

**SLAVICA TER**  
**СЛАВИКА ТЕР**



---

SLAVICA TER  
СЛАВИКА ТЕР

23

---

**SLAVICA TERGESTINA**  
European Slavic Studies Journal  
**VOLUME 23 (2019/II)**

***Echoes of Verifications (Voices of The East)***





ISSN	<b>1592-0291</b> (print) & <b>2283-5482</b> (online)
WEB	<b>www.slavica-ter.org</b>
EMAIL	<b>editors@slavica-ter.org</b>
PUBLISHED BY	<b>Università degli Studi di Trieste</b> <i>Dipartimento di Scienze Giuridiche, del Linguaggio, dell'Interpretazione e della Traduzione</i> <b>Universität Konstanz</b> <i>Fachbereich Literaturwissenschaft</i> <b>Univerza v Ljubljani</b> <i>Filozofska fakulteta, Oddelek za slavistiko</i>
EDITORIAL BOARD	<b>Roman Bobryk</b> ( <i>Siedlce University of Natural Sciences and Humanities</i> ) <b>Margherita De Michiel</b> ( <i>University of Trieste</i> ) <b>Tomáš Glanc</b> ( <i>University of Zurich</i> ) <b>Vladimir Feshchenko</b> ( <i>Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences</i> ) <b>Kornelija Ičin</b> ( <i>University of Belgrade</i> ) <b>Miha Javornik</b> ( <i>University of Ljubljana</i> ) <b>Jurij Murašov</b> ( <i>University of Konstanz</i> ) <b>Blaž Podlesnik</b> ( <i>University of Ljubljana, TECHNICAL EDITOR</i> ) <b>Ivan Verč</b> ( <i>University of Trieste, EDITOR IN CHIEF</i> )
EDITORIAL ADVISORY BOARD	<b>Antonella D'Amelia</b> ( <i>University of Salerno</i> ) <b>Patrizia Deotto</b> ( <i>University of Trieste</i> ) <b>Nikolaj Jež</b> ( <i>University of Ljubljana</i> ) <b>Alenka Koron</b> ( <i>Institute of Slovenian Literature and Literary Studies</i> ) <b>Đurđa Strsoglavec</b> ( <i>University of Ljubljana</i> ) <b>Tomo Virk</b> ( <i>University of Ljubljana</i> )
DESIGN & LAYOUT	<b>Aljaž Vesel &amp; Anja Delbello / AA</b>

## Contents

- 8 **Вместо предисловия**  
*In Place Of An Introduction*
- 12 **Preverjanje ustvarjenega z mislijo na življenje**  
**(Zapis ob štirih knjigah izbranih del Ivana Verča)**  
*Verifying the Written while considering Life*  
*(On The Four Books of Selected Writings by Ivan Verč)*  
✦ **ALEKSANDER SKAZA**

### CONTRIBUTIONS

- 44 **Как Пушкин попал в жернова Дерриды... Об одном**  
**(почти) литературном произведении Ивана Верча**  
**(«соавтор» - А.С. Пушкин)**  
*How Pushkin was reworked Derrida-style... On a certain*  
*(almost) literary work by Ivan Verč (coauthored by A.S. Pushkin)*  
✦ **ROMAN BOBRYK**
- 64 **К вопросам метапоэтики Гоголя**  
**(Смысловый масштаб «Мертвых душ» и «Ревизора»)**  
*The Metapoetical Aspects of Gogol's Artistic Thinking*  
✦ **ÁRPÁD KOVÁCS**
- 130 **Карамзин и Руссо (о повести «Моя исповедь»)**  
*Karamzin and Rousseau (about the story «My confession»)*  
✦ **О. М. ГОНЧАРОВА / O. M. GONCHAROVA**
- 152 **Голубой/-ая Literature and Russian Holiness**  
*Голубая literatura in ruska svetost*  
✦ **МИНА JAVORNIK**

168 **Peripheral Modernism and the World-System:  
Slovenian Literature and Theory of the Nineteen-Sixties**

*Periferni modernizem in svetovni sistem:  
slovenska književnost in teorija šestdesetih let 20. stoletja*

✂ MARKO JUVAN

200 **From Narrative Parallelism to Prosaic Metaphor  
(The Problem of Counterpart in the Short Story)**

*От нарративного параллелизма к языковой метафоре прозы  
(Проблема дубликата в новелле)*

✂ GÁBOR KOVÁCS

**VARIA**

226 ***Selbstmarketing, Selbstmanagement, Selbstoptimierung,  
Self-Branding, Self-Tracking: soggetto autorazionalizzante  
e mercato del lavoro***

*Self-marketing, Self-management, Self-optimization,  
Self-branding, Self-tracking: self-rationalizing subject  
and the labor market*

✂ GORANKA ROCCO

**APPENDIX**

256 **Ivan Verč — Izbrana bibliografija**

*Ivan Verč – Selected Bibliography*

***Selbstmarketing,  
Selbstmanagement,  
Selbstopтимierung,  
Self-Branding,  
Self-Tracking: soggetto  
autorazionalizzante  
e mercato del lavoro***

*Self-marketing,  
Self-management,  
Self-optimization,  
Self-branding,  
Self-tracking:  
self-rationalizing subject  
and the labor market*

Il contributo esamina le tendenze dell'attuale mercato del lavoro con particolare attenzione alla professione del mediatore linguistico. Partendo dal fenomeno inquadrato in letteratura come "soggetto neoliberale" e arrivando al concetto più ampio del "soggetto autorazionalizzante", si osservano le tracce dei rispettivi sviluppi nel linguaggio attuale e le loro ripercussioni sul mercato del lavoro per chi lavora sulla e con la lingua, analizzate in base ai sondaggi e contemplate dal punto di vista delle loro implicazioni per la formazione.

MEDIATORE LINGUISTICO; MERCATO DEL LAVORO; SOGGETTO NEOLIBERALE

The paper investigates trends in the current labor market with a focus on the profession of Language mediator, departing from the phenomenon framed in the literature as the "neoliberal subject" and moving toward a more integrative concept of the "self-rationalizing subject". The second chapter traces evidence of the described developments in the current language, as well as their repercussions for language mediators and language experts, which are examined on the basis of the survey results and analyzed with regard to their educational implications.

LANGUAGE MEDIATOR; LABOR MARKET; NEOLIBERAL SUBJECT

**1**  
 “Dans le néolibéralisme – et il ne s’en cache pas, il le proclame –, on va retrouver là une théorie de l’*homo oeconomicus*, mais l’*homo oeconomicus*, ce n’est pas du tout un partenaire de l’échange, c’est un entrepreneur et un entrepreneur de lui-même” (Foucault 2004: 232).

**2**  
 Cfr. Brieler 2013, Dardot/Laval 2009 (soprattutto il 13. capitolo dedicato a “la fabrique du sujet néolibéral”) e 2010, cfr. anche le riflessioni nell’ambito delle scienze giuridiche (Denozza 2018) e della formazione (Conte 2016).

**3**  
 Cfr. anche Balint sulla dimensione tecnico-mediale del fenomeno di *Entgrenzung* (2017: 52-55), Hochschild sul culto di efficienza come stile di vita e atteggiamento generale (2002: 231s.).

