

selected
papers

the **10th**
International
Conference of
Greek
Linguistics

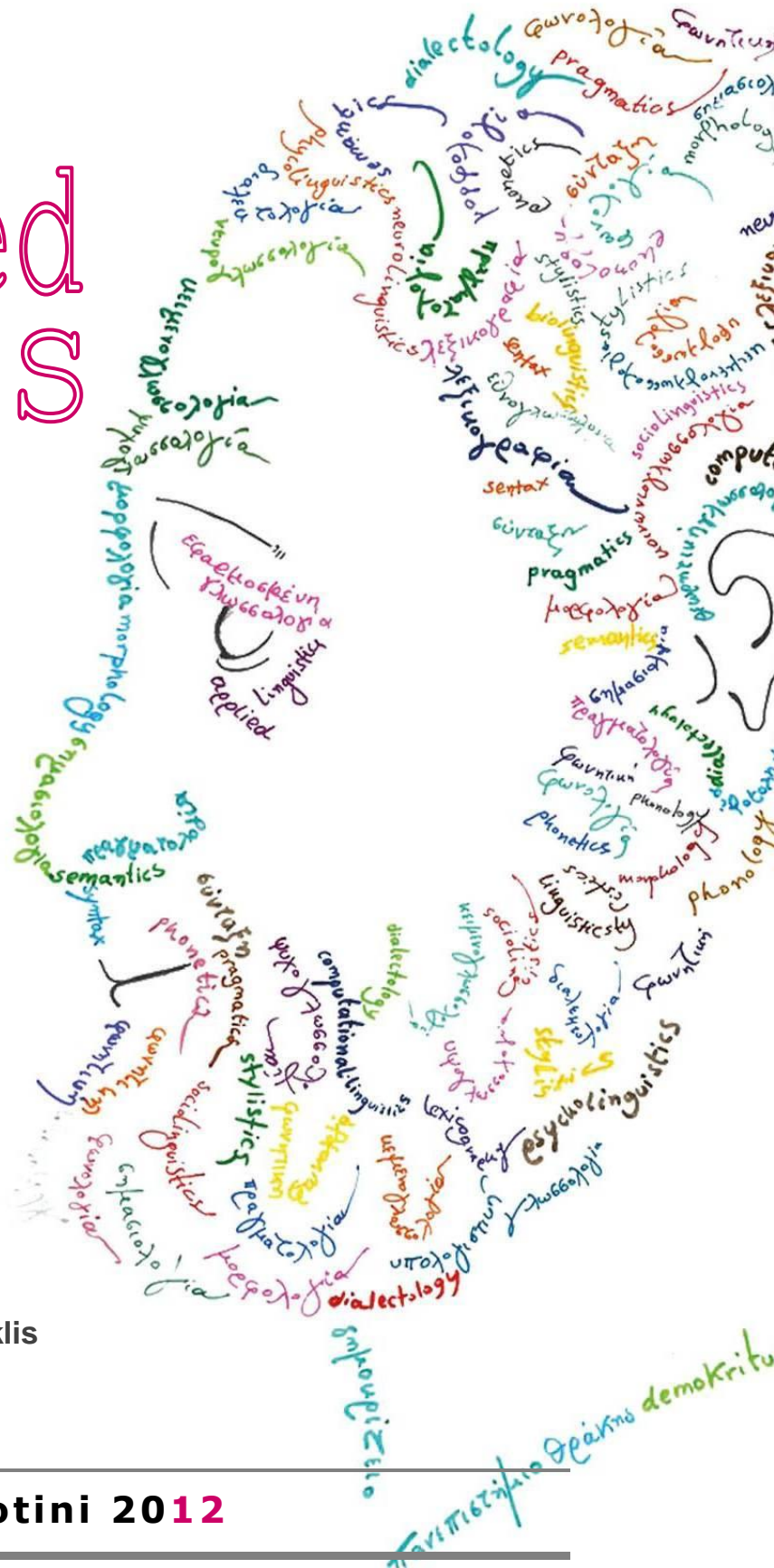
Edited by

Zoe Gavrilidou

Angeliki Efthymiou

Evangelia Thomadaki

Penelope Kambakis-Vougiouklis



Komotini 2012

■ **Οργανωτική Επιτροπή Συνεδρίου**
Organizing Committee

Z o e G a v r i i l i d o u
A n g e l i k i E f t h y m i o u
E v a n g e l i a T h o m a d a k i
Penelope Kambakis-Vougiouklis

■ **Γραμματειακή Υποστήριξη**
Secretarial Support

Ioannis Anagnostopoulos
Maria Georganta
Polyxeni Intze
Nikos Mathioudakis
Lidija Mitits
Eleni Papadopoulou
Anna Sarafianou
Elina Chadjirapa

■ **ISBN 978-960-99486-7-8**

■ **Τυπογραφική επιμέλεια**

Νίκος Μαθιουδάκης
Ελένη Παπαδοπούλου
Ελίνα Χατζηπαπά

■ **Σχεδιασμός εξώφυλλου**

Νίκος Μαθιουδάκης

■ **Copyright © 2012**

Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης
Democritus University of Thrace

Εργαστήριο Σύνταξης, Μορφολογίας, Φωνητικής, Σημασιολογίας, *+Μόρφωση* ΔΠΘ
Laboratory of Syntax, Morphology, Phonetics, Semantics, *+MorPhoSE* DUTH

Διεθνές Συνέδριο Ελληνικής Γλωσσολογίας
International Conference of Greek Linguistics

www.icgl.gr

Η ΠΟΛΥΤΡΟΠΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΥΠΟ: ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΒΑΘΜΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΗΣ

Σωφρόνης Χατζησαββίδης
Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο
Θεσσαλονίκης
sofronis@nured.auth.gr

Αθανασία Φίλιου
Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο
Θεσσαλονίκης
nafiliou@gmail.com

ABSTRACT

Multimodality as a concept began making highly visible presence in all Media in recent years. In this communication, first of all, all the main components of the concept of multimodality are presented. Here are two surveys conducted (in 2005 and 2011) and were designed to investigate the degree of existence of multimodality in the first page of wide circulation newspaper and the characteristics by which this occurs as well. Data and a first classification and analysis of the characteristics resulting from these investigations are presented and, finally, a demonstration of differences in the presentation of multimodal texts through comparison of data from the two surveys is shown.

