

Τα SMS στη Διδακτική της Ξένης/Δεύτερης Γλώσσας

Καραπλή Δέσποινα, καθηγήτρια γερμανικών, μεταπτυχιακή φοιτήτρια Α.Π.Θ.

1. Εισαγωγή

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι κανένας ομιλητής και καμία γλωσσική κοινότητα δεν χρησιμοποιεί μόνο ένα είδος γλώσσας και έναν τρόπο για να επικοινωνήσει. Αντίθετα, οι περισσότεροι ομιλητές είναι κάτοχοι ενός πλούσιου «επικοινωνιακού ρεπερτορίου», το οποίο ενεργοποιούν και «ερμηνεύουν», ανάλογα με την περίπτωση.

Η νέες τεχνολογίες αναμφισβήτητα προκαλούν διεύρυνση αυτού του ρεπερτορίου, με αποτέλεσμα να στρέφεται το επιστημονικό ενδιαφέρον και προς την κατεύθυνση της «διαμεσολαβημένης επικοινωνίας» (mediated communication) και ειδικότερα του γλωσσικού κώδικα που αναπτύσσεται στα πλαίσια των επικοινωνιακών γεγονότων, που πραγματώνονται με τη χρήση των νέων μέσων. Τα SMS είναι μέρος αυτής της επικοινωνίας και όπως έχουν δείξει σχετικές έρευνες[1], εμφανίζουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, κανονικότητες και ιδιαίτερη γλωσσική οργάνωση. Η παρούσα ανακοίνωση έχει στόχο να αναπτύξει επιχειρηματολογία για την «ένταξη» των SMS στο γλωσσικό μάθημα και κατ' επέκταση στην επιστημονική έρευνα που ασχολείται με θέματα γλώσσας και γλωσσικής διδασκαλίας. Υποστηρίζεται ότι τα SMS αποτελούν μία ενδιαφέρουσα επικοινωνιακή οργάνωση και γι' αυτό κρίνεται άστοχη η ενδεχόμενη «απαξίωση» που μπορεί να τα περιβάλλει σαν διδακτικό εργαλείο. Θαδειχθεί ότι παρουσιάζουν μία εναλλακτική οπτική για τη γλώσσα, γεγονός που βοηθάει στο να οργανωθεί ένα εναλλακτικό γλωσσικό μάθημα, πέρα από παραδοσιακές πρακτικές. Το γεγονός ότι όλες οι σχετικές έρευνες κάνουν λόγο για την εξαιρετικά ευρεία διάδοση του συγκεκριμένου τρόπου επικοινωνίας είναι ένα επιπλέον επιχείρημα προς αυτή την κατεύθυνση.

Η επιχειρηματολογία στηρίζεται σε ερευνητικά δεδομένα και προτάσεις που έχουν προκύψει για τη γερμανική[2], σουηδική[3] και ελληνική[4] γλώσσα. Στην ενότητα που ακολουθεί περιγράφεται πώς τα SMS «αλλοιώνουν» τις διαχωριστικές γραμμές ανάμεσα στον γραπτό και προφορικό λόγο και αναπτύσσεται η άποψη σύμφωνα με την οποία, η παρούσα εργασία κατατάσσει τα συγκεκριμένα κείμενα στο μέσον αυτής της διχοτομίας, ως «γραπτά μηνύματα προφορικότητας». Στη συνέχεια παρουσιάζονται συνοπτικά ερευνητικά αποτελέσματα σε σχέση με τη χρήση της γλώσσας στα SMS και τέλος γίνεται λόγος για τη διδακτική αξιοποίηση αυτών των κειμένων στο μάθημα της ξένης/δεύτερης γλώσσας, κεντρικό θέμα της παρούσας ανακοίνωσης.

2. Γραπτός/ Προφορικός λόγος. Επαναπροσδιορισμός των ορίων

Είναι γεγονός ότι η προτεραιότητα του προφορικού λόγου ανήκει στις βασικές αρχές της σύγχρονης γλωσσολογίας (Παυλίδου, 1995:13, Πετρούνιας, 1993:50, Lyons, 1998:29-36, Gross, 1990:145). Η θέση αυτή συνοψίζεται κυρίως στις παρακάτω διαπιστώσεις: α) Ο άνθρωπος πρώτα μαθαίνει να μιλάει και μετά να γράφει (βιολογική προτεραιότητα). β) Η ομιλία είναι ιστορικά πολύ παλαιότερη της γραφής (ιστορική προτεραιότητα). γ) Η γραφή προσπαθεί να αναπαραστήσει την προφορά (δομική προτεραιότητα). δ) Η προφορική γλώσσα χρησιμοποιείται για περισσότερους σκοπούς από ό,τι η γραπτή (λειτουργική προτεραιότητα).

Ο Πετρούνιας με βάση τα παραπάνω, και χωρίς να αμφισβητεί την προτεραιότητα του προφορικού, καταχωρεί στην κάθε γλωσσική εκδοχή (γραπτό-προφορικό λόγο) μία μοναδική ιδιότητα, από την οποία απορρέει, κατά πρώτον, ότι και οι δύο εκδοχές έχουν σημαντική θέση και ιδιαίτερη αξία στην ανθρώπινη επικοινωνία, και κατά δεύτερον, ότι η χρήση της κάθε μίας, υπαγορεύει μια σειρά από συμβάσεις προϋποθέσεις για τους συμμετέχοντες στην επικοινωνία, περισσότερο ή λιγότερο αυστηρές, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της

περίστασης. Αυτές οι ιδιότητες είναι για τον προφορικό λόγο, η ύπαρξη των παραγλωσσικών στοιχείων (χειρονομίες, μορφασμοί κ.λπ.), και των ηχητικών στοιχείων της ομιλίας (επιτονισμός, έμφαση, εστίαση, παύσεις, τράβηγμα της προφοράς, διαφορά έντασης φωνής κ.λπ.), στοιχεία που δύσκολα ή καθόλου αποδίδονται μέσω της γραφής. «Το πολύ που μπορούμε να κάνουμε με τη γραφή για όλα αυτά τα στοιχεία, είναι να προσπαθήσουμε να τα περιγράψουμε, οπότε βέβαια, χάνεται η αμεσότητα, και επιπλέον το ύφος γίνεται βαρύ» (1993:51). Για τον γραπτό δε λόγο, αναγνωρίζεται το χαρακτηριστικό της μονιμότητας και, εξαιτίας αυτού, το πλεονέκτημα της επανάκλησης (τόσο για τον αναγνώστη, όσο και για τον παραγωγό του γραπτού), ως σημαντική ιδιότητα της γραφής.

Στα SMS, τα οποία όπως αναφέρθηκε ήδη φαίνεται να κατατάσσονται μεταξύ γραπτού και προφορικού λόγου, είναι παρατηρήσιμες και οι δύο βασικές ιδιότητες, ωστόσο η ένταση και ο τρόπος της εμφάνισής τους ποικίλλει, ανάλογα με την επικοινωνιακή λειτουργία που έχουν και ανάλογα με την επικοινωνιακή «αξία» που τους αποδίδουν οι συντάκτες και/ή οι παραλήπτες τους. Ο παρακάτω πίνακας συνοψίζει την εμφάνιση των δύο βασικών ιδιοτήτων, αναφορικά με την επικοινωνία μέσω SMS.

