

Βίλλυ Τσάκωνα¹

Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Τμήμα Εκπαίδευσης και Αγωγής στην Προσχολική Ηλικία

Βάσια Τσάμη²

Πανεπιστήμιο Κρήτης

Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης

ΜΕΤΑΠΡΑΓΜΑΤΟΛΟΓΙΚΑ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ ΚΑΙ Η ΧΙΟΥΜΟΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΙΚΗΣ ΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ MASTER CHEF

Στην έρευνα αυτή μελετάμε το χιούμορ ως μεταπραγματολογικό σχόλιο για τη γλωσσική ποικιλότητα σε μια σειρά χιουμοριστικών μιμίδων που δημιουργήθηκαν με αφορμή ένα στιγμιότυπο από τον τηλεοπτικό διαγωνισμό μαγειρικής *Master Chef*. Ειδικότερα, αξιοποιώντας την *Κειμενική Θεωρία του Χιούμορ* (Tsakona 2020), επιδιώκουμε να αναδείξουμε τα μεταπραγματολογικά στερεότυπα που αναπαράγονται για τις διαλέκτους και τους/τις ομιλητές/τριές τους στα μιμίδια αυτά. Η ανάλυσή μας δείχνει ότι το χιούμορ στιγματίζει τη χρήση των διαλέκτων σε δημόσια και επίσημα περιεχόμενα, καθώς και τους/τις διαλεκτόφωνους/ες ως ανίκανους/ες να χρησιμοποιήσουν την πρότυπη και άλλες ποικιλίες κύρους. Το χιούμορ επίσης αναπαριστά τη διάλεκτο και τους/τις διαλεκτόφωνους/ες ως περιορισμένους/ες σε συγκεκριμένα γεωγραφικά, κοινωνικά και επικοινωνιακά πλαίσια. Ειδικά οι τελευταίοι/ες παρουσιάζονται ως ανίκανοι/ες να προσαρμοστούν σε επίσημα περιεχόμενα, όπως είναι ένας διαγωνισμός μαγειρικής υψηλού κύρους.

Λέξεις-κλειδιά: Μεταπραγματολογικά στερεότυπα, Γλωσσική ποικιλότητα, Χιούμορ, Μιμίδια, Κειμενική Θεωρία του Χιούμορ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τις τελευταίες δεκαετίες το ενδιαφέρον της κοινωνιογλωσσολογίας έχει στραφεί και στη μελέτη της χιουμοριστικής αναπαράστασης της γλωσσικής

¹ vtsakona@ecd.uoa.gr

² v.tsami@uoc.gr

ποικιλότητας, όπου αναπαράγονται αξιολογήσεις απέναντι στις γλωσσικές ποικιλίες και τους/τις ομιλητές/τριές τους (Arampatzis 2012· Stamou 2012· Archakis et al. 2015· Τσάμη 2018). Συγκεκριμένα, το χιούμορ λειτουργεί ως ένα *μεταπραγματολογικό σχόλιο* (metapragmatic comment, Culpeper 2011: 74), που σηματοδοτεί ότι η χρήση μιας ποικιλίας προσλαμβάνεται ως μη αναμενόμενη, ασύμβατη και, κατ' επέκταση, αστεία σε συγκεκριμένα περικείμενα. Έτσι, έρχονται στην επιφάνεια οι απόψεις των ομιλητών/τριών για τις '(α)κατάλληλες' συνθήκες χρήσης της εκάστοτε ποικιλίας.

Στην παρούσα μελέτη, θα υποστηρίξουμε ότι, σε αυτές τις περιπτώσεις, το χιούμορ αναπαράγει *μεταπραγματολογικά στερεότυπα* (metapragmatic stereotypes, Agha 2007) μέσω των οποίων οι ομιλητές/τριες επιχειρούν να οριοθετήσουν τη γλωσσική ποικιλότητα, περιορίζοντάς τη σε σταθερές και εύκολα αναγνωρίσιμες κατηγορίες. Στόχος της μελέτης μας είναι η ανάλυση του τρόπου αναπαράστασης της γλωσσικής ποικιλότητας σε ένα σώμα δεδομένων από *μιμίδια* (memes) τα οποία δημιουργήθηκαν και κυκλοφόρησαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με αφορμή ένα στιγμιότυπο από τον δημοφιλή τηλεοπτικό διαγωνισμό μαγειρικής *Master Chef*.

2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

2.1. Μεταπραγματολογικά στερεότυπα και γλωσσική ποικιλότητα

Τα ΜΜΕ διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην επιβολή κυρίαρχων αξιών και ιδεολογιών, καθώς και στη συγκρότηση των ατόμων και των ταυτοτήτων τους. Ειδικότερα, τα μιντιακά κείμενα (π.χ. ειδήσεις, κωμικές τηλεοπτικές σειρές, ριάλιτι σόου, διαφημίσεις) αποτελούν πεδίο διαμόρφωσης της συλλογικής μνήμης και κοινών εμπειριών, οι οποίες ενώνουν άτομα που προέρχονται από διαφορετικά περιβάλλοντα (Van den Bulck 2001: 55). Τα κείμενα αυτά έχουν τη δυνατότητα να ενσωματώνουν «το αποκλίνον με το κυρίαρχο, το παρωχημένο με το σύγχρονο, το τοπικό με το παγκόσμιο» και να διαμορφώνουν τις στάσεις του κοινού απέναντι στις έννοιες αυτές (Johnson & Ensslin 2007: 14).

