

# Η στάση «υψηλής απατηλής οικειότητας» στον σύγχρονο δημοσιογραφικό λόγο και οι επιδράσεις της στις πρωτογενείς και δευτερογενείς λειτουργίες του

Νικολέττα Τσιτσανούδη – Μαλλίδη  
Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων  
nitsi@uoi.gr

## Abstract

*The paper adapts to modern data a well-established theoretical view which argues that journalistic discourse from reconstitution of democracy to Memorandums of Understanding period has been characterized by an attitude of virtual sympathy or high illusory intimacy towards its diverse audiences. This attitude, which was formed and represented by specific and categorized linguistic forms, served mainly two purposes, the one concerning the more effective manipulation of "public opinion" and the second in promoting the commercial function.*

*Keywords: journalistic discourse, attitude of virtual sympathy, high illusory intimacy, functions*

## 1 Εισαγωγή

Από τη μεταπολίτευση στην Ελλάδα (1974) και εξής, η δημοσιογραφική γλώσσα σε επίπεδο μορφής και όχι απαραίτητα περιεχομένου, έδωσε την εντύπωση ενός προϊόντος που το χαρακτήριζε η λαϊκότητα. Το φαινόμενο της μίμησης ή της αντιγραφής και οικειοποίησης του ανεπίσημου καθημερινού γλωσσικού ρεπερτορίου των πολιτών από ανθρώπους της εξουσίας θα μπορούσε να αποδοθεί στο γεγονός ότι στα τέλη του εικοστού αιώνα και περισσότερο στις αρχές του εικοστού πρώτου, τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα μαζικής ενημέρωσης, με δεδομένο το μείζον πληροφοριακό βεληνεκές τους, εκλαΐκευσαν τη γενικότερη παρουσία τους, για να δώσουν την πρόσβαση σε εκατομμύρια ακροατές και θεατές σε μια ζωντανή και ελκυστική πρόσβαση στην επικαιρότητα. Η ενδυνάμωση της εξουσίας τους, ως συνέπεια της απελευθερωτικής ιδιωτικοποίησής τους, τα κατέστησε ισχυρά κέντρα εξουσίας και λήψης αποφάσεων, και στην ουσία *παρεμβλήθηκαν* στη σχέση ανάμεσα στην πολιτική εξουσία και τον λαό, αποδυναμώνοντάς την πρώτη (Πεπολής 2006). Αυτή η παρεμβολή και ισχυροποίησή τους δεν μπορούσε παρά να αποτυπωθεί και στη γλώσσα και να επηρεάσει τις πρωτογενείς και δευτερογενείς λειτουργίες της.

Παράλληλα η ένταση με την οποία εκδηλώθηκε η εμπορευματική λειτουργία των ΜΜΕ, με την ταυτόχρονη καταιγιστική έως και ιμπεριαλιστική κυριαρχία της διαφήμισης, είχε ως αποτέλεσμα το κοινό των μέσων ενημέρωσης να μην αντιμετωπίζεται μόνον ως ένα κοινό πολιτών, αλλά κυρίως ως κοινό καταναλωτών, δεδομένου μάλιστα ότι η λειτουργία των φορέων της ενημέρωσης και επικοινωνίας αναπτύχθηκε τις τελευταίες δεκαετίες σε συνθήκες μιας αδυσώπητα σκληρής ελεύθερης αγοράς. Η λειτουργία τους ως επιχειρήσεις ενίσχυσε την εμφάνιση του στοιχείου της διασκέδασης, το οποίο κινήθηκε ανταγωνιστικά προς το στοιχείο της πληροφόρησης, επηρεάζοντας ποικιλοτρόπως τη μορφή και το περιεχόμενο των ίδιων των μέσων. Ακόμη και ο δημοσιογραφικός λόγος δεν απείχε σε πολλές του εκδοχές από ένα θεατρικό σύνθεμα, με έντονο το στοιχείο του θεάματος και της θεατρικότητας (ό.π.).

Θεωρώντας τα ακροατήριά τους διεκδικούμενα, τα ΜΜΕ επιδόθηκαν σε έναν καθημερινό εξοντωτικό αγώνα με όλα τα μέσα που διέθεταν (γλωσσικά, οπτικοακουστικά) προσπαθώντας να *μαντέψουν* προθέσεις και προσδοκίες, αρέσκεις και απαρέσκεις και να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των πολιτών – καταναλωτών (Fiske 2000: 455). Επιδιώχθηκε η εξασφάλιση της *αποδεκτότητας* (Κουτσογιάννη – Μίχου 1997: 155) της δημοσιογραφικής έκφρασης, καθώς αποδιδόταν αξιωματικά στον πομπό και εκφραστή του δημοσιογραφικού λόγου δημοκρατική νομιμότητα, βασισμένη στη μορφή της γλώσσας. Η χρήση μιας λαϊκότεροπης γλώσσας και η εκμετάλλευση των θετικών συνεμφάσεων της, μπορούσε να πειθαναγκάζει τους δέκτες και να τους οδηγεί στη διαμόρφωση της εντύπωσης ότι ο δημοσιογράφος εκπέμπει *ορθά* μηνύματα και, κυρίως, σύμφωνα με τα δικά τους συμφέροντα, θέσεις, επιθυμίες, αναμονές. Αναπόδραστα επηρεάστηκε καταρχήν η *πληροφοριακή/ενημερωτική λειτουργία* και σε ένα δεύτερο επίπεδο η *ιδεολογική*, η οποία έτεινε να εξελίσσεται ως *προπαγανδιστική*.<sup>1</sup> Επιπλέον, εισήχθη η *εμπορευματική λειτουργία* λειτουργώντας εν πολλοίς ανταγωνιστικά ακόμη και απέναντι στις πρωτογενείς λειτουργίες του λόγου.

