DEMOCRITUS UNIVERSITY of THRACE

# selected papers of the 10th International Conference of Greek Linguistics

**Edited by**

Zoe Gavriilidou
Angeliki Efthymiou
Evangelia Thomadaki
Penelope Kambakis-Vougiouklis



Komotini 2012

**Οργανωτική Επιτροπή Συνεδρίου**
**Organizing Committee**

Zoe Gavriilidou
Angeliki Efthymiou
Evangelia Thomadaki
Penelope Kambakis-Vougiouklis

**Γραμματειακή Υποστήριξη**
**Secretarial Support**

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

**ISBN** 978-960-99486-7-8

**Τυπογραφική επιμέλεια**

Νίκος Μαθιουδάκης
Ελένη Παπαδοπούλου
Ελίνα Χατζηπαπά

**Σχεδιασμός εξώφυλλου**

Νίκος Μαθιουδάκης

**Copyright © 2012**
Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης
Democritus University of Thrace

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

Διεθνές Συνέδριο Ελληνικής Γλωσσολογίας
International Conference of Greek Linguistics
www.icgl.gr

# *«ΚΑΙ ΟΙ ΤΟΙΧΟΙ ΕΧΟΥΝ...ΜΙΛΙΑ»*: ΚΟΙΝΩΝΙΟΓΛΩΣΣΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΧΙΟΥΜΟΡ ΣΤΟΝ ΓΡΑΠΤΟ, ΑΝΩΝΥΜΟ ΣΥΝΘΗΜΑΤΙΚΟ ΛΟΓΟ

**Μαρία Καμηλάκη**
Δρ Γλωσσολογίας
Πανεπιστημίου Αθηνών
mariakamilaki@yahoo.gr

## ABSTRACT

*Mural slogans, a highly spatialized sub-genre of political discourse, that allows anonymous, active subjects to air their voice, systematically exploit verbal humour. Based on a corpus of 286 slogans written on walls and other public surfaces, the present study analyses, in terms of humour theory, the linguistic strategies employed in them and explores their contribution to identity construction, suggesting that humorous mural slogans form a revolutionary antilanguage that challenges hegemonic discourse.*

**Λέξεις κλειδιά:** χωρικοποίηση, γλωσσικό χιούμορ, γνωστική αντίθεση, ασυμβατότητα, ταυτότητα, στόχος, αντιγλώσσα

## 1. Εισαγωγή

Ο γραπτός, ανώνυμος συνθηματικός λόγος, σύγχρονη εκδοχή μιας πανάρχαιας και οικουμενικής πρακτικής, αξιοποιεί τους κοινωνιογλωσσικούς πόρους της γλωσσικής κοινότητας, προκειμένου να σχολιάσει τα εκάστοτε κοινωνικοπολιτικά δρώμενα, να νοηματοδοτήσει ιδεολογίες ή απλώς να «αιχμαλωτίσει» στον χρόνο προσωπικές σκέψεις και συναισθήματα. Το σύνθημα - ως συμπυκνωμένη και δραστική μορφή δημόσιας επικοινωνίας, που αποτυπώνεται σε τοίχους, κολώνες, θύρες, με σπρέι, μαρκαδόρο ή μπογιά - περιλαμβάνει στη θεματολογία του από ερωτικές εξομολογήσεις και οπαδικά μηνύματα, μέχρι πολιτικά μανιφέστα και φιλοσοφικές ενατενίσεις, σκιαγραφώντας τις σχέσεις που αναπτύσσουν τα δρώντα υποκείμενα με το κοινωνικό τους περιβάλλον και δημιουργώντας ατομικές και συλλογικές μνήμες (Ψύλλα 2009).

Τα αναγραφόμενα συνθήματα βρίσκονται σε άμεση αλληλεπίδραση με τον ιδιαίτερο «χώρο» παραγωγής τους, το σύγχρονο αστικό περιβάλλον, σε τέτοιο βαθμό, μάλιστα, ώστε η συγκεκριμένη πρακτική να αποκτά λειτουργικότητα μόνο εντός του πλαισιού αναγραφής της. Αυτή η *χωρικοποίηση* (*spatialisation*) του γραπτού συνθηματικού λόγου, όπως και των συγγενών ειδών του graffiti και του street art, «διαταράσσει» και αναμορφώνει τα «ουδέτερα» αστικά κοινωνικά δίκτυα, τα οποία στηρίζονται «σε τέτοιο βαθμό στην αδιαφορία, όσο και στη διαφορά» (Wark 1997: 18).

Επομένως, η ίδια η γένεση του συνθήματος είναι σύμφυτη με τη μετατροπή του *τόπου* σε δημόσιο *χώρο*, μέσω της δράσης ενός συλλογικά αυτοπροσδιοριζόμενου υποκειμένου, που αφήνει το ίχνος του εαυτού του στο «άχρωμο» αστικό τοπίο, επιδιώκοντας τη διαφοροποίηση και τη διάκριση (Sennett 1990: 41). Υπό αυτή την έννοια, λοιπόν, το σύνθημα ως επικοινωνιακή δράση ανήκει στην ευρύτερη κατηγορία του πολιτικού λόγου[1].

Ένα από τα βασικά «όπλα» που επιστρατεύει ο γραπτός συνθηματικός λόγος, για να πετύχει τους στόχους του, ρητούς ή υπόρρητους, είναι το γλωσσικό χιούμορ: ευφυείς, περιπαικτικές, πικρόχολες, ειρωνικές ή και υβριστικές χιουμοριστικές ατάκες «κοσμούν» κάθε είδους διαθέσιμη επιφάνεια, μετατρέποντας την πόλη σε ένα απέραντο σημειωματάριο.

[1] Ως «πολιτικά» ορίζουμε τα κείμενα που αποσκοπούν στην επίτευξη πολιτικών στόχων μέσω του χειρισμού των γλωσσικών μέσων (Φραντζή και Γεωργαλίδου 2009: 1249). Πβ. Obeng 2000: 362, ο οποίος εντάσσει την πρακτική του graffiti στον πολιτικό λόγο.

In Z. Gavriilidou, A. Efthymiou, E. Thomadaki & P. Kambakis-Vougiouklis (eds), 2012,
*Selected papers of the 10th ICGL*, pp. 827-838. Komotini/Greece: Democritus University of Thrace.

## 2. Σκοπός-Μέθοδος

Σκοπός της συγκεκριμένης ανακοίνωσης είναι η ανάλυση δεδομένων από τον γραπτό συνθηματικό λόγο στο πλαίσιο της *Γενικής Θεωρίας για το Γλωσσικό Χιούμορ* των Attardo και Raskin (1991· πβ. Attardo 1994, 2001), σύμφωνα με την οποία το χιούμορ στηρίζεται στην *ασυμβατότητα* (*incongruity*), δηλαδή τη *γνωστική αντίθεση* (*script opposition*) ανάμεσα σε δύο *σενάρια/γνωστικά σχήματα*, τα οποία, ενώ φαίνονται διαφορετικά και ετερόκλητα, μέσα στο κείμενο συνδυάζονται, προκαλώντας την έκπληξη και την ανατροπή των προσδοκιών του αποδέκτη. Με άλλα λόγια, ο συντάκτης του εκάστοτε χιουμοριστικού κειμένου «εντοπίζει γύρω του/της ένα συμβάν το οποίο ο/η ίδιος/-α κρίνει ως ασύμβατο, ότι δηλαδή αντιβαίνει στα αναμενόμενα και σε ό,τι θα έπρεπε 'κανονικά' να συμβαίνει, και στη συνέχεια ο/η ίδιος/α *επιλέγει* να το κωδικοποιήσει έτσι ώστε να φέρει στην επιφάνεια την ασυμβατότητα αυτή» (Τσάκωνα 2009: 1188).