Μεταξύ άλλων, τα μιντιακά κείμενα προωθούν συγκεκριμένες γλωσσικές ιδεολογίες και ταυτόχρονα επιχειρούν να επηρεάσουν τις απόψεις και τις αξιολογήσεις των ομιλητών/τριών για διάφορα γλωσσικά φαινόμενα. Οι απόψεις και οι αξιολογήσεις αυτές συνιστούν τα λεγόμενα *μεταπραγματολογικά στερεότυπα* (Agha 2007), δηλαδή τα εσωτερικευμένα πολιτισμικά μοντέλα βάσει των οποίων οι ομιλητές/τριες εκφέρουν αξιολογικές κρίσεις για το πώς λειτουργούν κάθε φορά συγκεκριμένες γλωσσικές επιλογές, προσδιορίζουν τι ανήκει και τι δεν ανήκει σε μια γλωσσική ποικιλία, πώς, τότε και πού αναμένεται να χρησιμοποιείται αυτή, ποια είναι τα προσδοκώμενα αποτελέσματα της χρήσης της κλπ. Τα εσωτερικευμένα αυτά μοντέλα μπορούμε να τα προσεγγίσουμε

αναλυτικά μέσα από τον λόγο που παράγεται από τους/τις ομιλητές/τριες υπό τη μορφή *μεταπραγματολογικών σχολίων* (metapragmatic comments), δηλαδή ως εκφράσεις ή εκφωνήματα που περιγράφουν ή/και αξιολογούν τις γλωσσικές συμπεριφορές (Culpeper & Haugh 2014: 239–240, 252–253). Τα μεταπραγματολογικά σχόλια ανήκουν στους *μεταπραγματολογικούς ενδείκτες* (metapragmatic indicators, Culpeper & Haugh 2014: 240) μαζί με άλλα κειμενικά στοιχεία όπως η δείξη, οι επισχέσεις, οι *ενδείκτες περικειμενοποίησης* (contextualization cues), οι μηχανισμοί συνοχής, οι περιγραφές της γλώσσας κλπ. (Culpeper & Haugh 2014: 239–240· Tsakona 2020: 19–27), και εμφανίζονται στον λόγο κατεξοχήν όταν οι ομιλητές/τριες εντοπίζουν κάποιο ‘λάθος’ στη συνομιλιακή διεπίδραση και επιδιώκουν να το ‘διορθώσουν’ ή να το διαχειριστούν με κάποιον τρόπο.

Στα δυτικά έθνη-κράτη, η ανάγκη κυριαρχίας μιας ενιαίας κοινής γλώσσας οδήγησε τους επίσημους θεσμικούς φορείς (μεταξύ αυτών και τα ΜΜΕ) στην διάχυση μεταπραγματολογικών στερεοτύπων που προωθούν τη γλωσσική ομοιογένεια (Van den Bulck 2001· Johnson & Milani 2010· Blommaert & Rampton 2011: 3–4· Archakis et al. 2015: 20–22· Τσάμη 2018). Αυτά τα μεταπραγματολογικά στερεότυπα αναπαράγουν την αντίληψη ότι οι γλώσσες και οι ποικιλίες θεωρούνται αυστηρά οριοθετημένα συστήματα, που χρησιμοποιούνται σε συγκεκριμένους οριοθετημένους κοινωνικούς σχηματισμούς και δεν αναμένεται να αναμειγνύονται μεταξύ τους στο ίδιο περικείμενο (Heller 2007: 11· Blommaert & Rampton 2011: 4· Jørgensen & Juffermans 2011· Busch 2012: 506–507).

Σύγχρονες κοινωνιογλωσσικές μελέτες έχουν δείξει ότι ένας βασικός μηχανισμός προώθησης και επικύρωσης τέτοιων μεταπραγματολογικών στερεοτύπων στα μιντιακά κείμενα είναι η *χρήση του χιούμορ*, το οποίο λειτουργεί ως μεταπραγματολογικό σχόλιο που αποσκοπεί στο να προτείνει (αν όχι να επιβάλει) τη ‘σωστή’ γλωσσική χρήση (Canakis 1994· Georgakopoulou 2000· Berglin 2009· Stamou 2012· Archakis et al. 2015· Τσάμη 2018).

2.2. Το χιούμορ ως μεταπραγματολογικό σχόλιο

Το χιούμορ βασίζεται στην ασυμβατότητα, δηλαδή στην παραβίαση των προσδοκιών των ομιλητών/τριών. Παράγεται όταν ένας/μία ομιλητής/τρια αξιολογεί κάτι ως απροσδόκητο σε σχέση με το εκάστοτε περικείμενο (βλ. μεταξύ άλλων Raskin 1985· Attardo 2020).

Όταν το χιούμορ αφορά μια ασυμβατότητα στη γλωσσική χρήση, τότε έχουμε *υφολογικό χιούμορ* (stylistic/register humor), το οποίο προκύπτει από τον συνδυασμό ασύμβατων υφολογικών ποικιλιών ή από τη διαφαινόμενη αδυναμία των ομιλητών/τριών να προσαρμοστούν στο εκάστοτε περικείμενο (Attardo 2020: 334–336). Για παράδειγμα, όταν σε ένα ανεπίσημο περικείμενο οι ομιλητές/τριες επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν επίσημο και υψηλού κύρους

ύφος ή όταν επιχειρούν τη μείξη ασύμβατων υφολογικών ποικιλιών, τότε είναι δυνατό η συμπεριφορά τους να εκλαμβάνεται ως αστεία και οι ίδιοι/ες να στοχοποιούνται χιουμοριστικά ως κατώτεροι/ες των συνομιλικών προσδοκιών ή, αλλιώς, ως επικοινωνιακά 'ανίκανοι/ες' (κατά Hymes 1972). Επομένως, το υφολογικό χιούμορ λειτουργεί ως ένα μέσο αξιολόγησης και κριτικής της γλωσσικής χρήσης, δηλαδή ως ένα μεταπραγματολογικό σχόλιο σχετικά με το πώς αναμένεται να χρησιμοποιείται η γλώσσα σε ένα συγκεκριμένο περιεχόμενο και ποιες ερμηνείες αναμένεται να δώσουν οι αποδέκτες/τριες των εκάστοτε γλωσσικών επιλογών (Archakis et al. 2015: 34–35· Τσάμη 2018: 78, 90–91). Για να προκύψει μάλιστα αυτού του είδους το χιούμορ, απαραίτητη προϋπόθεση είναι τόσο οι δημιουργοί όσο και οι αποδέκτες/τριές του να μοιράζονται από κοινού τα ίδια μεταπραγματολογικά στερεότυπα (Tsami 2019).

