

- Georgakopoulou, A. (2008b). «“London Heart or Kiss FM?”: “Trouble” in accounts and meta-talk of media engagements in school-based interaction». Ανακοινώθηκε στο *Sociolinguistics Symposium 17*, Amsterdam, 3-5 Απριλίου 2008.
- Moores, S. (2000). *Media and everyday life in modern society*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Rampton, B. (2006). *Language in late modernity: Interaction in an urban school*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rampton, B., Harris, R. & Dover, C. (2002/2005). «Interaction, media culture and adolescents at school». <http://www.kcl.ac.uk/content/1/c6/01/42/29/paper20.pdf> (πρόσβαση: 12/3/2009).
- Rampton, B., Harris, R., Georgakopoulou, A., Leung, C., Dover, C. & Small, L. (2008). «Urban Classroom Culture and Interaction: End-of-project report». *Working Papers in Urban Language & Literacies*, 53. <http://www.kcl.ac.uk/schools/sspp/education/research/groups/lgl/wpull41.html> (πρόσβαση: 12/3/2009).
- Schegloff, E. & Sacks, H. (1973). «Opening up closings». *Semiotica*, 9: 290-327.
- Wetherell, M. (1998). «Positioning and interpretative repertoires: Conversation analysis and post-structuralism in dialogue». *Discourse & Society*, 9: 387-412.
- Zimmerman, D.H. (1998). «Identity, context and interaction». Στο C. Antaki & S. Widdicombe (eds), *Identities in talk*. London: Sage, 87-106.

Το άρθρο εξετάζει συνθήκες και χαρακτηριστικά της επικοινωνίας στο «δευτερο ιστό» (Web 2.0) χρησιμοποιώντας ως παράδειγμα ένα πρόσφατο ελληνικό βίντεο και το σχολιασμό του στην πλατφόρμα YouTube. Διακρίνονται τέσσερις λειτουργίες της γλώσσας στο δεύτερο ιστό: ως κώδικας οργάνωσης, αυτοπαρουσίασης, θεάματος και αλληλεπίδρασης, και τρία γνωρίσματα της γλωσσικής χρήσης: πολυτροπικότητα, διακειμενικότητα και ετερογλωσσία. Με βάση τις παραπάνω κατηγορίες, η ανάλυση εξετάζει το βίντεο και τον περιβάλλοντα σχολιαστικό λόγο ως δείκτες γενικότερων τάσεων του σύγχρονου διαδικτυακού λόγου. Πέρα από τη διατύπωση αναλυτικών κατηγοριών, το άρθρο συνεισφέρει στο θεωρητικό και μεθοδολογικό προβληματισμό γύρω από τα νέα περιβάλλοντα διαδικτυακού δημόσιου λόγου. (Σ)

«ΤΟ ΚΡΑΣΑΚΙ ΤΟΥ ΤΣΟΥ»: ΠΟΛΥΤΡΟΠΙΚΟΤΗΤΑ, ΔΙΑΚΕΙΜΕΝΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΤΕΡΟΓΛΩΣΣΙΑ ΣΤΟ «ΔΕΥΤΕΡΟ ΙΣΤΟ»

Γιάννης Ανδρουτσόπουλος

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

«Το κρασάκι του Τσου» (ΚτΤ) είναι μια ψηφιακή ταινία ελληνικής παραγωγής που τοποθετήθηκε στον ιστοχώρο YouTube (YT) το Μάιο του 2008 και έγινε εξαιρετικά δημοφιλής μέσα σε λίγους μήνες, όπως μαρτυρούν οι παραπάνω από ένα εκατομμύριο προβολές της και τα χιλιάδες σχόλια στην ιστοσελίδα της ταινίας.¹ Στο άρθρο αυτό, το ΚτΤ γίνεται αφορμή για μερικές παρατηρήσεις στο ρόλο της γλώσσας στα σύγχρονα περιβάλλοντα διαδικτυακής επικοινωνίας. Η επιλογή του παραδείγματος είναι ενδεικτική ως προς δύο χαρακτηριστικά του «δευτέρου ιστού»: Πρώτον, το ΚτΤ εκπροσωπεί τις δυνατότητες της πολιτισμικής παραγωγής «από κάτω», με ψηφιακά κείμενα που δημιουργούνται και δημοσιεύονται έξω από το σύστημα των ΜΜΕ, αλλά τραβούν το ενδιαφέρον του διαδικτυακού κοινού, γίνονται αφορμή για δημόσιο διάλογο και καμιά φορά βρίσκουν τελικά πρόσβαση και στα καθιερωμένα Μέσα. Το δεύτερο χαρακτηριστικό είναι ο πολυσχιδής ρόλος της γλώσσας στο σύγχρονο διαδίκτυο. Το ΚτΤ οφείλει την επιτυχία του σε μια ασυνήθιστη μεταφραστική πρακτική, και η ίδια η ταινία μαζί με τον περιβάλλοντα σχολιασμό της συνθέτουν ένα γλωσσικό και υφολογικό μωσαϊκό που ξεπερνά τις έως τώρα ερωτήσεις και απαντήσεις της διαδικτυακής γλωσσολογικής βιβλιογραφίας.

1. Ο «ΔΕΥΤΕΡΟΣ ΙΣΤΟΣ» ΚΑΙ ΤΑ ΟΡΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΓΛΩΣΣΟΛΟΓΙΑΣ

Ο όρος «δευτερος ιστός» (Web 2.0) έχει στην πράξη καθιερωθεί ως γενική αναφορά στις σύγχρονες διαδικτυακές τεχνολογίες και στις κοινωνικές, οικονομικές και επικοινωνιακές διαδικασίες που αυτές επιτρέπουν.² Ο δεύτερος ιστός οριοθετεί μια περίοδο εξέλιξης της ψηφιακής τεχνολογίας, που χαρακτηρίζεται από αυξημένες δυνατότητες αλληλεπίδρασης και συμμετοχής του χρήστη, καθώς και αυξημένη συνδεσιμότητα μεταξύ χρηστών, περιεχομένων, εφαρμογών και τεχνολογιών. Στις τεχνολογικές προϋποθέσεις των παραπάνω διαδικασιών συγκαταλέγονται η ευρυζωνική πρόσβαση, που επιτρέπει τη μα-

1. Για την ακρίβεια, 1.078.354 προβολές και 3.881 σχόλια από τις 9/5/2008 έως τις 8/2/2009. Το βίντεο είναι διαθέσιμο στη διεύθυνση <http://www.youtube.com/watch?v=y-wF3pHpEt8> και η παρακολούθησή του συνιστάται πριν από την ανάγνωση του άρθρου.

2. Βλ., π.χ., το σχετικό άρθρο της αγγλικής Βικιπαίδειας: «Web 2.0», *Wikipedia*, http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Web_2.0&oldid=276086903 (πρόσβαση: 7/2/2009).

ζική πρόσληψη και διάθεση πολυμεσικών κειμένων, και η χρήση υπολογιστών και λογισμικού, που απλοποιούν την παραγωγή και τροποποίηση ψηφιακών υλικών από το χρήστη. Οι παραπάνω εξελίξεις συμβαδίζουν –τουλάχιστον στην Ευρώπη– με τη μαζική πλέον πρόσβαση του πληθυσμού στο διαδίκτυο και την κανονικοποίηση της διαδικτυακής εμπειρίας για την πλειονότητα των νέων. Όλες αυτές οι τάσεις είναι εμφανείς στα χαρακτηριστικά περιβάλλοντα του δεύτερου ιστού: τους τόπους κοινωνικής δικτύωσης (social networking sites, π.χ. Facebook, MySpace) και τους τόπους διάθεσης ψηφιακού περιεχομένου (content sharing sites, π.χ. flickr, YouTube) (βλ. boyd, 2007, boyd & Ellison, 2007).

Αυτό που μας απασχολεί στη συνέχεια είναι όχι τόσο τα τεχνικά χαρακτηριστικά του δεύτερου ιστού, όσο η επικοινωνιακή και γλωσσική τους διάσταση και οι συνέπειές τους για τη μελέτη του διαδικτυακού λόγου. Μια σύγκριση με προγενέστερα στάδια ανάπτυξης του διαδικτύου δείχνει ότι ο δεύτερος ιστός εντείνει και διευκολύνει πρακτικές επικοινωνίας και συμμετοχής που προϋπήρχαν σε λιγότερο εξελιγμένη ή προσβάσιμη μορφή. Η αυτοπαρουσίαση, η δικτύωση με άλλους χρήστες και η εικονική αλληλεπίδραση, ανέκαθεν βασικές επικοινωνιακές δραστηριότητες στο διαδίκτυο, βρίσκουν στους σημερινούς τόπους κοινωνικής δικτύωσης νέες δυνατότητες και πλουσιότερα μέσα έκφρασης. Οι πλατφόρμες του δεύτερου ιστού προτυποποιούν την αρχιτεκτονική των προσωπικών προφίλ, αλλά παρέχουν ταυτόχρονα μεγάλα περιθώρια προσαρμογής και εξατομίκευσής τους.

Μια σημαντική διαφορά του σημερινού διαδικτύου σε σχέση με την προηγούμενη δεκαετία είναι η χαλάρωση των ορίων μεταξύ δυνατοτήτων και πρακτικών οι οποίες παλαιότερα ήταν διακριτές. Οι σημερινές διαδικτυακές πλατφόρμες συγχωνεύουν και συνδυάζουν επικοινωνιακές εφαρμογές που προϋπήρχαν του παγκόσμιου ιστού: ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, λίστες, άμεσα μηνύματα, προσωπική ιστοσελίδα, φόρουμ κτλ. αποτελούν πλέον αλληλένδετες δυνατότητες στο πλαίσιο του ίδιου ιστοχώρου. Ταυτόχρονα τα όρια μεταξύ θεσμικής και προσωπικής, επαγγελματικής και ιδιωτικής επικοινωνίας γίνονται όλο και πιο θολά. Απλοί χρήστες συνεισφέρουν στο δημόσιο διαδικτυακό λόγο και αναλαμβάνουν θεσμικά επικυρωμένους ρόλους, π.χ. δημιουργώντας και γράφοντας στα προσωπικά τους ιστολόγια, σχολιάζοντας δημοσιεύματα άλλων ιστολογίων ή διαδικτυακών εφημερίδων ή παρουσιάζοντας και αξιολογώντας προϊόντα και υπηρεσίες σε εμπορικούς διαδικτυακούς τόπους. Επίσης οι χρήστες μπορούν να δημιουργούν και να διαθέτουν ψηφιακό περιεχόμενο (φωτογραφίες, βίντεο κτλ.) παράλληλα ή και σε συνειδητή αντίθεση με τα καθιερωμένα θεσμικά κανάλια ενημέρωσης και ψυχαγωγίας: πολυάριθμοι διαδικτυακοί τόποι αντλούν τη δημοτικότητά τους από τη δραστηριότητα αυτή και την επακόλουθη επικοινωνία – εξ ου και ο χαρακτηρισμός «συμμετοχικά μέσα» (participatory media: βλ. Jarrett, 2008).

Τι σημαίνουν τα χαρακτηριστικά και οι διαδικασίες των συμμετοχικών μέσων για την υφή και την εξέλιξη του διαδικτυακού λόγου; Πώς μεταβάλλεται η σχέση ιδιωτικού και δημόσιου, προσωπικού και θεσμικού λόγου στο δεύτερο ιστό; Και κατά πόσο οι παραδοσιακές διακρίσεις ανάμεσα, λ.χ., στη «γλώσσα του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου» και τη «γλώσσα της ηλεκτρονικής συνομιλίας» (βλ., π.χ., Crystal, 2006) είναι ακόμα δόκιμες;

Η έως τώρα διαδικτυακή γλωσσολογία δεν έχει απαντήσεις σε αυτά τα ερωτήματα. Από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, η έρευνα (βλ. ενδεικτικά Crystal, 2006: Herring, υπό δημοσίευση: Androutsopoulos, 2006a) σκιαγραφεί τα ιδιαίτερα επικοινωνιακά γνωρίσματα της νέας ψηφιακής εγγραμματοσύνης (διαλογικότητα, κοινωνικότητα, αυθορμητισμός) και εστιάζει στις γλωσσικές λεπτομέρειες της επικοινωνίας αυτής: τη σχέση της ιδιωτικής διαδικτυακής γλώσσας με τις παραδοσιακές κατηγορίες του προφορικού και γραπτού λόγου· φαινόμενα γλωσσικής ποικιλότητας, καινοτομίας και αλλαγής· πραγματολογικά χαρακτηριστικά της εικονικής διαπροσωπικής επικοινωνίας (π.χ., γλωσσική ευγένεια). Τα ευρήματα αυτά όμως είναι διατυπωμένα σε ένα πλαίσιο που προϋποθέτει σαφή όρια ανάμεσα σε εφαρ-

μογές και πεδία δραστηριότητας. Οι αναλυτικές κατηγορίες στηρίζονται στις διακριτές εφαρμογές της προ-ιστιακής εποχής και λειτουργούν με γνώμονα στενές γλωσσολογικές κατηγορίες. Το πρόβλημα δεν είναι ότι τα μορφικά χαρακτηριστικά μιας τυπικής «διαδικτυακής γλώσσας» (π.χ., προφορικότητα, γλωσσική οικονομία) έχουν εξαφανιστεί, αλλά, αντίθετα, ότι συνυπάρχουν στους σημερινούς ιστοχώρους με πολυάριθμα άλλα είδη λόγου σε ένα πολυδιάστατο, πολυτροπικό παζλ ψηφιακής επικοινωνίας. Η διαδικτυακή γλωσσολογία ακόμα δεν είναι κατάλληλά εξοπλισμένη για να περιγράψει αυτό το παζλ.

2. Η ΓΛΩΣΣΑ ΣΤΟ «ΔΕΥΤΕΡΟ ΙΣΤΟ»: ΔΥΟ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗΣ

Συμβάλλοντας στην εξερεύνηση της γλωσσικής χρήσης στα σύγχρονα ιστιακά περιβάλλοντα, παρουσιάζω στη συνέχεια δύο συμπληρωματικά σύνολα περιγραφικών κατηγοριών και τα χρησιμοποιώ στην ανάλυση του παραδείγματος. Οι κατηγορίες επιδιώκουν να απαντήσουν στα ακόλουθα ερωτήματα:

- 1) Πώς συμβάλλει η γλώσσα στη συγκρότηση του δεύτερου ιστού; Το πρώτο σύνολο οριοθετεί τέσσερις λειτουργίες της γλώσσας: ως κώδικα οργάνωσης, αυτοπαρουσίασης, θεάματος, αλληλεπίδρασης (Πίνακας 1).
- 2) Τι χαρακτηρίζει το λόγο στα περιβάλλοντα του δεύτερου ιστού; Το δεύτερο σύνολο κατηγοριών διατυπώνει τρία κειμενικά-υφολογικά γνωρίσματα: πολυτροπικότητα, διακειμενικότητα, ετερογλωσσία (Πίνακας 2).

Πίνακας 1: *Λειτουργίες της γλώσσας στο δεύτερο ιστό.*

- *Οργανωτική λειτουργία*: Η γλώσσα συμβάλλει στη δημιουργία κειμενικής συνοχής και στην οργάνωση της χρήσης του διαδικτυακού τόπου.
- *Αυτοπαρουσιαστική λειτουργία*: Η γλώσσα ως βασικός –αν και όχι αποκλειστικός– κώδικας αυτοπαρουσίασης των χρηστών στις σελίδες-προφίλ τους.
- *Θεαματική λειτουργία*: Η γλώσσα ως συστατικό των «θεαματικών κειμένων» που οι χρήστες παράγουν και δημοσιεύουν στο δίκτυο.
- *Αλληλεπιδραστική λειτουργία*: Η γλώσσα ως βασικός κώδικας επικοινωνίας μεταξύ χρηστών με διάφορους σκοπούς.

Πίνακας 2: *Χαρακτηριστικά της γλώσσας στο δεύτερο ιστό.*

- *Πολυτροπικότητα (multimodality)* – η ιδιότητα του γλωσσικού κώδικα να συνδυάζεται με άλλους κώδικες, στα πλαίσια ενός κειμένου ή μιας αλληλεπίδρασης, για την παραγωγή νοήματος.
- *Διακειμενικότητα (intertextuality)* – η ιδιότητα ενός κειμένου να αναφέρεται σε άλλα κείμενα και να ενσωματώνει αποσπάσματα από άλλα κείμενα.
- *Ετερογλωσσία (heteroglossia)* – η συνύπαρξη και ένταση ανάμεσα σε γλωσσικά σημεία με διαφορετική προέλευση και διαφορετικό κοινωνικό και ιδεολογικό μήνυμα.

Εκκινώντας από τη διαπίστωση ότι η εστίαση σε επιμέρους γλωσσικά φαινόμενα συγκαλύπτει την περίπλοκη οργάνωση που χαρακτηρίζει το δεύτερο ιστό, το πρώτο σύνολο οριοθετεί ένα αναλυτικό πλαίσιο στο οποίο μπορούν να ενταχθούν οι μικρογλωσσικές (δομικές ή πραγματολογικές) κατηγορίες της βιβλιογραφίας. Η προσέγγισή μου στηρίζεται στη μεταφορά μιας «κοινωνιογλωσσικής οικολογίας» του ψηφιακού χώρου (Androutsopoulos, 2006b), όπου η βασική ενότητα ανάλυσης δεν είναι το μεμονωμένο μήνυμα ή η μεμονωμένη συνεισφορά, αλλά η ιστοσελίδα και ο ιστοχώρος. Στο παράδειγμά μας, η βασική αναλυτική ενότητα δεν είναι η ψηφιακή ταινία καθεαυτή, αλλά η σελίδα που φιλοξενεί, εκτός από την ταινία, τα επακόλουθα σχόλια και διάφορα οργανωτικά και αυτοπαρουσιαστικά στοιχεία.

Το δεύτερο σύνολο μάς οδηγεί στη λεπτομερή γλωσσική και κειμενική ανάλυση. Και οι τρεις κατηγορίες του αποσκοπούν στο να συμπληρώσουν, εν μέρει και να αντικαταστήσουν, τις διαθέσιμες κατηγορίες της διαδικτυακής γλωσσολογίας. Τα φαινόμενα καθεαυτά δεν είναι καινούργια: η διακειμενικότητα είναι γνωστή υφολογική-ρητορική τεχνική της διαδικτυακής επικοινωνίας, ενώ μια ειδικότερη όψη της, η *υπερκειμενικότητα* (σύνδεση μεταξύ υπερκειμένων), είναι το θεμελιώδες γνώρισμα του παγκόσμιου ιστού. Η πολυτροπικότητα χαρακτηρίζει ήδη τις πρώτες ιστοσελίδες, αν και με πολύ φτωχότερα υλικά. Η έννοια της ετερογλωσσίας (Bakhtin, 1981· Bailey, 2007) προτιμάται εδώ από αυτήν της ποικιλότητας, καθώς τονίζει το πλήθος των γλωσσικών πόρων που συνυπάρχουν στους χώρους του δεύτερου ιστού και τις ετερόκλητες κοινωνικές και ιδεολογικές τους συνδηλώσεις. Οι τρεις αυτές τάσεις διευκολύνονται και εντείνονται από τις τεχνολογικές εξελίξεις που συνοψίστηκαν παραπάνω. Ενώ η πρωτοτυπική διαδικτυακή επικοινωνία –αυτή του e-mail και του chat– είναι φτωχή σε άλλους κώδικες εκτός του γλωσσικού, η ευρυζωνική τεχνολογία ευνοεί την πολυτροπικότητα, καθώς επιτρέπει πολύ πυκνότερους συνδυασμούς λόγου, ήχου, εικόνας και ταινίας. Έτσι, ο γλωσσικός κώδικας εντάσσεται όλο και συχνότερα σε πολυτροπικά συμφραζόμενα, η περιγραφή των οποίων απαιτεί κατάλληλες κατηγορίες. Η μετακωδικοποίηση (transcoding) των ψηφιακών δεδομένων (Manovich, 2001), η δυνατότητα να αντιγραφούν, να τροποποιηθούν και να συνδυαστούν με δυνητικά απεριόριστους τρόπους ενισχύει το διακειμενικό χαρακτήρα της διαδικτυακής επικοινωνίας, καθώς οι χρήστες χρησιμοποιούν δημιουργικά τους εκάστοτε διαθέσιμους ψηφιακούς πόρους στη συγκρότηση των κειμένων και των επικοινωνιών τους. Η τάση αυτή, μαζί με τη συγχώνευση των κλασικών εφαρμογών, ευνοεί την ετερογλωσσία του διαδικτυακού λόγου, καθώς ένα πλήθος γλωσσικά ύφη, φωνές και ποικιλίες που αρμόζουν σε, και προέρχονται από, διαφορετικούς ρόλους και θεσμούς συνυπάρχουν πλέον στα περιβάλλοντα του δεύτερου ιστού.

3. ΑΠΟ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΙΣ ΓΛΩΣΣΕΣ ΤΟΥ ΔΕΥΤΕΡΟΥ ΙΣΤΟΥ

Ας εξετάσουμε τώρα πώς οι παραπάνω κατηγορίες εφαρμόζονται στην περιγραφή του παραδείγματός μας, οργανώνοντας τη συζήτηση με βάση τις τέσσερις λειτουργίες του πρώτου συνόλου. Η *οργανωτική λειτουργία* αναφέρεται στους τρόπους με τους οποίους γλωσσικά σημεία συμβάλλουν στη συγκρότηση ενός εικονικού χώρου που επιτρέπει στους χρήστες την αλληλεπίδραση με το δίκτυο (αναζήτηση, πρόσληψη, επιλογή, παραγωγή πληροφοριών), καθώς και με άλλους χρήστες. Στο παράδειγμά μας (Εικόνα 1), η οργανωτική γλώσσα περιλαμβάνει την οριζόντια μπάρα πλοήγησης στην κορυφή της εικονικής επιφάνειας· τις τρεις αράδες με τις επιλογές χρήσης αμέσως μετά την ταινία· τη λίστα προτεινόμενων ταινιών στο δεξιό περιθώριο· και άλλα παρόμοια στοιχεία.

Η γλώσσα της *ιστιακής οργάνωσης* παράγεται μέσα από ιδιαίτερες διαδικασίες σχεδιασμού. Είναι ριζικά πολυτροπική, καθώς η συνοχή πηγάζει από το γραφιστικό σχεδιασμό στον οποίο η γλώσσα ε-

Εικόνα 1: Screenshot της ιστοσελίδας με την ταινία.



ντάσσεται, και απαντά σε εργονομικά κριτήρια, διαφέροντας, κατά συνέπεια, ριζικά από το τυπικό αντικείμενο της διαδικτυακής γλωσσολογικής ανάλυσης – τη λίγο πολύ αυθόρμητη και ανεπίσημη γραπτή γλώσσα του χρήστη. Η οργανωτική γλώσσα παραμένει στο περιθώριο της γλωσσολογικής προσέγγισης, καθώς το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της, η πολυτροπικότητα, εμποδίζει την προσπέλασή της με στενά γλωσσολογικά κριτήρια. Εκτός από πολυτροπική, η οργανωτική γλώσσα είναι εξ ορισμού διακειμενική (καθώς παραπέμπει σε άλλες ιστοσελίδες), αλλά πολύ συχνά και ετερογλωσσική ως προς τη γλώσσα των περιεχομένων και των αλληλεπιδράσεων που πλαισιώνει. Έτσι, οι Έλληνες χρήστες του YT βλέπουν μεν ελληνόφωνες ταινίες και τις σχολιάζουν στα ελληνικά, αλλά είναι αναγκασμένοι να βλέπουν την οργάνωση του διαδικτυακού τόπου στα αγγλικά και σε μερικές ακόμα «ισχυρές» γλώσσες, πάντως όχι στα ελληνικά. Αυτή η αντίθεση μεταξύ πλαισίου και περιεχομένου βρίσκεται στη ρίζα της πολυσχιδούς ετερογλωσσίας που φαίνεται ότι χαρακτηρίζει την τρέχουσα περίοδο εξέλιξης του δεύτερου ιστού.

Στον αντίποδα της οργανωτικής γλώσσας, η γλώσσα της αλληλεπίδρασης μάς παραπέμπει στην ψηφιακή συνομιλία, καθιερωμένη και οικεία από τα πρώτα στάδια του διαδικτύου, με τα τυπικά της γνωρίσματα (προφορικότητα, οικονομία, ποικιλότητα). Οι συνομιλίες στο YT και άλλα δευτεροϊστικά περιβάλλοντα έχουν πολλά κοινά με αυτή την παράδοση, όμως διαφέρουν ως προς τις συνθήκες οργάνωσής τους. Στο YT οι συνεισφορές των χρηστών έχουν ως αφορμή ένα «θεματικό» κείμενο αναφοράς, και η οργάνωσή τους είναι μάλλον διαλογική παρά αλληλεπιδραστική, με τη στενή έννοια: τα περισσότερα σχόλια απευθύνονται στο συγγραφέα ή παραγωγό του κειμένου-αφετηρία παρά σε άλλες, προηγούμενες συνεισφορές.

Οι άλλες δύο γλωσσικές λειτουργίες διαφέρουν ως προς την κατανομή τους. Γενικεύοντας, η αυτοπροσυναριστική λειτουργία επικυριαρχεί σε τόπους κοινωνικής δικτύωσης, ενώ η θεματική λειτουργία σε τόπους διάθεσης ψηφιακού περιεχομένου. Στους πρώτους κυριαρχεί η ατομική σελίδα-προφίλ, γύρω από την οποία διαρθρώνεται το υπόλοιπο υπερκειμενικό πλέγμα. Στους δεύτερους, το κέντρο του ενδια-

φέροντος είναι το θεαματικό κείμενο που οι χρήστες δημιουργούν και σχολιάζουν. Αυτό βέβαια δε σημαίνει αμοιβαίο αποκλεισμό ή μη συνδυαστικότητα των δύο διαστάσεων. Στο ΥΤ η αυτοπαρουσιαστική λειτουργία καλύπτεται από μια ξεχωριστή σελίδα μέλους, προσβάσιμη από ένα κουτάκι πάνω δεξιά στην οθόνη, που κάθε εγγεγραμμένος χρήστης μπορεί να διαμορφώσει κατά προτίμηση. Αντίστοιχα, τα προσωπικά προφίλ των τόπων κοινωνικής δικτύωσης πολύ συχνά ενσωματώνουν «θεαματικά» κείμενα. Όμως, ενώ η αυτοπαρουσίαση αποτελεί θεμελιώδη όψη της δικτυακής επικοινωνίας, όπως μαρτυρούν οι πολυάριθμες μελέτες για τις προσωπικές ιστοσελίδες της περασμένης δεκαετίας (Döring, 2002), η παραγωγή και διάθεση θεαματικών κειμένων αποτελεί ιστορική καινοτομία των τελευταίων χρόνων και ανήκει στα κεντρικά γνωρίσματα του δεύτερου ιστού.

Ωστόσο το ΥΤ και άλλες βιντεοπλατφόρμες δεν επεκτείνουν απλώς το ρεπερτόριο των ταινιών που διατίθενται δωρεάν στον ιστό, αλλά δημιουργούν τις προϋποθέσεις για τη σύσταση «πρωτογενών» κειμένων στο περιθώριο των καθιερωμένων Μέσων. Η έννοια του «πρωτογενούς» κειμένου εντάσσεται στη μελέτη της διακειμενικής σύστασης της λαϊκής κουλτούρας των Μέσων (Fiske, 1987· Androutsopoulos, 2009). Πρωτογενή είναι τα (κατά κανόνα ψυχαγωγικά) κείμενα που βρίσκονται στον πυρήνα της λαϊκής/μαζικής κουλτούρας και δίνουν αφορμή σε επακόλουθες επικοινωνιακές διαδικασίες, τις οποίες ο Fiske διακρίνει σε δευτερογενείς (π.χ., παρουσίαση, κριτική, διαφήμιση) και τριτογενείς (π.χ., σχολιασμός, μίμηση, παραλλαγή, παρωδία). Όπως θα φανεί και παρακάτω, το ΚτΤ μετατράπηκε, μέσα από τη μαζική και ενθουσιώδη του πρόσληψη, σε πρωτογενές κείμενο, έστω και εν τη απουσία εξειδικευμένου σχολιασμού και επαγγελματικής προώθησης.

