

УДК 930.1:94

БКК 63.3

ΤΟ ΓΛΩΣΣΙΚΟ (ΚΑΙ ΟΧΙ ΜΟΝΟ) ΥΦΟΣ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ

ΚΑΛΟΓΝΩΜΗΣ Α.

Πρεσβεία της Ελλάδος στην Ουκρανία

Η εργασία παρουσιάζει την επιστημονική θέση των Ελλήνων γλωσσολόγων σχετικά με την ερμηνεία των εννοιών όπως “κοινωνικά συμφραζόμενα”, “πρόθεση του ομιλητή”, “στρατηγική λεκτικής επικοινωνίας”, “τακτική επικοινωνίας”, “γλωσσικό ύφος”. Ειδικότερα, η έννοια “συμφραζόμενα επικοινωνίας” εξετάζεται στις φυσικές, κοινωνικές, ψυχολογικές και χρονικές διαστάσεις. Επιστάται η προσοχή στο γεγονός ότι στη σύγχρονη γλωσσολογία της Ελλάδας διερευνούνται διεξοδικά βασικοί κανόνες της επικοινωνίας, τάσεις εξέλιξης της σύγχρονης επικοινωνίας, αλλά η μικρότερη προσοχή δίνεται στις στρατηγικές επικοινωνίας, σε τέτοια συστατικά της επικοινωνιακής πράξης, όπως ευθεία και πλάγια προσλεκτική ησχύ (κατά τον Άγγλο φιλόσοφο J. L. Austin), πώς τα λεκτικά συμφραζόμενα επηρεάζουν τα θέματα και τις μορφές επικοινωνίας. Τονίζεται ότι πολύ σημαντικό είναι το κοινωνικό ρόλο των συνομιλητών.

Λέξεις κλειδιά: κοινωνικά συμφραζόμενα, πρόθεση του ομιλητή, στρατηγική λεκτικής επικοινωνίας, τακτική επικοινωνίας, γλωσσικό ύφος.

The deals with the scientific views of Greek linguists in regard to the interpretation of the following concepts: “situational context”, “communicative intention,” “strategy speech communication”, “communication tactics”, “communication style”. In particular, the “context communication” notion deals with the physical, social, psychological and temporal dimensions. The attention is paid to the fact that in modern linguistics were the Greece basic laws of communication trends of modern communication thoroughly investigated, but not so much attention is paid to the such communication strategies as components of communicative act both open and hidden object expression (“illocutionary force”, by the English philosopher J. Austin); speech features influence the situation on the themes and forms of communication. There were emphasized on societal role of communicators.

Key words: situational context, communicative intention, speech communication strategy, communication tactics, communication style.

Το γλωσσικό ύφος αποτελεί κεντρική έννοια στην κοινωνιογλωσσολογία επειδή η επιλογή, κάθε φορά, ενός συγκεκριμένου υφολογικού ρεπερτορίου από τον ομιλητή είναι: α) το αποτέλεσμα μίας σειράς παραμέτρων που καθορίζουν την επικοινωνιακή πράξη, εξαρτάται δηλαδή από το ποιος μιλάει σε ποιον, για ποιο θέμα, με ποιον σκοπό, από ποια θέση, μέσα σε ποιο πλαίσιο κ.λπ.; β) από τους στόχους του ομιλητή, δηλαδή το ύφος αποτελεί ενεργητική και συνειδητή επιλογή ενός εργαλείου με το οποίο ο ομιλητής οικοδομεί, χτίζει και προβάλλει το προσωπικό του προφίλ, την κοινωνική και οικονομική του θέση (status), την εθνική ή εθνοτική του ταυτότητα, την επαγγελματική του ιδιότητα ή τις πολιτικές και ιδεολογικές του απόψεις και πεποιθήσεις.