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, στόχος της δικής μας έρευνας είναι η ανάλυση μιμιδίων τα οποία στοχοποιούν χιουμοριστικά έναν διαλεκτόφωνο υποψήφιο στο *Master Chef* για τις 'ασύμβατες' γλωσσικές του επιλογές. Ειδικότερα, θα μελετήσουμε τον τρόπο με τον οποίο το χιούμορ λειτουργεί ως ένα μεταπραγματολογικό σχόλιο που υποδεικνύει ότι ο συγκεκριμένος ομιλητής προβαίνει σε μη αναμενόμενες γλωσσικές επιλογές ή αποτυγχάνει να προσαρμοστεί υφολογικά στο εκάστοτε περιεχόμενο. Έτσι, θα υποστηρίξουμε ότι το χιούμορ στα υπό μελέτη μιμίδια προϋποθέτει και ενισχύει συγκεκριμένα μεταπραγματολογικά στερεότυπα.

3. ΔΕΔΟΜΕΝΑ

Αφορμή για τη δημιουργία και την κυκλοφορία των υπό ανάλυση μιμιδίων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στάθηκε μια διεπίδραση μεταξύ ενός από τους κριτές του διαγωνισμού μαγειρικής, του Πάνου Ιωαννίδη, και ενός υποψηφίου, του Χρήστου Μπάρκα, με καταγωγή από τα Γιάννενα. Η συζήτηση έλαβε χώρα στην αρχική φάση του διαγωνισμού, όπου οι υποψήφιοι/ες καλούνται να προετοιμάσουν ένα πιάτο της επιλογής τους, χρησιμοποιώντας υλικά που έχουν επιλέξει και έχουν φέρει οι ίδιοι/ες στην κουζίνα του *Master Chef* (Master Chef 2019).

Ο Χρήστος επέλεξε να προετοιμάσει ένα παραδοσιακό γιαννιώτικο πιάτο, το οποίο περιλάμβανε βραχοπόδαρα και ντόπια άγρια χόρτα. Ωστόσο, ο υποψήφιος δεν έπλυνε επιμελώς τα χόρτα, με αποτέλεσμα ο κριτής Πάνος Ιωαννίδης, που δοκίμασε πρώτος το πιάτο του, να εντοπίσει χωμάτινα ίχνη και να υποδείξει στον υποψήφιο το λάθος του. Συγκεκριμένα, τον ρώτησε αν, όταν ο Χρήστος δοκίμασε τα χόρτα που έφτιαξε, αισθάνθηκε το κρατς που αυτά κάνουν επειδή ακόμη είχαν χώμα επάνω τους. Στο σημείο αυτό προέκυψε το πρόβλημα στη μεταξύ τους συνεννόηση.

Η λέξη *κρατς*, από τη μία, συνιστά έναν ονοματοποιητικό όρο (εν προκειμένω δηλώνει τον ήχο της μάσησης του χύματος από τα μη καλοπλυμένα χόρτα). Από την άλλη, είναι διαλεκτικός τύπος αντί του πρότυπου *κράτησες*. Στο συγκεκριμένο περικείμενο, ο τύπος *κράτησες* σημαίνει ‘δεν έβρασες επαρκώς’. Στην παραπάνω λοιπόν συζήτηση, ο κριτής προτείνει στον υποψήφιο να δοκιμάσει τα χόρτα και τον ρωτά αν ακούει τον ήχο *κρατς* μασώντας τα μη καλοπλυμένα χόρτα. Ωστόσο, ο Χρήστος θεώρησε ότι ο κριτής χρησιμοποίησε τη διάλεκτο των Ιωαννίνων και ότι τον ρώτησε μήπως δεν έχει βράσει επαρκώς τα χόρτα. Σε συνοδευτικό βίντεο, ο Χρήστος δικαιολογεί τη διαλεκτική του ερμηνεία, λέγοντας ότι στον τόπο καταγωγής του τείνουν να «κόβουν» τις λέξεις, οπότε στη θέση του πρότυπου τύπου *κράτησες* εμφανίζεται ο διαλεκτικός *κρατς*.

Αυτή η διαλεκτική ερμηνεία του Χρήστου προσλαμβάνεται ως ασύμβατη και αστεία από τον κριτή Πάνο Ιωαννίδη, ο οποίος εκείνη την ώρα γελά με πρόθεση να τον διορθώσει, και φαίνεται να εκλαμβάνεται ως ασύμβατη και από πολλούς/ές τηλεθεατές/τριες του ριάλιτι. Μετά την προβολή του επεισοδίου αυτού, η παραπάνω διεπίδραση έγινε ευρέως γνωστή και σύντομα οι χρήστες/τριες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης άρχισαν να την αναπλαισιώνουν χιουμοριστικά μέσα από μιμίδια που στοχοποιούσαν τον Χρήστο για τις ‘ακατάλληλες’ γλωσσικές του επιλογές.

Στο πλαίσιο αυτό, συλλέξαμε μιμίδια που αναφέρονταν στο συμβάν από μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter) και διαδικτυακά άρθρα. Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε από τις 21 Ιανουαρίου έως τις 7 Μαΐου 2019 (βλ. επίσης Tsakona & Tsami 2021). Τα μιμίδια ως ψηφιακό κειμενικό είδος βασίζονται στην ανάμειξη σημειωτικών πόρων και τη διακειμενικότητα και διαδίδονται μέσω του διαδικτύου με στόχο την κριτική, το χιούμορ και, κυρίως, τη διάδοση ιδεολογικών θέσεων και την πειθώ για ποικίλα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα (Denisova 2019· Wiggins 2019).