Οι τέσσερις λειτουργίες λοιπόν δεν είναι εξίσου καινοτομικές ούτε εξίσου σημαντικές στην περιγραφή κάθε μεμονωμένης περίπτωσης. Αυτό που χαρακτηρίζει το δεύτερο ιστό είναι η πυκνή συνύπαρξη εξελιγμένων μορφών αυτών των τεσσάρων λειτουργιών σε τυποποιημένες αλλά ατομικά προσαρμόσιμες πλατφόρμες. Εξάλλου οι τέσσερις λειτουργίες είναι εύπλαστες και συνδυάζονται στην περιγραφή των επιμέρους στοιχείων μιας πλατφόρμας. Έτσι, π.χ., οι «βιντεοαπαντήσεις», μια ιδιαιτερότητα του ΥΤ, μπορούν να αναλυθούν ως συνδυασμός θεαματικής και αλληλεπιδραστικής γλώσσας, ενώ η λίστα των προτεινόμενων ταινιών περιέχει ψήγματα αυτοπαρουσιαστικής γλώσσας (το όνομα του παραγωγού).

Ας ερευνήσουμε τώρα ορισμένους συσχετισμούς ανάμεσα στα δύο σύνολα κατηγοριών, ξεκινώντας από την ίδια την ταινία και περνώντας στη συνέχεια στο σχολιασμό της.

4. ΘΕΑΜΑΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ: ΜΙΑ ΠΟΛΥΤΡΟΠΙΚΗ «ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ ΕΠΙΦΑΝΕΙΑΣ»

Υποστηρίχθηκε παραπάνω ότι οι συμβατικές κατηγορίες της διαδικτυακής γλωσσολογίας είναι ανεπαρκείς για την περιγραφή του δεύτερου ιστού, και το ΚτΤ είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα. Το ΚτΤ μπορεί να αναλυθεί ως πολυδιάστατος συνδυασμός πολυτροπικότητας, διακειμενικότητας και ετερογλωσσίας. Στη ρίζα της διακειμενικής και ετερογλωσσικής του διάστασης βρίσκεται η «μετάφραση επιφανείας»³ ενός ιαπωνικού ποπ τραγουδιού στα ελληνικά. Ο όρος δηλώνει ότι η σχέση ανάμεσα στο κείμενο-πηγή (το ιαπωνικό τραγούδι) και το κείμενο-στόχος (την ελληνική απόδοση) είναι μονάχα μορφική: το κείμενο-στόχος δεν αποδίδει τη σημασία ή τη λειτουργία του πρωτοτύπου, αλλά το μεταχειρίζε-

3. Ο όρος προέρχεται από την πειραματική ποίηση του Αυστριακού Ernst Jandl και πέρασε από εκεί στη μεταφραστική βιβλιογραφία (Schreiber, 1993), όπου αναφέρεται και ο εναλλακτικός όρος «φωνημική μετάφραση».

ται ως «α-νόητο» φωνητικό σήμα το οποίο νοηματοδοτείται με γνώμονα τη φωνολογία της γλώσσας-στόχος. Για παράδειγμα, η μετάφραση επιφανείας της ιαπωνικής φράσης *Namida wa tooni* είναι *Na μην τα ματώνει*, ενώ η φράση-ρεφρέν, *Γενομένο, το κρασάκι του Τσου*, αποδίδει επιφανειακά το ιαπωνικό *Janomemo kasa hitotsu*.⁴ Όπως δείχνουν τα παραδείγματα, το επιφανειακό ταίριασμα δεν είναι τέλειο. Η μετάφραση επιφανείας διατηρεί, στην καλύτερη περίπτωση, τον ίδιο αριθμό συλλαβών, οι οποίες όμως επανατεμαχίζονται. Ωστόσο οι ατέλειες του ταιριάσματος συμβάλλουν –στην εμπειρία τη δική μου αλλά και άλλων, όπως δείχνουν τα σχόλια– στη θυμηδία της πρόσληψης.

Από πού προέρχεται αυτή η πρακτική; Η γλωσσολογική ανάλυση θα διαπιστώσει καταβολές στην πειραματική ποίηση (βλ. σημείωση 3), τις οποίες όμως η κοινότητα των θεατών δε φαίνεται να γνωρίζει. Μια δεύτερη εκδοχή μάς προσφέρει η λίστα με τα προτεινόμενα βίντεο που περιλαμβάνει παρόμοια πειράματα σε άλλες γλώσσες, από τα οποία οι δημιουργοί του ΚτΤ πιθανόν να εμπνεύστηκαν. (Η μελέτη αυτών των βίντεο δείχνει ότι μέλη της κοινότητας των θεατών αποκαλούν την πρακτική με τον όρο «misheard lyrics».) Ωστόσο το ψευδομεταφραστικό παιχνίδι μοιάζει να έχει ρίζες και σε ελληνικές προφορικές πρακτικές που αναπτύσσονται στη διεπαφή Ελλήνων ομιλητών με αγγλικά –ή, γενικότερα, ξενόγλωσσα– πολιτισμικά προϊόντα. Ως ανεκδοτολογικό βιογραφικό παράδειγμα, θυμάμαι την παρέα μου να διασκεδάζει παραφθείροντας τον ισπανικό στίχο «Bueno ra' gozar / Mulata» ως «θέλω παγωτά / πολλά».⁵ Παραδοσιακή πηγή χιούμορ και έμμεσο σχόλιο διαπολιτισμικής επαφής, οι πρακτικές αυτές αναβιώνουν στα ψηφιακά περιβάλλοντα του δεύτερου ιστού, εμπνέοντας παρόμοιες παραγωγές. Ταυτόχρονα αποκτούν μια νέα διάσταση μέσα από τις πολυτροπικές δυνατότητες της ψηφιακής τεχνολογίας: τα ελληνικά που κάποιος πιθανόν «παράκουσε» στο γιαπωνέζικο στίχο δεν περιορίζονται στην πλάκα της παρέας, αλλά τοποθετούνται ως υπότιτλοι σε μια ταινία η οποία αποτελεί το λόγο ύπαρξης της επιφανειακής μετάφρασης στο διαδίκτυο (και πιθανότατα το κίνητρο για την καταγραφή και την παγίωσή της).

Ο διακειμενικός χαρακτήρας της ταινίας ανιχνεύεται και στην οπτική της διάσταση. Γυρισμένη σε υπόγειο γκαράζ, με αισθητική έντονα ερασιτεχνική και κιτς, η ταινία παραπέμπει σε αφηγηματικά και οπτικά μοτίβα του νέου κινεζικού κινηματογράφου: πέντε «πρωταγωνιστές» –«ena omorfo agori kai tesseris (4) thriliko[i] samourai», όπως μας πληροφορεί το συνοδευτικό σχόλιο– με στολές, ξίφη και σκηνές μάχης που καταλήγουν στο θάνατο των «πολεμιστών». Το πλαίσιο αυτό διαταράσσεται από άφθο-να αταίριαστα, άρα κωμικά, στοιχεία που συνιστούν οπτικές και γλωσσικές αναφορές σε οικεία είδη λόγου και νεοελληνικής πολιτισμικής γνώσης: ένας χαρακτήρας απεικονίζεται να κρατά φραπέ, άλλος να σκορπίζει απορρυπαντικό γνωστής μάρκας, ένα χέρι χαϊδεύει το μπουκάλι με το «κρασάκι του Τσου» με τρόπο που θυμίζει το στερεοτυπικό «θηλυκό άγγιγμα» της διαφημιστικής πρακτικής. Η διακειμενικότητα είναι φανερή και γύρω από την ταινία, στην οργανωτική διάσταση του δικτυακού χώρου, με τις βιντεοαπαντήσεις και τις προτεινόμενες ταινίες που την πλαισιώνουν.

Το πολυτροπικό θεαματικό κείμενο συγκροτείται λοιπόν από τρία συστατικά (βίντεο, ιαπωνική φωνή, ελληνικοί υπότιτλοι) και η τοποθέτησή του στο ΥΤ μας καλεί να το διαβάσουμε ως είδος λόγου, επικαλούμενοι τις ερμηνευτικές συμβάσεις του βιντεοκλίπ.⁶ Ο Πίνακας 3 δείχνει την αντιστοιχία φωνής, υ-

4. Οι ιαπωνικοί στίχοι προέρχονται από την παρακάτω συνεισφορά στο Translatum forum, όπου παρατίθεται και αγγλική μετάφραση: <http://www.translatum.gr/forum/index.php?topic=20535.0> (πρόσβαση: 15/2/2009)

5. Στίχοι από το τραγούδι «Oye como va», *Wikipedia*, http://en.wikipedia.org/wiki/Oye_Como_Va (πρόσβαση: 15/2/2009).

6. Ένας σύνδεσμος στο αυτοπαρουσιαστικό τμήμα της σελίδας αποκαλύπτει ότι το ΚτΤ είχε υποβληθεί αρχικά σε διαγωνισμό ψηφιακού βίντεο οργανωμένο από επιχείρηση τηλεπικοινωνιών.

Πίνακας 3: Αντιστοιχία του πρωτοτύπου με τους υπότιτλους στις πρώτες τρεις στροφές του τραγουδιού.

	Ιαπωνικό πρωτότυπο*	Ελληνικοί υπότιτλοι (με χρόνο εμφάνισης)		καρέ (απλοποιημένα)
1	Shindeita / Asa ni	0:29	Χύνονται... τ' ασημι	Μια φιγούρα ξεπροβάλλει με σπαθί
2	Tomorai no / Yuki ga furu	0:35	Το μουράγιο, του κηπουρού	Άλλες τρεις φιγούρες ξεπροβάλλουν
3	Hagure inu no / Touboe	0:41	Αγριολούλουδο, το αγόρι	Λουλούδι σε κοντινό πλάνο, τέσσερις φιγούρες αγκαλιάζουν άντρα που πίνει φραπέ
4	Geta no / Otokishimu	0:47	Και τ' άλλο, ΟΤΤΟ	Φωτο του Ότο Ρεχάγκελ σε κοντινό πλάνο
5	Iin na naomosa	0:53	Κι είναι η Νανά, όμως να...	Μια φιγούρα κάνει επίδειξη nunchaku
6	Mitsumete aruku	0:56	Μη και δεν είν' αλλουνού...	
7	Yami wo dakishimeru	1:00	Γιάννη μου, ο Τάκης κι η Μαίρη	Τρεις φιγούρες με πινακίδες με ονόματα να κρέμονται από το στήθος τους, η μια τους κρατά φιάλη
8	Janomeno kasa hitotsu	1:04	Γενομένο, το κρασάκι του Τσου	Ζουμ στη φιάλη με τον τίτλο στην επικέτα
9	Inochi no michi wo / Yuku onna	1:11	Ήταν κοινό μυστικό, with you all night...	Δυο φιγούρες ξεπροβάλλουν πίσω από αυτοκίνητα
10	Namida wa tooni	1:18	Να μην τα ματώνει..	Ο ένας καρφώνει τον άλλο με ξίφος
11	Sutemashita	1:21	Shoot them up	Παρωδία επιθανάτιων μορφασμών σε κοντινό πλάνο
12		1:23	Σου είπααααααα	

*Πηγή: <http://www.translatum.gr/forum/index.php?topic=20535.0>

πότιτλων και καρέ στις πρώτες τρεις στροφές του τραγουδιού. Οι υπότιτλοι δεν έχουν νοηματική συνοχή με τα συμφραζόμενά τους στις περιβάλλουσες αράδες, εν μέρει ούτε καν στην ίδια αράδα (π.χ., στις αράδες 1 και 2). Η συνοχή είναι πολυτροπική, με τα καρέ να νοηματοδοτούν τους υπότιτλους πάνω στο μοτίβο της «μάχης», αλλά εν μέρει και με άσχετες εικόνες (π.χ., 3 και 4). Η σχέση υπότιτλου και καρέ είναι κατά κύριο λόγο εικονική, δηλαδή περιορίζεται σε μια απλοϊκή απεικόνιση της αναφοράς του υπότιτλου. Κρίνοντας από τα σχόλια, ακριβώς αυτός ο συνδυασμός «α-νόητου» υπότιτλου και κυριολεκτικής απεικόνισης διασκεδάξει τους θεατές.⁷

Η ετερογλωσσία της ταινίας ξεκινά από τη σχέση επιφανείας ανάμεσα στις δύο γλώσσες και επεκτείνεται στους γλωσσικούς πόρους των υπότιτλων. Ένα χαρακτηριστικό τους είναι το πέρασμα στα αγγλικά, όταν αυτά ταιριάζουν καλύτερα στην επιφανειακή μετάφραση (*with you all night, shoot them up, me or you Danette*). Μπορούμε να δούμε αυτό το πέρασμα ως δείκτη της σχέσης που έχει η κοινότητα πρόσληψης με τα αγγλικά, μια σχέση που υπονοείται ως άνετη και απροβλημάτιστη. Οι υπότιτλοι περιλαμβάνουν επίσης στοιχεία με χροιά προφορική και λαϊκή, ποιητική και ρομαντική, σεξουαλική και ταμπού. Αποτελούν, από αυτή τη σκοπιά, ένα ετερογλωσσικό κολάζ που αφενός δείχνει τον ομορτυπιστικό χαρακτήρα της «μετάφρασης», αφετέρου αποτελεί πηγή χιούμορ και ιλαρότητας, όπως δείχνει η συντριπτική πλειονότητα των σχολίων.

5. ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ: ΠΩΣ ΤΑ ΣΧΟΛΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΣΥΜΦΡΑΖΟΜΕΝΑ

Η διάθεση ψηφιακού περιεχομένου στο ΥΤ και παρόμοιες πλατφόρμες διαφέρει ριζικά από τις έως τώρα συνθήκες μαζικής διάθεσης πολιτισμικών προϊόντων. Στο παραδοσιακό σύστημα μαζικής ενημέρωσης και ψυχαγωγίας, τα πρωτογενή κείμενα –τηλεοπτικές σειρές, ταινίες, βιντεοκλίπ κτλ– συνοδεύονται, ερμηνεύονται και προωθούνται από ένα πλέγμα δευτερογενών κειμένων. Αυτό το πλέγμα απουσιάζει από το ΥΤ, ιδίως όταν πρόκειται για ερασιτεχνικές ιδιωτικές παραγωγές. Στην πρώτη επαφή μας με τέτοια θεαματικά κείμενα, αγνοούμε το είδος λόγου στο οποίο ανήκουν, τη λειτουργία και άλλες όψεις της ταξινόμησής τους. Οι μεν παραγωγοί μπορούν να εκμεταλλευτούν αυτή την ασάφεια για τη δημιουργία εκπλήξεων, οι δε θεατές βρίσκονται αντιμέτωποι με το πρόβλημα του προσδιορισμού και αναζητούν δείκτες ερμηνείας στο ίδιο το κείμενο-θέαμα και την αλυσίδα των σχολίων. Έτσι, τα σχόλια που ακολουθούν τα θεαματικά κείμενα του ΥΤ αποκτούν μια ποιητική λειτουργία που συμπληρώνει την πιο εξόφθαλμη, ποσοτική τους λειτουργία ως δείκτες πρόσληψης και ενδιαφέροντος του διαδικτυακού κοινού. Στην περίπτωσή μας, ο αριθμός των προβολών και των σχολίων (βλ. σημείωση 1) δεν αφήνει αμφιβολία για τον αντίκτυπο της ταινίας στο ελληνόφωνο κοινό του ιστού: Το ΚτΤ συγκέντρωσε μέσα σε λίγους μήνες περισσότερους θεατές και οπαδούς από πολλές συμβατικές ταινίες και, υπό αυτή την έννοια, ασφαλώς έχει αποκτήσει χαρακτήρα πρωτογενούς κειμένου.

Η ανάλυση ενός δείγματος από περίπου 500 σχόλια δίνει μια εντύπωση για τα υφολογικά τους χαρακτηριστικά και την ερμηνευτική τους λειτουργία. (Ένα απόσπασμα παρατίθεται στο Παράδειγμα 1.) Σε ένα πρώτο επίπεδο ανάγνωσης, τα σχόλια είναι η μονοτροπική αντίθεση στο πολυτροπικό κείμενο-θέαμα: καθαρή γραφή, χωρίς άλλα οπτικά ή γραφιστικά στοιχεία. Στη διακειμενική τους διάσταση, τα σχόλια δείχνουν διάφορους τρόπους αναφοράς στο θέαμα. Έτσι, οι συγγραφείς του (1), (8) και (9) επανα-

7. Χαρακτηριστική είναι η επανάληψη των παρακάτω υπότιτλων στα σχόλια: *Ούγκο κάτσε* (1.55-2.02), *κουτσουρεμένοι κουτσοί* (2.06-2.11), *να 'χε η μπουγάτσα κενό* (3.02-3.04).

Παράδειγμα 1: Σειρά σχολίων.

1. Πανέξυπνο, παιδιάς!! Τα σέβη μου!!!
"κι είχε η μπουγάτσα κενό"...χαχαχα....!!
2. Αχ, πως δε πέθανα από το γέλιο!!!
3. kala,milame gia apisteuto vid.
eliwsa.
4. Apisteyto!!!! Milame eklapsa apo ta gelia!
5. Παιδιά είστε θεοί:P
6. 10/10 ta spaei :D
7. Τα οπασστε ολα παληκαρια :)
8. Na htan aneto katsel!!!!!! Ola ta lefta!!!
9. mages exw akousei oti paizei kai synexeia me episodias tha pesei to gelio thw arkoudas!!!!
shoot them up sou eipaaaaaiaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa aaa
10. ΕΠΟΣ!!!!!!!!!!!!
11. Para poly kalo!
12. Φοβεροί!!!! Θέλουμε κι άλλο!
13. poli kalo,bravo sas re alania,kante kiala tetia.
14. gamise
15. ποιος τελευταίος αυτοκρατορας και Ran και τελευταίος σαμουрай...Το krasaki του Tsou!
Η τελειότητα!!!!!!
16. apla TELEIO!!!!!!!!
17. Pedes Den exw logia!!Poli Kli Douleia!Exete skeftei na pate sto Hollywood??
18. Απίστευτο. Μπράβο παιδιά!

λαμβάνουν σκηνές ή ατάκες που τους ενθουσίασαν, όπως αφήνουν να εννοηθεί, ενώ το (15) αναφέρει τον τίτλο κλασικής ιαπωνικής ταινίας ως ειρωνικό μέτρο σύγκρισης. Σε ένα δεύτερο επίπεδο διακειμενικότητας (παράλληλο με ό,τι διαπιστώθηκε πιο πάνω για την επιφανειακή μετάφραση), παρόμοια σχόλια μοιάζουν να απηχούν παραδοσιακές πρακτικές τηλεοπτικής ή κινηματογραφικής πρόσληψης, όπου α-γατημένες ατάκες από το πρωτογενές κείμενο επαναλαμβάνονται στην τριτογενή αναπαραγωγή του.

Η ετερογλωσσική διάσταση των σχολίων είναι εμφανής στην υφολογική τους διαφορά από παραδοσιακές νόρμες του δημόσιου σχολιαστικού λόγου: προφορική γλώσσα, άφθονο λαϊκό και νεανικό στοιχείο, εναλλαγές ελληνικού και λατινικού αλφαβήτου χωρίς κυρώσεις εκ μέρους του ιστοχώρου. Τα σχόλια λοιπόν χαρακτηρίζονται μάλλον από διαφορετικότητα και ποικιλία παρά από ομοιογένεια, τόσο σε ορθογραφικό και υφολογικό επίπεδο, όσο και ως προς το περιεχόμενο και τις λεκτικές πράξεις τους, όπου κυριαρχούν οι σύντομες αξιολογήσεις, εμφατικές και υπερβολικές, σε πρώτο (2, 3, 4), δεύτερο (1, 5, 7) ή τρίτο πρόσωπο (6). Ωστόσο, διατρέχοντας τα σχόλια ανακαλύπτουμε επιπρόσθετες στρώσεις ερμηνείας και εικασίας. Οι σχολιαστές και σχολιάστριες μιλούν, μεταξύ άλλων, για τα παρακάτω:

Παράδειγμα 2: Σχόλια για την «ελληνικότητα» της ταινίας.*

1. bravo!!apo ta liga ellinika video p den eine #%!*+##! eisos k to mono!
2. Guys gia na deite paromoio stulaki sta agglika valte buffalax sto search...an kai to ellhniko exei allh xarh:D
3. mono afto k to "korls afm" aksizoun apo ellhnika videos!!!
4. ta spaei to videoo xaxa xaxa!!!! kala e, se afto to "shoot em up" katoyrieme ap t gelio kathe fora! Bravo ellinares! mono ellinares tha borousan na t kanoun afto ! XA XA XA XA!!!
5. Ap'ta kalytera ever sto youtube, ellinika kai mi! Eiste sta favorites kai sas diadido sto full:D:D:D Osas fores k na to do kylimai ap ta gelia. Xyno Omo aaax ti kanooo axaxaxaxa
6. Einai apo tis liges fores pou elliniko video ta spaei..BRAVO RE MAGKES
7. apla gamato kai ellhniko

* Με βάση την αναζήτηση των τεμαχίων *ελλην, ελλην, eli*.

- την προέλευση του τραγουδιού (με πολλά σχόλια να δηλώνουν τη σωστή προέλευση από το soundtrack γνωστής ταινίας)
- την ειρωνική ή υπερβολική καλλιτεχνική ταξινόμηση της ταινίας (π.χ., *γαμιστερό trash / σουρεαλισμός, τύφλα νάχει ο Κουρτσάβα, ποιος τελευταίος αυτοκράτορας*)
- τη γλωσσική διαδικασία (που αρκετοί αποκαλούν *μετάφραση*, άλλοι *μεταγλώττιση*)
- εικασίες για τον τόπο παραγωγής (που κάποιο σχόλιο τοποθετεί στο Χαϊδάρι, άλλο στη Θεσσαλονίκη, άλλο στο γκαράζ του Σκλαβενίτη)
- την κυκλοφορία της ταινίας σε δικτυακά και εξωδικτυακά περιβάλλοντα (κάποιοι την ανακάλυψαν στο Facebook, άλλοι την είδαν στην τηλεόραση ή άκουσαν το τραγούδι σε καφετέρια)
- συγκεκριμένες συνθήκες πρόσληψης (π.χ., μαζί με φίλους ή συναδέλφους, *στη βιβλιοθήκη του ΤΕΙ*)
- σύγκριση με άλλες «τοπικές» παραγωγές (ορισμένοι θεωρούν το ΚτΤ το καλύτερο ελληνικό βίντεο στο YT, κάποιος γράφει: *ανεβάσατε τον πήχη πολύ ψηλά*)
- τον αντίκτυπο της πρόσληψης στο ίδιο το YT (οπαδοί αφήνουν σχόλια και σε αυθεντικά βιντεοκλίπ του τραγουδιού)
- την «ελληνικότητα» της ταινίας (π.χ., σε σύγκριση με άλλες ελληνικές παραγωγές).

Διαβάζοντας τα σχόλια –μια πρακτική που δεν είναι απλώς φιλολογική αλλά, όπως ορισμένα σχόλια αφήνουν να εννοηθεί, αποτελεί συνηθισμένο κομμάτι της διαδικασίας πρόσληψης– συλλέγουμε λοιπόν ψήγματα γνώσης και ερμηνείας γύρω από το βίντεο και την οικειοποίησή του από το διαδίκτυακό κοινό. Υπό αυτή την έννοια, τα σχόλια αναπληρώνουν τόσο το δευτερογενή λόγο που υπό άλλες συνθήκες παρέχουν τα Μέσα, όσο και τον τριτογενή λόγο της καθημερινής πρόσληψης.

Ταυτόχρονα τα σχόλια μας δείχνουν πώς η αξιολόγηση του ψηφιακού θεάματος ενεργοποιεί συλλογικές ταυτότητες, έστω κι αν αυτές δεν πρωταγωνιστούν στο ίδιο το θέαμα. Το ΚτΤ αποκτά νόημα στη διεπαφή παγκόσμιου και τοπικού πολιτισμικού λόγου. Έτσι ίσως μπορούμε να καταλάβουμε γιατί οι σχολιαστές επαινούν επανειλημμένα την «ελληνικότητα» της ταινίας και των δημιουργών της (Παράδειγμα 2), όχι μόνο σε σύγκριση με άλλες ελληνικές παραγωγές, αλλά για τον τρόπο που η ταινία οικειοποιείται σημειωτικό υλικό το οποίο είναι παγκόσμια διαθέσιμο (το τραγούδι, το κινηματογραφικό μοτί-

βο) και του δίνει μια ερμηνεία η οποία ενσωματώνει κωμικές αναφορές στην τοπική καθημερινότητα («Όμο», «μπουγάτσα», φραπές).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σε αυτό το άρθρο, το «Κρασάκι του Τσου» αποτέλεσε αφορμή για μια γλωσσολογική προσέγγιση σε σύγχρονες τάσεις της διαδικτυακής επικοινωνίας. Ο βασικός στόχος του άρθρου ήταν να παρουσιάσει το «δεύτερο ιστό» ως αντικείμενο γλωσσολογικής μελέτης και να διατυπώσει μια περιγραφική γλώσσα που να αρμόζει στις πολύπλοκες επικοινωνιακές του διαδικασίες. Φυσικά, δεν υποστηρίζω ότι εξάντλησα τις δυνατότητες μιας τέτοιας περιγραφής. Προτείνω όμως τις τέσσερις λειτουργίες της διαδικτυακής γλώσσας (οργανωτική, αυτοπαρουσιαστική, θεαματική, αλληλεπιδραστική) και τα τρία υφολογικά της γνωρίσματα (ετερογλωσσική, διακειμενική, πολυτροπική) ως έννοιες-κλειδιά για την περαιτέρω μελέτη γλώσσας, επικοινωνίας και λόγου στον παγκόσμιο ιστό.

Το κατά πόσον το άρθρο αυτό έχει κάτι να πει για τις «γλώσσες των ΜΜΕ» εξαρτάται από την έννοια που θα δοθεί στον όρο «γλώσσα». Αν τον ορίσουμε σε συγκεκριμένο επίπεδο –π.χ., της δημοσιογραφικής γλώσσας– το άρθρο προφανώς δε συμβάλλει στη μελέτη της γλώσσας των μαζικών, αλλά μάλλον των νέων Μέσων, εστιάζοντας σε υφολογικά μοτίβα και κειμενικές διαδικασίες που απουσιάζουν από τα καθιερωμένα Μέσα. Αν, από την άλλη, ακολουθήσουμε –στα πρότυπα, π.χ., του Manovich (2001)– μια πιο αφηρημένη ανάγνωση του όρου «γλώσσα», τότε το άρθρο δείχνει όψεις μιας νέας γλώσσας των νέων Μέσων, ενός νέου συστήματος κανόνων και συμβάσεων για την οργάνωση του δημόσιου λόγου στην εποχή της ψηφιακής δικτύωσης. Ορισμένες όψεις αυτού του συστήματος είναι:

- το θέμα και η αλληλεπίδραση της πρόσληψης συγχωνεύονται ως προς την τοποθέτησή τους στο σημειωτικό χώρο, διαρρηγνύοντας έτσι τον παραδοσιακό τους διαχωρισμό στα ΜΜΕ·
- ο πρωτογενής χαρακτήρας ενός κειμένου δεν απορρέει από τη θεσμική του υποστήριξη αλλά από το βαθμό κατά τον οποίο θα προσελκύσει το ενδιαφέρον των χρηστών·
- η σχολιαστική δραστηριότητα των χρηστών λειτουργεί τόσο ως δευτερογενές κείμενο (παρέχοντας συμπληρωματικές πληροφορίες και προτείνοντας ερμηνείες), όσο και ως τριτογενές (εκφραστική αξιολόγηση και κριτική)· και
- οι δυνατότητες παραγωγής, τροποποίησης και συνδυασμού ψηφιακών υλικών βρίσκουν εφαρμογή σε ερασιτεχνικές παραγωγές που οικειοποιούνται παγκόσμια διαθέσιμο σημειωτικό υλικό, ανατρέχοντας σε παραδοσιακές προφορικές πρακτικές.