Στην παρούσα εργασία αναλύεται η άποψή μου για την ανάπτυξη μίας στάσης που ονόμασα *στάση εικονικής ευμένειας* ή *στάση υψηλής απατηλής οικειότητας*, η οποία, όπως θα υποστηρίξω παρακάτω, λειτούργησε ως ένα άρτιο γλωσσικό όχημα για να υπηρετηθούν συγκεκριμένες βλέψεις καθοδήγησης και χειραγώγησης του κοινού (ειδικά στα χρόνια των μνημονίων, 2009-2018), είτε προς συγκεκριμένες ιδέες και αντιλήψεις, είτε προς καταναλωτικά προϊόντα (Τσιτσανούδη – Μαλλίδη 2020).

## 2 Η στάση της εικονικής ευμένειας

Έχοντας επεξεργαστεί τους συμβολισμούς της δημοτικής κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών στο δημόσιο επίπεδο (Τσιτσανούδη κ.ά 2012), καταθέτω την άποψη, ότι στους εικονισμούς της γλώσσας προστέθηκαν νέες αναπαραστάσεις που είχαν την αφετηρία τους σε καλά οργανωμένες σκοπιμότητες. Η συστηματική χρήση της δημοτικής ή λαϊκής στον δημόσιο λόγο από τη μεταπολίτευση και μετά, συμβόλισε το τέλος της επισημότητας στη δημόσια σφαίρα, με ενδιαφέροντα συνακόλουθα. Παρατηρήθηκε ένας συστηματικός μεταχειρισμός της λαϊκής γλώσσας για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, την κατασκευή συναίνεσης και την υπηρετήση της προπαγάνδας. Οι νεότεροι και σύγχρονοι «δημοτικιστές» που προέρχονταν από την υπάρχουσα πολιτικοεκδοτική ιεραρχία ενδιαφέρθηκαν να προσεγγίσουν τα μικρομεσαία κοινωνικοοικονομικά στρώματα μέσω της λαϊκότητας του γλωσσικού κώδικα και καταλεπτώς με μία εκ νέου χρήση ακόμη και διαλεκτικών στοιχείων, όχι μόνον στον δημοσιογραφικό και πολιτικό λόγο, αλλά ακόμη και στον διαφημιστικό (Τσιτσανούδη – Θεοδωρόπουλος 2015).

Οι συμβολισμοί περί τη δημοτική αφορμώνταν μεν από μία επαναστατική διάθεση, συσχετίστηκαν όμως στη συνέχεια με την προσπάθεια της εξουσίας να πείσει τις μάζες για τη φιλολαϊκότητα και την κοινωνική της ευαισθησία. Από την άλλη, η ευρύτατη χρήση της λαϊκής γλώσσας κατά την ανάπτυξη του *κινήματος των αγανακτισμένων* στην Ελλάδα<sup>2</sup>, κραταιώνει τη θέση ότι η δημοτική παρέμενε ένα διαχρονικό και αδιαμφισβήτητο έμβλημα της ανατρεπτικής διάθεσης, των αντιεξουσιαστικών προθέσεων και της ανάδειξης των πραγματικών, και όχι

<sup>1</sup> Για τη διάκριση των λειτουργιών του δημοσιογραφικού λόγου συμβουλευόμαι τον Χατζησαββίδη (2000: 35-50).

<sup>2</sup> Για τον «αντίλογο των πλατειών» και τον λόγο των ΜΜΕ, βλ. και Γούτσος, 2017

κατασκευασμένων από τις ιεραρχίες, συμφερόντων του λαού. Κατά συνέπεια, αν και η εμβληματοποίηση της γλώσσας εξακολουθούσε να είναι ισχυρή, εν τούτοις άλλαζε πεδία δεδομένου ότι σημαντικές ιδεολογικές και πολιτισμικές αφετηρίες μετατοπίζονταν προς διαφορετικές εστίες δύναμης. Έτσι οι εικονισμοί της δημοτικής και λαϊκής γλώσσας περισώζονταν διαφοροποιούμενοι μέσω του εμπλουτισμού τους με νέες διαστάσεις (Τσιτσανούδη – Μαλλίδη 2020: 79-87).

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η γλώσσα των ΜΜΕ διακρίνεται για τον ιδεολογικό στιγματισμό της, ανέλαβα την πρόκληση να ελέγξω τους βαθμούς της έντεχνης καλλιέργειας μιας στάσης που την ονόμασα αρχικά *στάση της εικονικής ευμένειας*. Αυτό το οποίο που με ενδιέφερε δεν ήταν μόνον το λεξιλόγιο, αλλά και το υφολογικό επίπεδο, πιστεύοντας ότι έτσι υπηρετούνταν ο στόχος της συρρίκνωσης της απόστασης ανάμεσα στην κυρίαρχη ομάδα και τους κυριαρχούμενους πολίτες, ανάμεσα στους ηγεμονεύοντες και τους ηγεμονευόμενους. Με απασχόλησε η κατάργηση της απόστασης μεταξύ των δύο άκρων ενός ενιαίου θεωρητικά σχήματος, το ένα άκρο του οποίου είναι οι σχέσεις κηδεμονίας και δύναμης, και το άλλο, οι σχέσεις αλληλεγγύης και οικειότητας. Η ακύρωση αυτού του υπολογισμού μεσοδιαστήματος θα μπορούσε να διευκολυνθεί με τη διαπλοκή της *δημόσιας/απρόσωπης/υπηρεσιακής σφαίρας* με την *ιδιωτική/οικιακή/συναίσθηματική*.

