

Σατιρικά νέα στο διαδίκτυο: Η χιουμοριστική ψεύτικη είδηση ως παιχνίδι τρολαρίσματος

Βασίλειος Αργύρης¹ & Σταματία Κουτσουλέλου²

¹Deree – ACG, ²Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
vargyris@acg.edu, scout@phil.uoa.gr

Abstract

News satire is a popular form of online entertainment. Yet, in digital interaction it is difficult to distinguish fake news with humorous intent from those designed to disinform. This article proposes an analytical model that approaches satirical news as a form of language play which borrows elements from another playful genre: trolling. Our research examines articles from two satirical websites to find play cues, separating humorous from serious fake news, in three troll-like linguistic components: the intertextual reformulation of journalistic structure and style, the comic hyperbole and absurdity, and the criticism towards a ‘victim’ that leads to antagonism and cooperation.

Keywords: fake news, news satire, language play, trolling

1 Εισαγωγή

Ο όρος «ψεύτικες ειδήσεις» αναφέρεται σε κείμενα που έχουν κατά κανόνα την εξωτερική μορφή της ειδησεογραφίας αλλά σκοπίμως μεταδίδουν αναληθείς πληροφορίες, επομένως ενδέχεται να παραπλανήσουν τους αναγνώστες. Αν και δεν πρωτοεμφανίστηκαν στην ψηφιακή εποχή, το διαδίκτυο προσφέρει ιδανικό πεδίο για τη διασπορά ψεύτικων ειδήσεων, ακούσια, ή εκούσια, εφόσον η ηλεκτρονική διαμεσολάβηση της ανθρώπινης επαφής παρέχει προκάλυμμα σε όποιον επιδιώκει, κρυμμένος πίσω από ένα αταυτοποίητο προσωπείο χρήστη, να ψευδολογήσει σε ιστοσελίδες ή κοινωνικά δίκτυα.

Η παραγωγή ψεύτικων ειδήσεων έχει, κυρίως, οικονομικά ή πολιτικά/ιδεολογικά κίνητρα. Αφενός, συνήθως είναι τόσο αξιοπερίεργες ώστε να γίνονται *ιογενείς* (viral), κεντρίζοντας το ενδιαφέρον ενός ευρύτατου κοινού, με αποτέλεσμα μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στον ιστότοπο που τις δημοσιεύει. Αφετέρου, είναι ένα εύχρηστο επικοινωνιακό εργαλείο, που μπορεί να αξιοποιηθεί στην τεχνοκοινωνικότητα για να πλήξει, ή αντίθετα να υποστηρίξει, συγκεκριμένα άτομα (αλλά και αντιλήψεις, ιδέες, προϊόντα κ.λπ.) έναντι των ανταγωνιστών τους. Δεν είναι τυχαίο, λοιπόν, ότι στη σύγχρονη εποχή, όπου η πρόσβαση στην ενημέρωση, η απόκτηση γνώσεων και η ανταλλαγή απόψεων είναι πλέον σε μεγάλο βαθμό ψηφιοποιημένες, οι διαδικτυακές ψεύτικες ειδήσεις έχουν γίνει κομμάτι της επικοινωνιακής μας καθημερινότητας.

2 Σατιρικά νέα: Η ψεύτικη είδηση σε παιγνιώδες πλαίσιο

2.1 Τυπολογία ψεύτικων ειδήσεων και ειδολογική διάκριση των σατιρικών νέων

Στα αγγλικά, η σύμφραση “fake news” είναι ένας πολύπλευρος όρος – ομπρέλα, που συνυπάρχει με διάφορους συναφείς και ενίοτε αλληλεπικαλυπτόμενους όρους, όπως

hoax (φάρσα) – spoof (απάτη), και περιλαμβάνει σχεδόν κάθε παραπλανητική εκφορά δημόσιου λόγου, κακόβουλη (εσκεμμένη παραπληροφόρηση, πολιτική προπαγάνδα, κατευθυνόμενη διαφήμιση κ.λπ.) ή καλόβουλη (κοινωνική σάτιρα, χιουμοριστικό σχολιασμό επικαιρότητας, παρωδία προσώπων/καταστάσεων κ.λπ.). Ως εκ τούτου, τα τελευταία χρόνια έχουν εμφανιστεί αρκετές ερευνητικές απόπειρες (μεταξύ άλλων: Rubin κ.α. 2016, Zhang και Ghorbani 2019) για να προσδιοριστεί το ακριβές περιεχόμενο του όρου και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά κάθε είδους ψεύτικων ειδήσεων.

Για την παρούσα ανάλυση, ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η πρόσφατη μελέτη των Tandoc, Lim και Ling (2018), όπου προτείνεται μια τυπολογία ψεύτικων ειδήσεων με βάση δύο παραμέτρους: τη *γεγονοτικότητα* (facticity) της είδησης και την *πρόθεση* (intent) του συγγραφέα. Η πρώτη αναφέρεται στον βαθμό κατά τον οποίο τα ψεύτικα νέα βασίζονται σε πραγματικά γεγονότα, ενώ η δεύτερη εξετάζει αν ο δημιουργός τους όντως σκοπεύει να παραπλανήσει.

γεγονοτικότητα	πρόθεση παραπλάνησης	
	υψηλή ←	→ χαμηλή
<div style="text-align: center;"> υψηλή ↑ ↓ χαμηλή </div>	διαφήμιση προπαγάνδα χειραγώγηση επινόηση	σάτιρα παρωδία

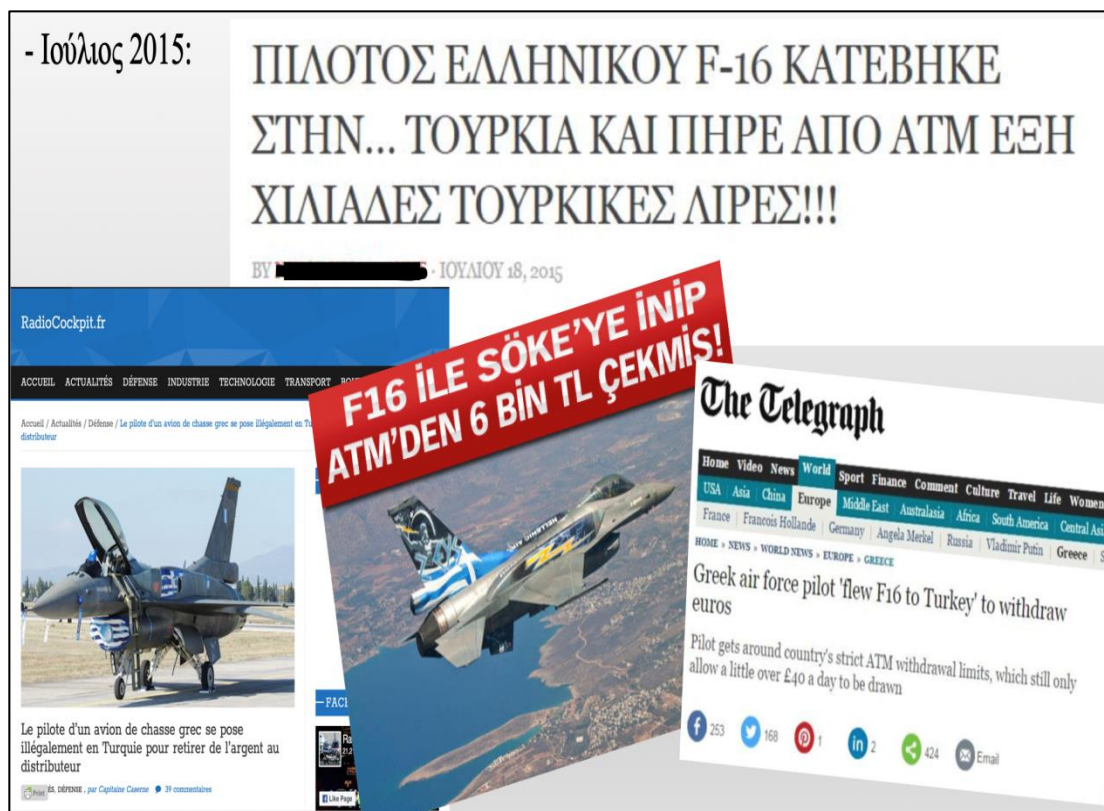
Πίνακας 1 | Τυπολογία ψεύτικων ειδήσεων (Tandoc κ.α. 2018)