Προσωδιακά[5] και παραγλωσσικά στοιχεία (προφορικός λόγος)	Μονιμότητα-δυνατότητα επανάκλησης (γραπτός λόγος)
<p>1)Περιγραφή παραγλωσσικών στοιχείων, χωρίς αυτό να επιβαρύνει τον αυθορμητισμό ή το ύφος του λόγου (π.χ. «χοντρό γέλιο», «αχ», «χε-χε», «κανόνια βαράνε»).</p> <p>2)Έντονη προσπάθεια μίμησης προσωδιακών στοιχείων μέσω:</p> <ul style="list-style-type: none"> · μη συμβατικής χρήσης σημείων στίξης · παρατεταμένης χρήσης φωνηέντων και συμφώνων (π.χ. «άντε ρεεεε», «μμμμ..») · διαλεκτικών στοιχείων προφοράς · ηχομιμητικών λέξεων (π.χ. «όβερ», «ντριν», «κλαψ», «σνιφ»). 	<p>1)-σε σχέση με τον παραλήπτη- Προσωρινή μονιμότητα, εξαιτίας της περιορισμένης χωρητικότητας της μνήμης, με αποτέλεσμα να υπάρχει η δυνατότητα αποθήκευσης ή άμεσης διαγραφής, ανάλογα με τις προθέσεις του παραλήπτη.</p> <p>2)-σε σχέση με τον αποστολέα- Δυνατότητα ελέγχου/επεξεργασίας των γραφομένων πριν από την αποστολή, στο βαθμό που ο ίδιος κρίνει ότι αυτό είναι απαραίτητο, δεδομένων των γενικότερων συνθηκών της επικοινωνίας.</p>

SMS και επαναπροσδιορισμός της διχοτομίας γραπτός/προφορικός λόγος.

Ο συνδυασμός των δύο ιδιοτήτων δημιουργεί ένα πλαίσιο επικοινωνίας, το οποίο δανείζεται από τον προφορικό λόγο κυρίως την αμεσότητα και την ελευθερία έκφρασης, ενώ ταυτόχρονα διατηρεί τα ιδιαίτερα στοιχεία του γραπτού λόγου, με τρόπο που υπαγορεύεται τόσο από το μέσο (πεπερασμένη χωρητικότητα, μη έντυπη μορφή του κειμένου κ.λπ.), όσο και από την προσωπική βούληση του χρήστη. Ο παραλήπτης (αλλά και ο αποστολέας) ενός μηνύματος έχει τη δυνατότητα να αποφασίσει να αποθηκεύσει ένα SMS, για όσο διάστημα κρίνει ότι αυτή η αποθήκευση τον εξυπηρετεί, σε πρακτικό ή ψυχολογικό επίπεδο (π.χ. ένα μήνυμα που δίνει πληροφορίες για μια μελλοντική συνάντηση -τόπο, χρόνο κ.λπ., ή ένα μήνυμα όπου εκφράζεται ψυχολογική υποστήριξη προς τον παραλήπτη) και να έχει άμεση και εύκολη πρόσβαση στο συγκεκριμένο κείμενο. Αντίθετα με ό,τι συμβαίνει σε περισσότερο συμβατικές μορφές του γραπτού λόγου (βιβλία σε έντυπη μορφή, χειρόγραφες σημειώσεις, γράμματα κ.λπ.), η διαχείριση του υλικού στα SMS (όπως και σε όλες τις μορφές ψηφιακής αποτύπωσης) είναι περισσότερο ελέγξιμη.

Επιπλέον, φαίνεται να δημιουργείται ένας χώρος γραπτής έκφρασης, όπου εξαιτίας της «αλλοίωσης» των διαχωριστικών γραμμών γραπτού-προφορικού λόγου μέσω της γραπτής αποτύπωσης

προφορικών εκδοχών της γλώσσας, διευρύνονται οι συμβάσεις της παραδοσιακής γραφής. Οι ομιλητές μπορούν (και πρέπει) να εκφραστούν με συντομία, ενώ παράλληλα φαίνεται να αναπτύσσουν στρατηγικές που υπερβαίνουν τις παραδοσιακές τεχνικές γραφής κειμένου. Η «γραπτή μεταφορά» διαλεκτικών στοιχείων αλλά και σύγχρονων γλωσσικών εξελίξεων (π.χ. γλώσσα των νέων, ορολογία των νέων τεχνολογιών) κάνει τα SMS ένα πεδίο «νομιμοποίησης» γλωσσικών συμπεριφορών που σε άλλα «γραπτά περιβάλλοντα» ενδεχομένως θα χαρακτηρίζονταν ως «αποκλίνουσες».

3. Η γλώσσα και η επικοινωνία στα SMS

Συνοψίζοντας τα ερευνητικά αποτελέσματα για τη γερμανική, σουηδική και ελληνική γλώσσα, σχετικά με την επικοινωνία μέσω σύντομων γραπτών μηνυμάτων (SMS) παρατηρούνται τα ακόλουθα συμπεράσματα:

Και στις τρεις γλώσσες το μέσο μήνυμα^[6] χρησιμοποιεί λιγότερο από τον μισό αριθμό των προσφερόμενων χαρακτήρων, επιτρέπει καταρχήν την υπόθεση ότι οι χρήστες της γλώσσας, στην προσπάθειά τους να επικοινωνήσουν γραπτά μέσω SMS, έχουν προσαρμοστεί με τον τεχνικό περιορισμό των 160 χαρακτήρων, σε βαθμό που δείχνει να έχουν αφομοιώσει πλήρως την αρχή της «οικονομίας» όσον αφορά στη χρήση της γλώσσας και ταυτόχρονα να «ξεπερνούν» αυτή την αρχή, από τη στιγμή που καταφέρνουν να επικοινωνούν με κείμενα, τα οποία είναι συντομότερα από τον «ορισμό» τους. Επιπλέον η εμφάνιση της επανάληψης λέξεων ή νοημάτων, η χρήση προσφωνήσεων ή χαιρετισμών δείχνει ότι η αρχή της οικονομίας δεν βρίσκεται πάντα στο κέντρο του ενδιαφέροντος του συντάκτη. Η Döring (2002b:7) αναφέρει ότι ο περιορισμός του αριθμού των χαρακτήρων στη σύνταξη του SMS, «εξαναγκάζει» (erzwingt), αλλά ταυτόχρονα «επιτρέπει» (erlaubt) στο συντάκτη να είναι περιληπτικός.

Ένα κοινό σημείο είναι επίσης η διαπίστωση, ότι στα SMS παρατηρούνται αποκλίσεις ή «λάθη» σε σχέση με τη «νόρμα» του γραπτού λόγου στο επίπεδο της στίξης, της ορθογραφίας, της γραμματικής ή του λεξιλογίου. Ενδιαφέρον παρουσιάζει ωστόσο το γεγονός, ότι σε καμία έρευνα δεν βρέθηκαν υψηλά ποσοστά «λαθών» σε κάποια από τις παραπάνω κατηγορίες, αλλά περισσότερο ποικιλία «αποκλίσεων», με τη μορφή της «παιγνιώδους γραφής».

