

12

ΓΛΩΣΣΟΦΙΛΟΛΟΓΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Figura in Praesentia

Μελέτες αφιερωμένες στον καθηγητή

Θανάση Νάκα

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

Κώστας Ντίνας

Καθηγητής Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας



ΕΚΔΟΣΕΙΣ
ΠΑΤΑΚΗ

Βιβλιογραφική παραπομπή:

Κώστας Ντίνας (επιμ.). 2018. *Figura in Praesentia* - Μελέτες αφιερωμένες στον καθηγητή Θανάση Νάκα. Εκδόσεις Πατάκη

Figura in Praesentia

Μελέτες αφιερωμένες στον καθηγητή

Θανάση Νάκα

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

Κώστας Ντίνας

Καθηγητής Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας



ΕΚΔΟΣΕΙΣ
ΠΑΤΑΚΗ

Το παρόν έργο πνευματικής ιδιοκτησίας προστατεύεται κατά τις διατάξεις της ελληνικής νομοθεσίας (Ν. 2121/1993 όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σήμερα) και τις διεθνείς συμβάσεις περί πνευματικής ιδιοκτησίας. Απαγορεύεται απολύτως άνευ γραπτής αδειάς του εκδότη η κατά οποιονδήποτε τρόπο ή μέσο (ηλεκτρονικό, μηχανικό ή άλλο) αντιγραφή, φωτοανατύπωση και εν γένει αναπαραγωγή, εκμίσθωση ή δανεισμός, μετάφραση, διασκευή, αναμετάδοση στο κοινό σε οποιαδήποτε μορφή και η εν γένει εκμετάλλευση του συνόλου ή μέρους του έργου.

Το παρόν βιβλίο εκδόθηκε με δαπάνες και εποπτεία των συντελεστών του και η Σ. Πατάκης ΑΕΕΔΕ έχει αναλάβει, κατόπιν συμφωνίας, τη διακίνηση και διάθεσή του.

Εκδόσεις Πατάκη – Θεωρητικές επιστήμες/Γλωσσολογία
Σειρά: Γλωσσολογική Βιβλιοθήκη
Διεύθυνση σειράς: Θανάσης Νάκας

Copyright © 2018: Θανάσης Νάκας,
Τηλ.: 210 9521 366 – Email: anakas@primedu.uoa.gr

Πρώτη έκδοση: Αθήνα, Μάιος 2018

Εκδοτική Παραγωγή: **ΕΠΤΑΛΟΦΟΣ** ΑΒΕΕ

ISBN 978-960-16-7988-4



**ΕΚΔΟΣΕΙΣ
ΠΑΤΑΚΗ**

ΠΑΝΑΓΗ ΤΣΑΛΛΑΡΗ (ΠΡΩΗΝ ΠΕΙΡΑΙΩΣ) 38, 104 37 ΑΘΗΝΑ,
ΤΗΛ.: 210.36.50.000, 210.52.05.600, 801.100.2665, ΦΑΞ: 210.36.50.069
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΔΙΑΘΕΣΗ: ΕΜΜ. ΜΠΕΝΑΚΗ 16, 106 78 ΑΘΗΝΑ, ΤΗΛ.: 210.38.31.078
ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ: ΚΟΡΥΤΣΑΣ (ΤΕΡΜΑ ΠΟΝΤΟΥ - ΠΕΡΙΟΧΗ Β' ΚΤΕΟ),
570 09 ΚΑΛΟΧΩΡΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, ΤΗΛ.: 2310.70.63.54, 2310.70.67.15, ΦΑΞ: 2310.70.63.55
Web site: <http://www.patakis.gr> • e-mail: info@patakis.gr, sales@patakis.gr

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος του επιμελητή	vi
Βιογραφικό σημείωμα – Εργογραφία Θανάση Νάκα	xi
<i>Αργύρης Αρχάκης – Άννα Φτερνιάτη – Ανθίπη Δούκα</i> Αναλύοντας κριτικά την ειδησεογραφική αξιολόγηση στον ημερήσιο τύπο	1
<i>Ιωάννης Γαλαντόμος</i> Η θεώρηση του μεταφορικού τρόπου έκφρασης στο πλαίσιο της Γνωστικής Γλωσσολογίας.....	30
<i>Μαρία Γκασούκα</i> Γλώσσα και φύλο: απόπειρες υπέρβασης του γλωσσικού σεξισμού.....	46
<i>Ελένη Γρίβα – Κώστας Ντίνας</i> Στρατηγικές κατανόησης και παραγωγής γραπτού λόγου.....	57
<i>Μαρία Καμηλάκη – Γιώργος Μαρκόπουλος</i> Γλωσσικές αναπαραστάσεις της πολιτικής ταυτότητας	74
<i>Penelope Kambakis Vougiouklis</i> Mathematical models in language learning	93
<i>Αφροδίτη Καποθανάση – Ευγενία Μαγουλά</i> «Φοιτώ στο πανεπιστήμιο κι όλοι με λένε ‘φυτό’»: η αντίληψη του φαινομένου της ομοηχίας από φοιτητές.....	105
<i>Χρυσή Καρατσινίδου</i> «Ο Μεγάλος Χρόνος» και «Η φυλακή της γλώσσας».....	127
<i>Γραμματική Κάρλα</i> Η αυτο-σκηνοθέτηση του ρήτορα στους αυτοκρατορικούς λόγους	134

<i>Γεωργία Κατσούδα</i>	
Ετυμολογική επανεξέταση προβληματικών περιπτώσεων	151
<i>Γεωργία Κατσούδα – Θανάσης Νάκας</i>	
Σύμφυση και επανετυμολόγηση: νεολογισμών συνέχεια.....	167
<i>Γιώργος Κοτζόγλου</i>	
Για τον υποτακτικό σύνδεσμο και	197
<i>Δημήτρης Κουτσογιάννης – Ιωάννα Χατζηκυριακού</i>	
Από τη διδασκαλία της γραμματικής στο παλίμψηστο της διδακτικής πραγματικότητας.....	213
<i>Σταματία Κουτσουλέλου</i>	
«Αρχικά... στη συνέχεια... επίσης... τέλος»	236
<i>Peter Mackridge</i>	
Γλωσσικά αδιέξοδα σε φαναριώτικα κείμενα του 18 ^{ου} αιώνα.....	254
<i>Κωνσταντίνος Μαλαφάντης</i>	
Το «παιδαγωγικό μυθιστόρημα» και η εισδοχή του στη νεοελληνική λογοτεχνική παράδοση	266
<i>Μιχάλης Μερακλής</i>	
Η Αισθητική και η γλώσσα μας σήμερα.....	285
<i>Γεώργιος Μπαμπινιώτης</i>	
Ο γλωσσικός και μεταγλωσσικός Κώστας Μόντης.....	295
<i>Σταμάτης Μπουσές</i>	
Figurae paradoxorum	316
<i>Θεόδωρος Νημάς</i>	
Τουρκικές λέξεις στον προφορικό λόγο των κατοίκων της περιοχής Χασίων Τρικάλων	337
<i>Κ. Ντίνας – Α. Στάμου – Ε. Γρίβα – Κ. Μαρωνίτη</i>	
Τα παιδιά ‘διαβάζουν’ κριτικά τον λόγο της μαζικής κουλτούρας	368
<i>Μαρία Παπαδοπούλου – Ευγενία Παγκουρέλια</i>	
Η Ρητορική στην εκπαιδευτική πράξη: η επιχειρηματολογία στην ελληνική διαχρονία της.....	388