Όπως παρατηρούμε στον κάθετο άξονα του Πίνακα 1, τα διάφορα είδη ψεύτικων ειδήσεων ταξινομούνται σε ένα συνεχές γεγονοτικότητας. Η παραπλανητική διαφήμιση τοποθετείται στην κορυφή, καθώς βασίζεται σε κάποια υπαρκτά στοιχεία ή δεδομένα (τα οποία διαστρεβλώνει για τις ανάγκες της), ενώ στον αντίποδα βρίσκονται ειδήσεις εξ ολοκλήρου επινοημένες. Στον οριζόντιο άξονα κριτήριο ταξινόμησης είναι η πρόθεση παραπλάνησης. Αριστερά ταξινομούνται τα είδη με στόχο την εξαπάτηση (π.χ. προπαγάνδα), ενώ δεξιά εκείνα όπου η παραποίηση των γεγονότων στοχεύει στη διασκέδαση του κοινού (σάτιρα/παρωδία ειδήσεων). Τα δεύτερα, παρότι δανείζονται δομικά/υφολογικά στοιχεία της συμβατικής δημοσιογραφίας, εσκεμμένα φανερώνουν τον πλασματικό χαρακτήρα τους, ώστε τελικά οι αναγνώστες να αντιληφθούν (και να εκτιμήσουν) τη χιουμοριστική διάστασή τους.

Τα σατιρικά νέα, επομένως, αποτελούν ειδική κατηγορία ψεύτικων ειδήσεων με υψηλή γεγονοτικότητα και χαμηλή πρόθεση παραπλάνησης. Ωστόσο, αν και κίνητρο του αρθρογράφου δεν είναι να παραπληροφορήσει αλλά να ψυχαγωγήσει με αστεία ψέματα, το επικοινωνιακό αποτέλεσμα δεν συνάδει απαραίτητα με τις επιδιώξεις του, ιδίως όταν η σάτιρα (ανα-)μεταδίδεται διαδικτυακά.

2.2 Σατιρικά νέα στο διαδίκτυο: Χιούμορ ή παραπληροφόρηση;

Οι σατιρικές ειδήσεις εξελίσσονται σε όλο και σημαντικότερο μέρος του οικοσυστήματος των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης. Όμως, ο κατασκευασμένος και περιπαικτικός χαρακτήρας τους δεν είναι πάντοτε εμφανής, καθώς η διαδικτυακή αναπαραγωγή δυσχεραίνει την πρόσληψη της σάτιρας (βλ. Παράδειγμα 1).



Παράδειγμα 1 | Από το χιούμορ στην παραπληροφόρηση¹

Η παραπάνω ψεύτικη είδηση κυκλοφόρησε τον Ιούλιο 2015, λίγες εβδομάδες μετά την επιβολή κεφαλαιακών περιορισμών στις ελληνικές τράπεζες. Η πρώτη ανάρτησή της έγινε σε γαλλική σατιρική ιστοσελίδα, όμως σύντομα αναμεταδόθηκε από ελληνικά και τουρκικά μέσα, φτάνοντας μέχρι και στον ιστότοπο της έγκριτης βρετανικής εφημερίδας «The Telegraph» ως αληθινή είδηση.

Αν πράγματι τα σατιρικά νέα χαρακτηρίζονται από «χαμηλή πρόθεση παραπλάνησης» (βλ. Πίν. 1), θα υπάρχει κάτι στην αρχική δημοσίευση το οποίο μας προϋδειάζει ότι δεν πρέπει να λάβουμε σοβαρά υπόψη το περιεχόμενό της. Εντούτοις, το συγκεκριμένο στοιχείο χάθηκε κατά την αναμετάδοση, με συνέπεια ό,τι ξεκίνησε ως αστεϊσμός να εξελιχθεί, ηθελημένα ή αθέλητα, σε παραπληροφόρηση. Κατά την εκτίμησή μας, αυτό που απουσιάζει είναι η αυτο-αποκάλυψη ή αυτο-προβολή της απάτης.

2.3 Η σατιρική είδηση ως γλωσσικό παιχνίδι (τρολάρισμα)

¹ Πηγή: www.ellinikahoaxes.gr/2015/07/20/f16-soke/

Στόχος του άρθρου μας είναι να διακρίνει τις χιουμοριστικές από τις σοβαρές ψεύτικες ειδήσεις. Κριτήριο για τη διάκριση θα είναι η έννοια του γλωσσικού παιχνιδιού και, πιο συγκεκριμένα, ένα παιχνίδι πολύ διαδεδομένο στον κυβερνοχώρο, το *τρολάρισμα* (trolling).

Η αυτο-προβολή της απάτης πιστεύουμε ότι αποτελεί τον συνδυαστικό κρίκο ανάμεσα στη σατιρική είδηση και το παιχνίδι. Όπως τονίζει ο Bateson (1972: 185), σημείο εκκίνησης κάθε παιγνιώδους συμπεριφοράς είναι η μετάδοση του μηνύματος «αυτό είναι παιχνίδι», που σηματοδοτεί την επικοινωνιακή πρόθεση, ώστε να κατανοήσει ο συνομιλητής ότι κάτι δεν λέγεται στα σοβαρά αλλά «χάριν παιδιάς».

Για να αναγνωρίσουμε, λοιπόν, τη σατιρική διάσταση μιας είδησης χρειάζεται να εφαρμόσουμε συγκεκριμένο μηχανισμό νοηματοδότησης, τον οποίον ο Goffman (1974: 11) ονομάζει *πλαίσια* (framing), που θα μας επιτρέψει να προσλάβουμε την είδηση ως παιχνίδι, δηλαδή ως πλάκα/αστείο. Αν δεν αντιληφθούμε το *παιγνιώδες πλαίσιο* (play frame) της διεπίδρασης, θα γίνουμε θύματα παραπληροφόρησης, όπως συνέβη στο Παράδειγμα 1, όπου διαβάζοντας το χιουμοριστικό κείμενο μεταφερόμενο έξω από το πρωτογενές πλαίσιο, είναι πολύ πιθανό να νομίσουμε ότι αναφέρεται σε πραγματικό γεγονός.

Η αποφυγή μιας τέτοιας παρανόησης επαφίεται στην ικανότητα του δέκτη να αντιληφθεί τις επικοινωνιακές βλέψεις του πομπού αποκωδικοποιώντας τις ενσωματωμένες στο μήνυμα ενδείξεις που θα οδηγήσουν στην κατάλληλη ερμηνεία. Καθώς το σατιρικά νέο πραγματώνεται γλωσσικά, υπόθεση εργασίας για τη μελέτη μας είναι ότι η κειμενοποίηση της είδησης θα πρέπει να αναδεικνύει το *παιγνιώδες πλαίσιο* και να αποκαλύπτει στον αναγνώστη πως, σε αντίθεση με τη σοβαρή δημοσιογραφία, «αυτό είναι παιχνίδι».

Η έννοια του γλωσσικού παιχνιδιού δεν ταυτίζεται με την *παιγνιώδη* χρήση της γλώσσας, δηλαδή κάθε δημιουργική χρήση που μεταλλάσσει την κειμενική μορφή και σημασία, αλλά διαθέτει ειδικότερο περιεχόμενο. Αυτό προϋποθέτει, κατά τον Cook (2000: 5), ότι ο εκφερόμενος λόγος έχει τρία αλληλένδετα γνωρίσματα: α) δίνει έμφαση στη σχηματική οργάνωση της γλωσσικής μορφής, β) δημιουργεί εναλλακτικές πραγματικότητες, και γ) εντάσσει ανθρώπους σε μια ομάδα ή τους αποκλείει από αυτή. Το γλωσσικό παιχνίδι, επομένως, παρουσιάζεται μόνο όταν – εκτός από τη μορφή και τη σημασία – αλλάζει και η επικοινωνιακή στόχευση, δηλαδή αν κάποιος παίζει ταυτόχρονα σε μορφοφωολογικό, σημασιολογικό αλλά και *πραγματολογικό επίπεδο*, συμμετέχοντας σε μια *παιγνιώδη* κοινωνική δραστηριότητα (παιδιά).

