

ΕΚΘΕΣΗ ΠΕΡΑΤΩΣΗΣ ΜΕΤΑΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Προς: Τα μέλη της Συνέλευσης του Τμήματος Τμήματος **Ιστορίας και Εθνολογίας του ΔΠΘ**

Θέμα: Έκθεση Περάτωσης Μεταδιδακτορικής Έρευνας, με τίτλο «**Σύγχρονες μορφές προφορικότητας και «ανεπίσημη» επικοινωνία: Διαδόσεις και κοινωνικοί σχολιασμοί σε ένα δήμο της Αττικής. Μια λαογραφική και εθνογραφική προσέγγιση**»

Ονοματεπώνυμο Μεταδιδακτορικού Ερευνητή: Γεώργιος Χ. Κούζας

Ημερομηνία: 20/5/2019

Περιγραφή αποτελεσμάτων της έρευνας

Η μεταδιδακτορική έρευνα με θέμα ***Σύγχρονες μορφές προφορικότητας και «ανεπίσημη» επικοινωνία: Διαδόσεις και κοινωνικοί σχολιασμοί σε ένα δήμο της Αττικής. Μια λαογραφική και εθνογραφική προσέγγιση*** (επιβλέπων έρευνας Μ. Γ. Βαρβούνης) αφορά την πολυεπίπεδη έρευνα του κοινωνικού φαινομένου της «ανεπίσημης» επικοινωνίας, όπως είναι οι διαδόσεις φημών και ο κοινωνικός σχολιασμός ατόμων, γεγονότων ή καταστάσεων (το κοινά αποκαλούμενο κουτσομπολιό).

Η μεταδιδακτορική έρευνα περιελάμβανε τους εξής άξονες:

α) διάκριση των ειδών της «ανεπίσημης επικοινωνίας» (κουτσομπολιό, κοινωνικοί σχολιασμοί, διαδόσεις, φήμες), β) το θεωρητικό πλαίσιο από την πλευρά της λαογραφίας, της κοινωνικής ανθρωπολογίας και της κοινωνιολογίας, γ) τη μεθοδολογική προσέγγιση, δ) τη διάδοση των κουτσομπολιών και τους αγωγούς της «ανεπίσημης» ενημέρωσης (χώροι διάδοσης, ο κοινωνικός -θετικός ή αρνητικός- ρόλος του κουτσομπόλη και της κουτσομπόλας κάθε περιοχής, Οι θεματικές των σχολιασμών: Η απώθηση και η προώθηση ανθρώπων ή καταστάσεων, η διαχείριση των πληροφοριών και η αποτελεσματικότητα ή η αναποτελεσματικότητα του κουτσομπολιού)

Ειδικότερα:

Α) Κουτσομπολιό, κοινωνικοί σχολιασμοί, διαδόσεις, φήμες: τα ρευστά και διαπερατά όρια μη ειδολογικών και μη κατηγοριοποιημένων ειδών αφήγησης

Η επιστημονική ενασχόληση με το κουτσομπολιό δεν είναι εύκολη υπόθεση, παρ' όλο που πολλοί θεωρούν το ακριβώς αντίθετο. Το όλο θέμα έχουν προσεγγίσει λαογράφοι και κοινωνικοί ανθρωπολόγοι, ανάλογα με την οπτική του κάθε επιστημονικού κλάδου. Για παράδειγμα όσον αφορά τη λαογραφία, ο Bausinger, ήδη από το 1958 (Bausinger 1958: 239-254), και συστηματικότερα τη δεκαετία του 1970 (Bausinger 1977: 323-330) έκανε εκτενώς λόγο για την κοινωνική αξία των «καθημερινών αφηγήσεων», που έως τότε εν πολλοίς έμεναν στο περιθώριο μελέτης της λαογραφίας αλλά και της φιλολογίας. Όπως επισημαίνει ο Bausinger οι λόγοι της αγνόησης των «καθημερινών αφηγήσεων» (των φημών, του κουτσομπολιού, των διαδόσεων, των ανεκδότων, αλλά ακόμα και των μαρτυριών, των προσωπικών αφηγήσεων ζωής) είναι πολλοί, με κυριότερους δύο: α) την μορφολογική πολυποικιλότητα και β) το περιβάλλον αφήγησης. Τα είδη των «καθημερινών αφηγήσεων» παρουσιάζουν μια ακανόνιστη μορφή ως προς τη δομή τους, έχουν ρευστό και διαρκώς μεταβαλλόμενο περιεχόμενο, ενώ και η μορφή τους χαρακτηρίζεται από μια ορισμένη χαλαρότητα σε σύγκριση με άλλα είδη το έντεχνου

λαϊκού λόγου. Όμως και το περιβάλλον αφήγησης, η κοινωνική σκηνή κατά τον Goffman (1959), στην οποία εκτυλίσσεται αυτή η διαδραστική επικοινωνία, δεν μπορεί να μην συνεκτιμηθεί στη μελέτη π.χ. του κουτσομπολιού, γεγονός που από μόνο του καθιστά δύσκολη την εις βάθος μελέτη των ειδών αυτών της καθημερινής αφήγησης. Όμως, αν διαβάσουμε προσεκτικά μελετήματα κοινωνικών ανθρωπολόγων και κοινωνιολόγων (Gluckman 1963: 307-316 Paine 1967: 278-285 Abrahams 1970: 290-301 Cox 1970: 88-98, Wilson 1974: 93-102), καταλήγουν στο ίδιο συμπέρασμα με τον Γερμανό λαογράφο, πως δηλαδή δεν μπορούμε να ορίσουμε επακριβώς ποια κατηγορία του καθημερινού λόγου είναι το κουτσομπολιό και επίσης πως είναι εξαιρετικά δύσκολο να το διακρίνουμε από τις φήμες.

Επομένως, όντας σχεδόν αδύνατο να διακρίνουμε με καθαρά κειμενικά κριτήρια το κουτσομπολιό από τα άλλα είδη των καθημερινών αφηγήσεων, μπορούμε τουλάχιστον, αφού δεν έχουν ούτε την ίδια κοινωνική ούτε την ίδια επικοινωνιακή σημασία, να επισημάνουμε ορισμένα βασικά γνωρίσματα για το κάθε είδος ξεχωριστά, που φανερώνουν και τις διαφοροποιητικές τάσεις από τα άλλα είδη. Πιο συγκεκριμένα μπορούμε να διακρίνουμε: α) *το κουτσομπολιό*, που δεν είναι κάτι περισσότερο από τον κοινωνικό σχολιασμό, μέσα σε ένα πλαίσιο εμπιστευτικό και προσωπικό ανθρώπινων δραστηριοτήτων (ατομικών ή ομαδικών). Συνήθως έχει κακόβουλο περιεχόμενο με ένα διττό στόχο: να ευχαριστήσει τους συμμετέχοντες στη συζήτηση και παράλληλα προωθήσει ορισμένες πληροφορίες και να ελέγξει ταυτόχρονα τις κινήσεις και τις προθέσεις των σχολιαζόμενων. Το κουτσομπολιό σε σύγκριση με τα υπόλοιπα είδη των αφηγήσεων κινείται σε περισσότερο προσωπικό επίπεδο (παρέα δύο ή περισσότερων ατόμων), ενώ χαρακτηρίζεται από παροδικότητα των πληροφοριών που συνήθως μετά την έλευση κάποιων ημερών ξεχνιούνται. β) *Οι φήμες*, επίσης, έχουν ένα περιεχόμενο ανάλογο του κουτσομπολιού, όσον αφορά τις θεματικές τους, αλλά η διαφορά με το κουτσομπολιό, σύμφωνα με τους Allport και Postman (1947), είναι πως αφορούν μεγαλύτερες ομάδες ανθρώπων, γεγονότα με μεγαλύτερη έκταση και σημασία, ενώ γνωρίζουν και πολύ μεγαλύτερη διάδοση, μέσω του διαδικτύου και των μέσων ενημέρωσης σε σύγκριση με τα τοπικά κουτσομπολιά μιας περιοχής ή μιας γειτονιάς (Rosenbaum & Subrin 1963: 817-831, Medini & Rosenberg 1976: 452-462, Rosnow 1977: 158-163). γ) *Οι διαδόσεις* έχουν ταυτόσημη σημασία σχεδόν με τις φήμες με τη διαφορά ότι συνήθως στον καθημερινό λόγο έχουν αρνητική χροιά, δηλαδή είναι φήμες που είναι ψευδείς, ανυπόστατες κ.λπ. δ) *Οι σύγχρονοι* (ή «αστικοί» *θρύλοι*). Οι αστικοί θρύλοι έχουν φανταστικό περιεχόμενο, αλλά η διαφορά τους από τα παραμύθια ή τους μύθους έγκειται στο γεγονός πως ξεκινούν από μια αληθή ιστορική βάση, από ένα πραγματικό ιστορικό γεγονός ή πρόσωπο (π.χ. Η πτώση των Δίδυμων Πύργων, ο Μάικλ Τζάκσον ή ο Έλβις Πρίσλεϊ που δεν πέθαναν αλλά παραμένουν ζωντανοί και κρύβονται από τους θαυμαστές τους) και μέσα από τη διάδοση από στόμα σε στόμα αποκτούν διαστάσεις φανταστικές, που δεν έχουν σχέση με την πραγματικότητα, ενώ κεντρικά θεματικά τους μοτίβα είναι το θέμα του φόβου, του φανταστικού και το υπερφυσικού.

B) Η θεωρητική διαδρομή: Κοινωνιολογία και Κοινωνική ανθρωπολογία

Όπως και με άλλα ζητήματα της εθνογραφικής έρευνας η αρχή για την έρευνα του κουτσομπολιού γίνεται με τη Σχολή του Σικάγου. Οι εκπρόσωποι της Σχολής έθεσαν την πόλη και τους κατοίκους της στο επίκεντρο της μελέτης. Η πόλη δεν είναι ένα στατικό σύστημα· εκλαμβάνεται από τη Σχολή ως ένας ζωντανός οργανισμός, που υπόκειται σε συνεχείς αλλαγές και αναδομήσεις λόγω των δραστηριοτήτων και των μετακινήσεων των ομάδων.

Ακολουθώντας την προτροπή του Park να «λερώσουν» τα χέρια τους μέσα από τη συνεχή έρευνα («get their hands dirty in the real world»), όχι απλά ερεύνησαν αλλά συμβίωσαν με άτομα και ομάδες, έζησαν μαζί τους στο πεζοδρόμιο ή στα σπίτια τους, ανακαλύπτοντας και τις πιο μικρές λεπτομέρειες της καθημερινής ζωής, με δεδομένο ότι οι περισσότερες μελέτες τους στηρίχθηκαν στη συστηματική επιτόπια εθνογραφική έρευνα με συμμετοχική παρατήρηση, λήψη συνεντεύξεων και αφηγήσεων ζωής.

Οι «εθνογραφίες» της Σχολής του Σικάγου, όπως έμειναν γνωστές, επεκτείνονταν και σε επαγγελματικές και κοινωνικές ομάδες, που ίσως αρχικά δεν φαίνονται, αλλά είναι περιθωριοποιημένες και αποκλεισμένες από τον κοινωνικό ιστό. Η χαρακτηριστικότερη ίσως περίπτωση, εντοπίζεται ήδη στα 1932, και είναι η μελέτη για τη ζωή και την καθημερινότητα των νέων κοριτσιών που εργάζονταν στα κέντρα διασκέδασης, *The Taxi-Dance Hall. A Sociological Study in Commercialized Recreation and City Life* του Paul Cressey. Πρόκειται για τις κοπέλες που πλήρωναν οι θαμώνες του μαγαζιού (εξ ου και το πρώτο συνθετικό taxi-) για να χορέψουν και να περάσουν μαζί τους μια βραδιά στο μαγαζί. Κατά βάση ο Cressey αξιοποίησε το κουτσομπολιό μεταξύ των γυναικών και μεταξύ των ανδρών-πελατών προκειμένου να αναδειχθεί μια συνολική λειτουργία του taxi-dance hall. Βασικά θέματα των συζητήσεων κατά τη διάρκεια του κοινωνικού σχολιασμού: ο χώρος εργασίας, ο κύκλος ζωής των χορευτριών, οι κοινωνικοί, οικογενειακοί και φιλικόι δεσμοί, οι ευρύτερες - «αθέατες» προεκτάσεις της εργασίας: κώδικες εργασίας που πρέπει να τηρούνται, αξιακοί και πολιτισμικοί κώδικες που τα μέλη πρέπει να τηρούν, ετικετοποίηση των μετεχόντων στην όλη διαδικασία και, κυρίως, η λειτουργία του χώρου αυτού ως μηχανισμού αποκλεισμού και περιθωριοποίησης των νεαρών κοριτσιών, που εργάζονταν εκεί.