<i>Περικλής Πολίτης</i>	
«Τη σκότωσα, γιατί την αγαπούσα»:	
ρεπορτάζ εγκλημάτων πάθους στην ελληνική τηλεόραση	405
<i>Θεοδόσης Πολαρινός</i>	
Δύο ανέκδοτες ποιητικές συνθέσεις του Γεωργίου Μαρτινέλη	428
<i>Angela Ralli</i>	
mata- and -orulo : two cases of Greek affixoids.....	449
<i>Μαρίνα Ροδοσθένους - Μπαλάφα</i>	
Θανάσης Βαλτινός, ο επιδέξια ανατρεπτικός χρήστης	
του λόγου και των ειδών του	465
<i>Τριανταφυλλιά Σαραφίδου</i>	
Η ανάλυση του λόγου της <i>Θείας Λειτουργίας</i>	
του Ιωάννου του Χρυσοστόμου	485
<i>Σωκράτης Σκαρτσής</i>	
Η εικονιστική φύση της γλώσσας.....	502
<i>Μανώλης Στεργιούλης</i>	
Οι επιδράσεις της ιδεολογίας του Περικλή στον Ισοκράτη.....	510
<i>Χαράλαμπος Στεργιούλης</i>	
Figurae per transmutationem.....	526
<i>Σωτηρία Τριαντάρη</i>	
Η ηθική του ρήτορα στον Αριστοτέλη	
και η επικοινωνιακή της διάσταση	547
<i>Νικολέττα Τσιτσανούδη - Μαλλίδη</i>	
Νεολογισμοί της δημόσιας σφαίρας.....	564
<i>Γεώργιος Τσουκνίδας</i>	
Όψεις σχηματικού λόγου σε υμνογραφικά κείμενα	
και στα Διονυσιακά του Νόννου	581
<i>Αναστασία Χριστοφίδου</i>	
Κειμενικά είδη και τρόποι λόγου:	
μια συνολική κειμενογλωσσολογική πρόταση.....	604
<i>Γιούλη Χρονοπούλου</i>	
Έντεχνες και άτεχνες πίστεις στον Ιππόλυτο του Ευριπίδη	625

ΝΙΚΟΛΕΤΤΑ ΤΣΙΤΣΑΝΟΥΔΗ – ΜΑΛΛΙΔΗ*

Νεολογισμοί της δημόσιας σφαίρας: από τη βάσανο της χρήσης στην ταχεία ωρίμανση των ‘trumpnomics’

(Μια προσέγγιση με ιδεολογικό προσανατολισμό)

Abstract

The diffusion of neologisms today is facilitated through the use of digital media and strengthens itself in the spacious tightness of the cyberspace. The speed at which novel words invade the spoken language and question the prediction of a short life expectancy is impressive.

The paper is based on the creation of a large group of words with common features, which emerged after the entrance to the political life and election of D. Trump as President of the United States. It examines changes in the diffusion and ‘rapid maturation’ of neologisms in the public sphere and social media. It is generally concluded that the time elapsed for the declassification of a language unit from a neologism to a mature word is reduced. This is aided by the bold leaps of electronic dictionaries that legitimize the new word’s entry in a ‘finished record’, and the speed of technology, which the living organism of the language incorporates, even with reactions or difficulties.

Keywords

Neologism, attitude of virtual sympathy, linguistic loan, ideological function, dictionary.

Λίγα λόγια για το σκεπτικό της εργασίας

Η παρούσα εργασία αφορμάται από τη δημιουργία μιας σειράς νεολογισμών η οποία συνδέθηκε με την εκλογή του D. Trump στο αξίω-

* Επίκουρη Καθηγήτρια Γλωσσολογίας και Ελληνικής Γλώσσας, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων / nitsi@cc.uoi.gr.

μα του Προέδρου των ΗΠΑ. Η διαδεδομένη χρήση έβαλε σε σκέψεις τους υπευθύνους του Λεξικού της Οξφόρδης να συμπεριλάβουν μια ομάδα από αυτά τα λεξικά μορφώματα (*trumpflation, trumpist, trumponomics, trumpkin* κτλ.) σε επόμενες εκδόσεις, παραβλέποντας παλαιότερους κανόνες «ωρίμανσης» των λέξεων. Η δυναμική παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (*social media*) και η ταχύτατη προπόρευση, χωρίς την ανάγκη επεξήγησης, ήταν ίσως η σοβαρότερη αιτία μιας διαδικασίας που χαρακτηρίστηκε *‘fast – track’*¹. Η συγκεκριμένη εξέλιξη αντιμετωπίζεται στο κείμενο κριτικά, καθώς επιχειρείται μια αρχική ερμηνεία ενός ραγδαία εξελισσόμενου φαινομένου, χωρίς να είναι εύκολες, ούτε βέβαια σκόπιμες, οι όποιες προβλέψεις για τη συνέχεια του.

Η εργασία² ξεκινά με μια ευσύνοπτη παρουσίαση των ορισμών της έννοιας του νεολογισμού και της τυπολογίας, από τα μέσα του 19^{ου} αιώνα μέχρι σήμερα, αντλώντας στοιχεία από τη διεθνή βιβλιογραφία, αλλά και με βάση τη νεοελληνική λεξικογραφική παράδοση. Στη συνέχεια, κατατίθενται σκέψεις και προβληματισμοί σε σχέση με την παρατηρούμενη ανανέωση των κριτηρίων τα οποία αναβαθμίζουν έναν νεολογισμό σε λέξη. Έμφαση δίνεται στα ιδεολογικά χαρακτηριστικά και στο στοιχείο της *στάσης υψηλής εικονικής ευμένειας*, ειδικά εάν ο λόγος αφορά στις λειτουργίες και την απήχηση των μέσων ενημέρωσης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία, λόγω της εντυπωσιακής ανόδου τους στις προτιμήσεις των χρηστών, διακρίνονται για την τεράστια κανονιστική και επιρεαστική τους λειτουργία. Δεν παραβλέπονται παράμετροι, όπως η υφολογική, ή και τονική, εναρμόνιση των νεολογισμών που προέρχονται από γλωσσικά δάνεια, στο πλαίσιο ενός λαϊκού ή και λόγιου δανεισμού, η λιτή ορθογραφία, η προέλευση από τον οριζόντιο άξονα των γλωσσικών

¹ Βλ. «Πλήθος νεολογισμών στο Λεξικό της Οξφόρδης λόγω Τραμπ», εφημ. *Τα Νέα*, 3.2.17, σ. 33. Το δημοσίευμα ακολούθησε ειδικό αφιέρωμα στην ελληνική δημόσια ραδιοφωνία για το συγκεκριμένο θέμα και άλλες δημόσιες συζητήσεις.

² Στο ερευνητικό επίπεδο, συνεργάστηκαν οι φοιτήτριες του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών του ΠΤΝ του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων, στην κατεύθυνση «Γλωσσικός Γραμματισμός και Πολυγραμματισμοί στην εκπαίδευση», Α. Γιαννάκου, Β. Καντζέλη, Κ. Καλαμπόκη, Α. Παπαβασιλείου, Α. Παρασκευάκη και Α. Φάτσιου.

διαλέκτων, η υποκειμενική χρήση των ομιλητών, η δυναμική της γλώσσας των νέων κ.ά.

Ακολούθως, εξετάζεται η πολιτική του διακεκριμένου λεξικού της Οξφόρδης, το οποίο, κάθε χρόνο, επιλέγει έναν αριθμό νέων λέξεων τις οποίες εισάγει, λαμβάνοντας υπόψη του κριτήρια, όπως η συχνότητα εμφάνισης, τα είδη των παραδειγμάτων που έχουν συλλεχθεί, καθώς και η χρονική περίοδος μέσα στην οποία 'δυναμώνει' η κάθε λέξη. Η προσπάθεια για τον εντοπισμό και τη συμπερίληψη νέων λέξεων, καθώς και της επανεξέτασης του υλικού, είναι αδιάλειπτη. Πρόκειται για πολιτική που φαίνεται να επηρεάζει δραστικά την 'επισημοποίηση' των λέξεων και συμπαρασύρει τη διαδικασία ωρίμανσης σε μία επιτάχυνση, λόγω του κύρους του φορέα. Η χρονοτριβή στη βάση της πολυετούς χρήσης μοιάζει να χάνει τη δύναμή της ως κριτήριο ³.