4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Για την ανάλυσή μας, αξιοποιούμε το μοντέλο της *Κειμενικής Θεωρίας του Χιούμορ* (Discourse Theory of Humor, ΚΘΧ, Tsakona 2020), το οποίο, ακολουθώντας τη *Θεωρία των Σημασιολογικών Γνωσιακών Σχημάτων* (Raskin 1985) και τη *Γενική Θεωρία για το Γλωσσικό Χιούμορ* (Attardo 2020), ορίζει το χιούμορ ως ασυμβατότητα/γνωσιακή αντίθεση (incongruity/script opposition), ως αναντιστοιχία δηλαδή ανάμεσα στο πώς είναι τα πράγματα και στο πώς θα περιμέναμε να είναι (βλ. ενότητα 3). Η ΚΘΧ, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στο κοινωνιοπολιτισμικό περικείμενο παραγωγής και πρόσληψης των χιουμοριστικών κειμένων, προτείνει τρεις *αναλυτικές εστιάσεις* (analytical foci, στο εξής ΑΕ):

1. τις *κοινωνιοπολιτισμικές προϋποθέσεις* (Sociocultural Assumptions, AE1) του χιούμορ, δηλαδή τις γνώσεις και τις πληροφορίες που ανακαλούν τα μέλη μιας κοινότητας προκειμένου να το παραγάγουν και να το ερμηνεύσουν. Αξιοποιώντας τις πληροφορίες αυτές, προσδιορίζουν τι θεωρείται στην κοινότητά τους αναμενόμενο/κανονικό και τι απροσδόκητο/αποκλίνον. Οι πληροφορίες αυτές υποδεικνύουν επίσης ποιος/α είναι υπεύθυνος/η για αυτές τις αποκλίσεις, δηλαδή ποιος/α είναι ο χιουμοριστικός στόχος. Οι κοινωνιοπολιτισμικές προϋποθέσεις αποτελούν, λοιπόν, τη βάση για να αξιολογηθούν συγκεκριμένα περιστατικά ή/και άτομα ως αποκλίνοντα σε ένα συγκεκριμένο περικείμενο.

2. το *κειμενικό είδος* (Genre, AE2), όπου εμφανίζεται χιούμορ. Το χιούμορ άλλοτε μπορεί να είναι αναπόσπαστο μέρος ορισμένων κειμενικών ειδών (π.χ. ανέκδοτα, stand-up κωμωδίες), άλλοτε να εμφανίζεται σε κειμενικά είδη όπου όμως η παρουσία του δεν είναι υποχρεωτική (π.χ. ανεπίσημες συνομιλίες, διαφημίσεις), και άλλοτε να απουσιάζει πλήρως (π.χ. από νομικά ή θρησκευτικά κείμενα). Ταυτόχρονα, το κειμενικό είδος καθορίζει τις κοινωνιοπραγματολογικές λειτουργίες του χιούμορ ή/και καθορίζεται από αυτές. Ανάλογα με το κειμενικό είδος το χιούμορ μπορεί να προσδιορίζει τα όρια μεταξύ της ενδο-ομάδας και της εξω-ομάδας, να ενισχύει την οικειότητα, να ασκεί κριτική, να μετριάζει την επιθετικότητα ή την απειλή στο πρόσωπο κάποιου/ας, να στοχοποιεί τον/την Άλλον/η, να οικοδομεί έμφυλες, εθνοτικές, πολιτικές ή άλλες ταυτότητες κλπ.

3. το *κείμενο* (Text, AE3), το οποίο περιλαμβάνει τις σημειωτικές (γλωσσικές και μη) επιλογές που σχετίζονται με το χιούμορ, δηλαδή τα χιουμοριστικά εκφωνήματα και τα οπτικά, μουσικά και ακουστικά στοιχεία που παράγουν χιούμορ ή χρησιμοποιούνται ως ενδείκτες περικειμενοποίησης. Εδώ μελετώνται επίσης οι ποικίλες αντιδράσεις των αποδεκτών/τριών του κειμένου.

Στη δική μας έρευνα υιοθετούμε μία από κάτω προς τα πάνω προσέγγιση, ξεκινώντας από τη μελέτη των σημειωτικών στοιχείων των μιμίδιών (AE3) και καταλήγοντας μέσω του κειμενικού είδους (AE2) στη μελέτη των κοινωνιοπολιτισμικών προϋποθέσεων του χιούμορ (AE1). Συγκεκριμένα:

- *AE3/Κείμενο*: Μελετάμε τους σημειωτικούς πόρους που αξιοποιούνται για τη χιουμοριστική αναπαράσταση του διαλεκτόφωνου διαγωνιζόμενου στα υπό ανάλυση μιμίδια. Μέσα από τους πόρους αυτούς, ο διαγωνιζόμενος και, κατ' επέκταση, οι διαλεκτόφωνοι/ες ομιλητές/τριες προβάλλονται ως άτομα που προβαίνουν σε ασύμβατες γλωσσικές επιλογές ή αποτυγχάνουν να χρησιμοποιήσουν την πρότυπη ποικιλία και να προσαρμοστούν στο εκάστοτε περικείμενο.

- *AE2/Κειμενικό Είδος*: Εξετάζουμε τις κοινωνιοπραγματολογικές λειτουργίες του χιούμορ στα υπό ανάλυση μιμίδια. Στόχος είναι να δείξουμε ότι σε αυτά το χιούμορ λειτουργεί ως μέσο άσκησης κριτικής για τη χρήση των

διαλέκτων σε δημόσια και επίσημα επικοινωνιακά περιβάλλοντα και ως μέσο στοχοποίησης των διαλεκτόφωνων.

● *ΑΕ1/Κοινωνιοπολιτισμικές Προϋποθέσεις*: Για να ασκήσει κάποιος/α κριτική στη κοινωνιογλωσσική συμπεριφορά ενός ατόμου και να τη χαρακτηρίσει μη αναμενόμενη βασίζεται σε συγκεκριμένες κοινωνιοπολιτισμικές προϋποθέσεις σχετικά με το ποια συμπεριφορά είναι κατάλληλη και αποδεκτή. Οπότε εδώ μελετάμε τα μεταπραγματολογικά στερεότυπα που ανακαλούνται κατά την παραγωγή και πρόσληψη των υπό ανάλυση μιμίδιων, δηλαδή τις ιδεολογικές παραδοχές που αφορούν τη γλωσσική χρήση και αξιοποιούνται για την επεξεργασία του χιούμορ.