Ειδικότερα, θα επιχειρηθεί η διπλή, υφολογική και κοινωνιογλωσσολογική, προσέγγιση των χιουμοριστικών συνθημάτων, προκειμένου να διερευνηθεί: 1) με ποιες γλωσσικές - ή/και ευρύτερα γνωστικές - στρατηγικές διατυπώνεται σε αυτά το γλωσσικό χιούμορ και 2) με δεδομένο ότι «κάθε λέξη αποτελεί ένταξη στα κοινωνικά δίκτυα, στα οποία ανήκουν αυτές οι λέξεις» (Gergen 1994: 22), πώς οι γλωσσικές τους επιλογές συμβάλλουν στη διαδικασία οικοδόμησης κοινωνικών ταυτοτήτων.

Το κειμενικό σώμα που θα αναλύσουμε αποτελείται από 286 χιουμοριστικά συνθήματα, που καταγράψαμε με επιτόπια έρευνα στο κέντρο της Αθήνας, αλλά και αναζήτηση σε διαδικτυακές πηγές[2], τα οποία επελέγησαν από ένα ευρύτερο corpus 440 συνθημάτων, τόσο χιουμοριστικών, όσο και μη - επομένως, τα χιουμοριστικά συνθήματα καλύπτουν το 65% του συνολικού σώματος κειμένων.

## 3. Ανάλυση δεδομένων

Κατά την επεξεργασία των δεδομένων του corpus, κάθε σύνθημα αντιμετωπίστηκε ως αυτοτελής *χιουμοριστική φράση* (*jab line*, Attardo 2001: 89), η οποία περιλαμβάνει λέξεις, φράσεις ή προτάσεις που θεωρούνται ασύμβατες με το περιεχόμενο ή/και το επίπεδο ύφους του κειμένου, παραβιάζοντας τις προσδοκίες του αναγνώστη.

Τα παρατιθέμενα στη συνέχεια συνθήματα εμφανίζονται στη μορφή που εντοπίστηκαν, με διατήρηση των όποιων ορθογραφικών[3] ή γραμματικοσυντακτικών αποκλίσεων, των σημείων στίξεως, της μικρογράμματης ή κεφαλαιογράμματης γραμματοσειράς κ.ο.κ. Η χρήση του συμβόλου «/» δηλώνει την αλλαγή σειράς στο πρωτότυπο σύνθημα.

### 3.1 Στρατηγικές εκφοράς του χιουμοριστικού συνθηματικού λόγου

Από την ανάλυση του σχετικού υλικού προέκυψε μια σειρά από στρατηγικές πρόκλησης του γλωσσικού χιούμορ, οι οποίες αξιοποιούν τόσο τις διάφορες διαθέσιμες από το γλωσσικό σύστημα επιλογές σε φωνολογικό, μορφολογικό, συντακτικό και λεξιλογικό επίπεδο (βλ. *γλώσσα* (*language*) στο μοντέλο των έξι *γνωστικών παραμέτρων* (*knowledge resources*)[4] των Attardo και Raskin), όσο και ευρύτερους γνωσιακούς μηχανισμούς συγκρότησης του γλωσσικού νοήματος. Στη συνέχεια παρουσιάζεται ενδεικτική, και όχι εξαντλητική, τυποίηση των στρατηγικών που εντοπίστηκαν, με βάση τη συχνότητα εμφάνισής τους στο corpus. Να σημειωθεί ότι οι διάφορες στρατηγικές δεν είναι αμοιβαίως αποκλειόμενες, αντιθέτως μπορεί να συνυπάρχουν στο ίδιο σύνθημα. Για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης, ως κριτήριο κατηγοριοποίησης του κάθε συνθήματος θεωρήθηκε η, κατά την άποψή μας, κυρίαρχη σε αυτό στρατηγική.

---

[2] Οι ιστοσελίδες στις οποίες ανατρέξαμε είναι οι εξής: 1) http://www.otherside.gr/2008/12/synthimata-se-toixous-meros-1o/, 2) http://xamogelo.wordpress.com/2007/09/23/asteia-wall/, 3) http://teenagergr.wordpress.com/2008/10/03/50kaliterasin8imata/ (τελευταία πρόσβαση: Σεπτέμβριος 2011).

[3] Πέραν των συνήθων ορθογραφικών λαθών, δεν εντοπίστηκαν εξόφθαλμα εμπρόθετες χιουμοριστικές αλλοιώσεις του ορθογραφικού συστήματος (π.χ. αναγραμματισμοί, επανάληψη μορφημάτων για λόγους προβολής/εστίασης κ.ο.κ., βλ. ενδεικτικά Breva Claramonte and García Alonso 1993, πβ. Jaffe 2000: 498), με εξαίρεση το σύνθημα «ΕΝΑΝΤΥΑ ΣΤΙΝ ΑΣΤΟΙΚΥ ΩΡΘΩΓΡΑΦΕΙΑ».

[4] Βλ. Attardo 2001: 23-24.

### 3.1.1 Διακειμενικότητα (83 συνθήματα)

Η *διακειμενικότητα* (*intertextuality*) ως ιδιότητα ενός κειμένου να ενσωματώνει αποσπάσματα από άλλα κείμενα, με αποτέλεσμα η ερμηνεία του να μην είναι αυτάρκης, αλλά να εξαρτάται εν πολλοίς από την επιτυχή ανάγνωση των ενυπαρχουσών σε αυτό διακειμενικών ενδείξεων, αποτελεί στο υπό εξέταση σώμα γλωσσικών δεδομένων τη συνηθέστερη στρατηγική εκφοράς του γλωσσικού χιούμορ, στην οποία αξιοποιούνται τόσο τα γλωσσικά, όσο και τα γνωσιακά αποθέματα του δυνητικού αποδέκτη.

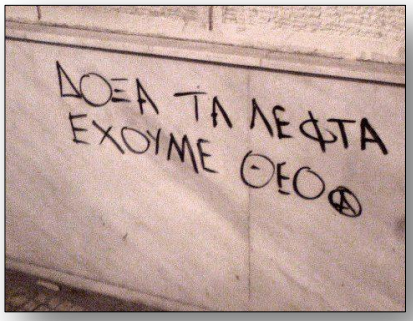
Ειδικότερα, η ανάκληση διακειμενικών αναφορών προκαλεί σύγκρουση σεναρίων ανάμεσα στο αρχικό κείμενο (*διακείμενο*) και το τελικό, ανατρέποντας τις προσδοκίες των περαστικών.

Ως πηγή έμπνευσης των συνθημάτων του corpus λειτούργησαν διακείμενα, όπως διαφημίσεις (1), μικρές αγγελίες (2), διάσημες ρήσεις (3), παραμύθια (4), κινηματογραφικές ταινίες (5) ή και κηδειόχαρτα (6):

(1) «ΑΚΟΜΗ ΚΑΙ ΤΟ ΑΡΙΕΛ / ΚΑΝΕΙ ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ / ΕΣΥ;» (πβ. «Το Αριέλ Ultra φέρνει την επανάσταση στο πλύσιμο»).
(2) «Ζητούνται αναρχικοί για κατεδάφιση πολυκατοικίας. / Τηλ. 100».
(3) «Δεν ελπίζω τίποτα / δε φοβάμαι / τίποτα, είμαι άνεργη» (πβ. «Δεν ελπίζω τίποτα, δεν φοβάμαι τίποτα, είμαι ελεύθερος», Ν. Καζαντζάκης).
(4) «Ψήφισε Αλί Μπαμπά / Έχει μόνο / 40 κλέφτες» (πβ. «Ο Αλή Μπαμπά και οι 40 κλέφτες»).
(5) «ΕΝΩ ΕΣΕΙΣ ΚΟΙΜΟΣΑΣΤΑΝ...» (πβ. «Ενώ εσύ κοιμόσουν»).
(6) «ΤΟ ΛΑΤΡΕΥΤΟ ΜΑΣ ΜΝΗΜΟΝΙΟ ΚΗΔΕΥΟΥΜΕ ΤΗΝ ΚΥΡΙΑΚΗ 5 ΙΟΥΝΙΟΥ ΣΤΙΣ 13.00 Μ.Μ. ΣΤΟ ΣΥΝΤΑΓΜΑ. Η ΠΟΜΠΗ ΞΕΚΙΝΑ ΑΠΟ ΠΛΑΤΕΙΑ ΜΟΝΑΣΤΗΡΑΚΙ (ΜΕΤΡΟ). Η ΜΗΤΕΡΑ ΑΓΓΕΛΑ ΜΕΡΚΕΛ.Ο ΘΕΙΟΣ ΜΠΑΡΑΚ ΟΜΠΑΜΑ. ΟΙ ΛΟΙΠΟΙ ΣΥΓΓΕΝΕΙΣ. ΓΡΑΦΕΙΟ ΚΗΔΕΙΩΝ ΤΟΥ ΑΓΑΝΑΚΤΙΣΜΕΝΟΥ ΛΑΟΥ. ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΕΙ ΚΑΙ ΕΠΑΓΡΥΠΝΑ».