Οι κυριότερες επικοινωνιακές λειτουργίες που εκπληρώνονται μέσω των σύντομων γραπτών μηνυμάτων, όπως αυτές αποτυπώνονται μέσα από τα ερευνητικά δεδομένα είναι:

- Αφήγηση-Περιγραφή
- «Νεύμα»
- Συναντήσεις-Προσκλήσεις
- Ευχαριστίες- Φιλικές συμβουλές
- Ευχές-Συγχαρητήρια
- Αναζήτηση πληροφοριών
- Ερωτική έκφραση
- Επικοινωνία με εταιρείες

Αναφορικά με το πεδίο ανταλλαγής των SMS, είναι κοινή διαπίστωση ότι κατά κύριο λόγο πρόκειται για το οικείο περιβάλλον των ομιλητών (φίλοι, γνωστοί, συγγενείς, αγαπημένοι), ωστόσο παρατηρείται κάποιο σχετικό «άνοιγμα» του πεδίου και διαφαίνεται η τάση χρήσης των SMS και εκτός του οικείου περιβάλλοντος.

Σε γενικές γραμμές η SMS-επικοινωνία, όπως αυτή περιγράφεται μέσα από τη χρήση της ελληνικής γλώσσας, παρουσιάζει σημαντικές ομοιότητες με τη γερμανική και σουηδική εκδοχή του φαινομένου^[7]. Το γεγονός αυτό επιτρέπει να υποθέσουμε ότι η χρήση των SMS στην ξενόγλωσση κατάρτιση, μπορεί να αποτελέσει ένα μέσο διαπολιτισμικής σύγκλισης.

4. Διδακτική αξιοποίηση

Σε αυτή την ενότητα γίνεται αναλυτικά λόγος για τη διδακτική αξία των σύντομων γραπτών μηνυμάτων μέσω κινητού τηλεφώνου, θέμα που περιστασιακά μόνο αναφέρθηκε μέχρι στιγμής. Η δομή της ενότητας αποτελείται από τέσσερα μέρη.

Το πρώτο ασχολείται με τους γενικούς λόγους για τους οποίους προτείνεται η «ένταξη» των SMS στο μάθημα της ξένης/δεύτερης γλώσσας. Το δεύτερο αναφέρει ειδικότερους λόγους, οι οποίοι έμμεσα «περιγράφουν» τη φυσιογνωμία των ατόμων που ενδεχομένως θα «ωφελούνταν» από τη διδασκαλία που θα περιελάμβανε την ενότητα των SMS. Στο τρίτο μέρος αναφέρονται οι διδακτικοί στόχοι, ενώ στο τέταρτο παρουσιάζονται ενδεικτικές δραστηριότητες.

4.1. Διδακτική αξία

Επανερχόμενη στο θέμα που έθιξα νωρίτερα, σχετικά με την προτεραιότητα του προφορικού λόγου, θα ήθελα να σημειώσω μία παρατήρηση που αφορά ειδικά την περίπτωση της ξένης/δεύτερης γλώσσας. Οι διαπιστώσεις σχετικά με την προτεραιότητα της ομιλίας την τοποθετούν με έμμεσο ή άμεσο τρόπο σε ένα πιο «φυσικό πλαίσιο» από ότι τη γραφή, θεωρώντας τη δεύτερη ως περισσότερο «επεξεργασμένη» και ίσως «απομακρυσμένη» από την αναπαράσταση της ανθρώπινης σκέψης, αφού ανάμεσά τους (στη σκέψη και στη γραφή), μεσολαβούν δύο μετασχηματισμοί: τα φωνητικά και τα γραφικά σύμβολα. Ως προς αυτό επιχειρηματολογεί και το γεγονός, ότι κάποιος χρειάζεται να λάβει συστηματική εκπαίδευση, για να κατακτήσει την γραφή και την ανάγνωση, ενώ κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει με την απόκτηση της ικανότητας του προφορικού λόγου. (Πετρούνιας: 1993).

Στην περίπτωση, ωστόσο, της συστηματικής εκπαίδευσης για την εκμάθηση της ξένης γλώσσας, παρατηρείται, ιδιαίτερα όταν αυτή είναι κοντά στα «παραδοσιακά» μοντέλα, ακριβώς το αντίθετο: οι μαθητές να παρουσιάζουν σημαντικές ελλείψεις ως προς τη «φυσικότητα» του παραγόμενου λόγου και να παρατηρούνται φαινόμενα σαν αυτό που χαρακτηριστικά αναφέρει ο τελευταίος (1993:52) πως «μιλάει σα βιβλίο»[8]. Άρα τίθεται θέμα σχετικά με το πόσο «πραγματική» είναι η παροχή της γνώσης στο ξενόγλωσσο μάθημα, πόσο αυτή πλησιάζει τον «ζωντανό» λόγο του φυσικού ομιλητή, όπως αυτός εκφράζεται μέσα από αυθεντικές επικοινωνιακές συνθήκες. Στον Lyons (1998:30) αναφέρεται επίσης -σχετικά με την εναλλαξιμότητα του μέσου ως ιδιότητα της γλώσσας- ότι οι εγγράμματοι φυσικοί ομιλητές μιας γλώσσας μπορούν να κρίνουν εάν η διαδικασία μεταβίβασης ενός γλωσσικού σήματος από το ένα μέσο στο άλλο διεξάγεται σωστά ή όχι. Επομένως αυτό είναι ένα επιπλέον πεδίο που πρέπει να κατακτήσει η διδασκαλία της ξένης γλώσσας, ώστε να ελαχιστοποιήσει το κόστος των «μετασχηματισμών» στην επικοινωνία και παράλληλα να επιτυγχάνεται μια ποιοτική επικοινωνιακή διαδικασία. Η περίπτωση των SMS ως εργαλείου στην ξενόγλωσση διδασκαλία φαίνεται ότι προσφέρει προς αυτή την κατεύθυνση. Κυρίως για τους παρακάτω λόγους:

- Τα SMS είναι αυθεντικά κείμενα, με τα οποία έρχονται καθημερινά σε επαφή οι μαθητές. Είναι ένα μέσο επικοινωνίας οικείο και καθημερινό. Για τις «νεότερες» ηλικίες μάλιστα είναι ένα σημαντικό στοιχείο της ταυτότητας τους (Höfflich/Rössler:2001, Dürscheid: 2002). Εισάγοντας λοιπόν τα κείμενα αυτά στην τάξη, οι μαθητές αποκτούν ένα επιπλέον «κίνητρο», αφού πρόκειται για κομμάτι του άμεσου, καθημερινού ενδιαφέροντός τους, ενώ ταυτόχρονα «αποδομείται» η απαξίωση που περιβάλλει ό,τι έχει να κάνει με την καθημερινή χρήση της γλώσσας. Εύλογα τίθεται το ερώτημα εάν αυτή η απαξίωση πηγάζει από «πραγματική δυσαρέσκεια» ή από αδυναμία ένταξης και επεξεργασίας της καθημερινής γλώσσας σύμφωνα με τους παραδοσιακούς κανόνες. Το «ανένταχτο» είναι και κατώτερο;

- Τα SMS είναι κείμενα τα οποία πρώτον εμφανίζονται σε πολλές (εθνικές) γλώσσες και δεύτερον συνδυάζουν πολλές μορφές γλωσσικής ποικιλότητας (πρότυπη γλώσσα, γεωγραφικές, κοινωνικές,

επαγγελματικές ποικιλίες), δίνοντας έτσι την ευκαιρία στους εκπαιδευόμενους να πραγματευτούν το ζήτημα της γλώσσας πέρα από τα στενά όρια της παραδοσιακής διδασκαλίας. Θέματα που μπορούν να θιγούν, (με τη μορφή ασκήσεων, συζήτησης, γλωσσικής ανάλυσης, project κ.λπ..) είναι, μεταξύ άλλων, η κοινωνική και πολιτισμική διάσταση της γλώσσας, η γλωσσική καινοτομία, το γλωσσικό παιχνίδι, η έννοια του «λάθους» κ.λπ.

