

Η υπαγωγή της υψηλής προφορικότητας στον όρο «εικονική ευμένεια»

Νικολέττα Τσιτσανούδη – Μαλλίδη

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Με το συγκεκριμένο κείμενο επιχειρείται η συνδρομή στον σύγχρονο ορολογικό εμπλουτισμό της ελληνικής γλώσσας, καθώς καταδεικνύεται η σχέση ανάμεσα στον νεοεισαγόμενο όρο της «εικονικής ευμένειας» και το φαινόμενο της υψηλής προφορικότητας του λόγου σε διάφορες επικοινωνιακές περιστάσεις. Οι περιστάσεις αυτές αφορούν τον ιδιωτικό ή δημόσιο λόγο, ή και τη μεταξύ τους διαπλοκή. Καταρχάς ορίζονται οι έννοιες και ακολούθως περιγράφονται οι τρόποι με τους οποίους η πραγμάτωση της προφορικότητας λειτουργεί υπέρ της εμβάθυνσης του συνομιλιακού ύφους. Όπως υποστηρίζεται η υιοθέτηση θεμελιωδών στοιχείων από τον προφορικό ή και τον άτυπο καθημερινό λόγο, ακόμη και για περιπτώσεις οι οποίες εντάσσονται στη δημόσια σφαίρα, μπορεί να διευκολύνει την ιδεολογική επιβάρυνση των εκπεμπόμενων μηνυμάτων.

Η προφορικότητα αναλύεται ως ανεξάρτητος όρος, αλλά και σε αντιδιαστολή με την έννοια της εγγραμματοσύνης. Με βάση τη θέση ότι η εγγραμματοσύνη σηματοδοτεί τη στροφή προς την ενδοσκόπηση και την αυτοψυχολόγηση, ενώ η προφορικότητα προς την εξωστρέφεια και την επικοινωνία, εξηγείται ο τρόπος υπαγωγής της δεύτερης στην υπηρεσία της απατηλής οικειότητας. Η συγκεκριμένη διάταξη δεν κατατείνει πάντοτε στην υποβοήθηση αμιγώς ανιδιοτελών στόχων, όπως θα ήταν ο επαναπροσδιορισμός των σχέσεων εξουσίας μεταξύ πομπού και αποδεκτών.

High orality inclusion into the ‘virtual sympathy’ term

Nikoletta Tsitsanoudis - Mallidis

ABSTRACT

The issue attempts to help modern terminology enrichment of Greek language as it shows the relationship between the newly introduced term of “*virtual sympathy*” and the high orality phenomenon in various communicative situations. These situations have to do with private or public discourses or their interrelation. First we define the meanings and then we describe the ways orality realization works for conversationalization deepening. As we claim the adoption of fundamental elements from daily and informal speech, even for public sphere cases, can facilitate the messages ideological burden.

Orality is analysed as an independent term though in contrast to literacy. Based on the position that literacy signals a shift towards to introspection and self – analysis, but orality towards to openness and communication, we explain how the last one comes under deceitful intimacy. The specific provision does not always serve purely selfless goals as for example the power relation redefinition between senders and recipients.

0 Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία επιχειρεί να αποκαλύψει τη σχέση της προφορικότητας του λόγου με τη νεοεισαγόμενη έννοια της «στάσης υψηλής εικονικής και απατηλής οικειότητας», ή, εν συντομία, «στάσης εικονικής ευμένειας» (Τσιτσανούδη – Μαλλίδη, 2006). Όπως τεκμηριώνεται, η προφορικότητα μπορεί να τεθεί στην υπηρεσία της εικονικής ευμένειας, μίας γλωσσικής και ιδεολογικής στάσης η οποία εξυπηρετεί την εμπορευματοποίηση των διαφόρων προϊόντων και την ιδεολογική ποδηγέτηση των αποδεκτών.

Αρχικά ορίζεται η έννοια της προφορικότητας και σε ένα γενικό επίπεδο περιγράφονται οι τρόποι της πραγμάτωσής της στο λόγο. Αντίστοιχα, ορίζεται η «στάση της εικονικής ευμένειας» και παρουσιάζονται οι γλωσσικοί τρόποι της κατασκευής της. Ως χαρακτηριστικό πεδίο συνάντησης της προφορικότητας με την εικονική ευμένεια εξετάζεται ο λόγος ο οποίος εκπέμπεται από μερίδα των ηλεκτρονικών ΜΜΕ.