Ασφαλώς, περισσότερη έρευνα είναι απαραίτητη για να ελέγξει τα παραπάνω συμπεράσματα, και η έρευνα αυτή θα πρέπει να εκμεταλλευθεί τις συνεργίες διαφόρων μεθοδολογικών προσεγγίσεων. Η προσέγγιση που ακολούθησε αυτό το άρθρο μπορεί να χαρακτηριστεί ως «προσέγγιση της οθόνης»: περιορίζεται (αλλά και εμβαθύνει) στην ανάλυση των σημειωτικών τόπων, χρησιμοποιώντας ως δεδομένα ό,τι είναι ορατό (και ακροάσιμο) στην οθόνη. Η αντίθεσή της –ας την αποκαλέσουμε «προσέγγιση του χρήστη»– είναι η εθνογραφική μελέτη των διαδικασιών συμμετοχής και ψηφιακής γραμματισμού (βλ. Androutsopoulos, 2008). Αξίζει να διευρυνθεί ο διάλογος ανάμεσα στη μελέτη των ψηφιακών τόπων και τη μελέτη της παραγωγής και της πρόσληψής τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Androutsopoulos, J. (2006a). «Introduction: Sociolinguistics and computer-mediated communication». *Journal of Sociolinguistics*, 10(4): 419-438.
- Androutsopoulos, J. (2006b). «Multilingualism, diaspora, and the Internet: Codes and identities on German-based diaspora websites». *Journal of Sociolinguistics*, 10(4): 520-547.
- Androutsopoulos, J. (2008). «Potentials and limitations of discourse-centered online ethnography». *Language@Internet* 5, άρθρο 8: <http://www.languageatinternet.de/articles/2008> (πρόσβαση: 15/1/2009).
- Androutsopoulos, J. (2009). «Language and the three spheres of Hip Hop». Στο H. Samy Alim, A. Ibrahim & A. Pennycook (eds), *Global linguistic flows: Hip Hop cultures, youth identities, and the politics of language*. New York: Routledge, 43-62.
- Bakhtin, M. (1981). «Discourse in the novel». Στο *The dialogic imagination*, μτφρ. C. Emerson και M. Holquist, Austin: University of Texas Press, 259-422.
- Bailey, B. (2007). «Heteroglossia and boundaries». Στο M. Heller (ed.), *Bilingualism: A social approach*. New York: Palgrave, 257-274.
- boyd, d. (2007). «Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life». Στο David Buckingham (ed.), *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, MA: The MIT Press, 119-142.
- boyd, d. & Ellison, N.B. (2007). «Social network sites: Definition, history, and scholarship». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (πρόσβαση: 15/2/2009).
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet*, 2η έκδ. Cambridge: Cambridge University Press.
- Döring, N. (2002). «Personal home pages on the Web: A review of research». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(3). <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doehring.html> (πρόσβαση: 15/2/2009)
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London & New York: Routledge.
- Herring, S.C. (2004). «Slouching toward the ordinary: Current trends in computer-mediated communication». *New Media & Society*, 6(1): 26-36.
- Herring, S.C. (υπό δημοσίευση). «Language and the Internet». Στο W. Donsbach (ed.), *International Encyclopedia of Communication*. Oxford: Blackwell.
- Jarrett, K. (2008). «Interactivity is evil! A critical investigation of Web 2.0». Στο M. Zimmer (ed.), *Critical perspectives on Web 2.0* (ειδικό αφιέρωμα), *First Monday*, 13(3). <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/issue/view/263/showToc> (πρόσβαση: 12/1/2009).
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Schreiber, M. (1983). *Übersetzung und Bearbeitung*. Tübingen: Narr.

ΤΑ ΓΡΑΠΤΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ SMS: ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΙΔΕΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΛΟΓΟ¹

Τερέζα Σπηλιώτη

Στόχος της μελέτης αυτής είναι να εξετάσει τις στάσεις προς τη γλώσσα των γραπτών μηνυμάτων SMS, όπως εκφράζονται στον ελληνικό Τύπο. Η ανάλυση των δεδομένων (31 άρθρων, δημοσιευμένων από το 2001 έως το 2003 σε ελληνικές εφημερίδες) ακολουθεί το μοντέλο της Κριτικής Ανάλυσης Λόγου. Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό, η ανάλυση εντοπίζει αρχικά συγκεκριμένες γλωσσικές επιλογές, οι οποίες κατασκευάζουν και συγκροτούν ιδεολογικές αναπαραστάσεις και αντιλήψεις σχετικά με τη γλώσσα και την επικοινωνία μέσω SMS. Στη συνέχεια η ανάλυση εστιάζει ειδικότερα σε δημοσιογραφικές πρακτικές, όπως στην ανακύκλωση των ίδιων ειδήσεων σε διαφορετικά έντυπα και περιεχόμενα. Παρατηρούμε ότι οι ειδήσεις με θέμα τη γλώσσα στις νέες τεχνολογίες αναπαράγουν τοπικές γλωσσικές ιδεολογίες που έχουν προβληθεί στο παρελθόν, αλλά και ιδεολογικές αναπαραστάσεις που εμφανίζονται σε ανάλογα δημοσιεύματα στον ξένο, κυρίως αγγλόφωνο, Τύπο. Με άλλα λόγια, η μελέτη των συγκεκριμένων δημοσιευμάτων αποκαλύπτει διαδικασίες αλληλεπίδρασης τοπικών και παγκόσμιων ιδεολογιών στην κατασκευή του μύθου μιας ενιαίας γλώσσας των SMS. ☞

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία δέκα χρόνια στην Ελλάδα η κινητή τηλεφωνία κατέκτησε εξέχουσα θέση ανάμεσα στις νέες τεχνολογίες επικοινωνίας. Η επιστημονική έρευνα έχει μόλις αρχίσει να εξετάζει τους τρόπους που η τεχνολογία αυτή αλληλεπιδρά με την ανθρώπινη επικοινωνία και γλώσσα. Την ίδια στιγμή όμως στον ημερήσιο και περιοδικό Τύπο είναι συνήθη τα δημοσιεύματα που ασχολούνται με τις επιδράσεις των νέων τεχνολογιών στις διαπροσωπικές σχέσεις και στη γλώσσα των νέων. Η αντίθεση ανάμεσα στην πληθώρα τέτοιων δημοσιευμάτων και στον περιορισμένο αριθμό επιστημονικών μελετών δε χαρακτηρίζει μόνο την ελληνική πραγματικότητα: παρόμοια φαινόμενα παρατηρούνται παγκοσμίως (Katz & Aakhus, 2002· Thurlow, 2003).

Στο χώρο της κοινωνιογλωσσολογίας, η έρευνα που ασχολείται με τεχνολογικά διαμεσολαβημένες μορφές επικοινωνίας αναπτύσσεται συνεχώς (Androutsopoulos, 2006).² Τα πορίσματα τέτοιων μελετών έχουν ήδη αρχίσει να αμφισβητούν στερεότυπα που αφορούν τη χρήση νέων τεχνολογιών για επικοινωνιακούς σκοπούς. Για παράδειγμα, αποτελεί πλέον κοινή παραδοχή στον επιστημονικό χώρο ότι η χρήση ενός τεχνολογικού μέσου δεν οδηγεί αυτόματα σε «φτωχότερη» επικοινωνία ή μορφές αντικοινωνικής συμπεριφοράς. Αντιθέτως, σύγχρονες μελέτες έχουν αποδείξει ότι το διαδίκτυο μπορεί να δημιουργεί ένα αίσθημα κοινότητας (Baym, 1998· Herting, 2004) ή ακόμα και να ενδυναμώνει διαπροσωπικές σχέσεις που διαμορφώνονται εντός και εκτός Δικτύου.³ Παράλληλα η θεώρηση της αγγλικής ως

1. Η παρούσα μελέτη αποτελεί μέρος διδακτορικής έρευνας με θέμα «Text-messages and social interaction: Genre, norms and sociability in Greek SMS», που χρηματοδοτήθηκε από το Κέντρο Ελληνικών Σπουδών του Πανεπιστημίου King's College του Λονδίνου.

2. Ο όρος «τεχνολογικά διαμεσολαβημένη επικοινωνία» (technologically-mediated communication· Georgakopoulou, 2006: 550) περιλαμβάνει μορφές επικοινωνίας που επιτελούνται με τη βοήθεια τεχνολογικών –κυρίως ηλεκτρονικών– μέσων, όπως το διαδίκτυο, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τα γραπτά μηνύματα SMS κτλ.

3. Τη χρήση των γραπτών μηνυμάτων ως μέσου για να καλλιεργούνται ήδη υπάρχουσες διαπροσωπικές σχέσεις έχουν επισημάνει σχετικές μελέτες για τα ελληνικά της Spilioti (2007) και των Μαυρέα & Τσάκωνα (υπό δημοσίευση).

κυρίαρχου γλωσσικού κώδικα στην ηλεκτρονική επικοινωνία αμφισβητείται από νεότερες προσεγγίσεις που ασχολούνται με το «πολύγλωσσο Ίντερνετ» (Danet & Herring, 2003).

Όμως η έρευνα της τεχνολογικά διαμεσολαβημένης επικοινωνίας παρουσιάζει το εξής παράδοξο: αν και δεν ακολουθεί τα στερεότυπα για τη χρήση των νέων τεχνολογιών, αποφεύγει να εξετάσει τα ίδια τα στερεότυπα και τους τρόπους με τους οποίους διαμορφώνονται σε συγκεκριμένα περιβάλλοντα. Με άλλα λόγια, είναι έκδηλη η ανάγκη για μελέτες που έχουν ως αντικείμενο τις δοξασίες, τις αντιλήψεις και τις αναπαραστάσεις της γλώσσας και της επικοινωνίας στα νέα μέσα. Παρότι τα μετα-γλωσσικά σχόλια (meta-language) που εμφανίζονται σε έντυπα και δημόσιες ή ιδιωτικές συζητήσεις έχουν γίνει αντικείμενο κοινωνιογλωσσολογικής μελέτης (πρβλ. Jaworski, Coupland & Galasiński, 2004· Μοσχονάς, 2005), ο μετα-λόγος (meta-discourse) που παράγεται ειδικά σε σχέση με τη χρήση των νέων τεχνολογιών δεν έχει απασχολήσει ιδιαίτερα την υπάρχουσα βιβλιογραφία.⁴

1. ΜΕΤΑΓΛΩΣΣΑ, ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ

Ανήκουν όμως τα γλωσσικά στερεότυπα, οι νοοτροπίες και οι στάσεις προς τις νέες τεχνολογίες στο επιστημονικό ενδιαφέρον για τη γλώσσα και την επικοινωνία; Η εμπειρική έρευνα βασιζει τα συμπεράσματά της σε αναλύσεις γλωσσικών δεδομένων που παράγονται σε πραγματικές συνθήκες επικοινωνίας: στόχος είναι να παρατηρηθεί και να ερμηνευτεί πώς χρησιμοποιούμε τη γλώσσα καθημερινά και όχι πώς πιστεύουμε ή θεωρούμε ότι τη χρησιμοποιούμε. Αυτός ο διαχωρισμός οδήγησε πολλούς μελετητές της γλωσσικής χρήσης να παραγνωρίσουν τις ιδέες και τα στερεότυπα για την ίδια τη γλώσσα και τους κοινωνιακούς σκοπούς που επιτελεί.

Σύγχρονες τάσεις ωστόσο στην κοινωνιογλωσσολογική έρευνα κατέδειξαν ότι ο παραπάνω διαχωρισμός αποτελεί ψευδο-δίλημμα, καθώς ο τρόπος που χρησιμοποιούμε τη γλώσσα υποδηλώνει ιδέες και στάσεις προς την ίδια τη γλωσσική χρήση. Σύμφωνα με τον Hanks (2005: 191), αν προσεγγίσουμε τη γλώσσα ως πρακτική, τότε τα γλωσσικά και άλλα σημειωτικά συστήματα επικοινωνίας είναι άμεσα συνδεδεμένα με τις ιδέες και τις νοοτροπίες που έχουν οι ομιλητές για τη γλώσσα και την κοινωνία. Η σημασία της μελέτης των μεταγλωσσικών στάσεων και απόψεων έχει επίσης επισημανθεί από την Deborah Cameron. Προκειμένου να μελετήσουμε την πιο ισχυρή ιδεολογία που υπάρχει –δηλαδή αυτό που ονομάζουμε «κοινή λογική»– η Cameron (1995: xiii) υποστηρίζει ότι πρέπει να κατανοήσουμε τις κρυμμένες αρχές που τη διέπουν και να καταλάβουμε τους λόγους για τους οποίους είναι τόσο ευρέως αποδεκτή από τους ομιλητές μιας κοινότητας.

Η παρούσα μελέτη έχει στόχο την ανάλυση των στάσεων προς τη γλώσσα των γραπτών μηνυμάτων SMS, όπως εκφράζονται στον ελληνικό Τύπο. Εντάσσεται λοιπόν στο πλαίσιο της έρευνας που εξετάζει τη «μεταγλωσσική κατασκευή» (metalinguistic/ metadiscursive construction: Thurlow, 2006) των νέων τεχνολογιών – ένα ζήτημα που παραμένει σε μεγάλο βαθμό ανεξερεύνητο. Η συζήτηση θα επικεντρωθεί στους τρόπους με τους οποίους οι στάσεις και οι αναπαραστάσεις των γραπτών μηνυμάτων διαμορφώνονται σε σχέση με τις περιωρούσες γλωσσικές ιδεολογίες που κυκλοφορούν σε ανάλογα δημοσιεύματα της Ελλάδας και του εξωτερικού.

Ο όρος «μεταγλώσσα» καθιερώθηκε από τον Jakobson (1960), ο οποίος τον χρησιμοποιεί για να δηλώσει τη λειτουργία της γλώσσας που αναφέρεται στο ίδιο το μήνυμα ή στο γλωσσικό κώδικα. Η αυτο-

4. Σημαντικές εξαιρέσεις αποτελούν οι μελέτες των Koutsogiannis & Mitsikopoulou (2003), Thurlow (2006) και Androutsopoulos (υπό δημοσίευση).

αναφορική λειτουργία της γλώσσας εμφανίζεται σε φράσεις όπως «αυτό που εννοούσα είναι...» ή σε όρους που ονοματίζουν ποικιλίες γλωσσικής χρήσης, π.χ. «η ελληνική γλώσσα», «η κρητική διάλεκτος», «η γλώσσα των υπολογιστών». Παράλληλα όμως με την αυτο-αναφορική λειτουργία, χρησιμοποιούμε τη γλώσσα για να αναφερθούμε στο εξωτερικό, φυσικό και κοινωνικό, περιβάλλον σε σχέση με το οποίο επιτελείται η καθημερινή μας επικοινωνία.

Σύμφωνα με τη θεωρία της «δεικτικότητας» (indexicality: Ochs, 1992), τα γλωσσικά και μετα-γλωσσικά στοιχεία μπορούν να «δείξουν» κοινωνικές και πολιτισμικές στάσεις, νοοτροπίες ή αξίες που φέρουν οι ομιλητές μιας γλώσσας. Τα μέλη μιας γλωσσικής κοινότητας συνήθως αναγνωρίζουν τέτοιες στάσεις και νοοτροπίες ως ενδεικτικές ορισμένων ιδεολογιών⁵ και κοινωνικών κατηγοριών (π.χ., φύλο, κοινωνική τάξη). Συνεπώς η μελέτη των μεταγλωσσικών αναφορών στα γραπτά μηνύματα SMS θα φανερώσει συγκεκριμένες στάσεις και στερεότυπα, μέσω των οποίων υποδηλώνονται ευρύτερες ιδεολογίες σχετικά με τη γλώσσα και τις νέες τεχνολογίες.

2. ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΓΛΩΣΣΙΚΗ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης αποτελούν πλούσια πηγή για να μελετήσουμε το δημόσιο λόγο που αναπτύσσεται σχετικά με τη χρήση των νέων τεχνολογιών. Όπως παρατηρεί ο Bell (1995: 23), τα Μέσα Ενημέρωσης παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση, αναπαράσταση και αναπαραγωγή στάσεων και απόψεων για τη γλώσσα. Σύμφωνα με τον Μοσχονά (2005: 123), οι γλωσσικές ιδεολογίες εξαπλώνονται μέσω επικοινωνιακών δικτύων, με κατεύθυνση από την «ελίτ» των διανοουμένων και ειδικών προς το «μικρό κοινό» των δημοσιογράφων, λογοτεχνών και εκπαιδευτικών, και ακολούθως προς το «ευρύτερο κοινό» που περιλαμβάνει όλους τους ομιλητές μιας κοινότητας. Με άλλα λόγια, οι δημοσιογράφοι λειτουργούν ως «διαμεσολαβητές» και «αναπαραγωγοί»: ενώ αντανακλούν και αναπαράγουν τις παραδοχές των «ειδικών», ο λόγος τους δείχνει συλλογικές αντιλήψεις, κοινούς τόπους και στερεότυπα που συμμετέχουν στη δημιουργία κοινών αντανακλαστικών (Moschonas, 2004: 178). Έτσι, η μελέτη του δημοσιογραφικού λόγου μπορεί να μας αποκαλύψει στάσεις και στερεότυπα προς τα γραπτά μηνύματα, καθώς και τους τρόπους με τους οποίους τα στερεότυπα αυτά προβάλλονται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης προς το ευρύτερο σύνολο της ελληνικής κοινωνίας.

Στην Ελλάδα ειδικότερα, υπάρχει μακρά παράδοση δημοσιευμάτων για γλωσσικά θέματα στον ημερήσιο Τύπο. Η ευρεία κυκλοφορία και διάδοση μεταγλωσσικών σχολίων πηγάζει από το κοινό αίσθημα ότι κάθε ομιλητής έχει δικαίωμα να μιλά και να έχει άποψη για τη γλώσσα και τις χρήσεις της (πρβλ. «folk linguistics»: Niedzielski & Preston, 2003: Aitchison, 2001: 164). Στην περίπτωση των ελληνικών εφημερίδων, έχει παρατηρηθεί ότι δημοσιεύματα για τη γλώσσα εμφανίζονται συστηματικά (Μοσχονάς, 2001). Συγκεκριμένα, πρόκειται είτε για ξεχωριστές στήλες με θέμα τη γλώσσα (π.χ., «διορθωτική επιφυλλίδα» Μοσχονάς, 2001: 94) είτε για «συμπωματικές αναφορές» (Μοσχονάς, 2001: 98) που εντάσσονται σε άλλες στήλες με θέμα ζητήματα της επικαιρότητας. Την ίδια στιγμή όμως ένα συγκεκριμένο κοινωνικο-πολιτικό γεγονός σχετικό με θέματα γλώσσας⁶ μπορεί να προκαλέσει μια αλυσιδα δη-

5. Στην παρούσα μελέτη, ο όρος «ιδεολογία» χρησιμοποιείται με την έννοια ενός συστήματος πεποιθήσεων, αξιών και στάσεων (πρβλ. Μοσχονάς, 2005).

6. Για παράδειγμα, η «πρόταση Λαμασούρ» για καθιέρωση ενός καθεστώτος πενταγλωσσίας στα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (1994-1995).

μοσιευμάτων για το ίδιο θέμα, δημιουργώντας έτσι μια δημόσια συζήτηση που συχνά παίρνει το χαρακτήρα «σταυροφορίας» ή «εθνικής διαμάχης» (πρβλ. Μοσχονάς, 2001).

Οι δημόσιες συζητήσεις για γλωσσικά ζητήματα δεν είναι πρόσφατο φαινόμενο στην ελληνική ιστορία. Η ανάγκη καθιέρωσης μιας εθνικής γλώσσας για το νεοσύστατο ελληνικό κράτος κληροδότησε ένα καθεστώς «διμορφίας». Σύμφωνα με τον Ferguson (1972: 232), ο όρος «διμορφία» (ή «διπλογλωσσία», diglossia) αναφέρεται σε εκείνο το είδος γλωσσικής τυποποίησης όπου δύο ποικιλίες της ίδιας γλώσσας συνυπάρχουν, αλλά με διαφορετικές λειτουργίες ή καθεμία. Για περισσότερο από έναν αιώνα⁷ η γλωσσική κατάσταση στην Ελλάδα χαρακτηριζόταν από την παράλληλη χρήση της καθαρεύουσας, δηλαδή της επίσημης γλώσσας του κράτους, και της δημοτικής, που μιλιόταν σε ανεπίσημες περιστάσεις καθημερινής επικοινωνίας. Παράλληλα όμως ο γλωσσικός αυτός διαχωρισμός αποκτούσε και πολιτικό ή ιδεολογικό χαρακτήρα. Η γλωσσική διαμάχη συνδέθηκε με ιδεολογικές αντιπαράθεσεις (Φραγκουδάκη, 2001: 120-124) μεταξύ των «συντηρητικών» υποστηρικτών της καθαρεύουσας και των «προοδευτικών» υπέρμαχων της δημοτικής. Η νομοθετική λύση του Γλωσσικού Ζητήματος με την καθιέρωση της δημοτικής το 1976 σηματοδοτεί ένα σημαντικό βήμα προς την εκτόνωση των ιδεολογικών αντιπαράθεσεων. Όμως, όπως αποδεικνύεται από την πληθώρα δημοσιευμάτων για τη γλώσσα, ζητήματα γλωσσικής χρήσης και εκπαιδευτικής πολιτικής συνεχίζουν να αποτελούν αντικείμενο δημόσιας συζήτησης και αντιπαράθεσης στον ελληνικό Τύπο.

3. ΔΕΔΟΜΕΝΑ: ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΩΝ SMS ΣΕ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

Η συζήτηση των γλωσσικών στάσεων και ιδεολογικών αναπαραστάσεων των SMS βασίζεται στην ανάλυση 31 άρθρων, που κυκλοφόρησαν σε τέσσερις ελληνικές εφημερίδες (*Το Βήμα*, *Τα Νέα*, *Ελευθεροτυπία* και *Η Καθημερινή*) από το 2001 έως το 2003.⁸ Το σχετικό υλικό συγκεντρώθηκε με τη βοήθεια των μηχανών αναζήτησης που υπάρχουν στους διαδικτυακούς τόπους των εφημερίδων.⁹ Η επιλογή αυτών των εντύπων ως αντιπροσωπευτικών για τη μελέτη των γλωσσικών στάσεων οφείλεται σε δύο κυρίως λόγους: την ευρεία κυκλοφορία τους και τη μεγάλη συχνότητα δημοσιευμάτων για γλωσσικά θέματα. Σύμφωνα με έρευνα του Μοσχονά (2001: 91), σε περίοδο τριών μηνών (01/11/1999-31/01/2000), 41% από τα 364 δημοσιεύματα για τη γλώσσα προέρχονταν από τις παραπάνω τέσσερις εφημερίδες. Ακολουθώντας τη διάκριση του Μοσχονά (2001: 99-100) σε «ειδησεογραφικά» και «επιφυλλιδιογραφικά» δημοσιεύματα, η καταχώριση των άρθρων από τις ίδιες τις εφημερίδες αποκαλύπτει ότι η πλειονότητα των δημοσιευμάτων (22) αφορούν ρεπορτάζ ειδήσεων ή ερευνών που εμφανίζονται σε στήλες οι οποίες καλύπτουν την επικαιρότητα στην Ελλάδα και στον κόσμο. Συνεντεύξεις και τακτικές στήλες εκδοτών και εξωτερικών συνεργατών που σχολιάζουν θέματα της επικαιρότητας ανήκουν στα επιφυλλιδιογραφικά δημοσιεύματα (9 άρθρα στο σύνολο των δεδομένων).

7. Δηλαδή από την εμφάνιση του νεοσύστατου κράτους στα μέσα του δεκατου ενάτου αιώνα έως την καθιέρωση της δημοτικής το 1976.

8. Βλ. Παράρτημα για συγκεντρωτικό πίνακα των δημοσιευμάτων.

9. Οι λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν ήταν: «κινητό», «γραπτό μήνυμα» και «SMS».

ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΟΥ

Η σημασία του συγκεκριμένου κοινωνικο-πολιτισμικού περιβάλλοντος σε σχέση με το οποίο κατασκευάζονται και αποκτούν νόημα τα στερεότυπα και οι ιδεολογίες έχει επισημανθεί από την Κριτική Ανάλυση Λόγου (Critical Discourse Analysis). Η κριτική αυτή προσέγγιση έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως στη μελέτη του δημοσιογραφικού λόγου στις εφημερίδες (πρβλ. van Dijk, 1998· Androutsopoulos, 2001: 176). Ως προς τη σχέση γλώσσας και κοινωνίας, η Κριτική Ανάλυση Λόγου αποδέχεται τη δυναμική τους αλληλεπίδραση («διαλεκτική σχέση»): δηλαδή η γλώσσα διαμορφώνεται και συγκροτείται από την κοινωνία, αλλά παράλληλα συμβάλλει στη συγκρότηση της ίδιας της κοινωνίας και των δομών της. Έτσι, οι γλωσσικές επιλογές και οι δια-λογικές (discursive) πρακτικές, που χρησιμοποιούνται στα άρθρα των εφημερίδων, φέρουν κοινωνικο-ιδεολογικά νοήματα και ταυτόχρονα μπορούν να έχουν κοινωνικές επιπτώσεις. Με άλλα λόγια, τα κείμενα που εξετάζουμε μπορούν να υποδηλώνουν κοινές αναπαραστάσεις των γραπτών μηνυμάτων SMS αλλά και να κατασκευάζουν ερμηνείες της κινητής τηλεφωνίας. Την ίδια στιγμή όμως ο δημοσιογραφικός λόγος μπορεί να λειτουργεί ιδεολογικά με τρόπους που δεν είναι ξεκάθαροι ή σαφείς στους αναγνώστες. Η περιικειμενοποιημένη (contextualised) θεώρηση της γλώσσας δεν προσεγγίζει τα κείμενα μόνο ως παράγωγα μιας ιστορικο-κοινωνικής πραγματικότητας, αλλά επίσης εξετάζει τις σχέσεις μεταξύ λόγων που επικαλούνται ή προσκαλούν την παραγωγή άλλων κειμένων. Η δια-κειμενική εξέταση των άρθρων που αναλύουμε μπορεί να αποκαλύψει την ιδεολογική τους αλληλεπίδραση με το συγκεκριμένο κοινωνικο-πολιτισμικό περιβάλλον της ελληνικής πραγματικότητας στις αρχές του εικοστού πρώτου αιώνα.

4. ΤΑ ΓΡΑΠΤΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ SMS ΚΑΙ ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΣΤΑΣΕΙΣ

4.1. *Νέοι και SMS*

Σύμφωνα με έκθεση της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων, στο τέλος του 2003 υπήρχαν 8,9 εκατομμύρια ενεργοί συνδρομητές¹⁰ κινητής τηλεφωνίας ανάμεσα στα περίπου 11 εκατομμύρια κατοίκων της Ελλάδας. Παρά την ευρεία διάδοση της κινητής τηλεφωνίας, τα συγκεκριμένα άρθρα συσχετίζουν τα κινητά και την υπηρεσία των γραπτών μηνυμάτων με την κοινωνική ομάδα των νέων, που περιλαμβάνει τους εφήβους [23]¹¹ αλλά και «κάθε ηλικίας νεάζοντες» [20].

Όπως αναφέραμε προηγουμένως, η γλώσσα μπορεί να λειτουργήσει υποδηλωτικά προκειμένου να «δείξει» κοινωνικο-πολιτισμικές στάσεις και νοοτροπίες. Οι γλωσσικές επιλογές λοιπόν μπορούν να υποδηλώσουν συγκεκριμένες αναπαραστάσεις των χρηστών ενός καινούργιου μέσου όπως τα SMS. Σε επίπεδο λεξιλογίου, παρατηρούμε ότι τα άρθρα των εφημερίδων αναφέρονται επανειλημμένα στο σύνολο των νέων ως τη «γενιά του αντίχειρα» [12], τη «γενιά των μηνυμάτων» [17], «τα παιδιά της ψηφιακής εποχής» [7], τους «νέους ανθρώπους της... νέας εποχής» [21], «τα παιδιά της ψηφιακής επανάστασης» [13] κτλ. Τέ-

10. «Ως ενεργοί συνδρομητές ορίζονται όλοι οι συνδρομητές συμβολαίου και οι συνδρομητές καρτοκινητής από τους οποίους έχει παραχθεί έσοδο κατά τη διάρκεια του τελευταίου τριμήνου», σύμφωνα με την έκθεση πεπραγμένων 2003 της ΕΕΤΤ· βλ. σελίδα 13 στα *Πεπραγμένα 2003: Επισκόπηση Αγορών (Τηλεπικοινωνίες)*, <http://www.eett.gr/opencms/export/sites/default/EETT/Publications/Proceedings/N05.KEF1.pdf> (πρόσβαση: 12/03/2009).

11. Οι αριθμοί στις αγκύλες παραπέμπουν στο σχετικό άρθρο, όπως εμφανίζεται στο Παράρτημα.