Υποδειγματική, μπορεί να θεωρηθεί, η έρευνα του Liebow *Tally's Corner. A Study of Negro Streetcorner Men*. (1967). Η εις βάθος ερμηνευτική και πυκνή περιγραφικά και θεματικά εθνογραφική έρευνα του Liebow εδράζεται σε ένα –θα έλεγε κανείς– πολύ περιορισμένου δείγμα (χώρου και ανθρώπων), από το οποίο συνάγονται σπουδαία συμπεράσματα. Η έρευνα του Αμερικανού ανθρωπολόγου εστιάζεται σε μια συνοικία Αφρικανών (Corry-out) όπου κατοικούν οικονομικά αδύναμοι μετανάστες. Επικεντρώνεται στους «streetcorner men», στον Tally, στον Sea-Cat, στον Leroy, στον Richard και εικοσιπέντε άλλους Αφρικανούς που σύχναζαν και περνούσαν στο γωνιακό Corry-out shop, όπου ήρθε σε επαφή και μελέτησε τη ζωή τους ο Liebow. Στο έργο του αυτό αναδεικνύει τη σημασία των κοινωνικών σχολιασμών και της κυκλοφορίας των πληροφοριών ώστε οι άνθρωποι αυτοί (ανειδίκευτοι εργάτες, περιστασιακά εργαζόμενοι, υπηρετικό προσωπικό ή άνεργοι), να βρουν εργασία. Αναδεικνύει επομένως την κοινωνική σημασία του κουτσομπολιού στο δρόμο, ως μέσο κοινωνικοποίησης και εύρεσης εργασίας για τους ανθρώπους που βρίσκονταν σε μια μεταιχμιακή κατάσταση μεταξύ

μικρομεσαίων εργαζομένων και δυνάμει ανέργων –οικονομικά κατεστραμμένων. Επιπρόσθετα, για πρώτη φορά αναδεικνύονται και οι θεματικές των κοινωνικών σχολιασμών: τα οικονομικά τους, η εργασία τους, ο χώρος διαμονής τους, η ψυχική τους διάθεση και ο συναισθηματικός τους κόσμος, ο αντίκτυπος της περιθωριοποίησης αυτών των ανθρώπων στον τομέα των σχέσεων· κοινωνικές, φιλικές, οικογενειακές ή ευρύτερες και πώς επηρεάζονται από την βιωμένη κοινωνική περιθωριακότητα. Η σημασία της εργασίας και η απώλεια της, ο αντίκτυπος της στο οικογενειακό περιβάλλον, η ρήξη των οικογενειακών δεσμών, η οικογενειακή κρίση και ο χωρισμός, το φιλικό περιβάλλον και τα κοινωνικά δίκτυα αλληλοϋποστήριξης μεταξύ των ανθρώπων αυτών, ως μέσα στήριξης και ασφάλειας, είναι ορισμένα από τα ζητήματα που κατέγραψε ο Αμερικανός ανθρωπολόγος στις συζητήσεις των ανθρώπων αυτών.

Σημαντική ώθηση στην ανθρωπολογική μελέτη του κουτσομπολιού έδωσε το έργο του Goffman που εντάσσεται στην λεγόμενη «Δεύτερη Σχολή του Σικάγου». Στο γνωστό έργο του *Η παρουσίαση του εαυτού στην καθημερινή ζωή* εξετάζει τη σημασία του θετικού ή και του αρνητικού κοινωνικού σχολιασμού μέσα σε συνθήκες διάδρασης και κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Όπως επισημαίνει ο Goffman, η γνώμη, ο κοινωνικός σχολιασμός των «άλλων» δεν είναι απλώς μια λεκτική κρίση. Παίζει πάντοτε σημαίνοντα ρόλο στη διαμόρφωση του δικού μας εαυτού. Ως δρών υποκείμενο, ο εαυτός μετουσιώνεται σε κοινωνική πραγματικότητα, διαμέσου των ερμηνειών και των νοηματοδοτήσεων που πραγματώνει το άτομο, μέσα σε συνθήκες διαδραστικής αλληλεπίδρασης· ο εαυτός δομείται και αποκτά ενεργή παρουσία μέσα στον κόσμο, μέσα σε συνθήκες αλληλεπίδρασης με τους «άλλους», συνιστώντας ένα δημόσιο κοινωνικό προϊόν.

Ο Goffman ασχολήθηκε και με τον αντίκτυπο των αρνητικών κοινωνικών κριτικών στο *Στίγμα*, ένα έργο του που εξετάζει και από την πλευρά των μελών της κοινωνίας, ποια σημασία αποδίδουν στο στίγμα και πώς μέσα στο πλαίσιο της αλληλεπίδρασης κατατάσσουν και διακρίνουν τα στιγματισμένα άτομα βάσει του βαθμού απόκλισης.

Το στίγμα το ορίζει ως μια κατασκευή, μια κοινωνικά κατασκευασμένη έννοια (Goffman 1959: 205-207). Πρόκειται για τα αρνητικά, τα αρνητικότερα, από κοινωνικής πλευράς, χαρακτηριστικά γνωρίσματα του ατόμου, που εγκαθιστούν μια ετερότητα όσον αφορά το πρόσωπο αυτό (ετερότητα πνευματική, κοινωνική...) που έχει τεράστια επίδραση πάνω στην κοινωνική ταυτότητά του ατόμου αυτού, καθιστώντας το στην ουσία εκτός των ανθρωπινων παραδεδεγμένων ορίων. Ο αρνητικός, λεκτικός στιγματισμός συνήθως αφορά τρεις περιστάσεις που «στιγματίζουν»: α) σωματικές δυσπλασίες, δυσμορφίες και δυσγενεσίες, που καθιστούν αποκρουστικό το άτομο· β) οι ατέλειες του χαρακτήρα, που οφείλονται είτε σε ψυχογενείς νόσους είτε στις συνθήκες διαβίωσης και τις καταστάσεις ζωής (ανεργία, φυλάκιση, φτώχεια, κ.ά.)· γ) ο συλλογικός στιγματισμός λόγω εθνοτικής προέλευσης ή θρησκευτικής πίστης (αλλόθρησκοι, μειονοτικές ομάδες, που ξεκάθαρα στιγματίζονται ως διαφορετικοί).

Το στίγμα, ως κοινωνική κατασκευή «ενεργοποιείται» και γίνεται αντιληπτό, όταν θραύει τα κοινωνικά στερεότυπα, τις εδραίες πεποιθήσεις αναφορικά με τις τάσεις, τα χαρακτηριστικά και τις συμπεριφορές συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων. Και τότε ξεκινά το αρνητικό κουτσομπολιό. Μάλιστα, ο Goffman –ειρωνικά– σχολιάζει το «ανύπαρκτο» πρότυπο, το στερεοτυπικό πρότυπο, προς το οποίο αντιπαρά τίθενται οι «περιθωριοποιημένοι»: «υπάρχει μόνο ένας ολοκληρωμένος άνδρας που μπορεί να κριθεί ανερυθρίαστος στην Αμερική: ένας νέος,

παντρεμένος, λευκός, αστός, βόρειος, ετεροφυλόφιλος, προτεστάντης, πατέρας με πανεπιστημιακή μόρφωση, πλήρη απασχόληση, καλή επιδερμίδα, κανονικό βάρος και ύψος και πρόσφατες αθλητικές επιδόσεις» (Goffman, 1959, 211).

Η ενασχόληση των κοινωνικών ανθρωπολόγων και των κοινωνιολόγων με το θέμα του κουτσομπολιού κατά τις επόμενες δεκαετίες ήταν συνεχής. Οι ανθρωπολογικές μελέτες για το κουτσομπολιό είτε αναφέρονται στον αγροτικό χώρο είτε στο αστικό περιβάλλον της πόλης χαρακτηρίζονται από μια διεπιστημονική προσέγγιση των ζητημάτων και οπωσδήποτε από μια πολυεπιστημονική οπτική. Επιπρόσθετα, μπορούμε να διακρίνουμε -τουλάχιστον όσον αφορά τις ανθρωπολογικές μελέτες των δεκαετιών 1960, 1970 και 1980- εργασίες για το κουτσομπολιό και τις φήμες που σε μεγάλο βαθμό ασχολούνται με τις θεματικές τις «κλασικής» ανθρωπολογίας, δηλαδή εργασιακές σχέσεις, παραγωγή και σχέσεις παραγωγής, οικογενειακές δομές και συστήματα συγγένειας, έμφυλες προσεγγίσεις του κουτσομπολιού από την πλευρά κυρίως των γυναικών, κοινωνικά δίκτυα και κοινοτικά δίκτυα και διάδοση πληροφοριών. Όλα τα παραπάνω εξετάζονται στις ανθρωπολογικές εργασίες συνδυαστικά με τη διάδοση φημών και το κουτσομπολιό. Από την πολύ μεγάλη βιβλιογραφία (θα άξιζε ένα άρθρο μόνο για αυτή τη βιβλιογραφία) αναφέρω ενδεικτικά την Stirling (1956: 262-267), η οποία στο σύντομο μελέτημά της για πρώτη φορά αναλύει τους ψυχολογικούς μηχανισμούς, οι οποίοι εμπλέκονται με τη διαδικασία του κουτσομπολιού, δηλαδή την ευχαρίστηση που δημιουργεί η διαδικασία του κουτσομπολιού, το άγχος και την νευρικότητα που χαρακτηρίζει όσους κουτσομπολεύουν, μήπως τους ακούσουν άλλοι. Το μελέτημα αυτό της Stirling έγινε ευρέως γνωστό -όντας και ένα από τα πρώτα άρθρα σχετικά με το κουτσομπολιό- καθώς χρησιμοποιήθηκε όχι μόνο από ανθρωπολόγους αλλά και ψυχολόγους σχέσεων και κοινωνικούς ψυχολόγους για τη διερεύνηση, αδιερεύνητων έως τότε, πτυχών της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Κατά τη δεκαετία του 1960 και του 1970 είδαν το φως της δημοσιότητας μελέτες ανθρωπολόγων που θεμελίωναν θεωρητικά την κατεύθυνση έρευνας μιας «ανθρωπολογίας του κουτσομπολιού» (Gluckman 1963: 307-316 Paine 1967: 278-285 Abrahams 1970: 290-301 Cox 1970: 88-98, Wilson 1974: 93-102), ενώ αρκετοί ασχολήθηκαν με «κλασικά» ανθρωπολογικά θέματα όπως τα συστήματα συγγένειας (Loudon 1961: 333-350) και τα δίκτυα πληροφοριών που αναπτύσσονται μέσα σε κοινότητες (Hannerz 1967: 35-59) συνδυαστικά με τη δυναμική παρουσία και καταλυτική δράση του κουτσομπολιού σε αυτά. Πολύ γνωστή είναι, επίσης, η εθνογραφική έρευνα που διεξήγαγε τη δεκαετία του 1970 στον αγροτικό χώρο της Ισπανίας ο Gilmore (1978: 89-99), όπου εκεί για πρώτη φορά έχουμε μια συστηματική ταξινόμηση όχι απλώς των πληροφοριών, αλλά των ειδών του κουτσομπολιού που βρίσκουμε σε μια κοινότητα, εξεταζόμενα συνδυαστικά με τις ανάγκες που τα γέννησαν αλλά και με τη δραστική επίδραση που έχουν πάνω στη ζωή της κοινότητας. Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, είδαν το φως της δημοσιότητας εξειδικευμένες έρευνες για τα δίκτυα και τις «κοινότητες» των κουτσομπόληδων στη σύγχρονη εποχή (Jaeger et al. 1994: 154-168), για την ανορθόδοξη χρήση πληροφοριών και φημών για την προώθηση της μαγείας και άλλων ανάλογων μαγικών και θεραπευτικών πρακτικών μέσα στην κοινότητα (Stewart & Strathern 2004), για τη σημασία του κουτσομπολιού ως μέσου προώθησης εμπορικών συναλλαγών και οικονομικών πληροφοριών (Narotzky 2007: 120-122), για την σχέση του κουτσομπολιού με την διατήρηση του κοινωνικού ελέγχου και την τήρηση της «κανονικότητας», της τάξης μέσα σε μια κοινότητα (Hendry 2011: 269,292, 391).

Επίσης, θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθώ και σε εργασίες από άλλες επιστήμες για το κουτσομπολιό, στις οποίες είχε καθοριστική συμβολή η κοινωνική ανθρωπολογία. Η ψυχολογία και κυρίως η κοινωνική ψυχολογία ασχολείται συστηματικά με το κουτσομπολιό (Rosenbaum & Subrin 1963: 817-831, Medini & Rosenberg 1976: 452-462, Rosnow 1977: 158-163). Όσον αφορά την ψυχολογία κυρίως οι μελέτες εστιάζουν στους ψυχολογικούς παράγοντες που ωθούν τα άτομα στον -κακόβουλο κατά βάση- σχολιασμό, για να ικανοποιήσουν δικές τους ανάγκες ή ακόμα και δικές τους προσωπικές παθολογικές καταστάσεις, ενώ από ψυχολογική άποψη το κουτσομπολιό διερευνάται και ως μια μορφή λεκτικού και συναισθηματικού εκφοβισμού (bullying), καθώς επηρεάζει αρκετούς ανθρώπους, πληγώνοντας όμως εκείνους που σχολιάζονται αρνητικά. Η κοινωνική ψυχολογία που και εκείνη ως κλάδος της ψυχολογίας διερευνά τον αντίκτυπο της πράξης του σχολιασμού τρίτων πάνω σε άλλα κοινωνικά υποκείμενα. Μέσα από τις έρευνες των κοινωνικών ψυχολόγων αναδεικνύεται η κοινωνική θέση του κουτσομπολιού ή τους κουτσομπολούς και ποια θέση καταλαμβάνει (κεντρική ή περιφερειακή -υποδεέστερη) μέσα στην ομάδα. Επίσης, η γλωσσολογία και ειδικότερα ο κλάδος της κοινωνιογλωσσολογίας (Wilson et al. 2000: 347-365) ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για το κουτσομπολιό από την άποψη δομής της γλώσσας καθώς και ο κοινωνικός σχολιασμός ανθρώπων ή καταστάσεων έχει μια ορισμένη δομή τόσο για πείσει το ακροατήριο όσο και για να είναι ευχάριστο. Επίσης από γλωσσολογικής άποψης ενδιαφέρει το περιεχόμενο, είτε το γλωσσικό περιεχόμενο του κουτσομπολιού, δηλαδή το συγκεκριμένο, τα συμφραζόμενα που προηγούνται ή έπονται είτε το περιστασιακό περιεχόμενο, που ενδιαφέρει ιδιαίτερα και την κοινωνική ανθρωπολογία, και δεν είναι άλλο από τα βασικά χαρακτηριστικά της επικοινωνιακής περίστασης που συμβάλλουν δομικά στην στη συνολική δημιουργία του επικοινωνιακού εκφωνήματος. Τέλος, η επικοινωνιολογία (Yerkovich 1977: 192-196) οπωσδήποτε αξιοποιεί το κουτσομπολιό όσον αφορά την επίδραση που ασκεί σε ένα ευρύτατο κοινό (ειδικά όταν γίνεται λόγος για κουτσομπολιά και φήμες που διαδίδονται μέσω των μέσων ενημέρωσης και του διαδικτύου). Από αυτή την άποψη η επικοινωνιολογία ασχολείται και με τη διαχείριση των ανθρώπινων συναισθημάτων που γεννιούνται μέσα από τη διαδικασία του κοινωνικού σχολιασμού ανθρώπων ή καταστάσεων.