Ενώ ο δημοσιογραφικός λόγος είναι από τη φύση του επίσημος και δημόσιος, εν τούτοις επιστρατεύει κατά περίπτωση τη *χαμηλή ποικιλία*, προκειμένου να εμφανίζεται λαϊκός και οικείος προς τους αποδέκτες του και να εκμηδενίζει τη μεγάλη απόσταση που τον χωρίζει από τα ακροατήρια των παραληπτών του. Η εκδήλωση μιας *υψηλής απατηλής οικειότητας*, μιας *στάσης εικονικής ευμένειας* και δήθεν συμπάθειας προς ένα πρόσωπο ή προς το ίδιο το κοινό, μπορεί να αδυνατίζει και τελικά να μειώνει τη δυνατότητα για κριτική αποστασιοποίηση από την πλευρά των τηλεθεατών/ ακροατών και γενικά αποδεκτών, στην κατεύθυνση είτε της απόδοσης ευθυνών είτε γενικά του ελέγχου της εξουσίας από μέρους τους. Οι δημοσιογράφοι εμφανίζονται ότι θέτουν υπό διαπραγμάτευση – με στόχο την τελική νομιμοποίηση – τον ρόλο τους, συγκροτώντας τον ενίοτε μέσα από εικονικά πλέγματα εξοικείωσης και φιλικότητας με τους αποδέκτες τους, ανάλογα κάθε φορά με τις επιδιώξεις και τα συμφέροντα της κυρίαρχης ομάδας. Στην ουσία όμως, ως φορείς επίσημης και ιδρυματικής ισχύος, ασκούν επικοινωνιακό έλεγχο στους αποδέκτες τους, αλλά και στους συνομιλητές τους με το να τους τοποθετούν σε διάφορους ρόλους και θέσεις. Με μια τέτοια στρατηγική, οι ισχυροί εμφανίζονται ότι επιτρέπουν στους ασθενέστερους να αποφασίσουν για τη συμβολή τους με βάση όμως ρόλους προδιαγεγραμμένους (Clayman 1991:163-98, Heritage και Greatbatch 1991: 93-137, Greatbatch 1992: 268-301).

Υποστηρίζω επίσης, ότι οι φορείς του δημοσιογραφικού λόγου από τις αρχές της δεκαετίας του '90 και εξής, επιδιώκοντας την επίδειξη της φιλικότητας, αρέσκονταν να απευθύνονται στο κοινό τους με στοιχεία παραλλαγών. Όποτε κρινόταν σκόπιμη η εκδήλωση σεβασμού στους κυρίαρχους κοινωνικούς κώδικες, ο δημοσιογραφικός λόγος επεδείκνυε μία κοινωνική ορθότητα, έναν καθωσπρεπισμό και μία συντήρηση. Όποτε κρινόταν σκόπιμη η έκφραση μιας συμπάθειας, αλληλεγγύης, συνένωσης ή και συνενοχής με το κοινό, τότε ο δημοσιογραφικός λόγος δανειζόταν από τις μη τυποποιημένες και κωδικοποιημένες παραλλαγές της εθνικής γλώσσας.

### 3 Η (μετα)μνημονιακή δημοσιογραφική γλώσσα

#### 3.1 Εισαγωγικά

Οι λειτουργίες του δημοσιογραφικού λόγου σε σχέση με τις αναπαραστάσεις της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα και τις συνέπειες από την έναρξη της εφαρμογής του «μνημονίου συνεργασίας» άρχισαν να μελετώνται την τελευταία δεκαετία τόσο σε ενδο-γλωσσικό όσο και δια-γλωσσικό επίπεδο. Στο ξεκίνημά της, η μελέτη έγινε δειλά και αντιμετωπίστηκε με επιφυλακτικότητα, ως προς τη σκοπιμότητά της, από μερίδα επιστημόνων. Στο πλαίσιο δημοσιευμένου ερευνητικού έργου (Τσιτσανούδη – Μαλλίδη 2013)<sup>3</sup>, ασχολήθηκα σχετικά πρώιμα (Tsitsanoudis – Mallidis 2013) με τα κείμενα των μνημονίων από τον χώρο του διαδικτύου και του έντυπου ή ηλεκτρονικού τύπου, διαβλέποντας ότι σταδιακά συγκροτείται μία νέα *μνημονιακή ή μεταμνημονιακή γλώσσα ή νεογλώσσα*,<sup>4</sup> η οποία επιβαλλόταν βίαια από πάνω προς τα κάτω.<sup>5</sup> Μεταξύ των ζητημάτων που απασχολούσαν την προσέγγισή μου ήταν αφενός τα επιλεγόμενα *είδη του λόγου (discourses)* και οι αναπαραστάσεις που χρησιμοποιούνταν για τη συγκεκριμένη έκθεση, και αφετέρου οι πρωτεύουσες λειτουργίες της γλώσσας που αναδεικνύονταν, όπως η περιγραφική και η εκφραστική. Κατά την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας, εξετάστηκαν στο επίπεδο της μορφής οι προτιμήσεις των ρηματικών απεικονίσεων και των ονοματικών δομών, ενώ σε λεξιλογικό επίπεδο η χρήση λέξεων και φράσεων από τη λεγόμενη λαϊκή ή και λαϊκότροπη γλώσσα, αλλά και τη συστηματική ή επεξεργασμένη. Τέλος, στο σημασιολογικό επίπεδο επιχειρήθηκε η αποκάλυψη του τρόπου με τον οποίο επιτελούνταν οι ιδεολογικές λειτουργίες της γλώσσας, όπως είναι η εξουσιαστική και η προπαγανδιστική, σε μια εποχή με επιβολές συναίνεσης και εντατικής χρήσης της γλώσσας του φόβου.<sup>6</sup>