## 1. SOGGETTO AUTORAZIONALIZZANTE COME OGGETTO TRANSDISCIPLINARE

La riflessione su un *homo oeconomicus* imprenditore di se stesso, che si gestisce, monitora e razionalizza autonomamente, delineato già nelle considerazioni su biopolitica e *gouvernementalité néolibérale* di Foucault<sup>1</sup>, ha ispirato e continua ad ispirare una serie di studi transdisciplinari incentrati sul cambio del paradigma nel passaggio tra il fordismo e il postfordismo o su diversi aspetti del cosiddetto *neoliberal turn*. Nella filosofia e (psico)sociologia del lavoro, le osservazioni sul soggetto che dirige, analizza e ottimizza sistematicamente le proprie risorse e la propria *employability*, autoincitandosi continuamente a superare gli altri nonché se stesso, si addensano nel concetto di “uomo-impresa”, “soggetto imprenditoriale” (cfr. *Arbeitskraftunternehmen* in Voß/Pongratz 1998, Pongratz/Voß 2003; *homme-entreprise, sujet entrepreneurial* in Dardot/Laval 2009) oppure di “soggetto neoliberale” (*der neoliberale Charakter, le sujet néolibéral*)<sup>2</sup>. Ad esso si collegano anche ulteriori concetti che riflettono l’estensione del ragionamento economico su tutte le sfere della vita, come ad.es. *Entgrenzung der Arbeit* e *Verbetrieblichung der Lebensführung* (ibid.) nella sociologia del lavoro tedesca, nel senso dello sconfinamento del lavoro e dello scioglimento dei margini tra vita lavorativa e privata in un’ottica imprenditoriale totalizzante<sup>3</sup>.

Riassumendo gli elementi ricorrenti nelle riflessioni sul “soggetto neoliberale” all’interno di varie discipline, esso può essere visto come sintomo di una società interamente incorporata nei meccanismi della sua stessa economia, nel senso del sempre attuale pensiero di Polanyi (1974), o come incarnazione di un’antropologia neoliberale che interpreta le potenzialità umane in termini di “performances actualisables, et non de caractéristiques intangibles” e inquadra l’individuo partendo

dalle sue competenze, direttamente traducibili in produttività (Foessel 2010: 117–8, 120). Idealmente, il soggetto in questione ha interiorizzato l'idea che il suo valore si rifletti interamente nella sua capacità di auto-prodursi e autotradursi secondo i modelli richiesti, o meglio nella *performance* che ne risulta, e percepisce le proprie fragilità o vulnerabilità non tanto come costante dell'esistenza umana (Foessel 2010: 120ss., Ricoeur 2001), quanto come tappe o ostacoli sormontabili nell'autorealizzazione. Pertanto, si impegnerà non solo ad incrementare il proprio rendimento, concepito in base a strumenti pseudo-oggettivanti come indici di produttività o di capacità di soddisfare la rispettiva clientela, raramente messi in questione, ma anche ad aumentare la propria resilienza nei confronti delle crescenti insicurezze. Accetterà queste ultime come aspetti inevitabili di una vita intesa come un continuo processo di adattamento ai possibili rischi (Evans/Reid 2014: 68, 62), in modo da non appesantire né ora né mai i sistemi ai quali partecipa con le proprie fragilità.

Nel suo azionismo e nella sua incapacità di concepire se stesso al di fuori del proprio rendimento, un tale soggetto, meno sovversivo di un'oca da *foie gras*, è l'incoronamento della ricerca industriale del *perpetuum mobile* e funge da importante pilastro nell'accumulazione e nella commodificazione in quanto, agendo nell'interesse del proprio benessere socioeconomico, organizza autonomamente la razionalizzazione e mercificazione di se stesso, o come formula Brieler: "Der neoliberale Charakter meldet seine Dringlichkeit da an, wo die hochtechnologische Produktionsweise einen Menschentypus fordert, der die eigene Verwertung autonom organisiert. Der Kern dieser Subjektivität ist die Selbst-Fixierung als Ware. (...) Der Wettlauf zur Warenförmigkeit ist das erklärte Programm des neoliberalen Charakters" (2013: 20).

4  
Cfr. Fruscione 2016.

La concezione di un tale soggetto come conseguenza o manifestazione del *neoliberal turn* o di un’“antropologia neoliberale” (Foessel 2010: 120) può sembrare tuttavia alquanto ristretta, in quanto gli sviluppi in questione non sono senza precedenti o parallelismi in altri sistemi o epoche. In termini di interiorizzazione dell’imperativo della massima performance, risulta riscontrabile anche nei sistemi comunemente considerati distanti da quelli impregnati della logica “neoliberale” o “neoliberista”. Se ci si chiedesse cosa distingue il “soggetto neoliberale” qui delineato dallo stachanovista di stampo sovietico o dalla sua variante jugoslava, sublimata nel leggendario *udarnik* e *Junak socijalističkog rada* Alija Sirotanović riprodotto anche sulla banconota da 20.000 dinari<sup>4</sup>, che si realizzò superando il record dello stesso Aleksej Stachanov, si troverebbe la risposta forse nelle motivazioni o legittimazioni ideologiche alla base dell’aspirazione alla massima performance, ma meno nell’importanza attribuitale dal soggetto e/o dalla società. Icone come Stachanov o Sirotanović, o anche i lavoratori-modello pensati dagli ideologi del *scientific management* come Aleksej Gastej, mostrano tratti in comune con quello che viene definito “soggetto neoliberale”, soprattutto nel coinvolgimento e nell’assorbimento volontario e quasi totale del soggetto nell’attività. Del pari, certi aspetti del soggetto in questione si rispecchiano nelle figure create dalla cultura popolare statunitense come personificazioni del sistema sovietico: una tale metafora stereotipata, a titolo d’esempio, è il pugile semi-robotizzato sovietico Ivan Drago, avversario di Rocky Balboa in *Rocky IV* (1985). In quanto oggetto di monitoraggio e ottimizzazione permanente delle proprie funzioni vitali per aumentare la capacità di colpire e incassare colpi, questo (anti?)eroe dell’industria cinematografica è un precursore del *self-tracker* dei nostri tempi, la cui pretesa di libertà sembra esaurirsi nel seguire ad absurdum le ricette di autorazionalizzazione e razionalizzazione assistita.