Οι μελέτες της κοινωνικής ανθρωπολογίας στην Ελλάδα

Όσον αφορά τον ελληνικό χώρο μπορούμε να διακρίνουμε δύο κυρίως τάσεις έρευνας α) τις έρευνες ξένων ανθρωπολόγων στην μεταπολεμική και μετεμφυλιακή Ελλάδα στον επαρχιακό και τον αστικό χώρο και β) τις παλαιότερες και σύγχρονες λαογραφικές προσεγγίσεις.

Πιο συγκεκριμένα όσον αφορά την κοινωνική ανθρωπολογία στον ελληνικό χώρο και την έρευνα κοινωνικών θεμάτων, όπως έχει εύστοχα επισημάνει ο Παπαταξιάρχης (2003: 133-135), η μεγάλη στροφή γίνεται με τον Campbell και το έργο του για τους Σαρακατσάνους και την Friedl με την εθνογραφική μονογραφία για τα Βασιλικά της Βοιωτίας. Οι πρώτες εκείνες ανθρωπολογικές μελέτες του Campbell και της Friedl, όσο και αν χαρακτηρίζονται, κατά τον Παπαταξιάρχη από «*τις συμβάσεις της γνωστής σειρά «Case Studies in Cultural Anthropology»: απλή, συστηματική περιγραφή που ξεκινά από τα βασικά της οικονομίας, προχωρά προς τις κοινωνικές σχέσεις και καταλήγει στις αξίες»* (Παπαταξιάρχης, 2003: 141), εντούτοις έδωσαν το

έναυσμα για κοινωνικές προεκτάσεις στη μελέτη των θεμάτων, με τα οποία οι Έλληνες επιστήμονες δεν είχαν ασχοληθεί, όπως π.χ. τα συναισθήματα ή οι κοινωνικές αξίες. Το «εθνογραφικό ταξίδι» που ξεκίνησε ο Campbell με τους Σαρακατσάνους και η Friedl συνέχισαν τα επόμενα χρόνια και άλλοι ανθρωπολόγοι που, πέραν των διαφόρων θεμάτων στα οποία ενέκυσαν, εκτενώς ασχολήθηκαν με την παρουσία του κουτσομπολιού μέσα στα όρια της κοινότητας. Μια τέτοια κατεύθυνση ήταν αναγκαία, αλλά και εν πολλοίς αναμενόμενη, αφού, όπως έχει επισημάνει ο Hannerz (1963), δεν θα ήταν υπερβολή να υποστηρίξουμε ότι η κοινωνική ανθρωπολογία είναι η κοινωνική επιστήμη που κατεξοχήν έχει ασχοληθεί με την έρευνα του κουτσομπολιού. Ήδη, λοιπόν, από τη δεκαετία του 1960, οπότε και πραγματοποίησε επιτόπια έρευνα στην Ορεινή Εύβοια η Juliet du Boulay, έχουμε στο πολύ γνωστό έργο της *Portrait of a Greek Mountain Village*. Στο έργο αυτό η du Boulay (1974: 209-211) αναλύει τόσο τον κοινωνικό ρόλο της κουτσομπόλας του χωριού όσο και τη σημασία του κουτσομπολιού ως ενός μηχανισμού διατήρησης των παραδοσιακών αξιών που μεταβιβάζονται στο χωριό από γενιά σε γενιά, υπό την έννοια ότι το κουτσομπολιό ασκούσε έλεγχο πάνω σε όσους «παρέκκλιναν» από τη νόρμα των κανόνων της ζωής της κοινότητας. Επιπλέον, καταφέρει και σκιαγραφεί τις διαφοροποιήσεις στις εκτιμήσεις των κατοίκων, καθώς άλλοι θεωρούν την κουτσομπόλα γυναίκα, ως το μοναδικό μέσον για να μαθαίνουν τα νέα της κοινότητας, ενώ άλλοι της προσδίδουν εντελώς αρνητικά χαρακτηριστικά.

Επίσης, η Renee Hirschon (2004) ασχολήθηκε συστηματικά με τον κοινωνικό ρόλο του κουτσομπολιού, στο γνωστό έργο της *Κληρονόμοι της Μικρασιατικής Καταστροφής. Η κοινωνική ζωή των Μικρασιατών προσφύγων στον Πειραιά* που πρωτοεκδόθηκε το 1989 στα αγγλικά και έκτοτε γνώρισε πολλές επανεκδόσεις στα αγγλικά και τα ελληνικά. Η Hirschon πραγματοποίησε εθνογραφική έρευνα στον Πειραιά και τη Νίκαια, στον αστικό χώρο δηλαδή «σε μια εποχή που κάτι τέτοιο αποτελούσε ασυνήθιστη επιλογή για την επιτόπια ανθρωπολογική έρευνα», όπως η ίδια τονίζει στον πρόλογο του βιβλίου της (Hirschon 2004: 31). Η έρευνά της επομένως ξεφεύγει από τα περιορισμένα όρια της συγκεκριμένης χωρικά κοινότητας και εισέρχεται στον ανομοιογενή και ετερόκλητο αστικό χώρο της ευρύτερης Αθήνας και του Πειραιά. Τα θέματα όσο και η πραγμάτευσή τους διαφέρουν καθοριστικά από την έρευνα στην ελληνική περιφέρεια που είχε πραγματοποιήσει η Juliet du Boulay. Όμως ορισμένες θεματικές παραμένουν «ορόσημα» για τη διεξόδυση του εθνογράφου στον κόσμο των «άλλων». Και οι κοινωνικές λειτουργίες της γειτονιάς και η κοινωνική δυναμική του κουτσομπολιού ήταν τόσο τον αγροτικό όσο και τον αστικό χώρο, από τις βασικότερες συνιστώσες της έρευνας των δύο ανθρωπολόγων. Ειδικότερα η Hirschon εξετάζει τις κοινωνικές λειτουργίες του κουτσομπολιού μέσα στα πλαίσια της καθημερινότητας της γειτονιάς στην Κοκκινιά. Κάνοντας έρευνα σε αυτό το μικρο-επίπεδο καταφέρει να φωτίσει όψεις των κοινωνικών λειτουργιών του κουτσομπολιού και κυρίως της κοινωνικής θέσης του κουτσομπόλη και της κουτσομπόλας, που παρέμεναν έως τότε αφανείς για τα ελληνικά δεδομένα. Δεν είναι μόνο η διάδοση των πληροφοριών και ο σχετικά αρνητικός «ρόλος» του κουτσομπόλη/της κουτσομπόλας που σχεδόν ενυπάρχει σε όλες τις μικρές κοινότητες· πολύ περισσότερο όμως η Hirschon ασχολήθηκε με τη σχέση κουτσομπολιού και του κοινωνικού ελέγχου, με την προσπάθεια διατήρησης της κοινωνικής ομοιοστάσης μέσω των «ήπιων» κοινωνικών σχολιασμών και τέλος με την ανάπτυξη ενός

δικτύου φιλικών σχέσεων που γνώριζε κυκλικές διακυμάνσεις στο πέρασμα του χρόνου και το οποίο σε μεγάλο βαθμό στηριζόταν στο κουτσομπολιό.

Επίσης, όσον αφορά τις έρευνες της κοινωνικής ανθρωπολογίας στην Ελλάδα, δεν θα μπορούσε να μην συμπεριληφθεί το έργο της Marie-Elisabeth Handman, *Βία και πονηριά. Άντρες και γυναίκες σ' ένα ελληνικό χωριό*, ένα έργο που κατεξοχήν στηρίζεται στην επιτόπια έρευνα σε ένα χωριό της Θεσσαλίας. Πρόκειται για μια έρευνα ανθρωπολογική αλλά και πολλαπλά κοινωνική και ψυχολογική, αφού πέρα από το θέμα της ανδρικής κυριαρχίας δια της βίας συμπεριφοράς, εξετάζει παράλληλα και την σιωπηρή -αλλά υπαρκτή- αποδοχή αυτών των συμπεριφορών από τις ίδιες τις γυναίκες. Εκείνο που έχει ενδιαφέρον είναι ο ρόλος των κοινωνικών σχολιασμών. του κουτσομπολιού δηλαδή στη διάχυση και την εμπέδωση του συναισθήματος της ντροπής που τελικά συνιστά ένα κανονιστικό «σύστημα αξιών», στο οποίο όλοι (άνδρες, γυναίκες και παιδιά) οφείλουν να υπακούν, προκειμένου να γίνονται αποδεκτοί. Αναλύοντας η Handman όλο αυτό το πλαίσιο της βίας, της κυριαρχίας και του συναισθήματος της ντροπής που το συνοδεύει, σε όλες τις εκφάνσεις της καθημερινότητας των ανθρώπων της ελληνικής περιφέρειας, φτάνει και στο κουτσομπολιό. Το κουτσομπολιό -πάντοτε πίσω από «κλειστές πόρτες»- επομένως συνδέεται άρρηκτα και με την πονηριά, τον μηχανισμό επινόησης είτε φανταστικών ιστοριών είτε διαφορετικών ατραπών, για να επιβιώσουν οι άνθρωποι μέσα σε μια κλειστή κοινωνία, φαινομενικά «ειρηνική» και «αλληλέγγυα» προς τα μέλη της, αλλά κατ' ουσία εξαιρετικά σκληρή και προβληματική.

Η περίπτωση της Ελληνικής Λαογραφίας

Όσον αφορά τώρα την ελληνική λαογραφία μπορούμε να επισημάνουμε πως το κουτσομπολιό υπήρξε πάντοτε ένα από τα desiderata της επιστήμης, χωρίς όμως ποτέ να υπάρξει μέχρι σήμερα μια συστηματική διατριβή ή έστω μελέτη. Αν εξετάσουμε την ιστορική διαδρομή της ελληνικής λαογραφίας θα διαπιστώσουμε ότι το κουτσομπολιό, υπό την έννοια των κοινωνικών σχολιασμών είτε άμεσα είτε έμμεσα επανερχόταν σε διάφορα μελετήματα λαογράφων, χωρίς ωστόσο να αποτελέσει αυτοτελές αντικείμενο μελέτης. Την αρχή κάνει ήδη από το 1909 ο Νικόλαος Πολίτης (1909) με το ευρέως γνωστό άρθρο του «Λαογραφία» στον πρώτο τόμο του ομότιτλου περιοδικού. Εκεί, ο ιδρυτής της λαογραφικής επιστήμης εισάγει τα θέματα της «κοινωνικής εθιμοτυπίας», των «οικογενειακών εορτών» και των ανταλλαγών «επισκέψεων», όψεις δηλαδή της καθημερινής ζωής που πάντοτε συνδυάζονται με τον κοινωνικό σχολιασμό προσώπων ή καταστάσεων. Μια ουσιαστικότερη προσέγγιση πραγματοποίησε ο Δημήτριος Λουκάτος στο βιβλίο του *Σύγχρονα Λαογραφικά* (2003²). Ο Λουκάτος, έχοντας πραγματοποιήσει μεταπτυχιακές σπουδές στη Γαλλία και όντας ένας ερευνητής που του άρεσαν οι ρηξικέλευθες και καινοτόμες θεματικές πρόσεξε τη σημασία των κοινωνικών σχολίων όσον αφορά την προώθηση εμπορικών προϊόντων στις υπαίθριες αγορές. Αν και δεν έδωσε μια κάποια συστηματικότερη μελέτη για το ζήτημα, εντούτοις για πρώτη φορά στα *Σύγχρονα Λαογραφικά* γίνεται λόγος στην ελληνική επιστημονική κοινότητα για αυτές τις ενδιάμεσες και «ρευστές» μορφές λόγου.

Κατά τις επόμενες δεκαετίες έμφαση και καινούργιες μορφές προφορικής επικοινωνίας, μεταξύ των οποίων και το κουτσομπολιό δίνει ο Μερακλής (1993, 1998). Ξεκινώντας από την

διαπίστωση ότι «*λογοτεχνία δεν είναι μόνο η λογοτεχνία*» (Μερακλής 1993: 35) και επηρεασμένος από τις σπουδές του στη Γερμανία, φέρνει στην Ελλάδα τη συζήτηση για το τι ακριβώς είναι ο έντεχνος λαϊκός λόγος. Είναι ανοικτός και σε είδη του λαϊκού λόγου, που αγνοήθηκαν από τη λαογραφία κατά το παρελθόν όπως είναι οι αφηγήσεις ζωής (Μερακλής 1993: 247-255) ή απλώς οι καθημερινές διηγήσεις ανθρώπων στις ουρές των σούπερ μάρκετ, στις τράπεζες κ.α. που εμπεριέχουν πάντοτε κουτσομπολιά για τη γειτονιά ή και για την ευρύτερη πραγματικότητα.