1 Προφορικότητα και εγγραμματοσύνη

Η προφορικότητα (*orality*) αποτελεί μία έννοια η οποία πραγματώνεται με ορισμένα μορφολογικά και εννοιολογικά στοιχεία. Στηρίζεται στην έννοια του προφορικού λόγου, δηλαδή της οποιασδήποτε μορφής επικοινωνίας η οποία γίνεται με το ζωντανό λόγο ως ζώσα φωνή (ΛΚΝ: 1155). Άλλα χαρακτηριστικά, τα οποία μπορούν να συνδέονται με την προφορικότητα, είναι η ομιλητικότητα και η ευπροσηγορία. Η προφορικότητα βοηθά στη μετάβαση του χρήστη του λόγου στη γλώσσα της εγγραμματοσύνης και ενισχύει τις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των συμμετεχόντων σε μία επικοινωνιακή περίσταση (Ochs κ.ά., 1992).

Σε επίπεδο μορφής, μεταξύ των κύριων στοιχείων τα οποία συγκροτούν την προφορικότητα είναι η χρήση λέξεων του καθημερινού προφορικού λόγου (Χατζησαββίδης, 2000: 45). Παραδειγματικά αναφέρεται η υπερβολική χρήση των ρημάτων 'κάνω', 'βάζω', 'δίνω' η οποία μπορεί να αγγίζει τα όρια της *αχρωμοσημίας* (Μπαμπινιώτης, 1994: 196). Επιπλέον, η προφορικότητα μπορεί να πραγματώνεται με τη χρήση της επιτόνισης, τις ελλείψεις, τις επαναλήψεις, τις στερεότυπες εκφράσεις, τις ανακολουθίες κ.ά. Σε ό,τι αφορά τα εννοιολογικά στοιχεία με τα οποία αποτυπώνεται το στοιχείο της προφορικότητας αναφέρεται η έλλειψη αυστηρής κειμενικής δομής και η τήρηση ενός οικείου ύφους στο λόγο. Εξάλλου, το σημασιακό δυναμικό της προφορικότητας, η τροπικότητα με άλλα λόγια του προφορικού λόγου πραγματώνεται με τον καλύτερο τρόπο κατά την καθημερινή ομιλία, ενώ ο δοκιμακός πεζός λόγος πραγματώνει το δυναμικό του γραπτού λόγου (Halliday, 1985: 46). Προσέτι, σε κοινότητες με έντονο το στοιχείο της προφορικότητας είναι δυνατό να αναπτύσσεται μία ποιητική υφή στον προφορικό τους λόγο (Hymes, 1977). Στο επίπεδο της

οργάνωσης του λόγου, η ποιητική υφή συνεπάγεται ρυθμικά φαινόμενα, όπως παραλληλισμό, επανάληψη και προσωδιακά στοιχεία.

Εκ παραλλήλου και στο πλαίσιο της κλασικής διάκρισης μεταξύ γραπτού και προφορικού λόγου εισάγονται οι όροι της πρωτογενούς και της δευτερογενούς προφορικότητας και διατυπώνεται η θέση ότι οι εγγράμματες κοινωνίες βρίσκονται σήμερα στη φάση της δευτερογενούς προφορικότητας. Απεναντίας, οι κοινωνίες οι οποίες δεν γνώρισαν ποτέ τη γραφή βρίσκονται στη φάση της πρωτογενούς δια ζώσης επικοινωνίας. Η δευτερογενής προφορικότητα στην οποία μετέβησαν οι κοινωνίες με την ανακάλυψη της γραφής και της τυπογραφίας, και σήμερα με τη χρήση της υψηλής τεχνολογίας, δημιουργεί μία διαφορετικής ποιότητας και υφής αυθορμησία και εξωστρέφεια (Ong, 1997: 9).

Στην καλύτερη κατανόηση της έννοιας της προφορικότητας συμβάλλει και η αντιδιαστολή με την έννοια του *γραμματισμού* ή *εγγραμματοσύνης* ('*literacy*') (Baynam, 2000). Ενδιαφέρον παρουσιάζει η διάκριση η οποία και εδράζεται στη θέση ότι ο γραμματισμός είναι η βασική μεταβλητή στο διαχωρισμό του «πρωτόγονου» από το «πολιτισμένο». Αν και αναγκαίος ο παράγοντας του γραμματισμού, δεν αποδεικνύεται και επαρκής ως προς την ερμηνεία των εξελίξεων που σχετίζονται με την οργάνωση της γνώσης και των πολυειδών κοινωνικών μετασχηματισμών. Κι αυτό διότι η εμβάθυνση στους τρόπους διαμόρφωσης των ποικίλων γνωσιακών διεργασιών προϋποθέτει τη μελέτη των διαφόρων κάθε φορά κοινωνικών και πολιτισμικών συμφραζομένων.

