



Τηλεοπτικός Δημοσιογραφικός Λόγος

Ενότητα 3: Η προσωδία του τηλεοπτικού λόγου Ι

Περικλής Πολίτης, Αναπληρωτής Καθηγητής

Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ

Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

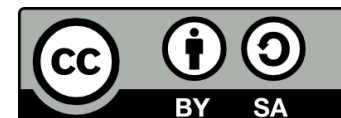


ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΤΟ ΗΧΗΤΙΚΟ ΚΑΝΑΛΙ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

I. ΤΑ ΦΩΝΗΤΙΚΑ / ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (1)

1. Τα χαρακτηριστικά της φωνής (παραγλωσσικά χαρακτηριστικά)

α. Ο επιτονισμός (intonation) και ο εμφατικός τονισμός λέξεων

- ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ. Η συνεχής μεταβολή του τονικού ύψους στη φωνή ενός ομιλητή για να εκφράσει διαφορετικές σημασίες:
 - Καθοδικός τόνος: απόφανση (**βεβαιότητα**)
 - Ανοδικός τόνος: ερώτηση ολικής άγνοιας (**αβεβαιότητα**)
 - Καθοδικός / ανοδικός τόνος: υπόθεση
 - Ανοδικός / καθοδικός: ισχυρή απόφανση
- ΕΜΦΑΤΙΚΟΣ ΤΟΝΙΣΜΟΣ. Η έμφαση (συνήθως οφείλεται σε μεγάλη μεταβολή τονικού ύψους) που δίδεται σε μια συλλαβή και κατευθύνει την προσοχή του ακροατή στο συγκεκριμένο τμήμα ενός εκφωνήματος ως νέα πληροφορία:
 - Η ΜαΡΙΑ έτρωγε κάτι
 - Η Μαρία Ετρωγε κάτι
 - Η Μαρία έτρωγε ΚΑτι



I. ΤΑ ΦΩΝΗΤΙΚΑ / ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (2)

- Διαφορές ως προς την εκφορά του λόγου ανάλογα με τη δημοσιογραφική παράδοση μιας χώρας (εκφραστικότητα vs. ουδετερότητα έκφρασης)
Παράδειγμα: ο εξατομικευμένος λόγος των γάλλων εκφωνητών σε αντίθεση προς τον «υπηρεσιακό» των γερμανών εκφωνητών
- **Δεν μιλούμε στην τηλεόραση όπως μιλούμε στον δρόμο**
- Η **θεατρική παράδοση** άφησε το ίχνος της εκφραστικής εκζήτησης στην εκφορά του τηλεοπτικού λόγου κατά τις πρώτες δεκαετίες της
- Παρά την «απο-θεατρικοποίηση» του τηλεοπτικού λόγου, οι επιτονικές του καμπύλες δεν είναι οι πιο φυσικές, κυρίως λόγω της **δευτερογενούς προφορικότητας**, δηλαδή της ανανεωμένης σπουδαιότητας που προσέλαβε ο προφορικός λόγος στις σύγχρονες κοινωνίες χάρη στις τεχνολογικές εξελίξεις που επηρεάζουν το σύστημα της μαζικής επικοινωνίας
- Η **ιδιαιτερότητα του επιτονισμού στον αθλητικό σχολιασμό και τα ρεπορτάζ**



Ι. ΤΑ ΦΩΝΗΤΙΚΑ / ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (3)

β. Η προσωδία

(οι παραλλαγές της φωνής ως προς το *ύψος*, την *ένταση*, το *τέμπο* και τον *ρυθμό*)

- ΧΡΟΙΑ. Η ειδική ηχητική ποιότητα της φωνής
- ΥΨΟΣ. Η ηχητική συχνότητα της φωνής (αριθμός περιόδων ανά δευτερόλεπτο) και η υποκειμενική εντύπωση της ηχητικής συχνότητας (οξύτητα).

Παράδειγμα: *ανδρική* φωνή vs. *γυναικεία* φωνή

- ΕΝΤΑΣΗ. Η δύναμη της φωνητικής παραγωγής και η υποκειμενική εντύπωσή της

Παράδειγμα: *ψίθυρος* vs. *Κραυγή*

- ΤΕΜΠΟ. Η ταχύτητα του ρυθμού ομιλίας
Παράδειγμα: *υψηλή* ταχύτητα (δυσκολία κατανόησης) vs. *χαμηλή* ταχύτητα (ευκολία κατανόησης)
- ΡΥΘΜΟΣ. Οι (μη) κανονικότητες που περιγράφουν το τέμπο