Στις διακειμενικές πηγές γλωσσικού χιούμορ εντάσσουμε και την αποπαγίωση[5] και παραφθορά στερεότυπων φράσεων, παροιμιών, αρχαίων γνωμικών κ.λπ., δηλαδή την ακύρωση της μορφοσυντακτικής σταθερότητας εκφράσεων που χαρακτηρίζονται ως παγιωμένες και την κατάργηση της συμβολικής σχέσης που υπήρχε μεταξύ των στοιχείων τους (βλ. Γαβριηλίδου και Τσάκωνα 2004-2005: 155), διαδικασία η οποία καταλήγει στη δημιουργία λογοπαιγνίων μέσω της σύγκρισης της αρχικής έκφρασης με την τελική. Π.χ.:

(7) «Η ΕΥΤΥΧΙΑ ΔΕ ΦΕΡΝΕΙ ΤΑ ΛΕΦΤΑ» (πβ. «Τα λεφτά δεν φέρνουν την ευτυχία»).
(8) «ΕΙΣ ΟΙΩΝΟΣ ΑΡΙΣΤΟΣ / ΑΜΥΝΕΣΘΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΤΗ ΣΑΣ» (πβ. «Εις οιωνός άριστος, αμύνεσθαι περί πάτρης»· το λογοπαίγνιο στηρίζεται στο ζεύγος παρωνύμων «πάρτης-πάτρης»).
(9) «ΧΟΥΝΤΑ ΕΙΝΑΙ ΘΑ ΠΕΡΑΣΕΙ» (πβ. «Μπόρα είναι, θα περάσει»).




**Εικόνα 1** Αποπαγίωση και παραφθορά στερεότυπων εκφράσεων

Μια ειδικότερη υποκατηγορία αποπαγιωμένων «διακειμενικών» συνθημάτων περιλαμβάνει τη χιουμοριστική παραλλαγή άλλων, ευρέως διαδεδομένων - κάτι σαν ανακύκλωση του προϋπάρχοντος υλικού. Η διατήρηση της ρυθμικής δομής του αρχικού συνθήματος στο αποπαγιωμένο διευκολύνει τη συνειρμική σύνδεση των δύο εκ μέρους του θεατή, δημιουργώντας ανανεωμένες εκδοχές, ουσιαστικά παρωδίες, της συνθηματολογικής παράδοσης:

[5] Πβ. και Νάκας 2006: 371-384.

(10) «ΦΟΝΙΑΔΕΣ ΤΩΝ ΨΑΡΙΩΝ ΑΡΓΥΡΟΠΕΛΕΚΑΝΟΙ» (πβ. «Φονιάδες των λαών Αμερικάνοι»).
(11) «Η ΚΥΠΡΟΣ ΕΙΝΑΙ ΚΙΝΕΖΙΚΗ» (πβ. «Η Κύπρος είναι ελληνική»).
(12) «Ψωμί, μπριζόλα, Coca Cola» (πβ. «Ψωμί, παιδεία, ελευθερία»).

### 3.1.2 Σχηματικός λόγος (76 συνθήματα)

Στη συγκεκριμένη κατηγορία συμπεριλαμβάνονται εκφωνήματα στα οποία το γλωσσικό χιούμορ αποκρυσταλλώνεται σε γνωστούς από την κλασική ρητορική μηχανισμούς, δηλαδή έντεχνες αποκλίσεις από τις προσδοκίες του αποδέκτη σε επίπεδο είτε μορφής (*σχήματα λόγου*), είτε σημασίας (*τρόποι*)[6]. Τα συνθέστερα ρητορικά σχήματα των συνθημάτων του corpus είναι τα εξής:

#### 3.1.2.1 Μεταφορά[7]

Ως ένας από τους κεντρικούς γνωστικούς μηχανισμούς αντίληψης της πραγματικότητας και κατασκευής γλωσσικού νοήματος (βλ. μεταξύ άλλων Lakoff and Johnson 1980), που «βασίζεται στη (μερική συνήθως) ομοιότητα ή αναλογία που εντοπίζεται ανάμεσα σε δύο πράγματα που κατά κανόνα δεν φαίνονται να σχετίζονται μεταξύ τους» (Τσάκωνα 2009: 1189, πβ. Τσάκωνα 2004: 179-188), η μεταφορά στον συνθηματικό λόγο παράγει χιουμοριστικό αποτέλεσμα μέσα από την επίλυση της γνωστικής αντίθεσης που προκαλείται από τη σύγκριση ανόμοιων οντοτήτων (Attardo 2001: 25-27, 136-138). Π.χ.:

(13) «ΕΙΣΟΥΝ / ΚΑΛΟ ROBOT / ΣΗΜΕΡΑ;».

Η ερμηνεία του συνθήματος (13) προϋποθέτει την αναγνώριση της ασυμβατότητας του σημασιολογικού χαρακτηριστικού [έμψυχο], που αντιστοιχεί στο εννοούμενο υποκείμενο-αποδέκτη, και [άψυχο], που προσιδιάζει στο κατηγορούμενο *ρομπότ,* δηλαδή την αναγνώριση της παραβίασης των *περιορισμών επιλογής* (*selectional restrictions*). Ως υπόβαθρο του συγκεκριμένου συνθήματος μπορεί να θεωρηθεί η διαδεδομένη εννοιολογική μεταφορά «Ο ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΕΙΝΑΙ ΜΗΧΑΝΗ» (HUMAN IS MACHINE/IMPLEMENT, βλ. Goatly 2007: 103-117), χωρίς να αποκλείεται και η διακειμενική του αναφορά («ήσουν καλό παιδί σήμερα;»).

Είδος μεταφοράς είναι και η προσωποποίηση, όπου χαρακτηριστικά εμψύχου αποδίδονται σε άψυχες οντότητες:

(14) «Συναχώνονται οι Βρυξέλες / και φταρνίζεται / η Αθήνα..».
(15) «ΞΥΠΝΑ ΗΡΘΕ Η ΩΡΑ / ΝΑ ΤΑΪΣΕΙΣ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ!».

Συχνά η σύγκρουση σεναρίων προκαλείται από το παιχνίδι ανάμεσα στην κυριολεκτική και τη μεταφορική σημασία ενός λεξήματος:

(16) «Ξεκουμπώστε το μυαλό σας / τόσο συχνά όσο και το παντελόνι σας».
(17) «Παλιά καίγαν τα βιβλία / Τώρα καίνε τα μυαλά».

#### 3.1.2.2 Οξύμωρο

Το οξύμωρο συνδυάζει δύο έννοιες αντιφατικές μεταξύ τους ή φαινομενικά αλληλοαποκλειόμενες, οι οποίες εκφράζουν, ωστόσο, κατά βάθος ένα λογικό νόημα (Μπαμπινιώτης 2002: 1276). Π.χ.:

(18) «Ο ΚΟΣΜΟΣ ΘΑ ΚΑΤΑΣΤΡΑΦΕΙ ΑΥΡΙΟ / ΠΟΡΕΙΑ ΔΙΑΜΑΡΤΥΡΙΑΣ ΤΗΝ ΕΡΧΟΜΕΝΗ ΤΡΙΤΗ».