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί μία ενδιαφέρουσα ανομοιότητα μεταξύ των δύο αναφερομένων εννοιών. Η εγγραμματοσύνη οδηγεί τον άνθρωπο σε μία στροφή προς τα μέσα, την ενδοσκόπηση και την αυτοψυχολόγηση, κατακτήσεις τις οποίες προάγει η σιωπηλή ανάγνωση και η ενασχόλησή του με το κείμενο. Και τα στοιχεία αυτά κατά κανόνα απουσιάζουν από τους προφορικούς πολιτισμούς. Η ανάπτυξη του αυτοστοχασμού και της ικανότητας έκφρασης πάνω στην αυθυπαρξία του «εαυτού» παρουσιάζονται ως έμμεσα αποτελέσματα της μετάβασης στην εγγραμματοσύνη. Απεναντίας, η προφορικότητα καλλιεργεί την εξωστρέφεια, την αυθορμησία και την διαπροσωπική επικοινωνία (Ong, 1997: 258).

2 Ορισμός της εικονικής ευμείνας – Γλωσσικοί τρόποι κατασκευής

Η «στάση υψηλής εικονικής και απατηλής οικειότητας» ή «στάση εικονικής ευμείνας» έχει μέχρι σήμερα αναγνωρισθεί και οριοθετηθεί στο πλαίσιο διαφόρων επικοινωνιακών περιστάσεων οι οποίες αφορούν τον τηλεοπτικώς εκφερόμενο δημοσιογραφικό λόγο, ενίοτε δε και τον πολιτικό λόγο, δεδομένου ότι οι δύο αυτοί κοινωνικοπολιτικοί λόγοι λειτουργούν

συχνά ως συγκοινωνούντα δοχεία (Τσιτσανούδη – Μαλλίδη, 2006, 2008). Η συγκεκριμένη στάση έχει ορισθεί ως η συνειδητή και έντεχνη προσπάθεια των φορέων του δημοσιογραφικού λόγου να εμφανίζονται μέσα από συγκεκριμένες γλωσσικές κατά κανόνα φόρμες ως πρόσωπα προσηγή στο τηλεοπτικό κοινό, με στόχο την υπηρετήση διαφημιστικών και ιδεολογικών σκοπιμοτήτων.

Η «υψηλή εικονική ευμένεια» απεικονίζεται γλωσσικά και διαθέτει ευκρινή στοιχεία ιδεολογικής λειτουργίας. Κατασκευάζεται με συγκεκριμένους λεκτικούς κυρίως τρόπους, όπως με τη χρήση ιδιωματικών ή διαλεκτικών λέξεων με ευρύτερη γεωγραφική ή διαλεκτική κατανομή, με την αναβάθμιση του ιδιωτικού στοιχείου στο δημόσιο και τη ρητή και υπόρρητη έκφραση της ιδεολογίας της αμφισβήτησης. Η έννοια του «λαϊκού» θα πρέπει να διακρίνεται από την έννοια του «λαϊκίστικου», καθώς η πρώτη αφορά οτιδήποτε προέρχεται και απευθύνεται στο *'populus'*, το *'λαό'*, ενώ η δεύτερη, πρακτικές που υπερασπίζονται το απλό άτομο μέσα από μία ευνοϊκή αντιπαράθεση με την «ελίτ». Από την άλλη πλευρά, το «λαϊκίστικο» δεν αποτελεί απαραίτητα εχθρό της λαϊκής ή και της υψηλής λαϊκής κουλτούρας (Mazzoleni, 2006: 7-12, Taggart, 2000). Σε σχέση με τη λεξιλογική διάσταση των μέσων κατασκευής της εικονικής ευμένειας, ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάλυση εκείνων που αφορούν στη χρήση των *'οριζόντιων'* και *'κάθετων ποικιλιών'* στο λόγο (Μήτσης, 1999: 90-91).

Πιο συγκεκριμένα, η στάση της εικονικής ευμένειας δομείται αποτελεσματικότερα με την επιστράτευση των γεωγραφικών και κοινωνικών παραλλαγών. Ο έμπυχος συντελεστής της επικοινωνίας χρησιμοποιεί τις επίσημες παραλλαγές και φόρμες της κοινής γλώσσας κάθε φορά που επιθυμεί να αρθρώνει λόγο με δημόσιο χαρακτήρα, αλλά και όποτε επιδιώκει να εγγράφει σε αυτόν την κοινωνική ή άλλη ιεραρχία. Η κοινή νόρμα μπορεί να χρησιμοποιείται όταν ο φορέας του λόγου προτίθεται να επαναβεβαιώσει το ρόλο του ως φορέας γνώσης και εξουσίας έναντι των αποδεκτών του και να καταδείξει τη λεγόμενη «κοινωνική ορθότητα». Ωστόσο, κάθε φορά που ο ομιλητής επιδιώκει να εκφράσει έντονα συναισθήματα ή την επανάσταση των συναισθημάτων έναντι της κυριαρχίας της λογικής, τότε με ιδιαίτερη άνεση μπορεί να οικειοποιείται περιστασιακά λέξεις και φράσεις από τις χαμηλές ποικιλίες.