I. ΤΑ ΦΩΝΗΤΙΚΑ / ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (4)

- Γιατί «γράφουν» ορισμένες φωνές στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση;
- Το **ύψος** της φωνής είναι το πιο φανερό σημάδι του συναισθήματος:
όσο πιο οξύς ο τόνος της φωνής τόσο πιο ισχυρό το συναίσθημα
Παραδείγματα: reality shows, σίριαλ, talk shows, ρεπορτάζ ειδήσεων κ.λπ.
- Η **ένταση** της φωνής είναι σημάδι κοινωνικής ισχύος και συνδέεται άμεσα με τους επαγγελματικούς και συνομιλιακούς ρόλους των τηλεοπτικών προσώπων (δημοσιογράφων και μη)
- Το **τέμπο** της φωνής καθορίζει ουσιαστικά την ποσότητα των πληροφοριών που μπορεί κανείς να προσφέρει αλλά και να προσλάβει σε δεδομένο χρόνο
- Η **επίταση του τέμπο πέρα από ένα ορισμένο όριο γίνεται σε βάρος της πρόσληψης του λόγου**
- **Ο γενικός ρυθμός εκφοράς του λόγου επιταχύνεται μετά τη δεκαετία του 1970 ενώ, παράλληλα, πολλά κείμενα σμικρύνονται**
 - είτε για να προσαρμοστούν πάνω σε εικόνες
 - είτε για να χωρέσουν σε μια νόρμα εκφώνησης



Ι. ΤΑ ΦΩΝΗΤΙΚΑ / ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (5)

2. Τα γλωσσικά χαρακτηριστικά

ΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ

- Η τηλεόραση επιδεικνύει σήμερα μια πανοπλία που περιλαμβάνει όλα τα γλωσσικά επίπεδα, παρόλο που αυτά δεν κατανέμονται ισότιμα μέσα στον χρόνο της

Χαμηλή γλωσσική ποικιλία

- Εκπομπές ποικίλου περιεχομένου
- Εκπομπές σε ζώνες υψηλής τηλεθέασης
- Ιδίωμα της καθημερινής γλώσσας, «σκληρό» λεξιλόγιο, χιούμορ κ.ά.

Υψηλή γλωσσική ποικιλία

- Πολιτιστικές εκπομπές
- Εκπομπές που μεταδίδονται συνήθως αργά
- «Καλλιεργημένη» γλώσσα



I. ΤΑ ΦΩΝΗΤΙΚΑ / ΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (6)

Γλώσσα ειδικότητας

- Εκπομπές εκλαΐκευσης (για ιατρικές ανακαλύψεις, τεχνικές βελτιώσεις κ.ά.)
- Εκπομπές χρηστικές (μετεωρολογικά δελτία)
- Μετασχηματισμός της γλωσσικής μορφής
- Μετασχηματισμός του στόχου της ενημέρωσης (η κοινωνική όψη της εκλαΐκευσης)

Ιδιόλεκτος του παρουσιαστή / εκφωνητή

- Εκπομπές κάθε είδους
- Εκπομπές σε όλες τις ζώνες τηλεθέασης
- Αναγνωρίσιμο γλωσσικό προφίλ
- Λόγος προσωπικός και αντιπροσωπευτικός

- Η τηλεοπτική γλώσσα έπαψε να μιμείται τη γλώσσα των λογίων
 - Η τηλεοπτική γλώσσα έπαψε να μιμείται τη γλώσσα της λογοτεχνίας
 - Η τηλεοπτική γλώσσα αποτελεί πλέον παράδειγμα προς μίμηση
 - Η τηλεοπτική γλώσσα καθορίζεται από τις εντολές του προγραμματισμού
- Η τηλεοπτική γλώσσα δεν καθορίζεται από αισθητικά ή ηθικά κριτήρια**



ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ (1)

Η γραπτή γλώσσα

- Πολύ απέχει από το να είναι η πιο συχνή μορφή τηλεοπτικής γλώσσας
- Γλώσσα ονοματική (γραμματικά) και ελλειπτική (συντακτικά)

- Ζενερίκ

- > ενδείκτες πληροφοριών (ονομασία ενός προϊόντος)
- > δείκτες ακολουθίας (ονομασία των δημιουργών του προϊόντος)
- > μορφές αισθητικής έκφρασης (δήλωση της μορφής του προϊόντος)

- Τίτλοι τηλεοπτικών δελτίων κ.λπ.