### 3.2. Θεωρητικό πλαίσιο, μέθοδος ανάλυσης

Η μελέτη της γλωσσικής πραγμάτωσης στη νέα ελληνική γλώσσα των συνεπειών της οικονομικής κρίσης αφορούσε τεμάχια λόγου, τα οποία αντλήθηκαν από ένα εξειδικευμένο και σχετικά ομοιογενές σώμα κειμένων. Επρόκειτο για δημοσιευμένα κείμενα στον παραδοσιακό έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο, αλλά και αναρτημένα κείμενα σε ιστολόγια και ιστοσελίδες ενημέρωσης. Ειδικότερα, προέρχονταν από τις ακόλουθες δεξαμενές δεδομένων:

- δημοσιευμένα κείμενα ομιλιών πολιτικών σε εφημερίδες και περιοδικά,
- τίτλοι εφημερίδων, ημερήσιων και εβδομαδιαίων,
- αποσπάσματα αναλύσεων και άρθρων δημοσιογράφων από το διαδίκτυο.

Επρόκειτο για 112 δημοσιευμένα κείμενα, 258.289 λέξεων συνολικά. Η συγκέντρωση και η αποδελτίωση των πραγματικών κειμενικών τεκμηρίων ξεκίνησε στις 22/2/11 και ολοκληρώθηκε στις 26/3 του ίδιου χρόνου. Η Ελλάδα έμπαινε σε μία

<sup>3</sup> Μέρος του ερευνητικού παρουσιάστηκε στο πλαίσιο εισήγησής μου, ως Fellow of Comparative Studies (2013-14) στο Harvard Olympia Summer School, που πραγματοποίησε το Πανεπιστήμιο Harvard στην Αρχαία Ολυμπία, τον Ιούλιο του 2013. Βλ. και Tsitsanoudis-Mallidis (2014).

<sup>4</sup> Βλ. και «Η νεογλώσσα του μνημονίου», [https://www.youtube.com/watch?v=j8W\\_AFJidmM](https://www.youtube.com/watch?v=j8W_AFJidmM)

<sup>5</sup> Βλ. και Τσιτσανούδη-Μαλλίδη (2011).

<sup>6</sup> Βλ. και Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών, Διατριβή Ε. Θεοδωρόπουλου με τίτλο «Γλωσσικές απεικονίσεις του φόβου σε σύγχρονα δημοσιογραφικά κείμενα που αφορούν στην οικονομική κρίση και η παιδευτική τους σημασία» <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/46720>. Επιπλέον, το θέμα της γλώσσας του φόβου απασχόλησε και το 2<sup>ο</sup> Διεθνές Θερινό Πανεπιστήμιο «Ελληνική Γλώσσα, Πολιτισμός και ΜΜΕ», το οποίο, σε συνεργασία με το CHS – GR του Πανεπιστημίου Harvard, έφερε τον ειδικότερο τίτλο «Η γλώσσα της εξουσίας στις ημέρες των μνημονίων», βλ. <https://summerschool.ac.uoi.gr/archeio/2o-therino-panepistimio/>.

εξαιρετικά δυσχερή οικονομικά περίοδο και τα μικρά και μεσαία οικονομικά στρώματα δοκιμάζονταν από σκληρά οικονομικά μέτρα απομείωσης των εισοδημάτων, που στο πλαίσιο μιας «σαλαμοποίησης», διαδεχόταν το ένα το άλλο.

Επιλέχθηκαν τεμάχια λόγου που παρήχθησαν φυσικά και αυθόρμητα. Η προσέγγιση η οποία ακολουθήθηκε ήταν η επαγωγική και κινήθηκε από τα γνήσια και αναλλοίωτα δεδομένα στη θεωρητική επεξεργασία.<sup>7</sup> Επιπλέον, η επιλογή της συγκεκριμένης σύνθεσης του corpus εδραζόταν στην αναγκαιότητα να εξετασθεί η δομή, η μορφή και οι λειτουργίες της γλώσσας που εκπεμπόταν από διαφορετικούς πομπούς, είτε αυτοί συγκροτούνταν από κέντρα τηλεοπτικής και πολιτικής εξουσίας, είτε από φορείς και φυσικά πρόσωπα που δεν ανήκαν στην εκδοτικό – πολιτική «ελίτ», στο πλαίσιο της λεγόμενης «συμμετοχικής και εναλλακτικής δημοσιογραφίας».<sup>8</sup>

Η ερευνητική προσέγγιση βασίστηκε σε θεμελιώδεις αρχές της *Κριτικής Ανάλυσης Λόγου* (*Critical Discourse Analysis*) (Fairclough 2003).

### 3.3. Υπόθεση εργασίας

Η μελέτη ξεκίνησε με την υπόθεση εργασίας ότι η εμπειρία της πρόσληψης και της αποδοχής των συνεπειών της οικονομικής κρίσης πιθανόν απεικονίζεται και ταυτόχρονα χαρακτηρίζει τις διάφορες γλωσσικές πραγματώσεις που αφορούν τον δημόσιο και ιδιωτικό λόγο. Εφόσον υφίσταται και άμεση εμπλοκή των πολιτών - θύματα στην επώδυνη εμπειρία της κρίσης, οι επιδράσεις – και κυρίως οι αρνητικές – καθώς και τα ποικίλα προβλήματα που δημιουργούνται λεκτικοποιούνται μέσω δομικών σχημάτων και ρηματικών τύπων, αλλά και μέσω ονοματικών φράσεων με τη χρήση ουσιαστικών, επιθετικών προσδιορισμών και διαφόρων φράσεων.