Η έννοια του νεολογισμού

Το αίτημα δημιουργίας μιας ενιαίας, εθνικής ανανεωμένης γλώσσας που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του γλωσσικού συστήματος οδηγεί στη νεολογία ⁴. Οι ζωντανές γλώσσες, σε αντίθεση με τις νεκρές, υπόκεινται σε αλλαγή και προσαρμόζονται σε νέες καταστάσεις. Η γλώσσα μπροστά σε νέα επιτεύγματα του ανθρώπινου νου, για να τα

³ Δεν είναι, άλλωστε, τυχαίο ότι, πλέον, η είσοδος μιας λέξης στο συγκεκριμένο λεξικό γίνεται θέμα ακόμη και ενός κεντρικού δελτίου ειδήσεων, στο BBC λόγω χάρη, γεγονός που παραπέμπει σε μια πιθανή διαπλοκή των ΜΜΕ με τη γλωσσογονία και, εν γένει, της μιντιακής δημόσιας σφαίρας με εσωτερικές λειτουργίες της ίδιας της γλώσσας.

⁴ Ο όρος *νεολογία* (neology/ coinage) χρησιμοποιείται για την αναφορά σε μια διεργασία επινόησης νέων λέξεων, οι οποίες διατηρούν τον νεολογικό χαρακτήρα τους μέχρι να ενταχθούν στο γλωσσικό σύστημα (Ξυδόπουλος, 2007, 206). Η Άννα Αναστασιάδη- Συμεωνίδη (1986, 69-74) υποστηρίζει πως η νεολογία σε ένα πρώτο επίπεδο διακρίνεται σε δυο κατηγορίες: τη *γλωσσική* και την *ψυχολογική*. Η *γλωσσική νεολογία* (language neology) με τη σειρά της διακρίνεται στην *πραγματωμένη* και τη *δυνάμει*. Η *πραγματωμένη νεολογία* (realized neology) αφορά τους ήδη υπάρχοντες νεολογισμούς οι οποίοι εμφανίζονται στον λόγο ως αποτέλεσμα της ευρύτερης χρήσης από τη γλωσσική κοινότητα, ενώ η *δυνάμει νεολογία* αφορά τους πιθανούς νεολογισμούς οι οποίοι δεν έχουν ακόμη εμφανιστεί στον λόγο.

κατονομάσει, δημιουργεί νέους όρους, ενώ για λόγους οικονομίας καταφεύγει στη χρήση σημείων που ήδη προϋπάρχουν στο σύστημα, σε νέους όμως συνδυασμούς (Δήτσα, 1988, 39). Το ενδιαφέρον των μελετητών και γλωσσολόγων για το ζήτημα του ορισμού των νεολογισμών είναι παλαιό και παραμένει αμείωτο ⁵. Παλαιοί μελετητές, όπως οι Matore, Rey-Debove και Kocourek, όρισαν τον νεολογισμό ως μια νέα σημασία που εισάγεται στο λεξιλόγιο μιας γλώσσας σε μια συγκεκριμένη εποχή, ως λέξη που χρησιμοποιήθηκε στις επικοινωνιακές ανταλλαγές, αλλά απουσίαζε από μεταγλωσσικά λεξικά και γλωσσάρια ή και ως οποιαδήποτε νέα λεξική μονάδα. Επιπλέον, απαντάται ο όρος *νεώνυμο*, για να δηλωθεί μια νεολογική λεξική μονάδα στα ειδικά τεχνικά και επιστημονικά λεξιλόγια (Αναστασιάδη- Συμεωνίδη, 1986, 27). Οι νεολογισμοί ορίστηκαν και ως *νεοεμφανιζόμενες λεξικές μονάδες* (newly coined lexical units) ή ως *(προ)υπάρχουσες λεξικές μονάδες που αποκτούν νέα σημασία* (existing lexical units that acquire a new sense) (Newmark, 1988, 140). Ο Janssen (2012) θεωρεί νεολογισμό μια λέξη η οποία έχει καθιερωθεί σε τέτοιο βαθμό, ώστε να μπορεί να ενταχθεί σε λεξικό, γι' αυτό και την ονομάζει *νεολογικό λεξικό λήμμα* (neologistic lexical entry), ενώ για όλες τις υπόλοιπες περιπτώσεις που η χρήση τους δεν γενικεύεται, ώστε να γίνει κομμάτι του *λεξικού* (lexicon) της γλώσσας, χρησιμοποιεί τον παλιότερο όρο *οκαζιοναλισμός* (occasionalism) (Νικολάου, 2016, 30).

Για τη νεοελληνική λεξικογραφική παράδοση, ο όρος *νεολογισμός*, συχνά σε συνδυασμό με τον όρο *λεξιπλασία*, έχει προσλάβει τις ακόλουθες σημασίες:

⁵ Το φαινόμενο της νεολογίας απασχόλησε πρώτους τους αρχαίους Έλληνες και τους Λατίνους συγγραφείς. Ο Πλάτωνας, στο έργο του *Κρατύλος*, χρησιμοποιεί τον όρο *ονοματοργός* για τη σημασία “ονοματοθέτης, δημιουργός λέξεων”, ενώ στο έργο του *Νόμοι*, τον όρο *καινοτομία ονομάτων* με τη σημασία “δημιουργία νέων λέξεων”. Ο Αριστοτέλης, στα *Ηθικά Νικομάχεια*, χρησιμοποιεί τον όρο *ονοματοποιείν*. Σύμφωνα με τα σχόλια του Αριστοφάνη, στο έργο του *Όρνιθες*, το ρ. *ονοματοποιέω* δηλώνει “δημιουργώ ονόματα, λέξεις”. Ο Οράτιος, στο έργο του *Ars Poetica*, χρησιμοποιεί τον όρο *nova fictaque verba*: ο Κικέρωνας, στο έργο του *De Oratore*, τον όρο *nova re et facere verba*, ενώ στο έργο *De finibus bonorum et malorum*, τον όρο *ingere nova verba* (Αναστασιάδη- Συμεωνίδη, ό.π., 24).

- του σχηματισμού νέων λέξεων, σύνθετων ή παραγωγών, καθώς και της χρήσης λέξεων με τύπο και σημασία διαφορετική από τη συνηθισμένη ⁶.

- του γλωσσικού τύπου τον οποίο εφευρίσκει συνειδητά ή χρησιμοποιεί τυχαία ένας ομιλητής σε μία μόνο συγκεκριμένη στιγμή, σε νοηματική συνάφεια με τη *λεξιπλασία* (nonce word) ⁷.

- του αποτελέσματος, του προϊόντος της νεολογίας, λέξης ή έκφρασης που έχει δημιουργηθεί πρόσφατα και είναι προϊόν σύνθεσης παλαιών στοιχείων της γλώσσας ή δάνειο ξένης γλώσσας ⁸.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η τυπολογία των νεολογισμών. Ο Τριανταφυλλίδης (1941, 104-183) διακρίνει τέσσερις τρόπους με τους οποίους εμπλουτίζεται με νέες λέξεις το λεξιλόγιο της νέας ελληνικής γλώσσας: την *ονοματοποιία*, την *αλλαγή του γραμματικού είδους* ή *καταχρηστική παραγωγή*, την *παραγωγή*, τη *σύνθεση*. Η παραπάνω τυπολογία δεν περιλαμβάνει ορισμένες κατηγορίες νεολογισμών, όπως είναι οι δάνειοι νεολογισμοί, τα αρκτικόλεξα, τα ακρώνυμα και οι νεολογισμοί με συνταγματική μονάδα. Ο Newmark (1988, 141-149) προτείνει δέκα τύπους στους οποίους μπορούν να ενταχθούν οι νεολογισμοί: οι *παλιές λέξεις με καινούργια σημασία* (old words with new meanings), οι *νέοι σχηματισμοί* (new coinages), οι *παραγώγες λέξεις* (derived words), οι *συντομογραφίες* (abbreviations), οι *λεξικές συνάψεις* (collocations), οι *μονάδες που προκύπτουν από τη χρήση κύριων ονομάτων* (eponyms), οι *μονάδες με προθετικό συμπλήρωμα* (phrasal words), οι *δάνειες λέξεις* (transferred words), τα *αρκτικόλεξα* (acronyms) και οι *ψευδονεολογισμοί* (pseudo-neologisms). Επιπλέον, ο Ξυδόπουλος (2007, 208-209) υποστηρίζει πως νεολογισμοί δημιουργούνται και με γενίκευση των ονομάτων των επιστημόνων ή εφευρετών ή επωνυμιών επιχειρήσεων, τα λεγόμενα γενικευτικά ονόματα ή επωνύμια ⁹. Τέλος, ο Janssen (2012)

⁶ Γ.Χ. Σακελλαριάδης, *Σύγχρονο Λεξικό Όρων και Θεμάτων Γλωσσ(ολογ)ικών*, λήμμα *νεολογισμός*.