Λέξεις κλειδιά: εφημερίδα, ΜΜΕ, μονοτροπικότητα, πολυτροπικότητα,

1. Σκοπός

Η σχέση του ανθρώπου των δυτικού τύπου κοινωνιών που ζει σε αστικό περιβάλλον με τον γραπτό λόγο και με την εικόνα -αλλά και με άλλα πολιτισμικά σημειωτικά προϊόντα δημόσιας επικοινωνίας- είναι σήμερα πάρα πολύ στενή. Αυτή η σχέση προφανώς διαμορφώνει μια διαφορετική από ό,τι στο παρελθόν σχέση του ατόμου με το περιβάλλον του και συγκροτεί υποκείμενα με ψυχοκοινωνική προσωπικότητα διαφορετική από αυτή που διαμόρφωνε ο άνθρωπος στο παρελθόν. Η ανάπτυξη των σημειολογικών σπουδών κατά τη δεκαετία του '70 προσέδωσε μια αίγλη στη μελέτη αυτής της σχέσης. Δεν προχώρησαν όμως στη μελέτη των πολιτισμικών προϊόντων που συνδυάζουν δύο ή και περισσότερους σημειωτικούς τρόπους, αυτά δηλαδή που ονομάζονται σήμερα πολυτροπικά. Τα πολυτροπικά επικοινωνιακά προϊόντα έμειναν έξω από αυτήν τη μελέτη για τον απλούστατο λόγο ότι αφενός άρχισαν να κάνουν έντονα την εμφάνισή τους μόλις πρόσφατα, πριν περίπου δέκα με δεκαπέντε χρόνια, κυρίως με την ανάπτυξη των σύγχρονων τεχνολογιών, και αφετέρου η έννοια της πολυτροπικότητας δεν είχε αναπτυχθεί σε θεωρητικό τουλάχιστον επίπεδο. Σκοπός, λοιπόν, της ανακοίνωσης που παρουσιάζεται εδώ είναι να συμβάλει στη μελέτη της πολυτροπικότητας και να διερευνήσει κατά πόσο η έννοια της πολυτροπικότητας ως πρακτική διευρύνθηκε ή όχι κατά την τελευταία πενταετία σε έντυπα ευρείας διάδοσης και αναγνωσιμότητας, όπως είναι οι εφημερίδες πανελληνίας κυκλοφορίας. Γι' αυτό παρουσιάζονται δύο έρευνες που έγιναν στο ίδιο σχεδόν σώμα εφημερίδων με χρονική απόσταση πέντε ετών.

2. Η πολυτροπικότητα ως έννοια και ως πρακτική

Η έννοια της πολυτροπικότητας άρχισε να κάνει την εμφάνισή της με την ανάπτυξη των πολιτισμικών σπουδών την τελευταία δεκαετία. Οι σχετικοί με το αντικείμενο ερευνητές, στην προσπάθειά τους να ερμηνεύσουν και -προφανώς- να οριοθετήσουν τα διάφορα πολιτισμικά προϊόντα που περιέχουν, εκτός των άλλων μορφών πολιτισμικών προϊόντων (εικόνα, μουσική, ήχοι κτλ.), λόγο -γραπτό και προφορικό-, διαπίστωσαν ότι δεν ήταν δυνατό να χρησιμοποιηθούν πλέον τα θεωρητικά εργαλεία του παρελθόντος. Έτσι, μπορούμε να πούμε ότι το νέο πολιτισμικό τοπίο που προέκυψε την τελευταία δεκαετία στις δυτικού τύπου κοινωνίες είναι αυτό που ανάγκασε τους επιστήμονες να εισαγάγουν στο

λεξιλόγιό τους τον όρο και να μιλήσουν για πολυτροπικότητα. Με τον όρο αυτό νοείται η μορφή παρουσίασης ενός πολιτισμικού προϊόντος, στο οποίο περιέχονται και συνδυάζονται περισσότεροι από ένας σημειωτικοί τρόποι (modes). Και όταν αναφερόμαστε στους σημειωτικούς τρόπους που μπορούν να συνδυάζονται σε ένα κείμενο, εννοούμε τον γραπτό λόγο, τον προφορικό λόγο, την εικόνα, τη φωτογραφία, το σχέδιο, το σχεδιάγραμμα, το χρώμα, τη γραμματοσειρά, την κινούμενη εικόνα, τη μουσική, τον ήχο, τον ρυθμό και τις χειρονομίες.