Το κουτσομπολιό σε σχέση με το παραμύθι έχει απασχολήσει και Ελληνίδες παραμυθιολόγους. Η Καπλάνογλου (2001), η οποία διερευνά τα κοινωνικά πλαίσια αφήγησης παραμυθιών αλλά και άλλων ευρύτερων ειδών του προφορικού λόγου, τόσο στις μικρές αιγαιακές κοινότητες, όσο και στον αστικό χώρο διαπιστώνει ότι τόσο η παρουσία του κουτσομπολιού ήταν συνεχής σε διάφορες συντροφικές αντρών ή γυναικών, όπως εξάλλου και η διήγηση και αναδιήγηση παραμυθιών (σε εργοστάσια, σε ταβέρνες, κατά τη διάρκεια της βεγγέρας, του γνέσιματος του μαλλιού). Η Παπαχριστοφόρου, επίσης, σε μια σειρά μελετημάτων της έχει δώσει σημαντική ώθηση στην επιστημονική μελέτη του κουτσομπολιού, συνδυάζοντας την ανθρωπολογική θεωρία με τα πορίσματα της λαογραφίας. Μέσα από επιτόπια έρευνα στο Ζαγόρι και σε πληροφορητές στην Αθήνα διαπιστώνει, βάσει της ανάλυσης του οικότυπου του Βασιλιά Ύπνου, διαπιστώνει αφενός τις αμφίδρομες σχέσεις και τα διαπερατά όρια μεταξύ κουτσομπολιού, φημών, νανουρίσματος και παραμυθιού με αφορμή τη συνειρμική αναφορά σε μια διήγηση μοιχείας και αφετέρου το πώς προσαρμόζεται μια διήγηση στα πολλαπλά πολιτισμικά όρια μιας κοινότητας υποδοχής (Παπαχριστοφόρου 2001: 129-171). Είναι σημαντική επίσης η εργασία της για τα hoaxes τις διαδικτυακές απάτες με ψευδείς ειδήσεις και αναληθείς φήμες που διαδίδονται διαδικτυακά για τα παιδιά που αγνοούνται (Papachristophorou 2014). Μολονότι οι φήμες είναι ένα διαφορετικό είδος από το κουτσομπολιό (το κουτσομπολιό είναι εφήμερο και άμορφο, ενώ αντίθετα η φήμη έχει μια βασική δομή και διαδίδεται πλατιά), εντούτοις παρουσιάζουν και κοινά χαρακτηριστικά με τις καθημερινές αφηγήσεις, όπως τις προσδιορίζει ο Bausinger (1977: 323-330), με βασικό τους γνώρισμα τη ρευστή και μη σαφή πληροφορία, για την οποία το ακροατήριο επιθυμεί διακαώς «να μάθει και άλλα
επιπλέον
στοιχεία».

Επίσης, και άλλοι λαογράφοι (Αυδίκος 1993, Κατσαδώρας 2010-2012) ή άλλοι επιστήμονες ασχολούμενοι με τη λαογραφία (Πούχγερ 2014) έχουν προτείνει τη μελέτη του κουτσομπολιού, χωρίς όμως να έχει γίνει μια συνολική μελέτη για το θέμα.

Πού οφείλεται όμως αυτή η παραγνώριση αυτού του είδους του προφορικού λόγου που μπορούμε βάσιμα να υποστηρίξουμε ότι είναι κατεξοχήν «λαϊκό»; Θεωρώ ότι δύο είναι κατά βάση οι αιτίες του παραγκωνισμού του κουτσομπολιού από τις λαογραφικές μελέτες: η πρώτη αιτία είναι η φύση του κουτσομπολιού. Ως ένα είδος ρευστό και πάντοτε σχεδόν προφορικό δεν είχε την βαρύτητα που είχαν άλλα είδη του έντεχνου λαϊκού λόγου που είχαν μια προκαθορισμένη -και άρα άμεσα αναγνωρίσιμη- δομή. Και μάλιστα το επιχείρημα αυτό γίνεται ισχυρότερο, αν αναλογιστούμε πως η ακαδημαϊκή λαογραφία, κυρίως αναπτύχθηκε στις φιλοσοφικές σχολές, όπου κυριαρχούσε η κειμενοκεντρική οπτική, δηλαδή η μελέτη των γραπτών μορφών του λόγου (Βαρβούνης 1995). Η δεύτερη αιτία είναι η υποβιβασμένη κοινωνικά θέση του κουτσομπολιού. Ως μία ενέργεια άλλοτε σχετιζόμενη με ανθρώπινα πάθη

και αδυναμίες και άλλοτε με κατώτερα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα του πληθυσμού, θεωρήθηκε ως μια πρακτική «ανάξια λόγου» που δεν αποτελούσε προτεραιότητα της νέας τότε επιστήμης, στις αρχές του 20^{ού} αιώνα, που είχε έναν χαρακτήρα διασωστικό των «μνημείων του λόγου» (Παπαχριστοφόρου, 2018).

Γ) Μεθοδολογικές προσεγγίσεις για την προσέγγιση της «ανεπίσημης» και εφήμερης επικοινωνίας

Όπως επισημάνθηκε και παραπάνω βασικοί στόχοι της παρούσας έρευνας ήταν η εξέταση, με μια ανθρωπολογική οπτική, και στη συνέχεια η συνολική ερμηνεία του κουτσομπολιού, δηλαδή των κοινωνικών σχολιασμών, σήμερα. Εξαρχής, ασχολούμενος με το θέμα, ανάπτυξα έναν βασικό προβληματισμό: πώς θα μπορούσα να προσεγγίσω ένα τόσο «ρευστό» είδος λόγου, που δεν έχει χαρακτηριστικά γνωρίσματα, όπως π.χ. οι αφηγήσεις ζωής και επιπρόσθετα διαδίδεται από στόμα σε στόμα κατά έναν τρόπο εμπιστευτικό μεταξύ δύο ή περισσότερων ατόμων, σε ομαδικές -και κυρίως ιδιωτικές- συναντήσεις επομένως, κατά τις οποίες ο ερευνητής δεν έχει συχνά ούτε πρόσβαση, ούτε το δικαίωμα να υπεισέλθει σε προσωπικού χαρακτήρα δεδομένα. Προκειμένου να υπάρξουν ασφαλή συμπεράσματα και μια ολιστική και εις βάθος προσέγγιση του ζητήματος επέλεξα να γίνει μια έρευνα όχι λημματογραφική και γενικευτική που να αναφέρεται στη σημασία του κουτσομπολιού σε όλο τον ελληνικό χώρο, αλλά μια στοχευμένη έρευνα σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Ως περιοχή έρευνας επιλέχθηκε η περιοχή της Ανατολικής Αττικής και ειδικότερα ο δήμος της Ραφήνας. Το εθνογραφικό παράδειγμα της περιοχής της Ραφήνας, που εξετάζω ως μελέτη περίπτωσης (case study), παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς πρόκειται για έναν μικρό δήμο (δήμος Ραφήνας-Πικερμίου) με περίπου 10.000 κατοίκους. Αποτελεί ένα ενδιαφέρον παράδειγμα, αφενός επειδή είναι μια περιοχή ανθρωπολογικά μη διερευνημένη, και αφετέρου γιατί έχει έναν μικρό αριθμό κατοίκων, γεγονός που, σε έναν ορισμένο βαθμό, μου επιτρέπει να διεισδύσω στις «υπόρρητες» όψεις των κοινωνικών σχολιασμών, σε αντίθεση με τον αστικό χώρο, όπου δύσκολα μπορεί κανείς να λάβει πληροφορίες σε τέτοιο βάθος. Επιπλέον, το γεγονός ότι διαμένω στην εν λόγω περιοχή για ένα μικρό διάστημα, κατά τους θερινούς μήνες, με βοήθησε ώστε να έχω ευκολότερη πρόσβαση σε έναν αριθμό πληροφορητών.

Με δεδομένο ότι η έρευνα για το κουτσομπολιό παρουσιάζεται κατά πολύ συνθετότερη και δυσκολότερη σε σύγκριση με άλλες έρευνες λόγω της ιδιομορφίας του θέματος, όπου υπεισέρχονται πολλές προσωπικές πληροφορίες και λεπτομέρειες, ως εκτεταμένη μελέτη περίπτωσης είναι μια έρευνα πολυμεθοδική (mixed method research) με βασικό της στόχο την εις βάθος κατανόηση των συμπεριφορών των κοινωνικών υποκειμένων και τη διασφάλιση της εγκυρότητας των ευρημάτων. Εξάλλου ανάλογες πολυμεθοδικές προσεγγίσεις προτείνουν και ακολουθούν και οι ανθρωπολόγοι που έχουν ασχοληθεί με το θέμα της «ανεπίσημης» επικοινωνίας και των κοινωνικών σχολιασμών στο εξωτερικό.

Η μεθοδολογική σύγκλιση που εφαρμόστηκε, περιλάμβανε: α) πρόερευνα στην περιοχή, για ένα διάστημα δύο έως τριών μηνών (καλοκαίρι 2017). Η φάση της προέρευνας ήταν

ιδιαίτερα σημαντική, καθώς από αρχικά μπορούν να εντοπιστούν σε ένα πρώτο στάδιο βασικοί χώροι, όπου κατεξοχήν λαμβάνουν χώρα ανάλογες συζητήσεις (π.χ. καφεενία, λαϊκή αγορά, ψαραγορά κ.ά.). Οι χώροι αυτοί –πέραν από τους δημόσιους- ήταν και ιδιωτικοί (π.χ. σπίτια), όπου και συνήθως μέσα στα πλαίσια κοινωνικών επαφών της γειτονιάς αναπτύσσονται συζητήσεις και σχολιασμοί για πληθώρα ζητημάτων. Από την άλλη πλευρά έγινε μια πρώτη προσπάθεια προσέγγισης ατόμων ή και ομάδων (π.χ. επαγγελματικών ομάδων) που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν κατά τη διάρκεια της επιτόπιας έρευνας ως βασικά μέλη του δικτύου των πληροφορητών. β) Ακολούθησε η κυρίως επιτόπια εθνογραφική έρευνα, με τα εξής μεθοδολογικά εργαλεία:

α) παρατήρηση και συμμετοχική παρατήρηση επί μακρόν στην περιοχή της αγοράς, του λιμανιού και της λαϊκής αγοράς της Ραφήνας, προκειμένου να αναπτύξω δίκτυα γνωριμιών – αλλά και να διευρύνω παλαιότερα δίκτυα πληροφορητών- και κυρίως να γνωρίσω «πληροφορητές-κλειδιά» που θα με οδηγήσουν και σε αθέατες, εκ πρώτης όψεως, πλευρές της έρευνας.

β) Η έρευνα δεν περιορίστηκε όμως αποκλειστικά ούτε σε ένα συγκεκριμένο χώρο, ούτε σε μια συγκεκριμένη «διάσταση» της καθημερινής πραγματικότητας. Θεώρησα σκόπιμο να περιλάβω στην έρευνα σε ένα πρώτο επίπεδο τις συζητήσεις και τους κοινωνικούς σχολιασμούς που λαμβάνουν χώρα στα μέσα μαζικής μεταφοράς. Όπως επισημαίνει ο Gilmore (1978) τα μέσα μαζικής μεταφοράς, ως χώροι «μη αξιοποιήσιμου» χρόνου και μεγάλου συνωστισμού, ευνοούν την ανάπτυξη συζητήσεων μεταξύ των επιβατών, που στοχεύουν είτε στην ανταλλαγή πληροφοριών είτε ακόμα και στην εφήμερη κοινωνική γνωριμία. Έτσι, παράλληλα υπήρξε και εφαρμογή της πολυτοπικής εθνογραφίας (multi-sited ethnography) που δεν εστιάζει αποκλειστικά στον υπό έρευνα χώρο, αλλά κατά την οποία ο ερευνητής ακολουθεί την πορεία και τις δραστηριότητες των πληροφορητών για να ανακαλύψει επιπρόσθετες εκφάνσεις της καθημερινής τους ζωής. Βασικό μέσο, όπου αναπτύσσονταν ανάλογες συζητήσεις ήταν οπωσδήποτε το λεωφορείο (ΚΤΕΛ) που ξεκινούσε από το Πεδίο του Άρεως και έφτανε στο λιμάνι της Ραφήνας.

γ) Ένας άλλος «χώρος», στον οποίον έκανα έρευνα ήταν οπωσδήποτε το διαδίκτυο και συγκεκριμένα ιστοσελίδες και blogs που αναφέρονται στην περιοχή της Ραφήνας, καθώς και ομάδες χρηστών στο Facebook. Η πρωτογενής προφορικότητα, οπωσδήποτε και πάντοτε είναι παρούσα μέσα στην καθημερινή ζωή είτε μέσω της διαδραστικής λεκτικής επικοινωνίας είτε μέσω άλλων πρακτικών, π.χ. λατρευτικών (Παπαχριστοφόρου 2013: 36-41). Παράλληλα, όμως εδώ και αρκετά χρόνια εμφανίστηκε και η «δευτερογενής προφορικότητα», όσον αφορά τα έντυπα μέσα επικοινωνίας όσο και η «ηλεκτρονική προφορικότητα», με τη δραστική εξάπλωση του διαδικτύου (Κατσαδώρας 2013, Γκασούκα-Φουλίδη 2017).

Εκτός, βέβαια, από τη συμμετοχική παρατήρηση και την καταγραφή κουτσομπολιών είτε επί τόπου είτε, όταν επέστρεφα στο σπίτι, έκρινα σκόπιμο να λάβω και συνεντεύξεις με ημι-κατευθυνόμενα/ ημι-δομημένα ερωτηματολόγια ώστε να δίνεται ελευθερία στον ερωτώμενο να αναπτύξει αβίαστα τη σκέψη του. Βασικοί στόχοι ήταν από τη μια πλευρά να τονιστεί η κοινωνική δυναμική του κουτσομπολιού, μια θεώρηση που διασπά τη μονοσήμαντη οπτική ορισμένων ερευνητών που θεωρούν το κουτσομπολιό ως απλώς μια «εφήμερη κουβέντα» και από την άλλη να αναδειχθεί ο κοινωνικός ρόλος του «κουτσομπόλη» ή της «κουτσομπόλας» της

περιοχής, κατά πόσον ο άνθρωπος αυτός ήταν στιγματισμένος αρνητικά (Hirschon 2004) ή ακόμα και θετικά ως φορέας διάδοσης ειδήσεων και πληροφοριών. Επίσης, επιδιώχθηκαν και ελεύθερες συζητήσεις με τα υποκείμενα της έρευνας, στηριγμένες πάνω στις προαναφερθείσες βάσεις. Οι ελεύθερες συζητήσεις εντάσσονται πάντοτε στα πλαίσια των επιδιώξεων μου ως ερευνητή, καθώς παράγουν πλούσια και εις βάθος εθνογραφικά δεδομένα. Ολοκληρώνοντας αυτό το πλαίσιο με τις συνεντεύξεις και τις συζητήσεις θεώρησα απαραίτητο να υπάρξουν και συνεντεύξεις με ομάδες εστίασης (focus groups), δηλαδή ομαδικές συνεντεύξεις με πληροφορητές που συνδέονται επαγγελματικά ή φιλικά, προκειμένου να παραχθούν συγκεντρωθούν ακόμα περισσότερες πληροφορίες για τη διαδικασία του κουτσομπολιού όσο και ειδικότερα για το πρόσωπο του κουτσομπόλη ή της κουτσομπόλας.