τοιες εκφράσεις αποκαλύπτουν στερεοτυπικές αντιλήψεις σύμφωνα με τις οποίες η χρήση των νέων τεχνολογιών εμφανίζεται ως ένα σχεδόν εγγενές χαρακτηριστικό όσων ανήκουν στην ηλικία της νεότητας.

Εκτός από τις παραπάνω εκφράσεις, εικόνες νέων που χρησιμοποιούν τη νέα τεχνολογία συμβάλλουν στη διαμόρφωση της κοινής αντίληψης ότι οι νέοι είναι οι κατεξοχήν χρήστες των γραπτών μηνυμάτων. Λόγω του ότι τα εικονικά σημεία λειτουργούν με βάση την αναπαραστατική σχέση ανάμεσα στο εικονίζον και το εικονιζόμενο (Μοσχονάς, 2005: 98), αποτελούν ιδιαίτερα προσφιλείς τρόπους με τους οποίους οι ιδεολογίες διαμορφώνουν και συντηρούν κοινωνικές αναπαραστάσεις της πραγματικότητας. Η αναπαράσταση λοιπόν της «νεολαίας» που «όπου σταθεί και όπου βρεθεί, πληκτρολογεί συνεχώς σημειώματα στα κινητά» [1] ισχυροποιείται από εικονιζόμενους «νεαρούς» και «νεαρές» που επιδίδονται σε αυτή τη δραστηριότητα. Όμως, σε συνδυασμό με τέτοιες οπτικές εικόνες, παρατηρείται η πρακτική των δημοσιογράφων να κατασκευάζουν λεκτικές εικόνες μέσα από περιγραφές καταστάσεων που, όπως ισχυρίζονται, «είναι εξαιρετικά συνηθισμένες» [18]. Έτσι, εμφανιζόμαστε να «είμαστε μάλλον εξοικειωμένοι με την εικόνα νέων ανθρώπων που πληκτρολογούν με φοβερή ταχύτητα μηνύματα SMS στα κινητά τους τηλέφωνα» [21]. Στο τελευταίο μάλιστα παράδειγμα, ενδιαφέρον παρουσιάζει η χρήση του πρώτου πληθυντικού προσώπου, το οποίο υποδηλώνει την ταύτιση παραγωγών και αναγνωστών του άρθρου πίσω από το περιληπτικό «εμείς». Έτσι, οι συγκεκριμένες εικόνες φυσικοποιούνται και παγώνονται ως κοινές αναπαραστάσεις, οι οποίες στη συνέχεια συγκροτούν και αναπαράγουν την «κοινή λογική» ως κυρίαρχουσα ιδεολογία.

4.2. Η γλώσσα των SMS

Αφού συζητήσαμε τις αναπαραστάσεις αυτών που θεωρούνται ότι χρησιμοποιούν κατεξοχήν τη νέα τεχνολογία των SMS, θα εξετάσουμε τα άρθρα των εφημερίδων ως προς τις αναφορές τους στη χρήση της ελληνικής γλώσσας στα γραπτά μηνύματα. Συγκεντρώνοντας τα μεταγλωσσικά σχόλια που εμφανίζονται τόσο σε άρθρα με θέμα τη γλώσσα, όσο και σε δημοσιεύματα με θέμα τους νέους και την κουλτούρα των νέων τεχνολογιών, παρατηρούμε ότι «η γλώσσα των μηνυμάτων» [17] εμφανίζει στα συγκεκριμένα δημοσιεύματα τα εξής τυπικά χαρακτηριστικά:

α) Ανήκει στις γραπτές μορφές λόγου, όπως γίνεται εμφανές σε μεταγλωσσικές φράσεις του τύπου «ο γραπτός λόγος των SMS» και «ο γραπτός κινητός λόγος» [16].

β) Διακρίνεται από την παρουσία στοιχείων της αγγλικής γλώσσας, που περιλαμβάνουν κυρίως τη χρήση λατινικών χαρακτήρων για τη γραφή των ελληνικών («Greeklish» [8]) και άλλους «αγγλισμούς», δάνεια και ακρώνυμα, όπως «cul (see you later), gr8 (great) και f2t (free to talk)» [16].

γ) Δεν ακολουθεί τις συμβάσεις του γραπτού λόγου, όπως καθορίζονται στις Γραμματικές της νέας ελληνικής και προβάλλονται στην εκπαίδευση [11]. Για παράδειγμα, «τα φωνήεντα, τα σημεία στίξης, τα πεζά γράμματα και η παραδοσιακή ορθογραφία φαντάζουν πια απαρχαιωμένες συνήθειες». [29]

δ) Περιλαμβάνει συντομογραφίες, συντμήσεις και νέα σύμβολα, όπως «όταν κλείνουμε το αστείο που γράψαμε σε SMS με ένα :-))» [24]. Έμφαση επίσης δίνεται στους «νέους κώδικες συντομογραφίας για τα γραπτά μηνύματα» [18] και στην απουσία φωνηέντων που οδηγεί σε μια γραφή «Χρς φνντ...!!!» [11] (δηλαδή χωρίς φωνήεντα).

4.3. Γλωσσικές στάσεις

Ωστόσο οι παραπάνω μεταγλωσσικές αναφορές δεν εμφανίζονται ως ουδέτερες καταγραφές σε μια λίστα τυπικών χαρακτηριστικών της γλώσσας των SMS. Στα άρθρα που εξετάζουμε, αυτά τα τυπικά χα-

ρακτηριστικά συνεμφανίζονται με αξιολογικές κρίσεις για τη γλωσσική χρήση στα ελληνικά γραπτά μηνύματα. Η ανάλυση τέτοιων αξιολογικών κρίσεων μπορεί να αποκαλύψει τις γλωσσικές στάσεις που εκφράζονται στο δημοσιογραφικό λόγο. Συνοπτικά, παρατηρούμε ότι οι στάσεις προς τη γλώσσα των μηνυμάτων κινούνται στα πλαίσια δύο αντίθετων πόλων, που αναπαριστούν τη νέα τεχνολογία των SMS είτε ως «καλή» είτε ως «κακή».

Αν και οι θετικές κρίσεις σπανίζουν, δεν απουσιάζουν εντελώς από τα συγκεκριμένα δημοσιεύματα. Στην πιο ακραία εκδοχή, τα SMS παρουσιάζονται ως «τα χάι-κου [sic] της νέας εποχής» [16]. Η μεταφορά αυτή συνυποδηλώνει καλλιτεχνικές ικανότητες, συντομία και ακρίβεια έκφρασης ή, όπως αναφέρεται σε σχετικό δημοσίευμα, έναν «καθαρό και συμπυκνωμένο λόγο ο οποίος καλύπτει όλες τις εκφάνσεις της ζωής» [30]. Ταυτόχρονα «ο γραπτός κινήτος λόγος» εμφανίζεται να έχει «άλλη γοητεία, άλλη δύναμη» [1] και καθιστά την επικοινωνία ευκολότερη και αμεσότερη [18], ώστε να μπορούμε να μιλάμε σήμερα για τη «μεγαλύτερη επανάσταση στην αλληλογραφία μετά το γραμματόσημο» [16].

Προς την αντίθετη πλευρά αυτού του διπολικού συστήματος στερεοτύπων, συνωστίζονται οι αρνητικές αξιολογικές κρίσεις που αναφέρονται στη «φτωχή» γλώσσα των SMS. Οι συντομογραφίες «θυμίζουν ιερογλυφικά» και υποδηλώνουν «επιστροφή του γραπτού λόγου στην εποχή των σπηλαίων» [18]. Έτσι, τα τυπικά χαρακτηριστικά, που αναφέραμε προηγουμένως, παρουσιάζονται να ευθύνονται για τις «απώλειες» που υφίσταται ο γραπτός λόγος της νέας ελληνικής από τα γραπτά μηνύματα [15]. Επιπροσθέτως, η νέα τεχνολογία των SMS αποτελεί απειλή για την άμεση και διαπροσωπική επικοινωνία [7]. Τα δημοσιεύματα που εξετάζουμε εμμένουν στο «χρηστικό, όχι συσχετιστικό» [28] τρόπο επικοινωνίας, όπου «τη φωνή αντικαθιστούν τα data» [19]. Η «αληθινή επικοινωνία» υποχωρεί σε μια κοινωνία «που διακανονίζει τις σχέσεις της ανταλλάσσοντας 20 ή 30 μηνύματα την ώρα [και] σύντομα θα ξεχάσει τι περιέχει σε μια πλήρους νοήματος έκφραση – πόσα μπορούν να ειπωθούν, πόσα πρέπει να ειπωθούν» [19]. Χαρακτηριστικά, όπως συντομογραφίες, συντμήσεις, νέα σύμβολα, μη συμβατικές χρήσεις της γλώσσας, που προϋποτίθενται στο περιεχόμενο του όρου «γλώσσα των SMS», συμβάλλουν στη διαμόρφωση ενός αρνητικού στερεοτύπου που προβάλλει το φτωχό, περιορισμένο και άκρως χρηστικό τρόπο επικοινωνίας με τα γραπτά μηνύματα.

5. ΔΙΑΚΕΙΜΕΝΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΙΔΕΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΓΡΑΠΤΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ

Η ανάλυση των συγκεκριμένων δημοσιευμάτων έχει επικεντρωθεί μέχρι στιγμής στους τρόπους με τους οποίους ο δημοσιογραφικός λόγος αναφέρεται στη νέα τεχνολογία των SMS. Συγκεκριμένα, παρατηρήσαμε ότι γλωσσικές στάσεις προς τα γραπτά μηνύματα υποδηλώνονται μέσα από μεταγλωσσικές αναφορές και αξιολογικές κρίσεις. Αυτό το πρώτο επίπεδο κειμενικής ανάλυσης ανταποκρίνεται στη θεώρηση του «λόγου ως κειμένου» (discourse-as-text), όπου, σύμφωνα με τον Fairclough (1992) και την Κριτική Ανάλυση Λόγου, έμφαση δίνεται στα επιμέρους γλωσσικά στοιχεία (π.χ., λεξιλόγιο) και κειμενικές δομές που συγκροτούν και οργανώνουν τα κείμενα. Παράλληλα, τα δημοσιεύματα που εξετάζουμε παράγονται, διαδίδονται και καταναλώνονται σε ένα συγκεκριμένο περιεχόμενο που σχετίζεται με την κοινωνικο-πολιτισμική πραγματικότητα της Ελλάδας στις αρχές του εικοστού πρώτου αιώνα. Χρειάζεται λοιπόν να δούμε τα κείμενα αυτά και ως «δια-λογικές και κοινωνικές πρακτικές» (discourse as discursive and social practice), προκειμένου να κατανοήσουμε και να ερμηνεύσουμε τις γλωσσικές στάσεις σε σχέση με τις περιεχόμενες γλωσσικές ιδεολογίες (Blommaert & Bulcaen, 2000). Ένας τρόπος για να εντοπίσουμε τέτοιου είδους σχέσεις στο λόγο είναι να εξετάσουμε τα συγκεκριμένα κείμενα ως προς τη διακειμενικότητά τους τόσο σε επίπεδο θεμάτων, όσο και ρητορικών τρόπων (πρβλ. Fairclough, 1992).

Όπως αναφέραμε προηγουμένως, τα τυπικά χαρακτηριστικά της «γλώσσας των SMS» συμβάλλουν στη δημιουργία ενός γλωσσικού στερεοτύπου που θεωρεί τα γραπτά μηνύματα ως ένα άλλο είδος «νεανικής αργκό» [16]. Η έμφαση στη μορφή και στη δομή αυτής της μη συμβατικής γλώσσας θυμίζει τους ρητορικούς τρόπους που βρήκαμε σε δημόσιες συζητήσεις για τη γλώσσα των νέων στο παρελθόν. Σύμφωνα με τους Ιορδανίδου & Ανδρουτσόπουλο (1999: 593-594), στα τέλη του 1980 – αρχές 1990, ο δημόσιος διάλογος για τη γλώσσα των νέων επικεντρωνόταν στο λεξιλόγιο και στις μορφολογικές αποκλίσεις, χωρίς να αναφέρει πώς χρησιμοποιούνται και λειτουργούν τέτοιοι μη συμβατικοί τύποι στα πλαίσια μιας ευρύτερης συννομίας. Με παρόμοιο τρόπο, οι αναπαραστάσεις των γραπτών μηνυμάτων επικεντρώνονται σε μορφικά χαρακτηριστικά, σχολιάζοντας τις λέξεις, τα σύμβολα και τα δάνεια της «γλώσσας των SMS». Παρ' όλα αυτά, τα συγκεκριμένα δημοσιεύματα φέρνουν στο προσκήνιο του δημόσιου διαλόγου για τη γλώσσα πρότυπα και αποκλίσεις ως προς τις συμβάσεις του γραπτού λόγου (π.χ., στίξη, ορθογραφία), σε αντίθεση με παλαιότερα άρθρα για τη γλώσσα των νέων που έδιναν έμφαση στο «πώς μιλάνε» ή μάλλον «πώς δε μιλάνε οι νέοι» (πρβλ. «λεξιπενία ή αλαλία των νέων», Ιορδανίδου & Ανδρουτσόπουλος, 1999). Έτσι, διακρίνουμε μια σχετική μετακίνηση του ενδιαφέροντος των δημόσιων συζητήσεων από την ομιλία των νέων στη συμβατική ή μη γραφή των νέων στα νέα Μέσα.

Επίσης τα συγκεκριμένα δημοσιεύματα δεν μπορούν να συζητηθούν ανεξάρτητα από το δημόσιο διάλογο για τη χρήση των Greeklish, που εστιάζει σε ζητήματα «ορθής» (μετα-)γραφής της ελληνικής γλώσσας (πρβλ. Androutsopoulos, υπό δημοσίευση). Οι Koutsogiannis & Mitsikopoulou (2003) συζητούν μια σειρά άρθρων που δημοσιεύτηκαν στον ελληνικό Τύπο (από τον Ιανουάριο έως το Μάρτιο του 2001) με αφορμή τη δήλωση της Ακαδημίας Αθηνών η οποία καταδίκασε τη χρήση του λατινικού αλφαβήτου για τη γραφή της ελληνικής στο διαδίκτυο. Συγκεκριμένα, τα περισσότερα δημοσιεύματα αντιμετώπιζαν τα Greeklish ως απειλή για την ελληνική γλώσσα και ταυτότητα, και υιοθετούσαν έναν εξαιρετικά ηθικολογικό τόνο που επαινούσε το μεγαλείο της μακράς ιστορίας της ελληνικής γλώσσας. Η απειλή που υφίσταται η ελληνική γλώσσα από τα γραπτά μηνύματα SMS αποτελεί επίσης μια από τις βασικές προϋποθέσεις για τις αρνητικές αξιολογικές κρίσεις, τις οποίες εκθέσαμε προηγουμένως. Τα SMS τοποθετούνται ανάμεσα στις νέες τεχνολογίες που φέρουν ευθύνη για την εισροή ξενισμών και ενδεχόμενη παρακμή του γραπτού λόγου. Με άλλα λόγια, οι αναπαραστάσεις των γραπτών μηνυμάτων αντανακλούν και αναπαράγουν ηγεμονικές ιδεολογίες καθαρισμού και τυποποίησης της γλώσσας (Μοσχονάς, 2005: 292), όπως γίνεται εμφανές στην ένταση που δημιουργείται ανάμεσα στη μη συμβατική μορφή των γραπτών μηνυμάτων και την πρότυπη μορφή του γραπτού λόγου της νέας ελληνικής.

Συνοπτικά, οι στερεοτυπικές αντιλήψεις για τη «γλώσσα των SMS» παρουσιάζουν ρητορικούς τρόπους που χρησιμοποιούνται για να αναπαραστήσουν «νέες μορφές γλώσσας» (πρβλ. Androutsopoulos, 2006). Ειδικότερα, το γλωσσικό στερεότυπο για τα γραπτά μηνύματα αντλεί από μεταγλωσσικές προϋποθέσεις που κυκλοφορούν για τη «γλώσσα των νέων» και τη «γλώσσα του διαδικτύου» στην Ελλάδα. Η σύγκλιση των δημόσιων λόγων για τους νέους και τις νέες τεχνολογίες στις αναπαραστάσεις των γραπτών μηνυμάτων έχει επίσης επισημανθεί από τον Thurlow (2003: 2).

Αυτό που είναι πιο εντυπωσιακό όμως είναι οι ομοιότητες ανάμεσα στα μεταγλωσσικά σχόλια για τα ελληνικά SMS και τις γλωσσικές στάσεις προς τις νέες τεχνολογίες, τις οποίες εντοπίζει ο Thurlow σε άρθρα αγγλόφωνων εφημερίδων από το 2001 έως το 2005. Η κοινή παραδοχή μιας νέας γλώσσας με διακριτά χαρακτηριστικά φαίνεται σε λεξιλογικές συνάψεις του τύπου «a virtual new written language», «a language of its own» κτλ. (Thurlow, 2006). Οι αναφορές στην ελληνική νεολαία ως «γενιά των κειμένων» βρίσκει ακριβή αντιστοιχία σε φράσεις όπως «generation text» για τους νέους στην Αγγλία. Επίσης πα-

ρόμοιες μεταφορές χρησιμοποιούνται σε αξιολογικές κρίσεις των γραπτών μηνυμάτων, όπως η «επανάσταση» των SMS ή τα ακατανόητα «ιερογλυφικά» των μηνυμάτων.¹²

Τέτοιες συγκρίσεις αποκαλύπτουν ότι παρόμοιες αναπαραστάσεις των γραπτών μηνυμάτων κυκλοφορούν σε εφημερίδες διαφορετικών χωρών, που περιλαμβάνουν την Ελλάδα, τη Βρετανία, τις ΗΠΑ, τη Νέα Ζηλανδία, τη Σιγκαπούρη κτλ. Παρ' όλα αυτά, επιστημονικές μελέτες των γραπτών μηνυμάτων υποστηρίζουν την ύπαρξη τοπικών και πολιτισμικά διαφοροποιημένων χρήσεων των SMS (Katz & Aakhus, 2002). Με άλλα λόγια, αν και ο επιστημονικός χώρος αναγνωρίζει τοπικές πρακτικές στα γραπτά μηνύματα, οι μεταγλωσσικές κατασκευές των SMS στο δημοσιογραφικό λόγο ανά τον κόσμο παρουσιάζουν σημαντικές ομοιότητες. Τόσο τα ελληνικά όσο και τα ξενόγλωσσα δημοσιεύματα αναφέρονται στη «γλώσσα των SMS» ως ένα ξεχωριστό γλωσσικό μόρφωμα που ορίζεται από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Τα χαρακτηριστικά αυτά συνδέονται άμεσα με το ίδιο το τεχνολογικό μέσο το οποίο χρησιμοποιείται μετωνυμικά για να διακρίνει τη «νέα» γλωσσική ποικιλία ως τη «γλώσσα των SMS». Γενικότερα, η απόλυτη ταύτιση ενός γλωσσικού μορφώματος, η διάκρισή του από τα υπόλοιπα και η σχετικοποίησή του με θετικές ή αρνητικές αξιολογικές κρίσεις αποτελούν βασικούς μηχανισμούς που λειτουργούν ιδεολογικά και συμβάλλουν στην παραγωγή και διάδοση μεταγλωσσικών αντιλήψεων (πρβλ. τις αρχές της «απόλυτης ταυτότητας» και «γλωσσικής σχετικότητας» των γλωσσών· Μοσχονάς, 2002).

Τέλος, οφείλουμε να εξετάσουμε πώς το ίδιο το κεμενικό είδος και οι πρακτικές του μπορεί να οδηγήσουν στη δημιουργία και διάδοση συγκεκριμένων γλωσσικών στάσεων. Ειδικότερα, η πρακτική των έντυπων Μέσων να ανακυκλώνουν ειδήσεις επιτρέπει την ταυτόχρονη ανακύκλωση των ιδεολογικών αναπαραστάσεων που υποδηλώνονται. Πρέπει να σημειώσουμε ότι η πηγή της αρχικής ειδησεογραφικής αναφοράς δεν είναι πάντα εμφανής στα άρθρα που δημοσιεύονται. Για παράδειγμα, αναφορές σε έρευνες που γίνονται στο εξωτερικό εμφανίζονται διάσπαρτες σε δημοσιεύματα για τα ελληνικά SMS. Η πρακτική της ανακύκλωσης ειδήσεων στα συγκεκριμένα δημοσιεύματα αποτυπώνεται επίσης στην πληθώρα παραδειγμάτων από αγγλικές συντομογραφίες που παρουσιάζονται στα πλαίσια της συζήτησης των ελληνικών μηνυμάτων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η μεταγλώσσα που χρησιμοποιείται στα άρθρα των εφημερίδων φανερώνει την κατασκευή και διάδοση ενός γλωσσικού στερεοτύπου που συνοψίζεται στον όρο «η νέα γλώσσα των γραπτών μηνυμάτων SMS». Η κατασκευή αυτού του στερεοτύπου βασίζεται σε μεταγλωσσικές προϋποθέσεις, που ήδη υπάρχουν και υποδηλώνονται σε κοινές αναπαραστάσεις της γλώσσας των νέων, καθώς και της γλωσσικής χρήσης σε άλλες τεχνολογίες, όπως το διαδίκτυο. Οι στερεοτυπικές αντιλήψεις για τη «γλώσσα των SMS» διαμορφώνονται δια-λογικά: ο δια-λογικός τους χαρακτήρας είναι έκδηλος στην αλληλεπίδραση τοπικών γλωσσικών ιδεολογιών και ευρύτερα διαδεδομένων λόγων για τη γλώσσα στα κινητά τηλέφωνα, που κυκλοφορούν εντός και εκτός του ελληνικού χώρου. Η αλληλεπίδραση αυτών των ιδεολογιών, που υποδηλώνεται στις διακεκομμένες αναφορές των άρθρων τα οποία αναλύσαμε, ευνοείται από πρακτικές που χαρακτηρίζουν το ίδιο το είδος του δημοσιογραφικού λόγου. Συγκεκριμένα, οι τοπικές γλωσσικές ιδεολογίες διαμορφώνονται από και συνομιλούν με μια μακρόχρονη παράδοση του ελληνικού Τύπου να

12. Πρβλ. «Messaging by cell phone is the biggest revolution in communication since the advent of e-mail» και «The dialect has a few hieroglyphs (codes comprehensible only to initiates) and a range of face symbols» (Thurlow, 2006: 1-7).

φιλοξενεί δημοσιεύματα για γλωσσικά θέματα. Έτσι, τοπικές ιδεολογίες καθαρισμού και τυποποίησης αντανakλώνται και αναπαράγονται σε λόγους ηθικού πανικού που βλέπουν το πρότυπο της ελληνικής γλώσσας να απειλείται από την υποτιθέμενη χρήση των Greeklish και των αγγλικών συντομογραφιών στα γραπτά μηνύματα. Επίσης η πρακτική της ανακύκλωσης ειδήσεων από ξένα δημοσιεύματα σε ελληνικές εφημερίδες επιτρέπει σε παγκοσμίως διαδεδομένα στερεότυπα να αλληλεπιδρούν με προϋπάρχουσες τοπικές μεταγλωσσικές στάσεις και να δημιουργούν παρόμοιες αναπαραστάσεις του λόγου που παράγεται σε διάφορες μορφές τεχνολογικά διαμεσολαβημένης επικοινωνίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Aitchison, J. (2001). «Misunderstandings about language: A historical overview». *Journal of Sociolinguistics*, 5(4): 611-619.
- Ανδρουτσόπουλος, Γ. (2001). «Γλωσσολογικές προσεγγίσεις στο δημοσιογραφικό λόγο: Είδη, ποικιλότητα και ιδεολογία». Στο Π. Μπουκιάλας & Σ. Μοσχονάς (επιμ.), *Δημοσιογραφία και γλώσσα*, Πρακτικά συνεδρίου, 15-16 Απριλίου 2000. Αθήνα: ΕΣΗΕΑ, 167-183.
- Androutsopoulos, J. (2006). «Introduction: Sociolinguistics and computer-mediated communication». *Journal of Sociolinguistics*, 10(4): 419-438.
- Androutsopoulos, J. (υπό δημοσίευση) «“Greeklish”: Transliteration practice and discourse in a setting of computer-mediated digraphia». Στο A. Georgakopoulou & M. Silk (eds), *Standard languages and language standards: Greek, past and present*. London: Ashgate.
- Baym, N. (1998). «The emergence of on-line community». Στο S. Jones (ed.), *Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community*. Thousand Oaks, Ca: Sage, 35-68.
- Bell, A. (1995). «Language and the media». *Annual Review of Applied Linguistics*, 15: 23-41.
- Blommaert, J. & Bulcaen, Ch. (2000). «Critical Discourse Analysis». *Annual Review of Anthropology*, 29: 447-466.
- Cameron, D. (1995). *Verbal hygiene*. London: Routledge.
- Danet, B. & Herring, S. (2003). «Introduction: The multilingual internet». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9 (1). <http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue1/intro.html> (πρόσβαση: 12/1/2009).
- Dijk, T. van (1998). «Opinions and ideologies in the press». Στο A. Bell & P. Garrett (eds), *Approaches to media discourse*. Oxford: Blackwell, 21-63.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity.
- Ferguson, C. (1972). «Diglossia». Στο P. Giglioli (ed.), *Language and social context*. Harmondsworth: Penguin, 232-251.
- Georgakopoulou, A. (2006). «Postscript: Computer-mediated communication in sociolinguistics». *Journal of Sociolinguistics*, 10(4): 548-557.
- Hanks, W. (2005). «Explorations in the deictic field». *Current Anthropology*, 46(2): 191-220.
- Herring, S. (2004). «Computer-Mediated Discourse Analysis: An approach to researching online behavior». Στο S. Barab, R. Kling and J. Gray (eds) *Designing for virtual communities in the service of learning*. New York: Cambridge University Press, 338-376.
- Jakobson, R. (1990). «The speech event and the functions of language». Στο L. Waugh and M. Monville-Burston (eds), *On language*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 69-79.
- Jaworski A., Coupland, N. & Galasinski, D. (eds) (2004). *Metalanguage: Social and ideological perspectives*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Katz, J. & Aakhus, M. (eds) (2002). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Koutsogiannis, D. & Mitsikopoulou, B. (2003). «Greeklish and greekness: Trends and discourses of “glocalness”». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9(1). http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue1/kouts_mits.html (πρόσβαση: 15/1/2009).
- Ιορδανίδου, Α. & Ανδρουτσόπουλος, Γ. (1999). «Πήρανε τη γλώσσα στο... κρανίο»: Στάσεις των ΜΜΕ απέναντι στη γλώσσα των νέων». Στο Α. Μόξερ κ.ά. (επιμ.), *Ελληνική γλωσσολογία*, Πρακτικά του 7^{ου} διεθνούς γλωσσολογικού συνεδρίου για την ελληνική γλώσσα. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα, 586-595.
- Μαυρέας, Δ. & Τσάκωνα, Β. (υπό δημοσίευση). «Scripta manent, SMS volant? Διερευνώντας τη λειτουργία των SMS στην ανθρώπινη διεπίδραση». Στο *Η γλώσσα σε έναν κόσμο που αλλάζει*. Πρακτικά διεθνούς συνεδρίου, Διδασκαλείο Ξένων γλωσσών, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 9-11 Δεκεμβρίου 2005.
- Μοσχονάς, Σ. (2001). «Δημοσιεύματα του Τύπου για τη γλώσσα». Στο Π. Μπουκάλας & Σ. Μοσχονάς (επιμ.), *Δημοσιογραφία και γλώσσα*. Πρακτικά συνεδρίου, 15-16 Απριλίου 2000. Αθήνα: ΕΣΗΕΑ, 85-116.
- Μοσχονάς, Σ. (2002). «Δύο αρχές της γλωσσικής ιδεολογίας». *Δευκαλίων*, 20(1): 5-19.
- Moschonas, S. (2004). «Relativism in language ideologies: On Greece's latest language issues». *Journal of Modern Greek Studies*, 22(2), 173-206.
- Μοσχονάς, Σ. (2005). *Ιδεολογία και γλώσσα*. Αθήνα: Πατάκης.
- Niedzielski, N. & Preston, D. (2003). *Folk linguistics*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Ochs, E. (1992). «Indexing gender». Στο A. Duranti & Ch. Goodwin (eds), *Rethinking context: Language as an interactive phenomenon*. Cambridge: Cambridge University Press, 335-358.
- Spilioti, T. (2007). *Text-messages and social interaction: Genre, norms and sociability in Greek SMS*. Αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, King's College London.
- Thurlow, C. (2003). «Generation txt? Exposing the sociolinguistics of young people's text-messaging». *Discourse Analysis Online* 1(1). <http://www.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003-paper.html> (πρόσβαση: 12/2/2009).
- Thurlow, C. (2006). «From statistical panic to moral panic: The metadiscursive construction and popular exaggeration of new media language in the print media». *Journal of computer-mediated communication*, 11(3). <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue3/thurlow.html> (πρόσβαση: 12/2/2009).
- Φραγκουδάκη, Α. (2001). *Η γλώσσα και το έθνος, 1880-1980: Εκατό χρόνια αγώνες για την αυθεντική ελληνική γλώσσα*. Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Χατζησαββίδης, Σ. (2001). «Η μορφολογική ποικιλία του δημοσιογραφικού λόγου ως δείκτης πολιτικής ιδεολογίας». Στο Π. Μπουκάλας & Σ. Μοσχονάς (επιμ.), *Δημοσιογραφία και γλώσσα*. Πρακτικά συνεδρίου, 15-16 Απριλίου 2000. Αθήνα: ΕΣΗΕΑ, 141-155.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ. Πίνακας δεδομένων.