- > βοηθούν στον χωροχρονικό εντοπισμό συμβάντων
- > διευθετούν την αταξία του κόσμου και την επικαιρότητα
- > συμπληρώνουν τις προφορικές πληροφορίες του παρουσιαστή

- Μεταγραφές αποσπασμάτων προφορικού λόγου



ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ (2)

Η προφορική γλώσσα

- Είναι πανταχού παρούσα στην τηλεόραση
- Συμπορεύεται με την εικόνα και τον ήχο, μονοφωνική ή πολυφωνική
- Οι δομές της είναι πιο απλές από εκείνες της γραπτής γλώσσας
- Σε διαλογικές μορφές ο έλεγχος των λεκτικών ανταλλαγών είναι διακύβευμα κοινωνικής ισχύος

- > ο παρουσιαστής παρέχει το δικαίωμα του λόγου (πότε;)
- > ο παρουσιαστής αφήνει το δικαίωμα του λόγου (πότε;)
- > ο παρουσιαστής αφαιρεί το δικαίωμα του λόγου (πότε;)
- > ο παρουσιαστής παρεμβαίνει ως διαιτητής (πότε;)

Οι τηλεοπτικοί παρουσιαστές «κυβερνούν» τα γεγονότα και τα πρόσωπα που υποτίθεται ότι διαμεσολαβούνται



ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ (3)

Η εκφωνούμενη γραπτή γλώσσα

- Αφθονούν τα κείμενα που αποστηθίζονται ή παρελαύνουν στη μηχανή τηλεανάγνωσης (auto-cue)
- Το τηλεοπτικό δελτίο είναι το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα **μεικτής** τηλεοπτικής γλώσσας
- Η εκφωνούμενη γραπτή γλώσσα επιβάλλεται από την επισιμότητα και τη σπουδαιότητα του δελτίου ειδήσεων, και την κοινωνική κρισιμότητα των θεμάτων που πραγματεύεται
- Ο παρουσιαστής δελτίου και ο ρεπόρτερ ισορροπούν μεταξύ γραπτής και προφορικής γλώσσας σκηνοθετώντας τον γραπτό λόγο ως προφορικό



ΔΗΛΩΣΗ ΚΑΙ ΣΥΝΔΗΛΩΣΗ

Τα ονόματα των καναλιών δηλώνουν και συνδηλώνουν

- τα ονόματα των κρατικών καναλιών δηλώνουν
Παράδειγμα: ET1, EPT3
- τα ονόματα των ιδιωτικών καναλιών συνήθως συνδηλώνουν
Παράδειγμα: ALPHA, ALTER, ANTENNA, MEGA, STAR

Τα ονόματα των εκπομπών δηλώνουν και συνδηλώνουν

- τα ονόματα των ενημερωτικών εκπομπών γενικά δηλώνουν
Παράδειγμα: *Ειδήσεις, Βουλή των Ελλήνων, Ο κόσμος των σπορ*
- τα ονόματα των ψυχαγωγικών εκπομπών γενικά συνδηλώνουν
Παράδειγμα: *Μητσι-χώστα, Από καρδιάς, Έχει γούστο*

Μια εκπομπή, μέσω του ονόματός της,

- δηλώνει τη συνάφεια που έχει με το κανάλι της
Παράδειγμα: *Mega star, Super star, Auto Alter*
- κλείνει το μάτι με νόημα σε εκπομπή που έχει προηγηθεί
- σχεδιάζει το τηλεοπτικό της κοινό
Παράδειγμα: *Το παιδί μου κι εγώ, Μπουκιά και συχώριο, Dream show*



ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ

- **απαθής και «τεχνική» αντιμετώπιση των πληροφοριών**
(Ουδέτερο λεξιλόγιο: *καλυτέρευση, επιδείνωση, σταμάτημα κ.λπ.*)
- **η επιλογή λέξεων και συντακτικών δομών αποκλείει όσο τον δυνατόν λιγότερους δυνητικούς τηλεθεατές**
(συνδετικές περιλήψεις, ανεξάρτητες ακολουθίες συμβάντων)
- **πλεονασμός: ανακοίνωση θέματος + μεγέθυνση θέματος**
(ρητορική και χειραγώγηση της ερμηνείας)



Η ΔΙΑΔΡΑΣΗ (1)

- Κριτήρια για μια τυπολογία της τηλεοπτικής διάδρασης (Vion R. [1992] *La communication verbale. Analyse des interactions*)

α. συμμετρία

- **Είναι δύσκολο να υπάρξει σε διαδράσεις.** Οι παρουσιαστές σπάνια εκχωρούν σε άλλους το προνόμιο της διαμεσολάβησης και της «διακυβέρνησης» του παιχνιδιού της ενημέρωσης και του σχολιασμού.
 - μη συμμετρικές διαδράσεις: ειδήσεις, πρωινό μαγκαζίνο, talk show με κυρίαρχο τον παρουσιαστή
 - σχετικά συμμετρικές διαδράσεις: ισότιμη αντιμετώπιση καλεσμένων σε δελτίο ειδήσεων
 - συμμετρικές διαδράσεις: αχειραγώγητες συζητήσεις «καφενείου»



Η ΔΙΑΔΡΑΣΗ (2)

β. συμπληρωματικότητα

- Είναι η θεωρητική βάση της δημοσιογραφικής διαμεσολάβησης.