Θα προσεγγίσουμε τα σατιρικά νέα ως ένα είδος γλωσσικού παιχνιδιού, δηλαδή μια διεπίδραση με συνολικό χαρακτήρα παιδιάς, επειδή διακρίνουμε σε αυτά και τα τρία ζητούμενα του Cook (2000): α) οργάνωση της μορφής σε ορισμένα σχήματα (που μιμούνται δομή/ύφος της ειδησεογραφίας), β) παραποίηση της πραγματικότητας (από την αλήθεια στο ψέμα), αλλά και γ) *πραγματολογική* λειτουργία κοινωνικού παιχνιδιού (καθώς χωρίζουν τους εμπλεκόμενους σε ομάδες, δηλ. σε συμπαίκτες και αντίπαλους, ανάλογα με τη στάση που εκείνοι υιοθετούν απέναντι στην είδηση).

Πιο συγκεκριμένα, ακολουθώντας τον Αργύρη (2018: 269-272) θεωρούμε ότι τα σατιρικά νέα αποτελούν περίπτωση *τρολάρισματος*, μιας επικοινωνιακής πρακτικής συνυφασμένης με την έννοια της διαδικτυακής παραπλάνησης. Η συσχέτιση των σατιρικών νέων με το *τρολάρισμα* δεν είναι καινοφανής, αφού τα τελευταία χρόνια όλο και συχνότερα όσοι διαδίδουν ψεύτικες ειδήσεις, χιουμοριστικές ή μη, περιγράφονται αδιάκριτα ως *τρολ*, στην καθομιλουμένη αλλά και ενίοτε στην ακαδημαϊκή ορολογία (Aro 2016). Ωστόσο, το *τρολάρισμα* δεν περιλαμβάνει όλες τις απόπειρες παγίδευσης του συνομιλητή, αφού δεν είναι απλώς μια απάτη αλλά «η

τέχνη της διασκέδασης μέσα από την παραπλάνηση» (Dyner 2016: 353), άρα συνιστά μια έντεχνη κατασκευή προς τέρψη ενός ακροατηρίου.

Σε αυτήν την ψυχαγωγική προοπτική εντοπίζεται για τον Αργύρη (2018) η παιγνιώδης φύση του τρολαρίσματος και με το ίδιο σκεπτικό θα αναλύσουμε εδώ τα σατιρικά νέα, διαφοροποιώντας τη σοβαρή ψεύτικη είδηση, που θέλει να παραπληροφορήσει, από την είδηση – τρολιά, όπου η παγίδα στήνεται για παιχνίδι. Η πρόσληψη του παιχνιδιού δεν επαφίεται τόσο στη διαίσθηση, όσο σε απτά κειμενικά χαρακτηριστικά που αποκαλύπτουν τον μετασχηματισμό του πλαισίου από αληθινή είδηση σε τρολάρισμα. Αυτά τα χαρακτηριστικά θα αναζητήσουμε στην έρευνά μας.

3 Ερευνητικό υλικό

Για την έρευνά μας συγκροτήσαμε σώμα ψηφιακών κειμένων με δημοσιεύσεις από δύο ελληνόφωνες σατιρικές εφημερίδες στο διαδίκτυο. Ειδικότερα, τα δεδομένα μας περιλαμβάνουν σατιρικά νέα από την ελληνική πολιτική επικαιρότητα την περίοδο Μαρτίου – Ιουλίου 2019, πολιτικά πυκνό χρονικό διάστημα (με τρεις εκλογικές αναμετρήσεις: Αυτοδιοικητικές, Ευρωεκλογές, Βουλευτικές), που προσέφερε άφθονο υλικό για σάτιρα.

Ερευνητικά δεδομένα

- Σατιρικά νέα από την ελληνική πολιτική επικαιρότητα (Μάρτιος – Ιούλιος 2019)

Το Κουλούρι

Η πρωτοποριακή ελληνική ηλεκτρονική εφημερίδα

Το Βατράχι

Ποιοτική παραπληροφόρηση από το 1867

The image shows two side-by-side screenshots of satirical news websites. The left one is 'To Kouloouri', featuring a news article about a 200-year anniversary and a list of headlines. The right one is 'To Vatraxi', featuring a large image of a peacock and several news snippets. Both websites have a clean, modern layout with navigation menus and multiple columns of text and images.

Παράδειγμα 2 | Αρχική σελίδα (homepage): www.tokoulouri.com – tovatraxi.com

Τα εξεταζόμενα κείμενα προέρχονται από δύο ελληνόφωνους ιστότοπους, «Το Κουλούρι» και «Το Βατράχι» (βλ. Παρ. 2), που δημοσιεύουν φανταστικές ειδήσεις με χιουμοριστικό περιεχόμενο, στα πρότυπα αντίστοιχων ξενόγλωσσων ιστοσελίδων

(π.χ. η αμερικανική «The Onion» και η γαλλική «Charlie Hebdo»). Παρότι δεν αρνούνται ρητά τη σατιρική τους υπόσταση (το αντίθετο στο Βατράχι μάλιστα η λέξη παραπληροφόρηση αναφέρεται στον υπότιτλο), δανείζονται την τυπική εμφάνιση ψηφιακής εφημερίδας και τα άρθρα τους περιέχουν δημοσιογραφικά στοιχεία που προσδίδουν κάποια αληθοφάνεια (παραπομπή σε πηγές, δηλώσεις των πρωταγωνιστών κ.λπ.). Συλλέξαμε πάνω από 60 κείμενα (όλα ανυπόγραφα), από τα οποία ενδεικτικά παρατίθενται εδώ 8 (4 από κάθε εφημερίδα) με απεικόνιση οθόνης από την ιστοσελίδα δημοσίευσης.²

4 Ανάλυση του υλικού

4.1 Αναλυτικό μοντέλο

Τα κείμενα που εξετάζουμε, ντύνονται με τον μανδύα της ειδησεογραφίας αλλά παραμένουν επί της ουσίας σατιρικά. Αυτή η μεταμφίεση είναι στρατηγική επιλογή που υπηρετεί τον διττό στόχο κάθε σατιρογράφου: να μας διασκεδάσει με το χιούμορ του και να ενεργοποιήσει την κοινωνικοπολιτική μας συνείδηση. Η Ermida (2012: 187) επισημαίνει ότι η σατιρική διάσταση της υποτιθέμενης είδησης αναδεικνύεται όταν η γεγονотική βάση της «επεκταθεί κωμικά σε μια πλασματική κατασκευή, που γίνεται ασύμβατη με την πραγματικότητα ή και τελείως παράλογη, με τρόπο που διασταυρώνει την ψυχαγωγία με την κριτική». Προτείνει, επομένως, ένα γλωσσολογικό μοντέλο για την ανίχνευση σατιρικών ενδείξεων στην κειμενοποίηση της είδησης, διακρίνοντας τρεις σχετικές κατηγορίες: *διακειμενικά*, *κριτικά* και *κωμικά συστατικά* (intertextual, critical and comic components, ό.π.: 194).

1 στοιχεία διακειμενικότητας	2 στοιχεία κριτικής	3 στοιχεία κωμικότητας
1α: δομικά 1β: υφολογικά		3α: λεξικο-πραγματολογικά 3β: ρητορικά

Πίνακας 2 | Σατιρικά στοιχεία της ψεύτικης είδησης (Ermida 2012)

Όπως παρατηρούμε στον Πίνακα 2, για να ερμηνευθεί μια είδηση ως σατιρική, χρειάζεται να διαθέτει τρία αλληλεπιδρώντα στοιχεία: 1. Διακειμενικές παραπομπές σε δομικά και υφολογικά χαρακτηριστικά της ειδησεογραφίας (δηλ. η σάτιρα να έχει τη μορφή δημοσιογραφικού κειμένου), 2. Κριτικό λόγο απέναντι σε πρόσωπα ή καταστάσεις (ο οποίος ευαισθητοποιεί τους αναγνώστες), και 3. Εμφανώς κωμικά λεξικά, πραγματολογικά και ρητορικά στοιχεία (όπως π.χ. ειρωνεία/σαρκασμό, χιουμοριστικές ανατροπές, ασυμβατότητα – αντίθεση σεναρίων, λεκτικές υπερβολές και εξωφρενικούς ισχυρισμούς).