Επιπρόσθετα, όποτε αυτό ήταν εφικτό, επιδιώχθηκε η οπτική και ηχητική καταγραφή συζητήσεων και σχολιασμών, με τη συγκατάθεση πάντοτε των πληροφορητών. Η οπτική καταγραφή έλαβε χώρα προς το τέλος της έρευνας και αφού είχε αναπτυχθεί ένα κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης με τους πληροφορητές. Τέλος, υπήρξε και αρχειακή και ιστοριογραφική έρευνα στα αρχεία του Δήμου, στην Αγορά, σε εφημερίδες και κρατικά αρχεία, για να δοθεί μια πληρέστερη εικόνα της ιστορίας και των λειτουργιών της περιοχής, αλλά και προκειμένου συγκριτικά να επιβεβαιωθούν λεπτομέρειες των αφηγήσεων των πληροφορητών για παρελθόντα γεγονότα της περιοχής (Δαλκαβούκης, 2015).

Δ) Τα αποτελέσματα της έρευνας

Ειδικότερα η μεταδιδασκτορική έρευνα επεκτάθηκε στα εξής πεδία : α) στην καταγραφή και ομαδοποίηση των προφορικών σχολιασμών ανά ηλικιακές ομάδες, ανά επαγγελματικές κατηγορίες, ανά φύλο κ.λπ. β) στην ευρύτερη κατάταξη ως προς το περιεχόμενο και τα «είδη» των κοινωνικών σχολιασμών ανάλογα με το περιεχόμενο και τη μορφή που παρουσιάζουν και βάσει των κεντρικών θεματικών των ερευνώμενων μορφών επικοινωνίας γ) στη διερεύνηση της πολυεπίπεδης κοινωνικής λειτουργικότητας των προφορικών διαδόσεων και σχολιασμών, δηλαδή πως στο τοπικό, μικρο-επίπεδο (μιας περιφερειακής κοινότητας ή και στο επίπεδο μια γειτονιάς) οι σχολιασμοί δρουν, όπως είναι για παράδειγμα ο στιγματισμός ή αντίστοιχα ο έπαινος ατόμων, η λειτουργία του κουτσομπολιού ως μηχανισμού κοινωνικού ελέγχου και προώθησης συμφερόντων, καθώς και ο γενικότερα ψυχαγωγικός και πληροφοριακός χαρακτήρας του κουτσομπολιού και δ) στην κοινωνική και επικοινωνιακή δυναμική των διαδόσεων και των κοινωνικών σχολιασμών μέσα στα πλαίσια λειτουργίας μιας κοινότητας (διαμόρφωση κλίματος υπέρ ή εναντίον κάποιου μέλους της κοινότητας, την κυκλοφορία φημών και πληροφοριών, την εμπορική και οικονομική δυναμική της προφορικής επικοινωνίας που στοχεύει στη διαφήμιση ή στη δυσφήμιση κάποιου εμπόρου) ε) στη μελέτη της δραστηκής επίδρασης των ευρύτερων φημών σχολιασμών και κρίσεων, όπως προβάλλονται από τα ΜΜΕ, το διαδίκτυο και τον Τύπο, και περνούν έπειτα στο τοπικό μικρο-επίπεδο.

Η διάδοση των κουτσομπολιών και οι αγωγοί της «ανεπίσημης» ενημέρωσης

Α) Οι χώροι

Από την αρχή της έρευνα κατανόησα ότι οι διάφοροι χώροι της μικρής κοινότητας σχετίζονται με διάφορες και διαφορετικές μορφές σχολιασμών. Για παράδειγμα σε δημόσια κτήρια (υπηρεσίες, Δημαρχείο, Λιμενικό Ταμείο κ.λπ.) μπόρεσα να καταγράψω συζητήσεις που είχαν σχέση με πολιτική, με την κατάσταση στο δήμο ή με διάφορα συμβάντα γενικού ενδιαφέροντος στην περιοχή. Η «γενικολογία» αυτή εξηγείται. Η συζήτηση που εμπεριέχει και κουτσομπολιά, όταν λαμβάνει χώρα μεταξύ αγνώστων, σε χώρους ουδέτερους συναισθηματικά και κοινωνικά, έχει κατά βάση προσανατολισμό γενικευτικό και δεν εστιάζει σε πολύ ειδικά θέματα, τα οποία θα μπορούσαν να προσβάλουν άτομα ή να θίξουν ολόκληρες οικογένειες. Και η τάση αυτή υπάρχει είτε στον αστικό και περι-αστικό χώρο είτε και στον καθαρά αγροτικό, όπως έχει δείξει ο Gilmore (1978) στην μελέτη του για το κουτσομπολιό σε μια Ισπανική αγροτική κοινότητα. Τι συμπεραίνει εκεί ο ανθρωπολόγος: ότι το βαθύτερο και πιο αποκαλυπτικό κουτσομπολιό συμβαίνει μεταξύ ανθρώπων που έχουν σχέσεις εμπιστοσύνης και οικειότητας και μάλιστα σε οικεία περιβάλλοντα, εκεί όπου οι άνθρωποι «αισθάνονται άνετα για να εκφραστούν».

Στην περίπτωση των οικονομικών εμπορικών δραστηριοτήτων, στις οποίες αρκετά συχνά αναμιγνύονται προσωπικά κίνητρα και υποκειμενικές εκτιμήσεις μπόρεσα να εντοπίσω ότι οι χώροι που κυρίως οι άνθρωποι προωθούσαν προϊόντα, καταστήματα και επαινούσαν ή έψεγαν εμπορους ή άλλους επαγγελματίες ήταν: η γειτονία, η λαϊκή αγορά και το λιμάνι.

Η έννοια της γειτονιάς είναι πολυδιάστατη και δύσκολα μπορεί να οριστεί. Μολονότι κατά τις τελευταίες δεκαετίες η γειτονία ιδιαίτερα του αστικού χώρου απασχολεί ιστορικούς, ανθρωπογεωγράφους, κοινωνιολόγους και ανθρωπολόγους, είναι δύσκολη η οριοθέτηση του ίδιου του όρου επειδή, κατά πρώτον, υπάρχει διαφορετική πρόσληψη και χρήση του όρου ανά επιστημονικό κλάδο με δεδομένο ότι η χρήση του όρου «γειτονία» σε διαφορετικά επιστημονικά πλαίσια αναφοράς και επιστημονικές παραδόσεις ποικίλλει. Επιπρόσθετα τα ίδια τα υποκείμενα της έρευνας, ανάλογα με το φύλο, το επάγγελμα, την ηλικία, την καταγωγή, έχουν μια διαφορετική πρόσληψη της γειτονιάς (Hirschon, 1974).

Η γειτονία ως κοινωνικός χώρος μπορεί να χαρακτηριστεί ως η περιοχή που περιλαμβάνει ανθρώπους με παρεμφερή κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά, δίχως όμως να σημαίνει απαραίτητα ότι η γειτονία αποτελεί και πλαίσιο κοινωνικής διάδρασης. Από την πλευρά των κρατικών μηχανισμών και των πολεοδομικών ρυθμίσεων ο όρος γειτονία περιγράφεται με όρους κλίμακας και περιγράφεται ως το δομημένο περιβάλλον, που ως διοικητικό μέγεθος συμπίπτει με τη συνοικία, ενώ από τη σκοπιά της αρχιτεκτονικής ο όρος

χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει τα ομοιογενή οικιστικά σύνολα και κυρίως εκείνα που έχουν κτιστεί με οργανωμένη δόμηση.

Μέσα σε ένα τέτοιο πλαίσιο ασάφειας πιστεύω ότι πρώτο και βασικό στοιχείο του καθορισμού της γειτονιάς είναι να προσδιορίσουμε το τι είναι γειτονιά βάσει των υποκειμενικών προσλαμβανουσών τους και των αντιλήψεων που οι ίδιοι αναδιαμορφώνουν· η οπτική αυτή μας ωθεί στο να λάβουμε σοβαρά υπόψη τις κοινωνικές και γεωγραφικές αναφορές των ανθρώπων που κατοικούν σε μια περιοχή και πώς οι ίδιοι τις χρησιμοποιούν προκειμένου να καθορίσουν τα όρια της γειτονιάς τους (Bridge, 1995: 259-286). Οι πληροφορητές επανέρχονται διαρκώς στο λόγο τους στη σημασία της γειτονιάς τους.

Σύγχρονες και παλαιότερες κοινωνιολογικές και ανθρωπολογικές μελέτες συνέδεσαν τη γειτονιά ως τμήμα του αστικού χώρου με την έννοια της κοινότητας, έχοντας ως βάση τους το θεωρητικό πλαίσιο της Σχολής του Σικάγου και κυρίως της ανθρώπινης οικολογίας. Κοινότητες συνηθέστατα εμφανίζονται εκεί όπου αναπτύσσονται σχέσεις αμοιβαιότητας και αλληλεγγύης, ένα ισχυρό πλέγμα κοινωνικών σχέσεων, συλλογικές δραστηριότητες, πρακτικές που εδράζονται πάνω στην κοινή συνοχή και φυσικά προσωπικές σχέσεις. Η συνοχή και η αλληλεξάρτηση οδηγούν σε ομοιόμορφους τρόπους αντίληψης του κόσμου, δράσης μέσα στην κοινωνική πραγματικότητα και αντίδρασης απέναντι σε θεσμούς ή πρακτικές που βλάπτουν τα συμφέροντα του συνόλου. Ιδιαίτερη σημασία κατέχει η κανονικότητα που δεν είναι άλλο από την ανθρώπινη συμβίωση σε ικανούς χώρους που βασίζεται κατά κύριο λόγο στους ισχυρούς συναισθηματικούς δεσμούς και το πνεύμα αμοιβαιότητας μεταξύ των μελών της κοινότητας. Όμως τόσο για τη συνοχή και συγκρότηση της κοινότητας όσο και για τη διατήρηση της κανονικότητας θεμελιώδη ρόλο δεν παίζουν τα ζητήματα χωρικής οριοθέτησης ενός τόπου ως «γειτονιάς» αλλά τα κοινωνικά δίκτυα, όπως θα δούμε αμέσως παρακάτω. Η γειτονιά και οι σχέσεις των γειτόνων μεταξύ τους ακόμη και σήμερα, την εποχή των υπερ-τοπικών δεσμών και της ψηφιακής κοινωνίας, αποτελούν έννοιες με υψηλό αξιακό πρόσημο για πολύ μεγάλο τμήμα του πληθυσμού. Όπως υπογραμμίζει ο Bridge, βάσει ενός σημαντικού αριθμού ερευνών στις αστικές γειτονιές, ως χωρικές ενότητες μικρής κλίμακας τα πυκνά και ισχυρά κοινωνικά δίκτυα αποτελούν θεμελιώδη παράγοντα για τη συνεκτικότητα και την διατηρησιμότητα, την επιβίωση μιας γειτονιάς (Bridge, 1995: 259-260)

Βασικός θεσμός, γύρω από τον οποίο διαμορφώνεται η ζωή στη Ραφήνα –και κατ' επέκταση και η εβδομαδιαία λαϊκή αγορά– είναι η λαϊκή αγορά που λαμβάνει χώρα κάθε Δευτέρα. Έχω θίξει σε ένα παλιότερο μελέτημά μου (Κούζας 2014) τη σημασία που έχει η λαϊκή αγορά για τη Ραφήνα, αλλά και για κάθε περιοχή. Πέρα από την προφανώς εμπορική και οικονομική σημασία έχει και σημασία κοινωνική και πολιτισμική. Εκεί οι γείτονες συναντιούνται· γείτονες των οποίων οι σχέσεις δεν είναι τυπικές και απρόσωπες, όπως είναι οι σχέσεις των ανθρώπων των πόλεων· σε μεγάλο βαθμό είναι σχέσεις αληθινές και με διάρκεια στον χρόνο. Σ' αυτό συντείνουν, τόσο η κοινή μικρασιατική καταγωγή, δεδομένου ότι οι οικογένειες μεταξύ τους έχουν χρόνιες φιλίες ή ακόμα και συγγενικούς δεσμούς όσο και τα ίδια τα σπίτια των Ραφηνιωτών, ιδιαίτερα μέσα στην παλιά Ραφήνα, τα οποία είναι «ανοικτά» προς τα έξω, σε αντίθεση με τα διαμερίσματα του αστικού χώρου, που κάθε άλλο παρά διευκολύνουν την ανθρώπινη επαφή και συνεργασία. Σε ένα τέτοιο χώρο, «σκηνικό κοινωνικών συναντήσεων» (Σταυρίδης 1990), δεν θα ήταν δυνατόν να λείπουν οι συζητήσεις που εμπεριέχουν «εμπιστευτικές» πληροφορίες του ενός γείτονα προς τον άλλον.