Μέσα από την αξιοποίηση του συγκεκριμένου σχήματος συνήθως τονίζεται η αντίθεση ανάμεσα, αφενός, στη ζοφερή πραγματικότητα που περιβάλλει τους συντάκτες των συνθημάτων και, αφετέρου, στον ιδεατό κόσμο που αυτοί οραματίζονται. Π.χ.:

[6] Η θεωρητική διάκριση μεταξύ *σχημάτων λόγου* (*shemes*) και *τρόπων* (*tropes*) εκφεύγει των ορίων της παρούσας μελέτης και, ως εκ τούτου, δεν θα μας απασχολήσει περαιτέρω (βλ. σχετικά Maes and Schilperoord 2009).
[7] Βλ. Λεξικό Γλωσσολογικών Όρων [στο εξής: ΛΓΟ].

(19) «ΑΝ ΟΙ ΕΚΛΟΓΕΣ ΑΛΛΑΖΑΝ ΚΑΤΙ / ΘΑ ΗΤΑΝ ΠΑΡΑΝΟΜΕΣ».
(20) «ΑΝ ΘΕΣ ΝΑ / ΟΝΕΙΡΕΥΕΣΑΙ... / ΞΥΠΝΑ!».

### 3.1.2.3 Επανάληψη[8]

Τα συνθήματα που στηρίζονται στην επανάληψη εκμεταλλεύονται τη ρυθμική δομή της νέας ελληνικής, προκειμένου να δημιουργήσουν σύγκρουση σεναρίων ανάμεσα στις δύο οιονεί μετρικές ενότητες του συνθήματος. Στο corpus εντοπίστηκαν τα εξής επαναληπτικά σχήματα:

- *Αντιμεταβολή*: η επανάληψη λεξικών μονάδων σε διαδοχικές ενότητες λόγου με αντίστροφη σειρά, που δημιουργεί λογοπαίγνιο. Π.χ.:

  (21) «ΟΙ ΤΟΙΧΟΙ / ΕΧΟΥΝ / ΑΥΤΙΑ ΚΑΙ / ΤΑ ΑΥΤΙΑ ΣΑΣ / ΤΟΙΧΟΥΣ».
  (22) «Κάτω τα ζήτω, ζήτω τα κάτω».

- *Ομοιοτέλευτο*: δύο ή περισσότερες διαδοχικές ενότητες λόγου που τελειώνουν με ίδιες, ομοιοκατάληκτες ή ομόηχες λέξεις. Π.χ.:

  (23) «ΠΕΝΤΕ ΜΕΡΕΣ ΤΡΩΣ ΤΟ ΑΓΓΟΥΡΙ ΚΑΙ / ΣΤΟ ΚΛΑΜΠ ΤΟ ΠΑΙΖΕΙΣ ΜΟΥΡΗ».
  (24) «ΡΟΥΧΑ GUCCI / ΜΥΑΛΟ ΚΟΥΚΟΥΤΣΙ».

- *Αν(ταν)ακλαστικό*: βλ. σχετικά 3.1.3.1.

### 3.1.3 Σημασιολογικές σχέσεις (64 συνθήματα)

Η εκμετάλλευση των σημασιολογικών σχέσεων των λεξημάτων προκαλεί σύγκρουση ανάμεσα σε αντιτιθέμενες σημασιολογικές διαστάσεις. Στο πλαίσιο αυτού του «παιχνιδιού» με τα σημασιολογικά όρια των λέξεων στο corpus αξιοποιήθηκαν οι ακόλουθες εκφάνσεις της σημασίας:

### 3.1.3.1 Πολυσημία

Ο συσχετισμός μιας μορφής με περισσότερες από μία σημασίες, οι οποίες, λόγω της προφανούς σημασιολογικής τους συσχέτισης, αντιμετωπίζονται ως διαφορετικές σημασίες της ίδιας λέξης[9]. Π.χ.:

(25) «ΤΩΡΑ ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ 50% / ΕΚΠΤΩΣΗ ΣΤΙΣ ΑΞΙΕΣ ΣΑΣ!» (έκπτωση: 1. «το ποσό κατά το οποίο μειώνεται η τιμή πωλήσεως προϊόντος από τον πωλητή», 2. μτφ. «ο ξεπεσμός»· η παρουσία του ποσοστού 50% παραπέμπει αρχικά στην πρώτη σημασία του λεξήματος, εντύπωση που αμέσως ανατρέπεται από τη σύμφραση «έκπτωση αξιών», που ακολουθεί ελαφρώς παραλλαγμένη και αξιοποιεί τη δεύτερη σημασία)[10].
(26) «Κάτω τα κόμματα, ζήτω οι τελείες» (κόμμα: 1. πολιτικός σχηματισμός, 2. σημείο στίξης).

Στην πολυσημία στηρίζεται και το αν(ταν)ακλαστικό σχήμα (βλ. Νάκας 2006: 369-371, 673-686), στο οποίο επαναλαμβάνεται σε μια ενότητα λόγου η ίδια αυτόνομη λεξική μονάδα με διαφορετική σημασία ή/και χρήση:

(27) «Για να καταλάβεις έναν χώρο / πρέπει να τον καταλάβεις».
(28) «ΤΟ ΣΥΝΤΑΓΜΑ ΘΕΛΕΙ / ΣΥΝΤΑΓΜΑ».

[8] Βλ. Νάκας 2005, Κακριδή-Ferrari 2008.
[9] [ΛΓΟ].
[10] Μπαμπινιώτης 2002: 582.

### 3.1.3.2 Συνομιλιακή υποδήλωση[11]

Η συνομιλιακή υποδήλωση κατά την επίλυση της οποίας ο συντάκτης του συνθήματος προσδοκά ότι ο αποδέκτης θα ανασυνθέσει το συνομιλιακό υπονόημα. Π.χ.:

(29) «ΤΑ ΓΚΑΖΑΚΙΑ / ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟ / ΓΙΑ ΚΑΦΕ!».

### 3.1.3.3 Επέκταση της καθιερωμένης σημασίας

Η επέκταση της καθιερωμένης σημασίας και δημιουργία νέων, ανατρεπτικών σημασιολογικών εκδοχών. Π.χ. στο σύνθημα (30), η ασυμβατότητα εντοπίζεται ανάμεσα στη συνήθη σημασία του επιθέτου «κοινωνικός», δηλαδή «που δημιουργεί εύκολα σχέσεις με τους άλλους ανθρώπους, είναι ικανός να ζήσει μέσα στην κοινωνία»[12] και στη χιουμοριστική επέκτασή του «που λουφάρει μετά συνοδείας».

(30) «ΜΗΝ ΕΙΣΤΕ / ΑΝΤΙΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ. ΛΟΥΦΑΡΕΤΕ ΜΕ ΠΑΡΕΑ!».

### 3.1.3.4 Ανακυριολεξία (ή απομεταφορά, βλ. Νάκας 2006: 358-366)

Η επαναφορά ενός λεξήματος στην αρχική, κυριολεκτική του σημασία, αντί της μεταφορικής. Π.χ. στα συνθήματα (31) και (32), οι παρατιθέμενες μεταφορικές συμφράσεις «χρυσός κανόνας» (=βέλτιστη πρακτική) και «χτυπάω εισιτήριο» (=ακυρώνω), αντιστοίχως, αποπαγιώνονται στη συνέχεια και χρησιμοποιούνται κυριολεκτικά, σαν ελεύθερα συντάγματα, πυροδοτώντας χιουμοριστικούς συνειρμούς:

(31) «Ο ΧΡΥΣΟΣ ΚΑΝΟΝΑΣ ΕΙΝΑΙ ΕΝΑΣ / ΑΥΤΟΣ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΤΟ ΧΡΥΣΟ ΦΤΙΑΧΝΕΙ ΤΟΝ ΚΑΝΟΝΑ».
(32) «ΜΗΝ ΧΤΥΠΑΣ / ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ / ΧΤΥΠΑ ΕΛΕΓΧΤΗ».

