

1.

ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

1.1. Άρχικη προσέγγιση

Η ΩΡΙΜΑΝΣΗ τῶν περιγραφῶν τῆς ἔννοιας τοῦ λόγου διῆλθε ἀπὸ ἐνδιαφέροντα στάδια καὶ κλίμακες τὸ δεῦτερο μισὸ τοῦ 19ου αἰῶνα. Ἀπὸ τῆ θεώρηση τοῦ Benveniste ὅτι ὁ λόγος ἀναπαράγει τὴν πραγματικότητα (1966: 25, 28) ἢ τοῦ Ducrot πὺ τὸν ἀντιμετωπίζει ὡς δημιουργὸ τῆς ὑποκειμενικότητας καὶ τὸ κατεξοχὴν συστατικὸ στοιχεῖο τῆς ταυτότητας τῶν μελῶν τῆς κοινωνικῆς ομάδας (1980: 4), φτάνουμε στὴ διαπίστωση τῆς κανονιστικῆς του διάστασης, μὲ τὴ διατύπωση τῆς θέσης ὅτι ἐπιβάλλει συγκεκριμένες μορφές στὶς συναντήσεις τῶν ἀνθρώπων, ἐπινοώντας ἢ καὶ ρυθμίζοντας ὅρους καὶ συγκεκριμένες κοινωνικὲς σχέσεις (Φραγκουδάκη, 1999: 16). Στὴν οὐσία, ὁ λόγος ἐπιχειρεῖ καὶ ἐνίοτε τὸ ἐπιτυγχάνει, μιὰ συμβολικὴ μεταμόρφωση τῆς πραγματικότητας καὶ τῆς ἐμπειρίας σὲ ἔννοιες, ἐνῶ δύναται νὰ προχωρεῖ σὲ μίαν ἀνα-

σύσταση τῆς ἐμπειρίας, τὴν ὁποία προηγουμένως μπορεῖ νὰ ἔχει ἀποδομήσει, γιὰ νὰ τὴν ἀναδομήσει στὴ συνέχεια. Ὁ λόγος δὲν παύει νὰ εἶναι ἓνα ἐξόχως ἀναπαραστατικὸ σύστημα ποὺ διακρίνεται γιὰ τὴν οἰκονομία, τὴν ἀποτελεσματικότητα καὶ τὴν ἐπηραστική του δύναμη.

Ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος εἶναι ἓνας διακεκριμένος λόγος, ποὺ οἱ ὅροι του καθορίζονται κυρίως ἀπὸ τὸ εἶδος τῆς ἐπικοινωνίας, τὸ ὁποῖο εἶναι ἐπιφορτισμένος κάθε φορά νὰ ἐπιτελέσει, ἀλλὰ καὶ ἀπὸ τοὺς παράγοντες ποὺ συμμετέχουν στὸ εἶδος αὐτὸ τῆς ἐπικοινωνίας (πομπός, δέκτης, μορφή μηνύματος, μέσο). Εἶναι λόγος δημόσιος, μὲ τὴν ἔννοια ὅτι τὸν ἐνδιαφέρουν τὰ σημαντικὰ καὶ τὰ σπουδαῖα, εἶναι πληροφοριακός, συχνὰ ἰδεολογικὰ φορτισμένος, πειθαναγκαστικός, σπάνια λογοτεχνικὸς καὶ ἐπιστημονικὸς, κατὰ κανόνα ἀκριβολόγος, σαφής, σύντομος. Ἡ δομὴ τοῦ δημοσιογραφικοῦ κειμένου εἶναι προσανατολισμένη πρὸς τὴν ἀποτελεσματικὴ πρόσληψή του ἀπὸ τὸν δέκτη (Χατζησαββίδης, 2000: 33). Ἐπιπλέον, ὁ ἐπαγγελματικὸς δημοσιογραφικὸς λόγος εἶναι στὴ βάση του πολυφωνικός, τόσο ὑπὸ τὴν ἔννοια τῆς διακειμενικότητας, καθὼς τὸ δημοσιογραφικὸ κείμενο τροφοδοτεῖται ἀπὸ ἄλλα κείμενα τεκμηρίωσης, ὅσο καὶ ὑπὸ τὴν ἔννοια τῆς διαστρωμάτωσης, λόγω τῶν ἐπανεγγραφῶν καὶ τῶν παρεμβάσεων ποὺ ἔχει δεχτεῖ ὡς τὴν τελικὴ του μορφοποίηση. Ἐνα ἐρώτημα ποὺ τίθεται εἶναι ἐὰν ὑπάρχει μία διακριτὴ ποικιλία ὅφους (*register*) ποὺ νὰ χαρακτηρίζει τὸ σύνολο τῆς δημοσιογραφικῆς γλώσσας καὶ

ἐὰν μπορούμε νὰ μιᾶμε γιὰ δημοσιογραφικὸ ὕφος (*journalese*) ἄμεσα ἀναγνωρίσιμο ἀπὸ τοὺς ἀποδέκτες τῶν ΜΜΕ (Πολίτης, 2001: 115-118).

Ποικίλες γλωσσολογικὲς ἐργασίες (ὅπως, λόγου χάρη, τοῦ Jucker τὸ 1992) καταλήγουν στὸ ὅτι κατὰ τὴν ὀριοθέτηση τῆς δημοσιογραφικῆς γλώσσας θὰ πρέπει νὰ ἀποκλείσουμε κείμενα μὲ ὑβριδικὴ γραμματικὴ ταυτότητα (λόγου χάρη δοκίμιο) καὶ ἀδιάφορα πρὸς τὴν ἐπικαιρότητα (λόγου χάρη ἐπιστημονικὸ ἄρθρο), καθὼς καὶ στὸ ὅτι ὁ περιληπτικὸς αὐτὸς χαρακτηρισμὸς (δημοσιογραφικὴ γλώσσα) δὲν ὀρίζει μίαν αὐστηρὰ προσδιορισμένη ποικιλία ὕφους, ποὺ νὰ μπορεῖ νὰ ἀντιδιασταλεῖ πρὸς ἄλλες γνωστές, ὅπως εἶναι ἡ νομικὴ καὶ ἡ θεολογικὴ. Κι αὐτὸ διότι ἡ γλώσσα τῶν ἐπαγγελματιῶν δημοσιογράφων εἶναι ὑποχρεωτικὰ ἐκλεκτικιστικὴ, καθὼς ὑπαγορεύεται ἀπὸ τὴν παράδοση κάθε εἴδους χωριστά, λαμβάνοντας ὑπόψη ὅτι καὶ ἡ παράδοση αὐτὴ μὲ τὴ σειρά της προσδιορίζεται ἀπὸ ἱστορικὰ καὶ κοινωνικὰ συμφραζόμενα. Συνεπῶς, ὁ ὅρος γλώσσα τῶν ΜΜΕ (*media language*) εἶναι ἕνας λιγότερο ὑφολογικὸς καὶ περισσότερο τυπολογικὸς χαρακτηρισμὸς τοῦ «σκληροῦ πυρήνα» τῶν κειμένων τῆς ἐπαγγελματικῆς δημοσιογραφίας, ἡ ὁποία ἐνδιαφέρεται κυρίως γιὰ τὴ μετάδοση καὶ τὸν σχολιασμὸ τῶν εἰδήσεων (Πολίτης, ὅ.π.). Ὡστόσο οἱ ραγδαῖες καὶ διαρκεῖς ἀλλαγές στὸν τεχνολογικὸ τομέα δημιουργοῦν ἀσταμάτητα νέα ἐρευνητικὰ πεδία καὶ ἐρωτήματα γιὰ τὴ φύση, τὶς προκλήσεις καὶ τὰ μεταβαλλόμενα χαρακτηριστικὰ τοῦ δημοσιογραφικοῦ λόγου, συμβατι-