Τόσο στη λαϊκή αγορά όσο και στο λιμάνι δρουν δίκτυα διάδοσης πληροφοριών μεταξύ των επαγγελματιών (πωλητών στις λαϊκές αγορές και ιχθυοπωλών). Με τη χρήση του όρου δίκτυο αναφερόμαστε στο ευρύτερο πλέγμα σχέσεων που δημιουργείται εντός των πλαισίων

μιας ομάδας. Μέσα στο πλαίσιο της θεωρίας των κοινωνικών δικτύων η έρευνα των σχέσεων με οποιαδήποτε μορφή και αν παρουσιάζεται (π.χ. σχέσεις εργασίας, σχέσεις εξουσίας, φιλικές σχέσεις, σχέσεις κοινωνικών συναναστροφών, σχέσεις απλής επικοινωνίας) εκφράζει αυτόματα τη σύνδεση δύο υποκειμένων. Το δίκτυο είναι κλειστό κύκλωμα, στο οποίο γίνεται διακίνηση πληροφοριών κυρίως για τις στρατηγικές δράσεις ανάμεσα στα μέλη, ενώ δεν είναι εύκολο να διεισδύσουν σε αυτό εξωτερικά και άσχετα με το δίκτυο άτομα (Granovetter, 1360-1362). Οι Christakis και Fowler (2014: 33), από τη δική τους πλευρά, μας δίνουν έναν ευρύτερο ορισμό, που ξεπερνά τους περιορισμούς των φιλικών ή εργασιακών πλαισίων: «κατά μια στοιχειώδη έννοια ένα κοινωνικό δίκτυο είναι ένα οργανωμένο σύνολο ατόμων που αποτελείται από δύο είδη στοιχείων: ανθρώπους και συνδέσεις μεταξύ τους. [...] Η οργάνωση των φυσικών κοινωνικών δικτύων δεν επιβάλλεται από την κορυφή. Τα πραγματικά, καθημερινά κοινωνικά δίκτυα εξελίσσονται οργανικά από τη φυσική τάση κάθε ατόμου να αναζητεί και να κάνει λίγους ή πολλούς φίλους, να έχει μικρή ή μεγάλη οικογένεια, να εργάζεται σε ευπρόσωπα ή ανώνυμα περιβάλλοντα». Αυτή η εμπιστοσύνη στον κύκλο των «δικών», στον κύκλο των ανθρώπων με τους οποίους οι κάτοικοι είναι συνδεδεμένοι, επικυρώνει και την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που μεταδίδονται από στόμα σε στόμα και ας είναι συχνά κακόβουλες, όπως συμβαίνει με το κουτσομπολιό.

B) Οι άνθρωποι – ο κουτσομπόλης και η κουτσομπόλα

Γενικότερα, αν διαβάσουμε μελέτες σχετικές με το κουτσομπολιό, θα διαπιστώσουμε ότι εστιάζουν κυρίως στο γυναικείο φύλο. Η Du Boulay, για παράδειγμα, ορίζει ξεκάθαρα τη διαδικασία του κουτσομπολιού στην Εύβοια ως μια από τις βασικές γυναικείες ενασχολήσεις που λειτουργούσε ως μηχανισμός κοινωνικού ελέγχου, αλλά και ως μηχανισμός προβολής ανθρώπων του χωριού. Επίσης, η Hirschon εξετάζει το ζήτημα του κουτσομπολιού στην Κοκκινιά στις αρχές της δεκαετίας του 1970, ως ένα ζήτημα αποκλειστικά γυναικείο. Δεν το συνδέει με τον ανδρικό πληθυσμό, μολονότι κάνει λόγο και για το καφενείο ως χώρο ανδρικού συμποσιασμού, αλλά αποκλειστικά με το γυναικείο κόσμο και επικεντρώνεται ιδιαίτερα στο πώς η κουτσομπόλα γυναίκα μπορούσε να διεισδύσει μέσα στα σπίτια των οικογενειών της γειτονίας στην Κοκκινιά. Το θέμα εξετάζει και από μια αντίστροφη οπτική ο Herzfeld, στην *Ποιητική του ανδρισμού*: στο συμβατικό, αλλά υπαρκτό σε κοινωνικό επίπεδο διαχωρισμό «ανδρικών» και «γυναικείων» ενασχολήσεων που υπήρχε πάντοτε στην ελληνική κοινωνία και ειδικά στην ελληνική περιφέρεια. Πρόκειται για έναν κοινά αποδεκτό κώδικα αξιών που όλα τα μέλη της κοινότητας οφείλουν να υπηρετήσουν. Και το κουτσομπολιό, ως μια εμπιστευτική ή ακόμα και μυστική επικοινωνία, θεωρήθηκε -εσφαλμένα- από τους ερευνητές πάντοτε μια «γυναικεία ενασχόληση» που συνδέθηκε με την εξαναγκαστική ενδοστρέφεια του γυναικείου φύλου προς τον κόσμο του σπιτιού και μια προωθούμενη εξωστρέφεια του ανδρικού φύλου προς τον έξω κόσμο, την εργασία και την αγορά. Έτσι, ενώ και οι άντρες συζητούσαν και σχολίαζαν πάντοτε σε κατ' ιδίαν συζητήσεις, το κουτσομπολιό, σε μεγάλο βαθμό, σε πολλές σοβαρές εθνογραφικές μελέτες εμφανίζεται ως μια «γυναικεία υπόθεση».

Σήμερα είναι όμως πραγματικά έτσι τα πράγματα; Οι άντρες δεν κουτσομπολεύουν ποτέ, υπακούοντας σε κάποια έμφυλα «πρότυπα»; Ας δούμε κάποιες διαπιστώσεις από την εθνογραφική έρευνα.

Όσον αφορά τη δική μου προσωπική μαρτυρία, μέσα από τη συμμετοχική παρατήρηση σε χώρους, όπου κατεξοχήν σχολιάζουν οι άνθρωποι το τι συμβαίνει στη γειτονία τους ή και γενικότερα στην πόλη, δηλαδή σε καφετέριες, καφεενεία, ταβέρνες και στο λεωφορείο που πηγαίνει από τη Ραφήνα στην Αθήνα και αντίστροφα, διαπίστωσα ότι τα πράγματα είναι πολύ διαφορετικά. Μια πρώτη διαπίστωση ήταν ότι όσον αφορά τη διαδικασία του κουτσομπολιού δεν υπάρχει «κυριαρχία» του ενός ή του ενός ή του άλλου φύλου· τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες κουτσομπολεύουν εξίσου. Η διαφορά έγκειται στη θεματολογία που χρησιμοποιούν όσο και στο κεντρικό πρόσωπο που κάθε φορά ξεκινά την κουβέντα, που συνήθως είναι άνδρας για τις παρέες ανδρών και γυναίκα για τις παρέες γυναικών, χωρίς αυτό βέβαια να είναι απόλυτο.

Ειδικότερα το κεντρικό πρόσωπο, που πάντοτε ξεκινά τη συζήτηση και το οποίο την κατευθύνει και σε μεγάλο βαθμό, παράλληλα την ανατροφοδοτεί, έχει απασχολήσει ανθρωπολόγους και κοινωνιολόγους στο εξωτερικό, όπου μπορούμε να βρούμε και συστηματικότερες μελέτες για το κουτσομπολιό. Το κεντρικό πρόσωπο είναι εκείνο που έχει έναν πρωτεύοντα ρόλο, ξεκινά πάντοτε τη συζήτηση, που εμπεριέχει μέσα και το κουτσομπολιό, ανατροφοδοτεί διαρκώς τη συζήτηση με καινούργιες πληροφορίες και γενικά είναι το πρόσωπο, στο οποίο προστρέχουν τα άτομα που μετέχουν στη συζήτηση, προκειμένου να εκμαιεύσουν και άλλες πληροφορίες.

Ειδικότερα στο ζήτημα της προώθησης οικονομικών και εμπορικών δραστηριοτήτων μπορούμε να επισημάνουμε ότι ο κουτσομπόλης έχει θετικό πρόσημο, όταν μεταδίδει πληροφορίες γενικότερα ωφέλιμες στους άλλους: για παράδειγμα, σε ποιο μαγαζί μπορούν να βρουν πιο φτηνά προϊόντα, ποιος γιατρός έχει χαμηλότερες τιμές στην περιοχή, ποιος υδραυλικός ή ηλεκτρολόγος εξυπηρετεί πιο γρήγορα και σε καλύτερες τιμές και άλλες παρόμοιες χρήσιμες πληροφορίες που συνδράμουν όσους τις ακούν στο να εξοικονομήσουν χρήματα. Γενικώς παρατήρησα ότι ο άνθρωπος που σχολίαζε τους άλλους μέσα σε λογικά πλαίσια, και παράλληλα μετέφερε «εμπιστευτικές» πληροφορίες που τους βοηθούσαν οικονομικά, ήταν ένα αποδεκτό πρόσωπο στην κοινότητα, είτε ήταν άνδρας είτε ήταν γυναίκα.

Το αντίστροφο όμως συνέβαινε για γυναίκες και άνδρες που ήταν υπέρμετρα κουτσομπόληδες. Οι άλλοι κάτοικοι της γειτονιάς θεωρούσαν τον αδηφάγο κουτσομπόλη ως ένα άτομο εντέλει αναξιόπιστο που κρίνει τους πάντες και τα πάντα ευκαιριακά. Πρόκειται για μια αντιμετώπιση που βρίσκουμε πολύ έντονη και στις περιγραφές της Du Boulay (1974), όπου και στον κόσμο του μικρού χωριού ο υπέρμετρα κουτσομπόλης αφενός δεν είχε κοινωνική αποδοχή, αφετέρου θεωρείτο ως άτομο, χωρίς σοβαρότητα και αίσθηση ευθύνης απέναντι στην κοινωνική ισορροπία που επικρατούσε στην κοινότητα, και την οποία μπορούσε να διασαλεύσει με ανεύθυνες κρίσεις και συκοφαντίες.

Επίσης, είναι κοινός τόπος ότι ο κουτσομπόλης και η κουτσομπόλα συχνά χαρακτηρίζονται από έναν «κύκλο αρνητικών αναπαραστάσεων» που διαρκώς τους ακολουθεί και πολλές φορές αποκτά και διαστάσεις πέραν της πραγματικότητας. Ορθά οι Leaper και Holliday (1995) υπογραμμίζουν πως η τάση αυτή οφείλεται στον στιγματισμό και την αρνητική

ετικετοποίηση του υπερβολικά κουτσομπόλη από την κοινότητα ή την ομάδα στην οποία ανήκει. Γιατί όμως δημιουργείται αυτός ο αρνητικός στιγματισμός; Η απάντηση είναι ο φόβος του μελλοντικού και δυνητικού ελέγχου και εκείνων που μετέχουν στη συζήτηση από τον κουτσομπόλη συνομιλητή τους. Το αίσθημα αυτό του φόβου γεννά πρώτα καχυποψία, έπειτα δυσπιστία προς τον κουτσομπόλη και την κουτσομπόλα και τέλος πλήρη άρνηση προς το πρόσωπό του.

Γ) Οι θεματικές των σχολιασμών: Η απόθεση και η προώθηση

Από την έρευνα διαπίστωσα ότι οι συζητήσεις που εμπεριείχαν στοιχεία κουτσομπολιού, πέρα από θέματα, όπως ήταν ερωτική ζωή, πολιτική, προβλήματα κοινωνικά, ζητήματα του δήμου κ.λπ., περιστρέφονταν σε μεγάλο βαθμό και γύρω από εμπορικές και οικονομικές δραστηριότητες των κατοίκων της περιοχής. Οι κοινωνικοί σχολιασμοί για τις εμπορικές δραστηριότητες μπορούν να ομαδοποιηθούν ως εξής: α) σε σχολιασμούς για τα προϊόντα που δυνητικά θα προμηθευτούν οι καταναλωτές και β) σε σχολιασμούς για επαγγελματίες (π.χ. βενζινάς, ιχθυοπώλης, μανάβης) ή λειτουργούς (π.χ. γιατρός, οδοντίατρος).

Τα κουτσομπολίστικα σχόλια των κατοίκων κατεξοχήν ήταν σε συντριπτικό ποσοστό αρνητικά και είχαν στόχο να ψέξουν τους κακούς επαγγελματίες και να τους περιγελάσουν, τονίζοντας τα αρνητικά τους χαρακτηριστικά που δημιουργούσαν και ένα εύθυμο κλίμα στη συζήτηση. Ταυτόχρονα οι συμμετέχοντες στη συζήτηση προσπαθούσαν να «προστατέψουν» τους εαυτούς τους αλλά και τα άλλα μέλη της παρέας από την αγορά προϊόντων ή από επαγγελματίες που θα μπορούσαν να τους βλάψουν.

Είναι γεγονός ότι τα παραπάνω αρνητικά σχόλια αρχικά προϋδεάζαν και έπειτα επηρέαζαν αρνητικά τους μελλοντικούς πελάτες. Αυτή τους η συμπεριφορά γινόταν εμφανής, αμέσως μετά από συζητήσεις «καταγγελτικού» χαρακτήρα. Επίσης, ενεργοποιείτο εμφανώς το «πλαίσιο ανάδρασης», που έχει επισημάνει ο Shermer (2006), δηλαδή τα μέλη που μετείχαν στη συζήτηση μετέδιδαν τις πληροφορίες που άκουσαν αμέσως είτε δια ζώσης είτε μέσω κινητού τηλεφώνου σε άλλα άτομα. Και βέβαια αυτή η διαρκώς ανατροφοδοτούμενη αναμετάδοση κουτσομπολιών «εμπλούτιζε» τις αρχικές ειδήσεις με διαστάσεις που συχνά απείχαν πάρα πολύ από την κοινωνική πραγματικότητα.

Την ίδια στιγμή υπήρχε και ο θετικός χαρακτήρας κουτσομπολιού, δηλαδή σχολιασμοί επαινετικοί που προωθούσαν επαγγελματίες ή προϊόντα. Στην περίπτωση αυτή μιλάμε και πάλι για κουτσομπολιό, καθώς μέσα στα θετικά επαγγελματικά στοιχεία που τονίζονται από τους ομιλητές, πολύ συχνά εμφολωθούν και στοιχεία προσωπικής ζωής προς επίρρωση των όσων λέγονται.