Τα κείμενα έως και πριν από μερικά χρόνια ήταν -ίσως θεωρούνταν- μονοτροπικά και αντιμετωπίζονταν ως τέτοια. Λέγοντας κείμενο εννοούμε μια ολοκληρωμένη διαδοχή γλωσσικών μηνυμάτων που πραγματοποιείται στα πλαίσια μιας επικοινωνίας (βλ. περισσότερα στα Brown and Yule 1983:6, De Beaugrande and Dressler 1981, Γεωργακοπούλου και Γούτσος 1999: 17-25). Εδώ όμως και μερικά χρόνια οι αλλαγές που επέφεραν η σύγχρονη τεχνολογία, η δημιουργία πολυπολιτισμικών κοινωνιών στις χώρες του βόρειου ημισφαιρίου, καθώς και οι γνωσιοκεντρικές (ή πληροφορικοκεντρικές) οικονομικές αλλαγές που συνέβησαν τα τελευταία χρόνια ανήγαγαν την εικόνα σε σημαντικότερο από τον λόγο επικοινωνιακό μέσο (Kress 2000: 165). Με τον όρο «εικόνα» νοείται μια γκάμα τρόπων, μερικοί από τους οποίους αναφέρθηκαν προηγουμένως (σχέδιο, φωτογραφία, σχεδιάγραμμα, κινούμενη εικόνα κτλ.). Οι τρόποι αυτοί αντικατέστησαν ένα μέρος του γραπτού και προφορικού λόγου στη δημόσια επικοινωνία με αποτέλεσμα να δίνουν τη δυνατότητα μετάδοσης και πρόσληψης μηνυμάτων χαμηλού πληροφοριακού φορτίου αλλά υψηλής επικοινωνιακής συχνότητας και εμβέλειας.

Ένα πολυτροπικό σημειωτικό προϊόν είναι σύνθεση επιμέρους σημειωτικών τρόπων, οι οποίοι επηρεάζονται και διαπλέκονται μεταξύ τους. Τα στοιχεία που πηγάζουν από αυτήν την επίδραση και τη διαπλοκή είναι αυτά που συνθέτουν την πολυτροπικότητα. Η δυνατότητα μείξης των διάφορων σημειωτικών τρόπων για την παραγωγή ενός πολιτισμικού προϊόντος δημιουργεί, όπως είναι προφανές, ένα νέο σε σχέση με τα μονοτροπικά πολιτισμικά προϊόντα σημειολογικό περιβάλλον που χρήζει ανάλογης προσέγγισης (Kress, G. & Leeuwen, T. van 2010: 41-62). Το σημειολογικό αυτό περιβάλλον είναι το αποτέλεσμα των κοινωνικών, ψυχολογικών και γενικότερα πολιτισμικών προϋποθέσεων που επικρατούν σε μια κοινωνία. Η διαλεκτικότητα, την οποία ούτως ή άλλως ενέχουν τα σημειωτικά συστήματα, επηρεάζει και τις κοινωνικές και τις ψυχολογικές δομές τόσο σε επίπεδο ομαδικό όσο και σε επίπεδο ατομικό, αφού αυτά τα ίδια «αποτελούν μέρος της ιδεολογικής υπερδομής μιας κοινωνίας» (Boklund-Λαγοπούλου & Λαγόπουλος 1980:24). Η πολυτροπικότητα αναπόφευκτα αποτελεί μέρος του σημειολογικού περιβάλλοντος, μέσα στο οποίο ζουν τα υποκείμενα και δρουν είτε ως κοινωνικά είτε ως ψυχολογικά όντα. Ως επιλογή ενταγμένη στο πλαίσιο μιας επικοινωνιακής λειτουργίας, η οποία και μόνο επιτρέπει τη νοηματοδότηση, είναι μια σημειωτική πράξη, η οποία παράγει και αναπαράγει νοήματα. Με την έννοια αυτή η πολυτροπικότητα θα πρέπει όχι μόνο να παράγεται κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες, αλλά και να προϋποθέτει συγκεκριμένες δυνατότητες για την κατανόηση των νοημάτων που παράγονται από αυτήν και των διαδικασιών μέσω των οποίων παράγονται. Επομένως, αν γίνει αποδεκτή αυτή η διαπίστωση, είναι πολύ πιθανό να διαμορφώνει και συγκεκριμένες αντιλήψεις, ανάλογη ιδεολογία και γενικά ανάλογη υποκειμενικότητα. (βλ. περισσότερα στο Πουρκός, Μ. & Κατσαρού, Ε. [επιμ.] 2011).

Το ζητούμενο βέβαια στο πλαίσιο των Μ.Μ.Ε είναι κατά πόσο οι καταναλωτές και οι παραγωγικοί των προϊόντων που προσφέρονται από τα Μ.Μ.Ε. είναι εξοικειωμένοι με τη χρήση των πολυτροπικών κειμένων και το κατά πόσο γίνεται κατανοητή η νοηματοδότηση των πολυτροπικών κειμένων σε σχέση με τα μονοτροπικά. Θεωρούμε ότι αυτό συναρτάται από τον βαθμό χρήσης και το είδος των χαρακτηριστικών της πολυτροπικότητας που χρησιμοποιείται από τα Μ.Μ.Ε. Με την έρευνα που παρουσιάζεται εδώ επιχειρείται να διερευνηθούν ακριβώς αυτές οι παράμετροι, δηλαδή με ποια χαρακτηριστικά παρουσιάζεται η πολυτροπικότητα στις πανελλήνιες κυκλοφορίες εφημερίδες, αλλά και ποιος είναι ο βαθμός της πολυτροπικότητας που χρησιμοποιείται. Παράλληλα όμως εξετάζεται και αν αυτός ο βαθμός και τα χαρακτηριστικά διαφοροποιούνται με την πάροδο του χρόνου περιορισμένης διάρκειας. Η έρευνα για καθαρά πρακτικούς λόγους περιορίζεται στο κεντρικό πρωτοσέλιδο θέμα κάθε εφημερίδας.