⁷ Ντέιβιντ Κρύσταλ, *Λεξικό Γλωσσολογίας και Φωνητικής* (μτφρ. Γ. Ξυδόπουλος).

⁸ Ηλεκτρονικό λεξικό, Πύλη για την Ελληνική Γλώσσα, λήμμα *νεολογισμός*.

⁹ Ορισμένα παραδείγματα: Το σύνδρομο *πάρκινσον* (Parkinson), οι μονάδες μέτρησης *αμπέρ* (Amber) και *βόλτ* (Volt). Στην ελληνική γλώσσα πολλοί νεολογισμοί προέρχονται από προϊόντα ξένης προέλευσης, όπως λ.χ. *κόκα κόλα* (Coca-cola), *μπεϊμπιλίνο* (babylino), *ντεπόν* (Depon), *τάπερ* (Tupper),

ξεκινά από τον όρο *λέξη*, τον οποίο κατακερματίζει ανάλογα με τη σκοπιά από την οποία τον εξετάζει ο ερευνητής. Αναγνωρίζει τους ακόλουθους τύπους λέξης: *ορθογραφική λέξη* (orthographic word), *φωνολογική λέξη* (phonological word), *λεκτικός τύπος* (word-form), *λημματικός τύπος λεξικού* (dictionary word), *τύπος αναφοράς* (citation form), *γραμματική λέξη* (grammatical word) και *σημασιολογική λέξη* (semantic word) (Νικολάου, 2016, 30).

Επιλογικά, νεολογισμός είναι μια λέξη που χρησιμοποιείται από τους ομιλητές, χωρίς ωστόσο να έχει ενταχθεί σε επίσημο λεξιλόγιο και συνεπώς στα λεξικά ¹⁰. Στην κατηγορία των νεολογισμών μπορεί να εντάσσεται ένα *γλωσσικό δάνειο*, μία λέξη από το *ερρύτερο λεξιλόγιο*, η οποία, όμως, αποκτά άλλη ερμηνεία, π.χ. η λέξη *ποντίκι* ως ένδειξη για το αγγλικό *mouse*, που αφορά τον ηλεκτρονικό υπολογιστή και όχι το μικρό ζώο, και, τέλος, λέξεις *ειδικού λεξιλογίου ή ορολογίας* διαφόρων επιστημών.

Το ζήτημα των νεολογισμών είναι παγκόσμιο, «είναι ένα φαινόμενο που υπήρξε και θα υπάρχει σε όλες τις γλώσσες, από τη στιγμή που οι ομιλητές μιας γλώσσας έρχονται σε επαφή με ομιλητές μιας άλλης» (Παπαναστασίου, 2001, 45). Σύμφωνα με την senior editor του λεξικού της Οξφόρδης, F. McPherson, δεν είναι χαρακτηριστικό μόνον των νέων ομιλητών να προβαίνουν σε δημιουργία νέων λέξεων ή σε παραλλαγές των ήδη υπαρχουσών, δεδομένου ότι οι ομιλητές πειραματίζονται με τη γλώσσα περισσότερο ή λιγότερο και, ασφαλώς, τα λεξικά επιχειρούν να αποτυπώνουν αυτή τη δημιουργικότητα ¹¹.

Η ανθεκτικότητα των νεολογισμών

Τα στοιχεία και τα χαρακτηριστικά, τα οποία δίνουν στον νεολογισμό τη δυναμική της ωρίμανσης και της αναγωγής του σε λέξη, ποι-

άζαξ (azax), *γονόκμαν* (walkman) κ.ά. Πρόκειται για λέξεις που αποκτούν γενικευμένη χρήση και χρησιμοποιούνται για την ονομασία ομοειδών προϊόντων, αντί του περιγραφικού τους ονόματος.

¹⁰ Σχετικό υλικό αντλήθηκε και από τον ιστότοπο *Ψηφίδες για τη Νέα Ελληνική Γλώσσα*, στο λήμμα *νεολογισμός*.

¹¹ Το σχετικό βίντεο ανάρτησε το BBC / World News με τίτλο *New Dictionary Words*, στην πλατφόρμα You Tube (https://www.youtube.com/watch?v=qf46_U72YuU).

κίλλουν. Οι γλώσσες, ως βιολογικά και κοινωνικά μορφώματα, υπόκεινται συνεχώς στη διαδικασία της γλωσσικής αλλαγής. Η θεώρηση αυτή αφορά τη συνεχή παρείσφρηση νέων λέξεων από όλες τις κατηγορίες των νεολογισμών. Δεν καταφέρνουν όλες να επιβιώσουν και να ενταχθούν στο υφιστάμενο γλωσσικό σύστημα, ούτε υιοθετούνται όμοια από όλους τους ομιλητές. Τα κριτήρια αυτής της διαφοροποίησης δύνανται να είναι κοινωνικά, οικονομικά, μορφωτικά, ηλικιακά, αλλά και, πιθανόν, ιδεολογικού περιεχομένου.

Ας δούμε, όμως, ορισμένες ενδεικτικές περιπτώσεις, ξεκινώντας από τα στοιχεία που καθορίζουν την ανθεκτικότητα των νεολογισμών οι οποίοι προέρχονται από γλωσσικά δάνεια. Βασικός παράγοντας είναι ο βαθμός κατά τον οποίο το δάνειο εναρμονίζεται υφολογικά και τονικά με το υπάρχον σύστημα. Ως προς τον λαϊκό δανεισμό, η υιοθέτηση μπορεί να γίνεται και αυθαίρετα, σε μια προσπάθεια οικειοποίησης της λέξης από άτομα των μεσαίων λαϊκών στρωμάτων. Αντίθετα, στον λόγιο δανεισμό η εισαγωγή της λέξης γίνεται με γνώμονα τον τρόπο γραφής της και η αφομοίωση επιτυγχάνεται σταδιακά μέσω μιας τυπικής μετάφρασης, κυρίως από άτομα εγγράμματα. Κατά συνέπεια, λέξεις που σήμερα έχουν ενταχθεί στο γλωσσικό σύστημα και θεωρούνται ελληνικές, δεν είναι παρά αλλοιώσεις και τροποποιήσεις δανείων σε ένα οικείο φωνολογικό ή γραμματικό σύστημα. Η επιτυχής ή όχι τροποποίηση ενός γλωσσικού δανείου, καθώς αυτό εισέρχεται στο ήδη υπάρχον σύστημα, αποτελεί βασικό παράγοντα αντοχής και διατήρησής του μέσα στον χρόνο (Παπαναστασίου, 2001). Άλλες προϋποθέσεις αφορούν στην κάλυψη εννοιών που απουσίαζαν ή ήταν δύσκολο να περιγραφούν από το υπάρχον λεξιλόγιο και, συνεπώς, ένα δάνειο καλύπτει αυτή την έλλειψη. Ακόμη, παραλλαγές και αλλοιώσεις του υπάρχοντος γλωσσικού συστήματος, παραφράσεις λέξεων και μεταβολή νοημάτων μπορούν να υιοθετηθούν, κυρίως από τη νεολαία, στο πλαίσιο της μόδας ή απλούστερα της ανάγκης για γλωσσική απόκλιση από την καθεστηκυία τάξη, απόκλιση η οποία μπορεί να προσλαμβάνει ακόμη και ιδεολογικό χαρακτήρα (Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, 2012). Ένα άλλο στοιχείο, δηλωτικό της μελλοντικής εδραίωσης ενός νεολογισμού, είναι η λιτή ορθογραφία και η συντομία του, με βάση την αρχή της οικονομίας της γλώσσας, δεδομένου ότι είναι πιθανότερο ένας ομιλητής να οικειοποιηθεί μια πιο 'οικονομική' λέξη σε σχέση με μια πιο σύνθετη ή περίπλοκη, που δι-

απαράσσει τον γλωσσικό του (μικρό)κοσμο. Διερευνώντας άλλες παραμέτρους, διαπιστώνουμε την ύπαρξη ανθεκτικών νεολογισμών οι οποίοι έχουν προκύψει από τον *οριζόντιο άξονα* των γλωσσικών *διαλέκτων*, όπως λ.χ. η λέξη *κοπελιά*. Παράλληλα, νεολογισμοί λαϊκής προέλευσης και, συγκεκριμένα, από τον κάθετο άξονα γλωσσικών ποικιλιών, διατηρήθηκαν και εισήχθησαν, τελικά, στα λεξικά, όπως λ.χ. η λέξη *μάγκας*.