5. ΑΝΑΛΥΣΗ

Με βάση τη σημειωτική ανάλυση (ΑΕ3), διακρίναμε δύο κατηγορίες μιμίδιων στα δεδομένα μας: όσα ανακατασκευάζουν την αρχική σκηνή από τον διαγωνισμό (ενότητα 5.1), και όσα φαίνεται να διευρύνουν τη χρήση της γιαννιώτικης διαλέκτου και πέρα από τον διαγωνισμό (ενότητα 5.2). Και στις δύο περιπτώσεις παράγεται υφολογικό χιούμορ, καθώς αναμειγνύονται ασύμβατες υφολογικές ποικιλίες ή/και χρησιμοποιούνται σε ‘ακατάλληλα’ περιεχόμενα.

5.1. Η χιουμοριστική ανακατασκευή της σκηνής από τον διαγωνισμό

Τα περισσότερα από τα μιμίδια που συλλέξαμε (96 από τα 107· 89,7%) αποτελούνται από ένα στιγμιότυπο από το βίντεο της συζήτησης του Χρήστου Μπάρκα με τον Πάνο Ιωαννίδη, στο οποίο προστίθενται φανταστικές συνομιλίες μεταξύ των δύο. Στις διεπιδράσεις αυτές ο Χρήστος προβάλλεται να χρησιμοποιεί κατεξοχήν τη γιαννιώτικη διάλεκτο και να ερμηνεύει ό,τι ακούει ως διαλεκτικές γλωσσικές επιλογές. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα [1]:



Παράδειγμα 1

Στο παράδειγμα [1], ο κριτής εμφανίζεται να ρωτά για αυτό που έχει ετοιμάσει ο Χρήστος χρησιμοποιώντας την πρότυπη ποικιλία (κριτσίνι). Ωστόσο, ο Χρήστος προβάλλεται να θεωρεί ότι ο κριτής χρησιμοποιεί τη γιαννιώτικη διάλεκτο (*Κρητς είνι· στην πρότυπη [της] Κρήτης είναι;*) και να απαντά αντίστοιχα. Η χρήση της διαλέκτου κατασκευάζεται ως ασύμβατη στο συγκεκριμένο περικείμενο και, επομένως, ως χιουμοριστική.

Στο παράδειγμα [2], ο Χρήστος προβάλλεται ως μη εξοικειωμένος με τη γαστρονομική λειτουργική ποικιλία:



Παράδειγμα 2

Ο Χρήστος αναπαρίσταται να ερμηνεύει ως διαλεκτικό τον δάνειο μαγειρικό όρο *μπεν μαρι*: ερμηνεύοντάς τον ως *μπαιν(ς) μαρί* (στην πρότυπη *μπαίνεις μωρέ;*), καταλήγει να δίνει μια άσχετη απάντηση στον κριτή. Εδώ, η χιουμοριστική αναπαράσταση του Χρήστου υποτιμά τις μαγειρικές του γνώσεις, άρα αμφισβητείται η ικανότητα συμμετοχής του στον διαγωνισμό μαγειρικής.

Στο παράδειγμα [3], ο κριτής εμφανίζεται να χρησιμοποιεί εναλλαγή κώδικα στα αγγλικά, αλλά ο Χρήστος ερμηνεύει και το συγκεκριμένο εκφώνημα ως διαλεκτικό, απαντώντας αντίστοιχα:



Παράδειγμα 3

Συγκεκριμένα, ο Χρήστος προβάλλεται ως μη εξοικειωμένος με αγγλικές λέξεις και εκφράσεις, μολονότι στο ελληνικό πλαίσιο η αγγλική θεωρείται γλώσσα κύρους και απαραίτητο εφόδιο για την κοινωνική εξέλιξη των ομιλητών/τριών. Ερμηνεύοντας το *too much* ως *του ματς* (στην πρότυπη *το μάτι σου*) αναπαρίσταται ξανά ως ανεπαρκής ομιλητής και ενδεχομένως ως μη ικανός υποψήφιος για τον διαγωνισμό. Σε αυτή την αναπαράσταση συμβάλλει και το γεγονός ότι δίνει την απάντησή του στη γιαννιώτικη διάλεκτο.

Τέλος, στους φανταστικούς διαλόγους μεταξύ του Πάνου Ιωαννίδη και του Χρήστου, ο τελευταίος εμφανίζεται να μην μπορεί να αναγνωρίσει την εμπορική ονομασία δημοφιλών προϊόντων, προσλαμβάνοντάς τα και αυτά ως διαλεκτικά εκφωνήματα:



Παράδειγμα 4

Στο παράδειγμα [4], ερμηνεύοντας την εμπορική ονομασία *KitKat* ως *κοιτ κατ* (στην πρότυπη *κοίτα κάτω*), ο Χρήστος φαίνεται πάλι να θεωρεί ότι ο κριτής χρησιμοποιεί τη γιαννιώτικη διάλεκτο.

Συνοψίζοντας, όσον αφορά την ΑΕ3/Κείμενο, η γλωσσική συμπεριφορά του Χρήστου προβάλλεται ως μη αναμενόμενη και στιγματίζεται χιουμοριστικά μέσα από τη συνύπαρξη διάφορων σημειωτικών πόρων: από τη μία, εμφανίζεται η χαμηλού κύρους γιαννιώτικη διάλεκτος και, από την άλλη, εμφανίζονται υψηλού κύρους ποικιλίες, όπως η πρότυπη ποικιλία (παράδειγμα 1), η γαστρονομική λειτουργική ποικιλία (παράδειγμα 2),³ τα αγγλικά (παράδειγμα 3), τα γαλλικά (παράδειγμα 2) και δημοφιλείς εμπορικές ονομασίες (παράδειγμα 4). Στα δεδομένα μας, τα εκφωνήματα της πρότυπης ποικιλίας και των εξειδικευμένων λειτουργικών ποικιλιών εμπλουτίζονται συχνά και από εικόνες, οι οποίες βοηθούν το κοινό να δώσει την κατάλληλη ερμηνεία (βλ. παράδειγμα 4). Μέσα από τους συνδυασμούς των παραπάνω σημειωτικών πόρων προκύπτουν οι εξής γνωσιακές αντιθέσεις που είναι υπεύθυνες για την παραγωγή χιούμορ:

³ Για τη γαστρονομική ποικιλία ως ποικιλία κύρους, βλ. Παναρέτου (2002).