Η μέχρι σήμερα έρευνα έχει δώσει περισσότερο βάρος στην πρώτη διάσταση, δηλαδή στην ποικιλία ύφους ως αποτέλεσμα της θέσης των ομιλητών μέσα στην κοινωνία και τον κόσμο γενικότερα, ενώ έχει ασχοληθεί λιγότερο με τις στρατηγικές που αναπτύσσουν οι ομιλητές και ομιλήτριες προκειμένου να επηρεάσουν την θέση αυτή (συνήθως επιδιώκοντας να την βελτιώσουν) - ή έστω να την προβάλλουν σε όσους τους βλέπουν και τους ακούνε, είτε αυτοί είναι οι καθημερινοί τους συνομιλητές (φίλοι/συγγενείς/συνάδελφοι), είτε το τηλεοπτικό ή ραδιοφωνικό κοινό, είτε οι πιθανοί ψηφοφόροι σε κάποια εκλογική αναμέτρηση κ.λπ.

Το αποτέλεσμα αυτής της άνισης προσέγγισης του υφολογικού φαινομένου (ως αποτελέσματος μάλλον και όχι τόσο ως εργαλείου) είναι ότι δεν έχει υπάρξει έως τώρα μία συνολική, σφαιρική θεωρία ή, καλύτερα, μια κωδικοποίηση του ύφους. Δεν υπάρχει καν μία ενιαία και κοινώς αποδεκτή ορολογία για το ύφος. Συνήθως γίνεται λόγος για διαφορετικούς βαθμούς επισημότητας ή οικειότητας, για λειτουργική ποικιλία ή για ακροαματικό σχεδιασμό. Αυτοί οι όροι επικεντρώνουν, όμως, την προσοχή του γλωσσολόγου-ερευνητή σε κάποια επιμέρους στοιχεία, κάποιες συγκεκριμένες παραμέτρους, και δεν μπορούν εύκολα να αποδώσουν την συνολική εικόνα.

Έτσι, με τον όρο “ακροαματικός σχεδιασμός” εννοείται η επιλογή ενός συγκεκριμένου ύφους από τον ομιλητή, με την έννοια όχι της απλής, περίπου παθητικής, αντίδρασης του ομιλητή σε μία περίπτωση ή ένα ακροατήριο, αλλά ως εργαλείου για την ενεργή δημιουργία και παρουσίαση της ταυτότητας του προσώπου. Με άλλα λόγια, ο ομιλητής επιλέγει κάθε φορά ένα συγκεκριμένο ύφος προκειμένου να αυτο-προσδιορισθεί ως άτομο και να προσδιορίσει την θέση του μέσα στο πλαίσιο της γλωσσικής κοινότητας.

Η αντίληψη αυτή στηρίζεται σε μία θεωρία (την λεγόμενη κατασκευαστική θεωρία) σύμφωνα με την οποία η γλώσσα και η κοινωνία επιδρούν αμοιβαία η μία πάνω στην άλλη. Η γλώσσα αποτελεί υλικό με το οποίο κατασκευάζεται η κοινωνία και η κοινωνία καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο κατασκευάζεται η γλώσσα. Αυτό σημαίνει ότι η γλώσσα δεν είναι μία απλή αντανάκλαση της κοινωνικής δομής ή μιας στατικής, σταθερής και αμετάβλητης, κοινωνικής ταυτότητας. Πρακτικά, δεν μιλάμε όπως μιλάμε μόνο επειδή είμαστε αυτοί που είμαστε. Μιλάμε όπως μιλάμε και επειδή θέλουμε να δείξουμε ότι είμαστε κάποιοι (συχνά κάποιοι άλλοι από αυτό που είμαστε), επειδή θέλουμε να γίνουμε κάποιοι άλλοι από αυτό που είμαστε, επειδή νομίζουμε ότι είμαστε κάποιοι άλλοι από αυτό που πραγματικά είμαστε. Για να το πω αλλιώς, πολλές φορές λέμε κάτι με έναν τρόπο (και όχι με κάποιον άλλο τρόπο) μόνο και μόνο για να “πουλήσουμε μούρη”, να δείξουμε δηλαδή στους άλλους ένα πρόσωπο διαφορετικό, καλύτερο, από αυτό που πραγματικά μάς ανήκει.