Παράλληλα μπορεί να γίνεται ενός είδους χρήση ή και κατάχρηση της θετικής συνέμφασης την οποία έχει η λαϊκότερη γλώσσα. Ανάλογες παρατηρήσεις μπορούν να γίνουν για τη χρήση κοινών λαϊκών μεταφορών, τη δημιουργία νεολογισμών και την καταφυγή σε λέξεις «ταμπού» (*'taboo language'*).

Αδρομερώς, οι παραπάνω γλωσσικές χρήσεις εξυπηρετούν την καλλιέργεια των

δυνατοτήτων της γλωσσικής δημιουργικότητας, αλλά και των φυσικών ικανοτήτων πρόσληψης των λανθανόντων μηνυμάτων από την πλευρά των αποδεκτών. Πάντως, στο εννοιολογικό επίπεδο δεν αποκλείεται το ενδεχόμενο οι ποικίλες εκφάνσεις της εικονικής ευμένειας να αποδίδονται στις υπάρχουσες τάσεις εναρμόνισης του γλωσσικού κώδικα από την πλευρά των ομιλητών απέναντι στο γλωσσικό εργαλείο του ακροατηρίου τους. Το περιεχόμενο ενός τέτοιου προβληματισμού συνάδει με τις αντιλήψεις υπέρ ενός «*αποδέκτη – ενεργού συνδημιουργού της επικοινωνίας*» (Bakhtin 1981). Εξάλλου, τα τελευταία χρόνια ο σχεδιασμός του λόγου με βάση το ακροατήριο έχει απασχολήσει ιδιαίτερα επιστημονικές έρευνες με θέμα την *επικοινωνιακή συμμόρφωση* (Coupland και Giles, 1988).

3 Η διεύρυνση σε διάφορα είδη κοινωνικού λόγου

Η διαδικασία κατασκευής της στάσης εικονικής ευμένειας με γλωσσικά μέσα επεκτείνεται και σε άλλα είδη *‘κοινωνικού λόγου’* (*‘discourses’*) τα οποία διαθέτουν τα χαρακτηριστικά της εξουσιαστικής και ιδεολογικής λειτουργίας, του λεκτικού πληθωρισμού και της αξιολογικής διάστασης (π.χ. οι λόγοι του πολιτικού, του δασκάλου, του ιεροκήρυκα). Σε όλα τα παραπάνω είδη κοινωνικού λόγου η έναρξη της επικοινωνιακής πρωτοβουλίας γίνεται κυρίως από τον *‘επικοινωνητή’* /πομπό (Πεπονής, 1974) και μόνον για τις περιπτώσεις εκείνες κατά τις οποίες εκδηλώνεται έντονα η ανατροφοδοτική λειτουργία και από τον αποδέκτη/ *‘επικοινωνούμενο’*. Η συμπεριφορά που καλλιεργεί στο επίπεδο της μορφής της γλώσσας τη λεγόμενη «απατηλή οικειότητα» μπορεί να απαντάται οπουδήποτε υφίσταται έστω και πρωτογενώς το δίπολο της επικοινωνίας, ακόμη και στις περιπτώσεις εκείνες κατά τις οποίες η επικοινωνία είναι «κατ’ επίφαση» ή και «κατεστραμμένη» (Φραγκουδάκη 1999).

Περιπλέον, η εμπλοκή του παράγοντα της ιδεολογίας στην επικοινωνία δεν μπορεί να αφορά μόνο το λόγο της εξουσίας ή της δημόσιας σφαίρας, αλλά ακόμη και τον άτυπο καθημερινό λόγο, όπως είναι ο ιδιωτικός λόγος σε οικογενειακά περιβάλλοντα, ή άλλα είδη λόγου με έντονο διαλεκτικό ύφος. Οι αποδέκτες ενός λόγου που υπηρετεί μία στάση εικονικής ευμένειας δεν σφραγίζονται με το στίγμα της κατωτερότητας, καθώς κατά τη γλωσσική χρήση χαμηλών ποικιλιών οι τυχόν «υποδεέστεροι» γλωσσικοί κώδικες αναβαθμίζονται από τα στενά όρια της χρήσης τους.

Μολαταύτα, είναι υπαρκτός ο κίνδυνος του αποπροσανατολισμού του αποδέκτη του λόγου ή της κατατόπισής του προς μία αταξική κοινωνία. Αυτό δύναται να συμβαίνει όταν η εκδήλωση από την πλευρά του πομπού μίας γενικής ιδεολογικής συμπαρατάξης με το συνομιλητή του δεν συνιστά μία ουσιαστική απόπειρα επαναπροσδιορισμού των σχέσεων εξουσίας μεταξύ των συντελεστών της επικοινωνίας, αλλά έναν προσωρινό και εικονικό επανασυσχετισμό οικειότητας με ιδεολογικούς ή και εμπορικούς σκοπούς. Διαμόρφωση

εσφαλμένων αντιλήψεων μεταξύ των παραληπτών του λόγου μπορεί να υπάρξει και όταν το συναίσθημα ενσωματώνεται στο γλωσσικό ρεπερτόριο με δραματοποιημένες γλωσσικές απεικονίσεις.