3. Η έρευνα

3.1 Η διεξαγωγή των δύο ερευνών

Η διεξαγωγή της πρώτης έρευνας πραγματοποιήθηκε από τον Απρίλιο έως τον Οκτώβριο του 2005, ενώ της δεύτερης από τον Ιανουάριο έως τον Ιούνιο του 2011. Ερευνήθηκαν στην πρώτη έρευνα 58, ενώ στη δεύτερη 57 εφημερίδες πανελλήνιες κυκλοφορίας που εκδίδονται στην πλειονότητά τους στην Αθήνα και ορισμένες στη Θεσσαλονίκη. Έγινε προσπάθεια να ερευνηθούν οι ίδιες εφημερίδες, αλλά

αυτό δεν κατέστη απόλυτα εφικτό, γιατί από τις 58 εφημερίδες οι 12 (ποσοστό 20%) στο μεταξύ διάστημα είχαν αναστείλει την έκδοσή τους. Από το σύνολο των εφημερίδων στην πρώτη έρευνα οι 30 ήταν πολιτικές, οι 11 οικονομικές, οι 12 αθλητικές, οι 3 σατιρικές και οι 2 ήταν εφημερίδες ποικίλης ύλης, ενώ στη δεύτερη έρευνα οι 30 ήταν πολιτικές, οι 11 οικονομικές, οι 12 αθλητικές, οι 3 σατιρικές και οι 2 ποικίλης ύλης. (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι). Επιλέχτηκε τυχαία ένα φύλο από κάθε εφημερίδα που να ενέπιπτε στις χρονικές περιόδους που αναφέρθηκαν και μελετήθηκε από την πρώτη σελίδα το κεντρικό θέμα. Στην εργασία αυτή αποδείχτηκε σημαντικός βοηθός ο δικτυακός τόπος του in.gr που επιγράφεται «περίπτερο» και περιέχει τα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων πανελληνίας κυκλοφορίας. Η καταγραφή αφορούσε ποσοτικά στοιχεία (ποσότητα χώρου που καταλαμβάνει το θέμα και κάθε τρόπος παρουσίασης (λόγος-εικόνα κτλ.), καθώς και ποιοτικά (σχέση του λεκτικού με τον εικονιστικό τρόπο, χαρακτηριστικά του κάθε τρόπου κτλ.) (βλ. τη σχετική φόρμα στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ). Τέλος, αξιολογήθηκε ο βαθμός της πολυτροπικότητας του κάθε πρωτοσέλιδου θέματος σύμφωνα με την παρακάτω κλίμακα

Βαθμός	Προϋπόθεση
Πολύ υψηλός	Απόλυτη συμπληρωματικότητα. Κανείς τρόπος δεν μπορεί να γίνει κατανοητός χωρίς την ύπαρξη του άλλου
Μέτριος	Μέτρια συμπληρωματικότητα. Ο καθένας τρόπος μπορεί να γίνει κατανοητός χωρίς την ύπαρξη του άλλου
Μικρός	Μικρή συμπληρωματικότητα. Ο ένας τρόπος απλώς σχολιάζει τον άλλο.
Ελάχιστος	Ελάχιστη συμπληρωματικότητα. Καμία σχέση μεταξύ των δύο τρόπων
Μηδενικός	Μη ύπαρξη πολυτροπικότητας

3.2 Τα δεδομένα

Στην πρώτη έρευνα από τις 58 εφημερίδες που ερευνήθηκαν συνολικά οι 35 παρουσιάζουν το κεντρικό πρωτοσέλιδο θέμα χρησιμοποιώντας έναν συνδυασμό λόγου και εικόνας (φωτογραφία, πίνακας, φωτομοντάζ), που συγκροτεί την πρακτική της πολυτροπικότητας, ενώ οι υπόλοιπες 23 χρησιμοποιούν μόνο έναν τρόπο παρουσίασης που είναι κατά κανόνα ο λόγος (σε μια περίπτωση έχουμε μόνο σκίτσο). Στη δεύτερη έρευνα από τις 57 εφημερίδες που ερευνήθηκαν συνολικά οι 38 παρουσιάζουν το κεντρικό θέμα χρησιμοποιώντας συνδυασμό, ενώ οι 19 χρησιμοποιούν μόνο τον λόγο.

Τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα έγιναν αντικείμενο επεξεργασίας για να διαπιστωθούν αρχικά τα χαρακτηριστικά της χρησιμοποιούμενης πολυτροπικότητας και στη συνέχεια ο βαθμός χρήσης της πολυτροπικότητας σε σχέση με το είδος στο οποίο ανήκει η κάθε εφημερίδα και την πολιτικοϊδεολογική θέση που υποστηρίζει. Από την επεξεργασία αυτή προέκυψαν τα εξής αποτελέσματα, τα οποία παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες.