Un parallelismo con questa caricatura del sistema sovietico sembra imporsi anche quando ci si chiede se o quanto lo spazio di manovra e la libertà del “soggetto neoliberale” vada oltre la libertà di costruirsi conformemente alle richieste del mercato. Questa “autonomia controllata” del soggetto-impresa, catturato in un dispositivo sempre più fitto che induce a controllarsi e valutarsi con lo scopo di autogestire gli sforzi per massimizzare la propria performance e superare quella degli altri, secondo Dardot e Laval andrebbe meglio chiamata “eteronomia individualizzata” oppure “costrizione individualizzata” (*hétéronomie individualisée, contrainte intériorisée*, 2010: 46). Istituyendo un paragone tra soggetto “liberale” e “neoliberale”, Denozza descrive il primo come “un soggetto comunque ‘denso’ (...), governatore kantiano dei suoi spazi”, il secondo come “un soggetto ‘sottile’”: “Tutto quello che gli si chiede è di mettere i suoi appetiti in un ordine gerarchico. È un soggetto la cui libertà in sé sembra interessare poco sia il sistema, sia lui medesimo (2018: XXXII).” Più esplicito ancora, in quanto sottolinea l’incapacità del nuovo soggetto di concepire se stesso e il proprio mondo al di fuori degli imperativi di competizione, è lo sguardo storico di Enzo Traverso (2018):

*A completely reified world, in which all human and social relationships take a commodity form, in which the market becomes a universal anthropological model and human beings are unable to conceive of their relationships outside of individualism and competition: such a world would be totalitarian. Paradoxically, a new form of neoliberal totalitarianism is coming into being, dressed in anti-totalitarian clothes (market and individualism as symbols of freedom against racial and class collectivism).*

Come inizialmente sottolineato, l’interesse per i fenomeni collegati al “soggetto neoliberale” ovvero “soggetto autorazionalizzante”

## 5

I rispettivi approfondimenti teorici ed empirici, in particolare per quel che riguarda le prospettive e le condizioni lavorative tanto oggettive quanto soggettive dei mediatori ed esperti linguistici, sono stati effettuati nell'ambito del progetto di ricerca "Mercato del lavoro per mediatori linguistici neolaureati: inserimento, prospettive, problematiche" (Università degli Studi di Trieste - Finanziamento di Ateneo per progetti di ricerca scientifica - FRA 2016, 1.1.2017 - 31.12.2018).

## 6

Le caratteristiche morfosintattiche e lo status all'interno della formazione di parole o sintagmi dipende della lingua: ad es. per il tedesco, Duden 2015 definisce *selbst* come particella (*Partikel*) derivante dal genitivo maschile singolare fossilizzato/erstarrt di *selb-* che segue la parola di riferimento.

## 7

Nelle lingue non germaniche, la produttività di questa classe non si limita al modello modificatore + base: ad es. cro. *samoupravljanje* vs. *upravljanje sobom*, *upravljanje vlastitim zdravljem*; fr. *autogestion* vs. *maîtrise de soi*.

– espressione preferita qui, in quanto tesa a non limitarsi a determinati sistemi o posizioni ideologiche – è comune a varie discipline. Questi fenomeni risultano tuttavia raramente focalizzati negli studi di linguaggio *sensu lato*, ivi inclusi gli approcci più marcatamente interdisciplinari, per cui si potrebbero nominare numerosi *desiderata* che riguardano sia la costruzione discorsiva del soggetto in questione, sia gli approcci alle competenze linguistiche e al linguaggio come strumento e oggetto di comunicazione impregnati del pensiero in questione. Due di questi *desiderata* saranno qui presi in considerazione: il primo riguarda la manifestazione degli sviluppi tracciati nel linguaggio (par. 2), il secondo le ripercussioni sul mercato del lavoro per chi lavora sulla e con la lingua (par. 3)<sup>5</sup>.

## 2. RIFLESSI DEL SOGGETTO AUTORAZIONALIZZANTE NEL LINGUAGGIO

Un possibile punto di partenza per analizzare le tracce del soggetto autorazionalizzante nel linguaggio può essere rappresentato, focalizzando il discorso sul mercato del lavoro, da una classe sempre più diffusa di formazioni che collegano il modificatore *self* (*selbst*, *samo*, *auto* etc.)<sup>6</sup> con verbi, nomi deverbali di azione e nomi di agente: ad es. ing. *to self track*, *self-tracking*, *self-tracker*; ted. *selbstoptimieren*, *Selbstoptimierung*, *Selbstoptimierer*; cro./serb./slov. *samokontrola*, *samoregulacija*. In tedesco, si tratta spesso di creazioni ibride a forma variabile con l'elemento *self/selbst* (*Selbstmarketing/Selbst-Marketing*, *Selbst-Branding/Self-Branding*, *Self-Tracker/Selbst-Tracker/Selbsttracker*, *Selbstoptimierer/Selbst-Optimierer*, mentre nelle lingue slave si incontrano calchi costruiti con elementi autoctoni (cro. *samoorganizacija*, *samopoboljsanje*, *samoprocjena*, *samosvijest*, *samo-odrziv*, *samozbrinjavanje*<sup>7</sup>).

Malgrado i numerosi neologismi, si tratta di un modello di formazione delle parole non nuovo, come attestano numerosi esempi quali il ted. *Selbsteinschätzung, Selbstverwaltung, Selbststudium, Selbstverpflichtung* etc. (Crestani 2010: 220), il cro./serb./slov. *samoupravljanje*, l'it. *autogestione*, il fr. *autogestion* etc.: la novità risiede piuttosto nella crescente frequenza delle formazioni di questo tipo, particolarmente ma non esclusivamente in inglese e tedesco, con il modificatore riferito sempre più spesso non solo alle unità organizzative, ma agli individui.

Focalizzandosi sulla lingua tedesca, una riconduzione di questi composti – spesso risultati di univernazione (Bußmann 2008: 763, Morcinek 2012: 83) o incorporazione (Eichinger 2000: 31) – alle corrispondenti predicazioni, dimostra che l'elemento *self* o *selbst* può assumere diversi ruoli semantici. Si trovano da un lato esempi in cui *selbst* rimanda solo al ruolo dell'Agente (*Selbstbasteln*), dall'altro esempi in cui *selbst*, oltre all'Agente, ha il ruolo del Beneficiario che riceve profitto o danno dall'azione (*Selbstbedienung, Selbstbefriedigung, Selbsthilfe*), per cui si potrebbe parlare di una variante dei composti benefattivi (“*benefaktive Komposita*”, Ortner 1997: 33), inoltre si incontrano i ruoli dell'Esperiente di uno stato o processo psicologico (*Selbsthass, Selbstmitleid, Selbstliebe, Selbstbewunderung*), del Paziente influenzato in maggiore o minor misura dall'azione verbale (*Selbstmord, Selbsttötung, Selbstverletzung, Selbstreinigung, Selbststilisierung, Selbstinszenierung, Selbstkontrolle*), del Tema (*Selbsteinschätzung*) e dello Strumento (*Selbstlernen* inteso come apprendimento con l'aiuto di se stesso, con strumenti di apprendimento valutati e applicati dal soggetto stesso, in cui quindi confluiscono i ruoli di apprendente e insegnante).