	ΦΥΛΛΟ	ΤΙΤΛΟΣ	ΘΕΜΑ	ΣΤΗΛΗ
1	<i>Το Βήμα</i> 07/01/2001	Νέα Χιλιετία, Νέα Σύμβολα	Γλώσσα και πολιτισμός	Ελλάδα, Γνωστοί-Άγνωστοι
2	<i>Το Βήμα</i> 23/06/2006	Ρόδα, τσάντα και... κινητό	Νεανική κουλτούρα	Ελλάδα, Ρεπορτάζ
3	<i>Το Βήμα</i> 22/12/2002	Το προφίλ του Έλληνα 15χρονου	Νεανική κουλτούρα	Ελλάδα, Ρεπορτάζ

4	<i>Το Βήμα</i> 11/05/2003	Η εθνική γλώσσα	Γλώσσα	Νέες Εποχές, Επιφυλλίδες
5	<i>Το Βήμα</i> 15/06/2003	Ο «καλτοποεδιλόχους» και άλλα εφήμερα	Γλώσσα και νέες τεχνολογίες	Νέες Εποχές, Επιφυλλίδες
6	<i>Το Βήμα</i> 12/10/2003	Κινητό: απελευθερωτής ή δικτάτορας	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	BHMAScience, Τεχνολογία
7	<i>Το Βήμα</i> 09/11/2003	Να πάρω κινητό στο παιδί μου;	Κινητή τηλεφωνία και νεανική κουλτούρα	BHMAScience, Τεχνολογία
8	<i>Τα Νέα</i> 16/01/2001	Ο πόλεμος της γλώσσας	Γλώσσα και νέες τεχνολογίες	Πανόραμα
9	<i>Τα Νέα</i> 30/04/2002	Κάρτες πασχαλινές και άλλα μηνύματα	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Ορίζοντες, Ρεπορτάζ/σχόλιο
10	<i>Τα Νέα</i> 11/05/2002	Ο γύρος του κόσμου με ένα κινητό	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Κόσμος, Ρεπορτάζ
11	<i>Τα Νέα</i> 21/05/2002	Χρς φωνητ.....!!!	Γλώσσα, νέοι και κινητή τηλεφωνία	Γνώμες-Σχόλια, Στήλη Άλατος
12	<i>Τα Νέα</i> 27/05/2002	Η τεχνολογία αλλάζει και τον αντίχειρα!	Κινητή τηλεφωνία	Ορίζοντες, Ρεπορτάζ/σχόλιο
13	<i>Τα Νέα</i> 03/10/2002	«Είμαστε τα παιδιά της ψηφιακής επανάστασης»	Κινητή τηλεφωνία και νεανική κουλτούρα	Ορίζοντες, Ρεπορτάζ/σχόλιο
14	<i>Τα Νέα</i> 28/12/2002	Αγαπητέ Άγιε Βασίλη, φέρε μου ένα... κινητό!	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Κόσμος, Ρεπορτάζ
15	<i>Τα Νέα</i> 21/06/2003	Ράβε... πλήρωνε...	Ποπ κουλτούρα	Ελλάδα, Σχόλιο
16	<i>Ελευθεροτυπία</i> 31/01/2001	Η κουλτούρα του αντίχειρα	Κινητή τηλεφωνία, γλώσσα και πολιτισμός	Τέχνες, Ρεπορτάζ/σχόλιο
17	<i>Ελευθεροτυπία</i> 29/03/2001	Η γενιά των μηνυμάτων	Κινητή τηλεφωνία και νεανική κουλτούρα	Κόσμος (Πλανήτης Γη), Ρεπορτάζ/σχόλιο

18	Ελευθεροτυπία 20/07/2001	«Στα διαγραμμένα» η ζωντανή επικοινωνία	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Τέχνες (Η ζωή είναι εδώ), Ρεπορτάζ/σχόλιο
19	Ελευθεροτυπία 31/08/2001	Η κινητο-ποίηση του πλανήτη	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Τέχνες (Η ζωή είναι εδώ), Ρεπορτάζ/σχόλιο
20	Ελευθεροτυπία 21/01/2003	Επικοινωνιακά χάσματα	Ποπ κουλτούρα και επικοινωνία	Τέχνες (Η ζωή είναι εδώ), Ρεπορτάζ/σχόλιο
21	Ελευθεροτυπία 22/01/2003	Κολλημένος με το κινητό; «Στείλε μήνυμα»	Κινητή τηλεφωνία και νεανική κουλτούρα	Κόσμος (Πλανήτης Γη), Ρεπορτάζ/σχόλιο
22	Ελευθεροτυπία 25/04/2003	Κινητά: 30 εκατ. μηνύματα το βράδυ της Ανάστασης	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Ελλάδα, Ρεπορτάζ
23	Ελευθεροτυπία 14/10/2003	Εξπέρ στα SMS τα παιδιά μας	Κινητή τηλεφωνία και υγεία	Ελλάδα (Υγεία), Ρεπορτάζ
24	Η Καθημερινή 09/03/2003	«Κράσαρα» και «έκανα φορμά» τον έρωτά μου	Γλώσσα και νέες τεχνολογίες	Ελλάδα (Τεχνολογία), Ρεπορτάζ/σχόλιο
25	Η Καθημερινή 14/10/2003	Ασθένειες από το κινητό και... την καρέκλα	Κινητή τηλεφωνία και υγεία	Ελλάδα, Ρεπορτάζ
26	Η Καθημερινή 01/06/2003	Τελευταίοι στις νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες και πολιτισμός	Ελλάδα (Κοινωνία), Ρεπορτάζ
27	Η Καθημερινή 29/06/2003	Άλλο τηλεφώνημα, άλλο επικοινωνία	Κινητή τηλεφωνία	Περιοδικό Κ, Σχόλιο και πολιτισμός
28	Η Καθημερινή 29/06/2003	«Όλες οι παρορμήσεις μας ικανοποιούνται»	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Περιοδικό Κ, Σχόλιο
29	Η Καθημερινή 29/06/2003	Δέκα πράγματα που δεν είναι πια τα ίδια	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Περιοδικό Κ, Ρεπορτάζ
30	Η Καθημερινή 29/06/2003	Τι γιορτάζουν 9.800.000 Έλληνες; (τα γενέθλια του κινητού τους)	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Περιοδικό Κ, Ρεπορτάζ
31	Η Καθημερινή 29/06/2003	SMS: Η λογοτεχνία της νέας χιλιετίας!	Κινητή τηλεφωνία και πολιτισμός	Περιοδικό Κ, Σχόλιο

ΛΕΞΙΚΑ ΣΥΜΠΛΕΓΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΙΑ ΣΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΛΟΓΟ

Διονύσης Γούτσος

Στο άρθρο ελέγχουμε την άποψη ότι ο δημοσιογραφικός λόγος χρησιμοποιεί στερεότυπα, μελετώντας λεξικά συμπλέγματα σε δύο υπο-σώματα ειδήσεων και άρθρων γνώμης (2 εκατομμυρίων λέξεων το καθένα) από το Σώμα Ελληνικών Κειμένων (ΣΕΚ). Συγκεκριμένα, μελετούμε επαναλαμβανόμενους λεξικούς συνδυασμούς 4 και 5 λέξεων, προσπαθώντας να εντοπίσουμε το είδος και τη συχνότητά τους. Για να εντοπίσουμε τις ιδιαιτερότητες του ελληνικού δημοσιογραφικού λόγου, συγκρίνουμε με υποσώματα λογοτεχνικού και ακαδημαϊκού λόγου του ίδιου μεγέθους από το ΣΕΚ, καθώς και με δεδομένα άλλων ερευνών για τα ελληνικά και τα αγγλικά. Τα συμπεράσματα υποδεικνύουν ότι τα λεξικά συμπλέγματα είναι πιο συχνά στο δημοσιογραφικό λόγο απ' ό,τι σε άλλα κειμενικά είδη, αλλά συνήθως συνδέονται με θεματικές ή δομικές παραμέτρους, χωρίς βέβαια να απουσιάζουν στερεότυπες εκφράσεις και δομές. ☺

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Δε θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι το συνηθέστερο κλισέ για το δημοσιογραφικό λόγο στα ελληνικά είναι η ίδια η διαπίστωση ότι ο δημοσιογραφικός λόγος χρησιμοποιεί κλισέ. Τόσο οι λειτουργοί της δημοσιογραφίας (λ.χ., Μπουκάλας, 2001· 2007), όσο και οι μελετητές της (π.χ., Χατζησαββίδης, 1999· Πολίτης, 2001) θεωρούν ότι κύριο χαρακτηριστικό της γλώσσας των ΜΜΕ αποτελούν τα «ξύλινα εκφραστικά, λεκτικά και συντακτικά στερεότυπα» (Μπουκάλας, 2001: 58), η «προτίμηση σε εκφραστικά κλισέ» (Πολίτης, 2001: 118). Η επίμονη σύνδεση της δημοσιογραφίας με τα κλισέ διαπιστώνεται και στους απλούς αποδέκτες των ΜΜΕ: μέχρι και μπλογκ μπορεί να συναντήσει κανείς στο διαδίκτυο που είναι αφιερωμένα στο να επικρίνουν ή να διακωμωδούν τα κλισέ του δημοσιογραφικού λόγου.¹ Η σύνδεση αυτή, φυσικά, δεν είναι πρόσφατη αλλά ανάγεται σε παλιότερες ρυθμιστικές ή μη κρίσεις για τη γλώσσα,² οι οποίες, όπως επισημαίνει με οξυδέρκεια ο Χαραλαμπίδης, εντάσσονται σε μια παράδοση γλωσσικής κριτικής που είναι στην ουσία «ηθικολογική κριτική της κοινωνίας» (1999: 74· πρβλ. Cameron, 1995).

Στη χρήση της ίδιας της λέξης «κλισέ» μπορούμε να διακρίνουμε μια αξιολογικά φορτισμένη διάσταση. Μια πρόχειρη έρευνα σε περίπου 30 εκατ. λέξεις από διαφορετικά είδη κειμένων (λογοτεχνικά, ακαδημαϊκά, δημοσιογραφικά, εκλαϊκευμένα επιστημονικά, προφορικά) δείχνει ότι από τις 65 εμφανίσεις της λέξης μόνο 10 παρουσιάζονται με ουδέτερο τρόπο. Όλες οι υπόλοιπες αναφορές συνοδεύονται από ενδείξεις αρνητικής αξιολόγησης, όπως επίθετα που δηλώνουν απαξίωση (*αποπνικτικά, επαίσχυντο, ευτελή, παλιομοδίτικα, παρωχημένα*) ή ρήματα που αναφέρονται σε μια δυσάρεστη κατάσταση (*υποβιβαστεί, πιέζουν*) ή, συνηθέστερα, στην απαλλαγή από αυτή (*κατέπεσε, απομυθοποιήσει, απελευθερώσει, ξεφεύγει από, απομακρύνονται, απαλλαγμένα, γελοιοποιούν*). Επομένως, ορθά τα λεξικά της ελληνικής συνδέουν τη λέξη «κλισέ» με την τυποποίηση, τη σύμβαση, το στερεότυπο λόγο, την υπερβολική χρήση, το κενό περιεχόμενο (Ίδρυμα Τριανταφυλλίδη, 1998· Μπαμπινιώτης, 2002).³

1. Για παράδειγμα, στη διεύθυνση: http://saigon-baygon.blogspot.com/2008/04/blog-post_15.html. (πρόσβαση: 13/6/2009)

2. Ο Καλιόρης, μεταξύ άλλων, κάνει λόγο για «στερεοτυπολογία», «φραστικά κλισέ», «στερεότυπη μεγαλοστομία» κ.ά. (1992: 31, 37).

3. Έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον ότι ένα καθιερωμένο λεξικό των κλισέ στα αγγλικά (Partridge, 1978) ορίζει ως κλισέ ό,τι αποφεύγουν «οι προσεκτικοί ομιλητές και οι σχολαστικοί συγγραφείς [...] επειδή θεωρούν ότι η χρήση του προσβάλλει τη νοημοσύνη του αναγνώστη», μετατρέποντας έτσι μια ρυθμιστική αρχή σε μέρος του περιγραφικού ορισμού της έννοιας. Τη σχέση των

Το πρόβλημα ωστόσο με τις παραπάνω διατυπώσεις είναι ότι πουθενά δεν ορίζεται ακριβώς ποια φράση συνιστά κλισέ και με ποια κριτήρια μπορούμε να τη χαρακτηρίσουμε ως τέτοια. Όπως επισημαίνει η Ilie (2000: 67), τα κλισέ δεν αποτελούν φυσικές κατηγορίες και επομένως μπορούν να οριστούν με διαφορετικούς τρόπους για διαφορετικούς σκοπούς. Όμως πιο σημαντική από τον ορισμό τους είναι η διατύπωση σαφών και επαληθεύσιμων κριτηρίων για την ταύτισή τους, κάτι που φαίνεται δύσκολο, καθώς τα κλισέ περιλαμβάνουν πάντα μια πολιτισμική διάσταση που εξαρτάται από το κοινωνικό περιβάλλον. Με άλλα λόγια, το τι θεωρείται κλισέ ορίζεται σε κάθε περίπτωση διαφορετικά από τους συμμετέχοντες στο επικοινωνιακό συμβάν, σύμφωνα με τους εκάστοτε στόχους τους. Επιπλέον, δεν είναι ξεκάθαρο αν η σύνδεση του δημοσιογραφικού λόγου με τα κλισέ στηρίζεται στη μελέτη των δεδομένων ή αποτελεί μια απλή διαισθητική διαπίστωση: δηλαδή ανταποκρίνεται η έννοια του κλισέ σε μια γλωσσική πραγματικότητα ή μήπως η καταδίκη του δημοσιογραφικού λόγου αποτελεί ένα απλό ρητορικό τέχνασμα που αποσκοπεί στην απαξίωσή του;

Στο άρθρο αυτό θα μελετήσουμε αυθεντικά δημοσιογραφικά κείμενα στα ελληνικά σε σύγκριση με δημοσιογραφικά κείμενα στα αγγλικά και με άλλα είδη του λόγου προκειμένου να ελέγξουμε κατά πόσον και κυρίως με ποιο τρόπο αληθεύει η σύνδεση του δημοσιογραφικού λόγου με τη στερεοτυπία. Γι' αυτόν το σκοπό θα ορίσουμε καταρχάς με σαφή τρόπο το γλωσσικό φαινόμενο που θα ερευνήσουμε και θα καθορίσουμε τα δεδομένα στα οποία αυτό θα μελετηθεί, προτού προχωρήσουμε στα ευρήματα της έρευνας, από τα οποία προκύπτουν τα συμπεράσματά μας για το βαθμό τυποποίησης του δημοσιογραφικού λόγου.

1. ΛΕΞΙΚΑ ΣΥΜΠΛΕΓΜΑΤΑ

Η σύγχρονη γλωσσολογία έχει επισημαίνει ότι, αντίθετα με ό,τι πιστεύεται, κεντρικό ρόλο στη γλώσσα παίζουν όχι τόσο οι μεμονωμένες λέξεις, όσο οι εκτεταμένες λεξικές μονάδες ή φράσεις, οι οποίες αποτελούνται από μεμονωμένες λέξεις. Αν συγκρίνουμε, για παράδειγμα, το λεξιλόγιο των φυσικών ομιλητών μιας γλώσσας με εκείνο όσων τη μαθαίνουν ως δεύτερη ή ξένη γλώσσα, θα παρατηρήσουμε ότι η διαφορά τους έγκειται περισσότερο στη δυνατότητα να συνδυάζονται οι λέξεις σε ευρύτερα φραστικά σύνολα και λιγότερο στον ίδιο τον αριθμό των λέξεων. Η φυσικότητα, επομένως, του λεξιλογίου και η ιδιωματοκτικότητα της έκφρασης σχετίζεται με το συνδυασμό λεξικών στοιχείων σε πολυλεκτικές μονάδες με τρόπο που μόνο ο φυσικός ομιλητής της γλώσσας μπορεί να επιτύχει (βλ. Pawley & Syder, 1983· Sinclair, 1991: 110 κ.ε.).

Ένα τυπικό παράδειγμα τέτοιων πολυλεκτικών μονάδων είναι οι λεγόμενες συνάψεις, που αποτελούν ουσιαστικά αυθαίρετες συζεύξεις λέξεων (Μπακάκου-Ορφανού, 1996: 59), τις οποίες μπορούν να πραγματοποιήσουν με άνεση οι φυσικοί ομιλητές της γλώσσας, ενώ οι ομιλητές της δεύτερης/ξένης γλώσσας κατακτούν μόνο με συστηματική διδασκαλία (βλ. Γούτσος, 2006). Για παράδειγμα, δεν υπάρχει εγγενής λόγος στα ελληνικά για τον οποίο μπορούμε να πούμε *πλατύ χαμόγελο* αλλά όχι *φαρδύ χαμόγελο*, *φαρδύ φόρεμα* αλλά όχι *πλατύ φόρεμα* – απλώς αυτές οι λέξεις «ταιριάζουν μαζί», «πηγαίνουν παρέα». Το ίδιο συμβαίνει με παραδείγματα όπως *αποτίω φόρο τιμής*, *ζωή και κότα*, *κεκτημένη ταχύτητα*, *κλούβιο α-*

στερεότυπων με τα κλισέ έχει ερευνήσει η γαλλική γλωσσολογική βιβλιογραφία, κυρίως με αφετηρία το έργο των Amossy (1991), Amossy & Herschberg-Pierrot (1997). Για πιο εκτεταμένη βιβλιογραφία βλ. Margarito (2004).

βγό, στα οποία δεν μπορούμε να καθορίσουμε με συγκεκριμένους κανόνες γιατί η μια λέξη μπορεί να συνδυαστεί με την άλλη, αλλά όλοι οι φυσικοί ομιλητές της ελληνικής διαθέτουμε τη σχετική γνώση που μας καθοδηγεί σε αυτόν το συνδυασμό.

Όταν όμως μελετούμε το φαινόμενο των συνάψεων, αντιλαμβανόμαστε ότι δεν είναι εύκολο να καθορίσουμε με ακρίβεια τα όρια των μονάδων που συνδυάζονται κάθε φορά. Για παράδειγμα, στο Γούτσος (2002) διαπιστώνεται ότι η λέξη «παρατήρηση» έχει ως άμεσες συνάψεις επίθετα όπως *γενική, εισαγωγική, ενδιαφέρουσα, εύστοχη, σημαντική, ουσιαστική* κ.ά., όμως στα ευρύτερα συμφοραζόμενα το λήμμα απαντά και με αριθμητικά (*μία, δύο, τρεις*), αντωνυμίες δεικτικές (*αυτή, αυτές*) και αόριστες (*κάποια/ κάποιες, άλλη, μερικές, ορισμένες, καμία*), αλλά και με απαριθμητικά στοιχεία όπως *εξής, πρώτη, τελευταία/ τελευταίες, επόμενες, επμέρους* κτλ. Αν συνοψίσουμε τα ευρήματα αυτά, θα δούμε ότι ουσιαστικά οι συνάψεις της λέξης τοποθετούνται σε ένα ευρύτερο λεξιλογικό πλαίσιο, που περιλαμβάνει και συγκεκριμένες ρηματικές φράσεις με την ακόλουθη μορφή:

θέλω/θα ήθελα/έχω + να κάνω/να διατυπώσω + ΑΡΘΡΟ /
ΑΡΙΘΜΗΤΙΚΟ / ΑΝΤΩΝΥΜΙΑ + ΕΠΙΘΕΤΟ + παρατήρηση

Επομένως το να γνωρίζουμε τη λέξη «παρατήρηση» συμπεριλαμβάνει και την ικανότητά μας να την τοποθετούμε σε ένα κατάλληλο λεξιλογικό πλαίσιο όπως το παραπάνω.

Οι πολυλεκτικές μονάδες της γλώσσας περιλαμβάνουν, εκτός από τις συνάψεις και τα λεξιλογικά πλαίσια, τους λεγόμενους ιδιωτισμούς (*δίνω τα παπούτσια στο χέρι, τίναξε τα πέταλα*), τις παροιμίες, τις κοινωνικές φόρμουλες (*χαίρω πολύ, θα τα πούμε*), τα δομικά προτασιακά πλαίσια (*όχι μόνο... αλλά και... , όσο πιο... τόσο πιο...*), τις συνδετικές κειμενικές φράσεις (*να πούμε, που πάει να πει*), τις μεταγλωσσικές εκφράσεις (*με άλλα λόγια, ας περάσουμε τώρα*) κτλ. Η πλούσια βιβλιογραφία για τις πολυλεκτικές μονάδες (βλ. παραπομπές στο Γούτσος, 2006) δε συμφωνεί για τα είδη, τις κατηγορίες και το χαρακτηρισμό τους, καθώς, όπως είδαμε στο παράδειγμα με τη λέξη «παρατήρηση» πιο πριν, δεν είναι εύκολο να διακρίνουμε τις άμεσες συνάψεις από τις εκτεταμένες φράσεις. Αυτός είναι και ο λόγος που δεν μπορούμε να ορίσουμε με ακρίβεια τι αποτελεί κλισέ ή στερεότυπη έκφραση, αφού δεν μπορούμε να χαράξουμε απόλυτες διαχωριστικές γραμμές στο συνεχές που τα διακρίνει από τις άλλες κατηγορίες πολυλεκτικών μονάδων.

Ένας τρόπος για να ξεπεραστεί το πρόβλημα των ορίων στον καθορισμό των πολυλεκτικών μονάδων είναι να προηγηθεί η εξακρίβωση των συχνών ακολουθιών λέξεων και να ακολουθήσει ο χαρακτηρισμός τους. Με αυτό τον τρόπο, διαθέτουμε ένα ασφαλές και μετρήσιμο κριτήριο, αυτό της συχνότητας εμφάνισης, που μας επιτρέπει να εντοπίσουμε πολυλεκτικές μονάδες, χωρίς να υποχρεωθούμε να ορίσουμε εκ των προτέρων το είδος τους (συνάψεις, κλισέ, στερεότυπες φράσεις κτλ.). Την προσέγγιση αυτή έχουν ακολουθήσει στη βιβλιογραφία ερευνητές που ασχολούνται με τα λεξικά συμπλέγματα, δηλαδή ακολουθίες λέξεων με στατιστικά σημαντική συνεμφάνιση. Έτσι, λόγου χάρι, ο Altenberg, που χρησιμοποιεί τον όρο «word-combinations», ερευνά «οποιαδήποτε συνεχόμενη ακολουθία λέξεων που εμφανίζεται περισσότερες από μία φορές με την ίδια ακριβώς μορφή» (2001: 101). Ο Scott (1997), παρομοίως, προτιμά να κάνει λόγο για clusters, δηλαδή για ομάδες λέξεων που ακολουθούν η μία την άλλη σε ένα κείμενο, και όχι για φράσεις, γιατί ο τελευταίος όρος υποδηλώνει μια γραμματική σχέση, κάτι που δεν είναι απαραίτητο να υπάρχει ανάμεσα στις λέξεις αυτές. Τέλος, οι Biber et al., που ονομάζουν τους λεκτικούς αυτούς συνδυασμούς lexical bundles, τονίζουν ότι ενδιαφέρονται για «επανεμφανιζόμενες εκφράσεις, άσχετα από τον ιδιωτισμό και την κατάσταση της δομής τους» (1999: 992). Ορίζοντας, επομένως, ως λεξικά συμπλέγματα τις συχνά εμφανιζόμενες ακολουθίες λέξεων, όποια κι αν είναι η δομή ή η

λειτουργία τους, μπορούμε να διερευνήσουμε με μεθοδικό τρόπο το βαθμό και το είδος στερεοτυπίας του δημοσιογραφικού λόγου, δηλαδή να προσδιορίσουμε με προσοχή τι εννοούμε όταν λέμε ότι ο δημοσιογραφικός λόγος είναι τυποποιημένος.

Πρέπει να διευκρινιστεί εδώ ότι τα λεξικά συμπλέγματα δεν αποτελούν κατ' ανάγκην ιδιοτισμούς, δηλαδή συνδυασμούς λέξεων που η σημασία τους δεν προκύπτει από τη σύνθεση των σημασιών των επιμέρους λέξεων που τους αποτελούν (όπως, π.χ., *τίναξε τα πέταλα*). Η σημασία των λεξικών συμπλεγμάτων μπορεί να είναι απολύτως διαφανής, καθώς το βασικό κριτήριο για την επιλογή τους είναι απλώς η συχνότητα με την οποία εμφανίζονται στο λόγο και όχι το νόημά τους. Επίσης, τα λεξικά συμπλέγματα μπορεί να μην αποτελούν δομικά ολοκληρωμένες φράσεις. Ωστόσο, όπως παρατηρούν οι Biber & Barbieri (2007), τα συμπλέγματα δεν είναι απλώς ένα τυχαίο υπο-προϊόν της ανάλυσης της συχνότητας, αλλά έχει αποδειχθεί ότι διαθέτουν σημαντικές λειτουργίες που σχετίζονται με την οργάνωση των κειμένων, την έκφραση διαπροσωπικών σχέσεων κτλ. Επιπλέον, το μεγάλο πλεονέκτημά τους είναι ότι ορίζονται και εντοπίζονται εμπειρικά και όχι διαισθητικά: όπως τονίστηκε πιο πάνω, αντί να επιλέγονται εκ των προτέρων οι εκφράσεις που θα αναλυθούν, αυτές προκύπτουν από την εμπειρική μέτρηση και παρατήρηση. Στα ελληνικά, με εξαίρεση τον Ferlas (2008), δεν υπάρχει καμία έρευνα για τα λεξικά συμπλέγματα και, επομένως, αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον η προκαταρκτική διερεύνησή τους στο παρόν άρθρο.

2. ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Για να διερευνήσουμε τα λεξικά συμπλέγματα στα ελληνικά, ακολουθήσαμε τη μεθοδολογία του κλάδου της γλωσσολογίας που χρησιμοποιεί ηλεκτρονικά σώματα κειμένων. Τα ηλεκτρονικά σώματα κειμένων αποτελούν συλλογές γλωσσικού υλικού που βρίσκονται σε ηλεκτρονική μορφή έτσι ώστε να επιτρέπουν την εύκολη πρόσβαση μέσω κατάλληλου λογισμικού και έχουν σχεδιαστεί με στόχο τη γλωσσική έρευνα (βλ. Γούτσος, 2006: 35 κ.ε.). Ένα τέτοιο ηλεκτρονικό σώμα κειμένων είναι το Σώμα Ελληνικών Κειμένων (ΣΕΚ), μια αντιπροσωπευτική συλλογή κειμένων, που συγκεντρώθηκαν από το 1990 και μετά και προέρχονται από διάφορα είδη του λόγου, με συνολικό μέγεθος περίπου 30 εκατομμύρια λέξεις.⁴ Από το ΣΕΚ επιλέχθηκαν δύο υπο-σώματα δημοσιογραφικών κειμένων, και συγκεκριμένα ειδήσεων και άρθρων γνώμης,⁵ δύο εκατομμυρίων λέξεων το καθένα. Για σκοπούς σύγκρισης επιλέχθηκαν δύο ακόμα υπο-σώματα ακαδημαϊκών και λογοτεχνικών κειμένων, με το ίδιο μέγεθος. Τέλος, για να ελέγξουμε κατά πόσον τα ευρήματα οφείλονται στις ιδιαιτερότητες του ελληνικού δημοσιογραφικού λόγου επιλέχθηκε ένα υπο-σώμα κειμένων από ένα σώμα ηλεκτρονικών κειμένων της αγγλικής, που αποτελείται από τον ίδιο αριθμό λέξεων και περιλαμβάνει ανακοινωθέντα του Πρακτορείου Reuters του έτους 1987 με οικονομικό περιεχόμενο.⁶ Ο ίδιος αριθμός λέξεων σε όλα τα υπο-σώματα επιτρέπει να τα συγκρίνουμε με ασφάλεια, χωρίς την ανάγκη προσφυγής σε στατιστικά τεστ.