Επιπλέον, λαμβάνοντας υπόψη τη θέση ότι η γλώσσα λαϊκοποιείται στο πλαίσιο της προσαρμογής της ομιλίας με την επιλογή διαφόρων γλωσσικών κωδικών από το επικοινωνιακό ρεπερτόριο (Κωστούλα – Μακράκη 2001: 54), και την άποψη ότι η *υψηλή προφορική* μπορεί να τεθεί στην υπηρεσία της *στάσης εικονικής ευμένειας* (Tsitsanoudis – Mallidis 2011: 133-135), διατύπωσα και μία δεύτερη υπόθεση αναφορικά με την περιγραφή της οικονομικής κρίσης. Αυτή η υπόθεση υποστήριζε ότι στον χώρο των ΜΜΕ ή της πολιτικής γίνεται συνειδητά ή και έντεχνα ενός είδους υπερ – χρήση στοιχείων από τη λαϊκή και λαϊκότροπη γλώσσα, προκειμένου να αποδίδεται ευκρινέστερα και αποτελεσματικότερα το μέγεθος της συνεπειών της οικονομικής ύφεσης στα μικρομεσαία κοινωνικοοικονομικά στρώματα. Για παράδειγμα και σε ό,τι αφορά τη δημόσια σφαίρα παρουσίαζε ενδιαφέρον η εξέταση της πρόκρισης της *ιδιωτικής γλώσσας* (Wittgenstein 1953/1989), δεδομένου ότι με την ιδιωτική και πάντως ανεπίσημη γλώσσα δίδεται η δυνατότητα της έκφρασης γεγονότων, βιωμάτων και καταστάσεων μέσω λεκτικών σχημάτων που είναι οικεία στους αποδέκτες και η χρήση τους συνάδει με τον μικρόκοσμό τους.

<sup>7</sup> Στο συγκεκριμένο corpus δεν συμπεριλαμβάνονται τα διαφημιστικά κείμενα, ούτε τα κείμενα των γελοιογραφιών ή άλλα σατιρικά κείμενα, διότι εκτιμάται πως μία τέτοια συμπερίληψη θα μπορούσε λόγω του εύρους της να αποπροσανατολίσει ή να προκαλέσει σύγχυση κατά τη συζήτηση των δεδομένων και την εξαγωγή των τελικών συμπερασμάτων.

<sup>8</sup> Αναφορικά με τη σημασία των εξατομικευμένων και περιορισμένων σωμάτων γλωσσικών δεδομένων που ορίζονται από το ύφος, το πεδίο λόγου και το περιεχόμενο, βλ. De Beaugrande 2001: 23.

### 3.4. Συμπεράσματα

Από την ανάλυση των γλωσσικών αναπαραστάσεων στα δημοσιευμένα κείμενα από τα παραδοσιακά και συμβατικά ΜΜΕ, αλλά και το διαδίκτυο, παρατήρησα ότι για τις αναπαραστάσεις των καταστάσεων και των συναισθημάτων μεταξύ των αποδεκτών και θυμάτων της κρίσης χρησιμοποιήθηκαν ποικίλα δομικά σχήματα, με κυρίαρχες τις ονοματικές και ρηματικές δομές. Οι ρηματικές δομές απέδωσαν τη βαθύτερη ανάμιξη του πολίτη στην επώδυνη εμπειρία της οικονομικής υστέρησης και των συνεπακόλουθων απειλών, ενώ οι ονοματικές δομές διακρίθηκαν κυρίως για την περιγραφική τους λειτουργία. Οι πρώτες περιέγραψαν μία κατάσταση σε εξέλιξη, ενώ οι δεύτερες αναφέρονταν σε καταστάσεις και συναισθήματα «τελειωμένα» και με μία σχετική απόσταση από αυτά.

Ο «λαός» απεικονίστηκε ως βαθιά και εξελικτικά εμπλεκόμενος στην αλγεινή εμπειρία του «θύματος», γνώρισμα που σημάδευε το ύφος και τη μορφή της γλωσσικής πραγμάτωσης. Η καταφυγή στα ρηματικά σχήματα καταδείκνυε την προτίμηση των σχεδιαστών και παραγωγών του δημόσιου λόγου σε μία ενεργή, άμεση και δυναμική απεικόνιση της κρίσης και των αρνητικών επιδράσεων της. Στην περίπτωση των ονοματικών τύπων και ειδικότερα των επιθετικών προσδιορισμών, κυριάρχησε η εννοιολογική αντίληψη ότι τα προβλήματα που επιφέρει η οικονομική κρίση και η εφαρμογή του μνημονίου αντιμετωπίζονται από τους πολίτες με τρόπο παθητικό, αφού δεν τους δίδεται η δυνατότητα της διαφυγής ή της αντίδρασης.

Και τα δύο σχήματα συνηγορούν υπέρ μιας σαφούς λεκτικοποίησης των επιδράσεων του μνημονίου με εμφανή την τάση διόγκωσης και δραματοποίησης του λόγου, έτσι όπως προκύπτει από τη χρήση έντονα στιγματισμένων ουσιαστικών και ρημάτων. Σε ότι αφορά τις ρηματικές δομές διέκρινα τα σημαινόμενα των αμετάβατων τύπων από αυτά των μεταβατικών δομών, επισημαίνοντας την εν πολλοίς ολιστική αναπαράσταση της κρίσης ως μία υπόσταση που διατρέχει το σύνολο σχεδόν της ελληνικής κοινωνίας και ειδικά τα μικρομεσαία κοινωνικοοικονομικά στρώματα.