Ανεξάρτητα από τα είδη της προέλευσης, η αντοχή των νεολογισμών εξαρτάται, κατά μεγάλο μέρος, από τις υποκειμενικές χρήσεις των ομιλητών. Αν οι περισσότεροι ομιλητές συμφωνούν στη χρήση ενός νεολογισμού, αυξάνονται και οι πιθανότητες της καθιέρωσής του ως λέξης και της μετέπειτα ενσωμάτωσής του, μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα, στα λεξικά. Η υποκειμενικότητα του ομιλητή συχνά αποτελεί το *ιδιόλεκτο*, το ιδιαίτερο δηλαδή ύφος του. Η σημασία του ιδιολέκτου φαίνεται και στη σύγκριση και τελική διαφοροποίηση των σωμάτων κειμένων (Γούτσος & Φραγκάκη, 2015, 165). Οι ομιλητές διαμορφώνουν, μέσω του ιδιολέκτου, δικούς τους νεολογισμούς με επιρροές καθαρά προσωπικές και υφολογικές, σχετιζόμενες με παράγοντες όπως είναι η εξοικείωσή τους με μία διάλεκτο, η ψυχοσυναισθηματική κατάσταση στην οποία βρίσκονται κτλ.

Ο συσχετισμός με τη στάση υψηλής απαιτηλής οικειότητας

Πέραν των όσων έχουν αναφερθεί, σήμερα η εδραίωση των νεολογισμών δείχνει να σχετίζεται με την αλματώδη τεχνολογική πρόοδο και, κυρίως, των επικοινωνιακών (πολυ)μέσων. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας αποτελούν έναν βασικό παράγοντα υιοθέτησης ενός νεολογισμού, καθώς μέσα από την τηλεόραση, το ραδιόφωνο και, ασφαλώς, το διαδίκτυο, οι δέκτες έρχονται σε επαφή με ποικίλα λεξικά μορφώματα, προερχόμενα ακόμη και από το ιδιόλεκτο των πομπών. Με τη δημοσιοποίηση ενός τέτοιου μορφώματος από ένα πανίσχυρο μέσο ενημέρωσης, αυτό αποκτά γρήγορα σοβαρές πιθανότητες ενδυνάμωσης και πιθανής χρήσης στο μέλλον από αποδέκτες που θα μιμηθούν και θα χρησιμοποιήσουν μια τέτοια λέξη, αδόκιμη και καινοφανή, έστω στην αρχική της φάση. Το ότι ο αρχισυντάκτης ενός δελτίου αποφασίζει να μεταδοθεί ένας νεολογισμός 'στον αέρα' αποδίδεται στο γεγονός ότι, συνειδητά ή ασυνείδητα, επι-

θυμεί να εμφανίσει το μέσο δεκτικό στις *κάθετες και οριζόντιες γλωσσικές ποικιλίες* (Μήτσης, 1999, 90-91), στο ιδιόλεκτο ενός πολίτη, άρα στη γλωσσική του πλατφόρμα, όποια κι αν είναι αυτή, και, πιθανόν κατ' επέκταση, στην ετερότητα και ατομικότητα των μελών των πολυσχιδών ακροατηρίων (Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, 2006, 156). Πρόκειται για μια έντεχνα διαμορφωμένη στάση των ΜΜΕ, τα οποία, από τη μεταπολίτευση και εξής, υιοθέτησαν μια γλώσσα η οποία, μέσα από τις λέξεις και τη μορφή, και όχι απαραίτητα σε επίπεδο νοήματος και ουσίας, επιδιώκει να δώσει την εντύπωση ότι διαθέτει στοιχεία λαϊκότητας, ότι δηλαδή προέρχεται από τον λαό, είναι δημιούργημά του, απευθύνεται στον λαό και τελικά αποτελεί τον γνήσιο εκφραστή των θέσεων και των συμφερόντων του. Η στάση αυτή των φορέων του δημοσιογραφικού λόγου που την ονομάσαμε *‘στάση υψηλής εικονικής / απατηλής οικειότητας’*, ή *‘στάση εικονικής ευμένειας’* υπηρετείται και αποτυπώνεται σε μια γλώσσα που δίνει στους εκπροσώπους / φορείς της δημοσιογραφικής εξουσίας τη δυνατότητα να τεκμαίρονται τη φιλολαϊκότητα και την κοινωνική ευαισθησία με τις λέξεις και τις φράσεις, εξασφαλίζοντας ιδιότητες και κέρδη που, σε άλλη περίπτωση, θα όφειλαν να αποκτηθούν όχι με τη μορφή αλλά με το περιεχόμενο των λεγομένων τους.

Ο σύγχρονος τηλεοπτικός δημοσιογραφικός λόγος, πέραν των διαφόρων πρωτογενών λειτουργιών του, επιδιώκει να έχει όσο το δυνατόν μεγαλύτερη εμπορική απήχηση, ως ένα πολιτισμικό αγαθό, που, όμως, είναι πλέον και εμπορευματικό, ιδιαίτερα για τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς, που στηρίζουν ένα μεγάλο μέρος των εσόδων τους στη διαφήμιση. Για να επιτευχθεί, όμως, μια τέτοια επιδίωξη, προϋποτίθεται το εμπορικό προϊόν του δημοσιογραφικού λόγου να εξασφαλίζει μια σημαντική επίδραση στο τηλεοπτικό κοινό, επίδραση η οποία προαπαιτεί, με τη σειρά της, ένα *‘άνοιγμα’* των media στα μικρομεσαία κοινωνικά στρώματα. Για να επιτύχει την εξασφάλιση μιας μεγάλης λαϊκής απήχησης, ο τηλεοπτικός εκφερόμενος δημοσιογραφικός λόγος θα πρέπει να εμφανίζεται οικείος και λαϊκός προς τους αποδέκτες του, να δίνει την εντύπωση ότι εκμηδενίζει τις αποστάσεις που χωρίζουν τους τηλεθεατές/καταναλωτές από τα κραταιά μέσα που τον εκπέμπουν, με δεδομένο, μάλιστα, το ανησυχητικά ιδιαίτερο φαινόμενο της υπερσυγκέντρωσης των media γύρω από μεγάλης κλίμακας, στεγανοποιημένους επιχειρηματικούς πόλους. Ταυτό-

χρονα, ο δημοσιογράφος καλείται να πείθει τις μάζες των τηλεθεατών ότι δεν εκπροσωπεί τα συμφέροντα της εκάστοτε ιδιοκτησίας του (κρατικής ή ιδιωτικής/επιχειρηματικής), αλλά των ιδίων των αποδεκτών του, οι οποίοι πρέπει να καθρεπτίζονται στο μέσο και τον λόγο που μεταδίδει τις δικές τους προσδοκίες, αναμονές και θέσεις. Η στάση της εικονικής ευμένειας αποτυπώνεται στη γλώσσα και, ουσιαστικά, κατασκευάζεται με όχημα τη γλώσσα, μεταξύ άλλων, μέσα από τις ακόλουθες συγκεκριμένες πρακτικές:

– με τη χρήση λαϊκών λέξεων και φράσεων αλλά και γεωγραφικών και κοινωνικών ποικιλιών (λαϊκή γλώσσα) ·

– με την αναγωγή και αναβάθμιση του ιδιωτικού στοιχείου στο δημόσιο και την απόπειρα κατάργησης των αποστάσεων μεταξύ ιδιωτικού/ προσωπικού και δημόσιου/ απρόσωπου ·

– με την υπόρρητη έκφραση της ιδεολογίας της αμφισβήτησης και τη σχετική ιδεολογική συμπαράταξη του φορέα του δημοσιογραφικού λόγου με το κοινό που τον παρακολουθεί (Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, ό.π.).

Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, η ενδυνάμωση και η ανθεκτικότητα των νεολογισμών, ως μια ‘παραφθορά’ της γλώσσας από ‘κάτω προς τα πάνω’, είναι μάλλον αναμενόμενη και ερμηνεύσιμη.

Η περίπτωση του Oxford English Dictionary

Το καταξιωμένο λεξικό τη Οξφόρδης (OED) κάθε χρόνο επιλέγει έναν αριθμό νέων λέξεων, τις οποίες εισάγει, λαμβάνοντας υπόψη του ορισμένα εκ των οποίων ουκ άνευ απαραίτητα κριτήρια, όπως η συχνότητα εμφάνισης της λέξης, ο αριθμός των παραδειγμάτων που έχουν συλλεχθεί, καθώς και η χρονική περίοδος της χρήσης. Υπάρχουν, όμως, και περιπτώσεις στις οποίες μια λέξη διαδόθηκε σε σύντομο χρονικό διάστημα με μικρό αριθμό παραδειγμάτων. Το λεξικό δεν σταματά την προσπάθεια για την είσοδο νέων λέξεων, καθώς συνεχώς επανεξετάζει το υλικό του, επιδιώκοντας τον εντοπισμό λέξεων που πληρούν τα κριτήριά του ¹². Στο ερώτημα του πώς προστίθενται νέες λέξεις στο λεξικό, η απάντηση είναι: «Μόλις μια λέξη εισέλθει στο OED, δεν αφαιρείται, δείχνοντας ότι αξίζει τη θέση της. Συμπεριλαμβανούμε μια

¹² Βλ. και στο <https://www.oxforddictionaries.com/press/news/2017/3/23/zika-hate-watch-and-420-an-oxford-english-dictionary-march-update>.

λέξη, αφού έχουμε συγκεντρώσει ανεξάρτητα παραδείγματα από μια μεγάλη ποικιλία πηγών και αφού η λέξη έχει αποδείξει τη μακροζωία της, με το να είναι σε χρήση για ένα λογικό χρονικό διάστημα –ιδανικά, δέκα χρόνια, αλλά πέντε είναι το ελάχιστο. Παρακολουθούμε συνεχώς τις εξελίξεις στην αγγλική γλώσσα»¹³.

Σύμφωνα, λοιπόν, με το αναγνωρισμένο λεξικό της Οξφόρδης, η λέξη *youtuber* συγκαταλέγεται στον ηλεκτρονικό κατάλογο του λεξικού και είναι διαθέσιμη προς οποιονδήποτε επιθυμεί να βρει τη σημασία της. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα παραδείγματα τα οποία προσφέρει το λεξικό για την πληρέστερη κατανόηση της λέξης¹⁴. Το *Grexit* αποτέλεσε μία ακόμη λέξη για την οποία έγιναν ποικίλες συζητήσεις κατά το 2015, στην Ελλάδα αλλά και σε ολόκληρη την Ευρώπη. Το λεξικό της Οξφόρδης έδωσε τον εξής ορισμό: «A term for the potential withdrawal of Greece from the eurozone (the economic region formed by those countries in the European Union that use the euro as their national currency)»¹⁵. Ορισμένα, ακόμη, χαρακτηριστικά παραδείγματα νεολογισμών που πέρασαν στην επισήμότητα της καταγραφής είναι τα εξής: *fat-shame* (“το να ταπεινώνεις κάποιον κάνοντας επικριτικά σχόλια για τα κιλά του”), το *manspreading* (“η πράξη κατά την οποία ένας άντρας, ειδικά όταν ταξιδεύει με μέσα μαζικής μεταφοράς, απλώνεται σε ένα κάθισμα ανοίγοντας διάπλατα τα πόδια του”) και το *hangry* (“η κακή, ευέξαπτη συμπεριφορά που υιοθετεί κάποιος όταν νιώθει μεγάλη πείνα”). Σε αναλογία με το *Grexit*, δημιουργήθηκε και η λέξη *Brexit* η οποία σημαίνει την έξοδο της Μεγάλης Βρετανίας από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Κατ’ επέκταση, δημιουργήθηκε η λ. *Brexitteer* (“ο υποστηρικτής του Brexit”), η οποία, ύστερα από πέντε χρόνια, συνεχίζει ακόμη να χρησιμοποιείται με έναν καλό ρυθμό, διατηρώντας τη δυναμική της στον χρόνο¹⁶.

¹³ Βλ. και στο <https://oxforddictionaries.com/news-and-press/oxford-dictionaries-faq>.

¹⁴ Συγκεκριμένα, παραθέτουμε ένα από τα παραδείγματα αυτά : “The fact is companies need youtubers now more than ever!” (http://www.huffingtonpost.gr/2016/12/30/life-oxford-english-dictionary-youtuber_n_13880470.html).

¹⁵ Βλ. και στο <https://en.oxforddictionaries.com/definition/grexit>.

¹⁶ <http://public.oed.com/the-oed-today/recent-updates-to-the-oed/decem>

Εξάλλου, σύμφωνα με το λεξικό της Οξφόρδης, η λέξη *μετα-αλήθεια* (“οι συνθήκες στις οποίες τα αντικειμενικά γεγονότα επηρεάζουν λιγότερο την κοινή γνώμη από ότι η επίκληση στο συναίσθημα”) υπήρξε ιδιαίτερος δημοφιλής κατά το έτος 2016. Τον τίτλο για τη λέξη της χρονιάς, εκτός από το *post truth* διεκδίκησαν και οι λέξεις *altright* και *woke*¹⁷. Άλλες λέξεις με την ανάλογη τύχη ήταν το *yolo* (you only live once), που χρησιμοποιείται κυρίως από τους νέους¹⁸, η ‘λέξη’ *gif* (graphic interchange format), η οποία παρουσίαζε κινούμενες εικόνες, αλλά και η λέξη *selfie* (“μια φωτογραφία η οποία απεικονίζει το ίδιο το άτομο το οποίο την τραβάει, είτε από το κινητό του είτε από κάποια webcam, με απώτερο σκοπό την προβολή της φωτογραφίας αυτής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης”). Αναφέρουμε ακόμη τη λέξη της χρονιάς για το 2014, *vape* (“η ενέργεια της εισπνοής και εκπνοής του καπνού που προέρχεται από το ηλεκτρονικό τσιγάρο”) ¹⁹. Για το 2015, τη λέξη της χρονιάς αποτέλεσε ένα ‘emoji’ το οποίο παρουσιάζεται να κλαίει από τα γέλια. Μολονότι το ‘emoji’ δεν αποτελεί λέξη αλλά σύμβολο, οι λεξικογράφοι δεν κατάφεραν να αγνοήσουν την τεράστια χρήση του και το πόσο δημοφιλές κατάφερε να γίνει σε ολόκληρο τον κόσμο μέσα σε μία χρονιά ²⁰. Υπήρχαν, βέβαια, και πολλές άλλες περιπτώσεις ²¹. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι (μικρο)κα-

ber- 2016-update/release-notes-lexicographical-Brexit-in-the-oed./

¹⁷ http://www.cnn.gr/style/politismos/story/54914/pos-ontonalnt-tramp-kai-to-vrexit-orisan-ti-lexi-tis-xronias-gia-tin-oxfordi_

¹⁸ <http://www.aek365.com/a-479126/to-yolo-anamesa-sti-kainourgie-lekseipou-prostethikan-sto-leksiko-th-oxfordh.htm>.

¹⁹ <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=26511&subid=2&pubid=113391441>.

²⁰ <https://www.digitallife.gr/word-of-the-year-emoji-14533>

²¹ Κάποιες από τις πιο ενδιαφέρουσες λέξεις οι οποίες προστέθηκαν στο ΟΔ, ήταν οι εξής: *hate-watch* (“παρακολουθώ ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα μέσα σε ένα πνεύμα γελοιοποίησης”), *rogonophobia* (“ισχυρή δυσαρέσκεια”), *sticky-outy* (“προεξέχω”), *screecham* (“whisky”), 420 (“μαριχουάνα” ή “το να καπνίζει κάποιος μαριχουάνα”), *glam-ma* (“η λαμπερή γιαγιά”), *moobs* (“αουνήθιστα προεξέχοντα στήθη σε έναν άνδρα, παρόμοια με αυτά μιας γυναίκας”), *starchitect* (“ο διάσημος αρχιτέκτονας”), *startermarriage* (“ο πρώτος γάμος ο οποίος διήρκεσε μικρό χρονικό διάστημα”), *rofl* (rolling on the floor laughing, “κυλιέμαι στο πάτωμα από τα γέλια”).