Η τελευταία αυτή οπτική συνδέεται με τη «γλωσσική επίγνωση» (language awareness), η οποία αφορά τόσο στη συνειδητή - και προερχόμενη μέσα από ειδική εκπαίδευση- παραγωγή λόγου, όσο και στην αυτοματοποιημένη -προερχόμενη από την εξάσκηση στο πλαίσιο του μαθήματος ή της προσωπικής ζωής. Προϋποθέτει δε αλλαγές στη διδασκαλία της γλώσσας, αλλά και των άλλων μαθημάτων (Μπουτουλούση:1999). Μέσω της γλωσσικής επίγνωσης αντιμετωπίζονται συνειδητά και η προσωπική γλωσσική χρήση, αλλά και τα μηνύματα που λαμβάνει το άτομο.

4.2. Ποιους αφορά;

Για τη διάδοση της χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας υπάρχουν ερευνητικά δεδομένα που δείχνουν ότι είναι ένα δημοφιλέστατο μέσο καθημερινής διαπροσωπικής επικοινωνίας[9]. Ένα μέσο που χρησιμοποιούν οι φίλοι, οι γνωστοί, οι αγαπημένοι, γενικά άτομα που ανήκουν σε μία ή περισσότερες «ομάδες» και τα οποία συνδέονται με ένα στενό ή ευρύτερο κοινωνικό δίκτυο. Από αυτή την άποψη τα SMS, ειδικά στην ξενόγλωσση κατάρτιση, αφορούν σε όλους εκείνους τους «μαθητές» που μέσω της ξένης γλώσσας επιδιώκουν τη συμμετοχή σε αυτά τα δίκτυα, ειδικότερα μάλιστα όταν αυτοί επιθυμούν άμεσα να αξιοποιήσουν, να «εξαργυρώσουν επικοινωνιακά» την ξένη γλώσσα (για παράδειγμα ένας φοιτητής που πρόκειται να επισκεφτεί μία χώρα στα πλαίσια προγράμματος ανταλλαγής φοιτητών). Υποστηρίζεται με άλλα λόγια, ότι τα SMS σαν εργαλείο της διδακτικής της ξένης γλώσσας, συμβάλλουν στην ευκολότερη «κοινωνικοποίηση» του αλλόγλωσσου, όταν αυτός έρχεται αντιμέτωπος με νέα γλωσσικά (και κατ' επέκταση επικοινωνιακά) δεδομένα. Όσον αφορά στις ηλικιακές ομάδες, φαίνεται ότι συστηματικά χρησιμοποιείται κυρίως από τους «νεότερους».

Ωστόσο επίσης μέσα από έρευνες προκύπτει ότι υπάρχει τάση διεύρυνσης των παραπάνω χαρακτηριστικών. Σχετικά με το ηλικιακό φάσμα που καλύπτει η χρήση των SMS, ένα θέμα προς διερεύνηση είναι το πώς θα διαχειριστεί στο άμεσο μέλλον την επικοινωνία μέσω SMS η ομάδα που αυτή τη στιγμή καλείται «νεότερη»[10]. Πώς δηλαδή και σε ποιον βαθμό θα χρησιμοποιούν τα σύντομα γραπτά μηνύματα μέσω κινητού τηλεφώνου τα άτομα που αυτή τη στιγμή καταγράφονται ως μαθητές, φοιτητές, «προεπαγγελματίες». Ήδη, εξάλλου, έχουν αρχίσει να φαίνονται και άλλες εφαρμογές της SMS-επικοινωνίας, εκτός της διαπροσωπικής επικοινωνιακής συναλλαγής. Οι γνωστότερες από αυτές είναι η επικοινωνία εταιρειών, οργανισμών, τραπεζών, με το κοινό, τόσο για διαφημιστικούς όσο και ενημερωτικούς λόγους. Η υπηρεσία m-banking (κατ' αναλογία με την e-banking που προσφέρεται μέσω internet) δίνει τη δυνατότητα τραπεζικών συναλλαγών και ενημέρωσης μέσω ανταλλαγής SMS. Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει το γεγονός, ότι η επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με αφορμή την ανακήρυξη του 2006 ως «ευρωπαϊκό έτος της κινητικότητας των εργαζομένων», εγκαινίασε μια καινούργια δικτυακή πύλη με το όνομα eures [11], μέσω της οποίας καλεί τους ενδιαφερόμενους να καταχωρίσουν το βιογραφικό τους σημείωμα και παρέχει ενημέρωση για την εξέλιξη της αναζήτησης εργασίας, μέσω SMS.

Επιπλέον, στοιχεία που δημοσιεύει το Τμήμα Ηλεκτρονικής του Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης αναφέρουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν την υπηρεσία Short Message Service, τόσο για την επικοινωνία με πελάτες, όσο και για την επικοινωνία των εργαζομένων, όταν αυτοί δεν έχουν άμεση πρόσβαση σε ηλεκτρονικό υπολογιστή. Σε

αυτό το πλαίσιο, και δεδομένης της ταχύτητας με την οποία εξελίσσεται η επικοινωνία μέσω των νέων τεχνολογιών[12], διαφαίνεται η ανάγκη της διδακτικής των γλωσσών, ώστε να μπορέσει να περιγράψει αυτή την εξέλιξη, τόσο γλωσσικά, όσο και επικοινωνιακά γενικότερα, επικεντρώνοντας κάθε φορά το ενδιαφέρον της στα επιμέρους στοιχεία, ανάλογα με τις συγκεκριμένες ανάγκες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ομάδας στόχου.

4.3. Διδακτικοί στόχοι

Οι διδακτικοί στόχοι που θα διατυπωθούν, κινούνται σε επίπεδο γενικότερο και δεν χαρακτηρίζονται σε καμία περίπτωση από υψηλό βαθμό εξειδίκευσης, πράγμα που όμως προϋποτίθεται και είναι απαραίτητο, όταν σχεδιάζεται πρόγραμμα γλωσσικής κατάρτισης βασισμένο σε πραγματικές γλωσσικές/επικοινωνιακές ανάγκες[13]. Οι στόχοι διακρίνονται στην παρούσα εργασία ως «γενικοί» και «λιγότερο γενικοί», διάκριση η οποία εννοεί την πρώτη κατηγορία ως υπερώνυμο της δεύτερης. Σε «πραγματικές συνθήκες» γλωσσικής κατάρτισης θα ακολουθούσαν και οι εξειδικευμένοι στόχοι.