Η λεξικογραμματική ανάλυση των δεδομένων προσέφερε το συμπέρασμα ότι οι συνέπειες της κρίσης και η κρίση καθεαυτή πραγματώθηκε γλωσσικά ως μία συγκοινωνούσα με την κοινωνία προσωποποιημένη και αντικειμενικοποιημένη «αυθυπαρξία». Συχνή ήταν και η χρήση του εννοιολογικού μεταφορικού λόγου (Γαβριηλίδου 2017) για την απεικόνιση των διαστάσεων του οικονομικού αδιεξόδου, ειδικά μάλιστα για τις περιπτώσεις εκείνες κατά τις οποίες ιδέες και εμπειρίες ήταν πολύ δύσκολο να εκφραστούν με κυριολεκτικούς ή συνωνυμικούς όρους. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσίασε η εμφάνιση του οφειλέτη λαού ως αρρώστου, συχνά μάλιστα με πρωτόγονες αντιδράσεις απελπισίας και απαρέσκειας σε όσα του συμβαίνουν. Επίσης, σημείωσα την παρείσφρηση στοιχείων από μια λογοτεχνίζουσα ή και φαρσοειδή γλώσσα καθώς και από την ιδιωτική γλώσσα, όπου η κυριαρχία του συναισθήματος αποτυπωνόταν γλαφυρά.

Σε ό,τι αφορά τις ποικιλίες, ασχολήθηκα κυρίως με τις κάθετες διαφοροποιήσεις και λιγότερο με τις γεωγραφικές παραλλαγές. Αυτό στο οποίο οδηγήθηκα είναι ότι για την απεικόνιση των συνεπειών χρησιμοποιήθηκαν κυρίως οι *χαμηλές κοινωνικές ποικιλίες*, με καταφανή τα χαρακτηριστικά της λαϊκότητας στον λόγο. Η παρατηρούμενη χρήση λαϊκών λέξεων και φράσεων, άλλοτε σε γενικευμένο και εκτεταμένο βαθμό και άλλοτε λελογισμένα και περιστασιακά, σε συνδυασμό με την εμφάνιση μη αφηγηματικών στοιχείων τα οποία αναμιγνύονταν με τα αφηγηματικά, με παρέπεμψε στην άποψη ότι οι συντάκτες και σχεδιαστές του

συγκεκριμένου ύφους και είδους δημοσιογραφικού λόγου, επιθυμούσαν να καταστούν οικείοι στο κοινό τους.

Κι ενώ η λαϊκή γλώσσα χρησιμοποιήθηκε από τη μεταπολίτευση και ύστερα, με τη συνέμφαση της προοδευτικότητας και της κοινωνικής ευαισθησίας, στην εποχή των μνημονίων, η ίδια χρήση συνοδεύτηκε από διαφορετικές βλέψεις, αυτές της απόδοσης ευθυνών ή συνευθύνης στους πολίτες (*‘Μαζί τα φάγαμε!’*), αλλά και ενοχοποίησης και στιγματισμού τους για την οικονομική δίνη στην οποία περιέπεσε η χώρα (*‘Οι Έλληνες τα κάνατε σκατά!’*). Η λαϊκή και λαϊκότροπη γλώσσα, που επιστρατεύτηκε στο πλαίσιο της *στάσης εικονικής ευμένειας* και καλλιέργειας *απατηλής οικειότητας* ή για το «άνοιγμα» και τη διεύδυση του πολιτικού και δημοσιογραφικού λόγου στα λαϊκά κοινωνικά στρώματα, για ιδεολογικούς και εμπορικούς λόγους, στη συνέχεια χρησιμοποιήθηκε για την κατασκευή ενός αφηγήματος που έμοιαζε με κατηγορητήριο, και για τον στιγματισμό των μονάδων, που δεν μπορούσαν παρά να αποδεχθούν την «κατωτερότητά» τους ως στοιχεία μαζοποιημένα έναντι της υποτιθέμενης πολιτισμικής, κοινωνικής και οικονομικής «ανωτερότητας» των κεφαλαιοκρατών.

Σε μερίδα των κειμενικών τεμαχίων που μελετήθηκαν, η έκφραση της ιδεολογικής συμπαράταξης και σύμπλευσης, η οποία επιχειρούνταν στο παρελθόν να εκφραστεί μέσα από τη λαϊκοποίηση του λόγου, έδειχνε να καταρρέει, αφού ο λόγος από υποστηρικτικός των κοινωνικών ομάδων, μεταμορφωνόταν συχνά σε κανονιστικός και υποδεικτικός.

Στον αντίποδα των λαϊκών παραλλαγών, επιστρατεύτηκε μία κρυπτική, συστηματική και καλλιεργημένη γλώσσα, με τη χρήση σύνθετων και «αριστοκρατικών» λέξεων που τοποθετήθηκαν στον δημόσιο λόγο, για να ωραιοποιήσουν τυραννικά μέτρα που εντέλλονταν πολυειδή, εν πολλοίς άγνωστης προέλευσης και έδρας, οικονομικά και εκδοτικοπολιτικά συστήματα εξουσίας, στο όνομα της πιθανής εξόδου από την κρίση. Το όχημα ήταν οι επιτηδευμένες λέξεις ενός επεξεργασμένου και ανώτερου κώδικα, των οποίων όμως τα σημασιολογικά περιεχόμενα και πεδία τροποποιούνταν ανάλογα με τις βλέψεις και τις σκοπιμότητες των εξουσιαστών. Ο επαναπροσδιορισμός των σημασιών και των εννοιών αφορούσε σε δεκάδες λέξεις, και αφομοιώνόταν από το εκδοτικό – τηλεοπτικό σύστημα άμεσα, βίαια και επιβλητικά. Ο πληθωρισμός των σημασιολογικών αλλαγών, στη δίνη ενός σταθερά δραματοποιημένου δημοσιογραφικού και πολιτικού λόγου, δεν ζήτησε τη συγκατάθεση της κοινότητας των ομιλητών, αλλά νομιμοποιήθηκε με τη συνδρομή μερίδας των ΜΜΕ ως σύνολο χρήσεων από πάνω προς τα κάτω (Τσιτσανούδη – Μαλλίδη 2020: 191-196).