κοῦ ἢ ἐναλλακτικοῦ καὶ συμμετοχικοῦ, καθὼς καὶ γιὰ τὴν κοινωνιολογικὴ ἀνάλυση τῶν ἰδιαίτερων σημειολογικῶν χαρακτηριστικῶν του κατὰ περιόδους καὶ συγκυρίες.

Ὡς πρὸς τὶς λειτουργίες, πρωτογενῶς, ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος ἐπιτελεῖ τὴ λειτουργία τῆς διαμεσολάβησης μεταξὺ τῆς πραγματικότητος —ὅπως τουλάχιστον τὴν ἀντιλαμβάνεται ὁ παραγωγὸς τοῦ δημοσιογραφικοῦ κειμένου— καὶ τοῦ δέκτη, οὐσιαστικὰ μεταξὺ τῆς γνώσης ποὺ ἀποκτᾶ ὁ πομπὸς καὶ τῆς ἀγνοίας ἢ τοῦ ἐνδιαφέροντος τοῦ παραλήπτη νὰ μάθει γιὰ μία ἢ περισσότερες πραγματικότητες. Δευτερογενῶς, λειτουργεῖ διαμορφωτικά, κοινωνικοποιητικά, ἀλλὰ καὶ παιδαγωγικά, καθόσον μαζὶ μὲ τὴν ἐκπαίδευση ἐπιδρᾷ στὴ διαμόρφωση τοῦ γλωσσικοῦ αἰσθητηρίου τῶν ὁμιλητῶν μιᾶς γλώσσας, ἐνῶ παράλληλα διαμορφώνει συνειδήσεις καὶ ἰδεολογίες καὶ παιδαγωγεῖ ἄμεσα ἢ ἔμμεσα τοὺς ἐπικοινωνοῦμενους. Παράγει, προάγει καὶ προβάλλει γλωσσικὰ πρότυπα, εἰσάγει γλωσσικοὺς νεωτερισμοὺς καὶ νεολογισμοὺς καὶ ἐκφράζει τὴ στάση του ἀπέναντι στὴ γλώσσα (Χατζησαββίδης, ὁ.π.: 35-37), τὴν ὁποία καὶ μπορεῖ νὰ ἐπηρεάζει δραστικά.

Ὡς ζητούμενη ἐξακολουθεῖ νὰ θεωρεῖται μία ὑστερογενὴς μὲν, πλὴν ὅμως κρίσιμη, λειτουργία ποὺ θὰ ὄφειλε νὰ ἐπιτελεῖ. Πρόκειται γιὰ τὴ συρρικνωμένη καὶ σταθερὰ παραμελημένη ἕως σήμερα, ἀνατροφοδοτικὴ λειτουργία. Ἡ θεσμοθέτηση πρακτικῶν καὶ δράσεων ποὺ θὰ ἐπέτρεπαν τὴν ἐνίσχυση τῆς ἀνατρο-

φοδοτικής λειτουργίας σὲ βάρος τῆς ἐξουσιαστικῆς ἢ μιᾶς γενικότερης ρυθμιστικῆς καὶ κανονιστικῆς κατεύθυνσης ἀπὸ τῆ μεριά τοῦ δημοσιογραφικοῦ λόγου θὰ καθιστοῦσε τὰ Μέσα Μαζικῆς Ἐνημέρωσης σὲ Μέσα Μαζικῆς Ἐπικοινωνίας καὶ φορεῖς δημοκρατικῶν κοινωνικῶν ἀγαθῶν, μὲ πρῶτο αὐτὸ τῆς κατὰ τὸ δυνατὸν ἀντικειμενικῆς ἐνημέρωσης.

Ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος ἔχει μελετηθεῖ στὸ πλαίσιο τῆς Κριτικῆς Ἀνάλυσης Λόγου (*Critical Discourse Analysis*) ὡς ἓνα ἰσχυρὸ πεδίο προβολῆς, ἰδεολογικῶν ρόλων καὶ ἀντιπαραθέσεων, μὲ τὴ γλώσσα νὰ ἀντιμετωπίζεται ὡς ὄργανο ἐξουσίας, ἐλέγχου καὶ κοινωνικῆς διαμόρφωσης τῆς πραγματικότητος. Ὁ Fairclough (1995) κάνει ἔγκαιρα λόγο γιὰ ἐπικοινωνιακὲς πρακτικὲς οἱ ὁποῖες χαρακτηρίζονται ἀπὸ ἔλλειψη διαφάνειας, μὲ συνέπεια οἱ ἀποδέκτες τῶν διαφόρων κειμένων νὰ μὴν ἀντιλαμβάνονται τίς ἰδεολογίες τίς ὁποῖες αὐτὰ ὑπηρετοῦν ἀλλὰ καὶ τοὺς κινδύνους ποὺ ἡ (αὐτόματη) ἀναπαραγωγή τους συνεπάγεται.