Η παρούσα μελέτη εργαλειοποιεί την οπτική της Ermida (2012) προκειμένου να συνθέσει ένα μοντέλο που αναλύει τα παιγνιώδη συστατικά των σατιρικών ειδήσεων στο διαδίκτυο. Όπως θα υποστηρίξουμε με παραδείγματα από το σώμα κειμένων μας

² Στον τίτλο κάθε εξεταζόμενης σατιρικής είδησης αναφέρεται η αρίθμηση (π.χ. Σ.Ε. 1) και η πηγή, ενώ η ηλεκτρονική διεύθυνση πρόσβασης δίνεται σε υποσημείωση.

(βλ. Σ.Ε. 1 – 8), στην ψηφιακή πραγμάτωση της σάτιρας και τα τρία προαναφερθέντα στοιχεία αντικατοπτρίζουν μηχανισμούς και τεχνικές τρολαρίσματος, με το οποίο είναι εν πολλοίς εξοικειωμένος ο μέσος χρήστης, για να δώσουν στην επικοινωνία σαφή χαρακτήρα παιδιάς.

1 διακειμενικότητα	2 κριτική	3 κωμικότητα
Παραποίηση δομής και ύφους ειδησεογραφίας	«Ανταγωνισμός» και συνεργασία	Παραλογισμός Σταδιακή κλιμάκωση λεκτικής υπερβολής

Πίνακας 3 | Στοιχεία παιχνιδιού (τρολαρίσματος) στη σατιρική είδηση

Κατ' εμάς, λοιπόν, τα διακειμενικά, κριτικά και κωμικά συστατικά των σατιρικών νέων αξιοποιούνται ως *παιγνιώδεις ενδείξεις* (play cues), για να μετατρέψουν μια σοβαρή είδηση σε τρολιά. Συνοπτικά, τέτοια στοιχεία παιχνιδιού (βλ. Πίν. 3) είναι:

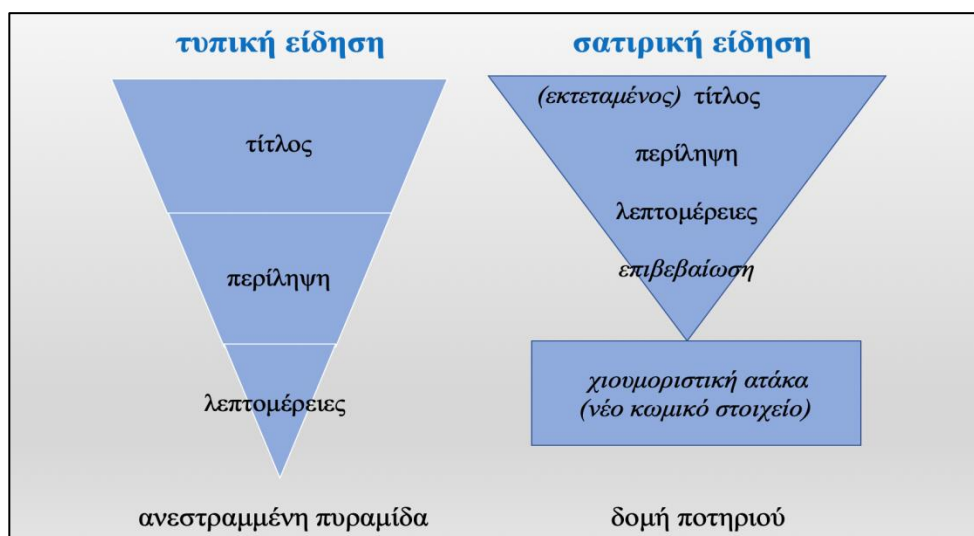
1. Όσον αφορά τη διακειμενικότητα, παρατηρούμε όχι απλή αντιγραφή των συμβάσεων παραγωγής δημοσιογραφικών κειμένων αλλά μεθοδική παραποίηση, καθώς ο σατιρογράφος αλλοιώνει με συγκεκριμένους τρόπους τη μορφή και τη λειτουργία συνηθισμένων στην ειδησεογραφία δομικών ή στιλιστικών μοτίβων.
2. Στη σατιρική είδηση υπάρχουν βέβαια στοιχεία κριτικής, που εκφράζουν την ανταγωνιστική προδιάθεση του συγγραφέα απέναντι σε πρόσωπα ή καταστάσεις. Εντούτοις, αφενός πρόκειται μάλλον για ψευδο-ανταγωνισμό που γίνεται σε παιγνιώδες πλαίσιο (και εξεζητημένα για κωμικό αποτέλεσμα), αφετέρου η κριτική λειτουργεί όχι μόνο ανταγωνιστικά αλλά και συνεργατικά για το αναγνωστικό κοινό, προωθώντας τον διάλογο ή και την ανάληψη συλλογικής δράσης.
3. Οι λεξικο-πραγματολογικές επιλογές με κωμικό πρόσημο (π.χ. ειρωνεία και σαρκασμός) καταλήγουν σε εξόφθαλμο παραλογισμό και τυφλή εμμονή στο ψέμα. Μέσα στο κείμενο, το παράλογο στηρίζεται σε λεκτικές υπερβολές και εξωφρενισμούς που κλιμακώνονται όσο εξελίσσεται το κατασκευασμένο σενάριο της είδησης.

Στη συνέχεια θα παρουσιάσουμε αναλυτικά τα ευρήματα της έρευνας, συνδέοντας αυτές τις παιγνιώδεις ενδείξεις με παρόμοια χαρακτηριστικά του τρολαρίσματος. Ας σημειωθεί, όμως, ότι θα τα εξετάσουμε με διαφορετική σειρά, αφήνοντας το δεύτερο και πιο ενδιαφέρον στοιχείο (ανταγωνισμός/συνεργασία) για το τέλος.

4.2 Διακειμενικότητα: Παραποίηση δομής και ύφους ειδησεογραφίας

Η συνηθισμένη δομική οργάνωση ενός ειδησεογραφικού κειμένου ακολουθεί το σχήμα «ανεστραμμένης πυραμίδας» (τίτλος – περίληψη – λεπτομέρειες). Η σατιρική είδηση, ωστόσο, εμφανίζει ουσιαστικές διαφοροποιήσεις. Συγκεκριμένα, ο τίτλος της

συνήθως είναι πιο αναλυτικός και μεγαλύτερος σε έκταση από το αναμενόμενο. Επίσης, μετά την περίληψη και τις λεπτομέρειες, εισάγονται δύο νέα δομικά στοιχεία: η επιβεβαίωση της δημοσιογραφικής πληροφορίας και η χιουμοριστική ατάκα στο τέλος του κειμένου. Κατά κανόνα, η χιουμοριστική κατάληξη προσθέτει σημαντικά νέα δεδομένα ως κωμικά στοιχεία επέκτασης ή ανατροπής της ιστορίας, αλλάζοντας συνεπώς τη σχηματική οργάνωση σε ό,τι εμείς ονομάζουμε «δομή ποτηριού» (βλ. Πίν. 4).