τηγορίες των ελληνικών νεολογισμών (που προέρχονται από δάνεια, σχετίζονται με την τεχνολογία, έχουν δημιουργηθεί λόγω της οικονομικής κρίσης κτλ.) και αποτελούν αντικείμενο χωριστής έρευνας ²².

Ως προς τις πιο πρόσφατες εξελίξεις, η εκλογή του D. Trump στο αξίωμα του Προέδρου των ΗΠΑ πυροδότησε τη δημιουργία μιας από τις μεγαλύτερες ομάδες λέξεων με κοινά χαρακτηριστικά. Οι λεξικογράφοι του OED, συνεχίζοντας την προσπάθειά τους για την εισοδο νέων λέξεων, συμπεριέλαβαν αυτή τη φορά λέξεις όπως: *trumpertantum* (“αυτός ο οποίος νωρίς το πρωί είναι θυμωμένος κάνοντας tweeting”), *trumpkin* (“αποκριάτικη κολοκύθα η οποία έχει σκαλιστεί με ώστε να μοιάζει στον Trump”), *trumpnomics* (“η οικονομική πολιτική του Trump”), *trumpfflation* (“ο πληθωρισμός τον οποίο οι αναλυτές προβλέπουν ότι θα προκληθεί από τις οικονομικές πολιτικές του νέου Προέδρου των ΗΠΑ”), *trumpist* και *trumpette* (“οι υποστηρικτές του Trump με βάση το φύλο, αρσενικό και θηλυκό”) κ.ά. Οι λόγοι της ένταξης αυτών των νεολογισμών σχετίζονται με το γεγονός ότι έχουν διαδοθεί ταχύτατα, χωρίς να χρειάζονται επεξηγήσεις, και έτσι μπορούν να προπορευθούν άλλων οι οποίοι χρειάζονται περίπου μία δεκαετία να ωριμάσουν. Η έντονη παρουσία τους στα social media είναι επίσης ένα σοβαρό χαρακτηριστικό που εγκαθιστά μια υπεροχή, η οποία συνηγορεί υπέρ της επισημότητας που σηματοδοτεί η ενσωμάτωσή τους στο λεξικό. Ωστόσο, η δημιουργία και η σχεδόν αυτόματη καθιέρωση των συγκεκριμένων λέξεων μπορεί να ερμηνευτεί με βάση την ηγεμονία και τον κεντρικό ρόλο του προσώπου που εκλέγεται στο αξίωμα με τον πληθωρικό χαρακτηρισμό ‘πλανητάρχης’, στο πλαίσιο της επίδρασης ενός κυριαρχικού πολιτικού συγκείμενου ²³.

²² Όπως *αγανακτίστας, αμπελαλέ, άνωθος, ανπαίχταμπλ, ανπιστεύταμπλ, αντάρω, ατενσιονχοριλίκι, βαρουφίτσα, βλάκερ, βολεντές, γιολάρω, γιοντιουμπάρω, γκατζε-τάκις, γκικ, γουοναμπίης, δραχμαγεδδών, δραχμιστής, εμότζι, ΕΝΦΙΑ, εξάχρεια, εξυπνόφωνο, θεσμόικα, καραλάικ, κεφάρω, κολλητουμπινάκι, κονγκράτς, κόφτης, λαγκάρω, μιλφ, μπιέ, μπλογκάρω, μπουτάρω, μπρο, νουμπάς, νταμπλουόχος, ντεθιά, ντιζαϊνάτο, πλιζάρω, ποζερίά, ποστάρω, ραπάρω, ρετουιτάρω, ρουφ, σελεμπριτόνι, σελφοκόνταρο, σναπποατάρω, σόσιαλμύδια, Σουκού, σπαμάρω, σποϊλεριάζω, ταγκάρω, τρεντιά, τrolάρω, τσίλαρε, φασέος, φρεντουλινάκι, χιποτερίαση κ.ά.*

²³ <https://www.theguardian.com/books/2017/jan/30/oxford-dictionary-donald-trump-neologisms>

Επίλογος

Η εργασία αξιοποίησε ως αφορμή τη δημιουργία μιας μεγάλης ομάδας λέξεων με παρόμοια γνωρίσματα, η οποία προέκυψε με την εκλογή του D. Trump ως Προέδρου των ΗΠΑ, για να εξετάσει τυχόν μεταβολές στις παραμέτρους οι οποίες σχετίζονται με την ανθεκτικότητα των νεολογισμών διαχρονικά αλλά και σε συγχρονικό επίπεδο. Μετά την επισκόπηση των διαφόρων ορισμών για τους νεολογισμούς, ανιχνεύτηκαν οι διαφοροποιήσεις ως προς τα κριτήρια καθιέρωσης ενός νεολογισμού στη σημερινή εποχή, δεδομένου ότι έχουν ενισχυθεί, λόγω των τεχνολογικών κυρίως αλλαγών, οι συνθήκες που ευνοούν τη διάδοση και 'ταχεία ωρίμανση' των καινοφανών λέξεων στους λόγους της δημόσιας σφαίρας και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Για μία ακόμη φορά αποδεικνύεται ότι η γλώσσα απορροφά με ευελιξία τα νέα επιτεύγματα και τα κατονομάζει, δημιουργώντας νέους όρους και μορφώματα, διατηρώντας παράλληλα, για λόγους συνεννόησης και οικονομίας, τη χρήση σημείων που ήδη προϋπάρχουν στο σύστημα, ακόμη και σε ευρηματικές συνάψεις. Μολονότι στο παρελθόν οι υποψήφιες προς καθιέρωση λέξεις έπρεπε να 'εμβαπτισθούν' στην κολυμβήθρα της λογοτεχνίας και ευρύτερα της λόγιας κουλτούρας, σήμερα καθοριστικό ρόλο διαδραματίζουν τα σύγχρονα μέσα μαζικής επικοινωνίας και τα social media, τα οποία με τον κανονιστικό τους ρόλο επηρεάζουν δραστικά τα γλωσσικά ρεπερτόρια των πολυσχιδών ακροατηρίων τους. Με άλλα λόγια, η επέκταση και διάχυση των νεολογισμών διευκολύνεται μέσω της χρήσης των ψηφιακών μέσων επικοινωνίας και ενδυναμώνεται στη στενόχωρη ευρυχωρία του κυβερνοχώρου. Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, επιχειρήθηκε μια αποτύπωση του ρόλου και της δυναμικής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία υπόσχονται μια ταχεία προπόρευση των λέξεων, χωρίς ιδιαίτερες επεξηγήσεις, για να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι ο χρόνος που παρέρχεται για τον αποχαρακτηρισμό μιας γλωσσικής μονάδας ως προς τη νεολογικότητά της μειώνεται, χωρίς κανείς να προβλέπει τι πρόκειται να ακολουθήσει στο μέλλον.

Η ταχύτητα με την οποία καινοφανείς λέξεις εισβάλλουν στην καθημιλούμενη γλώσσα και αμφισβητούν την πρόβλεψη ενός σύντομου προσδόκιμου ζωής είναι εντυπωσιακή. Σε αυτό βοηθούν τα τολμηρά άλματα των ηλεκτρονικών εκδόσεων λεξικών που νομιμοποιούν την

είσοδο της λέξης στην επισημότητα μιας ‘τελειωμένης καταγραφής’, και η καταιγιστική ταχύτητα της τεχνολογίας, την οποία, ακόμη και ασθμαίνοντας, αφομοιώνει ο ζωντανός οργανισμός της γλώσσας. Η τάση, μάλιστα, της μείωσης του χρόνου της χρήσης ενός νεολογισμού φαίνεται να παρακολουθεί τις γενικότερες ταχύτητες μιας εποχής που διακρίνεται από ρευστότητα, εύκολη πρόσβαση στον πληθωρισμό της πληροφορίας και επιβολή της ομοιομορφίας σε πολλά επίπεδα.