4.3.1. Γενικοί στόχοι

Οι γενικοί στόχοι αναφέρονται στην επικοινωνία γενικότερα και στον τρόπο που αυτή ερμηνεύεται μέσα από τις σύγχρονες τάσεις της διδακτικής της γλώσσας, δηλαδή μέσα από την «επικοινωνιακή προσέγγιση». Συγκεκριμένα βασίζονται στις προτάσεις του Κοινού Ευρωπαϊκού Πλαισίου Αναφοράς, όπου γίνεται λόγος για τέσσερα βασικά είδη γενικής επικοινωνιακής ικανότητας: τη μάθηση (γερμανικά: deklaratives Wissen, γαλλικά: savoir), τη μάθηση για αποδοτική (επικοινωνιακή) κατασκευή (γερμ.: Fertigkeiten und prozedurales Wissen, γαλ.: savoir-faire), τη μάθηση της προσωπικότητας (γερμ.: Persönlichkeitsbezogene Kompetenz, γαλ.: savoir-être) και τη μάθηση σχετικά με τον τρόπο μάθησης (γερμ.: Lernfähigkeit, γαλ.: savoir-apprendre). Σε αυτό το πλαίσιο περιγραφής καταγράφονται οι παρακάτω γενικοί στόχοι που αναφέρονται στην ικανότητα των μαθητών να:

- συνειδητοποιήσουν ότι η επικοινωνία δεν ορίζεται μόνο μέσω γλωσσικής συμπεριφοράς.
- μάθουν να χειρίζονται τις κοινωνικές συμβάσεις, ώστε να προωθούν τις επικοινωνιακές τους ανάγκες.
- μάθουν να διεκπεραιώνουν επικοινωνιακές δραστηριότητες που οργανώνουν την καθημερινότητα τους και διευκολύνουν τη διαχείριση του ελεύθερου χρόνου τους.
- κατανοήσουν ότι η ποιότητα της επικοινωνίας επηρεάζεται και από το πολιτισμικό υπόβαθρο και την ιδιαίτερη προσωπικότητα των συνομιλητών.
- να παρατηρούν τον τρόπο που οι ίδιοι και οι άλλοι συμμετέχουν σε ένα επικοινωνιακό γεγονός, να μπορούν να σχολιάσουν και να αξιολογήσουν αυτό τον τρόπο και, αν χρειαστεί, να είναι σε θέση να τον αλλάξουν.

4.3.2. Λιγότερο γενικοί στόχοι

Πρόκειται για διδακτικούς στόχους που συνδέονται στενότερα με τις διδακτικές δραστηριότητες που θα ακολουθήσουν και κατά κάποιον τρόπο εξειδικεύουν μερικώς αυτούς που προηγήθηκαν. Σύμφωνα με αυτούς επιδιώκεται οι μαθητές να είναι σε θέση να:

- κατανοήσουν ότι γλώσσα δεν είναι μόνο η πρότυπη, αλλά και όλες οι υπόλοιπες ποικιλίες, η χρήση των οποίων μάλιστα, ανάλογα με τις περιστάσεις, ενδεικνύεται περισσότερο.
- κατανοήσουν ότι η εναλλαξιμότητα του μέσου επηρεάζει τη μορφή της γλώσσας και της επικοινωνίας και να διεξάγουν σωστά τη μεταβίβαση των γλωσσικών σημάτων από το ένα μέσο στο άλλο.

- εντοπίζουν τη «γλωσσική αλλαγή», ιδιαίτερα όπως αυτή συμβαίνει μέσα από τα είδη των κειμένων που δημιουργούνται με τη διάδοση των νέων μέσων της τεχνολογίας.
- χρησιμοποιούν το ρυθμό και το είδος της αλληλεπίδρασης ως εργαλείο αποτελεσματικής επικοινωνίας.
- προσαρμόζουν τις γλωσσικές τους επιλογές ανάλογα με τις νόρμες που ισχύουν στο κοινωνικό-επικοινωνιακό περιβάλλον.
- λαμβάνουν υπόψη τις πολιτισμικές διαφορές και να βρίσκουν τρόπους, ώστε να μην λειτουργούν ανασταλτικά στη διεξαγωγή επικοινωνιακών συναλλαγών.
- περιγράφουν τις επιμέρους συνιστώσες (εμφανείς και λιγότερο εμφανείς) των επικοινωνιακών γεγονότων που παράγουν οι ίδιοι και οι άλλοι.

4.4. Ενδεικτικές δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες που παρουσιάζονται, δεν απευθύνονται σε συγκεκριμένες ηλικίες ή σε συγκεκριμένες γλωσσικές-επικοινωνιακές ανάγκες. Έχουν σκοπό να λειτουργήσουν ενδεικτικά σχετικά με το πώς μια εμπειρική έρευνα στην επικοινωνία μέσω SMS μπορεί να αξιοποιήσει τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματά της, στα πλαίσια της γλωσσικής διδασκαλίας και όχι να εξειδικεύσουν ή να εξαντλήσουν τις δυνατότητες που προκύπτουν μέσα από την εμπειρική έρευνα. Οι επιμέρους παράμετροι (σχολική βαθμίδα, πρώτη/δεύτερη(ξένη) γλώσσα, ηλικία, επάγγελμα κ.λπ.), ωστόσο, είναι εκείνες που θα δώσουν στις παρακάτω δραστηριότητες την τελική τους μορφή, τόσο ως προς τη διατύπωση των οδηγιών («εκφωνήσεις»), όσο και ως προς την έκταση και το ακριβές περιεχόμενο.

- Οι μαθητές χωρίζονται σε τρεις ομάδες και παίρνουν το ρόλο του εργαζόμενου σε διαφημιστική εταιρεία. Με βάση το κείμενο που ακολουθεί, ζητείται από την κάθε ομάδα εργασίας να το μετατρέψει και να το παρουσιάσει ως: α) σενάριο για τηλεοπτική διαφήμιση, β) κείμενο για ραδιοφωνική διαφήμιση, γ) διαφημιστικό φυλλάδιο για κατ' οίκον διανομή:

ΜΑΚΡΟ 4-7/4 TRENDY ΚΡΟΥΑΣΑΝ 0,18€ /ΤΕΜ ΑΜΙΤΑ ΚΟΚΤΕΙΛ ΠΟΜΗΒΕ 0,25L 0,3€ /ΤΕΜ ΠΤΙ-ΜΠΕΡ ΑΛΛΑΤΙΝΗ 4*225gr 0,56€ /ΤΕΜ FANTA ΠΟΡΤ Κ&Μ 330ml 0,35€ /ΤΕΜ ΠΡΟ ΦΠΑ

Ανάλογα με το χρόνο και τα μέσα που βρίσκονται στη διάθεση της διδασκαλίας, η συγκεκριμένη δραστηριότητα μπορεί να εμπλουτιστεί ή να περιοριστεί ανάλογα.