Osservando tuttavia gli esempi di composti emersi o divenuti particolarmente frequenti negli ultimi decenni, sembra ipotizzabile una sottoclasse tematicamente collegabile al discorso sul mercato del lavoro

**8**  
Si tratta di uno stesso motore di ricerca che raggruppa i risultati per le tre edizioni dello Spiegel. I risultati della ricerca negli archivi online delle riviste citate corrispondono alla consultazione in data 6/11/18.

e più omogenea dal punto di vista dei ruoli semantici, in cui *selbst* esprime maggiormente il duplice ruolo di agente e tema/paziente, quest'ultimo coinvolto dall'azione del verbo come oggetto di monitoraggio (*Selbstevaluation*) o di interventi organizzativi o migliorativi (*Selbstorganisation, Selbstoptimierung*). Questi composti, analizzati nei contesti discorsivi in cui appaiono, sembrano riflettere le richieste del sistema affrontate dal soggetto, nel senso della menzionata *hétéronomie individualisée* o *contrainte intériorisée* di Dardot e Laval (2010: 46). Attraverso numerosi esempi di ibridazione a livello sia lessicale che sintattico, in questa sottoclasse si manifesta una crescente influenza dell'inglese – soprattutto, ma non solo, in tedesco: *Selbstmarketing* (*self-marketing*), *Selbstmanagement* (*self-management*), *Self-Branding* o *Selbst-Branding*, *Self-Tracking*, *Selbst-Tracking* o *Selbsttracking*. Di particolare interesse in relazione alla tendenza alla commodificazione del soggetto autorazionalizzante è lo sviluppo del termine *Selbstvermarktung* e il passaggio da *Selbstvermarktung* (ted. + ted.) a *Selfmarketing* (ingl.+ingl.) – quest'ultimo essendo il termine più recente, attestato ad es. nelle edizioni Spiegel-Online, Spiegel e Manager-Magazin<sup>8</sup>, nonché nell'archivio del Handelsblatt ([www.handelsblatt.com](http://www.handelsblatt.com)) solo dal 2002 e nella Süddeutsche Zeitung ([www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de)) non prima del 2010. Secondo l'attuale dizionario online Duden ([www.duden.de](http://www.duden.de)), nonché il “Das große Wörterbuch der deutschen Sprache” del 1999 (3. ed.) e i dizionari più recenti, *Selbstvermarktung* si riferisce alla commercializzazione (*Vermarktung*) dei propri prodotti (“Verkauf eigener Produkte direkt an die Verbraucher[innen]”), con degli analoghi significati dei nomi d'agente *Selbstvermarkter* e *Selbstvermarkterin* in Duden online. Dall'analisi del discorso mediatico, invece, risulta un altro quadro, che intende in primo luogo il marketing di *se stesso*. Un simile risultato si ottiene inserendo, per allargare la prospettiva,

*Selbstvermarktung* nel motore di ricerca google.de, e analizzando i primi 20 risultati: si può osservare che tutti i 14 siti non dedicati ad informazioni di tipo metalinguistico usano *Selbstvermarktung* come sinonimo o iponimo di *Selbstmarketing*, a sua volta un calco più recente dell'inglese *self marketing*. In quanto alla tipologia testuale, si tratta, come illustrano i seguenti esempi, quasi esclusivamente di testi o siti che offrono consigli e “regole dell’arte di *Selbstvermarktung/Selbstmarketing*” (10 *Tipps, goldene Regeln*), rappresentando quest’ultima come “chiave al successo” professionale:

- 1) Selbstvermarktung und Selbstmarketing: Wie funktioniert es?<sup>9</sup>
- 2) 10 Tipps fürs Selbstmarketing | Business Ladys
- 3) Zehn goldene Regeln für die Selbstvermarktung - FOCUS Online
- 4) Gutes Selbstmarketing: Der Schlüssel zum Erfolg - keinStartup.de
- 5) Wie wichtig ist Selbstvermarktung? Verkaufe dich richtig!
- 6) Selbstvermarktung: Richtige Eigenwerbung! | karrierebibel.de
- 7) Die Kunst der Selbstvermarktung | careerplus

Questo uso si riflette anche nella definizione di Wikipedia, da tenere in considerazione in quanto uno dei più forti modulatori della cultura del sapere (Pscheida 2010) dell’ultimo decennio: il concetto cercato, *Selbstvermarktung*, non presente su Wikipedia tedesca, invia direttamente a quello di *Selbstmarketing*, definito come approccio di una sistematica e consapevole *Selbstvermarktung*: “Als Selbstmarketing, Self Marketing oder Ego-Marketing werden alle Ansätze der systematischen und bewussten Selbstvermarktung bezeichnet” (consultato il 6/11/18).

Dunque, a differenza della rappresentazione di *Selbstvermarktung* nei dizionari, il suo uso corrente rimanda a un *selbst* più vicino alla funzione originaria, riflessiva della particella *selbst*, non più riferito

<sup>9</sup> Fonti degli esempi: <https://www.berufsstrategie.de/...soft.../selbstvermarktung.php> (1), <https://www.businessladys.de/10-tipps-fuers-selbstmarketing/> (2), <https://www.focus.de > Finanzen > Karriere > Berufsleben> (3) <https://keinstartup.de/selbstmarketing-personal-branding/> (4), <https://bewerbung.net/wie-wichtig-ist-selbstvermarktung/> (5), <https://karrierebibel.de/selbstvermarktung/> (6) <https://www.careerplus.ch/blog/kunst-der-selbstvermarktung/> (7); ultima consultazione 1/11/18.



10  
Cfr. i numerosi parasintetici denominativi come *Vernetzung/vernetzen (Netz)*, *Verschulung/verschulen (Schule)*, e deaggettivali come *verlängern (lang)*, *verbreiten (breit)*, *verschönern (schön)* etc.

ai *prodotti* della propria impresa o azienda, ma a *se stesso* inteso come prodotto o esito dei propri sforzi di *Selbstoptimierung*, per citare un altro esempio della stessa sottoclasse di composti. Attraverso l'analisi sistematica dei testi riferiti al mercato del lavoro sarebbe dunque da verificare l'ipotesi di una concorrenza tra i due composti – il primo (*Selbstvermarktung*) più radicato, ma in fase di uno spostamento, nella polisemia referenziale, dell'elemento *selbst*, il secondo (*Selbstmarketing*), più recente, direttamente calcato sull'inglese: concorrenza che porta ad un avvicinamento al modello anglosassone non solo in termini del significato referenziale di *selbst*, ma anche in termini morfologici. Il parasintetico tipicamente tedesco *Vermarktung*<sup>10</sup> cede il posto ad un esito del processo più universale dell'univerbazione calcato sul modello sintattico inglese (*self marketing – Selbstmarketing*). L'addattamento semantico-referenziale di *Vermarktung* tuttavia non sembra in grado di garantire al termine tedesco una sopravvivenza accanto all'anglicismo, la cui frequenza risulta in crescita.

Altri due rappresentanti della sottoclasse di composti focalizzata e risultati dell'ibridazione linguistica sono *Self-Tracking* (anche *Selftracking* o *Selbsttracking*) e *Selbstmanagement*. *Self-Tracking* illustra lo sforzo di autoottimizzazione volto ad aumentare la performance e resilienza delle proprie funzioni vitali, che si manifesta in una permanente autodiagnosi, misurazione e rimisurazione (spesso resa pubblica in reti sociali, creando concorrenti nonché ulteriori valutatori della propria performance), e si appoggia su un numero crescente di prodotti che entrano in simbiosi con il soggetto, i cui nomi, spesso personificazioni (*smart watch*), esprimono la parte di sé o del proprio intelletto che il soggetto autorazionalizzante affida alle macchine, compagni di viaggio e attenti *supervisor* del proprio corpo concepito come *work in progress*.