Ἐξάλλου, σύμφωνα μὲ τίς ἀρχές τῆς Κριτικῆς Ἀνάλυσης Λόγου, τίς περισσότερες φορὲς ἡ ἰδεολογία τῶν κειμένων εἶναι λανθάνουσα παρὰ ρητὰ ἐκπεφρασμένα, δεδομένου ὅτι μὲ βάση τὴ σχολὴ αὐτὴ ἐπιχειρεῖται μία διαφορετικὴ προσέγγιση, ἡ ὁποία βασίζεται στὴν ἀνάλυση τοῦ περιεχομένου. Ἐπικεντρώνεται στὴν ἄρθρωση τῆς οὐσίας καὶ τοὺς κοινωνικοπολιτικούς περιορισμούς της, δηλαδή σὲ κοινωνικά καὶ πολιτικὰ θέματα ποὺ συνδέονται μὲ τὰ κείμενα καὶ τὴ δημιουργία τους. Ἡ γλωσσικὴ ὑπόσταση ἐμφανίζεται

πάντοτε προ-παρασκευασμένη, δηλαδή οργανωμένη και προετοιμασμένη από τις κυρίαρχες ιδεολογίες και το κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον. Η γλωσσική μορφή δεν αντανακλά μηχανικά την εξωτερική πραγματικότητα, αλλά συνιστά σε μεγάλο βαθμό την ίδια την πραγματικότητα και τη γνώση μας γι' αυτήν (Γεωργακοπούλου και Γουτσοσ, 1999: 40-41, 218). Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον κάθε γλωσσολογική ή ιδεολογοκριτική ανάλυση του δημοσιογραφικού λόγου σε εύρεια έκταση, γεγονός που επιχειρείται τις τελευταίες δύο δεκαετίες με συστηματικότητα και σε ό,τι αφορά την ελληνική βιβλιογραφία.

1.2. Όψεις και χαρακτηριστικά του δημοσιογραφικού λόγου

1.2.1. Ως λόγος κοινωνικός

Η παρατηρούμενη γλωσσική πολυμορφία και η κοινωνική της διάσταση αφορά άμεσα τον χώρο της δημοσιογραφίας στον βαθμό που ο δημοσιογραφικός λόγος ή η δημοσιογραφική γλώσσα αποδίδουν και εκφράζουν πληροφορίες και βιώματα που (πρέπει να) προέρχονται από όλα τα κοινωνικά στρώματα τα οποία έχουν τις δικές τους γλωσσικές ποικιλίες (Πολίτης, 2001: 115). Έξάλλου μεγαλύτερη σημασία από το κυριολεκτικό νόημα των λέξεων έχει το νόημα που παίρνουν οι λέξεις σύμφωνα με το κοινωνικό τους πλαίσιο και τις κοινωνικές σχέσεις των ομιλητών/-τριών (Φρα-

γκουδάκη, 1999: 37).¹ Ἐπιπλέον ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος διακρίνεται γιὰ τὴν κοινωνικοποιητικὴ του λειτουργία μὲ τὴν ἔννοια τῆς ἐνσωμάτωσης τοῦ ἀτόμου στὴν κοινωνία (Χατζησαββίδης, 2000: 39), ἀλλὰ καὶ τῆς διαμόρφωσης τῆς λεγόμενης «κοινῆς γνώμης». Κατὰ τὸν Χατζησαββίδη, ὁ λόγος ποὺ ἐκφέρεται ἀπὸ τοὺς δημοσιογράφους ἀποτελεῖ προῖον μιᾶς ἰδεολογίας, ἣ ὁποία κατὰ κανόνα δὲν ἀντιπροσωπεύει μόνον τὴν ἰδεολογία τοῦ παραγωγοῦ, ἀλλὰ ἀποτελεῖ ἓνα εἶδος συνισταμένης τῶν ἐπιμέρους ἰδεολογιῶν τῶν ἀτόμων ποὺ διαμορφώνουν τὴ συνολικὴ ἰδεολογία, χαράσσουν τὴ «γραμμὴ» τοῦ μέσου ἀπὸ τὸ ὁποῖο μεταδίδεται ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος. Στὴ συνέχεια ἡ ἰδεολογία αὐτῆ, ἢ στοιχεῖα αὐτῆς, διαχέεται στὶς διάφορες κοινωνικὲς ομάδες. Κατὰ συνέπεια, κάθε μελέτη τοῦ δημοσιογραφικοῦ λόγου προϋποθέτει τὴ βαθιὰ γνώση τῶν ποικιλιῶν καὶ τῶν κοινωνικῶν καὶ ἄλλων παραμέτρων τους μὲ τίς ὁποῖες αὐτὸς σχετίζεται στενὰ ἢ τίς ἐνσωματώνει.

Ἡ ἀνάδειξη τῶν ἰδιαίτερων στοιχείων μιᾶς πολυεπίπεδης καὶ πολύμορφης κοινωνικῆς πραγματικότητας ἐμπίπτει στὰ ἐνδιαφέροντα τῶν ΜΜΕ καὶ τῶν δημοσιογράφων. Οἱ τελευταῖοι καλοῦνται κατὰ κανόνα ἀπὸ τίς ἴδιες τίς ομάδες νὰ ἐπιδείξουν ἐνδιαφέρον ἀπέναντί τους, εἴτε ἐπιλέγοντας μιὰ ἀνάλογη θεματολογία στὶς δημοσιογραφικὲς τους ἔρευνες εἴτε σεβόμε-

1. Ἐκτὸς βέβαια ἀπὸ τὸ κοινωνικὸ πλαίσιο, κρίσιμη σημασία ἔχει καὶ τὸ πολιτικὸ καὶ οἰκονομικὸ πλαίσιο, ὅπως θὰ καταδειχθεῖ στὸ τρίτο μέρος τοῦ βιβλίου.

νοι τούς εκάστοτε γλωσσικούς κώδικες και την ιδιαίτερη έθνοτική ταυτότητα τών μελών μιᾶς συγκεκριμένης γλωσσικῆς κοινότητας (Τσοκαλίδου, 2001: 115), χωρίς διάθεση ρατσισμού και προκατάληψης και μακριά ἀπό έμμονές σέ στερεοτυπικές ἀντιλήψεις.² Αὐτὴ ἢ προϋπόθεση κρίνεται ἀναγκαία προκειμένου ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος —και συνεπῶς και ὁ τηλεοπτικὰ μεταδιδόμενος και ἔκφωνούμενος— νὰ γίνεται ἀποδεκτὸς ἀπὸ τὴν κάθε γλωσσικὴ κοινότητα, ἡ ὁποία, ἐφόσον αἰσθάνεται ὅτι ἀντιμετωπίζεται μὲ διακριτικότητα και σεβασμὸ ἀπὸ τὸν φορέα του και τὸ εκάστοτε μέσο ἐνημέρωσης, ἀποκτᾶ ἕνα αἶσθημα ἐμπιστοσύνης και ἀσφάλειας ἀπέναντί του.