- Τι μορφή θα είχε το κείμενο, εάν ο αποστολέας επέλεγε την ταχυδρομική αποστολή;

ΧΡΙΣΤΟΣ ΑΝΕΣΤΗ!ΚΙ ΕΠΕΙΔΗ ΤΑ ΠΡΟΣΚΛΗΤΗΡΙΑ ΑΡΓΟΥΝ ΝΑ ΦΤΑΣΟΥΝ ΣΕ ΚΑΛΟΥΜΕ ΜΕ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΣΟΥ ΣΤΟ ΓΑΜΟ ΜΑΣ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΕΙ ΣΤΗ Μ.ΒΛΑΤΑΔΩΝ ΚΥΡΙΑΚΗ 11/5,8ΜΜ ΧΑΡ-ΙΩΑ

- Σχημάτισε πιθανούς διαλόγους-ανταλλαγές SMS με τα παρακάτω μηνύματα. Μπορείς να μαντέψεις τι σχέση έχουν οι συνομιλητές;

ΣΕ 10 ΛΕΠΤΑ ΕΙΜΑΙ ΕΚΕΙ

ΠΟΥ ΕΙΣΑΙ ΡΕ ΑΔΕΡΦ;

ΟΚ.ΤΗΝΧ.ΕΧΕΙ ΑΝΕΒΕΙ ΤΟ STOMAXI ΜΟΥ ΣΤΟ ΛΑΙΜΟ ΜΟΥ.

ΕΛΑ ΜΑΚΗ!ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑ ΓΙΑΤΙ ΕΙΜΑΙ ΑΚΟΜΗ ΣΕ ΦΑΣΗ ΥΠΝΟΥ! ΟΚ ΓΙΑ ΤΟ ΒΡΑΔΥ! ΤΗΝ ΚΥΡΙΑΚΗ ΤΙ ΩΡΑ ΑΝΟΙΓΕΙΣ?

ΕΓΩ ΤΕΛΙΚΑ ΠΗΓΑ ΜΑΖΙ ΜΕ ΑΛΛΟΥΣ.ΑΝ ΚΑΤΣΕΙ ΤΑ ΛΕΜΕ ΜΕΤΑ.ΘΑ ΠΡΟΣΠΑΘΗΣΩ.ΤΑ ΛΕΜΕ.

ΜΑΓΑΖΙ ΑΝΟΙΓΕΙ ΔΕΥΤΕΡΑ

• Προσπάθησε να μαντέψεις την πιθανή κατάσταση (χώρος, χρόνος, συναισθήματα, σχέση ανάμεσα στους συνομιλητές κ.λπ.) και το σκοπό των παρακάτω SMS:

ΤΑΞΙΔΕΥΩ ΑΓΑΠΗΜΕΝΗ,ΘΑ ΤΟΝ ΠΙΟΥΜΕ ΑΠΑΞΑΠΑΝΤΟΣ ΤΗ ΔΕΥΤΕΡΑ!ΤΟΝ ΚΑΦΕ,ΦΥΣΙΚΑ!...

ΩΧ!ΕΛΑ ΚΟΙΜΗΣΟΥ!ΘΑ ΣΟΥ ΒΑΛΩ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΑΝ ΜΠΟΡΕΣΩ ΕΓΩ!ΦΙΛΙΑ

ΔΕΝ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΚΑΝΟΥΜΕ ΜΑΘΗΜΑ ΓΙΑΤΙ ΕΧΩ ΡΑΝΤΕΒΟΥ ΣΤΟ ΓΙΑΤΡΟ ΓΙΑ ΤΟ ΣΤΟΜΑΧΙ ΜΟΥ!

ΑΝΤΕ ΓΕΙΑ ΜΑΣ! ΠΙΝΩ ΤΣΙΠΟΥΡΑ ΣΤΟ ΙΩΛΚΟΣ! ΧΡΙΣΤΟΣ ΑΝΕΣΤΗΘΕΣ ΝΑ ΕΡΘΕΙΣ? ΧΧ

Giasou!Welcome to M-TEL!Just dial 121 to listen your voice mail and 122 for customer care, as you do in Greece!Have a nice stay in BULGARIA!M-TEL

ΕΙΜΑΙ Ο ΤΑΣΟΣ ΠΟΥ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΣ ΠΡΙΝ ΤΙΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΠΑΝΩ ΣΕ ΜΙΑ ΜΟΤΟ.ΑΧ!

• Στα παρακάτω μηνύματα είναι σημειωμένα με έντονη γραφή «λάθη» που έχουν κάνει οι συντάκτες των SMS. Προσπάθησε να ερμηνεύσεις καθένα από αυτά (γιατί έγινε λάθος; για τι είδος λάθους πρόκειται;). Αν έπαιρνες κάποιο από αυτά τα μηνύματα, πώς θα επηρέαζε η ύπαρξη των «λαθών» την επικοινωνία σου με τον αποστολέα;

ΔΕΝ ΞΕΧΝΙΕΣΕ,ΔΕΝ ΞΕΧΝΙΕΣΕ ΜΕΣ'Σ[Ø] 1 ΒΡΑΔΙΑ ΔΕΝ ΞΕΧΝΙΕΣΕ ΣΑΛΛΗ ΑΓΚΑΛΙΑ.ΕΙΣΑΙ ΣΤΑΘΜΟΣ ΣΤΗΝ ΖΩΗ ΜΟΥ,ΖΩΗ ΜΟΥ

ΚΑΛΗΣΠΕΡΑ.ΑΥΤΟ ΕΙΝΑΙ ΤΙ ΚΙΝΗΤΟ ΜΟΥ.

ΠΟΥ ΕΙΣΑΙ ΡΕ ΛΙΟΝΤΑΡΗ ΚΑΙ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΑΣ ΣΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ?

ΒΑΛΑΙ Τ'ΑΛΛΟ ΤΟ ΝΟΥΜΕΡΟ ΡΕ

Αγαπη κατεβαινω Λαμια για καποια φαρμακα της μανας μου σε περνω αλλα δεν[Ø] παρε με όταν μπορεις.Φιλακια

• Φτιάξε μία λίστα με τις διαφορετικές χρήσεις του «κάνω» και του «έχω», όπως προκύπτουν από τα παρακάτω μηνύματα. Δίπλα σε κάθε φράση, άφησε κενό χώρο, ώστε να γράψεις μία ερμηνεία (αν θέλεις χρησιμοποίησε και παραδείγματα) που θα βοηθούσε κάποιον που τώρα ξεκινά να μάθει ελληνικά.

ΘΑ ΕΡΘΕΙ Η ΡΟΥΛΑ ΝΑ ΖΗΤΗΣΕΙ ΤΟΝ ΚΑΠΝΟΜΟΥ.ΚΑΝΕ ΠΛΑΚΑ ΚΑΙ ΑΡΓΗΣΕ ΝΑ ΤΗΣ ΤΟΝ ΔΩΣΕΙΣ.ΠΗΡΑ ΤΟΝ ΔΙΚΟ ΤΗΣ.ΔΩΣΕ ΤΟΝ ΔΙΚΟ ΜΟΥ.