*Selbstmanagement* sembra meritare ulteriori approfondimenti soprattutto in base alla sua crescente frequenza nell'ambito della formazione

universitaria e/o professionale e nel discorso sulla formazione per il mercato del lavoro. Nell'offerta formativa per studenti e laureandi, l'allenamento al *Selbstmanagement*, *Selbstmarketing* o *Selbstoptimierung* è inteso come un contributo alla flessibilità e resilienza del futuro lavoratore. Per citare alcuni esempi, il programma di orientamento professionale KUBUS (acronimo per *Karriere und Berufsorientierung und Studium*<sup>11</sup>) dell'Università di Düsseldorf offre una serie di corsi che si prefiggono di far sviluppare al soggetto che sta per affrontare la vita lavorativa l'atteggiamento consono alle richieste del mercato. Nei titoli dei corsi elencati come *Zeit- und Selbstmanagement*, *Zeitmanagement und Selbstorganisation* si manifesta il duplice ruolo di *selbst* come agente e paziente.

La crescente importanza di un tipo di formazione che alla volta riflette e promuove la commodificazione del sapere, traspare inoltre nel successo translinguistico dell'isotopia metaforica del *contenitore* che serve per standardizzare, immagazzinare, misurare e commercializzare gli esiti del processo di apprendimento: i sintagmi presenti in varie lingue come *Portfolio Europeo delle Lingue* o *Portfolio delle Competenze personali* (*Europäisches Sprachenportfolio*, *Das Portfolio der individuellen Kompetenzen*) rispecchiano l'ideale di una formazione che mette al centro le competenze certificate e certificabili di cui rendere conto in riferimento ai criteri di valutazione stabiliti, elementi di un dispositivo che fa funzionare il soggetto come un'impresa, spingendolo sempre ad andare oltre se stesso (ibid. p. 89, Dardot/Laval 2009: 447s.). Conte parla in questo contesto dell'"asservimento della formazione al progetto antropologico neoliberale" (2016: 88); per Dardot e Laval il punto sul quale il discorso neoliberale insiste è "fournir à l'économie les individus les mieux adaptés à la guerre commerciale généralisée, c'est-à-dire les plus performants" (Dardot/Laval 2010: 42).

Ulteriori proprietà target del soggetto autorazionalizzante si rispecchiano nel lessico intorno al concetto di resilienza come *Resilienzsteigerung*,

**11**  
Cfr. <http://www.studierendenakademie.hhu.de/kubus.html>

**12**

L'esempio (8) è tratto dalla presentazione della pubblicazione di Monica Gruhl (2014) con il titolo "Die Strategie der Stehauf-Menschen" (<https://www.resilienzzentrum.de/pages/posts/die-strategie-der-stehauf-menschen-monika-gruhl-95.php>), l'esempio (9) dalla sopra menzionata pubblicazione del KUBUS, <http://www.medrsd.hhu.de/en/veranstaltungen-kurse/kubus/kubus-resilienz-training.html>

*Resilienz-Trainer, Resilienz-Strategie e Resilienz-Profi* e nella metafora del *Stehauf-Mensch*, frequenti nei titoli e nelle presentazioni di libri (8) e seminari (9) dedicati alla resilienza:

- 8) Die Resilienztrainerin Monika Gruhl zeigt, wie jeder Mensch ein Stehauf-Mensch sein kann<sup>12</sup>.
- 9) Resilienz ist in den letzten Jahrzehnten gründlich erforscht worden. Lässt sich die Kraft der Stehauf-Menschen trainieren? Ganz eindeutig: Ja! Mithilfe des Resilienz-Profiles ermitteln Sie Ihren eigenen Stand.

Per concludere le considerazioni di questo paragrafo, va sottolineato il *desideratum* di approfondire in modo sistematico, differenziando contesti e tipologie testuali, le qui ipotizzate tracce che il discorso sul mercato del lavoro, su occupabilità, autorazionalizzazione, flessibilizzazione e resilienza lascia nel linguaggio. A questo *desideratum* si collega la questione delle percezioni e degli atteggiamenti all'interno di varie categorie professionali che possono essere più o meno coinvolte negli sviluppi descritti. Al centro delle considerazioni che seguono saranno alcuni aspetti della situazione dei mediatori linguistici e futuri esperti linguistici e la formazione degli stessi.

### **3. IL MEDIATORE DAVANTI ALL'IMPERATIVO DELL'AUTORAZIONALIZZAZIONE**

Flessibilità, resilienza, *life long learning* inteso come un continuo sforzo di adattamento delle proprie risorse: come si articolano, nei confronti degli imperativi del mercato del lavoro attuale, le prospettive occupazionali della categoria di esperti e mediatori linguistici italiani? Di particolare interesse è questa categoria per diversi motivi, tra cui in primo luogo la natura della professione del mediatore, che, pur richiedendo



un alto livello di professionalità e responsabilità, in paragone con diverse altre professioni risulta istituzionalmente meno protetta, nonché più dipendente da chiamate o progetti e più sottoposta all'*outsourcing*. In secondo luogo, rilevante è il fatto che sia un'attività svolta prevalentemente dalle donne, categoria generalmente più vulnerabile dal punto di vista retribuzionale (cfr. Rocco 2018: 47-50) e più esposta ai rischi della precarizzazione; in terzo luogo, è da considerare l'effetto ambivalente dei progressi di intelligenza artificiale e delle nuove tecnologie, che si traducono, fra l'altro, in una maggiore richiesta di flessibilità e un maggiore potenziale di automazione di diverse professioni. Per darne un esempio, il sito *Job-Futuromat*<sup>13</sup>, un prodotto delle ricerche dell'*Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung* dell'Agenzia federale del lavoro tedesca *Bundesagentur für Arbeit* che calcola il tasso di automatizzabilità per diverse professioni, offre su richiesta anche le prognosi per alcune professioni specializzate all'interno della categoria mediatori linguistici che, anche se da interpretare con cautela, non vanno trascurate: per darne alcuni esempi, la percentuale del lavoro sostituibile dai robot calcolata dal Job-Futuromat è del 50% per la professione *Schrittdolmetscher/in*, del 40% per la professione *Wirtschaftsdolmetscher/in/-übersetzer/in*, del 33% per la professione *Fremdsprachensekretär/in*.