Από την άλλη πλευρά, στο γραπτό λόγο υπάρχει η λογική της ιεραρχίας και της ενσωμάτωσης. Ο γραπτός λόγος που διαθέτει δομούσα λογική αντιπροσωπεύει τη σταθερότητα και τον έλεγχο. Ωστόσο, μολονότι έχει διατυπωθεί η άποψη ότι ένα «δημόσιο» πρόσωπο οφείλει να υιοθετεί τους τρόπους του γραπτού λόγου κατά την ομιλία του (Kress, 1988), εν τούτοις για την περίπτωση της εικονικής ευμένειας είναι πιθανή η υιοθέτηση και στο επίπεδο της επίσημης ομιλίας των πρακτικών του προφορικού λόγου. Ο λόγος για τον οποίο μπορεί συμβαίνει αυτό δεν είναι άλλος από την επιδιωκόμενη κατάργηση των αποστάσεων μεταξύ ιδιωτικής και δημόσιας σφαίρας (Tsitsanoudis – Mallidis, 2011 και της ίδιας 2008).

Συμπερασματικά, η στάση της εικονικής ευμένειας συγκροτείται με θεμελιώδη χαρακτηριστικά της προφορικότητας και υπηρετείται από πολλά άλλα στοιχεία της.

4 Ένα χαρακτηριστικό πεδίο συνάντησης

Ο τηλεοπτικός δημοσιογραφικός λόγος θεωρείται ένα ιδανικό πεδίο συνάντησης της προφορικότητας με τη στάση εικονικής ευμένειας. Καταρχάς, χαρακτηρίζεται από την ομοιότητά του με τον προφορικό μάλλον παρά με το γραπτό λόγο (Bagnall, 1993: 1), καθώς οικειοποιείται πολλά στοιχεία από τον καθημερινό προφορικό λόγο (Fairclough, 1995: 9) και γίνεται όλο και περισσότερο τυπικό δείγμα του *‘ιδιωτικού λόγου’* (*‘private speech’*) παρά του *‘δημόσιου λόγου’* (*‘public speech’*), με μια αυξανόμενη τάση υιοθέτησης του *‘συνομιλιακού ύφους’* (*‘conversationalization’*) (Βαλιούλη, 2001: 10). Η απόδοση του όρου *conversationalization* ως *‘συνομιλιακό ύφος’* υιοθετείται από αρκετούς μελετητές (Σηφianού και Τζάννε, 2001), ενώ από άλλους επιλέγεται ο όρος *‘προφορικότητα’* (Ανδρουτσόπουλος, 2001 και Χατζησαββίδης, 2000).

Συχνά άλλωστε μερίδα δημοσιογράφων εγκαταλείπει τη *‘δημοσιογραφία’* (*‘journalism’*) προς χάρη της υιοθέτησης μίας *‘δημοσιογραφικής γραφής’* (*‘journalese’*) (Βαλιούλη, ό.π.: 18). Ο όρος *‘journalese’* χρησιμοποιείται υποτιμητικά, παρά το ότι αφορά μία γλωσσική ποικιλία η οποία κυριαρχεί και διαθέτει κοινωνικοπολιτικά συμφραζόμενα εξουσίας. Με άλλα λόγια, οι δημοσιογράφοι αντί να ακολουθούν τους κανόνες του γραπτού δημοσιογραφικού λόγου, διανθίζουν τα κείμενά τους με συγκινησιακά φορτισμένες δομές και αξιολογήσεις.

Η εισποίηση της υψηλής προφορικότητας στο δημοσιογραφικό λόγο αποδίδεται στην επιδίωξη της ταχείας και εύκολης πρόσληψής του από τους αποδέκτες. Ο τηλεθεατής/

ακροατής ή και αναγνώστης αισθάνεται περισσότερο ασφαλής όταν δεν διαταράσσεται το status του δικού του γλωσσικού κόσμου. Το αποτέλεσμα είναι να λειτουργεί με σχετική ευπιστία στην όποια κατηγοριοποίηση και αξιολόγηση τού προτείνεται. Εκ παραλλήλου, μία τέτοια συλλογιστική διαδικασία κατηγοριοποιήσεων επιτρέπει τη γρήγορη εξαγωγή *‘πιθανών αξιολογικών κρίσεων’* (*‘probable inferences’*), παρά την απουσία ικανών πραγματικών δεδομένων ως προς το μέγεθος και την ποιότητα (Fiske & Taylor, 1991: 382-384).