Δ) Η Διαχείριση και η «αποτελεσματικότητα» του κουτσομπολιού

Πάντοτε υπάρχει διχογνωμία μεταξύ των ερευνητών του κουτσομπολιού για το κατά πόσο εκείνοι που κουτσομπολεύουν, το κάνουν για να περάσουν ευχάριστα τον ελεύθερο χρόνο, όπως

εξάλλου συμβαίνει με όσους αφηγούνται φήμες, αστικούς θρύλους κ.λπ. τους ή το κάνουν για να υπάρξει μια διαδραστική επικοινωνία που θα επηρεάσει σημαντικά κάποιους από τους τους μετέχοντες στη συζήτηση. Σύμφωνα με τον Cox (1970) που έκανε έρευνα για την επίδραση του κουτσομπολιού σε μια συγκεκριμένη κοινότητα, οι ποιοτικές έρευνες ανθρωπολόγων, κοινωνιολόγων και σε πολύ μεγάλο βαθμό και των κοινωνικών ψυχολόγων είναι οι έρευνες εκείνες που κυρίως διερευνούν το ζήτημα του κοινωνικού αντίκτυπου του κουτσομπολιού πάνω στα άτομα ή και σε ομάδες ολόκληρες, ενώ αντίθετα οι ποσοτικές έρευνες κατεξοχήν εστιάζουν στη σημασία του κουτσομπολιού για την ψυχαγωγία και τον ελεύθερο χρόνο μιας ομάδας. Στην περίπτωση των οικονομικών και εμπορικών δραστηριοτήτων τι συμβαίνει όμως; Ο κακοπροαίρετος σχολιασμός επηρεάζει τα άτομα στις μελλοντικές τους επιλογές ή εκλαμβάνεται ως κάτι αδιάφορο που εμπίπτει στη σφαίρα απλώς της ευκαιριακής συζήτησης; Πιστεύω ότι οι απαντήσεις των ίδιων των συμμετεχόντων στις συζητήσεις αλλά και των ίδιων των «πρωταγωνιστών» των κουτσομπολιών, των ανθρώπων δηλαδή που σχολιάστηκαν αρνητικά ή και θετικά μέσα στις αφηγήσεις των γειτόνων τους, διαφωτίζουν το θέμα της δραστηρικής επίδρασης του κουτσομπολιού στις επιλογές τους.

Σε συζητήσεις που είχα με τους πληροφορητές αμέσως κατανόησα ότι το κουτσομπολιό το εκτιμούσαν μέσα σε δύο διαφορετικά πλαίσια, ένα εξωτερικό-εξωστρεφές και ένα εσωτερικό-ενδοστρεφές που ήταν και το καταλυτικό ως προς τις τελικές επιλογές τους (Paine 1967). Ως προς το εξωτερικό πλαίσιο, την έκφραση της γνώμης τους σε τρίτους, όπως ήμουν εγώ για το κουτσομπολιό, μπόρεσα να εντοπίσω την πλήρη απόρριψη των πληροφοριών αυτών που θα χαρακτηρίζαμε ως «κουτσομπολίστικες».

Έλαβα αρκετές ανάλογες απαντήσεις με παρόμοιο περιεχόμενο. Οι κοινοί τους άξονες ήταν δύο: α) υποτίμηση της σημασίας των ειδήσεων που προέρχονται από καθημερινές συζητήσεις και κουτσομπολιά και β) η σύνδεση των «απλοϊκών» και «κουτσομπολίστικων» ειδήσεων με τις έννοιες του παρωχημένου και της άνευ σημασίας πληροφορίας. Προσπάθησα να διεισδύσω στις απόψεις των ανθρώπων και διαπίστωσα ότι σε ένα βαθμό ήταν υποκριτικές. Όπως έχει επισημάνει η Du Boulay (1974) ο υπερβολικά κουτσομπόλης είναι ένα άτομο με αρνητικό πρόσημο για την κοινότητα. Κατ' αναλογία και όποιος ενδιαφέρεται υπέρμετρα για κουτσομπολιά τρίτων θεωρείται ως υπερβολικά κουτσομπόλης και ας μην κουτσομπολεύει ο ίδιος. Αυτή τη μομφή προσπαθούσαν να αποφύγουν όλοι οι «αρνητές» της σημασίας του κουτσομπολιού για την διαμόρφωση καταναλωτικών συμπεριφορών. Εντούτοις, εδώ υπάρχει ένα στοιχείο αντιφατικό: ενώ ενδιαφέρονται και μάλιστα πάρα πολύ να μάθουν πληροφορίες μέσα στη συζήτηση με φίλους, όταν αργότερα τους ρωτήσεις για τη σημασία όσων άκουσαν την υποτιμούν ή και την απορρίπτουν ως ανάξια λόγου. Ο Goffman (1959) ενέταξε αυτή τη συμπεριφορά στην παρουσίαση ενός σοβαρού εαυτού απέναντι σε τρίτους ή σε άτομα με τα οποία έχουν μικρή οικειότητα, όπως ήμουν εγώ όταν έκανα επιτόπια έρευνα.

Συνομιλώντας με τους πληροφορητές μεγαλύτερο διάστημα και γνωρίζοντας κάποιους καλύτερα εντόπισα και ένα άλλο πλαίσιο εσωτερικό και ενδοστρεφέστερο, θα μπορούσα να το χαρακτηρίσω, αλλά και ουσιαστικότερο. Οι περισσότεροι από εκείνους με τους οποίους ανέπτυξα ουσιαστικότερες σχέσεις σε συνεντεύξεις κατέθεσαν ότι επηρεάζονται από τα κουτσομπολιά για την επιλογή μαγαζιών που θα ψωνίσουν καθώς θεωρούν ότι για να απασχολούν ορισμένοι επαγγελματίες κατά τρόπο αρνητικό την «ανεπίσημη» και

«εμπιστευτική» ενημέρωση που γίνεται πάντοτε χαμηλόφωνα, οπωσδήποτε κάποιο πρόβλημα θα υπάρχει.

Τι όμως ωθεί τα κοινωνικά υποκείμενα στο να επιλέγουν φήμες ή κουτσομπολιά της γειτονίας αντί των «ορθών» απόψεων. Θεωρώ πως δύο είναι τα βασικά αίτια: πρώτον, η σημασία της εμπιστοσύνης που έχει αναπτυχθεί μεταξύ των ανθρώπων που συμβιώνουν στον ίδιο χώρο για δεκαετίες και δεύτερον, πιστεύω είναι εμφανής στις διαδόσεις φημών και κουτσομπολιών η τάση που περιγράφει ο Shermer (2006) στο γνωστό του έργο *Γιατί οι άνθρωποι πιστεύουν σε παράξενα πράγματα*. Ο ιστορικός θεωρεί ότι μέσω «εμπιστευτικών» μηνυμάτων (π.χ κουτσομπολιό, φήμες) οι άνθρωποι αντλούν χαρά και κυρίως ικανοποίηση που μαθαίνουν πράγματα άγνωστα στο ευρύτερο κοινό και επιπλέον που ανήκουν σε έναν κύκλο προσώπων που εμπιστευτικά μοιράζονται ειδήσεις και γεγονότα – ακόμα και αν είναι αναληθή. Η απόκτηση ακόμα και της αναληθούς γνώσης κάνει το άτομο να αισθάνεται δυνατό και ξεχωριστό από τους άλλους.

Καταληκτικά

Στη σύντομη αυτή έκθεση έγινε μια πολλαπλή προσπάθεια ανάδειξης της κοινωνικής και πολιτισμικής σημασίας του κουτσομπολιού, ενός είδους όχι έντεχνου, αλλά οπωσδήποτε καθημερινού προφορικού λόγου.

Το κουτσομπολιό, αντίθετα με όσα γενικότερα πιστεύουν τόσο ερευνητές όσο και όσοι απλώς κουτσομπολεύουν σε διάφορες συζητήσεις, δεν είναι ένα είδος λόγου που μπορεί να χαρακτηριστεί ως «αδιάφορο». Δεν είναι μια συζήτηση χωρίς νόημα ή ένας σχολιασμός για να περάσουμε ευχάριστα τον ελεύθερο χρόνο μας.

Έχει μεν μια ρευστή δομή – σε αντίθεση με τα άλλα είδη του έντεχνου λαϊκού λόγου, πεζού και έμμετρου, εντούτοις, έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που σε ένα πρώτο επίπεδο το διαφοροποιούν ξεκάθαρα από άλλα είδη του προφορικού λόγου, τις φήμες, τις διαδόσεις και τους σύγχρονους ή «αστικούς» θρύλους.

Οπωσδήποτε, και σε ένα μεγάλο βαθμό συνδέεται με την έννοια του ελεύθερου χρόνου και για τους περισσότερους ανθρώπους που μετέχουν σε ανάλογες συζητήσεις το κουτσομπολιό είναι ευχάριστο, αν και ορισμένοι πληροφορητές δήλωσαν πως τους δημιουργεί και αισθήματα ενοχής κάποιες φορές η συμμετοχή σε ανάλογες συζητήσεις.

Αν και τα μέσα ενημέρωσης του έχουν προσδώσει ορισμένα στερεοτυπικά χαρακτηριστικά, δηλαδή πως είναι αποκλειστικά μια «γυναικεία» ενασχόληση και για ανθρώπους που δεν έχουν εργασία ή είναι συνταξιούχοι, εντούτοις από την έρευνα αναδεικνύεται πως η διαδικασία κοινωνικού σχολιασμού δεν περιορίζεται σε ένα συγκεκριμένο φύλο ούτε σε μια μόνο ηλικιακή ομάδα.

Το πρόσωπο πάντως του κουτσομπόλη ή της κουτσομπόλας δεν γίνεται πάντοτε αποδεκτό από όλους, καθώς θεωρείται ως άνθρωπος φιλοκατήγορος που πιθανόν να κατακρίνει και εκείνους -με τους οποίους συνομιλεί τώρα- στο μέλλον.

Επίσης, αντίθετα, από την έρευνα αναδείχτηκε ότι το κουτσομπολιό λαμβάνει χώρα περισσότερο στους χώρους εργασίας, όπου μάλιστα συνδέεται με ιδιαίτερες στρατηγικές επιρροής εργαζομένων αλλά και πελατών.

Επιπρόσθετα, -και αυτός ήταν ένας από τους βασικότερους στόχους της μελέτης- το κουτσομπολιό δεν συνδέεται με την έννοια της τυχειότητας. Το αντίθετο, μάλιστα, χαρακτηρίζεται από έντονη προθετικότητα του ομιλητή που δεν επιθυμεί μόνον να συνομιλήσει με τα άλλα κοινωνικά υποκείμενα, αλλά πολύ περισσότερο, θέλει να περάσει μηνύματα και να θέλξει ένα ευρύτερο κοινό στη συζήτηση για να επιτύχει διάφορους σκοπούς, όχι πάντοτε ψυχαγωγικούς ή ευρύτερα κοινωνικούς, αλλά και σκοπούς εμπορικής ή οικονομικής φύσης, όπως αναδεικνύεται εδώ.

Πέρα, βέβαια, από τις προθέσεις του ομιλητή, του κουτσομπόλη, όπως θα τον χαρακτηρίζαμε, σημαίνοντα ρόλο παίζουν και οι διαθέσεις του ακροατηρίου και κατά πόσο θέλγεται ή όχι από τα κουτσομπολιά. Πάντως, τόσο από την παρούσα έρευνα όσο και από άλλες που έχουν λάβει χώρα στο εξωτερικό, αρκετά συχνά τα άτομα τείνουν να πιστέψουν όσα υπόρρητα και «μυστικά» λέγονται, παρά τα όσα ξεκάθαρα διατυπώνονται, αφού το βασικό στοιχείο του κουτσομπολιού, η συνωμοσιολογία, έθελγε και συνεχίζει να προσελκύει μια πολύ μεγάλη μερίδα του κοινού.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Μ. Αλ. Αλεξιάδης (2006), *Νεωτερική Ελληνική Λαογραφία. Συναγωγή Μελετών*, Καρδαμίτσα, Αθήνα.

Μ. Αλ. Αλεξιάδης (2011), *Έντυπα Μέσα Επικοινωνίας και Λαϊκός Πολιτισμός. Νεωτερικά Λαογραφικά*, Καρδαμίτσα, Αθήνα.

Ε. Αυδίκος (2017), *Προφορική ιστορία και λαϊκές μυθολογίες*, Ταξιδευτής, Αθήνα.

Μ. Βαρβούνης (1995), *Εξελίξεις και μετασχηματισμοί στον ελληνικό παραδοσιακό πολιτισμό*, Fragmenta, Θεσσαλονίκη.

Μ. Βαρβούνης (2007), *Άσεμνα και βωμολοχικά λαογραφικά*, Ηρόδοτος, Αθήνα.

Hirschon, R. (2004), *Κληρονόμοι της Μικρασιατικής καταστροφής. Η κοινωνική ζωή των Μικρασιατών προσφύγων στον Πειραιά*, MIET, Αθήνα.

Μ. Καπλάνογλου (2002), *Παραμύθι και αφήγηση στην Ελλάδα. Μια παλιά τέχνη σε μια νέα εποχή*, Πατάκης, Αθήνα.

Ρ. Κακάμπουρα (2008), *Αφηγήσεις Ζωής. Η βιογραφική προσέγγιση στη σύγχρονη λαογραφική έρευνα*, Ατραπός, Αθήνα.

Γ. Κατσαδώρας (2013), «Η επιστήμη της Λαογραφίας στη σύγχρονη τεχνολογική εποχή. Η ηλεκτρονική προφορικότητα» στον τόμο: Γ. Κόκκινος – Μ. Μοσκοφόγλου (επιμ.), *Επιστήμες της εκπαίδευσης. Από την ασθενή ταξινόμηση της Παιδαγωγικής στη διεπιστημονικότητα και τον επιστημονικό υβριδισμό*, Ταξιδευτής, Αθήνα, σ. 99-122.

Γ. Κατσαδώρας – Ευθ. Φυντρίδη – Μ. Στυλιανού (2016) «Λαϊκή λογοτεχνία και κοινωνική δικτύωση. Παροιμίες και ευφυολογήματα στο Facebook και το Twitter», στον τόμο Μ. Γ. Βαρβούνης et al. (επιμ.), *Η διαχείριση της παράδοσης. Ο λαϊκός πολιτισμός ανάμεσα στον φολκλωρισμό, στην πολιτιστική βιομηχανία και τις τεχνολογίες αιχμής*, Αντ. Σταμούλης, Θεσσαλονίκη, σ. 475-489.

Δ. Λουκάτος (1963), *Σύγχρονα Λαογραφικά*, Αθήνα.

Δ. Λουκάτος (1992), *Εισαγωγή στην Ελληνική Λαογραφία*, MIET, Αθήνα.

Μ. Γ. Μερακλής (1993), *Έντεχνος λαϊκός λόγος*, Καρδαμίτσα, Αθήνα.

Μ. Γ. Μερακλής (2011³) *Ελληνική Λαογραφία. Κοινωνική συγκρότηση, ήθη και έθιμα, λαϊκή τέχνη*, Καρδαμίτσα, Αθήνα.