Πίνακας 4 | Δομή σατιρικής είδησης

Ο εκτεταμένος τίτλος είναι το πρώτο και πιο ευδιάκριτο κειμενικό αποτύπωμα της σάτιρας (Rubin κ.α. 2016: 12). Πληροφορίες που κανονικά τοποθετούνται στην αρχική περιληπτική παράγραφο, εδώ προβάλλονται στον τίτλο, για να παρουσιαστεί με κάποιες πειστικές λεπτομέρειες μια δυσκολοχώνευτη ψεύτικη είδηση, όπως η ακόλουθη:

ΑΡΧΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΟΣΜΟΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΕΧΝΕΣ ΨΥΧΑΓΟΓΙΑ ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΓΚΑΛΕΡΙ ΝΤΕ ΦΩΤΟ

ΕΙΣΤΕ ΕΔΩ: Αρχική » Πολιτική » Τρόμος σε ελληνικό σπίτι: Υποψήφιος δημοτικός σύμβουλος βγήκε από τη ντουλάπα ζευγαριού και άρχισε να τους εξηγεί γιατί πρέπει να τον ψηφίσουν

Δημοφιλή

- Αργεί ακόμα η ανάπτυξη εμβολίου κατά της ηλιθιότητας, επιστημόνων επιστήμονες
- Τι είναι η βροχή (ΦΩΤΟ)
- Συνελήφθησαν δύο αδέρφια που διατρώσαν ταβέρνα με την επωνυμία «Τα Τρία Αδέρφια»
- Βελόπουλος: «Εκω στα κέρια μου τη

Σ.Ε. 1 | *To Βατράχι*, 04/04/2019 ³

Η έκταση του τίτλου, ωστόσο, πιστεύουμε ότι δεν οφείλεται αποκλειστικά στην ανάγκη εξεήγησης μιας παράξενης ιστορίας. Αντίθετα, ο τίτλος επεκτείνεται αναπολογητικά, για να αποτελέσει την πρώτη ένδειξη του γλωσσικού παιχνιδιού. Είναι, δηλαδή, μια σκόπιμη και προκλητική παραβίαση του δημοσιογραφικού κανόνα του συνοπτικού τίτλου, η οποία λειτουργεί ως πονηρό κλείσιμο του ματιού στον αναγνώστη, για να του υποδείξει ότι πρόκειται να διαβάσει μια είδηση – τρολιά.

Εκτός από την επικεφαλίδα, σημαντική διαφοροποίηση υπάρχει και στην ανάπτυξη του περιεχομένου. Το σατιρικό κείμενο υιοθετεί ειδησεογραφική δομή

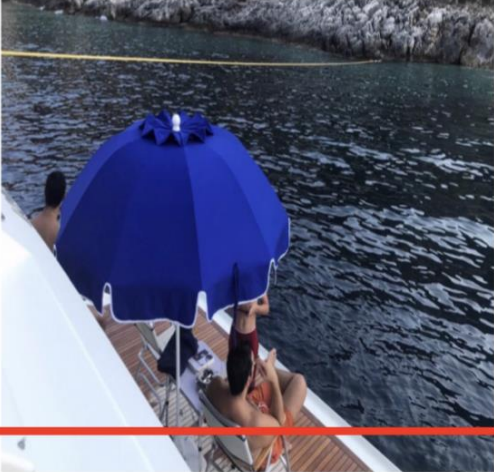
³ <https://tovatraxi.com/politics/frikh-yposifios-petaxtike-apo-thn-ntoulapa-zeugarion/>

(περίληψη – λεπτομέρειες) με τα αναμενόμενα συστατικά (ποιος/τι/πότε/γιατί, σχήμα από το γενικό στο ειδικό ή αίτιο/αποτέλεσμα κ.ά.), αλλά αφιερώνει πολύ χρόνο και κόπο στην επιβεβαίωση της είδησης, με υπερβολική χρήση εκφράσεων αποδεικτικότητας (π.χ. «όπως αποκαλύπτουν οι ίδιοι κύκλοι», «όπως τονίζουν πηγές του κόμματος») και αναφερόμενου λόγου (με πλάγιο ή, συνηθέστερα, ευθύ λόγο, βλ. σημείωση στη Σ.Ε. 2). Η συστηματική καταφυγή σε τεχνάσματα που ενισχύουν την αξιοπιστία της αφήγησης, αποτελεί επίσης παιγνιώδη ένδειξη, αφού η σατιρική είδηση είναι ένα γλωσσικό παιχνίδι που δεν χάνει ποτέ την παραπλανητική του στόχευση, έστω και αν αυτή είναι εντελώς προσχηματική, όπως στο επόμενο παράδειγμα.

Περιοδεία με θαλαμηγό στα ελληνικά νησιά θα πραγματοποιήσει ενόψει των ευρωεκλογών ο Αλέξης Τσίπρας

NEA • ΠΟΛΙΤΙΚΗ 7 ΜΑΪΟΥ 2019

EMAIL
FACEBOOK
TWITTER



Στο φουλ θα λειτουργήσουν οι προεκλογικές μηχανές του ΣΥΡΙΖΑ το προσεχές διάστημα, με την κυβέρνηση να βάζει πλώρη για μια μεγάλη επικράτηση στις ευρωεκλογές στα τέλη του μήνα.

Έτσι, ο Αλέξης Τσίπρας αναμένεται να αποτελέσει τον καπετάνιο της παράταξης απέναντι στην πολιτική τρικυμία της εποχής, πραγματοποιώντας περιοδεία σε όλα τα ελληνικά νησιά πάνω σε θαλαμηγό, στην οποία θα φιλοξενηθεί ολόκληρο το υπουργικό συμβούλιο του κόμματος.

«Η ναυτιλία αποτελούσε πάντοτε την ναυαρχίδα της χώρας και το βαρύ πυροβολικό που θα μας οδηγήσει στην ανάπτυξη. Η εμφάνισή μου σε πολυτελές σκάφος συμβολίζει ακριβώς αυτή την εξόρμηση της Ελλάδας σε αχαρτογράφητα νερά. Με εμένα στο ηνδάλιο, δεν έχετε τίποτα να φοβάστε. Βίρα τις άγκυρες και φύγαμε», σχολίασε ο Αλέξης Τσίπρας από τη γέφυρα της θαλαμηγού, καλώντας από τον ασύρματο τους πολίτες να κατακλύσουν τα λιμάνια για να τον υποδεχτούν.

Τέλος, δεν επιβεβαιώνονται οι φήμες πως ο Παύλος Πολάκης έχει ήδη πραγματοποιήσει επιδρομές προς κοντινά σκάφη, με το επιτελείο του πρωθυπουργού να χαρακτηρίζει τις φήμες αυτές τουλάχιστον κακεντρεχείς.

Σ.Ε. 2 | *Το Κουλούρι*, 07/05/2019 ⁴

Η επίφαση αληθοφάνειας με επινοημένες δηλώσεις και άλλες πηγές πληροφόρησης θυμίζει μια πάγια τακτική τρολαρίσματος. Για να παγιδεύσει τους συνομιλητές, ένα τρολ συγκαλύπτει έντεχνα τις ψευδολογίες του και αρνείται πεισματικά την ενοχή του, πολλές φορές πριν καν κατηγορηθεί ότι τρολάρει. Αντίστοιχα, ο σατιρογράφος δεν παύει, ενώ ψεύδεται ασύστολα, να υποστηρίζει με πλαστά τεκμήρια ότι λέει αλήθεια, μήπως και ξεγελάσει (στο πλαίσιο του παιχνιδιού) κάποιους ανυποψίαστους αναγνώστες.

⁴ <http://www.tokoulouri.com/politics/tsipaptain/>

Η τελευταία, και ίσως πιο σημαντική, δομική μεταβολή είναι η *χιουμοριστική ατάκα* (runch line). Στην κατακλείδα της σατιρικής είδησης συνήθως εισάγεται ένα νέο κωμικό στοιχείο, που αποκλίνει θεματικά από όσα έχουν προαναφερθεί (Rubin κ.α. 2016: 13), για να προσφέρει ακόμα μία «αποκαλυπτική» πληροφορία και να επιτείνει τη σάτιρα:

Επικεφαλής του ευρωψηφοδελτίου του ΣΥΡΙΖΑ ο Πάνος Καμμένος, σύμφωνα με διαρροές του Μαζίμου

ΝΕΑ • ΠΟΛΙΤΙΚΗ 20 ΜΑΡΤΙΟΥ 2019

EMAIL
FACEBOOK
TWITTER



Το εισιτήριο για Στρασβούργο φαίνεται πως παίρνει ο Πάνος Καμμένος, μέχρι πρότινος Υπουργός Εθνικής Άμυνας και πρόεδρος των Ανεξάρτητων Ελλήνων, καθώς όπως όλα δείχνουν θα τεθεί επικεφαλής του ευρωψηφοδελτίου του ΣΥΡΙΖΑ στις επερχόμενες ευρωεκλογές.