Η διαδικασία αυτή υποστηρίζεται από την επιρρέπεια του ατόμου να *προβλέπει και να αναμένει στερεότυπες συμπεριφορές* (*‘predictability principle’*) και να ενεργοποιεί *‘σχήματα ρόλου και ατόμου’* (*‘role και person schemas’*), καθώς επίσης και από την τάση του να βασίζεται σε *πρώιμες, εμφανείς, προεξέχουσες ή εντυπωσιακές, κύρια οπτικές πληροφορίες* (*‘early labeling, salience και immediate access principles’*) για την ενεργοποίηση αυτών των σχημάτων. Προσέτι, υποστηρίζεται από την έφεση του αποδέκτη να βασίζεται σε *ήδη υπάρχοντα και συχνά χρησιμοποιούμενα σχήματα κατηγοριών* (*‘accessibility principles’*) (Fiske & Taylor, 1991: 142-7, 177-8).

Κατόπιν των παραπάνω, διατυπώνεται η άποψη ότι στα διάφορα είδη ή υποείδη του δημοσιογραφικού λόγου, η προφορικότητα κερδίζει έδαφος έναντι της εγγραμματοσύνης.

5 Κειμενικά τεμάχια σε θέση παραδειγμάτων

Χαρακτηριστικά παραδείγματα υψηλής προφορικότητας που υπηρετούν τη στάση της εικονικής ευμένειας στον τηλεοπτικό δημοσιογραφικό λόγο αντλούνται από την ανάλυση του λόγου των ελληνικών δελτίων ειδήσεων (Τσιτσανούδη – Μαλλίδη, 2006). Ειδικότερα, μετά από σχετική έρευνα συγκεντρώθηκαν και μελετήθηκαν ευρήματα λόγου που αρθρώνεται από φορείς της δημοσιογραφικής εξουσίας. Πρόκειται για τα νυχτερινά δελτία ειδήσεων των σταθμών MEGA, ANTENNA, STAR και ALTER.

Καταλεπτώς, η καλλιέργεια της στάσης απατηλής οικειότητας μέσα από την υψηλή προφορικότητα αναγνωρίζεται στα ακόλουθα «τεμάχια λόγου» τα οποία ενδεικτικά παρουσιάζονται με αφαιρετική διάθεση. Έτσι, στα δελτία ειδήσεων της ελληνικής τηλεόρασης έχουν χρησιμοποιηθεί οι ακόλουθες λέξεις και φράσεις με τα ανάλογα γλωσσικά, κοινωνικά και πολιτισμικά συμφραζόμενα:

1. Λαϊκές λέξεις – φράσεις (*‘θα σκάσει μύτη’*, *‘θα τα κάνω ρόιδο’*, *‘είμαι στην απέξω’*, *‘τα πιάνουν’*, *‘τα παίρνουν’*, *‘στην ψύχρα’*, *‘τραβάω ζόρι’* κ.ά.).
2. Νεολογισμοί (*‘νεκραίλα’*).
3. Λέξεις από το ποδόσφαιρο και τα τεχνικά ή τυχερά παιγνίδια (*‘ντρίμπλα’*, *‘καρέ’*, *‘πάσα’*, *‘σουτ’*, *‘εξάρεις’* κ.ά.).

4. Λέξεις και φράσεις από γεωγραφικές και κοινωνικές ποικιλίες (‘ξενέρωτοι’, ‘δήθεν’, ‘λάντζα’ κ.ά.).
5. Λέξεις ταμπού (‘τσαμπουκάς’, ‘νταβατζής’, ‘λαμόγια’, ‘μου έπαιξε που...’, ‘είναι χεσμ...’, ‘σας είπε να πάτε να γα...’ κ.ά.).
6. Ιδιωτικός λόγος (‘άντε γεια’, ‘πού το πας;’, ‘θα πάω στα μπουζούκια’, ‘τρελαίνομαι’, ‘να σου πω...’).
7. Φράσεις που καταργούν την απόσταση μεταξύ κυβερνώντων – κυβερνωμένων (‘έγινε τούρμπο ο πρωθυπουργός’, ‘υπουργός ξεφτέρης’ κ.ά.).
8. Λαϊκά τραγούδια – «σουξέ» («τα λερωμένα τ’ άπλυτα», «θα ζήσω ελεύθερο πουλί κι όχι κορόιδο στο κλουβί»).

Κατά συνέπεια διαπιστώνεται ότι ο δημοσιογραφικός λόγος, αν και από τη φύση του δημόσιος και επίσημος, επιστρατεύει κατά περίπτωση τις χαμηλές ποικιλίες. Οι βλέψεις δεν είναι άλλες από την διεύρυνση της επίδρασής του στις «μάζες» των τηλεθεατών/καταναλωτών, την επιτέλεση της προπαγανδιστικής λειτουργίας και την κατασκευή της συναίνεσης.