#### 3.1.3.5 Συμφυρμός λεξημάτων

Ο Συμφυρμός λεξημάτων, που καταλήγει στη δημιουργία υβριδικών γλωσσικών στοιχείων, όπως π.χ. το παρακάτω σύνθημα, που πλαισιώνεται πολυτροπικά από μια εικόνα[13].

**Εικόνα 2** Συμφυρμός

### 3.1.3.6. Αντωνυμία

Η σημασιολογική αντίθεση μεταξύ λεξικών μονάδων, η αξιοποίηση της οποίας λ.χ. στο σύνθημα (33) καταλήγει σε χιουμοριστική σύγκρουση μεταξύ «ψευδοαντώνυμων», με την προσθήκη του προθήματος *αντι-* και στα δύο λεξήματα της σύμφρασης *παθητικός καπνιστής*:

(33) «Δεν υπάρχουν παθητικοί καπνιστές / μόνο αντιπαθητικοί αντικαπνιστές».

[11] [ΛΓΟ].
[12] Λεξικό της Κοινής Νεοελληνικής.
[13] Να σημειωθεί ότι μόνο σε τέσσερα συνθήματα του corpus επισημάνθηκε πλαισίωση από άλλες σημειωτικές πρακτικές, όπως η εικόνα, η γελοιογραφία κ.ο.κ.

### 3.1.3.7 Ομοηχία

Η φωνητική ταυτότητα σημασιολογικά διαφοροποιημένων λεξημάτων, από την οποία προκύπτουν εναλλακτικές αναγνώσεις του ίδιου συνθήματος. Π.χ.:

(34) «ΤΑ ΠΤΥΧΙΑ COPIES / ΚΤΩΝΤΑΙ».

**Εικόνα 3** Ομοηχία

### 3.1.4 Γλωσσική ποικιλότητα (47 συνθήματα)

Η χιουμοριστική αξιοποίηση της γλωσσικής ποικιλότητας στα συνθήματα του corpus περιλαμβάνει κυρίως λεξήματα του οικείου/προφορικού ύφους (*γαμάτο, τζαμπατζής, γουστάρετε*), μειωτικούς όρους (*βλάκες, κουφάλες, λαμόγια*) και «λέξεις-ταμπού»[14] (*μαλάκας*, *σκατά*, *πουτάνα* κ.ο.κ.), γλωσσικά στοιχεία που θεωρούνται ακατάλληλα για τις πρωτοτυπικές μορφές δημόσιας έκφρασης, τα οποία, εντούτοις, συχνά εμφιλοχωρούν σε κειμενικά είδη που κινούνται στα όρια μεταξύ προφορικού και γραπτού ύφους, όπως είναι τα συνθήματα. Άλλωστε, από την εποχή του Αριστοφάνη μέχρι σήμερα η αθυροστομία και η βωμολοχία συνδέονται με την πρόκληση κωμικού αποτελέσματος. Π.χ.:

(35) «ΦΑΤΕ ΣΚΑΤΑ / ΚΕΡΝΑΕΙ / ΤΟ / ΚΡΑΤΟΣ».
(36) «ΑΝΑΓΚΗ / ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΧΕΣΙΜΟ. / ΟΧΙ ΟΙ ΕΚΛΟΓΕΣ!».

***

Συνοψίζοντας, μέσω των διαφόρων στρατηγικών εκφοράς του γλωσσικού χιούμορ που προαναφέρθηκαν, οι συντάκτες των συνθημάτων αξιοποιούν, αφενός, τις δυνατότητες που προσφέρει το γλωσσικό ρεπερτόριο και οι ρητορικοί μηχανισμοί της νέας ελληνικής και, αφετέρου, τις προϋπάρχουσες πραγματολογικές γνώσεις των περαστικών για την επικαιρότητα, την κουλτούρα και τις αξίες της ελληνικής γλωσσικής κοινότητας, προκειμένου να διατυπώσουν ατάκες που προσελκύουν την προσοχή του αποδέκτη, τού δημιουργούν μια αίσθηση προφορικότητας και οικειότητας[15] (πβ. Breva Claramonte and García Alonso 1993 · Nwoye 1993: 433, 439 · Jaffe 2000: 498) και τον διεγείρουν συγκινησιακά, ενεργοποιώντας τις θετικές ή αρνητικές συνδηλώσεις που φέρουν τα γλωσσικά στοιχεία (πβ. Τσάκωνα 2009: 1189-1190). Έτσι, τελικά τα χιουμοριστικά συνθήματα γίνονται όχημα για την αιχμηρή κριτική νοσηρών κοινωνικοπολιτικών πρακτικών, την *εξοικείωση* (*domestication*, Morris 1993) των περαστικών με ανατρεπτικές ιδέες και την υποβολή σε αυτούς νέων τρόπων αντίληψης και δράσης.

[14] Βλ. Χαραλαμπάκης 2009: 1271-1274. Στο corpus επισημάνθηκαν περιορισμένες περιπτώσεις «λέξεων-ταμπού», μόλις 28 σε 286 συνθήματα (ποσοστό 9.79%).
[15] Αντιθέτως, στα συνθήματα σε τοίχους σπανίζουν τα λεξήματα από πρότυπες ποικιλίες (πβ. Dürmüller ό.π.: 279), όπως η λόγια· παράδειγμα από το corpus: «*Ου φονεύσεις* / αν δεν έχεις καλό δικηγόρο», «Του οχταώρου *οι πεσόντες* νανουρίζονται με τσόντες».

## 3.2 Τα χιουμοριστικά συνθήματα ως μέσο έκφρασης ταυτότητας

Οι γλωσσικές επιλογές των συνθημάτων σχετίζονται άμεσα με το κοινωνικοπολιτικό δίκτυο, στο οποίο εντάσσεται ο δημιουργός τους, καθώς και με τα ιδιαίτερα κίνητρα[16] που υποκινούν τη δράση του. Με άλλα λόγια, το *ύφος* (*style*) αποτελεί «πηγή στην ενεργό δημιουργία, αναπαράσταση και αναδημιουργία της ταυτότητας[17] του ομιλητή» (Schilling-Estes 2002: 388), δηλαδή «της αίσθησης που έχει ένα πρόσωπο για συμπερίληψη σε (ή αποκλεισμό από) ένα φάσμα κοινωνικών ρόλων και τρόπων ζωής» (Liechty 1995: 167· πβ. Holmes 2000: 159).

Λαμβάνοντας υπ' όψιν ότι η οικοδόμηση ενδοομαδικών ταυτοτήτων συνιστά μία από τις βασικές κοινωνικές λειτουργίες του χιούμορ (Archakis and Tsakona 2005: 42), στόχος του δεύτερου μέρους της παρούσας μελέτης είναι να διερευνηθούν τα κοινωνιογλωσσικά νοήματα που εκφράζονται μέσα από τη χρήση-αναγραφή των χιουμοριστικών συνθημάτων.

Προσεγγίζοντας τον χιουμοριστικό συνθηματικό λόγο από τη σκοπιά της οικοδόμησης κοινωνικών ταυτοτήτων, προκύπτει το εξής φαινομενικό «αδιέξοδο»: τα ατομικά χαρακτηριστικά του συντάκτη (φύλο[18], ηλικία, επάγγελμα, μορφωτικό επίπεδο κ.λπ.), που αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνιογλωσσικής του ταυτότητας, παραμένουν απόρρητα και αδιαφανή, αφού τα συνθήματα είναι πάντοτε ανώνυμα (Dürmüller 1987: 281)[19], προστατεύοντας το *πρόσωπο* (*face*) του δημιουργού από ενδεχόμενο τραυματισμό - γι' αυτό ο Obeng (2000: 359) ονομάζει τον συνθηματικό λόγο *λόγο αποφυγής* (*avoidance discourse*), εφόσον «μονώνει» τους συμμετέχοντες από απειλητικές λεκτικές πράξεις.

Ωστόσο, η γλώσσα ως σημειωτικό σύστημα παρέχει ποικίλες ενδείξεις κοινωνικής ταυτότητας, που επιτρέπουν την ανασύνθεση του δικτύου πολιτισμικής νοηματοδότησης, όπου εντάσσεται ο δημιουργός (πβ. Ψύλλα 2009).