Quali tendenze si delineano a questo proposito nelle percezioni dei laureandi e laureati in lingue e mediazione? Dai questionari effettuati con i laureandi e laureati in lingue e mediazione nell'ambito del menzionato progetto "Mercato del lavoro per mediatori linguistici neolaureati: inserimento, prospettive, problematiche" si deduce che la maggior parte dei laureandi italiani<sup>14</sup> ritiene che le competenze acquisite nello studio corrispondono almeno in parte alle richieste del mercato del lavoro italiano per i mediatori: la somma delle risposte "sì" (15%), "piuttosto sì" (33%) e "in parte" (43%) si aggira intorno al 91%

**13**  
Cfr. <https://job-futuromat.iab.de/>; ultima consultazione 1/12/18.

**14**  
Qui si tratta di 300 partecipanti italiani al primo dei due sondaggi svolti all'interno del progetto.

(in confronto: 8% “piuttosto no” e 1% “no”). In quanto alle competenze considerate mancanti, prevalgono le risposte riducibili a “economia, commercio e finanze” e “software di traduzione e competenze di informatica” (anche se si registrano anche i riferimenti alle competenze di tipo giuridico-amministrativo e il desiderio di possedere migliori competenze linguistiche, di traduzione e mediazione). Anche i giudizi sulle opportunità dei mediatori linguistici sul mercato del lavoro in paragone con gli altri laureati segnalano un atteggiamento tra neutro e positivo: solo il 20% dei partecipanti considera le opportunità come “piuttosto scarse/ridotte”, e complessivamente l’80% come “medie” (53%), “piuttosto buone” (23%) o “ottime” (4%). Nelle risposte aperte (ad es. spiegazioni o commenti a singole risposte chiuse), si trovano tuttavia delle osservazioni che suggeriscono uno sguardo differenziato sia sugli attuali vantaggi che sugli svantaggi della professione. Per citarne alcuni aspetti spesso problematizzati:

*Non credo che i datori di lavoro diano il giusto valore a questa figura;*

*I problemi principali sono che non si conosce bene la figura del traduttore e soprattutto dell’interprete e che le retribuzioni sono basse;*

*Credo che al giorno d’oggi ci sia una tendenza a sottovalutare questa professione (mediatore linguistico) anche se non ne capisco il motivo;*

*Tariffe di pagamento basse per i traduttori (es: committenti che chiedono anche 0,5 cent a parola);*

*Offerta sul mercato di media frequenza e retribuzione da precaria a media;*

*Mercato del lavoro in evoluzione, diverse figure professionali (vecchie e nuove), necessità di una formazione “nuova” (tecnologie, software) richiesta dalle aziende.*

Una serie di osservazioni tematizza la concorrenza da parte di parlanti madrelingua della lingua in questione, non professionisti di mediazione:

*Un problema è la concorrenza e la poca tutela della professione in sé. Si è convinti che basti saper parlare in una lingua per essere automaticamente in grado di tradurre/interpretare. (...):*

*Concorrenza sleale da parte di persone che si improvvisano interpreti e traduttori, obbligo di fare qualcosa di molto specifico senza poter troppo spaziare, stipendio basso;*

*Ci sono opportunità lavorative, ma in tanti ambiti si preferiscono persone non specializzate in questo campo perché possono essere pagate meno,*

*Il mercato per mediatori linguistici è molto ridotto rispetto ad altri es. avvocati o ingegneri, non esiste un albo per mediatori, non è una figura professionale riconosciuta globalmente e spesso le aziende si affidano a mediatori e traduttori non professionisti;*

*troppi madrelingua.*

Il comportamento legato alla ricerca di lavoro, nella maggior parte dei casi, non è qualificabile come proattivo. Riassumendo varie categorie di risposta (da “mai” a “ogni giorno/un giorno su due”), risulta che tre quarti dei partecipanti si informano sulle offerte di lavoro meno frequentemente di una volta al mese; riassumendo le risposte in riferimento alle esperienze lavorative, risulta altresì che il 52% dei partecipanti sono studenti a tempo pieno e che il 16% hanno esperienze lavorative che vanno oltre il mese.

Significativo, anche in riferimento ai giudizi e comportamenti riportati, è l’atteggiamento nei confronti degli sviluppi e delle riforme del mercato del lavoro (“A tuo avviso, l’ultima riforma del lavoro (il *Jobs act*) ha migliorato o peggiorato le prospettive di per i giovani laureati?”): qui si registra un tasso del 58% dei laureandi che hanno scelto la risposta “So poco/non so niente sul *Jobs act*”, a cui si unisce un 2% di partecipanti senza risposta, presumibilmente assimilabili al gruppo senza atteggiamento in merito. Il resto delle risposte si divide prevalentemente tra i giudizi “in parte migliorato, in parte peggiorato” (18%) e “peggiorato” (12%), con alcune precisazioni registrate nella seguente richiesta di spiegazioni o commenti:

*Migliorato perché dà più possibilità ai giovani di acquisire esperienze professionali; peggiorato perché i contratti sono soprattutto a tempo determinato e non danno garanzie per il futuro;*

*A molti laureati è stata proposta un’esperienza lavorativa che in precedenza non sarebbe stata loro offerta, ma, dall’altra parte, il posto offerto non è generalmente stabile;*

*Nell'immediato sicuramente ha portato ad una crescita delle assunzioni, a lungo termine non so quanti miglioramenti possa aver apportato";  
Si sono abolite tutele basilari per i lavoratori;*

*Il jobs act ha introdotto nuovi modi per nascondere il lavoro in nero e la situazione per i giovani continua a non migliorare;*

*Una riforma che da poche garanzie e tanti problemi. Insicurezza sul futuro e meno vantaggi rispetto a prima.*

In quanto alle aspirazioni professionali, in un mondo di crescente flessibilizzazione e precarizzazione, la stabilità del lavoro continua ad essere percepita come centrale accanto alla crescita professionale (due valori dominanti anche secondo i sondaggi di Almalaurea rivolti a tutti i gruppi disciplinari, riassunti in Rocco 2018: 52).

Paragonando le aspettative dei laureandi italiani con quelle dei 72 laureandi tedeschi intervistati<sup>15</sup>, si notano parallelismi sia in riferimento ai primi quattro aspetti valutati come più importanti, *crescita professionale, stabilità, buona retribuzione e attinenza del campo di lavoro* (campo della traduzione e/o interpretazione), centrali in entrambi i gruppi, sia rispetto ai valori medi degli aspetti *lavoro statale e lavoro telematico*, bassi in entrambi i gruppi. Emergono tuttavia differenze legate alla mobilità: l'aspirazione di lavorare all'estero, più forte nel gruppo italiano (quinto posto nel gruppo italiano e settimo nel gruppo tedesco) e il desiderio di vicinanza del posto di lavoro alla famiglia e agli amici – contrariamente ai relativi stereotipi sul ruolo dei legami familiari e sulla mancante flessibilità più forte nel gruppo tedesco.

#### 15

La fig. 1 rappresenta le medie del gruppo italiano e tedesco, calcolate in base ai valori da 5 ("molto importante/mi interessa molto") a 1 ("non mi importa/non mi interessa") assegnati dai partecipanti ai singoli aspetti del lavoro (possibilità di crescita, stabilità etc.). Le medie del gruppo italiano sono rappresentate in ordine decrescente, le medie del gruppo tedesco seguono lo stesso ordine degli aspetti elencati, per facilitare il paragone.

	GRUPPO ITALIANO	GRUPPO TEDESCO
Un lavoro che mi faccia crescere professionalmente	4,65	4,24
Un lavoro stabile e sicuro	4,61	3,97
Un lavoro ben pagato	4,38	4,08
Un lavoro nel campo della traduzione e/o interpretazione	4,00	3,71
Un lavoro all'estero	3,71	3,22
Un lavoro in azienda grande/multinazionale	3,57	3,25
Un lavoro prestigioso	3,56	3,07
Un lavoro in azienda privata	3,50	2,72
Un lavoro free-lance/autonomo	3,22	2,82
Un posto di lavoro vicino alla famiglia e agli amici	3,11	3,49
Un lavoro in azienda piccola	3,08	2,92
Un lavoro in ambito umanitario (p.es. in una Ong)	3,06	2,81
Un lavoro nel campo dell'insegnamento	3,00	2,64
Un lavoro statale	2,81	2,79
Un lavoro prevalentemente telematico	2,33	2,00

**16** Mentre la domanda per il gruppo italiano riguarda il *Jobs act*, la domanda del questionario tedesco si riferisce alle riforme nell'ambito della cosiddetta *Agenda 2010* e delle "leggi Hartz" (*Hartz-Gesetze*).