6 Επιμύθιες διαπιστώσεις

Στην παρούσα εργασία εξετάστηκε η σχέση της προφορικότητας με τη λεγόμενη «στάση εικονικής ευμένειας» που είναι μία γλωσσική και ταυτόχρονα ιδεολογική στάση την οποία λαμβάνουν οι άνθρωποι που κατά κανόνα αρθρώνουν εξουσιαστικό λόγο. Η προφορικότητα αναλύθηκε τόσο ως ανεξάρτητη έννοια, όσο και σε αντιδιαστολή με την έννοια της εγγραμματοσύνης. Με βάση τη θέση ότι η εγγραμματοσύνη σηματοδοτεί τη στροφή προς την ενδοσκόπηση και την αυτοψυχολόγηση, ενώ η προφορικότητα προς την εξωστρέφεια και την επικοινωνία, αποκαλύφθηκε ο τρόπος υπαγωγής της δεύτερης στην υπηρεσία της απατηλής οικειότητας και της εικονικής ευμένειας. Όπως επισημάνθηκε, η συγκεκριμένη διάταξη δεν κατατείνει πάντοτε στην υποβοήθηση αμιγώς ανιδιοτελών στόχων, όπως ο επαναπροσδιορισμός των σχέσεων εξουσίας μεταξύ πομπού και αποδεκτών.

Ως χαρακτηριστικό πεδίο χρησιμοποίησης της προφορικότητας για τις ανάγκες της στάσης εικονικής ευμένειας εξετάστηκε ο τηλεοπτικώς εκφερόμενος δημοσιογραφικός λόγος, καθώς οικειοποιείται πολλά στοιχεία από τον καθημερινό προφορικό λόγο και εξελίσσεται σε ένα τυπικό δείγμα του ιδιωτικού λόγου με έντονη την τάση υιοθέτησης ενός διαλογικού και προσωπικού ύφους. Οι λόγοι της υιοθέτησης της υψηλής προφορικότητας από την πλευρά των φορέων του δημοσιογραφικού λόγου είναι συνήθως ιδεολογικοί, κοινωνικοί, αλλά και οικονομικού περιεχομένου. Αδρομερώς, η διάθρωση και ο ευρύτερος σχεδιασμός του λόγου επηρεάζεται και καθορίζεται τόσο από ευρύτερα κοινωνικά και πολιτισμικά σχήματα,

όσο και από δυναμικά αναπτυσσόμενους παράγοντες στη διάρκεια της επικοινωνίας.

Εν κατακλείδι, σε αρκετά είδη λόγου είναι δυνατή ακόμη και η επιτηδευμένη καλλιέργεια της προφορικότητας με συγκεκριμένη εκζήτηση. Οι λόγοι μπορεί να είναι καθαρά επικοινωνιακοί και οι προθέσεις να σχετίζονται με τον ιδεολογικό επηρεασμό των αποδεκτών ή την καθοδήγηση των καταναλωτικών προτιμήσεων τους. Και όταν στα κείμενα με υψηλή προφορικότητα αναπαριστώνται συνειδητά ή ασύνειδα τα στοιχεία της υψηλής εικονικής και απατηλής οικειότητας τέτοιου είδους βλέψεις ευοδώνονται γρηγορότερα και αποτελεσματικότερα.

7 Βιβλιογραφία

- [1] Ανδρουτσόπουλος, Γ. (2001). «Γλωσσολογικές προσεγγίσεις στο δημοσιογραφικό λόγο: Είδη, ποικιλότητα και ιδεολογία». Στο *Δημοσιογραφία και Γλώσσα*, πρακτικά συνεδρίου (15-16 Απριλίου 2000) του Μορφωτικού Ιδρύματος της ΕΣΗΕΑ, Μπουκάλας, Π. & Μοσχονάς, Σ. (επιμ.). Αθήνα, 167-183.
- [2] Bagnall, N. (1993). *Newspaper Language*. Oxford, London, Boston: Focal Press.
- [3] Bakhtin, M. (1981). *The dialogic imagination: Four essays*. Holquist, M. (επιμ.). Austin: University of Texas Press.
- [4] Βαλιούλη, Μ. (2001). «Υπερβολές, αυθαιρεσίες και νοηματικές εκπτώσεις». Στο *Εφαρμοσμένη Γλωσσολογία*. Θεσσαλονίκη, τ. 17, 9-26.
- [5] Baynam, M. (2000). *Πρακτικές γραμματισμού*. Μπφρ. Μ. Αραποπούλου. Αθήνα: Μεταίχιμο.
- [6] Coupland, N. & H. Giles (1988). *Communication Accomodation Theory: Recent Developments*. Αφιέρωμα στο Language and Communication 8.
- [7] Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. London, New York, Sydney: Edward Arnold.
- [8] Fiske, S.T. & Taylor, S.E. (1991). *Social Cognition* (2nd edition). New York: McGraw – Hill International Editions.
- [9] Halliday, M.A.K. (1985). *Spoken and written language*. Geelong, Victoria: Deakin University Press.
- [10] Hymes, D. (1977). "Discovering oral performance and measured verse in American Indian narrative". Στο *New Literary History* 8, 431-457.
- [11] Kress, G. (1988). "Language as social practice". Στο *Communication and Culture*. Sydney: New South Wales University Press.
- [12] *Λεξικό της Κοινής Νεοελληνικής* (1988). Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών [Ίδρυμα Μ. Τριανταφυλλίδη]. Θεσσαλονίκη.
- [13] Mazzoleni, G. (2006). «Λαϊκισμός και μέσα ενημέρωσης». Στο *Ζητήματα Επικοινωνίας*, Αθήνα: Καστανιώτης, τ. 4.
- [14] Μήτσης, Ν. (1999). *Διδακτική του γλωσσικού μαθήματος. Από τη γλωσσική θεωρία στη διδακτική πράξη*. Αθήνα: Gutenberg.
- [15] Μπαμπινιώτης, Γ. (1994). *Ελληνική γλώσσα. Παρελθόν - Παρόν – Μέλλον*. Αθήνα: Gutenberg.