Α/Α	Συνδυασμός τρόπων	Σύνολο εφημερίδων	
		Πρώτη έρευνα	Δεύτερη έρευνα
1	Λόγος και φωτογραφία/ες	31	32
2	Λόγος και πίνακας/ες	3	1
3	Λόγος, φωτογραφία/ες και πίνακας/ες (ή σκίτσο)	1	3
4	Λόγος και φωτομοντάζ	1	1
5	Λόγος και σκίτσο	--	1

Πίνακας 1 Χαρακτηριστικά πολυτροπικότητας

Α/Α	Είδος εφημερίδων	Βαθμός πολυτροπικότητας					Σύνολο
		Πολύ υψηλή	Μέτρια	Μικρή	Ελάχιστη	Μηδενική	
1	Πολιτικές	2	10	1	--	17	30
2	Οικονομικές	1	4	1	--	5	11
3	Αθλητικές	7	2	--	3	--	12
4	Σατιρικές	2	--	--	--	1	3
5	Ποικίλης ύλης	2	--	--	--	--	2

Πίνακας 2 Σχέση του βαθμού πολυτροπικότητας με το είδος της εφημερίδας ως προς το περιεχόμενο (πρώτη έρευνα)

Α/Α	Είδος εφημερίδων	Βαθμός πολυτροπικότητας					Σύνολο
		Πολύ υψηλή	Μέτρια	Μικρή	Ελάχιστη	Μηδενική	
1	Πολιτικές	2	3	8	5	12	30
2	Οικονομικές	--	2	1	1	7	11
3	Αθλητικές	4	3	2	2	--	11
4	Σατιρικές	--	2	1	--	--	3
5	Ποικίλης ύλης	--	1	1	--	--	2

Πίνακας 3 Σχέση του βαθμού πολυτροπικότητας με το είδος της εφημερίδας ως προς το περιεχόμενο (δεύτερη έρευνα)

Α/Α	Πολιτικοϊδεολογική θέση	Βαθμός πολυτροπικότητας					Σύνολο
		Πολύ υψηλή	Μέτρια	Μικρή	Ελάχιστη	Μηδενική	
1	Αριστερές	--	--	--	--	4	4
2	Δεξιές	--	--	1	--	1	2
3	Κεντρώες	1	10	2	--	12	25
4	Ουδέτερες	12	6	1	2	6	27

Πίνακας 4 Σχέση του βαθμού πολυτροπικότητας με την πολιτικοϊδεολογική θέση της εφημερίδας (πρώτη έρευνα)

Α/Α	Πολιτικοϊδεολογική θέση	Βαθμός πολυτροπικότητας					Σύνολο
		Πολύ υψηλή	Μέτρια	Μικρή	Ελάχιστη	Μηδενική	
1	Αριστερές	--	--	2	--	2	4
2	Δεξιές	--	--	3	1	1	5
3	Κεντρώες	1	5	4	4	9	23
4	Ουδέτερες	6	6	3	3	7	25

Πίνακας 5 Σχέση του βαθμού πολυτροπικότητας με την πολιτικοϊδεολογική θέση της εφημερίδας (δεύτερη έρευνα)

Από την ανάγνωση του πίνακα 1 προκύπτει πως τόσο στην πρώτη όσο και στη δεύτερη έρευνα ο συνδυασμός λόγου και φωτογραφίας αποτελεί τον κυρίαρχο και τον πλέον προσφιλή στους συντάκτες συνδυασμό για την παρουσίαση της πολυτροπικότητας, ενώ ο συνδυασμός λόγου και πινάκων, σκίτσων και διαγραμμάτων είναι πολύ περιορισμένος. Μια πιο λεπτομερής εξέταση του κυρίαρχου συνδυασμού έδειξε πως στη θέση της φωτογραφίας πολύ συχνά (12 από τα 31 στην πρώτη και 20 από 32 στη δεύτερη έρευνα) βρίσκεται η φωτογραφία του ή των προσώπων που παρήγαγαν το μήνυμα που αναγράφεται στον πρωτοσέλιδο κεντρικό τίτλο ή τουλάχιστον το πρόσωπο ή τα πρόσωπα που σχετίζονται με το κεντρικό πρωτοσέλιδο θέμα. Τα πρόσωπα αυτά είναι ως επί το πλείστον μέλη της κυβέρνησης -για τις πολιτικές και οικονομικές εφημερίδες- και αθλητικοί παράγοντες ή αθλητές για τις αθλητικές εφημερίδες. Οι υπόλοιπες 19 φωτογραφίες στην πρώτη και 12 στη δεύτερη έρευνα παρουσιάζουν κάποια εικόνα που άμεσα ή έμμεσα σχετίζεται με το κεντρικό πρωτοσέλιδο θέμα. Όσον αφορά τον συνδυασμό λόγου και πίνακα/ων αυτός βρίσκεται κυρίως στις οικονομικές εφημερίδες, στις

οποίες λόγω του περιεχομένου παρουσιάζονται ποσοστά και στατιστικές, συνήθως με έγχρωμα ιστογράμματα.

Από την ανάγνωση των πινάκων 2 και 3 προκύπτει ότι στις πολιτικές και οικονομικές εφημερίδες παρουσιάζεται μια σχετικά μεγάλη διασπορά στον βαθμό χρήσης της πολυτροπικότητας. Το αξιοσημείωτο είναι ότι στην πρώτη έρευνα το ποσοστό της μονοτροπικότητας ανέρχεται περίπου στο 40%, ενώ στη δεύτερη το ποσοστό αυτό φτάνει γύρω στο 33%. Από την άλλη, οι αθλητικές, οι σατιρικές και οι ποικίλης ύλης εφημερίδες δείχνουν μια αυξημένη προτίμηση στη χρήση της πολυτροπικότητας, αφού και στις δύο έρευνες ένα ποσοστό που φτάνει και ξεπερνάει το 60% παρουσιάζει μέτριο και πολύ υψηλό βαθμό πολυτροπικότητας.