Στο σημείο αυτό δεν μπορώ να μην θυμηθώ τον τρόπο με τον οποίο ο γάλλος φιλόσοφος Louis Althusser είχε ορίσει την ιδεολογία: “ιδεολογία” είχε πει “είναι η απόσταση ανάμεσα στην ιδέα που είμαστε και την ιδέα που έχουμε για την ιδέα που είμαστε” (δηλαδή αυτό που είμαστε πραγματικά και αυτό που νομίζουμε ότι είμαστε). Αυτή η ιδεολογία, λοιπόν, εκφράζεται κυρίως, αλλά όχι μόνο, μέσω της γλώσσας, μέσω του γλωσσικού ύφους.

Για παράδειγμα, δεν ξέρω πόσοι από εσάς έχετε δει κάποιες από τις κλασσικές ελληνικές κωμωδίες της δεκαετίας του 1960. Στις ταινίες αυτές, λοιπόν, μία σταθερή πηγή γέλιου ήταν όταν κάποιοι πρωταγωνιστές, χαμηλότερης μόρφωσης και κοινωνικής θέσης, προσπαθούσαν να χρησιμοποιήσουν την καθαρεύουσα της εποχής, δηλαδή την επίσημη, αρχαϊζουσα εκδοχή της ελληνικής, που χρησιμοποιούσαν κανονικά η αριστοκρατία, οι ακαδημαϊκοί και οι πολιτικοί. Η επίσημη αυτή γλώσσα όταν μεταφορόταν στο στόμα των ταλαίπωρων πρωταγωνιστών αυτομάτως γινόταν κωμική, αστεία. Πολύ περισσότερο όταν οι πρωταγωνιστές αυτοί, συνήθως νεόπλουτοι έμποροι, μανάβηδες, μπακάληδες, κρεωπώλες ή απλές υπηρέτριες, δεν είχαν την απαραίτητη σχολική μόρφωση ώστε να χρησιμοποιήσουν σωστά την δύσκολη αυτή γλώσσα και έκαναν ένα σωρό λάθη γραμματικής και συντακτικού, προκαλώντας άφθονο γέλιο στους θεατές. Έτσι το ρήμα “παρακαλώ” μετατρέποταν στο ανύπαρκτο “περικαλώ”, η “επιδερμίδα” γινόταν “επιδερματίδα” (προφανώς γιατί ο ομιλητής θεωρούσε ότι η μία επιπλέον συλλαβή έκανε την λέξη πιο κομψή ή πιο επιστημονική), η “ψυχαγωγία” γινόταν “**ψυχρα**-γωγία” (λες και για να ψυχαγωγηθεί κάποιος πρέπει οπωσδήποτε και να κρυνώνει την ίδια στιγμή) ή, τέλος ο “πάστωρ” ήταν όχι ο προτεστάντης παπάς αλλά αυτός που παστώνει ψάρια! Το ίδιο κωμικό ήταν το αποτέλεσμα όταν οι ομιλήτες προσπαθούσαν να μιλήσουν γαλλικά (την διεθνή γλώσσα της εποχής και σίγουρα την γλώσσα της υψηλής αριστοκρατίας). Έτσι το πεζοδρόμιο από “trottoir” γινόταν “τουρτουάρ” (κάνοντας τις γυναίκες που έκαναν “πεζοδρόμιο” (δηλ. τις πόρνες) να θυμίζουν περισσότερο ζαχαροπλάστες που φτιάχουν και μοιράζουν τούρτες) ενώ η καημένη η υπηρέτρια, στο μεγαλο-αστικό σπίτι, όταν σήκωνε το

ακουστικό του τηλεφώνου έλεγε περήφανα και δυνατά “αλόν, αλόν” αντί για “αλό” θεωρώντας ότι το τελικό “ν” (που χαρακτηρίζει τις καταλήξεις των ουσιαστικών της ελληνικής καθαρεύουσας, π.χ. δένδρον αντί για δένδρο, τηλεφώνον αντί για τηλεφώνο) ταιριάζει εξίσου ωραία και στις γαλλικές λέξεις όπως το τηλεφωνικό “αλό” (allô).