Για παράδειγμα: ο επαγγελματίας θέτει ερωτήσεις στον ειδικό και αυτός απαντά

- Η συμπληρωματικότητα των συνεντεύξεων υπονομεύεται από:
 - τις περικοπές στο μοντάζ μιας μαγνητοσκοπημένης συνέντευξης
 - τις δημοσιογραφικές «εισαγωγές»
 - τις παραμορφώσεις των ντοκουμέντων
- Η συμπληρωματικότητα διασώζεται σε εκπομπές έρευνας.



Η ΔΙΑΔΡΑΣΗ (3)

γ. συνεργασία

- Είναι ένα κυρίαρχο γνώρισμα της τηλεόρασης και κυρίως των εκπομπών με πολλούς καλεσμένους, όπου κυριαρχεί «συναινετικό πνεύμα» για να εξυπηρετηθούν ίδια οφέλη των καλεσμένων.

δ. ανταγωνισμός

- Χαρακτηρίζει κυρίως τις αντιπαραθέσεις σε τηλεμαχίες (debates).
 - Από την αντιπαράθεση μεταξύ υποψηφίων στη διαδοχή ατομικών ρητορικών επιδείξεων, προσανατολισμένων στους δημοσιογράφους-τηλεθεατές, υποκείμενα πειθούς.
 - Από μια δυνητικά μεροληπτική τηλεόραση σε μια τηλεόραση παρατηρητή και αναμεταδότη, που εξασφαλίζει πλεόνασμα κοινωνικής ισχύος στους δημοσιογράφους.



II. Η ΣΙΩΠΗ (1)

- Οι σιωπές δεν μπορούν να ερμηνευτούν παρά μόνο σε σχέση
 - με τη γλώσσα και τις συνθήκες γλωσσικής παραγωγής
 - με άλλα ηχητικά στοιχεία
- **1. Οι σιωπές στο εσωτερικό ενός τηλεοπτικού λόγου (εκπομπής)**
- Είναι οι σιωπές των διαπροσωπικών και πολυπρόσωπων συνομιλιών
- Οι επαγγελματίες του τηλεοπτικού λόγου (δημοσιογράφοι, πολιτικοί, σημαίνοντα πρόσωπα) είναι σχεδόν οι μόνοι που μιλούν:
 - ξέρουν να αποφεύγουν τις αμήχανες σιωπές
 - έχουν πάντοτε έτοιμη μια ερώτηση ή μια απάντηση
- Οι πιο φλύαροι είναι οι δημοσιογράφοι του αθλητικού ρεπορτάζ. Ο ρυθμός του λόγου τους δεν επιτρέπει καμιά ανάπαυλα στον τηλεθεατή που θα ήθελε να απολαύσει σιωπηρά μια ωραία αθλητική δραστηριότητα.



II. Η ΣΙΩΠΗ (2)

- Οι μη επαγγελματίες στους οποίους δίνεται ο λόγος συνήθως χειραγωγούνται
Παραδείγματα:
 - οι αυτόπτες μάρτυρες ενός ατυχήματος ηχογραφούνται επαναληπτικά, ώστε να προκύψει η επιθυμητή (για τα μέτρα μιας εκπομπής) μαρτυρία
 - οι παίκτες ενός παιχνιδιού καλούνται να επαναλάβουν πολλές φορές την αυτοσύστασή τους στο κοινό πριν από την τελική ηχογράφιση
- Το μοντάζ επιτρέπει να περικοπούν όλα τα ανεπιθύμητα κενά λόγου (σιωπές σκέψης, σιωπές σεβασμού ή σιωπές αγνόησης) από όλες τις εκπομπές που δεν μεταδίδονται απευθείας
- Στη διάρκεια μιας «απευθείας» επαφής ανάμεσα σε έναν δημοσιογράφο και τον τηλεθεατή παρατηρείται μια ανασύσταση της λεκτικής διάδρασης: ο πομπός, ακόμη κι όταν δεν «έχει επιστροφή», σημαδεύει τις ίδιες παύσεις και σιωπές με εκείνες μιας αληθινής διαπροσωπικής επικοινωνίας (ερωτηματικές σιωπές, στιγμές συναισθηματικού «συμμερισμού»). Όλα γίνονται σαν να...