Από την ανάγνωση των πινάκων 4 και 5 προκύπτει ότι οι εφημερίδες με ρητά ή άρρητα δηλωμένη την πολιτικοϊδεολογική τους ταυτότητα παρουσιάζουν πολύ μικρό βαθμό πολυτροπικότητας. Ανάμεσα σε αυτές από την πρώτη έρευνα προέκυψε ότι τον πλέον μικρό βαθμό παρουσιάζουν αυτές που ανήκουν στους ακραίους πολιτικοϊδεολογικούς χώρους, κάτι που στη δεύτερη έρευνα ανατρέπεται μερικώς, αφού τα έντυπα αυτά παρουσιάζουν κάποια σχετική διασπορά διολισθαίνοντας δειλά και προς τη χρήση της πολυτροπικότητας. Όσες ανήκουν στον κεντρώο χώρο παρουσιάζουν –και στις δύο έρευνες– μια διασπορά ως προς τον βαθμό χρήσης. Αλλά και σ' αυτήν την κατηγορία παραμένει πολύ υψηλό το ποσοστό των εφημερίδων που επιλέγει μονοτροπική παρουσίαση του πρωτοσέλιδου κεντρικού θέματος, που φτάνει στην πρώτη έρευνα το 44% και στη δεύτερη το 35%. Αντίθετα με τις εφημερίδες αυτές, όσες δεν έχουν δηλωμένη την πολιτικοϊδεολογική τους ταυτότητα και κατατάσσονται στην κατηγορία «ουδέτερες» παρουσιάζουν στην πρώτη έρευνα πολύ υψηλό ποσοστό χρήσης της πολυτροπικότητας, που φτάνει το 66% στο σύνολο των πεδίων «πολύ υψηλή» και «μέτρια», ενώ στη δεύτερη έρευνα το ποσοστό αυτό μειώνεται στο 48% περίπου.

4. Συμπεράσματα

Βασικός σκοπός της έρευνάς μας ήταν να διερευνηθούν αφενός τα χαρακτηριστικά με τα οποία εμφανίζεται η πολυτροπικότητα στις πανελλήνιες κυκλοφορίας εφημερίδες, καθώς και ο βαθμός πολυτροπικότητας που χρησιμοποιείται σ' αυτές, και αφετέρου οι τυχόν διαφορές που παρουσιάστηκαν την τελευταία πενταετία αναφορικά με τον βαθμό χρήσης της πολυτροπικότητας και των χαρακτηριστικών της από τα συγκεκριμένα έντυπα.

Η έρευνα έδειξε ότι την τελευταία πενταετία ένας πολύ μεγαλύτερος από ό,τι στο παρελθόν αριθμός εφημερίδων εκμεταλλεύεται την πολυτροπικότητα και τη χρησιμοποιεί ως ένα ακόμη μέσο, για να επιτελέσει ο δημοσιογραφικός και δη ο ειδησεογραφικός λόγος τις λειτουργίες του (Χατζησαββίδης 2000: 33-42). Εκείνο που διαπιστώνεται και από τις δύο έρευνες είναι πως το μέσο αυτό δεν παρουσιάζει τα ίδια χαρακτηριστικά σε όλες τις εφημερίδες και δε χρησιμοποιείται στον ίδιο βαθμό και στην ίδια έκταση από όλες τις εφημερίδες, αλλά σχετίζεται (εκτός από τη σπουδαιότητα του θέματος) με το είδος στο οποίο ανήκει η εφημερίδα και με τη φυσιογνωμία που θέλει να διαμορφώσει απέναντι στο αναγνωστικό της κοινό, φυσιογνωμία που έχει σχέση με την πολιτικοϊδεολογική θέση της κάθε εφημερίδας. Το τελευταίο χαρακτηριστικό φαίνεται και από τη σταθερότητα ως προς την έκταση, τον συνδυασμό τρόπων, τα χρώματα, τις γραμματοσειρές και τη γενικότερη αισθητική που χρησιμοποιούνται για την παρουσίαση των θεμάτων της πρώτης σελίδας. Έτσι τα χαρακτηριστικά της πολυτροπικότητας, ο βαθμός και η έκταση της, καθώς και η σχέση μεταξύ των δύο κυρίαρχων τρόπων που υφίστανται στα πολυτροπικά πρωτοσέλιδα κείμενα των εφημερίδων αντικατοπτρίζει και τη γενικότερη «γραμμική» της κάθε εφημερίδας.

Ειδικότερα, όσον αφορά τις ελληνικές εφημερίδες, με βάση τα δεδομένα των δύο ερευνών μπορούμε να οδηγηθούμε σε ορισμένες εκτιμήσεις εν είδει συμπερασμάτων, όπως τα παρακάτω:

Ι. Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά με τα οποία εμφανίζεται η πολυτροπικότητα, καθώς και τον βαθμό πολυτροπικότητας διαπιστώθηκαν τα εξής:

- η πολυτροπικότητα ως νεωτεριστικό στοιχείο φαίνεται να αρμόζει σε έντυπα με περιεχόμενο που αφορά κυρίως ψυχαγωγικού περιεχομένου δραστηριότητες (αθλητισμός, σάτιρα, ποικίλα),
- η πολυτροπικότητα δεν αποτελεί στοιχείο φορτισμένο ιδεολογικά, γιατί προφανώς δεν έγινε κτήμα και δε χρησιμοποιήθηκε από καμιά ιδεολογία ως μέσο ιδιαίτερης έκφρασης και προπαγάνδας,
- η πολυτροπικότητα εισάγεται στην ελληνική δημοσιογραφία δειλά χρησιμοποιώντας ως «γέφυρες» έντυπα που κατά κανόνα δεν έχουν μια συγκεκριμένη πολιτικοϊδεολογική ταυτότητα και δεν έχουν διαμορφώσει την παράδοση που έχουν διαμορφώσει οι παλαιότερες εφημερίδες,

- η χρήση της πολυτροπικότητας δε φαίνεται ακόμη να είναι αποτέλεσμα συνειδητής επιλογής αλλά περισσότερο στοιχείο εντυπωσιασμού του αναγνωστικού κοινού.