Μετά το βελούδινο διαζύγιο των δύο ανδρών σε ελληνικό κοινοβουλευτικό επίπεδο, η προσωπική φίλια που πλέον τους συνδέει αποτέλεσε τα θεμέλια μιας σχέσης εμπιστοσύνης.

Όπως είναι άλλωστε γνωστό, οι φίλιες δεν χαλάνε για τα κόμματα, και το ευρωπαϊκό προφίλ του Π. Καμμένου που όλοι είδαμε κατά τη διάρκεια της «θητείας» του έχει μαγέψει την εκλογική βάση του ΣΥΡΙΖΑ.

Σημειώνεται πως η συνάντηση με την οποία ουσιαστικά «κλείδωσε» η υποψηφιότητα του Πάνου Καμμένου έγινε με τον αρχηγό του ΣΥΡΙΖΑ Αλέξη Τσίπρα εχθές το βράδυ σε ψαροταβέρνα της Γλυφάδας. Σε δηλώσεις που προέβη ο πρωθυπουργός μετά το γεύμα, κατέστη σαφές πως ο ίδιος πέρα από την επιτυχία στις Ευρωεκλογές είναι στοχοπροσηλωμένος σε ένα ακόμη πράγμα: τις εξετάσεις του ECDL που έχει προγραμματίσει για την ερχόμενη Τρίτη.

Το «Κουλούρι» από τη μεριά του θα ήθελε να ευχηθεί καλή επιτυχία στον κ. Τσίπρα, και να του θυμίσει πως αν κολλήσει, μπορεί πάντα να ρωτάει τον Clippy τον συνδετήρα.

Σ.Ε. 3 | *Το Κουλούρι*, 20/03/2019 ⁵

Η ανατρεπτική ή και ειρωνικά ανακόλουθη κατάληξη της σατιρικής είδησης παραπέμπει σε ένα άλλο γνώρισμα του τρολαρίσματος: τον ομορτισμό της περιπαικτικής δράσης. Ένα τρολ, δηλαδή, επιτίθεται λεκτικά όπου βρει πρόσφορο έδαφος, και δεν διστάζει να βγει εκτός θέματος (Hardaker 2013: 67), για να πλήξει το θύμα του παιχνιδιού με νέα δήθεν στοιχεία, όπως ο σατιρογράφος δεν διστάζει να αξιοποιήσει όποια, σχετική ή μη, επινόηση μπορεί να επεκτείνει το αστείο του.

4.3 Κωμικότητα: Παραλογισμός με σταδιακή κλιμάκωση λεκτικής υπερβολής

Πολλές λεξικογραμματικές επιλογές της σατιρικής είδησης τίθενται στην υπηρεσία του χιούμορ. Στο υλικό μας εντοπίσαμε δύο ενδιαφέροντα στοιχεία με έντονη, ποσοτικά και ποιοτικά, παρουσία: παιγνιώδη ανάμειξη επιπέδων ύφους και σαρκαστική ειρωνεία (βλ. Σ.Ε. 4). Αναφορικά με το πρώτο, μολονότι η υφολογική απομίμηση πραγματικών ειδήσεων συνεπάγεται επίσημο λόγο, στο σατιρικό άρθρο

⁵ <http://www.tokoulouri.com/politics/hes-going-to-strasbourg/>

συχνά παρεμβάλλεται πιο καθημερινό, λαϊκό, λεξιλόγιο. Αυτή η μη αναμενόμενη γλωσσική χρήση λειτουργεί ως ένδειξη της είδησης – τρολιάς. Ως προς το δεύτερο, αναμφίβολα η ειρωνεία είναι βασικό συστατικό κάθε σάτιρας. Ειδικά στη σατιρική είδηση, εμφανίζεται συχνότερα η σαρκαστική ειρωνεία, που αντιστρέφει την κειμενική σημασία (π.χ. ένας έπαινος είναι στην ουσία μομφή), για να εκφράσει με περιπαικτικό τόνο, όπως κάθε τρολάρισμα, την κριτική διάθεση του συγγραφέα.

ανάμειξη επιπέδων ύφους

σαρκαστική ειρωνεία

ΤΟ ΒΑΤΡΑΧΙ
ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟ 1867 - TOVATRAXI.COM

ΑΡΧΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΟΣΜΟΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΕΧΝΕΣ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

ΕΙΣΤΕ ΕΔΩ: Αρχική » Πολιτική » Δέος και συγκίνηση: Η μορφή του Ανδρέα Παπανδρέου εμφανίστηκε σε φρυγανιά του Αλέξη Τσίπρα

Δέος και συγκίνηση: Η μορφή του Ανδρέα Παπανδρέου εμφανίστηκε σε φρυγανιά του Αλέξη Τσίπρα

Δημοφύλη

Στα ύψη ανακο

Πολλοί κάνει μεταμ

Άγνωστ

ΑΠΟ ΤΟ ΒΑΤΡΑΧΙ ΣΤΙΣ 11/06/2019 - ΤΕΛΕΝΗΜΕΡΟΣΗ 24/06/2019

ΠΟΛΙΤΙΚΗ

[...] συνεργάτες του πρωθυπουργού κάλεσαν το γνωστό μέντιουμ Πιτ Παπαδάκο, ο οποίος μετέβη στην πρωθυπουργική κατοικία να μελετήσει τη φρυγανιά. Στη συνέχεια την έφαγε, αφού παρότι μέντιουμ είναι έξτρα λαρτζ.

Μολονότι ο γνωστός μελλοντολόγος δεν μπόρεσε να δώσει εξήγηση στο περιστατικό, κάποιιο πιστεύουν ότι η εμφάνιση του Ανδρέα Παπανδρέου είναι πιθανό να σχετίζεται με τις προεκλογικές εξαγγελίες του πρωθυπουργού. [...]

Άλλωστε, οι προεκλογικές εξαγγελίες του πρωθυπουργού θεωρούνται βέβαιο ότι θα πραγματοποιηθούν, καθώς το κόστος τους έχει υποσχεθεί να καλύψει ο Σκρουτζ Μακ Ντακ.

Σ.Ε. 4 | *To Βατράχι*, 11/06/2019 ⁶

Με αυτά τα συστατικά η σατιρική είδηση κατασκευάζει έναν δικό της πλασματικό και παράλογο κόσμο, αναδεικνύοντας την κωμική ασυμβατότητα του κειμενικού νοήματος με την εξωκειμενική πραγματικότητα του αποδέκτη. Η αναγνώριση του παραλογισμού προϋποθέτει την αντιδιαστολή με ένα υφιστάμενο καταστασιακό – πολιτισμικό πλαίσιο, συνδέοντας τη σατιρική είδηση με το «εδώ και τώρα» του αναγνώστη. Συνεπώς, η αντίθεση ανάμεσα σε κείμενο και περικείμενο δεν είναι μόνο διασκεδαστική, αλλά στηρίζει και την πραγματολογική στόχευση της παιδιάς, δηλαδή την επίθεση σε έναν αντίπαλο με θεματικό αντικείμενο κάποιο επίκαιρο ζήτημα (βλ. Σ.Ε. 5).

Πολιτική Κοινωνία Κόσμος Επιστήμη Οικονομία Πολιτισμός Αθλητισμός Newsletter

Συγχαρητήρια επιστολή στον Κυριάκο Βελόπουλο για την εκλογή του απέστειλε ο Ιησούς Χριστός

Σ.Ε. 5 | *To Κουλούρι*, 27/05/2019 ⁷

⁶ <https://tovatraxi.com/politics/thavma-i-morfi-tou-andrea-papandreou-emfanistike-se-frygania-tou-aleksi-tsipra/>

⁷ <http://www.tokoulouri.com/politics/jesus/>

Για την κειμενοποίηση του παραλογισμού, ο σατιρογράφος καταφεύγει συστηματικά σε λεκτικές υπερβολές και εξωφρενισμούς (βλ. Σ.Ε. 6). Την ίδια τακτική συχνά ακολουθούν και άλλα διαδικτυακά τρολ, ανάγοντας το υπερβολικό ή και εντελώς ασυνάρτητο περιεχόμενο σε βασικό συστατικό της παιγνιώδους γλωσσικής δράσης.