ΑΝ ΔΕΝ ΚΟΙΜΑΣΑΙ ΚΑΝΕ ΜΟΥ ΑΝΑΠΑΝΤΗΤΗ

ΚΑΛΗΜΕΡΑ!ΤΟ ΕΒΑΛΑ 5 ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΓΙΑ ΝΑ ΠΡΟΛΑΒΟΥΜΕ ΑΝ ΕΙΝΑΙ ΓΙΑ ΜΠΑΝΙΟ.ΑΝ ΝΑΙ ΟΤΑΝ ΕΡΧΕΣΑΙ ΑΠΟΔΩ ΚΑΝΕ ΝΤΡΙΝ ΝΑ ΒΓΩ.ΚΑΤΑ 2 2ΠΑΡΑ

ΑΚΟΜΑ ΟΧΙ ΑΛΛΑ ΔΕ ΝΟΜΙΖΩ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΚΑΠΟΙΑ ΚΙΝΗΣΗ.ΕΣΥ ΤΙ ΛΕΣ?ΟΣΟ ΓΙΑ ΤΟ ΓΙΩΡΓΑΚΙ,ΘΑ ΔΕΙΣ ΟΤΙ ΟΛΑ ΑΛΛΑΞΑΝ.ΠΟΛΛΑΦΙΛΑΚΙΑ.

ΚΑΛΑ ΕΚΑΝΕΣ Κ ΤΟΥ ΕΙΠΕΣ ΝΑ ΡΘΕΙ.ΣΤΟ ΚΑΤΩ ΚΑΤΩ ΜΙΛΗΣΤΕ ΑΠΟ ΚΟΝΤΑ.ΜΗ ΣΚΑΣ,ΟΚ?ΦΙΛΑΚΙΑ.

ΑΣΤΟ ΑΚΥΡΟ ΔΕΝ ΕΧΩ ΚΕΦΙ

Καρδια μου.Ειμαι μαζι σου.Σ'αγαπω σε λατρευω.Πολυ χαιρομαι που θα εχεις παρεα αυτες τις μερες κ παρεα που κ εσυ εχεις καιρο να δεις κ τους επιθυμεις.

ΤΑΞΙΑΡΧΟΥΛΗ ΜΟΥ,ΜΗΝ ΜΑΣΑΣ.ΔΕΝ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΝΑ ΕΙΣΑΙ ΦΑΣΙΣΤΟΛΟΓΟΣ ΓΙΑ ΝΑ ΕΧΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΠΟΨΗ,Ε.

ΕΛΑ ΔΕΣΠΟΙΝΑΚΙ!ΕΙΧΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟ ΠΡΙΝ!

ΔΕΝ ΕΧΕΙΣ ΣΗΜΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣΠΑΘΩ ΝΑ ΣΕ ΒΡΩ ΚΑΝΑ 20ΛΕΠΤΟ.

• Οι μαθητές συλλέγουν οι ίδιοι SMS και επεξεργάζονται το υλικό σύμφωνα με ερωτήματα και υποθέσεις που έχουν προκύψει από σχετική συζήτηση στην τάξη και παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της έρευνάς τους. Θέματα προς εξέταση μπορεί να είναι η διχοτομία γραπτού/προφορικού λόγου, γλωσσικά χαρακτηριστικά (συντομογραφίες, γλωσσικός αυτοσχεδιασμός, διαλεκτικά στοιχεία κ.λπ.), επικοινωνιακές λειτουργίες, καθώς και η σύγκριση των SMS με άλλα είδη καθημερινής διαπροσωπικής επικοινωνίας (τηλεφωνικές συνομιλίες, mail, chat, μηνύματα σε αυτόματους τηλεφωνητές κ.λπ.).

• Η καθηγήτρια/ο καθηγητής ζητάει από τους μαθητές να στείλουν ένα SMS, καθορίζοντας το γενικό πλαίσιο της επικοινωνίας (ιδιότητα και σχέση των συνομιλητών, σκοπό της επικοινωνίας κ.λπ.). Τα μηνύματα συντάσσονται και στέλνονται (ανώνυμα) επί τόπου προς ένα κινητό τηλέφωνο (π.χ. του καθηγητή), το οποίο είναι συνδεδεμένο με Η/Υ και video projector, ώστε να προβληθούν στην αίθουσα. Οι μαθητές με βάση το προσδοκώμενο επικοινωνιακό αποτέλεσμα, επιλέγουν τα πιο εύστοχα/αποτελεσματικά μηνύματα και καταγράφουν τα χαρακτηριστικά τους. Για παράδειγμα το «θέμα» του μηνύματος θα μπορούσε να είναι: «Στείλε ένα μήνυμα σε μία κοπέλα/ένα αγόρι που σου αρέσει και θέλεις να βγειτε. Την/τον γνώρισες πριν λίγες μέρες μέσω κοινών φίλων και ανταλλάξατε τηλέφωνα, για να «μη χαθείτε». Σκοπός σου είναι να της/του δείξεις το ενδιαφέρον σου και ταυτόχρονα να είσαι διακριτική/-ός». Αν στη σύσταση της τάξης υπάρχει πολιτισμική/γλωσσική ποικιλία (μαθητές που προέρχονται από άλλες χώρες, συμμετέχουν και σε άλλες κουλτούρες κ.λπ.), αυτό θα μπορούσε να βοηθήσει, ώστε να σχολιαστούν τα κοινά στοιχεία[14].

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Καραπλή, Δ. (2006), Ανάλυση σύντομων γραπτών μηνυμάτων μέσω κινητού τηλεφώνου (SMS): Διδακτική αξιοποίηση στο γλωσσικό μάθημα, μεταπτυχιακή εργασία, Α.Π.Θ., Θεσσαλονίκη.

Μαυρέας, Δ. (2003), SMS PARTY:Η δήλωση των διαπροσωπικών σχέσεων στα γραπτά μηνύματα μέσω κινητών τηλεφώνων, ανακοίνωση σε συνέδριο [προσωπικό e-mail].

Μπουτουλούση, Ε. (1999), Γλωσσική επίγνωση, Στο: Χριστίδης, Α.Φ. (επιμ.), Εγκυκλοπαιδικός Οδηγός για τη Γλώσσα, Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας, Θεσσαλονίκη, και Ηλεκτρονικός Κόμβος για την υποστήριξη των διδασκόντων το μάθημα της Γλωσσικής Αγωγής και Συμπεριφοράς στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. ΕΠΕΑΕΚ, www.komvos.edu.gr.

Παυλίδου, Θ. (1995), Επίπεδα γλωσσικής ανάλυσης, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής.

Πετρούνιας, Ε. (19932), Νεοελληνική γραμματική και συγκριτική ανάλυση, Μέρος Α': Θεωρία, Θεσσαλονίκη: University studio press.

Τοκατλίδου, Β. (1999), Προφορικός/γραπτός λόγος και τα 'υβρίδια' της τεχνολογίας. Η προβληματική της διδακτικής των γλωσσών, Μελέτες

για την ελληνική γλώσσα. Πρακτικά 20ής ετήσιας συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας του Α.Π.Θ.

Τοκατλίδου, Β. (2000), Προφορική/γραπτή επικοινωνία και η οργάνωση του λόγου. Η άποψη της διδακτικής της γλώσσας, Μελέτες για την ελληνική γλώσσα. Πρακτικά 21ης ετήσιας συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας του Α.Π.Θ.

