



Σχολή Ανθρωπιστικών Επιστημών
Λαϊκός Πολιτισμός και Νεότερη Πολιτιστική Κληρονομιά

Διπλωματική Εργασία

«Από το καφενείο στο TikTok: Μετασχηματισμοί του λαϊκού
σχολιασμού και της κωμικότητας στην ψηφιακή δημόσια σφαίρα»

Αναστασία Α. Φλωράκη

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Αλεξάνδρα Μπαλάντινα

Πάτρα, Ιούνιος 2026

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της φοιτήτριας Αναστασίας Φλωράκη που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης η συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Η συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.

«Από το καφεενείο στο TikTok: Μετασχηματισμοί του λαϊκού
σχολιασμού και της κωμικότητας στην ψηφιακή δημόσια σφαίρα»

Αναστασία Α. Φλωράκη

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Αλεξάνδρα Μπαλάντινα

Αναπληρώτρια καθηγήτρια
εθνομουσικολογίας στο Τμήμα Μουσικών
Σπουδών του Ιόνιου Πανεπιστημίου

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Ιωάννης Κυριακάκης

Δρ. Κοινωνικής Ανθρωπολογίας

Πάτρα, Ιούνιος 2026

*Στα παιδιά μου,
γιατί μου δείχνουν καθημερινά ότι κάθε γενιά
βρίσκει το δικό της τρόπο να επικοινωνεί,
να γελά και να αφηγείται τις ιστορίες της.*

Περίληψη

Η παρούσα εργασία εξετάζει το TikTok ως σύγχρονο πεδίο παραγωγής και διάδοσης λαϊκού λόγου, εστιάζοντας στις μορφές χιούμορ, σάτιρας και κοινωνικού σχολιασμού που αναπτύσσονται στο ψηφιακό περιβάλλον. Αφετηρία της έρευνας αποτελεί η διαπίστωση ότι οι ψηφιακές πλατφόρμες δεν λειτουργούν μόνο ως μέσα επικοινωνίας, αλλά και ως χώροι συγκρότησης κοινοτήτων, συλλογικής συμμετοχής και πολιτισμικής δημιουργίας, στους οποίους επαναδιατυπώνονται βασικές λειτουργίες της προφορικής παράδοσης και του λαϊκού πολιτισμού.

Η μελέτη προσεγγίζει το TikTok μέσα από το θεωρητικό πλαίσιο της σύγχρονης λαογραφίας, της θεωρίας της επιτελεστικότητας και της ψηφιακής λαογραφίας, διερευνώντας τους τρόπους με τους οποίους οι χρήστες αξιοποιούν το χιούμορ, τη μίμηση, την παραλλαγή και τη σύντομη ψηφιακή αφήγηση για να σχολιάσουν ζητήματα που αφορούν την οικογένεια, τις γενεακές σχέσεις, την εργασία, την πολιτική, τις έμφυλες ταυτότητες και την καθημερινή ζωή. Παράλληλα, εξετάζονται οι μηχανισμοί διάδοσης του περιεχομένου μέσω hashtags, trends, viral φράσεων και αλγοριθμικών διαδικασιών, καθώς και ο ρόλος των σχολίων των χρηστών στη συλλογική διαμόρφωση νοημάτων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη μετάβαση από τους παραδοσιακούς χώρους λαϊκής επικοινωνίας, όπως το καφεενείο και η παρέα, στις σύγχρονες δικτυακές κοινότητες, καθώς και στη δημιουργία ψηφιακών περσόνων από δημιουργούς περιεχομένου και influencers. Μέσα από ποιοτική ανάλυση ελληνόφωνου περιεχομένου και τη χρήση εργαλείων ψηφιακής εθνογραφίας, η εργασία επιχειρεί να αναδείξει τις συνέχειες αλλά και τους μετασχηματισμούς του λαϊκού λόγου στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή.

Τα ευρήματα δείχνουν ότι το TikTok λειτουργεί ως ένας νέος λαογραφικός τόπος, όπου οι χρήστες συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγή, αναπαραγωγή και αναδιαμόρφωση πολιτισμικών μορφών, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση συλλογικών ταυτοτήτων, κοινών πολιτισμικών κωδίκων και νέων μορφών κοινωνικού σχολιασμού.

Λέξεις – Κλειδιά

ψηφιακή λαογραφία, TikTok, λαϊκός λόγος, χιούμορ, σάτιρα, επιτελεστικότητα, ψηφιακές κοινότητες, κοινωνικά δίκτυα, memes, influencers.

«From Kafeneio to TikTok: Transformations of Folk Commentary and Humour in the Digital Public Sphere»

Anastasia A. Floraki

Abstract

This thesis examines TikTok as a contemporary space for the production and circulation of vernacular discourse, focusing on the forms of humour, satire, and social commentary that emerge within digital environments. The study is based on the premise that social media platforms function not merely as communication tools but also as spaces where communities are formed, collective participation takes place, and cultural meanings are continuously negotiated. In this context, fundamental mechanisms of folk culture and oral tradition are rearticulated through new technological forms.