Ποσοστό 170% για τη ΝΔ προβλέπει νέα δημοσκόπηση, πιθανό να γίνει και πρωθυπουργός άλλων χωρών ο Κυριάκος Μητσοτάκης

ΑΠΟ ΤΟ VATRAXI ΣΤΙΣ 05/07/2019

ΠΟΛΙΤΙΚΗ


Εκλογικό ποσοστό 170% και αυτοδυναμία με 655 έδρες προβλέπει για τη Νέα Δημοκρατία νέα δημοσκόπηση της Metron Paralysis

Σ.Ε. 6 | *To Βατράχι*, 05/07/2019 ⁸

Αρκετές φορές, όμως, στο σατιρικό άρθρο ο εξωφρενισμός κλιμακώνεται σταδιακά: όσο εξελίσσεται η ιστορία, τόσο εντείνεται ο παραλογισμός. Δηλαδή, αν και συνηθίζεται στον τίτλο κάποια υπερβολή (για να κεντρίσει το ενδιαφέρον του αναγνώστη), η ανάπτυξη της είδησης ξεκινάει με μια δόση αληθοφάνειας, αρχίζοντας από το πιο εύπεπτο ψέμα, και συνεχίζει με ολοένα και πιο απίστευτους ισχυρισμούς (βλ. Σ.Ε. 7).

⁸ <https://tovatraxi.com/politics/pososto-170-gia-th-nd-problepei-nea-dhmoskophsh/>

Εντολή να ξεκινήσει η κατασκευή του αγάλματος του Βόλφγκανγκ Σόιμπλε έδωσε ο Άδωνις Γεωργιάδης

ΑΠΟ ΤΟ ΒΑΤΡΑΧΙ ΣΤΙΣ 10/07/2019 Δημ 

κλιμάκωση εξωφρενισμού

Αποφασισμένος να προχωρήσει με γρήγορους ρυθμούς σε ένα έργο που είχε τελεματώσει επί των ημερών της κυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ, φαίνεται να είναι ο υπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Άδωνις Γεωργιάδης, ο οποίος φέρεται να έδωσε το πράσινο φως για την κατασκευή αγάλματος του πρώην υπουργού Οικονομικών της Γερμανίας, Βόλφγκανγκ Σόιμπλε.

Σύμφωνα με πληροφορίες, προκειμένου να προχωρήσει με γοργούς ρυθμούς το έργο, ο υπουργός έχει αναλάβει προσωπικά την επίβλεψη της κατασκευής, ενώ δήλωσε ότι δεν θα κάνει διακοπές μέχρι να ολοκληρωθεί.

Σύμφωνα με πληροφορίες το άγαλμα θα τοποθετηθεί σε κάποιο σημείο της Αθήνας, με πιο πιθανό το χώρο του Ελληνικού, έργο στο οποίο έχει δώσει άμεση προτεραιότητα ο υπουργός.

[...]

Την ικανοποίηση τους για το άγαλμα εκφράζουν τα περισσότερα της χώρας

Μολονότι προς το παρόν παραμένει άγνωστο το πού θα τοποθετηθεί τελικά το άγαλμα, ήδη τα περισσότερα της χώρας έχουν εκφράσει την ικανοποίησή τους για την απόφαση του Έλληνα υπουργού.

Σε δηλώσεις τους, τα πτηνά χαρακτήρισαν 'εξαιρετική' την ιδέα, τονίζοντας ότι αναμένουν με ανυπομονησία την κατασκευή του μνημείου.

«Πιστεύουμε ότι είναι πολύ καλή ιδέα. Ένα τέτοιο μνημείο πραγματικά λείπει από την Αθήνα. Δε βλέπουμε την ώρα να κατασκευαστεί, κατά προτίμηση με μεγάλες φαρδιές επιφάνειες» είπε χαρακτηριστικά ο εκπρόσωπος των πτηνών.

Σ.Ε. 7 | *To Βατράχι*, 10/07/2019 ⁹

Ανάλογη στρατηγική συναντάμε και στο τρολάρισμα, όπου ο ομιλητής αρχικά συγκαλύπτει την παιγνιώδη δράση του, ώστε να παγιδεύσει τον συνομιλητή, και προοδευτικά φανερώνει την τρολ ταυτότητα, για να διασκεδάσει με την αντίδραση του θύματος. Ο σατιρογράφος, όπως και το τρολ, παίζει σωστά το παιχνίδι μόνο όταν υπάρχει πιθανότητα κάποιοι να πιστέψουν για λίγο τα ψέματά του, επομένως φροντίζει να συντηρεί την όποια αμφιβολία του αναγνώστη (αληθινή ή ψεύτικη είδηση;) μέχρι την κωμική κορύφωση της διήγησης.

4.4 Κριτική: Παιγνιώδης ανταγωνισμός και συνεργασία

Η δύναμη του σατιρικού κειμένου έγκειται στην ικανότητά του μέσα από τον παραμορφωτικό φακό της υπερβολής να λέει κατά βάση αλήθειες, σχολιάζοντας κριτικά μια ισχύουσα κατάσταση ή υπαρκτή συμπεριφορά. Για να εισέλθουμε στην επικράτεια του παιχνιδιού, είναι απαραίτητη προϋπόθεση η κριτική να υπηρετεί τον επικοινωνιακό στόχο της παιδιάς, δηλαδή να χωρίζει τους εμπλεκόμενους σε ομάδες και να αξιοποιείται πρακτικά είτε για συνεργασία είτε για ανταγωνισμό.

Άρα, η σατιρική είδηση, όπως και το τρολάρισμα, χρειάζεται έναν συγκεκριμένο στόχο (ένα πρόσωπο ή σύνολο, μια ιδέα κ.λπ.) σε ρόλο αντίπαλου. Κάθε κείμενο που

⁹ <https://tovatraxi.com/politics/ksekinise-na-ftiaxnei-to-agalma-tou-soimple-o-adonis-georgiadis/>

εξετάσαμε, δεν είναι απλώς ένα αθώο αστείο αλλά μια περίτεχνη απόπειρα διακωμώδησης ή και γελοιοποίησης ενός επιλεγμένου θύματος (βλ. Σ.Ε. 8).

Από ισχυρό μετατραυματικό στρες υποφέρει ο Θάνος Πλεύρης μετά την επίσκεψη θανάτου στα Εξάρχεια

ΝΕΑ • ΠΟΛΙΤΙΚΗ 4 ΙΟΥΛΙΟΥ 2019



Σε κακή ψυχολογική κατάσταση βρίσκεται τις τελευταίες ώρες ο Θάνος Πλεύρης, μετά την άκρως επικίνδυνη επίσκεψη που πραγματοποίησε στην καρδιά του αβάτου των Εξαρχείων για τις ανάγκες του προεκλογικού του σποτ.

Ο υποψήφιος βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας, επέστρεψε στην οικία του κλαίγοντας και έκτοτε παρουσιάζει ισχυρά συμπτώματα μετατραυματικού στρες, αφού ξυπνάει συνεχώς από τον ύπνο του, βάζει τα κλάμματα χωρίς λόγο και φωνάζει, ενώ την υπόλοιπη ώρα, συνεχίζει να μιλάει ψιθυριστά και να κοιτάζει γύρω του δίχως προφανή λόγο.

Σύμφωνα με τους ειδικούς, η κατάσταση του πολιτικού θα αργήσει να παρουσιάσει εμφανή σημάδια βελτίωσης, ενώ δεν διστάζουν να χαρακτηρίσουν την ενέργειά του ιδιαίτερα επικίνδυνη, αφού ο τελευταίος δεξιός που πήγε στην πλατεία τόσο νωρίς, έπεσε θύματα απρόκλητης επίθεσης από εξαγριωμένους γαλατάδες.