Κατά πρώτον, σαφή ένδειξη ταυτότητας, και μάλιστα ιδεολογικοπολιτικής, συνιστά η μονογραφή «Α», που συνοδεύει πολλά από τα συνθήματα του corpus, ιδιαίτερα εκείνα που προέρχονται από τη γειτονιά των Εξαρχείων, παραπέμποντας στον ακροαριστερό, αντιεξουσιαστικό χώρο. Μέσω αυτής, ο συντάκτης του χιουμοριστικού συνθήματος επιδιώκει να εγγράψει το μήνυμά του στην κειμενική παράδοση ενός αντισυμβατικού, επαναστατικού λόγου, άρρηκτα συνδεδεμένου με την τοπικά προσδιορισμένη κουλτούρα της συγκεκριμένης περιοχής.

**Εικόνα 4** Η μονογραφή «Α»

Στα «μη υπογεγραμμένα» χιουμοριστικά συνθήματα, βασικό εργαλείο για τη διερεύνηση της δημόσιας διαπραγμάτευσης κοινωνικών ταυτοτήτων αναδεικνύεται η γνωστική παράμετρος του *στόχου* (*target*), που σχετίζεται με τη θεώρηση του χιούμορ ως επιθετικής συμπεριφοράς (Raskin 1985: 30-41 · Attardo 1994: 49-50): σε αυτό το πλαίσιο, η χιουμοριστική ασυμβατότητα «προκύπτει άμεσα από διαδικασίες αξιολόγησης ή ακόμη και κριτικής των πραγμάτων, τα οποία αποδεικνύεται ότι είναι κα-

[16] Βλ. Blume 1985.

[17] Για την έννοια της ταυτότητας βλ. και Αρχάκης και Τσάκωνα 2011.

[18] Σε ό,τι αφορά το θέμα της έμφυλης διαφοροποίησης των συνθημάτων και του graffiti, στη διεθνή βιβλιογραφία τονίζεται η κυριαρχία του ανδρικού φύλου (MacDonald 2001: 82, Tierney 2005: 20), ιδιαίτερα σε συντηρητικές κοινωνίες, όπου οι συγκεκριμένες μορφές δημόσιας έκφρασης αποτελούν αποκλειστικά ανδρική πρακτική (Obeng 2000).

[19] Κατά τον McGlynn (1972), τα αναγραφόμενα συνθήματα απαλλάσσουν τον ομιλητή από τις υποχρεώσεις της διαλεκτικής αντιπαράθεσης και του εξασφαλίζουν την ασφάλεια της ανωνυμίας. Αντιθέτως, για τον Nwoye (ό.π.: 429) λειτουργούν ως ερεθίσματα που προκαλούν δημόσια συζήτηση (π.χ. από το corpus: «ΤΟ ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΔΕΝΤΡΟ ΚΡΑΤΗΣΤΕ ΤΟ ΓΙΑ ΝΑ ΚΡΕΜΑΣΤΕΙΤΕ». Συμπλήρωση-επέκταση: «Είναι τόσοι πολλοί / που ένα δέντρο δε φτάνει»).

τώτερα απ' ό,τι αναμενόταν ή έπρεπε να είναι» (Αρχάκης και Τσάκωνα 2005: 3 · πβ. Bergson 1998 [1900]). Ο χιουμοριστικός *στόχος* (Attardo 2001: 23-24), επομένως, είναι το πρόσωπο, η ομάδα, ο θεσμός ή η ιδέα που δέχεται τα χιουμοριστικά πυρά και που υπόκειται σε αξιολόγηση. Εφαρμόζοντας την έννοια του *στόχου* στην ανάλυση των δεδομένων του corpus, εξάγουμε χρήσιμα συμπεράσματα αναφορικά με το τι επιδοκιμάζουν ή επικρίνουν οι συντάκτες των συνθημάτων, δηλαδή εις βάρος ποιων προσώπων ή θεσμών στρέφονται τα χιουμοριστικά βέλη, προκειμένου τελικά να αντιληφθούμε πώς η όλη αξιολογική διαδικασία συνδέεται με την κοινωνική ταυτότητα των δημιουργών.

Δεδομένου ότι τα συνθήματα σε τοίχους καταγράφουν συνήθως ευρύτερους προβληματισμούς, απαγκιστρωμένους από συγκεκριμένα άτομα και καταστάσεις, η κατονομασία επώνυμων στόχων στα δεδομένα του corpus είναι περιορισμένη (14 συνθήματα, ποσοστό 4.89%), εφόσον αυτομάτως καθιστά το σύνθημα επικαιρικό και εφήμερο, στερώντας του τη διαχρονικότητα, που προφανώς αποτελεί την «εντελέχεια» του εν λόγω κειμενικού είδους. Π.χ.:

(37) «Ο Ζ….Σ / ΠΗΔΗΞΕ, ΕΣΥ ΤΙ ΘΑ ΚΑΝΕΙΣ?».
(38) «ΤΟ ΠΑΘΟΣ ΓΙΑ ΧΡΗΜΑ / ΣΕ ΚΑΝΕΙ Π… ΤΣ…».

Αντιθέτως, πολλές φορές «κατακεραυνώνονται» γενικευτικά συγκεκριμένες κοινωνικές ή ιδεολογικές ομάδες, που βρίσκονται «απέναντι» από το δίκτυο ένταξης του δημιουργού, στο πλαίσιο μιας αντιπαράθεσης του τύπου «*εμείς* και οι *άλλοι*»[20]. Τέτοιου είδους ομάδες είναι οι πολιτικοί, οι ρατσιστές, οι ακροδεξιοί, οι καθηγητές, οι γονείς κ.ο.κ. Π.χ.:

(39) «ΞΕΧΑΣΤΕ ΤΙΣ ΠΟΡΤΕΣ ΛΑΜΟΓΙΑ ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ / ΤΟ ΜΟΝΟ ΠΟΥ ΣΑΣ ΣΩΖΕΙ ΝΑ ΣΚΑΨΕΤΕ ΣΤΟΕΣ».
(40) «Χαλαρώστε τρέντιδες και πιείτε το ποτό σας / λίγο πιο κάτω καίγεται το αυτοκίνητό σας».

Τόσο στα συνθήματα με επώνυμους στόχους, όσο και σε αυτά με γενικευτικούς, το γλωσσικό χιούμορ αποτελεί στρατηγική *απονομιμοποίησης* (*delegitimation*, πβ. Archakis and Tsakona 2005: 59) μελών της έξω ομάδας με υψηλό κοινωνικό γόητρο, που σχετίζονται με τις δομές του συστήματος και κάθε είδους εξουσίας (πολιτικοί, αστυνομικοί, καθηγητές κ.λπ.). Έτσι, ο δημιουργός του συνθηματικού λόγου εμφανίζεται ως ανώνυμος επικριτής ή και λεκτικός τιμωρός αυτών οι οποίοι ευθύνονται για τα δεινά που βιώνει ο λαός. Επομένως, μπορούμε να κάνουμε λόγο για μια *ανατρεπτική* (*subversive*, Holmes and Marra 2002: 70-71) ή *δηκτική* (*biting*, Boxer and Cortés-Conde 1997) λειτουργία του γλωσσικού χιούμορ.

Όσοι από τους δυνητικούς αποδέκτες συμμερίζονται την εκφραζόμενη κριτική αποτελούν ένα σύνολο με κοινές παραδοχές και βιώματα, που «προβάλλεται συνασπισμένο να αντιτίθεται σε κάποιους άλλους ή ενίοτε να τους στιγματίζει» (Αρχάκης και Τσάκωνα 2005: 8 · Boxer και Cortés-Conde ό.π.: 281, 283 · Holmes 2000: 168-169). Ως εκ τούτου, μέσω της προβολής των κοινών αξιών και αντιλήψεων που συγκροτούν την ομαδική ταυτότητα, το γλωσσικό χιούμορ επιτελεί ταυτόχρονα ex negativo *ενισχυτική* (*reinforcing*, Holmes and Marra 2002: 70-71) ή *ενωτική* (*bonding*, Boxer and Cortés-Conde 1997 · πβ. Archakis and Tsakona 2005: 61) λειτουργία.