4. Το ΣΕΚ δημιουργήθηκε στο Πανεπιστήμιο Αθηνών με στόχο τη γλωσσολογική έρευνα (βλ. Γούτσος 2003) και θα είναι σύνομα διαθέσιμο στο ευρύ κοινό μέσω του διαδικτύου.

5. Η διάκριση αυτή στο ΣΕΚ αντιστοιχεί στη διάκριση του Μοσχονά (2001: 101) σε ειδησεογραφικά κείμενα και επιφυλλίδες, που αναφέρεται βέβαια σε μεταγλωσσικά δημοσιεύματα. Για μια πρόσφατη επισκόπηση της βιβλιογραφίας για τα άρθρα γνώμης βλ. Alonso (2007).

6. Η ακριβής ονομασία του σώματος κειμένων είναι: Reuters-21578, Distribution 1.0 και πληροφορίες γι' αυτό βρίσκονται στην ιστοσελίδα: <http://www.daviddlewis.com/resources/testcollections>.

Συνοπτικά, τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα είναι 10 εκατ. λέξεις από διαφορετικά κειμενικά είδη, που συνιστούν τα υπο-σώματα κειμένων έτσι όπως παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.

Πίνακας 1: Δεδομένα της έρευνας.

Υπο-σώμα κειμένων	Συνομογραφία	Πηγή
Ειδήσεις (Κοινωνικά-πολιτικά)	Ε	ΣΕΚ
Άρθρα γνώμης (Κοινωνικά-πολιτικά)	ΑΓ	ΣΕΚ
Ακαδημαϊκά κείμενα	ΑΚ	ΣΕΚ
Λογοτεχνικά κείμενα	Λ	ΣΕΚ
Ειδήσεις (Οικονομικά)	Ρ	Reuters

Με τη χρήση του λογισμικού Wordsmith Tools (v. 5.0)⁷ εντοπίστηκαν όλοι οι επαναλαμβανόμενοι συνδυασμοί 4 και 5 λέξεων με συχνότητα παραπάνω από 20 εμφανίσεις σε 10 ή περισσότερα κείμενα στα δεδομένα (πρβλ. Ferras, 2008). Όπως είναι αυτονόητο, το λογισμικό εντοπίζει όλα τα λεξικά συμπλέγματα 4 και 5 λέξεων που συνεμφανίζονται με τη δεδομένη συχνότητα ανεξάρτητα από τη σημασία ή τη χρήση τους, δηλαδή παράγει με αυτοματοποιημένο τρόπο καταλόγους στοιχείων που μπορεί να λειτουργούν ή όχι ως πολυλεκτικές μονάδες στη συγκεκριμένη γλώσσα.

3. ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1. Συχνότητα λεξικών συμπλεγμάτων

Ο Πίνακας 2 εμφανίζει τον αριθμό λεξικών συμπλεγμάτων με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά σε καθένα από τα υπο-σώματα της έρευνας.

Όπως μπορούμε να δούμε, το εξειδικευμένο υπο-σώμα των αγγλικών δεδομένων προηγείται με μεγάλη διαφορά στον αριθμό των λεξικών συμπλεγμάτων και ακολουθούν τα δύο υπο-σώματα δημοσιογραφικού λόγου, ενώ ο ακαδημαϊκός λόγος και κυρίως η λογοτεχνία παρουσιάζουν το μικρότερο αριθμό λεξικών συμπλεγμάτων στα δεδομένα μας (βλ. Γράφημα 1).

Τα δεδομένα της συχνότητας, επομένως, υποδεικνύουν ότι στο δημοσιογραφικό λόγο και ιδίως στις ειδήσεις υπάρχουν περισσότερα λεξικά συμπλέγματα 4 και 5 λέξεων συγκριτικά με άλλα κειμενικά είδη. Η διαπίστωση αυτή ισχύει και για τα ελληνικά και για τα αγγλικά, και φαίνεται, επιπλέον, ότι όσο πιο περιορισμένο είναι το περιεχόμενο και το είδος του κειμένου (όπως συμβαίνει με τα δεδομένα του Reuters), τόσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των λεξικών συμπλεγμάτων.

7. Για λεπτομέρειες βλ. στη διεύθυνση <http://www.lexically.net/wordsmith>.

Πίνακας 2: Λεξικά συμπλέγματα στα δεδομένα.

Υπο-σώμα κειμένων	Αριθμός συμπλεγμάτων
Reuters	678
Ειδήσεις	425
Άρθρα γνώμης	244
Ακαδημαϊκά	126
Λογοτεχνία	45

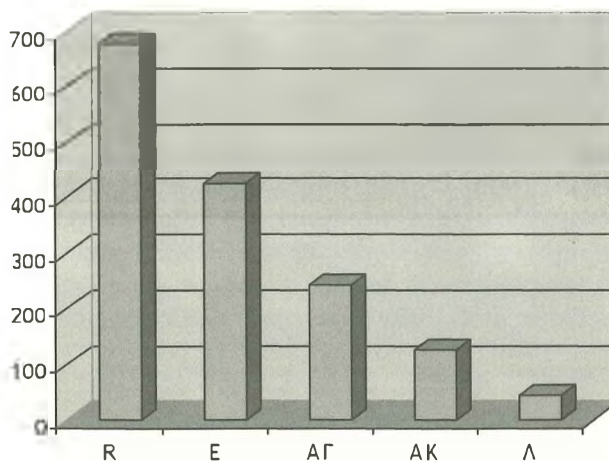
3.2. Είδος λεξικών συμπλεγμάτων

Τα αριθμητικά δεδομένα δε μας διαφωτίζουν ωστόσο για το είδος των λεξικών συμπλεγμάτων που εμφανίζονται στα διάφορα κειμενικά είδη. Η ποιοτική ανάλυση των δεδομένων υποδεικνύει ότι τα λεξικά συμπλέγματα μπορούν να διακριθούν σε τέσσερις κατηγορίες:

α) Ονόματα και τίτλοι: συνδυασμοί κυρίων ονομάτων και τμήματα ή σύνολα ονοματικών φράσεων που λειτουργούν ως τίτλοι: π.χ., *εθνικής οικονομίας και οικονομικών, εργασίας και κοινωνικών ασφαλίσεων, η Γ.Γ. της ΚΕ, ο πρόεδρος της Βουλής, Οικονομική και Νομισματική Ένωση, ΠΑΣΟΚ και της Ν.Δ., την πρώην Σοβιετική Ένωση, της Συνθήκης του Μάαστριχτ, της Τράπεζας της Ελλάδος, τον Πρόεδρο της Δημοκρατίας.*

β) Γραμματικές φράσεις: συμπλέγματα που περιλαμβάνουν γραμματικούς τύπους (Γούτσος, 2006: 39), δηλαδή τύπους χωρίς λεξικό περιεχόμενο, ή λειτουργούν ως γραμματικά σύνολα: π.χ., *από τη στιγμή που, δεν είναι δυνατόν να, είναι σε θέση να, κατά τη διάρκεια της, με αυτόν τον τρόπο, ο ένας τον άλλο, όσο και για την, ότι δεν πρέπει να, σε αντίθεση με την, τον τρόπο με τον οποίο.*

Γράφημα 1: Συχνότητα λεξικών συμπλεγμάτων ανά κειμενικό είδος.



γ) Κειμενικές φράσεις: συνδυασμοί λέξεων με περιορισμένο λεξικό περιεχόμενο, αλλά με ρόλο στην οργάνωση του κειμένου· π.χ., από δω και πέρα, από την άλλη μεριά, από την άλλη πλευρά, από την πλευρά του, γι' αυτό το λόγο, για το σκοπό αυτό, εδώ που τα λέμε, και από την άλλη, και ως εκ τούτου, ως επί το πλείστον.

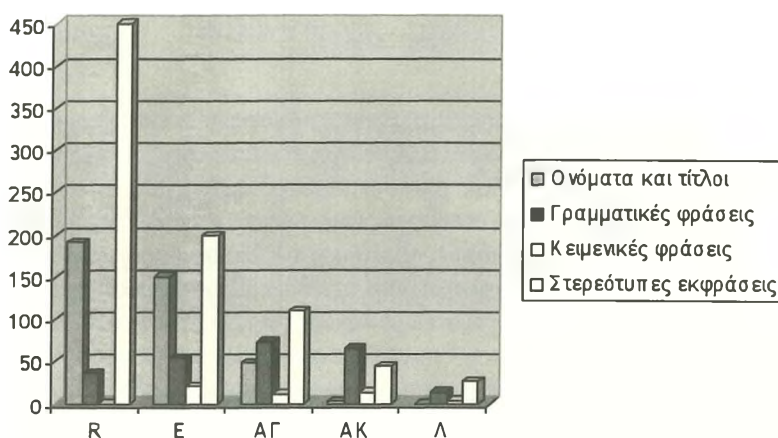
δ) Στερεότυπες εκφράσεις: τα υπόλοιπα λεξικά συμπλέγματα, που περιλαμβάνουν τουλάχιστον ένα λεξικό τύπο και δεν εμπίπτουν στις παραπάνω κατηγορίες.

Ο Πίνακας 3 και το Γράφημα 2 παρουσιάζουν αναλυτικά την αριθμητική κατανομή των τεσσάρων κατηγοριών λεξικών συμπλεγμάτων στα δεδομένα της έρευνας.

Πίνακας 3: Είδη λεξικών συμπλεγμάτων στα δεδομένα.

	R	Ε	ΑΓ	ΑΚ	Λ
Ονόματα και τίτλοι	191 (29%)	151 (35%)	49 (20%)	3 (2%)	-
Γραμματικές φράσεις	37 (5%)	54 (13%)	73 (30%)	65 (52%)	14 (31%)
Κειμενικές φράσεις	-	21 (5%)	12 (5%)	14 (11%)	4 (9%)
Στερεότυπες εκφράσεις	450 (66%)	199 (47%)	110 (45%)	44 (35%)	27 (60%)
Σύνολο	678	425	244	126	45

Γράφημα 2: Είδη λεξικών συμπλεγμάτων ανά κειμενικό είδος.



Όπως βλέπουμε, το ποσοστό ονομάτων και τίτλων είναι ιδιαίτερα σημαντικό στις ειδήσεις, σε αντίθεση με τα ακαδημαϊκά και λογοτεχνικά κείμενα, και συμβάλλει σημαντικά στη στερεοτυπία του δημοσιογραφικού λόγου. Αντίθετα, οι γραμματικές και κειμενικές φράσεις παίζουν μεγαλύτερο ρόλο στα άρθρα γνώμης και στα ακαδημαϊκά κείμενα, στο λόγο δηλαδή που στηρίζεται στην επιχειρηματολογία. Οι στερεότυπες εκφράσεις ακολουθούν την κατανομή του συνόλου των λεξικών συμπλεγμάτων και σε αυτές θα στρέψουμε τώρα την προσοχή μας.

3.3. Στερεότυπες εκφράσεις

Ο Πίνακας 4 παρουσιάζει τις συχνότερες στερεότυπες εκφράσεις στα τέσσερα υπο-σώματα με ελληνικά δεδομένα. (Οι εκφράσεις παρουσιάζονται με φθίνουσα σειρά συχνότητας σε κάθε υπο-σώμα.)

Πίνακας 4: Οι συχνότερες στερεότυπες εκφράσεις στα δεδομένα.

Ειδήσεις	Άρθρα γνώμης	Ακαδημαϊκά	Λογοτεχνικά
ένταξης της Κύπρου στην	ένταξης της Κύπρου στην	το γεγονός ότι η	κούνησε το κεφάλι του
την ένταξη της Κύπρου	το γεγονός ότι η	με την έννοια ότι	η αλήθεια είναι ότι
συνάντησή του με τον	για άλλη μια φορά	από το γεγονός ότι	η πρώτη φορά που
για άλλη μια φορά	προς αυτή την κατεύθυνση	με την έννοια της	πάνω απ' το κεφάλι
για την οικονομική εξόρμηση	κατά τη γνώμη μου	και οι συνεργάτες του	με τη γυναίκα του
το γεγονός ότι η	για το μέλλον της	κατά τη δεκαετία του	κούνησε το κεφάλι της
για την επίλυση του	για λύση του Κυπριακού	το γεγονός ότι ο	ήταν η πρώτη φορά
για λύση του Κυπριακού	όλα αυτά τα χρόνια	μπορεί να θεωρηθεί ότι	από το σπίτι του
μέχρι το τέλος του	σε όλους τους τομείς	από τις αρχές του	όλα αυτά τα χρόνια

Είναι σαφές ότι οι συχνότερες στερεότυπες εκφράσεις συνδέονται στενά με το κειμενικό είδος στο οποίο απαντούν. Έτσι, στα ακαδημαϊκά κείμενα οι συχνότερες εκφράσεις σχετίζονται με τη διαπίστωση γεγονότων και εννοιών, με την τοποθέτηση στο χρόνο, το μετριασμό της έκφρασης, τη διευκρίνιση κτλ. Στα λογοτεχνικά κείμενα απαντούν, αντίθετα, στερεότυπες εκφράσεις που αναφέρονται σε ενέργειες και μέρη του σώματος χαρακτήρων, χρονικές περιόδους, αξιολόγηση κτλ. Στο δημοσιογραφικό λόγο συναντούμε εκφράσεις που απαντούν και στα άλλα κειμενικά είδη (π.χ., όλα αυτά τα χρόνια, το γεγονός ότι η), όμως οι συνηθέστερες στερεότυπες εκφράσεις σχετίζονται με κυρίαρχα θέματα όπως είναι το Κυπριακό και η ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Οποσδήποτε οι συγκεκριμένες εκφράσεις αντικατοπτρίζουν το είδος των δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα: οι εφημερίδες από τις οποίες αντλήθηκαν τα δεδομένα προέρχονται από την Ελλάδα και την Κύπρο και γράφτηκαν τη χρονική περίοδο πριν από την ένταξη της Κύπρου στην Ε.Ε., ενώ η στερεότυπη έκφραση για την οικονομική εξόρμηση προέρχεται ειδι-

κότερα από την εφημερίδα *Ριζοσπάστης*. Είναι χαρακτηριστικό επίσης ότι στα άρθρα γνώμης μια από τις συνηθέστερες εκφράσεις συνδέεται ακριβώς με την έκφραση γνώμης (κατά τη γνώμη μου).

Η στενή αυτή σύνδεση λεξικών συμπλεγμάτων με το κειμενικό είδος φαίνεται και στις συχνότερες στερεότυπες εκφράσεις από τα δεδομένα του Reuters, που περιλαμβάνονται στο ακόλουθο πλαίσιο:

the company said it, the company said the, said in a statement, by the end of, said it expects to, the end of the, said it plans to, proceeds will be used, said it agreed to, will be listed in.

Οι εκφράσεις αυτές συνδέονται στενά με τον κύριο επικοινωνιακό στόχο αυτού του είδους κειμένων, δηλαδή με τη μεταφορά δηλώσεων από τρίτες πηγές (που στην περίπτωση αυτή είναι κυρίως εταιρείες). Σημαντική είναι και η αναφορά σε χρονικά όρια, καθώς και σε μελλοντικές πράξεις.⁸

Αν επανέλθουμε τώρα στον ελληνικό δημοσιογραφικό λόγο, θα διαπιστώσουμε ότι οι στερεότυπες εκφράσεις που συνδέονται με τη θεματολογία είναι όχι μόνο οι συχνότερες αλλά και αρκετά πολυπληθείς και στα δύο κειμενικά είδη:

<i>Ειδήσεις και Άρθρα γνώμης</i>	<i>Ειδήσεις</i>	<i>Άρθρα γνώμης</i>
(για την) επίλυση/λύση του Κυπριακού (προβλήματος)	ενταξιακή πορεία της Κύπρου/ πορεία ένταξης της Κύπρου στην επίλυση	η μείωση του πληθωρισμού/ των επιτοκίων
(για την) ένταξη της Κύπρου στην Ε.Ε.	του πολιτικού προβλήματος	την ένταξη στην ΟΝΕ
	θέσεις του ΚΚΕ για	όχι στο σχέδιο Ανάν

Εξίσου συχνές, αν και σημαντικά διαφορετικές, στα δύο κειμενικά είδη είναι και οι εκφράσεις που αναφέρονται στο χρόνο και τον τόπο:

<i>Ειδήσεις και Άρθρα γνώμης</i>	<i>Ειδήσεις</i>	<i>Άρθρα γνώμης</i>
από την πρώτη στιγμή/ από τις αρχές του	τις πρώτες πρωινές ώρες	πριν από λίγα χρόνια/ λίγες ημέρες/λίγους μήνες
ως το τέλος της/του	(ως) το τέλος της ζωής (του)	το τέλος του έτους/χρόνου
για μια ακόμα/ακόμη φορά (που είχε) ο (με) (τον πρόεδρο/ τον υπουργό)	μετά τη συνάντηση/συνάντησή του	όλα αυτά τα χρόνια
σε όλα τα επίπεδα/όλους τους τομείς	σε όλη την Ελλάδα/τη χώρα	σε όλο τον κόσμο

8. Είναι αξιοσημείωτο ότι τα λεξικά συμπλέγματα που εμφανίζονται στο συγκεκριμένο υπο-σώμα της αγγλικής απαντούν και σε άλλα ειδικευμένα σώματα κειμένων (βλ. Forchini & Murphy, 2008: 354-355, όπου γίνεται εκτεταμένη ανάλυση των λεξικών συμπλεγμάτων με 4 λέξεις στα αγγλικά).

Τα δύο υπο-σώματα δημοσιογραφικού λόγου διαφέρουν στις οντότητες στις οποίες αναφέρονται, αν και υπάρχουν και κοινές εκφράσεις:

<i>Ειδήσεις και Άρθρα γνώμης</i>	<i>Ειδήσεις</i>	<i>Άρθρα γνώμης</i>
των δύο μεγάλων κομμάτων	η ηγεσία του υπουργείου	τα δύο μεγάλα κόμματα/τα κόμματα της αντιπολίτευσης
	άτομα με ειδικές ανάγκες	για τη χώρα μας/και του λαού μας
	τον Τούρκο ομόλογό του	πολιτική ζωή/το μέλλον του τόπου
		η/τη δική μας πλευρά

Κυρίως στις ειδήσεις απαντούν λεξικά συμπλέγματα που αναφέρονται στην προέλευση, στην πηγή ή στον τρόπο έκφρασης των πληροφοριών:

<i>Ειδήσεις</i>
απαντώντας σε (σχετική) ερώτηση για
σε ερώτηση για το/σε ανακοίνωσή της η
σε δηλώσεις του ο/μετά το/στο
σύμφωνα με (όλες) (έγκυρες) πληροφορίες/τα στοιχεία/ την αστυνομία/ τις εκτιμήσεις/τις ίδιες
εξέφρασε την άποψη/εκτίμηση/ ελπίδα/πεποίθηση ότι
άφησε να εννοηθεί ότι
και πρόσθεσε ότι η

Αντίθετα, κυρίως στα άρθρα γνώμης απαντούν λεξικά συμπλέγματα που σχετίζονται με την αξιο-
λόγηση και την επιχειρηματολογία:

<i>Άρθρα γνώμης</i>
δεν είναι τυχαίο/ δεν υπάρχει αμφιβολία ότι
αυτό δεν σημαίνει/ πράγμα που σημαίνει ότι
δεν είναι λίγες οι
σε αυτή την περίπτωση/σε καμιά περίπτωση δεν
(δεν) είναι η πρώτη φορά (που)

Τέλος, ενδιαφέρουσες είναι και οι διαφορές στα υπόλοιπα λεξικά συμπλέγματα, που ίσως πλησιάζουν περισσότερο σε ό,τι συνήθως αντιλαμβανόμαστε ως κλισέ:

<i>Ειδήσεις και Άρθρα γνώμης</i>	<i>Ειδήσεις</i>
στη βάση των ψηφισμάτων	εφ' όλης της ύλης
το φως της δημοσιότητας	στο ίδιο μήκος κύματος
στο τραπέζι των διαπραγματεύσεων	έχασαν τη ζωή τους
	δίκαιη και βιώσιμη λύση
	εκ του σύνεγγυς συνομιλιών

Είναι χαρακτηριστικό ότι αυτά τα λεξικά συμπλέγματα παρουσιάζουν μεγάλο βαθμό παγίωσης, δηλαδή δεν εμφανίζονται, όπως τα προηγούμενα, σε παραλλαγές ή με συγγενείς εκφράσεις. Ίσως αυτή τους η ιδιότητα τους προσδίδει την ακαμψία που συνδέουμε με τα κλισέ.

ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα ευρήματα αυτής της προκαταρκτικής έρευνας υποδεικνύουν καταρχάς ότι τα λεξικά συμπλέγματα, που περιορίστηκαν εδώ στις ακολουθίες 4 και 5 λέξεων, είναι πράγματι πιο συχνά στο δημοσιογραφικό λόγο σε σύγκριση με άλλα κειμενικά είδη που προέρχονται από τον ακαδημαϊκό λόγο και τη λογοτεχνία. Επομένως, η διαίσθηση των ομιλητών ότι ο δημοσιογραφικός λόγος είναι στερεοτυπικός επιβεβαιώνεται σε γενικές γραμμές. Ωστόσο, όπως είδαμε, το χαρακτηριστικό αυτό δεν αποτελεί ιδιαίτερο γνώρισμα του ελληνικού δημοσιογραφικού λόγου, αλλά φαίνεται, αντίθετα, να συνδέεται με το εύρος, τη θεματική και τον επικοινωνιακό στόχο του εκάστοτε κειμενικού είδους: σε κείμενα που προέρχονται από την ίδια πηγή και διαθέτουν εξειδικευμένη θεματολογία εμφανίζονται περισσότερα λεξικά συμπλέγματα απ' ό,τι σε κείμενα που προέρχονται από ευρύτερες και ποικίλες πηγές (πρβλ. Biber & Barbieri, 2007). Έτσι, τα λεξικά συμπλέγματα μπορούν να αποτελέσουν δείκτη του πόσο συμπαγές είναι ένα κειμενικό είδος και, επομένως, ένδειξη ταυτότητας των γλωσσικών δεδομένων.

Εξίσου σημαντικό είναι το εύρημα της έρευνας ότι τα λεξικά συμπλέγματα, και μάλιστα στο δημοσιογραφικό λόγο, δεν είναι ομοειδή. Η στερεοτυπία του δημοσιογραφικού λόγου οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην παρουσία ιδιαίτερων λεξικών συμπλεγμάτων που δεν απαντούν (τουλάχιστον σε τόσο μεγάλο βαθμό) σε άλλα κειμενικά είδη. Επιπλέον, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό λεξικών συμπλεγμάτων συνδέεται με δομικές παραμέτρους, οφείλεται δηλαδή στις δομικές ιδιαιτερότητες της γλώσσας που εκφράζει γραμματικές ή κειμενικές έννοιες με πολυλεκτικές μονάδες. Για παράδειγμα, χρονικές εκφράσεις του τύπου *κατά τη διάρκεια* + ΓΕΝΙΚΗ θα εκφράζονταν σε άλλες γλώσσες με μονολεκτικές εκφράσεις (*pendant* στα γαλλικά, *during* στα αγγλικά κτλ.) και έτσι δε θα αποτελούσαν λεξικά συμπλέγματα, ενώ πιο πολύπλοκες κειμενικές έννοιες που λειτουργούν σε σχήματα αντίθεσης (π.χ., *από την άλλη πλευρά*) εκφράζονται εξίσου με πολυλεκτικές μονάδες σε άλλες γλώσσες (*on the other hand* κτλ.). Με άλλα λό-

για, η στερεοτυπία του δημοσιογραφικού λόγου προκύπτει σε μεγάλο βαθμό από τις ίδιες τις δυνατότητες και τις προτιμήσεις της γλώσσας και δεν οφείλεται μόνο στις ιδιαιτερότητες του συγκεκριμένου κειμενικού είδους.

Οι θεματικές παράμετροι επηρεάζουν σημαντικά την εμφάνιση και το είδος στερεότυπων εκφράσεων στο δημοσιογραφικό λόγο. Όπως διαπιστώσαμε, τα συνηθέστερα και πιο ποικίλα λεξικά συμπλέγματα συνδέονται με λίγες θεματικές περιοχές, στις οποίες φαίνεται ότι κυριαρχεί ένα συγκεκριμένο και σχετικά περιορισμένο λεξιλόγιο. Υπό αυτή την έννοια, θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε ότι η στερεοτυπία του δημοσιογραφικού λόγου προκύπτει από την κυρίαρχη θεματική που επιβάλλεται στα ΜΜΕ και τη στερεοτυπία στον τρόπο με τον οποίο δημιουργείται και αναδημιουργείται ο λόγος γύρω από αυτή την κυρίαρχη θεματική. Για να ελέγξουμε την υπόθεση αυτή, χρειάζεται, φυσικά, να διασταυρώσουμε τα δεδομένα της παρούσας έρευνας με έρευνες ανάλυσης περιεχομένου και μελέτες των αντιλήψεων για το τι αποτελεί είδηση (βλ., λ.χ., Bell, 1991· Bell & Garrett, 1998).

Τέλος, ιδιαίτερα σημαντικές είναι οι διαφοροποιήσεις των ειδών του δημοσιογραφικού λόγου. Από τα ευρήματά μας προκύπτει ότι οι ειδήσεις ασχολούνται κατεξοχήν με την πηγή και τη μετάδοση των πληροφοριών, καθώς και με την τοποθέτησή τους σε περιορισμένο χρόνο και τόπο ή πεδίο. Αντίθετα, τα άρθρα γνώμης αναπτύσσουν εκφραστικά μέσα που αποσκοπούν στη διάρθρωση της επιχειρηματολογίας και περιέχουν σαφείς ενδείξεις αξιολόγησης, ακόμα και σε περιπτώσεις που φαινομενικά υπηρετούν άλλους στόχους: για παράδειγμα, τα συμπλέγματα *όλα αυτά τα χρόνια* και *σε όλο τον κόσμο* μάλλον δε στοχεύουν μόνο σε μια χωροχρονική τοποθέτηση των γεγονότων που αναφέρονται, αλλά έχουν αξιολογικές διαστάσεις. Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον επίσης ότι συνήθη λεξικά συμπλέγματα στα άρθρα γνώμης αναφέρονται στη δική μας πλευρά, τη χώρα μας, το λαό μας, τον τόπο, δηλαδή χρησιμεύουν για τη δήλωση της συσχετιστικής ταυτότητας του συντάκτη, τη ρητορική δηλαδή τοποθέτησή του στον πόλο του εμείς σε αντίθεση με τους άλλους (van Dijk, 1998: 33).⁹

Το γενικό συμπέρασμα από τα ευρήματα της έρευνας φαίνεται ότι συνάδει με την άποψη πως τα κλισέ, στο βαθμό που μπορούμε να τα εντοπίσουμε και να τα ορίσουμε αυστηρά με γλωσσολογικό τρόπο, αποτελούν ένα μικρό μόνο μέρος από ένα ευρύ φάσμα στερεότυπων εκφράσεων που απαντούν στο δημοσιογραφικό λόγο και πηγάζουν από ποικίλες ανάγκες και διαστάσεις της μαζικής επικοινωνίας. Φυσικά, οι περιορισμοί της παρούσας έρευνας δε μας επιτρέπουν να οδηγηθούμε με απόλυτη βεβαιότητα στη διαπίστωση αυτή, καθώς διερευνήσαμε μόνο ένα είδος λεξικών συμπλεγμάτων, τις ακολουθίες 4 και 5 λέξεων.¹⁰ Όπως υποδεικνύει η βιβλιογραφία για τα αγγλικά (Biber et al., 1999), η μεγάλη πλειονότητα των πολυλεκτικών μονάδων αποτελείται από ακολουθίες 3 λέξεων ή από μη επαναλαμβανόμενες ακολουθίες λέξεων. Επίσης, πρέπει να τονιστεί ότι οι ακολουθίες που μελετήθηκαν αποτελούνται μάλιστα από συναπτά και όχι ασυνεχή στοιχεία. Έτσι, δε συμπεριλήφθηκαν στα ευρήματα στερεότυπες εκφράσεις με μεταβαλλόμενα, επένθετα ή παραλλαγμένα στοιχεία (π.χ., *θα μπορούσε/μπορεί να θεωρηθεί χωρίς αμφιβολία, ότι/πως*), ενώ η βιβλιογραφία για τη φρασεολογία επισημαίνει ότι οι πολυλεκτικές μονάδες λειτουργούν κατεξοχήν μέσω παραλλαγών (π.χ., Moon, 1998).