Σὲ κάποιες ὄψεις του ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος σήμερα, ὅταν δὲν ἐγκλωβίζεται σὲ στερεότυπα και προκαταλήψεις, μοιάζει νὰ ἐπιλέγει τὸν δρόμο τῆς χρήσης γλωσσικῶν μορφῶν ἀπὸ τίς γλῶσσες τοῦ κόσμου και κυρίως ἀπὸ τὴν ἀγγλική, οἱ ὁποῖες ὑποτίθεται ὅτι τοῦ προσδίδουν κύρος και μιὰ ἀπροσδιόριστη ἐπικοινωνιακὴ λάμψη. Ἐπίσης, συχνὰ χαρακτηρίζεται ἀπὸ

2. Γιὰ παράδειγμα, τὸ μεταναστευτικὸ ζήτημα και οἱ ἀπεικονίσεις του στὸν Τύπο, ἐλληνικὸ και διεθνὴ, ἀποτέλεσε ἕνα ἰσχυρὸ crash test ἀναφορικὰ μὲ τὴν ἰσχὺ τῶν στερεοτύπων. Γιὰ περισσότερα, βλ. και Ν. Tsitsanoudis-Mallidis και Ε. Dervenī (2018), «Emotive language: Linguistic depictions of the three year-old drowned refugee boy in the Greek journalistic discourse», *Interface*, Journal of European Languages and Literatures. National Taiwan University, 6, 1-38 (paper online, <http://interface.org.tw/index.php/if/article/view/52>).

αύθαιρεςία, ύπερβολή και μεγαλοποίηση (*exaggeration*) στὸ πλαίσιο μιᾶς ἀύξανόμενης τάσης γιὰ υἰοθέτηση ἑνὸς συνομιλιακοῦ ὕφους (*conversalization*).³ Μία ἀπὸ τίς συνέπειες τέτοιων ἐπιλογῶν εἶναι ἡ διαστρέβλωση τῶν γεγονότων (*factual distortion*) (Βαλιούλη, 2001: 9-22), ἡ διόγκωση τοῦ νοήματος τῶν λέξεων ὡς τὴν ἀπόλυτη ἐξόντωσή τους (Διαμαντάκου, 2001), και ἡ ἀπώλεια τῆς ἀξιοπιστίας και τῆς ἐγκυρότητας στὸ ἐπίπεδο τῶν ἀποδεκτῶν.

Ἡ ἐπίδραση ἀφορᾷ και τὸ γλωσσικὸ ἐπίπεδο τῶν παραληπτῶν, δεδομένης τῆς παιδευτικῆς ιδιότητάς⁴ ἑνὸς δημόσιου λόγου ὁ ὁποῖος μεταδίδεται σὲ διευρυμένα ἀκροατήρια ἀπὸ διαύλους μὲ ἰσχυρὴ ἀπήχηση και ἀύξημένο γόητρο. Ὡς ἐκ τούτου, εἶναι σχεδὸν ὑποχρεωτικὴ ἀπὸ τὴ μεριά τῶν σχεδιαστῶν και φορέων τοῦ δημοσιογραφικοῦ λόγου ἡ ἀναγνώριση και ὁ σεβασμὸς τῶν γλωσσικῶν ποικιλιῶν μιᾶς κοινότητάς, καθὼς και ἡ ἀντιπροσωπευτικότερη δυνατὴ παρουσία περισσότερων κοινωνικῶν μελῶν και ὁμάδων στὴν ἐπιλογή και διαμόρφωση τῆς θεματολογίας τῶν ἐρευνῶν τους. Ἐπιπλέον, θεωρεῖται ἐπιβεβλημένη ἡ ἀνάγκη γιὰ διασφάλιση στὰ μέλη τῆς κοινότητάς μιᾶς δυνατότητας παρέμβασης στὴ διαμόρφωση τῆς δημοσιογραφικῆς θεματολογίας ποὺ θὰ πρέπει νὰ ἀναδει-

3. Γιὰ τὸ συνομιλιακὸ ὕφος ἢ τὴν προφορικότητα βλ. και Ἄνδρουτσόπουλος, 2001: 167-183.

4. Γιὰ τὴν παιδευτικὴ λειτουργία τοῦ δημοσιογραφικοῦ λόγου, βλ. και Δ' Μῆρος.

κνύει τὰ προβλήματα καὶ τὰ ἐνδιαφέροντά τους. Αὐτὴ ἢ παρέμβαση δὲν μπορεῖ παρὰ νὰ εἶναι οὐσιαστικὴ καὶ ὅσο τὸ δυνατὸν λιγότερο διαμεσολαβημένη καὶ φιλτραρισμένη, διότι διαφορετικὰ τὸ μέσο ἐνημέρωσης ἐλέγχεται ὡς πρὸς τὶς βλέψεις του. Ἡ λαϊκὴ ἀντιπροσώπευση δὲν μπορεῖ νὰ ἐπιστρατεύεται ὡς ἐντυπωσιακὸ πειστήριο γιὰ ἓνα ὑποτιθέμενο «δημοκρατικὸ» καὶ «εἰλικρινὲς ἀνοιγμα» τοῦ μέσου πρὸς τὴν κοινωνία.

1.2.2. Ὡς λόγος ἰδεολογικός

Ἡ Φραγκουδάκη βασιζόμενη στὴν ἄποψη ὅτι ἡ ἱεραρχικὰ δομημένη κοινωνικὴ πραγματικότητα ὄχι μόνον ἐκφράζεται ἀλλὰ καὶ ἀναπαράγεται μέσω τῆς γλώσσας, ἀλλὰ καὶ στὸ ὅτι οἱ ἐκπρόσωποι τῶν διαφόρων ἐξουσιῶν καταχρῶνται τὴν κοινωνικὴ νομιμότητά τους ὡς πομπῶν, μετατρέποντας τὴ γλώσσα σὲ ὄπλο γιὰ τὴν ἄσκηση βίας, εἰσάγει τὸν ὄρο ἰδεολογικὴ γλώσσα. Ὡς τέτοια ὀρίζει τὴν κατάχρηση τῆς νομιμότητας ποὺ παράγει ἀποδοχὴ, ἢ ὁποῖα δίδει μαγικὲς ιδιότητες στὴ γλώσσα τῶν ἐξουσιῶν, παραβιάζοντας τὴν ἐπικοινωνία καὶ ἐπιβάλλοντας στὸν δέκτη τὴ σιωπὴ. Κατὰ τὴν ἴδια, ἡ ἰδεολογικὴ γλώσσα καταργεῖ ἀπὸ τὸν λόγο τὴ διπολικὴ ιδιότητα καὶ ἀπὸ τὸν δέκτη τὸν ρόλο τοῦ ἐξίσου κύριου προσώπου τῆς ὁμιλίας. Καταστρέφει τὴν πολιτικὴ τῆς τοῦ λόγου καὶ στὴ θέση του τοποθετεῖ τὸν ἐξουσιαστικὸ μόνολογο, μάλιστα μὲ συγκεκριμένα μορφικὰ χαρακτηριστικά, ποὺ λειτουργοῦν κατὰ τρόπο ἐκβιαστικὸ στὸν δέκτη καὶ προστατεύουν

τόν πομπό από τή λογική έπεξεργασία τών μηνυμάτων και έπομένως τήν κριτική. 'Η ιδεολογική γλώσσα, «χειρισμός τής γλώσσας που παγιδεύει και έξαπατά», ή όποία παράγει έκβιαστικά τήν άποδοχή τών λεγόμενων του όμιλητή «παρά και πέρα από τό νόημα και κάποτε παρά τήν άπουσία νοήματος», είναι λόγος (*discourse*) πληθωρικός, άξιολογικός, εύφημιστικός, συμφορματικός, διχοτομικός και αύταπόδεικτος. Με τήν παρανόηση, τήν άκατανοησία και τή φίμωση ή τήν καταστολή του αντίλογου, άσκει ούσιαστικά βία στον δέκτη (1999: 154-155, 182).