Επομένως, το υποκείμενο, ο ομιλητής ή η ομιλήτρια, κάνει την εκάστοτε υφολογική επιλογή όχι μόνο στο μέτρο που επηρεάζεται από κάποιες “εξωτερικές” παραμέτρους όπως το ακροατήριο, το θέμα, το πλαίσιο, αλλά και από κάποιες “εσωτερικές παραμέτρους” όπως η ψυχολογία, ο χαρακτήρας, το μορφωτικό του επίπεδο, ο σκοπός που έχει, το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα, η συγκεκριμένη περίπτωση, π.χ. μια απλή φιλική συζήτηση, μία λογομαχία, μία προσωπική εξομολόγηση.

Θα πρέπει να σημειωθεί εδώ ότι η υφολογική επιλογή επιδιώκει στόχους παράλληλους, ανεξάρτητους αλλά καμιά φορά και ανταγωνιστικούς, σε σχέση με εκείνους της βασικής επικοινωνιακής πράξης. Π.χ. το “αλό” που λέμε σηκώνοντας το ακουστικό του τηλεφώνου έχει ως στόχο να “ανοίξει” το κανάλι της επικοινωνίας, να δείξουμε δηλαδή σ’ αυτόν που βρίσκεται στην άλλη άκρη της γραμμής ότι έχουμε σηκώσει το ακουστικό και ότι περιμένουμε να ακούσουμε τι θέλει να μας πει. Όταν, όμως, η υπηρέτρια το “αλό” το έκανε “αλόν” (θεωρώντας την εκδοχή αυτή καλύτερη, πιο εξευγενισμένη) ήθελε να δείξει στον άγνωστο συνομιλητή της ότι είναι κι αυτή τουλάχιστον τόσο μορφωμένη και γαλλόφωνη όσο και τα πλούσια αφεντικά της, ότι ανήκει κι αυτή στον “καλό κόσμο”, στην αριστοκρατία, ότι δεν είναι ένα απλό “δουλικό”, μια αμόρφωτη υπηρέτρια που οι φτωχοί γονείς της την έστειλαν από κάποιο χωριό για να δουλέψει στην Αθήνα.

Μένοντας πάντα στο ίδιο πλαίσιο, δηλαδή των παλιών ελληνικών ταινιών, αξίζει να θυμηθούμε το γέλιο που προκαλούσαν οι τοπικοί ιδιοματισμοί της Κωνσταντινούπολης ή της Θεσσαλονίκης, κάθε φορά που τους χρησιμοποιούσαν πρωταγωνιστές με αντίστοιχη καταγωγή. Ιδιοματικές λέξεις ή τρόποι σύνταξης, ιδιοματικές προφορές επιστρατεύονταν για να χαρίσουν γέλιο στο κοινό. Χαρακτηριστικές ήταν εκφράσεις με το έμμεσο αντικείμενο του ρήματος σε αιτιακή πτώση αντί σε γενική, όπως το κλασικό “να σε κάνω κεφτεδάκια”, “να σε κάνω μουσακά”, που λέγονται από τους κατοίκους της Θεσσαλονίκης ή τους Ρωμιούς της Κωνσταντινούπολης αντί για το ορθότερο “να σου κάνω κεφτεδάκια”, “να σου κάνω μουσακά”, δηλαδή να κάνω κεφτεδάκια ή μουσακά για εσένα, για χάρη σου. Όχι να κάνω κεφτεδάκια ή μουσακά εσένα τον ίδιο, όπως σημαίνει το “να σε κάνω” όταν το ακούει ο κάτοικος της νότιας Ελλάδας.