Ωστόσο αυτό που υποδεικνύεται με αναντίρρητο τρόπο από τη μελέτη του δημοσιογραφικού λόγου

9. Στο Φραγκάκη (2007), απ' όπου προέρχεται η παραπομπή, χρησιμοποιείται η έννοια της συσχετιστικής ταυτότητας για την ανάλυση της ιδεολογίας σε σώματα δημοσιογραφικών κειμένων.

10. Η προκαταρκτική έρευνα σε διάφορα κειμενικά είδη στο Ferlas (2008) υποδεικνύει, βέβαια, ότι οι 4 με 5 λέξεις αποτελούν ένα ασφαλές όριο προς τα πάνω για τα λεξικά συμπλέγματα στα ελληνικά. Με άλλα λόγια, δεν εμφανίζονται συνήθως λεξικά συμπλέγματα στα ελληνικά με 6 ή περισσότερες λέξεις.

είναι ότι η δημιουργία του δημοσιογραφικού κειμένου, είδησης ή σχολίου, εκμεταλλεύεται τη χρήση λεξικών συμπλεγμάτων, όπως αυτών που ανέδειξε η παρούσα έρευνα, για να παραγάγει μικρότερα ή μεγαλύτερα τμήματα λόγου. Έτσι, τα λεξικά συμπλέγματα που παρουσιάστηκαν πιο πάνω μπορούν να συνδυαστούν μεταξύ τους για να δημιουργήσουν εκτεταμένα κειμενικά αποσπάσματα με τρόπο που θυμίζει την –ξεχασμένη πια στην εποχή της ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας– αρχική έννοια του κλισέ, αυτή της ανάγλυφης πλάκας, του πλαισίου που χρησιμοποιείται στην τυπογραφία για την αναπαραγωγή κειμένων. Όπως οι παλιοί στοιχειοθέτες χρησιμοποιούσαν τα κλισέ για να τοποθετήσουν δεδομένο αριθμό τυπογραφικών στοιχείων, έτσι και οι σύγχρονοι συντάκτες των δημοσιογραφικών κειμένων αντλούν από έτοιμα δομικά σχήματα και πλαίσια περιεχομένου για να συνθέσουν ένα πρωτότυπο κείμενο.¹¹ Υπό αυτή την έννοια, είναι ενδιαφέρον να σημειώσουμε ότι, όπως επισημαίνει η Tannen (1989: 51), η ίδια η απαξίωση των κλισέ και του στερεότυπου λόγου σχετίζεται με σύγχρονες δυτικές αντιλήψεις που προβάλλουν την πρωτοτυπία της έκφρασης εις βάρος της παγίωσης, η οποία συνδέεται με την ανειλικρίνεια.

Η λειτουργία του προπαρασκευασμένου λόγου δεν περιορίζεται στο πεδίο της δημοσιογραφίας, αλλά εκτείνεται στο σύνολο της γλώσσας. Ο Sinclair, πρωτοπόρος της υπολογιστικής γλωσσολογίας με τη χρήση ηλεκτρονικών σωμάτων κειμένων, έχει διατυπώσει την άποψη ότι στη γλώσσα δρουν δύο αντίθετες αρχές, η αρχή του ιδιωτισμού και η αρχή της ελεύθερης επιλογής (1991: 109 κ.ε.). Σε κάθε σημείο του λόγου μας, σε οποιοδήποτε κειμενικό είδος κι αν βρισκόμαστε, είτε επιλέγουμε μια εκτεταμένη ιδιωτιστική φράση, δηλαδή ένα σύνολο λεξικών μονάδων που συνδέονται άμεσα μεταξύ τους, είτε επιλέγουμε ελεύθερα από αυτόνομα στοιχεία που συνδυάζονται γραμματικά με άλλα αυτόνομα στοιχεία. Στην πρώτη περίπτωση χρησιμοποιούμε πολυλεκτικές μονάδες όπως τα λεξικά συμπλέγματα· στη δεύτερη περίπτωση αντλούμε από το σύνολο των μεμονωμένων λέξεων που διαθέτουμε για να συνθέσουμε το μήνυμά μας. Έτσι, στο παρακάτω απόσπασμα από ένα δημοσιογραφικό κείμενο, μπορούμε να διακρίνουμε τα λεξικά συμπλέγματα (με υπογράμμιση) ως μονάδες που λειτουργούν με την αρχή του ιδιωτισμού από τα υπόλοιπα στοιχεία που φαίνεται να δημιουργήθηκαν με την αρχή της ελεύθερης επιλογής:

Σε ερώτηση, τέλος, κατά πόσον δοκιμάστηκαν οι σχέσεις του με τον πρωθυπουργό λόγω των εξοπλισμών, αναφέρθηκε σε «εντυπωσιακά σενάρια» που είδαν το φως της δημοσιότητας και ποόσθεσε ότι, «ανεξάρτητα από τις πηγές που τα τροφοδότησαν, τα πράγματα διευκρινίστηκαν» στη συνάντησή του με τον πρωθυπουργό.

Όπως βλέπουμε, η συντριπτική πλειονότητα των λεξιλογικών στοιχείων στο απόσπασμα αυτό υπόκειται στην αρχή του ιδιωτισμού, με την έννοια ότι οι περισσότερες λέξεις επιλέγονται πάντα μαζί με συγκεκριμένες άλλες λεξικές μονάδες που προηγούνται και έπονται (και όχι με την έννοια της μη συνθετικής σημασίας που αναφέρθηκε πιο πάνω σε σχέση με τους ιδιωτισμούς). Η επιλογή αυτή ακούγεται «φυσική» και είναι προβλέψιμη από τους ομιλητές της ελληνικής που είναι εξοικειωμένοι με το συγκεκριμένο κειμενικό είδος, κάτι που αποδεικνύει ότι ο ιδιωτισμός ως χρήση τυποποιημένων φράσεων αποτελεί τον κανόνα τόσο στη γλωσσική παραγωγή, όσο και στην πρόσληψη της γλώσσας (πρβλ. Hunston 2002: 143). Εν κατακλείδι, η στερεοτυπία του δημοσιογραφικού λόγου αποτελεί μόνο μία έκφανση της θεμελιώδους ιδιότητας της γλωσσικής δημιουργικότητας, σύμφωνα με την οποία «προπαρασκευασμένες» πολυλεκτικές λεξικές μονάδες συνδέονται μεταξύ τους και με άλλα, μεμονωμένα, λεξιλογικά στοιχεία για να συνθέσουν ένα προβλέψιμο αλλά ταυτόχρονα και πρωτότυπο κείμενο.

11. Ας μην ξεχνούμε εξάλλου ότι και η λέξη «στερεοτυπία» προέρχεται από το χώρο της τυπογραφικής στοιχειοθεσίας και πέρασε στα ελληνικά ως αντιδάνειο από τα γαλλικά.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Alonso, I. (2007). «Newspaper editorials and comment articles: A 'Cinderella' genre?». *Revista Electrónica de Lingüística Aplicada*, 1: 1-9.
- Altenberg, B. (1998). «On the phraseology of spoken English: The evidence of recurrent word-combinations». Στο A.P. Cowie (ed.), *Phraseology: Theory, analysis and applications*, Oxford: Oxford University Press, 101-122.
- Amossy, R. (1991). *Les idées reçues: Sémiologie du stéréotype*. Paris: Nathan.
- Amossy, R. & Herschberg-Pierrot, A. (1997). *Stérotypes et clichés: Langue, discours, société*. Paris: Nathan.
- Bell, A. (1991). *The Language of news media*. Oxford: Blackwell.
- Bell, A. & Garrett, P. (eds) (1998). *Approaches to media discourse*. Oxford: Blackwell.
- Biber, D. & Barbieri, F. (2007). «Lexical bundles in university spoken and written registers». *English for Specific Purposes*, 26: 263-286.
- Biber, D., Johansson, S., Leech, G., Conrad, S. & Finegan, E. (1999). *The Longman Grammar of spoken and written English*. London: Longman.
- Cameron, D. (1995). *Verbal hygiene*. London: Routledge.
- Γούτσος, Δ. (2002). «Η χρήση των ηλεκτρονικών σωματών κειμένων στην ανάλυση λόγου». Στο C. Clairis (επιμ.), *Γλωσσολογικές έρευνες για την ελληνική*. Πρακτικά του 5ου Διεθνούς Συνεδρίου Ελληνικής Γλωσσολογίας (Σορβόνη, Παρίσι, 13-15 Σεπτεμβρίου 2001), τ. I. Paris: L'Harmattan, 219-222.
- Γούτσος, Δ. (2006). «Ανάπτυξη λεξιλογίου: Από το βασικό στο προχωρημένο επίπεδο». Στο Δ. Γούτσος, Μ. Σηφιανού & Α. Γεωργακοπούλου, *Η ελληνική ως ξένη γλώσσα: Από τις λέξεις στα κείμενα*. Αθήνα: Πατάκης, 13-92.
- Dijk, T.A. van (1998). «Opinions and ideologies in the press». Στο A. Bell & P. Garrett (eds), *Approaches to media discourse*. Oxford: Blackwell, 21-63.
- Ferlas, E. (2008). «Clusters in the Corpus of Greek Texts (CGT)». Ανακοίνωση στο συνέδριο Formulaic Language Research Network (FLaRN), 19 Ιουνίου 2008, Πανεπιστήμιο του Νότινχαμ.
- Forchini, P. & Murphy, A. (2008). «N-grams in comparable specialized corpora: Perspectives on phraseology, translation and pedagogy». *International Journal of Corpus Linguistics*, 13(3): 351-367.
- Hunston, S. (2002). *Corpora in applied linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ίδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη (1998). *Λεξικό της κοινής νεοελληνικής*. Θεσσαλονίκη: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών – Ίδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη.
- Ilie, C. (2000). «Cliché-based metadiscursive argumentation in the Houses of Parliament». *International Journal of Applied Linguistics*, 10(1): 65-84.
- Καλιόρης, Γ.Μ. (1992). *Η ξύλινη γλώσσα*. Αθήνα: Αρμός.
- Μοσχονάς, Σ. (2001). «Δημοσιεύματα του τύπου για τη γλώσσα». Στο Π. Μπουκάλας & Σ. Μοσχονάς, *Δημοσιογραφία και γλώσσα*, Πρακτικά συνεδρίου (15-16/4/2000). Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα της ΕΣΗΕΑ, 85-116.
- Μπαμπινιώτης, Γ. (2002). *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας, 2η έκδ. [1η έκδ.: 1998].
- Μπουκάλας, Π. (2001). «Δημοσιογραφία: Πού ο δῆμος και ποια η γραφή». Στο Π. Μπουκάλας & Σ. Μοσχονάς, *Δημοσιογραφία και γλώσσα*, Πρακτικά συνεδρίου (15-16/4/2000). Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα της ΕΣΗΕΑ, 51-60.
- Μπουκάλας, Π. (2007). «Σtereότυπα της ηλεκτρονικής γλώσσας». *Η Καθημερινή*, 22/4/2007.
- Margarito, M. (2004). «Quelques configurations de stéréotypes dans les textes touristiques». Στο F. Baidier, M. Burger & D. Goutsos (eds), *La communication touristique: Approches discursives de l'identité et de l'altérité. Tourist communication: Discursive approaches to identity and otherness*. Paris: L'Harmattan, 117-132.
- Moon, R. (1998). *Fixed expressions and idioms in English: A corpus-based approach*. Oxford: Clarendon Press.
- Partridge, E. (1978). *A Dictionary of clichés*. London: Routledge.
- Πολίτης, Π. (2001). «Μέσα μαζικής ενημέρωσης: Το επικοινωνιακό πλαίσιο και η γλώσσα τους». Στο Α.-Φ. Χριστίδης (επιμ.), *Εγκυκλοπαιδικός οδηγός για τη γλώσσα*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας, 114-120.
- Sinclair, J. (1991). *Corpus, concordance, collocation*. Oxford: Oxford University Press.

- Scott, M. (1997). Βοηθητικά αρχεία για το λογισμικό WordSmith Tools 5.0. <http://www.lexically.net/downloads/version5/HTML/index.html> (πρόσβαση: 12/11/2008)
- Tannen, D. (1989). *Talking voices: Repetition, dialogue, and imagery in conversational discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Φραγκάκη, Γ. (2007). «Συχνότητα εμφάνισης και ταξινόμηση των επιθέτων σε σώματα κειμένων δημοσιογραφικού λόγου». Ανακοίνωση στην 4η Συνάντηση Εργασίας Μεταπτυχιακών Φοιτητών, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 1-2/6/2007.
- Χαραλαμπίκης, Χρ. (1999). *Γλωσσική και λογοτεχνική κριτική*. Αθήνα [1η έκδ.: 1998].
- Χατζησαββίδης, Σ. (1999). *Ελληνική γλώσσα και δημοσιογραφικός λόγος: Θεωρητικές και ερευνητικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Gutenberg.

ΕΝΝΟΙΑΚΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΛΕΞΙΚΕΣ ΣΥΜΠΑΡΑΘΕΣΕΙΣ ΣΕ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΔΕΛΤΙΑ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Περικλής Πολίτης

Η φαινομενική γλωσσική ποικιλότητα της τηλεοπτικής ειδησεογραφίας κρύβει μια βαθιά δομή, γνωστική και λεξιλογική, που μπορεί να περιγραφεί ως δίκτυο εννοιακών μεταφορών και αντίστοιχων λεξικών συμπαράθεσων. Η ανάλυση αντιπροσωπευτικών μορφών ειδήσεων, όπως είναι οι ειδήσεις για φυσικές καταστροφές (μια δασική πυρκαγιά), οι οικονομικές ειδήσεις (η άνοδος των τιμών του πετρελαίου) και οι αθλητικές ειδήσεις (η εξέλιξη ενός ποδοσφαιρικού αγώνα) αποδεικνύουν ότι η επικαιρότητα στα τηλεοπτικά δελτία είναι μια ρεαλιστική μυθοπλασία (αν επιτρέπεται το οξύμωρο), στηριγμένη σε ευάριθμες και επαναλαμβανόμενες μεταφορές-δραματοποιήσεις φυσικών φαινομένων και κοινωνικών διεργασιών. Παράλληλα η μεταφορική κατασκευή της επικαιρότητας αντλεί γλωσσικούς πόρους κυρίως από λεξικές συμπαράθεσεις, δηλαδή δομές προχωρημένης παγίωσης που εύκολα αναγνωρίζονται ως τυπικά δείγματα της επαγγελματικής δημοσιογραφικής γλώσσας – γλώσσας του «γραφέα» (όχι του «συγγραφέα»), δεσμευμένης από την αξίωση της υφολογικής ουδετερότητας, για να εγγυάται την αμεροληψία της ενημέρωσης, και προβλέψιμα συγκινησιακής, καθώς προσπαθεί με τετριμμένα ρητορικά μέσα να ενεργοποιήσει το θυμικό του τηλεοπτικού κοινού. (Σ)

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ακολουθώντας την ουσιοκρατική αντίθεση ανάμεσα σε συγγραφείς και γραφείς, που εισηγήθηκε ο Roland Barthes σε ένα από τα πρώιμα δοκίμιά του (Barthes, 1964), ο Boyer (1988) προτείνει μιαν αντίστοιχη διάκριση ανάμεσα στην *αρχή της δημιουργικής γραφής* (le principe d'écriture) και την *αρχή της συμβατικοποιημένης γραφής* (le principe de scription). Η δεύτερη αρχή, που κυβερνά τις πρακτικές λόγου του γραφέα, όπως είναι και ο συντάκτης ειδησεογραφικών άρθρων, καθορίζεται από τη διαρκή ετοιμότητα για γράψιμο, την αποφυγή αμφισβητήσεων και τη μιντιακή θεσμοποίηση: εκφράζει συλλογικότητες και ομάδες με βάση ένα μη ανατρέψιμο επικοινωνιακό συμβόλαιο, που προβλέπει αυστηρά καθορισμένες θέσεις υποκειμένων, «συνομιλητών»· στηρίζεται στην «επίμονη αναπαράσταση» της επικαιρότητας· χρησιμοποιεί περιορισμένους γνωστικούς και γλωσσικούς πόρους, μεταξύ των οποίων εξέχουσα θέση κατέχει ο αναφερόμενος λόγος· τέλος, επενδύει τα οργανωτικά πλαίσια των ειδήσεων, τις κειμενικές ακολουθίες (περιγραφή, αφήγηση, επιχειρηματολογία), καθώς και τη λειτουργία του λεξιλογίου και της γραμματικής.

Ο γραφέας, βέβαια, είναι ένας ιδεότυπος, που αντιπροσωπεύει το χειρόνακτα της «λευκής» δημοσιογραφικής γραφής, αυτόν που ισοπεδώνει τα ανάγλυφα ύφους προκειμένου να χαθεί η αίσθηση της διαμεσολάβησης και να αναδυθούν τα συμβάντα έξω και πέρα από τη γλώσσα. Ωστόσο η αφαιρετική αυτή εικόνα είναι χρήσιμη, γιατί νομιμοποιεί τον ισχυρισμό –και δικό μου– ότι υπάρχει (επαγγελματική) δημοσιογραφική γλώσσα ως διακριτή κοινωνιο-γλωσσική ποικιλία¹ – «δημοσιογραφική “κοινή”», τη χα-

1. Μεταφέρω την εύστοχη γενίκευση του Dillon (2007: 160) στην αρχή της συζήτησής του για το υφολογικό προφίλ της επαγγελματικής δημοσιογραφικής γραφής («journalèse»): «Στο βαθμό που το ύφος είναι συνδεδεμένο με την ατομική διαφορά και τη μορφή του συγγραφέα, χρειαζόμαστε έναν όρο για μια παραλλαγή που χαρακτηρίζει τα γραπτά ενός κειμενικού είδους. Προς τούτο, ο πληρέστερος γλωσσολογικός όρος είναι η *διατυπική* (ή *κοινωνιο-γλωσσική*) *ποικιλία* (register). Ουσιαστικά, τα γραπτά κειμενικών ειδών στα οποία η συγγραφική υπόσταση είναι αδύναμη επιδεικνύουν τη φωνή του κειμενικού είδους: στις περιπτώσεις αυτές, είναι το κειμενικό είδος που μιλά, διαβεβαιώνοντας τον αναγνώστη ότι το κείμενο είναι ένα καλοφτιαγμένο δείγμα ενός γνώριμου (κειμενικού) τύπου ο οποίος επιτελεί τη λειτουργία που αναμένεται από αυτόν».

ρακτήρισε έξυπνα ο Παντελής Μπουκάλας (1999). Υπάρχει, γιατί μόνη αυτή υπακούει στη διπλή επιταγή της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας: γιατί ρυθμίζεται από ένα λειτουργικό πλαίσιο θεσμικού χαρακτήρα (που προβλέπει τους διαύλους διακίνησης της πληροφορίας και της εικόνας, μια ιεραρχία επαγγελματικών ρόλων, κανόνες για τη συλλογική παραγωγή του λόγου κτλ.: βλ. Mouriouand, 1999): γιατί, τέλος, υποστηρίζει μια ατζέντα από «οικογένειες συμβάντων» και πραγματώνει γλωσσικά όλη την αποικία των δημοσιογραφικών ειδών λόγου (Adam, 1997: 12). Αν λοιπόν υπάρχει δημοσιογραφική κοινή, πρέπει να έχει γραμματική και λεξικό. Στο άρθρο αυτό προτείνω ένα σχέδιο για τη μελέτη του πυρηνικού θεματικού λεξιλογίου της τηλεοπτικής ειδησεογραφίας.

1. ΤΟ ΥΛΙΚΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στηρίζεται σε εκατό κεντρικά (ως επί το πλείστον) τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων όλων των καναλιών εθνικής εμβέλειας (ET1, ET3, NET, ALTER –απογευματινό και κεντρικό δελτίο–, ALPHA, ANT1, MEGA, SKY, STAR) που καλύπτουν χρονικό διάστημα δέκα μηνών, από τον Ιούλιο του 2007 έως τον Απρίλιο του 2008. Τα δελτία κατανέμονται σε δεκάδες που αντιστοιχούν σε μία και την ίδια ημέρα για κάθε μήνα, ώστε να μπορεί να γίνει σύγκριση των θεμάτων τους. Η επιλογή των συγκεκριμένων ημερών έγινε τυχαία.²

Για τη μελέτη του βασικού λεξιλογίου της ειδησεογραφίας επιλέχθηκαν από το σύνολο του υλικού τρεις κατηγορίες ειδήσεων: α) γενικές ειδήσεις (γνωστές στη διεθνή βιβλιογραφία ως «hard news»), με εκπρόσωπο μια είδηση φυσικής καταστροφής (δασική πυρκαγιά): β) οικονομικές ειδήσεις, με εκπρόσωπο την είδηση για την αύξηση της τιμής του πετρελαίου: και γ) αθλητικές ειδήσεις, με εκπρόσωπο τη στερεοτυπική είδηση-περιγραφή των κυριότερων στιγμιότυπων μιας ποδοσφαιρικής αναμέτρησης.

Η επιλογή αυτή υπαγορεύτηκε: πρώτον, από τους θεματικούς περιορισμούς του υλικού, δηλαδή προτιμήθηκαν ειδήσεις που καλύπτονταν, ει δυνατόν, από όλα τα κανάλια και εμφανίζονταν σε πολλά δελτία: δεύτερον, από το κριτήριο της αντιπροσωπευτικότητας – οι ανωτέρω κατηγορίες ειδήσεων και οι εκπρόσωποί τους καλύπτουν τις δύο μεγαλύτερες τάξεις της τυπολογίας των ειδήσεων, τις «σκληρές ειδήσεις» και τις ειδήσεις για ειδικά θέματα (Bell, 1991: 14): και, τρίτον, από το κριτήριο της οργανωτικής ποικιλότητας της είδησης.³ η πυρκαγιά είναι ένα αφηνίδιο φυσικό συμβάν που καταλήγει σε εξπρεσιονιστικές αφηγήσεις, η άνοδος της τιμής του πετρελαίου είναι ένα οικονομικό συμβάν με διάρκεια και ανοιχτή αφηγηματική δομή, ενώ ο ποδοσφαιρικός αγώνας είναι ένα αθλητικό γεγονός με υψηλή συμβατικοποίηση, αλλά συχνά απρόβλεπτη έκβαση, που οδηγεί σε κατακερματισμένες αφηγήσεις (περιγραφές φάσεων) με επαναλαμβανόμενα επεισόδια.

2. Ευχαριστώ θερμά τον αναπληρωτή καθηγητή του Τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Πανεπιστημίου Αθηνών κ. Γιώργο Πλειό που μου παραχώρησε πρόθυμα το υλικό αυτό από το αρχείο του «Εργαστηρίου Κοινωνικής Έρευνας στα Μ.Μ.Ε.» το οποίο διευθύνει.

3. Οι εν λόγω τρεις κατηγορίες συμβάντων έχουν διακριτή θέση και στις τυπολογίες των ειδήσεων με βάση το περιεχόμενο. Για παράδειγμα, η τυπολογία της Tuchman (1973: 117) κατατάσσει την πυρκαγιά στην υποκατηγορία των «σκληρών ειδήσεων» που ονομάζονται *spot news* («αναπάντεχες ειδήσεις») και αναπαριστούν απρογραμμάτιστα συμβάντα επείγουσας κοινολόγησης και ανέφικτης μελλοντικής πρόβλεψης: η άνοδος της τιμής του πετρελαίου ανήκει στην υποκατηγορία των *continuing news* («συνεχιζόμενες ειδήσεις»), που αφορούν κυρίως συγκρούσεις στο εσωτερικό αναγνωρισμένων θεσμών, όπως της δικαιοσύνης, της πολιτικής ή της οικονομίας, και εκτυλίσσονται σε μεγάλα χρονικά διαστήματα: τέλος, ο ποδοσφαιρικός αγώνας –και κυρίως το ντέρμπι– μετέχει και στις δύο υποκατηγορίες, γιατί συνδυάζει τον προγραμματισμό, τη διάρκεια και το αδύνατο της πρόβλεψης.

2. ΟΙ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Το θεματικό και το μεταλογικό (meta-discursive) λεξιλόγιο του τηλεοπτικού δελτίου είναι δύο βασικοί πυλώνες της ηλεκτρονικής ειδησεογραφίας. Μάλιστα, το μεταλογικό λεξιλόγιο, που δεν αποτελεί αντικείμενο αυτής της έρευνας, διαφοροποιεί χαρακτηριστικά τον Τύπο από το ραδιόφωνο και κυρίως από την τηλεόραση, γιατί συνδέεται με τα πλαίσια λόγου που συγκροτούν το δελτίο ειδήσεων (Scollon, 1998: 159-191), δηλαδή τα εναρκτικά και καταληκτικά πλαίσια που το οριοθετούν ως συμβάν λόγου μέσα στο τηλεοπτικό πρόγραμμα, τα θεματικά και οργανωτικά πλαίσια που ομαδοποιούν τις ειδήσεις και τις διαχωρίζουν μεταξύ τους και τα πλαίσια παροχής του δικαιώματος λόγου και της ανάκλησής του, που ρυθμίζουν τις συνομιλιακές ανταλλαγές μεταξύ του παρουσιαστή και των ρεπόρτερ, των σχολιαστών και των προσκεκλημένων (στα «παράθυρα») (Lancien, 1995: 29-46, 78-88).

Προκειμένου να εστιασώ στο θεματικό λεξιλόγιο, το πολύχρωμο υφάδι, των τηλεοπτικών ειδήσεων, θεωρώ ότι είναι απαραίτητο να το αντιδιαστείλω προς το μεταλογικό λεξιλόγιο, το μονόχρωμο στημόνι, του δελτίου, που αποτυπώνει τη θεσμοποίηση και μορφοποίησή του ως λόγου (discourse). Σύμφωνα με τον Mancini (1988: 161-164), μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερις κατηγορίες μεταλογικών δεικτών: α) τους δείκτες παραγωγής του τηλεοπτικού προϊόντος (αφενός ονοματεπώνυμα και επαγγελματικούς ρόλους, όπως του ανταποκριτή ή του ρεπόρτερ, Πρακτορεία Ειδήσεων και Δημοσιογραφικούς Οργανισμούς, και αφετέρου τον τόπο και το χρόνο του συμβάντος ή της μετάδοσής του)· β) τους δείκτες παρουσίας των ειδήσεων (να δούμε το βίντεο με την εφιαλτική νύχτα που πέρασαν οι κάτοικοι, να παρακολουθήσουμε τη δήλωση του πρωθυπουργού, πάμε τώρα στο διεθνή χώρο)· γ) τους δείκτες συνάφειας, που υπογραμμίζουν τη σημασία της προβαλλόμενης είδησης (είναι μια είδηση-βόμβα, ένα ρεπορτάζ που έχει πολύ αποκαλυπτικό παρασκήνιο, μας έρχονται συγκλονιστικές εικόνες)· και δ) τους δείκτες διδακτικής και ερμηνευτικής στήριξης (αξίζει να θυμηθούμε ότι το ερώτημα του απλού πολίτη είναι). Στο μεταλογικό λεξιλόγιο ανήκουν επίσης οι εκφράσεις-φόρμουλες του ανοίγματος και του κλεισίματος ενός δελτίου ή μιας είδησης, οι χαιρετισμοί και οι αντιχαιρετισμοί με τους προσκεκλημένους, οι προτροπές και οι ευχαριστίες προς τους ρεπόρτερ και, φυσικά, οι ερωτήσεις των παρουσιαστών ως γλωσσικές πράξεις (να ρωτήσω τώρα κάτι, μπορείτε να μου πείτε...;) αλλά και οι δείκτες (δι)υποκειμενικότητας (εκφράσεις ευγένειας, τροπικότητες, δείξη προσώπου κ.ά.).