Αναζητώντας, με βάση τις παραπάνω έπισημάνσεις, τις διαφορές και τις όμοιότητες στο επίπεδο τών μορφικών χαρακτηριστικών μεταξύ τής ιδεολογικής γλώσσας και του δημοσιογραφικού λόγου, θα προχωρήσω σε μιá σειρά από παρατηρήσεις. Ένδεικτικά έστιάζω στον τηλεοπτικώς έκφερόμενο τηλεοπτικό λόγο, που είναι και ό περισσότερο προβεβλημένος.

α) Είναι πληθωρικός ό δημοσιογραφικός λόγος; Ό τηλεοπτικός δημοσιογραφικός λόγος διαθέτει άρκετά μορφικά στοιχεία πληθωρισμού, όπως είναι ή μεγάλη συχνότητα όρισμένων τύπων, οι ρητορικές επαναλήψεις, ή μεγαλληγορία, οι ξενισμοί, οι νεολογισμοί, ή συστηματική χρήση λαϊκόμορφων κατασκευών. Οι τελευταίες, μαζί με τους νεολογισμούς και τά «κλισέ», ένδεχομένως ύπηρετούν τήν καλλιέργεια τής «στάσης είκονικής εύμένειας» προς τον άποδέκτη,⁵ δηλαδή τής

5. Στη στάση αυτή θα αναφερθώ αναλυτικά στο Β' Μέρος.

εμφάνισης τοῦ δημοσιογράφου καὶ τοῦ μέσου ὡς φορέων προσιτῶν, προσηγῶν καὶ φιλικῶν πρὸς τοὺς ἀποδέκτες, τῶν ὁποίων τὰ συμφέροντα ὑποτίθεται πὼς ὑπηρετοῦν.

Ἀπεναντίας ὁ σύγχρονος τηλεοπτικὸς δημοσιογραφικὸς λόγος δὲν φαίνεται νὰ διακρίνεται ἀπὸ μιὰ σειρά ἄλλων στοιχείων ποὺ χαρακτηρίζουν μιὰ μορφή λόγου πληθωρική, ὅπως εἶναι ἡ χρήση τῶν μακριῶν περιόδων, ἡ καθαρευουσιάνικη καὶ περίπλοκη σύνταξη, ἡ ἐξεζητημένη συντακτικὴ δομὴ, ἡ χρήση σπάνιων καὶ ἐπιτηδευμένων λέξεων καὶ φράσεων⁶ ἢ ἡ συστηματικὴ χρήση ἀρχαίων λέξεων. Ἡ ἀποφυγὴ μιᾶς τέτοιας ἐπιτήδευσης δὲν ὀφείλεται στὴν ἀνάγκη γιὰ ὑπέρταση τῆς ταχύτητας στὴν ἐπικοινωνία, ἀλλὰ γιὰ περιορισμὸ τῶν ἀσαφειῶν, τῆς νοηματικῆς σύγχυσης καὶ τῶν φλύαρων πλεονασμῶν. Παρατηροῦνται βέβαια ἀμφισημίες ἢ ἀχρωμοσημίες (Μπαμπινιώτης, 1994: 196). Κατὰ κανόνα πάντως, ἐπιδιώκεται ἡ σαφήνεια καὶ ἡ ταχεία δόμηση κατανοητῶν νοημάτων.

Ἡ ἐπιτυχὴς ἐγκατάσταση τοῦ ἰδεολογικοῦ χαρακτηριστῆρα προϋποθέτει ὥστόσο τὴν παρουσίαση ἑνὸς «γεγονότος», σὲ προεξαγγελτικὸ ἢ μετεξαγγελτικὸ στάδιο, μὲ λεξιλόγιο ποὺ σημαίνει τὸ ἀνεπανάληπτο, τὸ πρωτοφανές, τὸ μοναδικό. Σὲ ἓνα τέτοιο πλαίσιο, ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος λειτουργεῖ ὡς ἓνα εἶδωλο σὲ

6. Ἡ περιγραφή αὐτὴ, εἰδικὰ σὲ ὅ,τι ἀφορᾷ τὰ ἑλληνικὰ δεδομένα, θὰ ἀνατραπεῖ ἀπὸ τὸ 2009 κ.έ., ὅταν ἡ χώρα θὰ ὑποχρεωθεῖ νὰ ἐνταχθεῖ στὸ καθεστῶς τῶν μνημονίων. Γιὰ τίς ἀλλαγές στὴ γλώσσα σὲ αὐτὴ τὴν περίοδο, βλ. Γ' Μέρος.

παραμορφωτικό καθρέφτη (Χατζησαββίδης, 2000: 71). 'Ο Fiske υποστηρίζει ότι από κειμενική άποψη δέν υπάρχουν μεγάλες διαφορές ανάμεσα στα τηλεοπτικά δελτία είδήσεων και τις τηλεοπτικές σειρές αὐτοτελών ἢ συνεχόμενων ἐπεισοδίων. «*Η ἀγάπη τῆς τηλεόρασης για δραματοποίηση ιστοριῶν πού βασίζονται σέ πραγματικά γεγονότα δείχνει πόσο εύκολα οί κειμενικές μορφές της περνούν τὰ εύρύτερα ὄρια μεταξύ γεγονότος και μυθοπλασίας*». Και προσθέτει: «*Μέ κειμενικούς ὁρους, οί είδήσεις μπορεί νά μή διαφέρουν και πολύ ἀπό μία σαπουνόπερα*» (2000: 415).