Από την άλλη πλευρά, οι σημερινοί κάτοικοι της Βόρειας Ελλάδας, και ειδικά της Θεσσαλονίκης, αντιστρέφουν τους όρους, περνούν στην απερίφραση και δηλώνουν υπερήφανα “είμαι από την Θεσσαλονίκη και με αρέσει» (δηλ. πάλι με την προσωπική ανωνυμία στην αιτιατική αντί για το επικρατέστερο “μού αρέσει” με την ανωνυμία στην γενική πτώση). Με μία τέτοια δήλωση το αίσθημα κατωτερότητας, που μπορεί να υπήρχε εξαιτίας της χρήσης μιας ιδιοματικής έκφρασης, καταργείται. Επιπλέον, ο ιδιοματισμός γίνεται στοιχείο της ιδιαίτερης ταυτότητας του ομιλητή και αποτελεί αιτία αυτοπεποίθησης και υπερηφάνειας. Όταν κάποιος συνειδητά κάνει μία υφολογική επιλογή, την υποστηρίζει χωρίς καμία δυσκολία ή δισταγμό, τότε είναι λιγότερο εύκολο σε κάποιον ακροατή να τον κοροϊδέψει, όσο γνήσιος Αθηναίος ή Πελοποννήσιος κι είναι αυτός ο τελευταίος.

Γενικότερα, ο τρόπος που αντιμετωπίζονται τα τοπικά ιδιώματα, τα οποία αποτελούν κι αυτά στοιχεία υφολογικά, σχετίζεται με την ιστορία του κάθε κράτους, τις κοινωνικές δομές και την εκπαιδευτική πολιτική που έχει ακολουθηθεί. Έτσι, στην Ελλάδα (η οποία υπήρξε από την αρχή της Ανεξαρτησίας της το 1828, ένα συγκεντρωτικό, υδροκέφαλο όπως λέμε, κράτος, με όλες τις εξουσίες και λειτουργίες συγκεντρωμένες στην Αθήνα) οι περιφερειακές διάλεκτοι θεωρήθηκαν από την αρχή “κατώτερες”, χωρίς αξία γλωσσική, σχεδόν προβληματικές και, πάντως, όχι αρκετά ενδιαφέρουσες ώστε να μελετηθούν συστηματικά από τους ειδικούς και να διδαχθούν στα σχολεία. Προτιμήθηκε η ομοιόμορφη διδασκαλία μίας εκδοχής της νέας ελληνικής γλώσσας, που σε μεγάλο βαθμό στηριζόταν στο πελοποννησιακό ιδίωμα του 19ου αιώνα. Αυτό ήταν απολύτως φυσικό αφού

οι Πελοποννήσιοι ήταν αυτοί που κυριάρχησαν στην πολιτική και πνευματική ζωή του τόπου και αυτοί ήταν που κυρίως στελέχωσαν την δημόσια διοίκηση - δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η Αθήνα, όταν έγινε πρωτεύουσα του νέου τότε ελληνικού Βασιλείου, δεν ήταν παρά ένα μικρό χωριό, με ελάχιστους κατοίκους, δηλαδή όσους είχαν καταφέρει να μείνουν ζωντανοί μετά από τις πολεμικές συγκρούσεις με τους Οθωμανούς στα χρόνια της Επανάστασης του 1821. Οι περισσότεροι από όσους ήρθαν να κατοικήσουν στην Αθήνα μετά την Ανεξαρτησία ήταν Πελοποννήσιοι, αυτοί κυρίως στελέχωσαν την Δημόσια Διοίκηση και, φυσικά, επέβαλαν την δική τους εκδοχή της ελληνικής ως κυρίαρχη και "ορθή".

Κάτι παρόμοιο συμβαίνει στην Γαλλία, όπου το Παρίσι, από την εποχή του βασιλιά Λουδοβίκου του 14ου, συγκεντρώνει όλο το ενδιαφέρον, όλες τις εξουσίες, όλη την πνευματική και καλλιτεχνική ελίτ, αφήνοντας την γαλλική επαρχία σε δεύτερη μοίρα. Στο πλαίσιο αυτό η διάλεκτος της περιοχής του Παρισιού, της λεγόμενης *Il nte Φρανς*, έχει καθιερωθεί ως η επίσημη γαλλική γλώσσα (αυτό που λένε οι Γάλλοι *le français standard*) ενώ όλες οι διάλεκτοι έχουν μείνει στην άκρη, δεν έχουν θέση στα σχολεία και γενικά την εκπαίδευση, δεν χρησιμοποιούνται στην λογοτεχνία (ας σημειωθεί ότι πριν τον Λουδοβίκο δεν ήταν πάντα έτσι τα πράγματα και υπήρχε π.χ. τον 16ο αιώνα η περίφημη Σχολή της Λυών, μια ποιητική σχολή που είχε πολλούς και αξιόλογους ποιητές που έγραφαν στο ιδίωμα της περιοχής τους, της γαλλικής πόλης Λυών και όχι βέβαια στην γλώσσα του Παρισιού).