Tra i due gruppi emergono anche altri atteggiamenti in comune, quale un certo disinteresse nei confronti del mercato del lavoro, che si manifesta ad esempio nel fatto che entrambi i gruppi cercano raramente informazioni sulle offerte di lavoro (ca. tre quarti di entrambi i gruppi meno di una volta al mese) e risultano prevalentemente (67% dei tedeschi, 60% degli italiani) non informati sulle rispettive riforme del mercato del lavoro e sul loro impatto sulle prospettive lavorative dei giovani<sup>16</sup>.

Le differenze più significative emergono in quanto alla disponibilità, significativamente più alta nel gruppo italiano, a svolgere stage o tirocini non retribuiti dopo gli studi: il 39% degli laureandi italiani investirebbe in questi tipi di attività "un anno" (34%) o "più di un anno" (5%), contro il 14% dei tedeschi che investirebbero massimo "un anno" (nessuno ha scelto la categoria "più di un anno"). Per contro, il 15%

dei tedeschi e solo il 2% degli italiani *non* sarebbe disposto a investire il proprio tempo in uno stage non retribuito.

Dai questionari condotti con il più ristretto gruppo dei già laureati (complessivamente 60), soprattutto nelle domande aperte, si manifestano in modo più netto alcuni aspetti già registrati nel gruppo dei laureandi: varie risposte alla domanda aperta su quali siano le opportunità, i problemi o gli sviluppi sfavorevoli sul mercato del lavoro italiano per i mediatori linguistici fanno emergere la coscienza della precarietà e precarizzazione, ma anche la menzionata percezione di rischio e instabilità (par. 1).

*Precarizzazione e status del lavoro di mediatore;*

*Flessibilizzazione, tariffe sempre più basse, lavoro di bassa qualità e frustrante;*

*Concorrenza, status del lavoro, traduzione automatica alienante, poca esperienza, congiuntura economica difficile;*

*Concorrenza e scarsa competenza e quindi richiesta di retribuzione di altri traduttori e interpreti di altra formazione;*

*traduzione automatica, concorrenza di persone che semplicemente sanno due lingue ma non hanno studiato interpretazione/ mediazione/ traduzione quindi chiedono tariffe bassissime*

*Per quanto mi riguarda l'aspetto più difficile è il riuscire ad ottenere un lavoro a tempo indeterminato, che mi sia sicurezza e stabilità economica;*



*Le opportunità sono basse, forse un po' più alte nel campo della traduzione. Il problema riguarda l'ignoranza da parte dei 'datori di lavoro' che credono che, solo conoscendo una lingua, la si possa facilmente mediare. Per questo si ricorre a incompetenti nel campo, sotto-pagati, o a traduzioni automatiche. La precarizzazione è un problema che si riscontra nella maggioranza dei settori lavorativi, non solo quello dei mediatori linguistici;*

*La situazione odierna nel mercato del lavoro per un laureato in mediazione linguistica è abbastanza complicata se si desidera esercitare una professione che rispecchi esattamente gli studi. Quello che penso io è che solitamente le persone che hanno intrapreso questo tipo di studi tendono ad essere piuttosto aperte e intraprendenti, ciò significa avere capacità di adattamento. Per ora - secondo la mia opinione e la mia esperienza - i giovani lavoratori devono essere in grado di adattarsi e di creare poi una figura professionale che diventi indispensabile, ad esempio all'interno di un'azienda. In questo momento storico, i giovani lavoratori non hanno voce in capitolo, il mondo del lavoro decide, sta a noi essere capaci di adattarci oppure no.*

Come illustra l'ultima risposta citata, si nota anche l'interiorizzazione dell'idea di essere necessariamente esposti alle fluttuazioni del mercato del lavoro, alla concorrenza e agli imperativi dell'automatizzazione e della necessità di adattamento - parte integrale del discorso sulla flessibilizzazione (Rocco 2015b, in stampa).

#### **CONSIDERAZIONI FINALI**

Quali sono le implicazioni delle tendenze osservate sul piano formativo? Da un lato, si potrebbe optare per una strada (peraltro



lastricata di anglicismi), che, credesi, porti ad una maggiore *employability* in un mercato di lavoro sempre più *on demand*, che premia la capacità di adattamento e autocreazione attraverso *self management*, *self marketing*, *self branding* e *self tracking* e le strategie che mettono gli indici di rentabilità davanti all'ethos lavorativo e alla qualità del lavoro, trasformando sempre più professionisti in rappresentanti e promotori della *gig economy* o in assistenti dei macchinari. Questo significherebbe, tra l'altro, attrezzare i futuri mediatori nella massima misura possibile con un *know how* che permetta una fruttuosa collaborazione con l'intelligenza artificiale, anche a prezzo di contribuire ulteriormente all'automatizzazione del proprio mestiere, inculcare loro una flessibilità e capacità di autorazionalizzarsi che permetta di partecipare con successo alla gara di chi offre più servizio per meno retribuzione.

D'altro lato, si potrebbe anche partire dall'ipotesi diametralmente opposta all'ottimizzazione perpetua del soggetto secondo i trends del mercato, e dare la precedenza ad una formazione più olistica, che porti ad una più profonda coscienza sia degli sviluppi attuali che dei diritti fondamentali di un lavoratore: una formazione che permetta lo sviluppo del senso critico e della capacità di valorizzare e difendere lo status della propria professione dalle derive dell'economia della promessa e della *gig economy*. ♡

## Bibliografia

- AJANA, BTIHAI, 2017: Introduction. *Self-Tracking: Empirical and Philosophical Investigations*. Ed. Btihaj Ajana. Basingbrooke: Palgrave Macmillan. 1-10.
- BALINT, IUDITHA, 2017: *Erzählte Entgrenzungen: Narrationen von Arbeit zu Beginn des 21. Jahrhunderts*. Paderborn: Fink.
- BRIELER, ULRICH, 2013: Der neoliberale Charakter. *DISS-Journal* 26 (2013). 20-21. [<http://www.diss-duisburg.de/download/dissjournal-dl/DISS-Journal-26-2013.pdf>]
- BUSSMANN, HADUMOD, 2008: *Lexikon der Sprachwissenschaft*. Stuttgart: Kröner.
- CONTE, MINO, 2016: Teoria critica della società e dell'educazione. *La forma impossibile: Introduzione alla filosofia dell'educazione*. Ed. Mino Conte. Padova: [libreriauniversitaria.it](http://libreriauniversitaria.it) edizioni.
- CRESTANI, VALENTINA, 2010: *Wortbildung und Wirtschaftssprachen: Vergleich deutscher und italienischer Texte*. Bern: Peter Lang.
- DARDOT, PIERRE & LAVAL, CHRISTIAN, 2009: *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale* , Paris: La Découverte.
- DARDOT PIERRE & LAVAL CHRISTIAN, 2010: Néolibéralisme et subjectivation capitaliste. *Cités* 2010/1 n° 41. 35-50. [<https://www.cairn.info/revue-cites-2010-1-page-35.htm>]
- DENOZZA, FRANCESCO, 2018: Regole e mercato nel diritto neoliberale. *Regole e mercato*. Ed. Marilena Rispoli Farina et al. XV-XLV.
- DUDEN, 1999: *Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in 10 Bänden*, 2. ed. Mannheim: Bibliographisches Institut.
- EICHINGER, LUDWIG, M., 2000: *Deutsche Wortbildung: eine Einführung*. Tübingen: Narr.