Ἔτσι ὁ δέκτης μένει μέ τήν ἐντύπωση ὅτι ἐπικοινωνεῖ, ὅτι κατανοεῖ και κρίνει, ὅτι διατηρεῖ τή θέση τοῦ δευτέρου πόλου τῆς ἐπικοινωνίας, ὡς ἓνα ἀπό τὰ δύο κύρια συστατικά της. Κατ' οὐσίαν βρίσκεται παγιδευμένος και ἐγκλωβισμένος σέ ἓναν κατ' ἐπίφαση ρόλο μιᾶς κατ' ἐπίφαση ἐπικοινωνίας, ἀκριβῶς λόγω τῆς βίαιης καταστροφῆς πού ἐπιφέρει στήν πολικότητά της ἢ «τρομοκρατική» κυριαρχία τοῦ πομποῦ, ὁ ὁποῖος συντηρεῖ και παγιώνει τήν ἀπόσταση τῆς ἀνωτερότητάς του ὡς είδήμονος. Μοιραῖα μπορεί νά τεθεῖ τὸ ἐρώτημα ἐάν ἡ πληθωρική μορφή μπορεί νά ἐξαναγκάζει τὸν ἐπικοινωνούμενο στό νά ἀναλαμβάνει τήν εὐθύνη για τὰ πιθανὰ κενὰ στήν κατανόηση τοῦ μηνύματος ἢ και νά τὸν ὀδηγεῖ σέ ἓνα εἶδος ὑποτέλειας τῆς σιωπῆς, ἀπό τὸν φόβο ὅτι ἀναγνωρίζοντας πῶς δέν κατανοεῖ, ὁμολογεῖ τήν ὑποτιθέμενη («ἀναξιότητά») του.⁷

7. Βλ. και ὁμιλία μου στό συνέδριο τῆς TED-X University

β) *Εἶναι ἀξιολογικὸς ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος;* Ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος διακρίνεται καὶ γιὰ τὸν ἀξιολογικὸ του χαρακτήρα καὶ μορφή, καθὼς μέσα ἀπὸ τὸ λεξιλόγιο ποὺ χρησιμοποιεῖ ὁ ὁμιλητὴς/δημοσιογράφος, τὴ δομὴ τῶν προτάσεών του, τοὺς γραμματικoὺς τύπους, ἢ μέσω τῆς σύνταξης, λανθάνουν ἀξιολογήσεις καὶ κρίσεις ἀπέναντι σὲ πρόσωπα καὶ πράγματα, οἱ ὁποῖες δεσμεύουν ἔως καὶ ἐκβιαστικὰ τὸν ἀποδέκτη, ὥστε αὐτὸς νὰ μὴ διαθέτει μεγάλα περιθώρια νὰ ἀμφισβητήσῃ ὄχι μόνον τὰ ρητὰ ἀλλὰ καὶ τὰ ἄρρητα μηνύματα ποὺ προσλαμβάνει. Γιὰ παράδειγμα, λέξεις μὲ σημαντικὴ ἠθικὴ διάσταση καὶ φόρτιση, ὅπως *λαός, παράδοση, ἔθνος, ἰσχυροποιῶν τὸ ἐκπεμπόμενο μήνυμα*, σὲ σημεῖο νὰ θεωρεῖται περιττὴ ἢ περαιτέρω αἰτιολόγηση καὶ ἀπόδειξη τῶν νοημάτων ποὺ ἐμπερικλείει. Κατὰ τὴ Φραγκουδάκη (ὁ.π. : 162), πρόκειται γιὰ λέξεις-ἀξίες οἱ ὁποῖες κατασκευάζουν μηνύματα ἄτρωτα σὲ κάθε χειρισμό. Ἄλλὰ καὶ φράσεις ὅπως «*ἐνημέρωση τῆς κοινῆς γνώμης*», «*ἀντικειμενικότητα*», «*πληροφόρηση τοῦ πολίτη*» ἢ «*στὴν ὑπηρεσία τῆς ἐνημέρωσης*», φράσεις δηλαδὴ ποὺ ἔχουν τὴν ἀναφορὰ καὶ τὰ ἐρείσματά τους σὲ ἀναφαίρετα δημοκρατικὰ δικαιώματα τοῦ πολίτη ἢ σὲ ἀδιαμφισβήτητες ἀξίες καὶ ἀρχές, ἔχουν κατὰ κόρον χρησιμοποιηθεῖ στὰ ΜΜΕ. Ἐπιστρατεύονται, εἰδωλοποιοῦνται καὶ τίθενται

of Macedonia, μὲ θέμα «Τὸ χάσμα» καὶ τίτλο «Τὸ λάθος ἀλλοῶς», Θεσσαλονίκη, 3.11.2018 (<https://www.youtube.com/watch?v=c0t49NhrjYE>. A different kind of mistake).

στήν ύπηρεσία τοῦ φορέα τοῦ δημόσιου λόγου, προκειμένου νὰ ἐπιτυγχάνεται δραστικότερα καὶ ἀποτελεσματικότερα ἢ διαμόρφωση καὶ ὁ ἔλεγχος τῆς κοινῆς γνώμης κατὰ τρόπον τοῦ νὰ ἐξυπηρετεῖ τοὺς ὑπάρχοντες συσχετισμοὺς δυνάμεων καὶ τῆ συντήρηση τῆς κυρίαρχης ομάδας στήν κορυφή τῆς κοινωνικῆς, πολιτικῆς ἢ καὶ οἰκονομικῆς πυραμίδας. Ὁ ἐπικοινωνούμενος ὁδηγεῖται στή δέσμευση νὰ μὴ διανοηθεῖ νὰ ἀμφισβητήσῃ τὸ «αὐτονόητο» καὶ «αὐταπόδεικτο» παρὰ μόνον ἐὰν διέπεται ἀπὸ ἀντιδραστικότητα, ἀντιρρησιακὴ τάση, ἀπείθεια ἢ ἀπλῶς ἀπὸ γραφικότητα.

γ) *Εἶναι συμφυρματικὸς ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος;* Ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος ὀρισμένες φορὲς δύναται νὰ κατασκευάζῃ γλωσσικὰ καὶ νοηματικὰ μείγματα ποὺ ἐνδέχεται νὰ ἐμποδίζουν τὴν κατανόηση καὶ τὴν κριτικὴ ἀντιμετώπιση τοῦ μηνύματος. Μάλιστα, ἐὰν ληφθεῖ ὑπόψη ὅτι ἓνας ἀπὸ τοὺς στόχους εἶναι ἡ δημιουργία ἑνὸς ἐλκυστικοῦ προϊόντος, μπορεῖ νὰ ἐρμηνευτεῖ εὐκολότερα τὸ γιατί ὁ λόγος προσλαμβάνει ὀρισμένες φορὲς καὶ υἱοθετεῖ ἀφηρημένα μορφικὰ στοιχεῖα ἀκόμη καὶ στὶς βασικὲς του δομές.