II. Όσον αφορά τις τυχόν διαφορές που παρουσιάστηκαν την τελευταία πενταετία αναφορικά με τον βαθμό χρήσης της πολυτροπικότητας και των χαρακτηριστικών τους διαπιστώθηκαν τα εξής:

- οι διαφορές που παρουσιάζονται ανάμεσα στις δύο έρευνες γενικά είναι ελάχιστες και όχι αντιπροσωπευτικές για να δικαιολογήσουν τη δημιουργία μιας τάσης αλλαγής,
- φαίνεται να υπερισχύει σταδιακά η πολυτροπικότητα στην οποία χρησιμοποιείται ο συνδυασμός λόγου και φωτογραφίας,
- οι πολιτικές και οι οικονομικές εφημερίδες χρησιμοποιούν σε αρκετά μεγαλύτερα ποσοστά την πολυτροπικότητα από ό,τι πριν από πέντε χρόνια,
- οι εφημερίδες που ανήκουν σε ακραίους πολιτικοϊδεολογικούς χώρους χρησιμοποιούν περισσότερο από ό,τι πριν από πέντε χρόνια την πολυτροπικότητα,
- οι ουδέτερες πολιτικοϊδεολογικά εφημερίδες χρησιμοποιούν λιγότερο από ό,τι πριν πέντε χρόνια την πολυτροπικότητα.

Όλα αυτά τα τελευταία μας δίνουν το δικαίωμα να υποστηρίξουμε ότι η πολυτροπικότητα ως πρακτική γίνεται όλο και περισσότερο αποδεκτή από τις ελληνικές εφημερίδες δείχνοντας ότι αποχρωματίζεται από τις πολιτικοϊδεολογικής και αισθητικής φύσης συμφραζόμενα, με τα οποία ήταν προφανώς φορτισμένη, και από στοιχείο εντυπωσιασμού του αναγνωστικού κοινού που πιθανόν ήταν κάποτε μετατρέπεται σε ένα εκ των ων ουκ άνευ στοιχείο για την πρώτη σελίδα των ελληνικών εφημερίδων.