- [16] Ochs, E., Taylor, C., Rudolph, D. & Smith, R. (1992). "Storytelling as a theory – building activity". Στο *Discourse Processes* 15, 37-72.
- [17] Ong, W.J. (1997). *Προφορικότητα και εγγραμματοσύνη. Η εκτεχνολόγηση του λόγου*. Μπφρ. Κ. Χατζηκυριάκος. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές εκδόσεις Κρήτης.
- [18] Πεπονής, Αν. (1974). *Η μεγάλη επικοινωνία*. Αθήνα: Ίκαρος.
- [19] Σηφianού, Μ. & Τζάννε, Α. (2001). «Και τώρα τα νέα μας για τον καιρό: Τα δελτία καιρού στην ελληνική τηλεόραση». Στο *Δημοσιογραφία και Γλώσσα*, πρακτικά συνεδρίου (15-16 Απριλίου 2000) του Μορφωτικού Ιδρύματος της ΕΣΗΕΑ, Μπουκαλάς, Π. & Μοσχονάς, Σ. (επιμ.). Αθήνα, 233-242.
- [20] Σκαρτσής, Σ. (2002). *Η προφορικότητα*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- [21] Taggart, P. (2000). *Populism*. Buckingham: Open University Press.
- [22] Τσιτσανούδη – Μαλλίδη, Ν. (2006). *Η λαϊκή γλώσσα των ειδήσεων – Μια στάση απατηλής οικειότητας*. Αθήνα: Εμπειρία Εκδοτική.
- [23] Τσιτσανούδη – Μαλλίδη, Ν. (2008). *Το θέμα και το θύμα – Γλώσσα, εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Εμπειρία Εκδοτική.
- [24] Τσιτσανούδη – Μαλλίδη, Ν. (2009). «Εξουσιαστικές και συνεργατικές σχέσεις. Από τη σχολική διαδικασία στη δημοσιογραφική πρακτική». Στο *Παιδαγωγική Επιθεώρηση*, Παιδαγωγική Εταιρεία Ελλάδος, Τομέας Παιδαγωγικής Φιλοσοφικής Σχολής Α.Π.Θ. Θεσσαλονίκη: Κυριακίδης, τ. 47, 7-24.
- [25] Tsitsanoudisi – Mallidis, N. (2011). "The transformation of television journalistic discourse into an object of commercial dealing. The Greek case". Στο *International Journal of Instructional Media*, University of Connecticut, U.S.A., Vol 38 # 2, 133-146.
- [26] Τσιτσανούδη – Μαλλίδη, Ν. (2011). *Η γλώσσα των ΜΜΕ στο σχολείο. Μια γλωσσολογική προσέγγιση για την εκπαιδευτική διαδικασία*. Αθήνα: Λιβάνης.
- [27] Φραγκουδάκη, Α. (1999). *Γλώσσα και ιδεολογία*. Αθήνα: Οδυσσέας.
- [28] Χατζησαββίδης, Σ. (2000). *Ελληνική γλώσσα και δημοσιογραφικός λόγος. Θεωρητικές και ερμηνευτικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Gutenberg.

Νικολέττα Τσιτσανούδη – Μαλλίδη

Λέκτορας Ελληνικής Γλώσσας και Γλωσσολογίας
Παιδαγωγικού Τμήματος Νηπιαγωγών
Πανεπιστημίου Ιωαννίνων (υπό διορισμό)
Δημοσιογράφος - Συγγραφέας
Αγνώστου Στρατιώτου 11, Λάρισα, 41222
Ηλ.ταχ.: nitsi@sch.gr