Νέοι σχηματισμοί και λεξικές συνάψεις, παράγωγες λέξεις, αλλά και ψευδονεολογισμοί διαδίδονται ταχύτατα, χωρίς να χρειάζονται επεξηγήσεις, και προπορεύονται έναντι άλλων οι οποίοι σε προηγούμενες φάσεις της γλώσσας και της τεχνολογίας θα χρειάζονταν περίπου μία δεκαετία για να ωριμάσουν. Εξάλλου, η δυνατότητα της εναλλακτικής και συμμετοχικής στάσης ‘από κάτω προς τα πάνω’ που τα social media προσφέρουν στους χρήστες, επιτρέπει σε αυτούς να επηρεάζουν, μέσω της γλωσσικής δημιουργικότητας, την πορεία της γλώσσας, αμφισβητώντας καλά ζυγισμένα γλωσσικά στερεότυπα και μορφές, που στο παρελθόν επιβάλλονταν από ‘πάνω προς τα κάτω’. Αυτό προσδίδει στις νέες λέξεις και μορφώματα σοβαρά χαρακτηριστικά υπεροχής στη διαπάλη και τη διεκδίκηση μιας μελλοντικής ενσωμάτωσής τους στα λεξικά, με το κύρος και την ενδυνάμωση που μια τέτοια ένταξη συμβολίζει και σηματοδοτεί.

Αναφορικά με τις κατηγορίες και τις ομάδες των λέξεων που ποροδότησε η εκλογή του Trump, αυτό το οποίο παρατηρείται είναι ότι τόσο η δημιουργία όσο και η σχεδόν αυτόματη καθιέρωσή τους θα πρέπει να συνδεθεί και με πολιτικά κριτήρια ή να ερμηνευτεί με βάση την ηγεμονία και τον κεντρικό ρόλο του προσώπου αναφοράς, δεδομένης της υπερπροβολής του σε παγκόσμιο επίπεδο.

Τέλος, το κείμενο επιχειρηματολόγησε υπέρ της άποψης ότι η παγίωση και ισχυροποίηση των νεολογισμών, μέσω της προβολής τους από τους διαύλους των ΜΜΕ, έχει ιδεολογικό χαρακτήρα, δεδομένου ότι αυτοί επιλέγονται ως μέσο πειθούς της λαϊκότητας των μέσων, τα οποία τεκμαίρονται κατ’ αυτόν τον τρόπο την (υποτιθέμενη) κοινωνική τους αναφορά, στο πλαίσιο μιας έντεχνα καλλιεργούμενης *στάσης υψηλής απατηλής οικειότητας* προς τα ποικίλα ακροατήρια των πολιτών/καταναλωτών.

Βιβλιογραφία

- Αναστασιάδη-Συμεωνίδη, Α. (1986). *Η Νεολογία στην Κοινή Νεοελληνική*. Θεσσαλονίκη: Επιστημονική Επιτηρίδα της Φιλοσοφικής Σχολής του ΑΠΘ.
- Γούτσος, Δ. & Γ. Φραγκάκη (2015). *Εισαγωγή στη Γλωσσολογία Σωμάτων Κειμένων*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.
- Δήτσα, Μ. (1961). *Νεολογία και Κριτική στον 19ο αιώνα*. Αθήνα: Ερμής.
- Janssen, M. (2012). NeoTag: a POS Tagger for Grammatical Neologism Detection. In *LREC 2012 Proceedings*, 2118-2124. Προσβάσιμο στο: http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2012/pdf/1098_Paper.pdf [ανακτήθηκε: 06-05-2017].
- Κρύσταλ, Ντ. (2006). *Λεξικό Γλωσσολογίας και Φωνητικής*, μτφρ. Γ. Ξυδόπουλος. Αθήνα: Πατάκης.
- Μήτσης, Ν. (1999). *Διδακτική του Γλωσσικού μαθήματος. Από τη Γλωσσική Θεωρία στη Διδακτική Πράξη*. Αθήνα: Gutenberg.
- Μότσιου, Β. (1994). *Στοιχεία Λεξικολογίας: Εισαγωγή στη Νεοελληνική Λεξικολογία*. Αθήνα: Νεφέλη
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1991). *Γλωσσολογία και Λογοτεχνία. Από την Τεχνική στην Τέχνη του λόγου*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1994). *Η Γλώσσα ως Αξία. Το Παράδειγμα της Ελληνικής*. Αθήνα: Gutenberg.
- Νάκας, Θαν. & Ζ. Γαβριηλίδου (2005). *Δημοσιογραφία και Νεολογία. Τίτλοι-επρήματα για θέματα-εκπλήξεις*. Αθήνα: Πατάκης.
- Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation* (ch. 13: The Translation of Neologisms, 140-150). London: Prentice.
- Νικολάου Γ. (2016). Τα Νεολογικά Επίθετα της Κοινής Ελληνικής. (Διδακτορική Διατριβή. ΑΠΘ/Τμήμα Φιλολογίας/Τομέας Γλωσσολογίας).
- Ξυδόπουλος, Γ. (2007). *Λεξικολογία: Εισαγωγή στην Ανάλυση της Λέξης και του Λεξικού*. Αθήνα: Πατάκης.
- Παπαναστασίου, Γ. (2001). Γλωσσικός Δανεισμός. Στο Α.-Φ. Χρηστίδης (επιμ.), *Εγκυκλοπαιδικός Οδηγός γαι τη Γλώσσα*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας, 45-49.
- Σακελλαριάδης, Γ.Χ. (2004). *Σύγχρονο Λεξικό Όρων και Θεμάτων Γλωσσολογικών*. Αθήνα: Σαββάλας.
- Τριανταφυλλίδης, Μ. (1941). *Νεοελληνική Γραμματική (της Δημοτικής)*. ΑΠΘ, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών, Ίδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη. (Ανατύπωση της έκδ. του ΟΕΣΒ, 1941 με διορθώσεις).
- Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, Ν. (2006). *Η Λαϊκή Γλώσσα των Ειδήσεων. Μια Στάση Απατηλής Οικειότητας*. Αθήνα: Εμπειρία Εκδοτική.

Τσιτσανούδη-Μαλλίδη, Ν. (2012). Αγανακτισμένων συνθήματα: γλωσσικές πραγματώσεις και ιδεολογικό πλαίσιο. *Νέα Παιδεία*, 143: 47-64.

Πρόσθετες αναφορές στο διαδίκτυο:

Γιαννουλοπούλου, Γ. (2012). Ψηφίδες για την Ελληνική Γλώσσα. Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας: http://www.greek-language.gr/digitalResources/modern_greek/tools/lexica/glossology_edu/lemma.html?id=96 [ανακτήθηκε: 22/04/2010].

McPherson, F. (2015). BBC World News - New Dictionary Words. Ανάκτηση από https://www.youtube.com/watch?v=qf46_U72YuU.

Oxford dictionary considers including wave of Trumpian neologisms.1/5/2017, από: <https://www.theguardian.com/books/2017/jan/30/oxford-dictionary-donald-trump-neologisms>.

Το «YOLO» ανάμεσα στις καινούργιες λέξεις που προστέθηκαν στο λεξικό της Οξφόρδης. Τελευταία επίσκεψη: 20/5/2017, από: <http://www.aek365.Com/a-479126/to-yolo-anamesa-sti-kainourgie-leksei-pou-prostethhkan-sto-leksiko-th-oksfordh.htm>.

«Selfie», η λέξη της χρονιάς. 20/5/2017, από: <http://www.kathimerini.gr/60188/article/epikairothta/kosmos/selfie-h-le3h-ths-xronias>.

Vape: Αυτή είναι η λέξη της χρονιάς για το 2014. 21/5/2017, από: <http://www.erisia.gr/article.asp?catid=26511&subid=2&pubid=113391441>

Η λέξη της χρονιάς για το 2015 είναι ένα... emoji. 21/5/2017, από: <https://www.digitallife.gr/word-of-the-year-emoji-14533>.