Βιβλιογραφία

- Beaugrande, Robert de, and Dressler, Wolfgang. 1981. *Introduction to textlinguistic.*, Londres: Longman.
- Boklund-Λαγοπούλου, Κάριν, και Λαγόπουλος, Αλέξανδρος-Φαίδων. 1980 Κοινωνικές δομές και σημειωτικά συστήματα: θεωρία, μεθοδολογία, μερικές εφαρμογές και συμπεράσματα. *Ελληνική Σημειωτική Εταιρεία. Σημειωτική και κοινωνία*. Αθήνα: Οδυσσέας, σ. 23-37.
- Brown, Gillian, and Yule, George. 1983. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Γεωργακοπούλου, Αλεξάνδρα, και Γούτσος, Διονύσης. 1999. *Κείμενο και επικοινωνία*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Kress, Gunter. 2000. «Multimodality». In Kalatzis, M. & Cope, B. (ed.) *The New London Group, Multiliteracies: Literacy learning and Design of Social Futures*, London and New York: Routledge, σ. 164-180
- Kress, Gunter, and Leeuwen, Theo van. 2010. *Η ανάγνωση των εικόνων. Η Γραμματική του Οπτικού Σχεδιασμού*. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.
- Πουρκός, Μάριος, και Κατσαρού, Ελένη. (επιμ.). 2011. *Βίωμα, μεταφορά και πολυτροπικότητα: εφαρμογές στην επικοινωνία, την εκπαίδευση, τη μάθηση και τη γνώση*. Θεσσαλονίκη: Νησίδες.
- Χατζησαββίδης, Σωφρόνης. 2000. *Ελληνική γλώσσα και δημοσιογραφικός λόγος*. Αθήνα: Gutenberg.
- Χατζησαββίδης, Σωφρόνης. 2005. «Λόγος και εικόνα στον ημερήσιο ελληνικό τύπο. Διερεύνηση του βαθμού και του είδους της πολυτροπικότητας». Πρακτικά Ημερίδας Εικόνα και Λόγος στα Media. Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ, ΑΠΘ, 4 Νοεμβρίου 2005 (ηλεκτρονική μορφή).
- Χατζησαββίδης, Σωφρόνης. 2011. «Η πολυτροπικότητα στη σύγχρονη εγγράμματη κοινωνία ως προϊόν μεταφοράς του βιώματος: προς μια νέα μορφή λόγου», στο Πουρκός, Μ. & Κατσαρού, Ε. (επιμ.) 2011. *Βίωμα, μεταφορά και πολυτροπικότητα: εφαρμογές στην επικοινωνία, την εκπαίδευση, τη μάθηση και τη γνώση*, Θεσσαλονίκη: Νησίδες, σ. 103-113.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Είδος εφημερίδας	Η έρευνα	Τίτλοι εφημερίδων	Σύνολο
Πολιτικές	Πρώτη έρευνα	Αγγελιοφόρος, Αδέσμευτος Τύπος (Μήτσης), Αδέσμευτος Τύπος (Ρίζος), Απογευματινή, Αυγή, Αυριανή, Το Βήμα, Το Βήμα της Κυριακής, Η βραδυνή, Έθνος, Έθνος της Κυριακής, Ελεύθερος, Ελεύθερος Τύπος, Τύπος της Κυριακής, Ελεύθερη Ώρα, Ελευθεροτυπία, Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, Το πρώτο Θέμα, Θεσσαλονίκη, Καθημερινή, Καθημερινή της Κυριακής, Ο λόγος, Ο λόγος της Κυριακής Μακεδονία της Κυριακής, Τα Νέα, Νίκη, Το παρόν, Πριν, Ριζοσπάστης, Η χώρα Ανέστειλαν την έκδοση μεταξύ 2005-2010: Αδέσμευτος Τύπος (Μήτσης), Απογευματινή, Το Βήμα, Ο λόγος της Κυριακής, Η χώρα	30
	Δεύτερη έρευνα	Αγγελιοφόρος, Ακρόπολις, Αδέσμευτος Τύπος (Ρίζος), Αυγή, Αυριανή, Το Βήμα της Κυριακής, Η βραδυνή, Η δημοκρατία, Έθνος, Έθνος της Κυριακής, Ελεύθερος, Ελεύθερος Τύπος, Η εποχή, Τύπος της Κυριακής, Ελεύθερη Ώρα, Ελευθεροτυπία, Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, Θεσσαλονίκη, Το πρώτο Θέμα, Καθημερινή, Καθημερινή της Κυριακής, Ο λόγος, Τα Νέα, Νίκη, Το παρόν, Μακεδονία της Κυριακής, Πριν, Real News, Ριζοσπάστης, Τύπος της Θεσσαλονίκης	30
Αθλητικές	Πρώτη έρευνα	Αθλητική Ηχώ, Μετροσπόρ, Πρωταθλητής, Σπορ του Βορρά, Ο φίλαθλος, Φως, Ώρα των σπορ, Derby, Goal news, Score live, Sporday, Sportime Ανέστειλαν την έκδοση μεταξύ 2005-2010: Αθλητική Ηχώ, Μετροσπόρ, Σπορ του Βορρά, Sportime	12
	Δεύτερη έρευνα	Η γάτα, Πρωταθλητής, Ο φίλαθλος, Φως, Ώρα των σπορ, Derby news, Goal news, Score live, Sporday, King Bet, Exedra	11
Οικονομικές	Πρώτη έρευνα	Η αξία, Εξπρές, Ημερησία, Ισοτιμία, Κέρδος, Μέτοχος, Ο κόσμος του επενδυτή, Ναυτεμπορική, Οικονομία, Χρηματιστήριο, Χρηματιστηρίου σύμβουλος Ανέστειλαν την έκδοση μεταξύ 2005-2010: Οικονομία, Χρηματιστηρίου σύμβουλος	11
	Δεύτερη έρευνα	Η αξία, Εξπρές, Ευρωπαϊχειρηματική οικονομία, Ημερησία, Ισοτιμία, Κέρδος, Κέρδος της Κυριακής, Μέτοχος, Ο κόσμος του επενδυτή, Ναυτεμπορική, Χρηματιστήριο,	11

Σατιρικές	Πρώτη έρευνα	Καρφί, Παρασκευή+13, Το ποντίκι	3
	Δεύτερη έρευνα	Καρφί, Παρασκευή+13, Το ποντίκι	3
Ποικίλης ύλης	Πρώτη έρευνα	Espresso, Traffic Ανέστειλε την έκδοση μεταξύ 2005-2010: Traffic	2
	Δεύτερη έρευνα	Espresso, Espresso της Κυριακής,	2
ΣΥΝΟΛΟ	Πρώτη έρευνα		58
	Δεύτερη έρευνα		57

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Π

ΔΕΛΤΙΟ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΠΟΛΥΤΡΟΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

Α. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

- A.1. Τίτλος.....
 A.2. Ημερομηνία.....
 A.3. Είδος

Β. ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΠΟΛΥΤΡΟΠΙΚΟΤΗΤΑΣ

- B.1. Χρησιμοποιείται πολυτροπικότητα;.....
 B.2. Αν, ναι ποιοί τρόποι χρησιμοποιούνται;
 B.3. Έκταση του εξεταζόμενου συνόλου σε σχέση με ολόκληρη τη σελίδα.....
 B.4. Έκταση του εξεταζόμενου λεκτικού τρόπου σε σχέση με το εξεταζόμενο σύνολο.....
 B.5. Έκταση του εξεταζόμενου εικονιστικού τρόπου σε σχέση με το εξεταζόμενο σύνολο.....
 B.6. Χρώματα.....

Γ. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

- Γ.1. Κείμενο λεκτικού τρόπου:.....

 Γ.2. Χαρακτηριστικά του λεκτικού τρόπου.....
 Γ.3. Σχέση λεκτικού τρόπου με εικονιστικό.....
 Γ.4. Περιγραφή εικονιστικού τρόπου.....
 Γ.5. Χαρακτηριστικά εικονιστικού τρόπου.....
 Γ.6. Αριθμός διαφορετικών εικονιστικών τρόπων.....
 Γ.7. Σχέση του εικονιστικού με το λεκτικό τρόπο.....

Δ. ΒΑΘΜΟΣ ΠΟΛΥΤΡΟΠΙΚΟΤΗΤΑΣ

- Δ.1. Πολύ υψηλός.....
 Δ.2. Μέτριος.....
 Δ.3. Μικρός.....
 Δ.4. Ελάχιστος.....
 Δ.5. Μηδενικός.....