Κατεξοχήν *ενισχυτική/ενωτική* είναι η λειτουργία του γλωσσικού χιούμορ στα συνθήματα στα οποία ο συντάκτης αναλαμβάνει τον ρόλο του καθοδηγητή-μέντορα, που έχει ως αποστολή να συμβουλέψει τον ανώνυμο αποδέκτη, να τον/την αφυπνίσει και να τον/την συμπαρασύρει στην κριτική αμφισβήτηση κατεστημένων πρακτικών (41-44). Στα συνθήματα αυτού του είδους, η υιοθέτηση του β΄ προσώπου ενισχύει την οικειότητα και τη συνομιλιακότητα, λειτουργώντας ως στοιχείο προφορικότητας (41, 42), ενώ, αντιθέτως, η επιλογή του γ΄ προσώπου προστατεύει διά της εμμεσότητας το *πρόσωπο* (*face*) του υποθετικού θεατή, προσδίδοντας παράλληλα στο σύνθημα αξιωματική ισχύ, εφόσον δεν πρόκειται πλέον για παραίνεση, δηλαδή υποκειμενική απόφανση, αλλά για γενική παραδοχή-θέσφατο (43, 44):

(41) «ΜΗ ΣΤΗΡΙΖΕΙΣ / ΤΑ ΟΝΕΙΡΑ ΣΟΥ ΣΤ' ΑΣΤΡΑ / ΓΙΑΤΙ ΑΥΤΑ ΔΕΝ ΣΤΗΡΙΖΟΝΤΑΙ ΠΟΥΘΕΝΑ!».
(42) «ΜΗ ΣΚΟΤΩΝΕΤΕ ΤΑ ΚΟΥΝΟΥΠΙΑ / ΆΛΛΟΙ ΣΑΣ ΠΙΝΟΥΝ ΤΟ ΑΙΜΑ…».
(43) «ΌΠΟΙΟΣ ΑΝΑΚΑΤΕΥΕΤΑΙ ΜΕ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ / ΤΟΝ ΤΡΩΝΕ ΟΙ ΤΟΚΟΙ».
(44) «ΤΑ ΠΡΟΒΑΤΑ ΑΠΕΙΡΓΗΣΑΝ / ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΑΝ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΣΦΑΓΗΣ».

[20] Πβ. Tajfel and Forgas (1981: 124), «είμαστε αυτό που είμαστε, επειδή αυτοί δεν είναι αυτό που είμαστε».

Συνοψίζοντας, ο ανώνυμος δημιουργός του συνθήματος αναλαμβάνει τον ρόλο μιας οιονεί «φωνής» του λαού, ενός ενεργού πολίτη που εξέρχεται από τον μικρόκοσμο της ιδιωτικής σφαίρας, βρίσκεται σε διάλογο με τον δημόσιο χώρο και επωμίζεται την ευθύνη να εγκειμενοποιήσει και να «απαθανατίσει» - με χαριτολογική διάθεση ή με επιθετικότητα, ειρωνεία, σαρκασμό ή αυτοσαρκασμό - κοινά πολιτισμικά βιώματα υπό συγκεκριμένη, πολιτικοποιημένη οπτική. Έχοντας ως *στόχο* άλλοτε τα μέλη της έξω ομάδας (*εξωτερικός στόχος*) και άλλοτε τα μέλη της έσω ομάδας (*εσωτερικός στόχος*)[21], επιδιώκει μέσα από τη λεκτική εκδίκηση ή κατήχηση, αντιστοίχως, να «χρωματίσει» με την αντισυστημική κριτική του το ουδέτερο αστικό τοπίο και να τροφοδοτήσει τη συλλογική μνήμη. Έτσι, τόσο από την πλευρά του δημιουργού του συνθηματικού λόγου, όσο και από την πλερά των αποδεκτών, που επιλέγουν να τον ενστερνιστούν ή να τον απορρίψουν, τα συνθήματα συνιστούν πράξεις ταυτότητας, επιβεβαιώνοντας την απόφανση του Derrida (1991: 68), ότι «το υποκείμενο μετατρέπεται σε σημαίνον υποκείμενο μόνο μέσω της εγγραφής του σε ένα σύστημα αντιθέσεων».

## 4. Επίλογος

Από την ανάλυση των χιουμοριστικών συνθημάτων του corpus προέκυψε ότι το γλωσσικό χιούμορ ως μέσο δημόσιας έκφρασης δίνει στους συντάκτες του συνθηματικού μικροκειμένου τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν μια σειρά από γλωσσικά μέσα και στρατηγικές, προκειμένου να διαπραγματευθούν, με τρόπο ελκυστικό, οικείο αλλά και καυστικό, διάφορα ζητήματα κοινού ενδιαφέροντος, κεντρίζοντας το ενδιαφέρον των περαστικών και παρακινώντας τους να ενεργοποιήσουν θετικές ή αρνητικές αξιολογήσεις.

Μέσα από αυτή την κριτική, χιουμοριστική διαπραγμάτευση, τα συνθήματα σε τοίχους, ως υποείδος του πολιτικού λόγου, αναδεικνύονται σε δείκτες κοινωνικοπολιτικών στάσεων, οριοθετώντας δίκτυα ανατροπής των κατεστημένων αντιλήψεων και προτείνοντας εναλλακτικά μοντέλα συμμετοχικής δράσης.

Έτσι, σε αντίθεση με τον εξουσιαστικό πολιτικό λόγο, που εκμεταλλεύται το σύνθημα για τη *φυσικοποίηση* (*naturalization*)[22] της καθεστηκυίας τάξης και την αναπαραγωγή της κοινωνικής ισχύος, οι χιουμοριστικές συνθηματικές ατάκες συνθέτουν έναν επαναστατικό *χωρικό* (*spatial*) κώδικα, σύμβολο μιας διαφορετικής κοινωνίας, που σπάει τα δεσμά ανάμεσα στο ιδιωτικό και το κοινό[23]· μια *αντιγλώσσα* (*antilanguage*)[24], που καθιερώνει τόπους αντίστασης ενάντια στον ηγεμονικό λόγο.

### Βιβλιογραφία


Αρχάκης, Αργύρης, και Βίλλυ Τσάκωνα. 2005. «Το γλωσσικό χιούμορ ως μέσο έκφρασης ταυτότητας: Ανάλυση δεδομένων από ανδρικές και γυναικείες νεανικές συνομιλίες.» *Πρακτικά 6ου Διεθνούς Συνεδρίου Ελληνικής Γλωσσολογίας*. Ρέθυμνο: Πανεπιστήμιο Κρήτης, Εργαστήριο Γλωσσολογίας. http://www.philology.uoc.gr/conferences/6thICGL/gr.htm.

Αρχάκης, Αργύρης, και Βίλλυ Τσάκωνα. 2011. *Ταυτότητες, αφηγήσεις και γλωσσική εκπαίδευση*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Archakis, Argiris, and Villy Tsakona. 2005. "Analyzing conversational data in GTVH terms: A new approach to the issue of identity construction via humor." *Humor* 18(1):41-68.

Attardo, Salvatore. 1994. *Linguistic Theories of Humour*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Attardo, Salvatore. 2001. *Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Attardo, Salvatore, and Victor Raskin. 1991. "Script theory revis(it)ed: Joke similarity and joke representation model." *Humour* 4(3/4):293-347.

Bergson, Henri. 1998[1900]. *Το γέλιο. Δοκίμιο για τη σημασία του κωμικού*. Μτφρ. Β. Τομανάς. Αθήνα: Εξάντας.

Blume, Regina. 1985. "Graffiti." In *Discourse and Literature. New Approaches to the Analysis of Literary Genres* [*Critical Theory* 3], edited by Teun A. Van Dijk, 137-148. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Boxer, Diana, and Florencia Cortés-Conde. 1997. "From bonding to biting: Conversational joking and identity display." *Journal of Pragmatics* 27:275-294.