δ) *Στὸν δημοσιογραφικὸν λόγον χρησιμοποιοῦνται συχνὰ καὶ οἱ εὐφημιστικὲς διατυπώσεις, οἱ ὁποῖες προσδίδουν στὸν φορέα του ἀλλὰ καὶ στὸ μέσο ἐνημέρωσης ἀδιαμφισβήτητο κύρος καθιστώντας ἀνεπίδεκτα κριτικῆς τὰ ἐκπεμπόμενα μηνύματα.* Οἱ δημοσιογράφοι καὶ τὰ ΜΜΕ στὰ ὁποῖα ἀπασχολοῦνται, αὐτοχρίζονται «ἀντικειμενικά», «ἀδέσμευτα», «ἀνεξάρτητα», «ἐλεύθερα», νομιμοποιώντας ἔστω καὶ αὐθαίρετα τὴ λει-

τουργία του μέσου και του έντεταλμένου από αυτό φορέα της έννημέρωσης. Οί εύφημιστικές διατυπώσεις συγκαταλέγονται στα ρητά μέσα που χρησιμοποιούνται, τὰ όποία, μαζί με τὰ άρρητα, συνδράμουν στην καλλιέργεια τής (ψευδο)εντύπωσης τής αντικειμενικότητας⁸ ή τής ανεξαρτησίας του μέσου. 'Ο δημοσιογραφικός λόγος επιδιώκει νά εμφανίζεται ως αντικειμενικός, άδέσμευτος και ανεξάρτητος, χωρίς νά είναι και χωρίς έκ τών πραγμάτων νά μπορεί νά είναι (Eco, χ.χ.: 34-38).⁹

8. "Ένα πείραμα που επιχειρώ συνήθως με τή συμμετοχή τών φοιτητών μου για νά κατανοήσουν τις δυσκολίες και τή ρευστότητα που χαρακτηρίζουν τήν έννοια τής αντικειμενικότητας είναι τó έξής: τήν ώρα του μαθήματος ζητώ από όλους νά περιγράψουν μέσα σε τρία λεπτά με πενήντα λέξεις περίπου αυτό που συμβαίνει και τó όποιο αντίλαμβάνονται εκείνοι. Είναι όλοι μάρτυρες του ίδιου γεγονότος στον ίδιο χρόνο και στον ίδιο τόπο. Στη συνέχεια καλούνται νά διαβάσουν τὰ κείμενά τους στους συμφοιτητές τους. Οί άπεικονίσεις και οί περιγραφές τους διαφέρουν, συχνά μάλιστα δραματικά, γεγονός που τροφοδοτεί στη συνέχεια τή συζήτηση για τήν έννοια τής αντικειμενικής περιγραφής. Σε ένα δεύτερο στάδιο, χωρίζω τήν τάξη σε δύο ομάδες. Η πρώτη ομάδα εντέλλεται νά αποδομήσει τó μάθημα και τόν δάσκαλο, και ή δεύτερη νά τόν έξυψώσει και νά έκφρασει έγκωμιαστικά ως προς τή διαδικασία. Με άλλα λόγια, δίνω «γραμμή» για έναν στρατευμένο και αξιολογικά έπιβαρυμένο λόγο. Στη συνέχεια διαβάζουμε τὰ κείμενά τους και διαπραγματευόμαστε τήν ποικιλία και τὰ άκρα στα όποία μπορεί νά φτάνει ή διαμόρφωση του περιεχομένου, όταν ó λόγος ρυθμίζεται από σκοπιμότητες και προθέσεις.

9. Βλ. και ύποενότητα 1.2.3.1.

ε) Ἐπιπλέον, ὅπως στὸν πολιτικὸ λόγον, ἔτσι καὶ στὸν δημοσιογραφικὸ, ἀποσιωπᾶται ἢ μετατίθεται τὸ ὑποκείμενο τῆς ὀμιλίας ἀπὸ τὸ «ἐγὼ» στὸ ἀξιολογικὸ «ἐμεῖς» (λόγου χάρι «ἐμεῖς παρέχουμε στοὺς τηλεθεατὲς μας ἀντικειμενικὴ ἐνημέρωση»), ὁπότε αὐτὸ ἀντιδιαστέλλεται καὶ ἀντιπαρατίθεται αὐτόματα μὲ τοὺς «ἄλλους» χωρὶς αὐτοὶ νὰ ὀρίζονται πάντα, οὔτε ὅμως καὶ νὰ ἀποδεικνύεται μὲ ἐπιχειρήματα τὸ γιατί δὲν ἔχουν «αὐτοὶ» τὶς ἀξιολογικὲς δυνατότητες ποὺ λανθάνουν ἄρρητα στὸ «ἐμεῖς». Αὐτοῦ τοῦ εἴδους ἡ ὄρατὴ ἢ συγκαλυμμένη ἀντιπαραθέση παραπέμπει καὶ σὲ ἓνα ἄλλο χαρακτηριστικὸ τοῦ ιδεολογικοῦ λόγου: τὴ διχοτόμηση (Φραγκουδάκη, ὁ.π.: 173). Ἡ ἀντιπαραθέση δύο δοσμένων ἀξιῶν ὑφίσταται ἐκ τῶν προτέρων καὶ ἡ κάθε δήλωση βασίζεται στὴ συνεχή, ἔμμεση καὶ ὑποβαλλόμενη, ἀντίθεση μεταξὺ τοῦ κακοῦ καὶ τοῦ καλοῦ, τοῦ ἠθικοῦ καὶ τοῦ ἀνῆθικο, τοῦ σωστοῦ καὶ τοῦ λάθους, τοῦ προοδευτικοῦ καὶ τοῦ ἀντιδραστικοῦ.¹⁰ Ὁ δημοσιογράφος τοποθετεῖ τὸν ἐαυτὸ

10. Γιὰ παράδειγμα, σὲ ἔκθεση τῆς Εὐρωπαϊκῆς Ἐπιτροπῆς κατὰ τοῦ ρατσισμοῦ καὶ τῆς μισαλλοδοξίας (ECRI, «Annual Report on ECRI's Activities», Ἰούνιος 2017) ἀναφέρεται «πολιτικὸ κλίμα στὸ ὁποῖο οἱ ξένοι ἀντιμετωπίζονται ὡς ἀπειλὴ γιὰ τὴν ταυτότητα, τὸν πολιτισμὸ καὶ τὴν οἰκονομικὴ εὐημερία τῶν πολιτῶν». Ἐπίσης τὸν Σεπτέμβριο τοῦ 2019, ἡ ἀπόφαση τῆς νέας προέδρου τῆς Κομισιὸν Οὐρσουλα φὸν ντέρ Λάιεν νὰ μετονομάσει τὸ χαρτοφυλάκιο γιὰ τὴ μετανάστευση καὶ τὴν ἀσφάλεια ὡς χαρτοφυλάκιο «γιὰ τὴν προστασία τοῦ εὐρωπαϊκοῦ τρόπου ζωῆς» ἀποτέλεσε ἀντικείμενο ἔντονης κριτικῆς.