Τοκατλίδου, Β. (2003), Γλώσσα, Επικοινωνία και Γλωσσική Εκπαίδευση, Αθήνα: Πατάκη.

Ξενόγλωσση

Androutsopoulos, J., Schmidt, G. (2001), SMS-Kommunikation: Ethnographische Gattungsanalyse am Beispiel einer Kleingruppe, Zeitschrift für Angewandte Linguistik, 36/2002.

CEF, Gemeinsamer europäischer Referenzrahmen für Sprachen, <http://www.goethe.de/z/50/commeuro/i1.htm>.

Döring, N. (2002a), 1xBrot,Wurst,5sack Äpfel I.L.D.-Kommunikative Funktionen von Kurzmitteilungen (SMS), Zeitschrift für Medienpsychologie, 3/2002.

Döring, N. (2002b), Kurzm. wird gesendet. Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation, Muttersprache, 2/2002.

Dürscheid, C. (2002), SMS-Schreiben als Gegenstand der Sprachreflexion, <http://www.mediensprache.net/networx/network-28.pdf>.

Gross, H. (19902), Einführung in die germanistische Linguistik, München, Iudicium Verlag.

Hård af Segerstad, Y. (2002), Use and Adaptation of Written Language to the Conditions of the Computer-Mediated Communication, διδακτ.διατριβή, Göteborg University, Sweden.

http://www.ling.gu.se/%7eylvah/dokument/ylva_diss.pdf

Höfflich, J., Rössler, P.(2001), Mobile schriftliche Kommunikation-oder:E-Mail für das Handy. Die Bedeutung elektronischer Kurznachrichten (Short Message Service) am Beispiel jugendlicher Handynutzer, Manuskript, eingerichtet zur Publikation in Medien & Kommunikationswissenschaft.

<http://www.fbils.uni-hannover.de/sdls/schlobi/splitter/simsen.htm> .

Krause, M., Schwitters, D. (2002), SMS-Kommunikation-Inhaltsanalyse eines kommunikativen Phänomens, <http://www.mediensprache.net/networx/network-27.pdf>.

Lyons, J. (1981), Language and Linguistics, Cambridge University Press, Μτρρ. ελλην. (19985), Εισαγωγή στη γλωσσολογία, Αθήνα: Πατάκη.

Schlobinski, P. (2002), Sprachliche und kommunikative Aspekte der SMS-Kommunikation, Interview in der Onlinezeitung «dieUniversitaet.at» der Universität Wien,

Schlobinski, P., Fortmann, N., et al.(2001), Simsen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen Aspekten in der SMS-Kommunikation, <http://www.mediensprache.net/networx/network-22.pdf>.

Schmidt, G., Androutsopoulos, J. (2004), löbbe döch. Beziehungskommunikation mit SMS, In: Gesprächsforschung-Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion, Nr.5.,S.1-22.<http://www.gespraechsforschung-ozs.de/heft2004/ga-schmidt.pdf>

Sioupi, A., Wolfrum, J. (2002), Welche Rolle spielen Neue Medien für griechische GermanistikstudentInnen? Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, In: Herwig, R. (Hrsg.) Sprache und die modernen Medien, Akten des 37. Linguistischen Kolloquiums in Jena, Peter Lang.

Strucken, M. (2004), Chat-SMS, eine Textsorte zwischen privater und öffentlicher Kommunikation, http://noam.uni-muenster.de/SASI/Strucken_SASI.pdf.

[1] Ενδεικτικά: Androutsopoulos, J., Schmidt, G.(2001), Döring, N.(2002b), Hård af Segerstad, Y. (2002), Schlobinski, P. (2002).

[2] Androutsopoulos, J., Schmidt, G.(2001), Döring, N. (2002a), Döring, N.(2002b), Dürscheid, C.(2002) , Höfflich, J., Rössler, P.(2001),

Krause, M., Schwitters, D. (2002), Schlobinski, P. (2002), Schmidt, G., Androutsopoulos, J. (2004).

[3] Hård af Segerstad, Y. (2002).

[4] Μαυρέας, Δ. (2003), Καραπλή, Δ. (2006).

[5] Για τη διάκριση φωνητικών τμημάτων και υπερτμηματικών προσωδιακών στοιχείων, βλ. Πετρούνιας (1993:278,279).

[6] Πρέπει ωστόσο να υπογραμμιστεί ότι σε όλες τις μελέτες, στις οποίες εξετάστηκε η έκταση των μηνυμάτων, υπήρχαν και μηνύματα που «εξαντλούσαν» τον αριθμό των επιτρεπόμενων χαρακτήρων, όπως επίσης και άλλα που χρησιμοποιούσαν ελάχιστους χαρακτήρες. Επειδή όμως το μεγαλύτερο μέρος των SMS, διατηρεί μία μέση έκταση που δεν πλησιάζει τα παραπάνω «ακραία» παραδείγματα, θεωρείται σχετικά αξιόπιστος ο αριθμητικός μέσος (μέσος όρος), ως δείκτης κεντρικής τάσης της έκτασης των SMS.

[7] Οι ιδιαιτερότητες των ελληνικών SMS είναι η εμφάνιση της γραφής greeklish, η αποκλειστική σχεδόν χρήση κεφαλαίων χαρακτήρων και η χρήση της συντομογραφίας «ΜΗΝ» (= μήνυμα, SMS).

[8] Αναφέρεται στη χρήση ξένων γλωσσών που τις έχουμε μάθει κυρίως από διάβασμα, αλλά και στην περίπτωση που «προβάλλουμε πολιτικά επιχειρήματα που δεν τα έχουμε καταλάβει πολύ καλά».

[9] Ενδεικτικά: Androutsopoulos/Schmidt (2002:49), Strucken (2004:3), αλλά και για τα ελληνικά δεδομένα η έρευνα στους φοιτητές του Γερμανικού Τμήματος του Α.Π.Θ. (Σιουρί/Wolfrum, 2002).

[10] Androutsopoulos/Schmidt (2002:75): Αναφέρεται στην εξέλιξη της SMS-επικοινωνίας κατά τα επόμενα χρόνια, όταν τα δεδομένα θα αλλάξουν, τόσο σε επίπεδο χρηστών, όσο και σε επίπεδο τεχνολογίας.

[11] Η πύλη βρίσκεται στην τοποθεσία eures.europa.eu. (οι διευθύνσεις των ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων αλλάζουν, δεν χρειάζεται πλέον η πληκτρολόγηση του <http://www>).

[12] Για παράδειγμα, η υπηρεσία των Ταχύτατων Μηνυμάτων (Rapid Message Service- RMS), μια υπηρεσία ηχογραφημένων μηνυμάτων που μοιάζει με αυτή του αυτόματου τηλεφωνητή.

[13] Για τον καθορισμό των στόχων (γενικών και εξειδικευμένων) που καλύπτουν εντοπισμένες επικοινωνιακές ανάγκες στα πλαίσια του σχεδιασμού γλωσσικών προγραμμάτων, βλ. Τοκατλίδου (2003: 193-213).

[14] Ενδεχομένως και τα διαφορετικά στοιχεία, με τέτοιο τρόπο όμως που να αναδεικνύονται ως «εκφραστικός πλούτος» και όχι ως στοιχείο αντίθεσης.