Breva Claramonte, Manuel, and José Ignacio García Alonso. 1993. "Categories, Morphological Features, and Slang in the Graffiti of a United States Western University." *Revista Alicantina de Estudios Ingleses* 6:19-31.


[21] Για την εν λόγω διάκριση βλ. Attardo 1994: 50.
[22] Βλ. Faiclough 2001: 76-77.
[23] Πβ. Lefèbvre 1991: 64.
[24] Βλ. Hodge and Kress 1993: 71-76.

Γαβριηλίδου, Ζωή, και Βίλλυ Τσάκωνα. 2004-2005. «Οι χιουμοριστικοί μηχανισμοί στα κόμικς: Ανάλυση της σειρά ιστοριών του Αστερίξ». *Γλωσσολογία/Glossologia* 16: 145-165.

Derrida, Jacques. 1991. "La Différance." In *A Derrida Reader*, edited by Peggy Kamuf, 59-79. Columbia: UP.

Dürmüller, Urs. 1987. "Research on Mural Sprayscripts (Graffiti)." *Methods in Dialectology: Proceedings of the Sixth International Conference held at the University College of North Wales* (3rd- 7th August 1987) 48:158-162.

Fairclough, Norman. 2001 (2nd edition). *Language and Power*. London: Longman.

Gergen, Mary. 1994. "The social construction of personal histories: Gendered lives in popular autobiographies." In *Constructing the Social*, edited by Theodore R. Sarbin and John I. Kitsuse, 19-44.
London: Sage.

Goatly, Andrew. 2007. *Washing the Brain. Metaphor and Hidden Ideology*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Hodge, Robert, and Gunther Kress. 1993 (2nd edition). *Language as Ideology.* London: Routledge.

Holmes, Janet. 2000. "Politeness, power and provocation: How humour functions in the workplace." *Discourse Studies* 2(2):159-185.

Holmes, Janet, and Meredith Marra. 2002. "Over the edge? Subversive humour between colleagues and friends." *Humour: International Journal of Humour Research* 15(1):65-87.

Jaffe, Alexandra. 2000. "Introduction: Non-standard orthography and non-standard speech." *Journal of Socioliguistics* 4(4):497-513.

Κακριδή-Ferrari, Μάρω. 2008. «Επανάληψη και φυσική συνομιλία: Ο ρόλος των επαναληπτικών σχημάτων στην οικονομία του διαλόγου». Στο *Γλώσσις Χάριν. Τόμος αφιερωμένος από τον Τομέα Γλωσσολογίας στον καθηγητή Γεώργιο Μπαμπινιώτη*, επιμ. Αμαλία Μόζερ, Αικατερίνη Μπακάκου-Ορφανού, Χριστόφορος Χαραλαμπάκης και Δέσποινα Χειλά-Μαρκοπούλου, 374-388. Αθήνα:Ελληνικά Γράμματα.

*Λεξικό Γλωσσολογικών Όρων*. Τελευταία πρόσβαση: 5 Ιανουαρίου 2012. http://www.greek-language.gr/greekLang/modern_greek/tools/lexica/glossology/.

*Λεξικό της Κοινής Νεοελληνικής*. Τελευταία πρόσβαση: 5 Ιανουαρίου 2012. http://www.greeklanguage.gr/greekLang/modern_greek/tools/lexica/triantafyllides/index.html.

Lakoff, George, and Mark Johnson. 1980. *Metaphors We Live By.* Chicago: University of Chicago Press.

Lefèbvre, Henri. 1991. *The Production of Space*. Oxford: Blackwell.

Liechty, Mark. 1995. "Media, markets and modernization: Youth identities and the experience of modernity in Kathmandu, Nepal." In *Youth Cultures: A Cross-Cultural Perspective*, edited by Vered Amit-Talai and Helena Wulff, 166-201. London: Routledge.

Μπαμπινιώτης, Γεώργιος. 2002 (2η έκδοση). *Λεξικό της νέας ελληνικής γλώσσας.* Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας.

MacDonald, Nancy. 2001. *The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity and Identity.* London: Macmillian Press.

Maes, Alfons, and Schilperoord, Joost. 2009. "Schemes and tropes in visual communication. The case of object grouping in advertisements". In *Discourse, of Course. An Overview of Research in Dis- course Studies*, edited by Jan Renkema, 67-80. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

McGlynn, Paul D. 1972. "Graffiti and slogans: Flushing the id." *The Journal of Popular Culture* 6(2): 351-356.

Morris, Robert. 1993. "Visual rhetoric in political cartoons: A structuralist approach." *Metaphor and Symbolic Activity* 8:195-210.

Νάκας, Θανάσης. 2005. *Σχήματα (μορφο)λεξικής και φραστικής επανάληψης.* Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Νάκας, Θανάσης. 2006 (4η έκδοση). *Γλωσσοφιλολογικά Δ΄. Μελετήματα για τη γλώσσα και τη λογοτεχνία*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Nwoye, Onuigbo G. 1993. "Social issues on walls." *Discourse and Society* 4(4):419-442.

Obeng, Samuel Gyasi. 2000. "Doing politics on walls and doors: A sociolinguistic analysis of graffiti in Legon (Ghana)." *Multilingua* 19(4):337-365.

Raskin, Victor. 1985. *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht-Boston-Lancaster: D. Reidel.

Schilling-Estes, Natalie. 2002. "Investigating stylistic variation." In *Handbook of Language Variation and Change*, edited by Jack Chambers, Peter Trudgill, and Natalie Schilling-Estes, 375-401. Malden/Oxford: Blackwell.

Sennett, Richard. 1990. *The Conscience of the Eye: The Design and Social Life of Cities.* London: Faber and Faber.

Τσάκωνα, Βίλλυ. 2004. *Το χιούμορ στον γραπτό αφηγηματικό λόγο: Γλωσσολογική προσέγγιση*. Αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Τσάκωνα, Βίλλυ. 2009. «Η κοινωνιογλωσσολογική προσέγγιση του χιούμορ στην πολιτική γελοιογραφία.» *Πρακτικά 8ου Διεθνούς Συνεδρίου Ελληνικής Γλωσσολογίας*, 1184-1194. Ιωάννινα: Τομέας Γλωσσολογίας Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. http://www.linguist-uoi.gr.

Tajfel, Henri, and Joseph Forgas. 1981. "Social categorization: Cognitions, values and groups." *Social Cognition: Perspectives on Everyday Understanding*, edited by Joseph Forgas, 113-140. London: Academic Press.

Tierney, John. 2005. "Graffiti and Urban Space." *Dialogue* 3(2):16-28.

Wark, Mckensie. 1997. *The Virtual Republic: Australia's Culture Wars of the 1990's.* St Leonards: Allen and Unwin Press.

Φραντζή, Κατερίνα, και Μαριάνθη Γεωργαλίδου. 2009. «Στρατηγικές συγκρότησης γραπτού πολιτικού λόγου: Μια προσέγγιση με τη χρήση τεχνικών της Γλωσσολογίας Σωμάτων Κειμένων.» *Πρακτικά 8ου Διεθνούς Συ-*

*νεδρίου Ελληνικής Γλωσσολογίας*, 1248-1262. Ιωάννινα: Τομέας Γλωσσολογίας Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. http://www.linguist-uoi.gr.

Χαραλαμπάκης, Χριστόφορος. 2009. «Το νέο χρηστικό λεξικό της Νεοελληνικής της Ακαδημίας Αθηνών.» *Πρακτικά 8ου Διεθνούς Συνεδρίου Ελληνικής Γλωσσολογίας*, 1263-1282. Ιωάννινα: Τομέας Γλωσσολογίας Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. http://www.linguist-uoi.gr.

Ψύλλα, Μαριάννα. 2009. «Η γλώσσα των συνθημάτων.» Τελευταία πρόσβαση 22 Αυγούστου 2011. http://syriza-vyrona.pblogs.gr/2009/00/394490.html.