Αυτό που απομένει, αν απομονώσουμε το μεταλογικό λεξιλόγιο και τις λειτουργικές λέξεις και φράσεις (συνδετικά, μόρια λόγου κ.ά.), οι οποίες δε χαρακτηρίζουν αποκλειστικά το τηλεοπτικό δελτίο, είναι το λεξιλόγιο που αναπαριστά οικογένειες συμβάντων, το περιεχόμενο των οποίων είτε στηρίζεται σε «ειδησεογραφικές αξίες», όπως αρνητικότητα, συνάφεια, πρωτοτυπία, υπερθετικότητα, προσωποποίηση και άλλες (πολιτικά γεγονότα, απεργίες, φυσικές καταστροφές, εγκλήματα, ατυχήματα κτλ.), είτε είναι προκαθορισμένο (οικονομικά, αθλητικά, καλλιτεχνικά συμβάντα) (Ljung, 2002: 187). Το λεξιλόγιο αυτό, για λόγους που συνδέονται με τη συλλογική παραγωγή του ειδησεογραφικού λόγου και τις αλληπάλληλες αναπλαισιώσεις του, όπως επίσης και με το μμητισμό που χαρακτηρίζει την παγκοσμιοποιημένη πλέον ενημέρωση (Mouřiquand, 1999: 8-10), είναι περιορισμένο, ειδικό, επαναλαμβανόμενο (αφού περιλαμβάνει τεμάχια ή φράσεις με υψηλή συχνότητα εμφάνισης), μέσης παγίωσης (καθώς αφθονούν οι λεξικές συμπαραθέσεις, δομές που κυμαίνονται ανάμεσα στην ελεύθερη επιλογή και την ιδιωματικότητα) και, τέλος, μεταφορικό (γιατί στηρίζεται σε ευάριθμες εννοιακές μεταφορές). Θα υποστηρίξω λοιπόν ότι:

α) το θεματικό λεξιλόγιο απρόβλεπτων ή προκαθορισμένων τηλεοπτικών ειδήσεων αποτελείται κυρίως από περιορισμένο αριθμό λεξικών συμπαραθέσεων (lexical collocations)·

β) οι λεξικές συμπαραθέσεις συγκροτούν λεξιλογικά πεδία που μαρκάρονται από λέξεις ή φράσεις-

κλειδιά και «κατασκευάζονται» από εννοιακές μεταφορές (conceptual metaphors) άρρηκτα συνδεδεμένες με τις κατηγορίες των ειδησεογραφικά εκμεταλλεύσιμων συμβάντων.

3. ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Είναι κοινός τόπος ότι η ειδησεογραφία αναπαριστά «αξιοσημείωτα» συμβάντα της επικαιρότητας. Η μορφή αυτής της αναπαράστασης, σύμφωνα με τη γνωστική γλωσσολογία, και όχι μόνο,⁴ είναι διπλή: ξεκινά ως ερμηνευτική ανάλυση του συμβάντος (event-constual) και καταλήγει ως κειμενική μορφοποίησή του, δηλαδή ως είδηση. Η προτεραιότητα (και η συστηματικότητα) της γνωστικής κατασκευής του συμβάντος είναι σχεδόν προφανής, αν σκεφτεί κανείς ότι ευάριθμες ερμηνευτικές αναλύσεις, που αντιστοιχούν σε κατηγορίες επανερχόμενων συμβάντων, μπορούν να αποδοθούν με πλήθος γλωσσικών/κειμενικών κατασκευών. Όσον αφορά στη δημοσιογραφία, ενδιαφέρον είναι ότι οι γνωστικές κατασκευές συμβάντων, τα οποία υποτίθεται ότι είναι γειωμένα στην (άμεσα αισθητή) πραγματικότητα, στηρίζονται κυρίως σε εννοιακές μεταφορές (Bednarek, 2005: 6).

Σύμφωνα με τη γνωστική θεωρία της μεταφοράς (Lakoff & Johnson, 1980), που υποστηρίζει ότι μεγάλο μέρος του ανθρώπινου (δια)λόγου αλλά και της σκέψης και της «ανθρώπινης» πραγματικότητας είναι μεταφορικά δομημένο, οι εννοιακές μεταφορές –αντιστοιχίσεις ενός πεδίου-πηγής (source domain), όπως τα μέλη του ανθρώπινου σώματος, σε ένα πεδίο-στόχος (target domain), όπως τα μέρη ενός επίπλου, που εξηγούν αναλογικά ένα νέο ή ανεπαρκώς προσδιορισμένο πεδίο μέσω ενός γνωστού πεδίου–πραγματώνονται από αντίστοιχες γλωσσικές μεταφορές (Coulson, 2006: 33). Οι εννοιακές μεταφορές διακρίνονται σε: α) *δομικές* μεταφορές, που αφορούν στην οργάνωση μιας έννοιας σύμφωνα με μια άλλη (π.χ., Η ΑΝΤΙΠΑΡΑΘΕΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΕΜΟΣ)⁵ β) *προσανατολιστικές* μεταφορές, που συνδέονται με την οργάνωση ενός συστήματος εννοιών σύμφωνα με κάποιο άλλο (π.χ., Η ΛΟΓΙΚΗ ΕΙΝΑΙ ΕΠΑΝΩ – ΤΟ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΩ), και γ) *οντολογικές* μεταφορές, που είναι «οι τρόποι με τους οποίους βλέπουμε συμβάντα, δραστηριότητες, αισθήματα, ιδέες κτλ. ως οντότητες και ουσίες» (π.χ., ΤΟ ΜΥΑΛΟ ΕΙΝΑΙ ΜΗΧΑΝΗ). Στο άρθρο μου μελετώ τα πεδία-πηγές που δομούν τα πεδία-στόχους της δασικής πυρκαγιάς, της ανόδου της τιμής του πετρελαίου και της ποδοσφαιρικής αναμέτρησης μέσω ενός περιορισμένου αριθμού επαναλαμβανόμενων γλωσσικών μεταφορών.

Οι γλωσσικές μεταφορές, ιδιαίτερα στη δημοσιογραφία, υλοποιούνται όχι τόσο με λεξικά τεμάχια όσο με λεξικές συμπαράθεσεις, γιατί αποτελεί ανθρώπινη ανάγκη η αναμείγνυση (δημόσια) επικοινωνία και, συνεπώς, η επαναληπτική χρήση γνωστών λεξικών ακολουθιών με σημασίες που συνήθως συνδέονται με αυτές (Deignan, 2005: 193).⁵ Γενικά ως λεξικές συμπαράθεσεις ορίζονται (Hausmann & Blumental, 2006: 3-6) οι δομές που:

4. Βλ. ενδεικτικά την υποδειγματική εθνογραφική ανάλυση του Mouillaud (1989: 9-33), ο οποίος εγγράφει τους τρεις σταθμούς της πορείας από την πραγματικότητα ως την ενημέρωση (γεγονός, συμβάν, είδηση) σε τρία διαφορετικά επίπεδα ερμηνείας, δηλαδή αντίληψης, εστίασης και επαναπλαισίωσης του πραγματικού: το γεγονός, η πρώτη ύλη της ιστορίας, ανήκει στο ανθρωπολογικό επίπεδο· το δημοσιογραφικά εκμεταλλεύσιμο συμβάν ορίζει το επίπεδο της επικαιρότητας βάσει πολιτισμικών και ιδεολογικών κριτηρίων, ενώ η είδηση εντάσσεται στο επίπεδο των κειμενικών ειδών, που αποτελούν κοινωνιο-γλωσσικά προϊόντα.

5. Η στενή σχέση δημοσιογραφικού λόγου και λεξιλογίου υψηλής ή μέσης παγίωσης (παροιμίες, γινώμια, φρασσεολογισμοί, κλισιό, συμπαράθεσεις κτλ.) έχει επανειλημμένα υπογραμμιστεί από την έρευνα. Για παράδειγμα, η Moon (1995: vi), στηριζόμενη σε μεγάλα σώματα δημοσιογραφικών κειμένων, διαπιστώνει ότι οι ιδιωτισμικές εκφράσεις (idioms) «είναι πολύ συνηθισμένες στη δημοσιογραφία και τα περιοδικά, όπου οι συγγραφείς επιζητούν να κάνουν τα άρθρα και τις διηγήσεις τους πιο ζωντανές,

- καταλαμβάνουν θέσεις πάνω σε ένα συνεχές του οποίου τα ακρότατα ορίζονται αφενός από τους ελεύθερους συνδυασμούς λέξεων και αφετέρου από τους ιδιωτισμούς·
- χαρακτηρίζονται από την περιορισμένη συνδυαστική δυνατότητα των συστατικών τους (με άλλα λόγια, είναι ήπια λεξικοποιημένες)·
- είναι σημασιολογικά διαφανείς –η σημασιολογική αξία καθενός από τα συστατικά τους συνεισφέρει στη συνολική σημασία– και όχι εντελώς παγιωμένες·
- όσον αφορά στη χρήση τους, είναι λίγο πολύ συμβατικοποιημένοι και επανερχόμενοι συνδυασμοί·
- παραλλάσσουν από γλώσσα σε γλώσσα.

Οι λεξικές συμπαράθεσεις έχουν μελετηθεί από τρεις οπτικές γωνίες (Gledhill, 2000: 7-18): πρώτον, τη στατιστική/κειμενική, που ταυτίζει τη συμπαράθεση με τη συν-εμφάνιση και την επανεμφάνιση λεξικών συνδυασμών οι οποίοι μπορούν, με τη βοήθεια σωμάτων κειμένων, να αναγνωριστούν ως επαναλαμβανόμενες λεξικές δομές (patterns) και, κατ' επέκταση, ως δείκτες (επιπέδων) ύψους· δεύτερον, τη σημασιολογική/συντακτική, που ενδιαφέρεται για τη λεξική συνδυαστικότητα μιας γλώσσας και αναζητά συντακτικούς/σημασιολογικούς περιορισμούς που επιτρέπουν υποκατηγοριοποιήσεις των φρασεολογισμών, και, τρίτον, τη ρητορική, που ερευνά την πραγματολογική (υφολογική) λειτουργία των συμπαράθεσεων στο λόγο. Ακολουθώντας την τρίτη προσέγγιση, μελετώ (ως μαρκαρισμένες γλωσσικές επιλογές του δημοσιογραφικού λόγου) τις λεξικές συμπαράθεσεις που υλοποιούν εννοιακές μεταφορές στις τρεις κατηγορίες ειδήσεων που προανέφερα. Αυτές θεωρώ ότι συνιστούν ό,τι προηγουμένως ονόμασα «πυρηνικό θεματικό λεξιλόγιο της τηλεοπτικής ειδησεογραφίας».

4. ΤΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

4.1. *Είδηση για φυσική καταστροφή (δασική πυρκαγιά)*

Η δασική πυρκαγιά, παρά το γεγονός ότι αποτελεί αιφνίδιο καταστροφικό συμβάν, αποτελεί τα τελευταία χρόνια προβλέψιμη είδηση στα καλοκαιρινά δελτία ειδήσεων της χώρας μας. Ωστόσο η προβλεψιμότητά της αφήνει ανέγγιχτη τη δημοσιογραφική της δραματοποίηση ως φυσικής καταστροφής («act of God», σύμφωνα με τη λαϊκή μυθολογία).⁶ Η γλωσσική της δήλωση περιλαμβάνει μικρό αριθμό λεξικών τεμαχίων

ενδιαφέρουσες και ελκυστικές στους αναγνώστες τους. Οι ιδιωτισμικές εκφράσεις χρησιμοποιούνται συχνά από δημοσιογράφους αλλά και πολιτικούς ως συνοπτικοί τρόποι για να εκφράσουν γνώμες ή να εκθέσουν προαποφασισμένες αξιολογήσεις». Παρομοίως, ο Dillon (2007: 168) υποστηρίζει ότι «η ειδησεογραφία εμφανίζει μια ροπή προς τις παγιωμένες εκφράσεις και τους ιδιωτισμούς, που, εκτός των άλλων, μπορούν να θεωρηθούν ως εργαλεία πρωτοβάθμιας κατανόησης. Διευκολύνουν τη νοητική επεξεργασία σύνθετων δημόσιων ζητημάτων με όρους προσωπικής ζωής».

6. Οι ειδήσεις για καταστροφικά συμβάντα έχουν μελετηθεί ελάχιστα από τη σκοπιά της ανάλυσης λόγου. Με ενδιαφέρουν δύο από τις έρευνες αυτές, γιατί καταλήγουν σε διαπιστώσεις που συγκλίνουν με τη δική μου προσέγγιση. Συγκεκριμένα, ο Iedema (1997: 113-116), επισκοπώντας τις ειδήσεις ατυχημάτων επί 150 χρόνια, παρατηρεί ότι την αρχική (κατά τον δέκατο ένατο αιώνα) χρονολογική εξιστόρηση, που προϋπέθετε την αποδοχή της «αντικειμενικότητας» του συμβάντος από μια μικρή (τοπική) κοινότητα αναγνωστών, διαδέχθηκε στις μέρες μας μια αχρονική, λιγότερο γραμμική, αφήγηση, που αγωνίζεται, στο πλαίσιο της εμπορευματοποιημένης ενημέρωσης, να αιχμαλωτίσει ένα ευρύτερο κοινό, εμφανίζοντας το ατύχημα ως κοινωνικό διακύβευμα και κατασκαφίζοντας την «αντικειμενικότητά» του με όργανο τη μεταφορά (σε λεξικο-γραμματικό, σημασιολογικό και κειμενικό επίπεδο). Προς την ίδια κατεύθυνση, η Cicurel (1992: 60-62), που μελετά τις ειδήσεις για σεισμούς, διαπιστώνει τη συνάφεια λογοτεχνικής περιγραφής και δημοσιογραφικής γραφής στη βάση της αναζήτησης εντυπώσεων αληθοφάνειας. Ο δημο-

(φωτιά, φλόγες, πυρκαγιά, εστία, αναζωπύρωση κ.ά.) και ονοματικών φράσεων-συμπαράθεσεων με προσδιοριστή πάντα το επίθετο *πύρινος* (μέτωπο, λαίλαπα, γλώσσες, εφιάλτης, όλεθρος, κλοιός), δηλαδή συνεπτυγμένων εννοιακών μεταφορών, που ορίζουν το πεδίο-στόχος, την πυρκαγιά (βλ. Πίνακα 1).⁷

Πίνακας 1: Οι εννοιακές μεταφορές της πυρκαγιάς και το λεξιλόγιό της.

Πεδίο-πηγή Πεδίο-στόχος	Εχθρός / Εισβολέας	Καταστροφές / Δολοφόνος	Ψυχοπαθής	Οργισμένος θεός	Άγριο θηρίο
Φωτιά	+++	+++	++	—	+
Φλόγες	+++	++	+	+	—
Πυρκαγιά	++	+++	+	+	++
(Πύρινο)(-α) μέτωπο(-α)	++	—	++	—	++
Πύρινη λαίλαπα	++	++	+	+	+
Πύρινος εφιάλτης	++	++	—	—	—
Πύρινες γλώσσες	+	+	—	—	+
Εστία(-ες) (φωτιάς)	—	+	+	—	—
Αναζωπύρωση(-εις)	+	+	—	—	—
Πυρ / (n) πυρά	+	+	+	—	—

Το πεδίο-πηγή της πυρκαγιάς συγκροτείται κατά βάση από πέντε οντολογικές μεταφορές-προσωποποιήσεις:

Α. Η ΠΥΡΚΑΓΙΑ ΕΙΝΑΙ ΕΧΘΡΟΣ/ΕΙΣΒΟΛΕΑΣ

Συνηθέστερες λεξικές συμπαράθεσεις που πραγματώνουν τη μεταφορά αυτή είναι οι εξής: η επέλαση της φωτιάς, η φωτιά ή η πυρκαγιά ή ένα μέτωπο φωτιάς ή ο πύρινος εφιάλτης κινείται ή πλησίασε απειλητικά / απείλησε σπίτια κ.ά., οι φλόγες ή (τα) πύρινα μέτωπα πολιορκούν το χωριό, στο έλεος της φωτιάς / της πυρκαγιάς ή στις φλόγες ή στην πύρινη λαίλαπα ή στην πυρά παραδόθηκαν σπίτια κ.ά. / οι κάτοικοι εγκατέλειψαν ή άφησαν τα σπίτια τους. Άρρηκτα συνυφασμένη με τη μεταφορά του εχθρού είναι η δομική με-

σιογράφος, κατά τη γνώμη της, χρησιμοποιεί τα ίδια με το συγγραφέα μέσα μυθοπλασίας ακόμα κι όταν αναπαριστά «πραγματικά συμβάντα»: τον ενεστώτα, την είσοδο στη συνείδηση του πρωταγωνιστή, την κατάλληλη διαχείριση της αγωνίας ή της ανατροπής μιας κατάστασης ισορροπίας από μια βίαιη πράξη.

7. Η προσεγγιστική δήλωση (με τους στανρούς) του αριθμού των εμφανίσεων των μεταφορών είναι αναγκαστική, γιατί η έρευνα αυτή δε στηρίχτηκε σε δομημένο σώμα κειμένων ή σε όγκο δεδομένων που να επιτρέπει ακριβείς ποσοτώσεις.

ταφορά Η ΠΥΡΚΑΓΙΑ ΕΙΝΑΙ ΚΛΟΙΟΣ, που αποδίδεται με συμπαραθέσεις όπως η φωτιά ή η πυρκαγιά ή μεγάλο μέτωπο έχει ζώσει / (περι)κυκλώσει το χωριό κ.ά., οι φλόγες ή οι πύρινες γλώσσες έχουν ζώσει / περικυκλώσει το σπίτι κ.ά., οι κάτοικοι πασχίζουν να ξεφύγουν από τη λαίλαπα ή έχασαν τη ζωή τους στην προσπάθειά τους να ξεφύγουν από τη φωτιά. Επίσης, συμμαχική είναι και η δομική μεταφορά Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΠΥΡΚΑΓΙΑΣ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΕΜΟΣ, που αντιπροσωπεύεται από συμπαραθέσεις όπως η μάχη της φωτιάς ή οι μάχες με τις φλόγες / με τον πύρινο εφιάλη / με τις αναζωπυρώσεις, χωριά αντιμετώπιζα με τον πύρινο εφιάλη, οι κάτοικοι παλεύουν (αβοήθητοι) με τις φλόγες ή τα πύρινα μέτωπα / έχασαν τη μάχη με την πύρινη λαίλαπα, οι πυροσβέστες έδωσαν (ολονύχτια / άνιση / σκληρή) μάχη με τη φωτιά / με τις φλόγες / με την πύρινη λαίλαπα ή ρίχτηκαν στη μάχη με τις φλόγες / στα μέτωπα των πυρκαγιών, μεγάλη προσπάθεια προκειμένου να αναχαιτισθεί η φωτιά / για να αντιμετωπιστούν τυχόν αναζωπυρώσεις, η φωτιά ή η πυρκαγιά ή το μέτωπο είναι / βρίσκεται / παραμένει σε ύφεση, ο δυνατός αέρας ήταν σύμμαχος με τις φλόγες. Η θεμελιώδης μεταφορά του πολέμου είναι ολοφάνερα ο συνεκτικός ιστός των ανωτέρω εννοιακών μεταφορών.

Β. Η ΠΥΡΚΑΓΙΑ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΑΣ/ΔΟΛΟΦΟΝΟΣ

Εδώ κυριαρχούν οι λεξικές συμπαραθέσεις: τεράστιες καταστροφές ή το μέγεθος της καταστροφής που προκάλεσε η φωτιά, βιβλική / ανυπολόγιστη καταστροφή από τη (μεγάλη) φωτιά ή την πύρινη λαίλαπα, καταστροφική πυρκαγιά, το καταστροφικό έργο της φωτιάς ή της πύρινης λαίλαπας, η φωτιά συνεχίζει / δεν έχει ολοκληρώσει / σταμάτησε το καταστροφικό της έργο, οι φλόγες ή οι πυρκαγιές ή οι συνεχείς αναζωπυρώσεις κατέστρεψαν τα πάντα / σκόρπισαν την καταστροφή / αφάνισαν (ολόκληρες) περιουσίες / έσπειραν τον πανικό και την απόγνωση, μια μικρή εστία ή η πύρινη λαίλαπα σκόρπισε / προκάλεσε τον όλεθρο, βρήκαν τραγικό θάνατο / έχασαν τη ζωή τους από τη φωτιά / από τις πυρκαγιές / από την πύρινη λαίλαπα / από τις πύρινες γλώσσες.

Γ. Η ΠΥΡΚΑΓΙΑ ΕΙΝΑΙ ΨΥΧΟΠΑΘΗΣ

Η μεταφορά αυτή υλοποιείται γλωσσικά με τις συμπαραθέσεις: η καταστροφική manία της πυρκαγιάς, η πύρινη λαίλαπα καταστρέφει με manία ό,τι βρίσκεται στο πέρασμά της, από τη manία της φωτιάς δεν γλύτωσαν ούτε κλπ., σπίτια / αγροικίες / ζώα παραδόθηκαν στη manία της πυράς, η φωτιά ή (μεγάλη) πυρκαγιά ή ένα μεγάλο μέτωπο μαίνεται (ανεξέλεγκτα), η φωτιά συνεχίζει / εξακολουθεί να μαίνεται, τα πύρινα μέτωπα ή (μικρές, διάσπαρτες, εκατοντάδες) εστίες (εξακολουθούν να) μαίνονται, οι φλόγες προχωρούν λυσσαλέα.

Δ. Η ΠΥΡΚΑΓΙΑ ΕΙΝΑΙ ΟΡΓΙΣΜΕΝΟΣ ΘΕΟΣ

Λίγες αλλά χαρακτηριστικές είναι οι συμπαραθέσεις που αντιπροσωπεύουν αυτή τη μεταφορά: θυσία στις φλόγες, θυσία στην πύρινη λαίλαπα (χιλιάδες στρέμματα), ανθρωποθυσία στο βωμό της (ανεξέλεγκτης) πυρκαγιάς.

Ε. Η ΠΥΡΚΑΓΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΓΡΙΟ ΘΗΡΙΟ

Οι αντίστοιχες συμπαραθέσεις είναι: κατάφεραν / δεν μπορούν να δαμάσουν τη φωτιά ή τη (μεγάλη) πυρκαγιά ή τις πύρινες γλώσσες, δεν μπόρεσαν να τιθασιεύσουν την πύρινη λαίλαπα.

Είναι φανερό ότι η δημοσιογραφική αναπαράσταση της πυρκαγιάς –δραματοποιημένη, ακόμα κι όταν αποφεύγονται οι μεταφορές– στηρίζεται σε ένα περιορισμένο σύνολο εννοιακών (κυρίως οντολογικών) μεταφορών, οι οποίες προσωποποιούν την πυρκαγιά ως απειλητικό Άλλον, συντηρώντας έτσι τον

αρχέγονο μύθο που περιβάλλει τις φυσικές καταστροφές.⁸ Το πεδίο-πηγή που οριοθετούν εκμεταλλεύεται θεμελιώδεις αντιθέσεις (πόλεμος-ειρήνη, βία-μη βία, αρρώστια-υγεία, παράλογο-λογικό, βαρβαρότητα-πολιτισμός) για να απο-φυσικοποιήσει, να ηθικοποιήσει ένα φυσικό φαινόμενο, όπως επιτάσσουν οι ειδησεογραφικές αξίες (της αναφοράς σε πρόσωπα, της αναφοράς στο αρνητικό, της μη προβλεψιμότητας) και η εμπορευματοποίηση της μαζικής ενημέρωσης. Από την άλλη πλευρά, οι λεξικές συμπαράθεσεις, μαρκαρισμένοι χαρακτηρισμοί της πυρκαγιάς (πεδίο-στόχος) ή / και επανερχόμενες γλωσσικές πραγματώσεις των μεταφορών της (πεδίο-πηγή) (Deignan, 1999: 24-25), αποτελούν, όπως είδαμε, ένα σχετικά μικρό λεξικό τυποποιημένων εκφράσεων, που συρρικνώνεται από τις συμβάσεις του δημοσιογραφικού επαγγέλματος ή κοινόχρηστα μεταφραστικά δάνεια που επιβάλλουν μητροπολιτικές δημοσιογραφικές παραδόσεις και χαρακτηρίζεται πρωτίστως από την ποιοτική υπέρθεση (δηλαδή τη ρητορική υπερβολή), ακόμα κι όταν δεν είναι μεταφορικό.

4.2. Οικονομική ειδηση (άνοδος τιμής πετρελαίου)

Οι οικονομικές ειδήσεις, σε αντίθεση προς τις ειδήσεις φυσικών καταστροφών, έχουν αφηρημένα αντικείμενα αναφοράς (οικονομικές έννοιες και μεγέθη) που πρέπει να γίνουν προσιτά στους αναγνώστες με όρους συγκεκριμένων, φυσικών αντικειμένων. Άρα εδώ η λειτουργία της μεταφοράς αναμένεται να είναι εξηγητική και όχι συγκινησιακή, όπως στην περίπτωση της δασικής πυρκαγιάς. Κατά τη Marmaridou (1994: 247-249), εφόσον κάθε οικονομική δραστηριότητα εκφράζεται με όρους κίνησης μέσα σε ένα συμβολικό χώρο, μπορούμε να δεχθούμε ως θεμέλιο του οικονομικού (και ειδικά του χρηματιστηριακού) λόγου της δημοσιογραφίας τη (διπλή) δομική εννοιακή μεταφορά Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΚΙΝΗΣΗ και ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΟΝΤΟΤΗΤΕΣ ΕΙΝΑΙ ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΑ.

Στην περίπτωση της οικονομικής ειδήσης που εξετάζω, υποθέτουμε την αντίστοιχη δομική μεταφορά Η ΑΥΞΟΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΤΟΥ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ ΕΙΝΑΙ ΚΙΝΗΣΗ, που εκφράζεται με συμπαράθεσεις όπως η (νέα / συνεχής) άνοδος της τιμής του πετρελαίου / μαύρου χρυσού, ψηλότερη / χαμηλότερη τιμή, ανεβαίνει ή κατεβαίνει ή πέφτει η τιμή του πετρελαίου (αργού / Μπρεντ), η τιμή του πετρελαίου έφτασε στο επίπεδο των Χ δολαρίων το βαρέλι ή ξεπέρασε το ιστορικό ρεκόρ των Χ δολαρίων το βαρέλι, το πετρέλαιο άγγιξε τα Χ δολάρια το βαρέλι. Η μεταφορά αυτή εξειδικεύεται, στην περίπτωση της ανόδου της τιμής του πετρελαίου, με τις εξής τέσσερις οντολογικές μεταφορές:

A. Η ΤΙΜΗ ΤΟΥ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ ΕΙΝΑΙ ΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ, που υλοποιείται με τις συμπαράθεσεις το (ξέφρενο) ράλι (των τιμών) του πετρελαίου, η (τρελή / ξέφρενη) κούρσα του μαύρου χρυσού, η εξέλιξη της πετρελαϊκής κούρσας. Με την εικόνα της κούρσας συνδέονται και οι εκφράσεις: τιμή-ρεκόρ, οι τιμές του πετρελαίου έσπασαν νέο (ιστορικό) ρεκόρ, ιστορικό ρεκόρ κατέγραψε το πετρέλαιο στις διεθνείς αγορές.

B. Η ΤΙΜΗ ΤΟΥ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ ΕΙΝΑΙ ΑΕΡΟΠΛΑΝΟ / ΠΥΡΑΥΛΟΣ, που υποδηλώνεται από εκφράσεις (σε τίτλους ειδήσεων) όπως «πτήση»-ρεκόρ για το πετρέλαιο ή «πύραυλος» η διεθνής τιμή του πετρελαίου.

8. Η δυνατότητα αντιμετάθεσης των πεδίων-πηγής και στόχου σε εννοιακές μεταφορές αποδεικνύει ότι ο μεταφορικός μηχανισμός στο σύνολό του υποστηρίζεται από ένα ευέλικτο γνωστικό δίκτυο με περιορισμένο αριθμό συγκοινωνιακών κόμβων μέσω των οποίων «εκτελούνται μεταφορές» από και προς ποικίλες κατευθύνσεις. Αυτό εξηγεί τη σχέση της φωτιάς με την επιθυμία και το θυμό (Η ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΕΙΝΑΙ ΦΩΤΙΑ / Ο ΘΥΜΟΣ ΕΙΝΑΙ ΦΩΤΙΑ) ή τη σχέση μεταφορικών κατηγορημάτων της με την επιθυμία (Η ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΡΕΛΑ / Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΘΥΜΙΑΣ ΕΙΝΑΙ ΑΓΡΙΟ ΘΗΡΙΟ (Deignan, 1997).