Δεν συμβαίνει το ίδιο στην Γερμανία. Η χώρα αυτή κατάφερε να γίνει ένα, ενιαίο κράτος μόλις στο δεύτερο ήμισυ του 19ου αιώνα χάρη στον Μπίσμαρκ. Πριν από αυτό, η Γερμανία ήταν χωρισμένη σε αυτόνομα ή ανεξάρτητα Βασίλεια, δουκάτα ή πριγκιπάτα. Το αποτέλεσμα είναι ότι ακόμη και σήμερα υπάρχουν ζωντανές πολλές διάλεκτοι και προφορές στην Γερμανία, τις οποίες με άνεση και περηφάνεια χρησιμοποιούν οι ομιλητές της κάθε περιοχής. Επιπλέον, δεν υπάρχει κυρίαρχη εκδοχή της γερμανικής γλώσσας, ούτε κυρίαρχη προφορά και πάντως δεν είναι αυτή του Βερολίνου, δηλαδή της σημερινής πρωτεύουσας της χώρας. Αντίθετα, οι κάτοικοι της υπόλοιπης Γερμανίας θεωρούν τα γερμανικά του Βερολίνου περίπου ιδιωματικά και συχνά ειρωνεύονται τους Βερολινέζους για τους ιδιωτισμούς τους. Ένας Βαυαρός από το Μόναχο δεν αισθάνεται καθόλου μειονεκτικά όταν μιλάει με την χαρακτηριστική βαυαρική προφορά του. Αντίθετα, θεωρεί το στοιχείο αυτό συστατικό της προσωπικότητάς του.

Δεν συμβαίνει το ίδιο στην Μεγάλη Βρετανία και δεν είναι τυχαίο ότι στην καθημερινή μας χρήση αναφερόμαστε ακόμη στην χώρα αυτή λέγοντας "η Αγγλία" αφού αυτή η περιοχή είχε για χρόνια κυρίαρχο ρόλο μέσα στο Ηνωμένο Βασίλειο. Έτσι ο πρώην Πρωθυπουργός κ. Gordon Brown, σκωτσέζος 100%, με σπουδές και ακαδημαϊκή καριέρα στο Πανεπιστήμιο του Εδιμβούργου, χρειάστηκε να υιοθετήσει την αγγλική προφορά για να μπορέσει να κάνει καριέρα ως πολιτικός στο Λονδίνο. Έχει ενδιαφέρον, από την άποψη αυτή, ένα άρθρο της εφημερίδας *The Telegraph* από το 2010 που έλεγε ότι ο Gordon Brown δεν θα χρειαζόταν να καταπιέξει πλέον την σκωτσέζικη προφορά του τώρα που δεν είναι πλέον Πρωθυπουργός. Βέβαια, εκτός από την περίπτωση όπου η επιλογή μίας υφολογικής ποικιλίας γίνεται με στόχο κάποιες κοινωνικές, οικονομικές ή πολιτικές επιδιώξεις υπάρχει πάντοτε και η περίπτωση η επιλογή αυτή να οφείλεται στην παθητική αποδοχή, ή έστω επιβεβαίωση, κοινωνικών κανόνων. Τέτοια παραδείγματα συναντάμε σε γλωσσικές κοινότητες με έντονη κοινωνική ιεράρχηση όπου παρατηρείται το εξής ενδιαφέρον φαινόμενο: σε ορισμένες χωριά άτομα κατώτερης κάστας χρησιμοποιούν επίτηδες κατώτερης ποιότητας γλώσσα, με συντακτικά και γραμματικά λάθη, όταν μιλάνε σε άλλα άτομα ανώτερης κάστας. Αυτό γίνεται σε ένδειξη υποταγής: το άτομο κατώτερης κάστας πρέπει να χρησιμοποιεί και κατώτερη γλώσσα. Το αντίθετο θα εκλαμβανόταν ως ασέβεια. Αντίθετα, ο ομιλητής της ανώτερης κάστας χρησιμοποιεί και ανώτερης ποιότητας λόγο, χωρίς λάθη, ως δείγμα και απόδειξη της κοινωνικής του ανωτερότητας. Το περιεργό είναι ότι σε άλλα χωριά της ίδιας γλωσσικής κοινότητας συμβαίνει ακριβώς το αντίστροφο: τα άτομα κατώτερης κάστας ακολουθούν πιστά τους κανόνες της γραμματικής και του