Πάντως, πηγές από το περιβάλλον του κ. Πλεύρη διαβεβαιώνουν πως σύντομα ο υποψήφιος βουλευτής θα επανέλθει και μάλιστα θα επισκεφτεί στέκια αναρχικών την ώρα που αυτοί κοιμούνται, ενώ διαφεύδουν τις φήμες συμμετοχής του πολιτικού στο νέο Ράμπο, αντί για τον Σιλβέστερ Σταλόνε.

Σ.Ε. 8 | *Το Κουλούρι*, 04/07/2019 ¹⁰

Ωστόσο, την ίδια στιγμή που επιτίθεται στον αντίπαλο, ο σατιρογράφος απευθύνεται σε ευνοϊκούς αναγνώστες, που θα εκτιμήσουν το χιούμορ του και ίσως αναλάβουν ρόλο συμπαίκτη, δηλαδή συνεχίσουν το παιχνίδι αναδημοσιεύοντας την είδηση ή αναρτώντας τα δικά τους παιγνιώδη σχόλια σε άλλες ιστοσελίδες. Αυτή η απόπειρα συνεργατικής δράσης μπορεί να φέρει εντυπωσιακά αποτελέσματα, όπως φανερώνει για παράδειγμα η απήχηση που είχε στο διαδικτυακό ακροατήριο το θέμα της Σ.Ε. 8:

¹⁰ http://www.tokoulouri.com/politics/x_archeia/

Το σατιρικό νέο γίνεται viral

- στοχοποίηση θύματος (ανταγωνισμός)

▶ παιχνίδι

- αναζήτηση συμπαικτών (συνεργασία)

Παράδειγμα 3 | Η συνεργατική προοπτική της κριτικής

Ένας χρήστης δεν τρολάρει κάποιον αποκλειστικά για ατομική ικανοποίηση αλλά και για επιβράβευση από τα μέλη της ψηφιακής κοινότητας που θα αντιληφθούν το παραπλανητικό παιχνίδι και θα απολαύσουν το αστείο. Η σατιρική είδηση, λοιπόν, καλεί τους αναγνώστες να ενστερνιστούν τον κριτικό λόγο της και να συμμετέχουν σε μια κοινή παιγνιώδη δραστηριότητα. Καθώς αυτό το γλωσσικό παιχνίδι αποκτά δυναμική και διαχέεται στα κοινωνικά δίκτυα ως «ομαδικό τρολάρισμα» σε βάρος του ίδιου στόχου (βλ. Παρ. 3), γίνεται αφορμή για προσωπική επαφή και αλληλογνωριμία μέσα από την ανταλλαγή συναισθημάτων και απόψεων.

5 Συμπεράσματα

Η σατιρική είδηση είναι κατά την αναλυτική μας προσέγγιση ένα κοινωνικό παιχνίδι. Ως παιγνιώδης γλωσσική δράση ακολουθεί, τουλάχιστον στη διαδικτυακή της πραγμάτωση, συγκεκριμένες επιτελεστικές νόρμες, υιοθετώντας δομολειτουργικά χαρακτηριστικά μιας παιδιάς που είναι γνωστή ως τρολάρισμα. Η τυποποίηση της σάτιρας στα πρότυπα της τρολ συμπεριφοράς αφήνει ορατά ίχνη στο ψηφιακό κείμενο. Προτείνουμε, επομένως, ένα μοντέλο που εξετάζει: πώς ακριβώς παίζει ο σατιρογράφος με το διακείμενο του δημοσιογραφικού λόγου (εκτεταμένος τίτλος, υπέρμετρη προσπάθεια επιβεβαίωσης της είδησης, νέο χιουμοριστικό στοιχείο στην κατακλείδα)· πώς διαμορφώνονται τα κωμικά συστατικά της υποτιθέμενης είδησης για τις ανάγκες του παιχνιδιού (σαρκασμός που καταλήγει σε παραλογισμό με κλιμάκωση υπερβολής)· και τέλος, πώς αξιοποιείται σε παιγνιώδες πλαίσιο η κριτική (στοχοποίηση θύματος οδηγεί σε ανταγωνισμό αλλά και συνεργασία).

Προσεγγίζοντας τη σατιρική είδηση ως περίπτωση τρολάρισματος, η έρευνά μας θέλει να συνεισφέρει στον σύγχρονο προβληματισμό για το παγκόσμιο φαινόμενο των fake news, οριοθετώντας την έννοια των σατιρικών ειδήσεων με τρόπο που διαχωρίζει τον χιουμοριστικό σχολιασμό της επικαιρότητας από την υστερόβουλη παραπληροφόρηση. Αυτός ο διαχωρισμός είναι πολύ σημαντικός για τον ψηφιακό

γραμματισμό (digital literacy) όσων πλοηγούνται στο διαδίκτυο για την καθημερινή τους ενημέρωση.

Επιπλέον, το προτεινόμενο μοντέλο μπορεί να συμβάλει στη χαρτογράφηση των ανθρώπινων σχέσεων μέσα στην ψηφιακή διεπίδραση. Μια σατιρική είδηση, ακόμα και όταν φαινομενικά αναλώνεται σε μια χοντροκομμένη φάρσα, δεν είναι ποτέ μονοδιάστατα συγκρουσιακή, αλλά έχει τη διττή πραγματολογική λειτουργία (συνεργατική/ανταγωνιστική) που χαρακτηρίζει κάθε παιδιά. Η είδηση – τρολιά ψυχαγωγεί αλλά ταυτόχρονα ευαισθητοποιεί και παρακινεί σε δράση, με αποτέλεσμα να καλλιεργεί νέες διαπροσωπικές σχέσεις (φιλίας ή αντιπαλότητας) στον κυβερνοχώρο και να αποκτά κεντρικό ρόλο στην οργάνωση της τεχνοκοινωνικότητας τόσο εντός, όσο και εκτός της χρονικής διάρκειας του παιχνιδιού.

Βιβλιογραφία

- Αργύρης, Βασίλειος. 2018. “*Το Γλωσσικό Παιχνίδι ως Ψηφιακή Διεπίδραση: Ελληνόφωνα και Αγγλόφωνα Παιχνίδια στο Διαδίκτυο.*” Διδακτορική διατριβή. Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Aro, Jessikka. 2016. “The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools.” *European View* 15:121–132.
- Bateson, Gregory. 1972. *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology*. Northvale, NJ: Jason Aronson Inc.
- Cook, Guy. 2000. *Language Play, Language Learning*. Oxford: Oxford University Press.
- Dynel, Marta. 2016. “‘Trolling is not Stupid’: Internet Trolling as the Art of Deception Serving Entertainment.” *Intercultural Pragmatics* 13:353–381.
- Ermida, Isabel. 2012. “News Satire in the Press: Linguistic Construction of Humour in Spoof News Articles. Στο Jan Chovanec και Isabel Ermida (επιμ.), *Language and Humour in the Media*, 185–210. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- Hardaker, Claire. 2013. “‘Uh.....not to be nitpicky,,,,,but...the past tense of drag is dragged, not drug.’: An Overview of Trolling Strategies.” *Journal of Language Aggression and Conflict* 1 (1):57–86.
- Rubin, Victoria L., Niall J. Conroy, Yimin Chen, και Sarah Cornwell. 2016. “Fake News or Truth? Using Satirical Cues to Detect Potentially Misleading News.” *Proceedings of NAACL-HLT*, 7–17. Stroudsburg, PA: Association for Computational Linguistics.
- Tandoc Jr., Edson C., Zheng Wei Lim, και Richard Ling. 2018. “Defining ‘Fake News’: A Typology of Scholarly Definitions.” *Digital Journalism* 6 (2):137–153.
- Zhang, Xichen, και Ali A. Ghorbani. 2019. “An Overview of Online Fake News: Characterization, Detection, and Discussion.” *Information Processing & Management* 57 (2). Accessed March 9, 2020. doi.org/10.1016/j.ipm.2019.03.004.