του εξαρχής από την πλευρά του ήθικοῦ, τοῦ ἀληθοῦς καὶ τοῦ σωστοῦ, πὸν καλεῖται νὰ ἀντιπαρατεθεῖ μὲ τὸ κακὸ, τὸ ἀνήθικο, τὸ λάθος ἢ τὸ ψευδές, χωρὶς νὰ χρειάζεται νὰ τεκμηριώνει τὸ γιατί ὁ ἴδιος εἶναι ταυτισμένος μὲ αὐτὲς τὶς ἀξίες, καθὼς καὶ μόνον ἢ ἐπίκλησή τους ἀρκεῖ γιὰ νὰ βρίσκεται εἰκονικὰ τουλάχιστον συνδεδεμένος καὶ ταυτοποιημένος μαζί τους.¹¹ Ὅπως καὶ στὴν περίπτωση τῶν πολιτικῶν πὸν ἐπιστρατεύουν τὴν ιδεολογικὴ γλῶσσα,¹² ἔτσι καὶ οἱ δημοσιογράφοι

Βλ. καὶ https://www.efsyn.gr/kosmos/eyropi/210239_fasistiki-ritoriki-i-prostasia-toy-eyropaikoy-tropoy-zois.

11. Τὸ στοιχεῖο τῆς διχοτόμησης ἀπασχολεῖ πολὺ ἔντονα τὰ τελευταῖα χρόνια τὸν δημόσιο λόγο στὴν Ἑλλάδα. Χαρακτηριστικὸ εἶναι τὸ πρόγραμμα πὸν ἀνέλαβε ἀπὸ τὸ 2017 ἡ ΕΡΤ Δημόσια Ραδιοτηλέβραση· βλ. καὶ <https://www.respectwords.org/el/seminar-ert/>. Ἀντίστοιχοι προβληματισμοὶ ἀπασχόλησαν καὶ τὸ 5ο Διεθνὲς Θερινὸ Πανεπιστήμιο «Ἑλληνικὴ γλῶσσα, πολιτισμὸς καὶ ΜΜΕ» πὸν πραγματοποιήθηκε στὶς 7-14.7.2019 μὲ εἰδικὸ θέμα «Ἡ γλῶσσα τοῦ “ἄλλου”». Ἡ ἠθικὴ τῆς ἐτερότητας», βλ. καὶ ὑποενότητες 4.1.1 καὶ 4.4, καθὼς καὶ <https://www.tovima.gr/2019/02/06/culture/i-syros-kai-i-glossa-tou-allou/>.

12. Οἱ Γεωργακοπούλου καὶ Γοῦτσος (1999: 206) ἐπικαλοῦνται τὴν κλασικὴ ἀνάλυση ἀπὸ τὸν Fairclough (1989) μιᾶς ραδιοφωνικῆς συνέντευξης πὸν ἔδωσε τὸ 1985 ἡ Μάργκαρετ Θάτσερ ὡς πρωθυπουργὸς τῆς Μεγάλης Βρετανίας. Στὸ πλαίσιο αὐτῆς τῆς ἀνάλυσης ἐξετάζεται ἡ χρῆση ἀντωνυμικῶν τύπων καθὼς καὶ οἱ τρόποι μὲ τοὺς ὁποίους ἡ Θάτσερ ἐνάλλασε ἔντεχνα τὸν ἀντωνυμικὸ τύπο «ἐμεῖς» —ἄλλοτε γιὰ νὰ δηλώσει ὡς ἔννοια σύσσωμο τὸν βρετανικὸ λαό, ἄλλοτε ἀναφερόμενη στὸ κόμμα τῆς (Συντηρητικοί) καὶ ἄλλοτε παραπλανητικὰ («ἐμεῖς

«έκπροσωποῦν τὸ λαϊκὸ αἶσθημα»), μὲ τὶς διάφορες ἐρωτήσεις ποὺ μποροῦν νὰ ὑποβάλουν στοὺς καλεσμένους τους, στὶς ἐκπομπές τους ἢ μὲ τὶς διάφορες παρεμβάσεις τους. Μεθερμηνεύουν τὰ συναισθήματα καὶ τὶς ἀντιδράσεις τῆς κοινῆς γνώμης καὶ γενικὰ λειτουργοῦν ὑπὲρ τῶν συμφερόντων της (ὅπως διατείνονται, ἢ ὑποτίθεται, ἢ τεκμαίρεται ὅτι τὸ κάνουν). Κατὰ κάποιον τρόπο, ὁ λόγος τους ἐπιδιώκεται νὰ καταστεῖ ἰσχυρὸς καὶ ἀδιάψευστος καὶ νὰ συρρικνώσει τὸ πεδίο τῶν πιθανῶν ἀμφισβητήσεων.

στ) Ὁ δημοσιογραφικὸς λόγος εἶναι αὐταπόδεικτος ὡς λόγος ἀξιολογικὸς, διαβεβαιωτικὸς, εὐφημιστικὸς, ὡς λόγος τελικὰ ἐξουσιαστικὸς ποὺ μεταφέρει μηνύματα ὀριστικὰ καὶ ἐκ τῶν προτέρων χριζόμενα ὡς ἀληθινὰ καὶ ἀδιάψευστα, ἀκόμη καὶ ἂν αὐτὰ θὰ ἔχρηζαν ἀποδεικτικῷ ἐλέγχου καὶ τεκμηρίωσης. Φράσεις ὅπως «ἐγκυρες πηγές», «καλὰ ἐνημερωμένοι κύκλοι», «σύμφωνα μὲ ἀσφαλεῖς πληροφορίες μας», «σύμφωνα μὲ καλὰ ἐνημερωμένες πηγές» συνιστοῦν δεξαμενὲς νομιμότητας καὶ ἐγκυρότητας μέσα στὶς ὁποῖες ἐμβαπτίζεται καὶ «καθαγιάζεται» ὁ λόγος ὡς ἀξιόπιστος, ἀληθινός, αὐθεντικὸς, ταυτισμένος μὲ τὴ λογικὴ, τὴ γνώση καὶ τὸν κοινὸ νοῦ.

οἱ προνομιούχοι)— σὲ ἀντιδιαστολὴ μὲ τὸν τύπο «αὐτοῖ», ποὺ ἐξυπηρετοῦσε τὴν κατασκευὴ καὶ προβολὴ ὁμάδων ἐτερότητας. Ὁ λόγος χαρακτηρίζεταν ἀπὸ ἰσχυρὴ δεοντικὴ τροπικότητα, ποὺ ἀποτυπωνόταν μὲ τὴ χρῆση ρημάτων, ὅπως πρέπει, ὀφείλουμε κ.ἄ.