2. Οι σιωπές μεταξύ τηλεοπτικών λόγων (εκπομπών) (1)

- Πολλαπλασιασμός ακολουθιών λόγου μέσα στο τηλεοπτικό πρόγραμμα
(ανακοινώσεις, διαφημίσεις, μετεωρολογικά δελτία κ.λπ.)
- Η «σαλαμοποίηση του τηλεοπτικού χρόνου» περιέργως δεν οδήγησε σε πολλαπλασιασμό των σιωπών
- **Τα διαστήματα απόλυτης σιωπής στην τηλεόραση αποτελούν εξαιρέσεις**
- Η συγκριτική ανάλυση τηλεοράσεων διαφόρων χωρών δείχνει ότι η **συνεχής μετάδοση μηνυμάτων μέσω δύο διαύλων (της όρασης και της ακοής) δεν αποτελεί κανενός είδους αναγκαιότητα για την τηλεόραση αλλά είναι σκόπιμη πολιτική**



2. Οι σιωπές μεταξύ τηλεοπτικών λόγων (εκπομπών) (2)

- Η σιωπή είναι ταμπού για την τηλεόραση (horror vacui)
 - μια απουσία ήχου θα μπορούσε να σημαίνει τεχνική βλάβη ή ανεπάρκεια
 - κάποιιοι θα έβλεπαν την ηχητική παύση ως δυνατότητα του τηλεθεατή να διαφύγει προς ανταγωνιστικές λύσεις
- Η απελπισμένη αναζήτηση μιας ορισμένης μορφής φατικής επικοινωνίας φαίνεται να είναι ο ύψιστος στόχος της εμπορικής τηλεόρασης
- Η εμπορική τηλεόραση βρίσκεται σε αντίθεση με την αυτονόμηση της σκέψης του τηλεθεατή
- Όσο περισσότερο η τηλεόραση απελευθερώνεται από την οπτικοακουστική παράδοση του κινηματογράφου και γίνεται εμπορική τόσο περισσότερο το ηχητικό κανάλι μοιάζει να ξαναποκτά σπουδαιότητα
- Πέρασμα από μια ενιαία σε μια διπλή τηλεοπτική πρακτική: βασικά ηχητική στη διάρκεια της ημέρας, οπτικοακουστική το βράδυ





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΤΟΝΙΣΜΟΣ

ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (1)

- Οι ιδιαιτερότητες του τονισμού στις τηλεοπτικές ειδήσεις αντιμετωπίζονται άλλοτε από **ρυθμιστική** και άλλοτε από **περιγραφική** σκοπιά.
- Εκτεταμένος σημασιολογικός παρατονισμός της τηλεόρασης (Bolinger 1982)
 - (1) «Η καταιγίδα προβλέπεται να φτάσει σε ΕΠΙΠΕΔΟ τυφώνα σήμερα»
 - (2) «Η καταιγίδα προβλέπεται να φτάσει σε επίπεδο ΤΥΦΩΝΑ σήμερα».
- Ο Β. διακρίνει δύο μορφές παρατονισμού:

πρώτον, τον **μη τονισμό λέξεων που χρειάζεται να τονιστούν**, επειδή «μεταφέρουν το απροσδόκητο νόημα», και

δεύτερον, τον **εμφατικό τονισμό λέξεων που δεν χρειάζεται να τονιστούν**, είτε επειδή **δεν μεταφέρουν** ή επειδή **δεν μπορούν να μεταφέρουν** την καινούργια πληροφορία της πρότασης



ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (2)

- Εμφατικά, αλλά αδικαιολόγητα, τονίζονται:

α. τα ουσιαστικά αντί των προσδιοριστικών επιθέτων σε ονοματικές φράσεις

(3) «η πρωτοφανής ΕΞΟΔΟΣ των εκδρομέων του τριημέρου»

(4) «η ΠΡΩΤΟΦΑΝΗΣ έξοδος κ.λπ.»

β. οι λέξεις περιεχομένου που δεν κομίζουν κάτι καινούργιο στον τηλεθεατή

(5) «η ΑΣΤΥΝΟΜΙΑ συνέλαβε έναν ύποπτο» –ποιος άλλος έχει αρμοδιότητα να το κάνει; και

γ. οι γραμματικές λέξεις, όπως

οι προθέσεις

(6) «Οι δύο ηγέτες θα φτάσουν ΣΤΗ Μάλτα την Παρασκευή το βράδυ»), και

τα βοηθητικά ρήματα

(7) «στην περιοχή η θάλασσα ΕΙΝΑΙ ήρεμη αλλά υπάρχει ομίχλη»).



ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (3)

Και πώς εξηγείται αυτή η «καθολική επέκταση της έμφασης στην τηλεόραση», δηλαδή η **ουδετεροποίηση της έμφασης**;

- Ο πρώτος λόγος, κατά τον συγγραφέα, είναι πιθανόν η **μηχανική, αυτοματική εκφορά μηνυμάτων** που έχουν απομνημονευθεί ή διαβάζονται από γραπτές σημειώσεις.
- Ο δεύτερος λόγος αποτελεί ιδιαιτερότητα της αγγλικής γλώσσας. **Η τάση** δηλαδή **να τονίζονται οπωσδήποτε οι πολυσύλλαβες λέξεις και μάλιστα προς το τέλος της πρότασης**, επειδή «ό,τι λέμε είναι πιο ζωντανό, όταν η έμφαση μπαίνει στο τέλος».



ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (4)

- Τα συνηθέστερα παράπονα των τηλεθεατών για τον εσφαλμένο τονισμό στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση (Herbert 1997)
 - α. τονίζονται **εμφατικά λέξεις που δεν είναι πληροφοριακά σημαντικές**,
 - β. **το αόριστο και το οριστικό άρθρο συχνά προφέρονται τονισμένα**, παρά το ότι είναι γραμματικές λέξεις («Και ΟΙ κυριότερες εξωτερικές ειδήσεις της ημέρας»),
 - γ. ότι **τα βοηθητικά και τα τροπικά ρήματα (μπορεί, πρέπει) προφέρονται με περισσή έμφαση** και όχι ουδέτερα («Η θερμοκρασία χθες ΗΤΑΝ 26 βαθμοί Κελσίου», «ΜΠΟΡΕΙ να βρέξει το σαββατοκύριακο»), και
 - δ. ότι **οι προθέσεις τονίζονται αφύσικα** («Ο πρωθυπουργός μετέβη ΣΤΟ προεδρικό μέγαρο»).



ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (1)

- Ο van Leeuwen (1985) διακρίνει δύο όψεις στον τονισμό:
 - α. την **αντιληπτική** (**τονικό ύψος, ηχηρότητα, διάρκεια**) = οι ακουστές διαφορές μεταξύ άτονων και τονισμένων συλλαβών, και
 - β. τη **λειτουργική** (**σημασιολογική αξία**) = η σημασιακή υπεροχή που αποδίδεται στις εμφατικά τονισμένες λέξεις.
- Ενώ η γραμματική ορθότητα **επιβάλλει** τον υψηλότερο τονισμό μόνο των λέξεων περιεχομένου που η πληροφορία τους δεν προβλέπεται από τον κόσμο του κειμένου και **απαγορεύει** τον εμφατικό τονισμό, ή απλώς τον τονισμό, γραμματικών λέξεων, **οι τονικές επιλογές του πραγματωμένου λόγου δεν είναι προβλέψιμες.**



ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (2)

- Ο «κανόνας των λέξεων περιεχομένου» μπορεί να ανατραπεί και λέξεις περιεχομένου μπορεί να μην τονιστούν υψηλότερα:
- α. όταν κομίζουν γνωστή πληροφορία,
- β. όταν το επιβάλλει η «ρυθμική προσαρμογή» του λόγου,
- γ. όταν ανήκουν σε συγκεκριμένες συντακτικές δομές (π.χ. παρενθετικές) και
- δ. όταν έχουμε αντιπαραθετικό τονισμό.



ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (3)

- Αντίστροφα, γραμματικές λέξεις **μπορούν να τονιστούν υψηλότερα** (παρά τον κανόνα) για τους ίδιους ακριβώς λόγους.
- Για παράδειγμα,
οι **προθέσεις** μπορεί να τονιστούν πριν από την επωνυμία του προϊόντος που διαφημίζεται ή το όνομα του διαφημιζόμενου.
Επίσης, οι **σύνδεσμοι** τονίζονται, όταν συνδέονται με την επιχειρηματολογία της διαφήμισης.



ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (4)

- Η Cotter (1993) θεωρεί ότι η προσωδία του τηλεοπτικού δελτίου, και ειδικότερα **η απρόβλεπτη διακύμανση του τονικού ύψους**, επηρεάζεται:
- πρώτον, από **τη δομή του κειμένου των ειδήσεων, που συνυφαίνεται με τον προφορικό/γραπτό λόγο** (όπως στο επιτόπιο, αυτοσχέδιο ρεπορτάζ σε αντίθεση με αυτό που προβάλλεται έτοιμο).
- δεύτερον, από **τους περιορισμούς του Μέσου** (π.χ. την ανάγκη για σύντομες, σαφείς προτάσεις, άρα εύληπτα μηνύματα, όπως επίσης και την προτίμηση στο καθημερινό λεξιλόγιο και το συνομιλιακό ύφος) και,
- τρίτον, από **την «παρουσία» του αφανούς τηλεθεατή**, που κρατά σε συνεχή εγρήγορση τον εκφωνητή/παρουσιαστή και τον ρεπόρτερ.



ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (5)

- Άρα, η λειτουργία του τονισμού δεν είναι ζήτημα γραμματικής ορθότητας αλλά επικοινωνιακής αποτελεσματικότητας, που συνοψίζεται σε δύο βασικούς στόχους:
 - ☞ να προλαμβάνεται η διάσπαση της προσοχής του κοινού και
 - ☞ να αποτρέπεται η κατάτμηση των εκφωνημάτων, στην οποία θα μπορούσε ίσως να οδηγήσει η «προσεκτική ανάγνωση/ εκφορά».





**ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ

ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (1)

Ο επιτονισμός, η διακύμανση του τονικού ύψους των εκφωνημάτων (επιτονικές καμπύλες), είναι στοιχείο ταυτότητας του δελτίου ειδήσεων και επικοινωνιακή μηχανή, και αξίζει να μελετηθεί, γιατί:

- υπογραμμίζει τη ροή της κειμενικής πληροφορίας (δεδομένη vs. νέα πληροφορία μιας πρότασης),
- αποσαφηνίζει δυνητικές αμφισημίες, και
- δίνει πολλά στοιχεία για τη διεπίδραση του εκφωνητή και του ρεπόρτερ με το τηλεοπτικό κοινό.



ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (2)

- Η **καθοδική κίνηση** (\searrow) του τονικού ύψους, και συγκεκριμένα η πτώση του τόνου πάνω στην τελευταία τονιζόμενη συλλαβή μιας τονικής μονάδας, δείχνει την πληροφοριακή εστία που επιλέγει ο ομιλητής και υπογραμμίζει τη νέα, για τον αποδέκτη, πληροφορία.
- Αντίθετα, η **ανοδική** (\nearrow) ή η **καθοδική-ανοδική κίνηση** (\cup) του τονικού ύψους υποδηλώνει ότι ο ομιλητής θεωρεί την πληροφορία γνωστή στον αποδέκτη



ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (3)

(a) //↘ the PRIME MINIster //↘ tony BLAIR //

(το όνομα και ιδιαίτερα το επώνυμο του Άγγλου πρωθυπουργού προβάλλεται ως νέα πληροφορία)

(b) //↘ the PRIME MINIster //↗ (or) ↗ tony BLAIR //

(το όνομα και ιδιαίτερα το επώνυμο του Άγγλου πρωθυπουργού υποδηλώνεται ως γνωστή στους τηλεθεατές πληροφορία)



ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (4)

Επομένως, σε ένα τηλεοπτικό δελτίο αναμένουμε:

- πρώτον, μεγάλο αριθμό καθοδικών τόνων, που υπογραμμίζουν τις αλληπάλληλες νέες πληροφορίες (για δράστες, συμβάντα, ενέργειες, λόγους, χωροχρονικά συμφραζόμενα, κ.λπ.), από την προαναγγελία του δελτίου και την εκφώνηση των τίτλων έως την τελευταία είδηση, και
- δεύτερον, εναλλαγή καθοδικών και ανοδικών τόνων που δείχνει τι θεωρεί ο εκφωνητής ή ο ρεπόρτερ γνωστή στο κοινό του πληροφορία, γεγονός που φανερώνει τον δυναμικό και απρόβλεπτο χαρακτήρα του επιτονισμού



ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (5)

Όσον αφορά τη νέα ελληνική, η έρευνα για τον επιτονισμό έχει δείξει:

- πρώτον, ότι **δεν υπάρχει αμφιμονοσήμαντη σχέση ανάμεσα σε ένα βασικό επιτονικό σχήμα και μια συγκεκριμένη σημασία, και**
- δεύτερον, ότι, παρόλ' αυτά, **εντοπίζονται κάποιες γενικές συσχετίσεις ανάμεσα σε επιτονικά σχήματα και γλωσσικές (ή προσλεκτικές) πράξεις που μπορεί να θεωρηθούν ακόμη και καθολικής ισχύος, όπως η πρώτη από τις παρακάτω:**



ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (6)

- (α) **μεγάλη ανοδική-μικρή καθοδική** (σε μεσαίο τονικό ύψος) κίνηση:: **ευθεία ερώτηση ολικής άγνοιας**
- (β) **ανοδική κίνηση**:: **μη ολοκλήρωση, συνέχιση** (πολλές ερωτήσεις, ενθαρρυντικές παρατηρήσεις, προσκλήσεις)
- (γ) **καθοδική-ανοδική κίνηση**:: **αμφιβολία, αβεβαιότητα**
- (δ) **ανοδική-καθοδική κίνηση**:: **αντίθεση ή ρητορική ερώτηση** («είναι όντως έτσι»)
- (ε) **καθοδική κίνηση**:: γενικά δεν σημαίνει κάτι ιδιαίτερο, όταν όμως φτάνει πολύ χαμηλά, δηλώνει **το συμπέρασμα, την ολοκλήρωση, το οριστικό.**



ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (7)

- Στο επίπεδο του λόγου, δηλαδή της εισαγωγής ενός νέου θέματος ή, σε επίπεδο δελτίου, μιας νέας είδησης **ο επιτονισμός λειτουργεί ως δείκτης οργάνωσης του λόγου.**
- Εκτός από τη **διακύμανση του τονικού ύψους** μέσα σε ένα εκφώνημα, πρέπει να διακρίνουμε και **επίπεδα τονικού ύψους ή εκφοράς λόγου** στη διαδοχή των εκφωνημάτων και των ενοτήτων ή θεμάτων ενός λόγου που χαρακτηρίζονται από το ύψος της φωνής.



ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (8)

- Ο Σετάτος (1985) δέχεται τρία τέτοια επίπεδα:
 - 1 το **υψηλό**, που συνδέεται με τη **συναισθηματικά φορτισμένη ομιλία**,
 - 2 το **μέσο**, που πλαισιώνει την **κανονική ομιλία** και
 - 3 το **χαμηλό**, που ακολουθεί την **αδιάφορη ομιλία**.



ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (9)

- Παρομοίως, και το μοντέλο των Brazil et al. (1980) δέχεται τρία επίπεδα τονικού ύψους (‘κλειδιά’):

1 το **υψηλό**, που έχει **αντιπαραθετική αξία**,

2 το **μέσο**, που **προσθέτει πληροφορίες**, και

3 το **χαμηλό**, που **ταυτίζει ή εξισώνει πληροφορίες**.



ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ (10)

Τα επίπεδα τόνου εμφανίζουν κανονικότητες στην εισαγωγή και διαδοχή των ειδήσεων

- Η αρχή μιας είδησης ή ενός νέου θέματος –εκτός από το πρώτο του δελτίου– εισάγεται με **υψηλό** επίπεδο τόνου (ή υψηλό ‘κλειδί’), για να αντιδιασταλεί προς τα προηγούμενα και ενδεχομένως να επενδυθεί συναισθηματικά.
- Το τέλος μιας είδησης ή του δελτίου ξεκινά με **υψηλό** επίπεδο και **καθοδικό** τόνο, ο οποίος δηλώνει την τελικότητα και την ολοκλήρωση, **καταλήγει** όμως **υποχρεωτικά** σε **χαμηλό** επίπεδο τόνου, που επιτρέπει ένα νέο ξεκίνημα του λόγου.
- Στη **διαδρομή** μιας είδησης, όταν δεν δίνονται καινούργιες πληροφορίες ή οι πληροφορίες (θεωρούνται ότι) ανήκουν στο κοινό αποθεματικό γνώσεων εκφωνητή και κοινού, **κυριαρχεί ο τόνος μέσου επιπέδου**, που χαρακτηρίζει την ουδέτερη καθημερινή ομιλία.



Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων

- Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:
 - Bolinger, D. 1982. “The Network Tone of Voice”, *Journal of Broadcasting* 26(3), 725–28.
 - Herbert, J. 1997. “The Broadcast Voice”, *English Today* 13(2), 18–23.
 - van Leeuwen, T. 1985. “Persuasive Speech: The Intonation of the Live Radio Commercial”, *Australian Journal of Communication* 7, 25–34.
 - Cotter, C. 1993. “Prosodic Aspects of Broadcast News Register”, *Proceedings of the 19th Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society*, 90–100.
 - Σετάτος, Μ. 1985. “Παύσεις και προσωδιακά στοιχεία στην κοινή νεοελληνική”, *Μελέτες για την Ελληνική Γλώσσα* 3, 201–17.
 - Brazil, D., M. Coulthard & C. Johns-Lewis. 1980. *Discourse Intonation and Language Teaching*. Λονδίνο: Longman.
 - Vion R. [1992] *La communication verbale. Analyse des interactions*. Paris : Hachette



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Περικλής Πολίτης.
«Τηλεοπτικός δημοσιογραφικός λόγος. Η προσωδία του τηλεοπτικού λόγου
I». Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
http://opencourses.auth.gr/eclass_courses.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>





Τέλος Ενότητας

Επεξεργασία: <Γιομελάκης Δημήτριος>
Θεσσαλονίκη, Εαρινό εξάμηνο 2014-2015



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



**ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

Σημειώματα

Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

