

Γλώσσα και ΜΜΕ

Δημοσιογραφικός λόγος;

Του Σπυρου Α. Μοσχονά*

Α ντί να παρουσιάσω κάτι το κοινό σε όλα εκείνα που ονομάζουμε γλώσσα, λέω πως αυτά τα φαινόμενα δεν έχουν τίποτε κοινό, που εξαιτίας του χρησιμοποιούμε για όλα τους την ίδια λέξη - αλλά πως συγγενεύουν αναμεταξύ τους με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους. Χάρη σ' αυτή τη συγγένεια, ή σ' αυτές τις συγγένειες, τα ονομάζουμε όλα «γλώσσα». - Λούντβιχ Βιτγκενστάιν, «Φιλοσοφικές Ερευνες», μτφ. Π. Χριστοδουλίδης, 1977, 1.65

Είναι πολύ διαδεδομένη η αναφορά στη «γλώσσα της δημοσιογραφίας» σαν να πρόκειται για μία και ενιαία γλώσσα, έναν ξεχωριστό κώδικα τον οποίο απαρέγκλιτα χρησιμοποιούν, υποτίθεται, όλοι οι δημοσιογράφοι κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους.

Αν όμως ο όρος «δημοσιογραφική γλώσσα» θεωρηθεί ομόλογος ή και ισοδύναμος με όρους όπως «η ελληνική», «η αγγλική γλώσσα» κ.ο.κ., τότε δεν έχει διακριτική λειτουργία και καλό είναι να αποφεύγεται. Όπως πρόσφατα έγραψε ο Δ. Ν. Μαρωνίτης («Δημοσιογραφικός λόγος», «Το Βήμα» 11.5.2008), είναι προτιμότερο να μιλάμε όχι για «δημοσιογραφική γλώσσα» αλλά για «δημοσιογραφικό λόγο», εννώντας με τον όρο αυτό τη «λογική συνάρθρωση του πραγματολογικού περιεχομένου», την «επιχειρηματολογική ακρίβεια και συνέπεια», το «πολιτικό και πολιτιστικό ήθος» της δημοσιογραφίας.

Ούτε όμως ο όρος «δημοσιογραφικός λόγος» είναι απαλλαγμένος από προϋποθέσεις. Όσοι τον χρησιμοποιούν θεωρούν συνήθως ότι ο δημοσιογραφικός λόγος είναι ένα «διακεκριμένο είδος λόγου» το οποίο μπορεί μονοσήμαντα να προσδιοριστεί από τη σύζευξη ορισμένων γνωρισμάτων και λειτουργιών. Ετσι, σύμφωνα με τον Σ. Χατζησαββίδη («Ελληνική γλώσσα και δημοσιογραφικός λόγος», 1999, σ. 33), ο δημοσιογραφικός είναι «δημόσιος λόγος», είναι «πληροφοριακός, συχνά ιδεολογικά φορτισμένος, πειθαναγκαστικός, σπάνια επιστημονικός και πιο σπάνια λογοτεχνικός, αποφεύγει την πολυσημία, είναι ακριβολόγος, σαφής, σύντομος, υπακούει στους κανόνες της κοινωνικά αποδεκτής μορφής της γλώσσας, η δε δομή του δημοσιογραφικού κειμένου είναι προσανατολισμένη προς την αποτελεσματική πρόσληψή του από το δέκτη». Και συνεχίζει ο Χατζησαββίδης απαριθμώντας τις λειτουργίες του δημοσιογραφικού λόγου. Αυτές είναι: η λειτουργία της διαμεσολάβησης («ο δημοσιογραφικός λόγος διαμεσολαβεί μεταξύ της πραγματικότητας και του δέκτη»), η λειτουργία της πληροφόρησης-ενημέρωσης, η διαμορφωτική-παιδαγωγική λειτουργία, η κοινωνικοποιητική λειτουργία και η εξουσιαστική λειτουργία. Άλλοι προτείνουν άλλες λειτουργίες, συμπληρωματικές ή και αντίθετες. Για τον Μαρωνίτη, λ.χ., ο δημοσιογραφικός λόγος είναι «δημόσιος», «αντιεξουσιαστικός» και «εικονογραφικός» (βλ. την ανακοίνωσή του στα πρακτικά του συνεδρίου της ΕΣΗΕΑ «Δημοσιογραφία και γλώσσα», 2001, σ. 28-9).

Αμφιβάλλω αν σε παρόμοιους καταλόγους απαριθμούνται πραγματικά χαρακτηριστικά και λειτουργίες του δημοσιογραφικού λόγου. Η σαφήνεια, η ακριβολογία, η αποτελεσματικότητα κ.ά. παρόμοια είναι μάλλον επιθυμητά χαρακτηριστικά. Όπως συχνά συμβαίνει στη μελέτη της γλώσσας, συγχέουμε και στην περίπτωση του δημοσιογραφικού λόγου την πραγματική με την επιθυμητή γλωσσική χρήση. Είναι κι αυτό μια εκδήλωση ματαιοδοξίας. Δεν νομίζω επίσης ότι υπάρχει είδος λόγου ειδικά διαμορφωμένο ώστε να «μεσολαβεί μεταξύ της πραγματικότητας και του δέκτη»· αν υπήρχε, το πανάρχαιο πρόβλημα της κατανόησης του κόσμου θα το είχαν λύσει οι δημοσιογράφοι. Τέλος, ο δημοσιογραφικός λόγος δεν αποτελεί ξεχωριστό είδος. Πρόκειται μάλλον για γένος που περιλαμβάνει πολλά και διαφορετικά είδη. Στον Πρόλογο για τα πρακτικά του συνεδρίου της ΕΣΗΕΑ «Δημοσιογραφία και γλώσσα», θελήσαμε με τον Παντελή Μπουκάλα να υπογραμμίσουμε αυτό ακριβώς το χαρακτηριστικό του δημοσιογραφικού λόγου: την τεράστια, ανεξερεύνητη ποικιλία του. Σημειώναμε τότε (σ. 14): «Ποιος δημοσιογραφικός λόγος; Και ποιων; Δεν είναι είδος ο δημοσιογραφικός λόγος, είναι γένος, και μάλιστα ευρύτατο. Περιέχει είδη. Δημιουργεί καινούρια. Και ασκείται από πολλούς τεχνίτες. [...] Κάθε ένα από τα είδη αυτά αξιοποιεί ιδιαίτερες περιγραφικές μεμβράσεις, χρησιμοποιεί ειδικό λεξιλόγιο και φρασολογισμούς, συγκροτείται από ιδιόζουσες μεταφορές και ρητορικά σχήματα - κάθε είδος επιτελεί διαφορετική αναπαραστατική και αναφορική λειτουργία».

Αλλά φαίνεται ότι και στην περίπτωση του δημοσιογραφικού λόγου μας κρατά δέσιμους η συνήθεια για την οποία έκανε λόγο ο Βιτγκενστάιν: θέλουμε να βρούμε τη μία και μοναδική «φύση» ή «ουσία» της γλώσσας, πιστεύουμε ότι υπάρχει κάτι το κοινό σε όλα εκείνα που ονομάζουμε με τους όρους «γλώσσα» και «λόγος», ενώ ενδέχεται τα γλωσσικά φαινόμενα να μην έχουν τίποτε το κοινό, που εξαιτίας του να χρησιμοποιούμε για όλα την ίδια λέξη - τίποτε, εκτός από τη λέξη και τη συνήθεια.

* Ο Σπ. Μοσχονάς διδάσκει γλωσσολογία στο Τμήμα ΕΜΜΕ του Πανεπιστημίου Αθηνών.