Β. Νιτσιάκος (2003) *Μαρτυρίες Αλβανών μεταναστών*, Οδυσσέας, Αθήνα.

Ν. Γ. Πολίτης, «Λαογραφία», *Λαογραφία*, 1 (1909), σ. 3-18.

Παπαταξιάρχης, Ε. (2003), «Η κοινωνική ανθρωπολογία στη μεταπολεμική Ελλάδα. Τα πρώτα βήματα», στον τόμο Ιω. Λαμπίρη-Δημάκη, «Κοινωνικές επιστήμες και πρωτοπορία στην Ελλάδα, 1950-1967», στον τόμο: Ιω. Λαμπίρη-Δημάκη (επιμ.), *Κοινωνικές Επιστήμες στην Ελλάδα, 1950-1967*, ΕΚΚΕ-Gutenberg, Αθήνα, σ. 143-146

Μ. Παπαχριστοφόρου (2013) *Μύθος, λατρεία, ταυτότητες στο «νησί της Καλυψώς»*, Παπαζήσης, Αθήνα Αθήνα.

Β. Πούχγερ, (2014), Δοκίμια για τη λαογραφική θεωρία και τη φιλοσοφία του πολιτισμού, Ηρόδοτος, Αθήνα.

Shermer (2006), *Γιατί οι άνθρωποι πιστεύουν σε παράξενα πράγματα*, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, Αθήνα.

Ξενόγλωσση

Abrahams, R. D. (1970), “A performance-centered approach to gossip”, *Man*, 5, 290–301.

Allport G. – L. Postman *The Psychology of Rumor*, New York.

Ayim, M. (1994), “Knowledge through the grapevine: Gossip as inquiry” στον τόμο R. F. Goodman & A. Ben-Ze’ev (Eds.), *Good gossip* (σ. 85–99). Lawrence: University Press of Kansas.

Barkow, J. H. (1992), “Beneath new culture is old psychology: Gossip and social stratification” στο J. H. Barkow, L. Cosmides, & J. Tooby (Eds.), *The adapted mind* (σ. 627–637). Oxford, England: Oxford University Press.

Bausinger, H. (1958), “Strukturen des alltäglichen Erzählens”, *Fabula* 1, 239-254.

Bausinger, H. (1977), “Alltäglichen Erzählens”, *Enzyklopädie der Märchens* 1, 323-330.

Ben-Ze’ev, A. (1994), “The vindication of gossip” στο R. F. Goodman & A. Ben-Ze’ev (Eds.), *Good gossip* (σ. 11–24). Lawrence: University Press of Kansas.

Bergmann, J. R. (1993). *Discreet indiscretions: The social organization of gossip*. New York: Aldine de Gruyter.

Bok, S. (1983). *Secrets: On the ethics of concealment and revelation*. New York: Pantheon Books.

Boulay, J. Du, “Gossip, friendship and Quarrels”, στο βιβλίο της *Portrait of a Greek mountain village*, Oxford 1974, σ.201-229.

Cox, B. A. (1970), “What is Hopi gossip about? Information management and Hopi factions”, *Man*, 5, σ. 88–98.

Du Boulay (1974), *Portrait of a Greek Mountain Village*, Oxford.

Dunbar, R. I. M. (1992), “Why gossip is good for you”, *New Scientist*, 136, σ. 28–31.

- Dunbar, R. I. M. (1994), *Grooming, gossip, and the evolution of language*. London: Faber & Faber.
- Dunbar, R. I. M. (2004), “Gossip in evolutionary perspective”, *Review of General Psychology*, 8, σ. 100–110.
- Eder, D., & Enke, J. L. (1991). The structure of gossip: Opportunities and constraints on collective expression among adolescents. *American Sociological Review*, 56, σ. 494–508.
- Eggins, S., & Slade, D. (1997). *Analyzing casual conversation*. London: Cassell.
- Emler, N. (1994), “Gossip, reputation and social adaption” στο R. F. Goodman & A. Ben-Ze’ev (Eds.), *Good gossip* (σ. 119–140). Lawrence: University Press of Kansas.
- Foster, E. K. (2003). *Researching gossip with social network analysis*, Temple University, Philadelphia, PA.
- Gelles, E. B. (1989), “Gossip: An eighteenth-century case”, *Journal of Social History*, 22, σ. 667–683.
- Gilmore, D. (1978), “Varieties of gossip in a Spanish rural community”, *Ethnology*, 17, σ. 89–99.
- Gluckman, M. (1963), “Gossip and scandal”, *Current Anthropology*, 4, σ. 307–316.
- Goodwin, M. H. (1982), ““Instigating”: Storytelling as a social process” *American Ethnologist*, 9, σ. 799–819.
- Handelman, D. (1973), “Gossip in encounters: The transmission of information in a bounded social setting”, *Man*, 8, σ. 210–227.
- Hannerz, U. (1967), “Gossip networks and culture in a Black American ghetto” *Ethnos*, 32, σ. 35–59.
- Harrington, C. L., & Bielby, D. D. (1995), “Where did you hear that? Technology and the social organization of gossip”, *Sociological Quarterly*, 36, σ. 607–628.
- Haviland, J. B. (1977), “Gossip as competition in Zinacantan”, *Journal of Communication*, 27, σ. 186–191.
- Jaeger, M. E., Skleder, A. A., Rind, B., & Rosnow, R. L. (1994). Gossip, gossipers, gossipees. In R. F. Goodman & A. Ben-Ze’ev (Eds.), *Good gossip* (σ. 154–168). Lawrence: University Press of Kansas.
- Jones, D. (1980) “Gossip: Notes on women’s oral culture”, στο C. Kramarae (Ed.), *The voices and words of women and men* (σ. 193–198). Oxford, England: Pergamon Press.

- Leaper, C., & Holliday, H. (1995), "Gossip in same gender and cross-gender friends' conversations" *Personal Relationships*, 2, σ. 237–246.
- Levin, J., & Arluke, A. (1985), "An exploratory analysis of sex differences in gossip", *Sex Roles*, 12, σ. 281–286.
- Levin, J., & Arluke, A. (1987). *Gossip: The inside scoop*. New York: Plenum.
- Medini, G., & Rosenberg, E. H. (1976), "Gossip and psychotherapy", *American Journal of Psychotherapy*, 30, 452–462.
- Mettetal, G. W. (1982). *The conversations of female friends at three ages: The importance of fantasy, gossip, and self-disclosure*, University of Illinois, Urbana.
- Noon, M., & Delbridge, R. (1993), "News from behind my hand: Gossip in organizations", *Organization Studies*, 14, σ. 23–36.
- Paine, R. (1967), "What is gossip about? An alternate hypothesis", *Man*, 2, σ. 278–285.
- Rosenbaum, J. B., & Subrin, M. (1963), "The psychology of gossip", *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 11, 817–831.
- Rosnow, R. L. (1977), "Gossip and marketplace psychology", *Journal of Communication*, 27, σ. 158–163.
- Rosnow, R. L. (2001), "Rumor and gossip in interpersonal interaction and beyond: A social exchange perspective" στο R. M. Kowalski (Ed.), *Behaving badly: Aversive behaviors in interpersonal relationships* (σ. 203–232). Washington, DC: American Psychological Association.
- Rosnow, R. L., & Fine, G. A. (1976). *Rumor and gossip: The social psychology of hearsay*. New York: Elsevier.
- Rysman, A. (1977), "How the "gossip" became a woman", *Journal of Communication*, 27, 176–180.
- Schoeman, F. (1994), "Gossip and privacy" στο R. F. Goodman & A. Ben-Ze'ev (Eds.), *Good gossip* (σ. 72–82). Lawrence: University Press of Kansas.
- Stirling, R. B. (1956), "Some psychological mechanisms operative in gossip", *Social Forces*, 34, σ. 262–267.
- Szwed, J. F. (1966), "Gossip, drinking, and social control: Consensus and communication in a Newfoundland parish" *Ethnology*, 5, σ. 434–441.

Wert, S. R., & Salovey, P. (2004). A social comparison account of gossip. *Review of General Psychology*, 8, σ. 122–137.

Wilson, D. S., Wilczynski, C., Wells, A., & Weiser, L. (2000). Gossip and other aspects of language as group-level adaptations. In C. Heyes & L. Huber (Eds.), *The evolution of cognition* (σ. 347–365). Cambridge, MA: MIT Press.

Wilson, P. (1974), “Filcher of good names: An enquiry into anthropology and gossip”, *Man*, 9, σ. 93–102.

Yerkovich, S. (1977), “Gossip as a way of speaking”, *Journal of Communication*, 26, σ. 192–196

- **Δημοσιεύσεις Μεταδιδακτορικού Ερευνητή**

Έλαβα μέρος σε τρία διεθνή συνέδρια με ανακοινώσεις που προέρχονταν από τη μεταδιδακτορική έρευνα:

1. G. Kouzas, «The importance of the narration of social commentations: from the underestimation of “informal” communication forms to the appreciation of the social dynamics of gossip in everyday life.», Ανακοίνωση στο *Interim Congress of the International Society for the Folk Narrative Research 2018*. Organization Catania University - International Society for Folk Narrative Research ISFNR – 2018 (12-16 June 2018, Ragusa Italy).
2. G. Kouzas, «From public to private life and vice versa. Social commentation (gossip) as a dynamic expression of positive and negative emotions» στο 9th International Association EA Congress Zadar 2018 Emotions, Senses and Affects in the Context of Southeast European Anthropology (Zadar, Kroatia, 27-29 September 2018).
3. G. Kouzas - Manolis Varvounis, «Orality and Contemporary Society: Analyzing the Form and the Structure of Social Commentations (Gossips) in a Modern Greek Community», στο *International Conference: From Homer to Hatzi-Yavrouda – Aspects of oral narration in the Greek tradition*, Danish Institute – Carlsberg Foundation, 29 September – 30 September 2018.

Επίσης, έγιναν δεκτά προς δημοσίευση, έπειτα από κρίση, τρία άρθρα σε επιστημονικά περιοδικά και τόμους:

1. Κατέθεσα στη συντακτική επιστημονική επιτροπή του περιοδικού *Εθνολογία*, που είναι περιοδική έκδοση της Ελληνικής Εταιρείας Εθνολογίας, εργασία με τίτλο: **«Η κοινωνική δυναμική του κουτσομπολιού. Μια εθνογραφική προσέγγιση της προώθησης οικονομικών και εμπορικών δραστηριοτήτων μέσω των κοινωνικών σχολιασμών»**. Η εργασία μου κρίθηκε ομόφωνα ως δημοσιεύσιμη από τα μέλη της συντακτικής επιστημονικής επιτροπής και θα συμπεριληφθεί στον υπό δημοσίευση 17^ο τόμο του περιοδικού *Εθνολογία*.
2. Κατέθεσα στη συντακτική επιστημονική επιτροπή του περιοδικού *Λαογραφία*, που είναι περιοδική έκδοση της Ελληνικής Εταιρείας Λαογραφικής Εταιρείας, εργασία με τίτλο: **«Προφορικότητα και παρεμβατικότητα: Οι προφορικές διαδόσεις και οι κοινωνικοί σχολιασμοί ως μηχανισμοί κοινωνικού ελέγχου σε μια κοινότητα της Αττικής»**. Η

εργασία μου κρίθηκε ομόφωνα ως δημοσιεύσιμη από τα μέλη της συντακτικής επιστημονικής επιτροπής και θα συμπεριληφθεί στον υπό δημοσίευση 44^ο τόμο του περιοδικού Λαογραφία.

3. Georgios Kouzas - Manolis Varvounis, «**Orality and Contemporary Society: Analyzing the Form and the Structure of Social Commentations (Gossips) in a Modern Greek Community**», στον τόμο B. Olsen et al. (eds), *From Homer to Hatz-Yavrouda – Aspects of oral narration in the Greek tradition*, Danish Institute – Carlsberg Foundation, (υπό έκδοση).

- **Διακρίσεις**

Η μεταδιδακτορική έρευνα στηρίχθηκε οικονομικά από το ΙΚΥ. Στις 22 Φεβρουαρίου 2017 το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών ανακοίνωσε τους πίνακες επιλεγέντων, επιλαχόντων και απορριφθέντων υποψηφίων του προγράμματος υποτροφιών με τίτλο «Ενίσχυση Μεταδιδακτόρων Ερευνητών / Ερευνητριών», 1ος Κύκλος, ΕΣΠΑ 2014-2020 σύμφωνα με τις Κανονιστικές Διατάξεις του προγράμματος όπως ορίζονται στην υπ. αριθμ. ΚΥΑ 125659/ΓΔ6/28-07-2016 του Υπουργού Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων και του Υπουργού Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού (ΦΕΚ 2602/τ.Β'), όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, της οικείας Πρόσκλησης Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος με αριθμό ΑΔΑ: 62ΒΦ4653ΠΣ-ΘΓΤ και της 8η /21-02-2017 Συνεδρίας του Δ.Σ του Ι.Κ.Υ. Υπέβαλα αίτηση και πρόταση για τη χρηματοδότηση της μεταδιδακτορικής του έρευνας στο **ΙΚΥ (Πρόγραμμα Υποτροφιών στο πλαίσιο της πράξης με τίτλο: «Ενίσχυση Μεταδιδακτόρων Ερευνητών / Ερευνητριών»)**, και συμπεριελήφθη στους επιτυχόντες για τον Τομέα των Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών - κατεύθυνση ανθρωπιστικών επιστημών, του οποίου η έρευνα χρηματοδοτήθηκε με υποτροφία. Η πρότασή μου κατατάχθηκε 4η ανάμεσα στις επιλεγείσες, δεδομένου ότι συνολικά 31 προτάσεις επελέγησαν να χρηματοδοτηθούν για τις ανθρωπιστικές επιστήμες πανελλαδικά, ενώ στο ΙΚΥ υπεβλήθησαν πάνω από 1700 αιτήσεις χρηματοδότησης μεταδιδακτορικής έρευνας σε όλα τα επιστημονικά πεδία.