#### 4 Επιλογικά

Τα δημοσιογραφικά κειμενικά τεμάχια που μελέτησα σε αυτή τη διαδρομή από το 1974 και μετά, επιβεβαίωσαν τη θέση ότι η γλώσσα ως ένας ζωντανός οργανισμός απεικόνισε και παρακολούθησε με συνέπεια τις σημαντικές πολιτικές, οικονομικές και ευρύτερα πολιτισμικές αλλαγές που καθόρισαν την πορεία της ελληνικής κοινωνίας. Οι απεικονίσεις αυτές διευκολύνθηκαν μέσω της συνειδητής/έντεχνης ή και ασύνειδης υιοθέτησης της *στάσης υψηλής απατηλής οικειότητας*, η οποία διέτρεχε και επηρέασε το δημοσιογραφικό γλωσσικό ρεπερτόριο. Η γλώσσα έγινε πιο λαϊκή, γιατί αυτό εξυπηρετούσε το κλίμα της αποκατάστασης της δημοκρατίας. Προσέλαβε προοδευτικές υποδηλώσεις μέσα από την απομάκρυνσή της από την επισημοφάνεια, γιατί αυτό διευκόλυνε τις συσπειρώσεις σε συγκεκριμένα κομματικά σχήματα και

ήγειρε τις λαϊκές προσδοκίες. Εξελίχθηκε περισσότερο λαϊκότροπα όταν τα ιδιωτικά ΜΜΕ επιδίωξαν τα μεγάλα ανοίγματα στα μικρομεσαία οικονομικά στρώματα και τάξεις. Επηρέασε και επηρεάστηκε στον σφιχτό εναγκαλισμό πολιτικής και τηλεοπτικής/εκδοτικής εξουσίας. Έχασε και επαναπέκτησε τον εμβληματικό ρόλο της εκπροσώπησης των λαϊκών κινημάτων. Και στην εποχή των μνημονίων έγινε ένα αιχμηρό εργαλείο ενοχοποίησης και χειραγώγησης, με στόχο την εξυπηρέτηση της διακυβέρνησης δια του φόβου και την πειθαναγκαστική αποδοχή των τυραννικών μέτρων που επιβλήθηκαν, στο οικονομικό επίπεδο.

Με όχημα τον μεταφορικό λόγο, ο λαός κλήθηκε να αποδεχθεί και να συμβιβαστεί ως μία «κατωτερότητα» έναντι της πολιτικής και οικονομικής εισβολής των «ανώτερων» κεφαλαιοκρατών. Η γλώσσα, σε κάποιες των περιπτώσεων, απώλεσε τις σαφείς νοηματοδοτήσεις των λέξεων σε ένα κλίμα επιβολής, που με ομοφωνία εγκατέστησε μία μερίδα των ΜΜΕ. Και όλα αυτά στους φρενήρεις ρυθμούς της ψηφιακής εποχής, που καθιερώνει νέες σημασίες και περιεχόμενα, τα οποία ελέω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, παγώνονται με “fast track” διαδικασίες.

Το τελικό συμπέρασμα της εργασίας είναι ότι η δημοσιογραφική γλώσσα ανάλογα κάθε φορά τα πολιτικά χαρακτηριστικά των τελευταίων δεκαετιών, όχι απλά περιέγραψε τις εκάστοτε πραγματικότητες, αλλά συνέτεινε στην κατασκευή νέων ή στην αναδόμηση άλλων. Η πληροφοριακή λειτουργία υπονομευόταν κάθε φορά που κυριαρχούσε η προπαγανδιστική, ενώ ακόμη και πτυχές της κοινωνικοποιητικής λειτουργίας απορροφήθηκαν από την ιδεολογική, την ίδια στιγμή που η νεοφανής εμπορευματική λειτουργία παρέμενε σε ισχύ. Σε επίπεδο, ωστόσο, μορφής και όχι απαραίτητα περιεχομένου, η στάση της εικονικής ευμένειας υιοθετούνταν με σταθερότητα, όσο αντίστοιχα σταθερές παρέμεναν οι επιδιώξεις της χειραγώγησης και της κερδοφορίας στον χώρο των μέσων ενημέρωσης.