1. Ο κριτής δεν μιλά/μιλά τη γιαννιώτικη διάλεκτο.
2. Ο Χρήστος καταλαβαίνει την πρότυπη ποικιλία, τη γαστρονομική λειτουργική ποικιλία, τα αγγλικά, τα γαλλικά και δημοφιλείς εμπορικές ονομασίες/προσλαμβάνει την πρότυπη ποικιλία, τη γαστρονομική λειτουργική ποικιλία, τα αγγλικά, τα γαλλικά και δημοφιλείς εμπορικές ονομασίες ως διαλεκτικά γλωσσικά στοιχεία.
3. Η γιαννιώτικη διάλεκτος δεν εμφανίζεται σε έναν δημοφιλή τηλεοπτικό διαγωνισμό μαγειρικής/Ο Χρήστος πιστεύει ότι η γιαννιώτικη διάλεκτος μπορεί να εμφανίζεται σε έναν δημοφιλή τηλεοπτικό διαγωνισμό μαγειρικής.

Όσον αφορά την ΑΕ2/Κειμενικό Είδος, τα υπό εξέταση μιμίδια αναπαριστούν τον Χρήστο και, κατ' επέκταση, τους/τις διαλεκτόφωνους/ες ως μη ικανούς/ές συμμετέχοντες/ουσες σε τέτοιου είδους τηλεοπτικούς διαγωνισμούς, επειδή δυσκολεύονται να κατανοήσουν πρότυπες και υψηλού κύρους ποικιλίες και θεωρούν ότι μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις διαλεκτικές τους ποικιλίες σε δημόσια και επίσημα περιεχόμενα. Υπό αυτή την έννοια, το χιούμορ λειτουργεί ως ένα μέσο στιγματισμού των διαλέκτων και των διαλεκτόφωνων και έμμεσης ενίσχυσης της πρότυπης ποικιλίας.

Σχετικά με την ΑΕ1/Κοινωνιοπολιτισμικές Προϋποθέσεις, στα παραδείγματα [1]-[4], το χιούμορ προκύπτει από και αναπαράγει τα εξής μεταπραγματολογικά στερεότυπα:

1. Η γιαννιώτικη διάλεκτος (όπως και άλλες διάλεκτοι) δεν αναμένεται να χρησιμοποιείται σε επίσημα και δημόσια περιεχόμενα, στα οποία θεωρείται κυρίαρχη η πρότυπη ελληνική ή άλλες εξειδικευμένες λειτουργικές ποικιλίες (εν προκειμένω, η γαστρονομική).
2. Σε επίσημα περιεχόμενα, ο/η διαλεκτόφωνος/η αναμένεται να χρησιμοποιεί την πρότυπη ποικιλία, εξειδικευμένες λειτουργικές ποικιλίες και υψηλού κύρους γλώσσες. Αν σε αυτά τα περιεχόμενα οι διάλεκτοι είναι οι μόνοι διαθέσιμοι γλωσσικοί πόροι, οι διαλεκτόφωνοι δεν θεωρούνται επικοινωνιακά 'ικανοί/ές' (κατά Hymes 1972, βλ. ενότητα 3).
3. Η αποκλειστική χρήση της διαλέκτου μπορεί να πλήξει τη δημόσια εικόνα των ομιλητών/τριών, οι οποίοι/ες πιθανόν να θεωρηθούν ως ακατάλληλοι/ες να συμμετέχουν σε επίσημα και υψηλού κύρους περιεχόμενα.

5.2. Επεκτείνοντας τη χρήση της διαλέκτου

Σε 11 μιμίδια (10,2%), η χρήση της διαλέκτου φαίνεται να επεκτείνεται σε άλλα μη αναμενόμενα περιεχόμενα πέρα από τον διαγωνισμό μαγειρικής. Χαρακτηριστικά είναι τα ακόλουθα παραδείγματα:



Παράδειγμα 5

Στο παράδειγμα [5], το χιούμορ προκύπτει από το γεγονός ότι ο Χρήστος χρησιμοποιεί τη γιαννιώτικη διάλεκτο για να κάνει κράτηση σε ένα εστιατόριο. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιεί τον διαλεκτικό τύπο *κράτης* έναντι του πρότυπου *κράτηση*. Αυτός ο τύπος παρουσιάζει ομοιότητα και διακειμενική σχέση με τον επίσης διαλεκτικό τύπο *κράτς* (αντί του πρότυπου *κράτησες* 'δεν έβρασες επαρκώς') που χρησιμοποίησε ο Χρήστος στην πραγματική διεπίδραση με τον κριτή (βλ. ενότητα 4).

Το παράδειγμα [6] αξιοποιεί τη μετωνυμική σύνδεση της λέξης *κράτς* με τον Χρήστο: μετά το αρχικό συμβάν στον διαγωνισμό, το κοινό χρησιμοποιούσε συχνά τη λέξη αυτή για να αναφερθεί στον συγκεκριμένο υποψήφιο.



Παράδειγμα 6

Εδώ μια διαφήμιση τυχερού παιχνιδιού αξιοποιείται με στόχο να δημιουργήσει ένα λογοπαίγνιο μεταξύ της εμπορικής ονομασίας *Σκρατς* και της διαλεκτικής λέξης *κρατς* που έχει μετωνυμικά συνδεθεί με τον Χρήστο. Η χρήση της διαλέκτου φαίνεται να ξεπερνά τα όρια της περιοχής των Ιωαννίνων, καθώς συνδέεται με εμπορική ονομασία ευρύτερα γνωστή στον ελληνικό χώρο.

Η χρήση της διαλέκτου διευρύνεται ακόμη περισσότερο στο παράδειγμα [7]:



Παράδειγμα 7

Το παράδειγμα [7] βασίζεται στον πίνακα ζωγραφικής του Sir Anthony Van Dyck *Τριπλή προσωπογραφία του Καρόλου Α΄*. Το ελληνικό κοινό, ακόμα και αν δεν αναγνωρίζει τον άγγλο βασιλιά, αναγνωρίζει ότι ένα/τρία άτομο/α της τάξης των ευγενών που έζησε/αν αιώνες πριν σε κάποια ευρωπαϊκή χώρα εμφανίζεται/ονται εδώ να χρησιμοποιεί/ούν τη γιαννιώτικη διάλεκτο. Μεταξύ άλλων διαλεκτικών εκφράσεων, στο παράδειγμα αυτό παρατηρούμε τη διπλή εμφάνιση του τύπου *κρατς* 'κράτηση'. Το χιούμορ εδώ προκύπτει από το γεγονός ότι η χρήση της γιαννιώτικης διαλέκτου είναι ασύμβατη εκτός Ελλάδας από ευγενείς που έζησαν σε αρκετά παλιότερες εποχές.

