο πλαίσιο του προγράμματος «Κάλλιπος», Προσβάσιμο στο: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/2568>) ή απευθείας στο https://repository.kallipos.gr/pdfviewer/web/viewer.html?file=/bitstream/11419/2568/7/00_master_document_interactive.pdf.

Vermeer, H. J. (1992), *Skopos und Translationsauftrag - Aufsätze*. Frankfurt am Main: IKO-Verlag für interkulturelle Kommunikation (thw; 2).