## Βιβλιογραφία

- Clayman, Steven. 1991. “News Interview Openings: Aspects of Sequential Organization.” Στο Paddy Scannell (επιμ.), *Broadcast Talk*, 48-75. London: Sage.
- Γαβριηλίδου, Ζωή. 2017. “Οι Εννοιολογικές Μεταφορές στον Τύπο την Εποχή της Λιτότητας.” Στο Νικολέττα Τσιτσανούδη – Μαλλίδη (επιμ.), *Ελληνική Γλώσσα, Πολιτισμός και ΜΜΕ. Από την αρχαιοελληνική γραμματεία έως σήμερα*, 272-302. Αθήνα: Gutenberg.
- Γούτσος, Διονύσης. 2017. “Ο Αντίλογος των Πλατειών και ο Λόγος των ΜΜΕ στην Ελλάδα της Κρίσης.” Στο Νικολέττα Τσιτσανούδη – Μαλλίδη (επιμ.), *Ελληνική Γλώσσα, Πολιτισμός και ΜΜΕ. Από την αρχαιοελληνική γραμματεία έως σήμερα*, 346-387. Αθήνα: Gutenberg.
- De Beaugrande, Robert. 2001. “Large Corpora, Small Corpora, and the Learning of ‘Language’.” Στο Mohsen Ghadessy, Alex Henry και Robert L. Roseberry, *Small Corpus Studies and ELT*, 3-28. Amsterdam: John Benjamins.
- Fairclough, Norman. 2003. *Analysing Discourse*. London & New York: Routledge.
- Fiske, John. 2000. *Η Ανατομία του Τηλεοπτικού Λόγου*, μτφρ. Β. Σπυρόπουλου. Αθήνα: Δρομέας.
- Greatbatch, David. 1992. “On the Management of Disagreement Between News Interviewees.” Στο John Heritage και Paul Drew (επιμ.), *Talk at Work*.



- Interaction in Institutional Settings*, 268-301. Cambridge: Cambridge University Press.
- Heritage, John & David Greatbatch. 1991. "On the Institutional Character of Institutional Talk". Στο Deirde Boden και Don H. Zimmerman (επιμ.), *Talk and Social Structure. Studies in Ethnography and Conversation Analysis*, 47-98. Cambridge: Polity Press.
- Κουτσουλέλου – Μίχου, Σταματία. 1997. *Η Γλώσσα της Διαφήμισης*. Αθήνα: Gutenberg.
- Κωστούλα – Μακράκη, Νέλλη. 2001. *Γλώσσα και Κοινωνία. Βασικές έννοιες*. Αθήνα: Μεταίχμιο.
- Πεπονής, Αναστάσιος. 2006. Πρόλογος στο Ν. Τσιτσανούδη – Μαλλίδη, *Η Λαϊκή Γλώσσα των Ειδήσεων. Μια Στάση Απατηλής Οικειότητας*. Αθήνα: Εμπειρία Εκδοτική, 19-23.
- Tsitsanoudis-Mallidis, Nikoletta. 2011. "The Transformation of Television Journalistic Discourse into an Object of Commercial Dealing. The Greek Case." *International Journal of Instructional Media* 38(2): 133-146.
- Tsitsanoudis-Mallidis, Nikoletta. 2013. *Language and Greek crisis. An Analysis of Form and Content*. New York: Untested Ideas Research Center.
- Tsitsanoudis-Mallidis, Nikoletta 2014. "*Language representations of greek financial crisis in media and internet texts*" Educational/Class material for Comparative Cultural Studies 2014 - Harvard Summer School. (1. La Crise Grecque, 2. Linguistic representations of greek crisis, 3. Slogans of Indignants in Greece).
- Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, Νικολέττα. 2011. *Η Γλώσσα της Εξουσίας στις Ημέρες του Μνημονίου*. Αθήνα: Ζαχαράκης.
- Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, Νικολέττα .2013. "Χαρακτηριστικά του Δημόσιου Λόγου σε Απεικονίσεις της Οικονομικής Κρίσης στην Ελλάδα." *Γλωσσολογία/Glossologia* 21: 39-55.
- Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, Νικολέττα .2020. *Ο Δημοσιογραφικός Λόγος από τη Μεταπολίτευση έως τα «Μνημόνια»*. Center for Hellenic Studies, Washington D.C., Harvard University, Gutenberg.
- Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, Νικολέττα, Αναστασία Λυγούρα και Δημήτρης Σακατζής. 2012. "Οι παρατηρούμενες αλλαγές στους συμβολισμούς της δημοτικής γλώσσας μετά το 1976." Στο *Ηλεκτρονικά Πρακτικά Πανελληνίου Επιστημονικού - Επετειακού Συνεδρίου «1976-2011: 35 χρόνια από τη Γλωσσοεκπαιδευτική Μεταρρύθμιση»*. Εργαστήριο Γλώσσας και Προγραμμάτων Γλωσσικής Διδασκαλίας Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, Τμήμα Επιστημών Προσχολικής Αγωγής και Εκπαίδευσης ΑΠΘ, Εργαστήριο Εφαρμοσμένης Γλωσσολογίας και Διδακτικής της Νέας Ελληνικής Γλώσσας ΕΚΠΑ, σε συνεργασία με το Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας και το Ινστιτούτο Ελληνικών Σπουδών [Ίδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη]. Δίον Πιερίας, 4-6.11.2011. <http://ins.web.auth.gr/images/stories/Dion/%CE%A4%CE%A3%CE%99%CE%A4%CE%A3%CE%91%CE%9D%CE%9F%CE%A5%CE%94%CE%97%20%CE%BA.%CE%AC%201.pdf>, 1-18.
- Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, Νικολέττα και Εμίλ Θεοδωρόπουλος. 2015. "Η Χρήση Διαλεκτικών Ποικιλιών στις Σύγχρονες Διαφημίσεις - Ιδεολογικές Προεκτάσεις." Στο Μαρίνα Τζακώστα (επιμ.), *Η Διδασκαλία των Νεοελληνικών Γλωσσικών Ποικιλιών και Διαλέκτων στην Πρωτοβάθμια και Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση. Θεωρητικές Προσεγγίσεις και Διδακτικές Εφαρμογές*, 211-237. Αθήνα: Gutenberg.

Wittgenstein, Ludwig. 1953/1989. *Philosophical Investigations*. Oxford: Basil Blackwell.

Χατζησαββίδης, Σοφρώνης. 2000. *Ελληνική γλώσσα και δημοσιογραφικός λόγος. Θεωρητικές και ερμηνευτικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Gutenberg.