- EVANS, BRAD / REID, JULIAN, 2014: *Resilient Life: The Art of Living Dangerously*. Cambridge and Malden, MA: Polity Press.
- FOESSEL; MICHAËL, 2010: Du sujet économique à l'homme capable. *Revue des deux mondes*, janvier 2010, 116–127.
- FOUCAULT, MICHEL, 2004: *Naissance de la biopolitique. Cours au collège de France (1978-1979)*. Paris: Gallimard-Seuil.
- FRUSCIONE, GIORGIO, 2016: STORIA: Alija Sirotanović, eroe del lavoro socialista. *East Journal*, 24 marzo 2016. [<http://www.eastjournal.net/archives/70657>]
- HOCHSCHILD, ARLIE RUSSEL, 2002: *Keine Zeit. Wenn die Firma zum Zuhause wird und zu Hause nur Arbeit wartet*. Opladen: Leske und Budrich.
- MORCINEK, BETTINA, 2012: Getrennt- und Zusammenschreibung: Wie aus syntaktischen Strukturen komplexe Verben wurden. *Das Deutsche als kompositionsfreudige Sprache. Strukturelle Eigenschaften und systembezogene Aspekte*. Ed. Livio Gaeta & Barbara. Berlin, New York: De Gruyter. 83–100.
- ORTNER, LORELIES, 1997: Zur angemessenen Berücksichtigung der Semantik im Bereich der deutschen Kompositaforschung. Am Beispiel der Komposita mit "Haben"-Relation. *Wortbildung und Phraseologie*. Ed. Rainer Wimmer & Franz-Josef Berens. Tübingen: Narr. 25–44.
- POLANYI, KARL, 1974: *La grande trasformazione. Le origini economiche e politiche della nostra epoca*. Torino, Einaudi (ed. orig. 1944).
- PSCHEIDA, DANIELA, 2010: *Das Wikipedia-Universum: Wie das Internet unsere Wissenskultur verändert*. Bielefeld: Transcript.
- RABINBACH, ANSON, 2001: *Motor Mensch: Kraft, Ermüdung und die Ursprünge der Moderne*. Wien: Turia und Kant.

- RETTBERG, JILL WALKER, 2018: Apps as Companions: How Quantified Self Apps Become Our Audience and Our Companions. *Self-Tracking: Empirical and Philosophical Investigations*. Ed. Btihaj Ajana. Basingbroke: Palgrave Macmillan. 27-42
- RICOEUR, PAUL, 2001: Autonomie e fragilité. *Le Juste 2*. Paris: Editions Esprit.
- ROCCO, GORANKA, 2015: Politische Inszenierung der Flexibilisierung aus diskurslinguistischer Sicht. *Politische und mediale Diskurse. Fallstudien aus der Romania*. Ed. Anja Hennemann & Claudia Schlaak. 83-111.
- ROCCO, GORANKA, 2018: Mercato per i laureati in lingue nella società dei lavori: prospettive e atteggiamenti. *Le lingue dei centri linguistici nelle sfide europee e internazionali: formazione e mercato del lavoro*. Ed. Bagna, Carla et al. Pisa: ETS. 43-59.
- ROCCO, GORANKA, 2019: Flexibilisierung und Persuasion. *Linguistik Online*, 97(4), 133-151. [<https://doi.org/10.13092/lo.97.5599>]
- VOSS, G. GÜNTHER & PONGRATZ, HANS J., 1998: Der Arbeitskraftunternehmer. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 50 (1), 131-158.
- PONGRATZ, HANS J. & VOSS, G. GÜNTHER (2003): From employee to 'entreplooyee': Towards a 'self-entrepreneurial' work force? *Concepts and Transformation*, VIII, 3, 2003, 239-254.
- VÖHRINGER, MARGARETE, 2007: *Avantgarde und Psychotechnik. Wissenschaft, Kunst und Technik der Wahrnehmungsexperimente in der frühen Sowjetunion*. Göttingen: Wallstein.

TILL, CHRIS, 2018: Self-Tracking as the Mobilisation of the Social for Capital Accumulation. *Self-Tracking: Empirical and Philosophical Investigations*. Ed. Btihaj Ajana. Basingbroke: Palgrave Macmillan. 77–92.

TRAVERSO, ENZO, 2018: What Does “Totalitarianism” Mean in Today’s Geopolitical Landscape? *E-flux conversations*. [<https://conversations.e-flux.com/t/what-does-totalitarianism-mean-in-todays-geopolitical-landscape/7681>]

## Summary

The article explores some developments on the current labor market, the impact of these developments on the language and especially their influence on the profession of Language mediator. The first chapter („Self-rationalizing subject as a trans-disciplinary research object“) departs from the phenomenon framed in the philosophical and sociological literature as the “neoliberal subject” („sujet néolibéral“, „soggetto neoliberale“, „neoliberales Subjekt“) and arrives to a broader and more integrative concept of the “self-rationalizing subject” (“soggetto autorazionalizzante”). The second chapter („Traces of the self-rationalizing subject in the language“) explores the evidence of the investigated trends in the current language, giving particular attention to the word formation and the semantic roles of the element *self* (*selbst*, *samo*, *auto*) and providing examples mainly from German, but also from Slavic and other languages. On the basis of a survey among mediation students and graduated mediators, the third chapter („The mediator facing the imperative of the self-rationalization“) investigates the repercussions of the explored trends for language mediators and language experts; the final chapter („Final considerations“) reflects on their educational implications in the focused field.

## Goranka Rocco

*Ricercatrice e professore aggregato di Lingua e traduzione tedesca all'Università di Trieste, Sezione di Studi in Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori (SSLMIT/Dipartimento IUSLIT), dottorato di ricerca all'Università di Düsseldorf, laureata all'Università di Zagreb.*

*Campi di ricerca: analisi del discorso, testologia contrastiva, pragmatica, sociolinguistica, linguaggi settoriali, traduzione specialistica e traduzione dell'oralità fittizia. Numerosi lavori in riviste scientifiche, progetti di ricerca e borse di ricerca in collaborazione con le università tedesche, collaborazioni con riviste e collane scientifiche e con le case editrici (Duden, Liebaug-Dartmann).*

*2017 Abilitazione per professore associato in Lingua e traduzione tedesca,  
2018 Premio Mittner per le Scienze della traduzione.*