συντακτικού, ως δείγμα υποταγής στους νόμους γενικά, ενώ οι ομιλητές της ανώτερης κάστας κάνουν επίτηδες συντακτικά και γραμματικά λάθη, αφού αυτοί οι ανώτεροι άνθρωποι δεν είναι υποχρεωμένοι να ακολουθούν τους κανόνες και μπορούν να μιλούν όπως τους αρέσει!

Εκείνο που έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον για τον ερευνητή είναι ότι οι υφολογικές επιλογές στην γλώσσα συνδυάζονται με συγκεκριμένες υφολογικές επιλογές και σε άλλα επίπεδα, όπως για παράδειγμα στην λεγόμενη γλώσσα του σώματος ή στο ντύσιμο και το χτένισμα. Όλα αυτά τα στοιχεία αποτελούν τμήματα, κομμάτια ενός κώδικα που επιλέγει κάθε φορά ένα άτομο για να έρθει σε επαφή με το περιβάλλον του αλλά και για να δημιουργήσει μία συγκεκριμένη εικόνα προς τα έξω, να συγκροτήσει την κοινωνική του ταυτότητα.

Η ταυτότητα του ομιλητή δεν εκφράζεται απλώς με τις εκάστοτε υφολογικές επιλογές. Αντίθετα, οι υφολογικές αυτές επιλογές χρησιμεύουν ώστε η ταυτότητα αυτή να θεμελιωθεί καλύτερα, να αναθεωρηθεί, να εξετασθεί από την αρχή, να τονισθεί ή να υποχωρήσει. Όπως όταν πιέζοντας ένα πλήκτρο του πιάνου ξεπηδούν, παράλληλα με την βασική νότα, και πολλές άλλες, αυτές που δίνουν στο παίξιμο του κάθε πιανίστα την ιδιαίτερη προσωπικότητα, το ύφος και το στυλ, έτσι και όταν γίνεται μία επικοινωνιακή πράξη, μία συζήτηση, μία ομιλία, μια ανταλλαγή ερωτήσεων και απαντήσεων, υπάρχουν, παράλληλα με το κεντρικό και άμεσα ορατό νόημα, πολλά άλλα νοήματα, πολλοί άλλοι στόχοι που επιδιώκονται ή επιτυγχάνονται.

Όπως μου είχε πει κάποτε ένας Άγγλος φίλος, εμείς οι Άγγλοι όταν μιλάμε για τον καιρό, σπανίως ενδιαφερόμαστε πραγματικά για τις καιρικές συνθήκες, ούτως ή άλλως στην χώρα μας σχεδόν πάντα βρέχει! Αυτό που πραγματικά μάς ενδιαφέρει ξεκινώντας με κάποιον μία συζήτηση για τον καιρό, είναι να καταλάβουμε από πού κατάγεται, τι σπουδές έχει κάνει, σε ποια ακριβώς κοινωνική τάξη ανήκει. Όλα αυτά δεν μπορείς να τα ρωτήσεις σε κάποιον άγνωστο κατευθείαν. Μπορείς όμως να τα καταλάβεις από τον τρόπο που μιλάει, από το ύφος της ομιλίας του.

Дата надходження до редакції 25.12.2014