Συνοψίζοντας, με βάση την ΑΕ3/Κείμενο, διαπιστώνουμε τη συνύπαρξη της γιαννιώτικης διαλέκτου με την πρότυπη ποικιλία και γνωστές εμπορικές ονομασίες. Η βασική διαφοροποίηση που εντοπίζουμε εδώ σε σχέση με τα παραδείγματα της ενότητας 5.1 έγκειται στους οπτικούς πόρους: οι δημιουργοί των μιμιδίων, για να πετύχουν το χιουμοριστικό αποτέλεσμα, δεν αξιοποιούν το γνωστό στιγματότυπο από τον διαγωνισμό, αλλά αξιοποιούν φωτογραφίες (παράδειγμα 5), διαφημίσεις (παράδειγμα 6), πίνακες ζωγραφικής (παράδειγμα 7) κλπ. Αυτά τα οπτικά μέσα παράγουν χιούμορ μέσα από τη χρήση της διαλέκτου πέρα από τα 'κατάλληλα' χρονικά και γεωγραφικά της όρια. Θα λέγαμε λοιπόν ότι τα παραπάνω παραδείγματα βασίζονται στην ακόλουθη γνωσιακή αντίθεση:

- Η διάλεκτος των Ιωαννίνων χρησιμοποιείται από τους/τις ντόπιους/ες στο τοπικό πλαίσιο της περιοχής εκείνης/πέρα από τις τοπικές επικοινωνιακές περιστάσεις και από άτομα που δεν κατάγονται ή δεν ζουν στη συγκεκριμένη περιοχή.

Όσον αφορά την ΑΕ2/Κειμενικό Είδος, στα συγκεκριμένα μιμίδια, το χιούμορ στοχοποιεί τη χρήση διαλεκτικών στοιχείων πέρα από τα διαλεκτικά 'όρια', καθώς και όσους/ες επιχειρούν τέτοιου είδους χρήσεις (π.χ. Χρήστος, βασιλιάς Κάρολος Α΄ ή αυτοί/ές που έδωσαν το εμπορικό όνομα στο τυχερό παιχνίδι).

Σχετικά με την ΑΕ3/Κοινωνιοπολιτισμικές Προϋποθέσεις, το μεταπραγματολογικό στερεότυπο που προϋποτίθεται και αναπαράγεται στα μιμίδια είναι ότι η διάλεκτος πρέπει να περιορίζεται στο χρονικό και γεωγραφικό πλαίσιο της 'αυθεντικής' της χρήσης.

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα μελέτη διερευνήσαμε πώς ένα τηλεοπτικό περιστατικό αποτέλεσε την αφορμή για την παραγωγή και την ευρεία κυκλοφορία μιας σειράς χιουμοριστικών μιμιδίων. Διαπιστώσαμε ότι το υφολογικό χιούμορ των μιμιδίων αυτών, που βασίζεται στην ανάμειξη ποικιλιών και στη χρήση τους σε ασύμβατα περιεχόμενα, λειτουργεί ως ένα μεταπραγματολογικό σχόλιο για τη γλωσσική ποικιλότητα. Μέσα από το χιούμορ, στοχοποιείται η χρήση των διαλέκτων σε δημόσια και επίσημα περιεχόμενα, καθώς αναμένεται (ή/και συνίσταται) σε αυτά η χρήση της πρότυπης ποικιλίας, εξειδικευμένων λειτουργικών ποικιλιών ή άλλων γλωσσών με υψηλό κύρος (αγγλικά, γαλλικά). Παράλληλα, οι διαλεκτόφωνοι/ες ομιλητές/τριες γελοιοποιούνται αναπαριστώμενοι/ες ως ανίκανοι/ες να χρησιμοποιήσουν ή να κατανοήσουν την πρότυπη ποικιλία, τη γαστρονομική λειτουργική ποικιλία, τα αγγλικά, τα γαλλικά ή να αναγνωρίσουν δημοφιλείς εμπορικές ονομασίες. Με αυτόν τον τρόπο, τόσο η διάλεκτος όσο και οι διαλεκτόφωνοι/ες αναπαρίστανται ως περιορισμένοι/ες σε συγκεκριμένα γεωγραφικά, κοινωνικά και επικοινωνιακά πλαίσια. Ειδικά οι τελευταίοι/ες παρουσιάζονται ως ανίκανοι/ες να προσαρμοστούν σε επίσημα περιεχόμενα, όπως σε έναν διαγωνισμό μαγειρικής υψηλού κύρους.

Αυτού του είδους το χιούμορ βασίζεται σε ήδη υπάρχοντα μεταπραγματολογικά στερεότυπα που υποτιμούν τις μη πρότυπες ποικιλίες και τις περιορίζουν τοπικά και χρονικά (βλ. επίσης Papazachariou et al. 2018· Tsami 2019), προωθώντας παράλληλα τη γλωσσική ομοιογένεια και την κυριαρχία μιας πρότυπης και ουσιαστικά ανύπαρκτης γλωσσικής ποικιλίας. Η κυκλοφορία και η απήχηση αυτών των χιουμοριστικών κειμένων αναδεικνύουν την εκτεταμένη διάδοση των μεταπραγματολογικών στερεοτύπων μεταξύ των ομιλητών/τριών,

είτε είναι δημιουργοί είτε αποδέκτες/τριες των κειμένων αυτών. Η ανάλυση του υφολογικού χιούμορ σε τέτοιου είδους κείμενα θεωρούμε ότι μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη του κριτικού γραμματισμού των ατόμων, ώστε να συνειδητοποιήσουν τα εσωτερικευμένα μεταπραγματολογικά στερεότυπα που κατευθύνουν τις απόψεις και τις αξιολογήσεις τους για τη γλωσσική ποικιλότητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Agha 2007: A. Agha, *Language and Social Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Arampatzis 2012: C. Arampatzis, Dialects at the service of humor within the American sitcom: a challenge for the dubbing translator. In J. Chovanec & I. Ermida (eds.), *Language and Humor in the Media* (pp. 67–82). Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Archakis et al. 2015: A. Archakis, S. Lampropoulou, V. Tsakona, V. Tsami, Style and humor in Greek mass culture texts. In D. Brzozowska & W. Chlopicki (eds.), *Culture's Software: Communication Styles* (pp. 16–38). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Attardo 2020: S. Attardo, *The Linguistics of Humor: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Berglin 2009: I. T. Berglin, "Really? You're gonna say 'tunes'?": the functions of register clashes in the television drama series *Gilmore Girls*. Mälardalen University [Online], [<http://mdh.diva-portal.org/smash/get/diva2:345243/FULLTEXT01.pdf>].
- Blommaert & Rampton 2011: J. Blommaert, B. Rampton, Language and superdiversity. *Diversities*, 13(2), 1–20.
- Busch 2012: B. Busch, The linguistic repertoire revisited. *Applied Linguistics*, 33(5), 503–523.
- Canakis 1994: C. Canakis, Diglossia as an agent of humor in the writings of Elena Akrita. *Journal of Modern Greek Studies*, 12(2), 221–237.
- Culpeper 2011: J. Culpeper, *Impoliteness: Using Language to Cause Offence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Culpeper & Haugh 2014: J. Culpeper, M. Haugh, *Pragmatics and the English Language*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Denisova 2019: A. Denisova, *Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts*. New York: Routledge.
- Georgakopoulou 2000: A. Georgakopoulou, On the sociolinguistics of popular films: funny characters, funny voices. *Journal of Modern Greek Studies*, 18(1), 119–133.

- Heller 2007: M. Heller, Bilingualism as ideology and practice. In M. Heller (eds.), *Bilingualism: A Social Approach* (pp. 119–133). Basingstoke: Palgrave.
- Hymes 1972: D. H. Hymes, On communicative competence. In B. J. Pride & J. Holmes (eds.), *Sociolinguistics: Selected Readings* (pp. 269–293). Harmondsworth: Penguin.
- Johnson & Ensslin 2007: S. Johnson, A. Ensslin, Language in the media: theory and practice. In S. Johnson & A. Ensslin (eds.), *Language in the Media: Representations, Identities, Ideologies* (pp. 3–22). London: Continuum.
- Johnson & Milani 2010: S. Johnson, T. Milani (eds.), *Language Ideologies and Media Discourse: Texts, Practices, Politics*. London: Continuum.
- Jørgensen & Juffermans 2011: N. Jørgensen, K. Juffermans, Superdiversity [Online], [<https://www.academia.edu/1808420/Superdiversity>].
- Master Chef 2019: Master Chef, Επεισόδιο 1–Χρήστος–Audition Θεσσαλονίκη [Online], [<https://www.youtube.com/watch?v=PFFwurjN16U>].
- Παναρέτου 2022: Ε. Παναρέτου, Ο σύγχρονος γαστρονομικός λόγος. *Γλωσσολογία*, 14, 117–135.
- Papazachariou et al. 2018: D. Papazachariou, A. Fterniati, A. Archakis, V. Tsami, Metapragmatic stereotypes about geographical diversity in Greece: evidence from elementary school pupils' responses to mass culture texts. *Journal of Greek Linguistics*, 18(1), 124–154.
- Raskin 1985: V. Raskin, *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht: D. Reidel.
- Stamou 2012: A. G. Stamou, Representations of linguistic variation in children's books: register stylization as a resource for (critical) language awareness. *Language Awareness*, 21(4), 313–329.
- Tsakona 2020: V. Tsakona, *Recontextualizing Humor: Rethinking the Analysis and Teaching of Humor*. Boston: De Gruyter Mouton.
- Tsakona & Tsami 2021: V. Tsakona, V. Tsami, "Did you hear the crunch sound?": humor and metapragmatic stereotypes in the Greek *Master Chef* contest. *Journal of Pragmatics*, 172, 197–214.
- Τσάμη 2018: Β. Τσάμη, *Κείμενα μαζικής κουλτούρας και γλωσσική ποικιλότητα: Κριτική ανάλυση και ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού* [Διδακτορική Διατριβή]. Πάτρα: Πανεπιστήμιο Πατρών.
- Tsami 2019: V. Tsami, Metapragmatic stereotypes and humor: interpreting and perceiving linguistic homogeneity in mass culture texts. *European Journal of Humour Research*, 7(4), 68–85.
- Van den Bulck 2001: H. Van den Bulck, Public service television and national identity as a project of modernity: the example of Flemish television. *Media, Culture and Society*, 23(1), 53–69.
- Wiggins 2019: E. B. Wiggins, *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. New York: Routledge.

Villy Tsakona
National and Kapodistrian University of Athens
Department of Early Childhood Education

Vasia Tsami
University of Crete
Department of Primary Education

**METAPRAGMATIC STEREOTYPES AND THE HUMOROUS REPRESENTATION OF
LANGUAGE VARIATION: THE CASE OF *MASTER CHEF GREECE***

Summary

In this study, we investigate humor as a metapragmatic comment on language variation in a cycle of humorous memes created about a scene from the TV contest *Master Chef Greece*. More specifically, using the *Discourse Theory of Humor* (Tsakona 2020), we intent to bring to the surface the metapragmatic stereotypes reproduced about dialects and their speakers in these memes. Our analysis shows that humor stigmatizes the use of dialects in public and formal contexts, and their speakers as incapable of using standard Greek and other prestigious varieties. Humor also represents dialects and their speakers as limited to certain geographical, social, and communicative contexts. Moreover, these speakers are portrayed as incapable of adjusting themselves to formal contexts such as a prestigious culinary contest.

Keywords: Metapragmatic stereotypes, Language variation, Humor, Memes, Discourse Theory of Humor