Drawing on the theoretical frameworks of contemporary folklore studies, performance theory, and digital folklore, the research explores how users employ humour, imitation, variation, and short-form digital storytelling to comment on issues related to family life, generational relations, work, politics, gender identities, and everyday experiences. Particular attention is given to the ways in which hashtags, trends, viral phrases, algorithmic visibility, and user interactions contribute to the circulation and transformation of digital cultural content. The study also investigates the role of comments, participatory practices, and content creators in the collective construction of meaning within the platform.

Furthermore, the thesis examines the transition from traditional spaces of folk communication, such as the coffeehouse and informal social gatherings, to contemporary networked communities. It also considers the emergence of digital personas, influencers, and new forms of performative self-presentation, highlighting the increasingly blurred boundaries between personal expression, collective creativity, and commercial communication.

Using qualitative content analysis and digital ethnographic methods, the research analyses Greek-language TikTok content in order to identify continuities and transformations in the ways people narrate, interpret, and comment on social reality. The findings suggest that TikTok operates as a contemporary folkloric arena where users actively participate in the creation, reproduction, and adaptation of cultural forms, contributing to the formation of collective identities, shared cultural codes, and new modes of social commentary in the digital age.

Keywords

digital folklore, TikTok, vernacular discourse, humour, satire, performativity, digital communities, social media, memes, influencers.

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα

Περίληψη	v
Abstract	vii
Περιεχόμενα	ix
Εισαγωγή.....	x
1. Μεθοδολογία και ερευνητικός σχεδιασμός.....	1
1.1. Ψηφιακή εθνογραφία και ανάλυση περιεχομένου.....	1
1.2. Επιλογή, επεξεργασία και ανάλυση ερευνητικού υλικού, κατηγορίες και ερευνητικά κριτήρια.....	3
1.3. Δεοντολογικά ζητήματα και περιορισμοί της έρευνας.....	6
2. Λαϊκός πολιτισμός και επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή.....	8
2.1. Η λαογραφία ως μελέτη της καθημερινής έκφρασης.....	8
2.2. Προφορικότητα και επιτελεστικότητα.....	11
2.3. Ο λαϊκός λόγος ως κοινωνική πρακτική.....	13
2.3.1. Το καρναβαλικό στοιχείο και η διαλογικότητα στον λαϊκό λόγο.....	15
2.3.2. Χιούμορ και σάτιρα.....	16
2.3.3. Κουτσομπολιό και κοινωνικός έλεγχος.....	17
2.3.4. Τυποποιημένοι χαρακτήρες και στερεότυπα.....	27
2.4. Η οπτικοακουστική γραμματική του σύντομου βίντεο.....	32
3. Από το καφεενείο στο TikTok: μετασχηματισμοί του λαϊκού χώρου.....	35
3.1. Το καφεενείο και η παρέα ως επικοινωνιακά περιβάλλοντα.....	36
3.2. Η άτυπη δημόσια σφαίρα και ο καθημερινός σχολιασμός.....	44
3.3. TikTok και μορφές βραχείας επιτελεστικής αφήγησης.....	52
3.4. Δικτυακές κοινότητες και αλγοριθμική διάχυση του λαϊκού λόγου.....	59
4. Καθημερινότητα, οικογένεια και κοινωνικοί ρόλοι στον ψηφιακό λαϊκό λόγο.....	62
4.1. Οικογένεια και γενεακές συγκρούσεις.....	74
4.1.1. Η «ελληνίδα μάνα» και η υπερ-φροντίδα.....	74
4.1.2. Ο απόντας ή αμήχανος πατέρας.....	80
4.1.3. Γιαγιάδες, παππούδες και παραδοσιακές αξίες.....	86
4.1.4. Millennials, Gen Z και πολιτισμικό χάσμα.....	93
4.2. Εργασία και καθημερινή επιβίωση.....	99

4.2.1. Η ρουτίνα του 9-5.....	105
4.2.2. Το αφεντικό ως σατιρικός τύπος.....	110
4.2.3. Εργασιακή εξουθένωση και αυτοσαρκασμός.....	120
4.3. Κατανάλωση, οικονομική πίεση και μικρο-καθημερινότητα.....	128
5. Ταυτότητα, σχέσεις και κοινωνικές εντάσεις στο ψηφιακό περιβάλλον.....	139
5.1. Έμφυλες αναπαραστάσεις και στερεότυπα, η ανδρική και γυναικεία τυπολογία ...	139
5.1.1. Σχέσεις, dating culture και νέα ψηφιακή ορολογία.....	140
5.1.2. LGBTQ+ αναπαραστάσεις και διαδικτυακό χιούμορ.....	152
5.2. Ψυχολογικοποίηση του καθημερινού λόγου.....	163
5.2.1. «Τοξικότητα», gaslighting και narcissism.....	164
5.2.2. Η διάδοση ψυχολογικών όρων ως λαϊκού λεξιλογίου.....	166
5.3. Εθνικά στερεότυπα και διαπολιτισμική σάτιρα.....	167
5.3.1. Οι «ξένοι» μέσα από ελληνικά memes.....	168
5.3.2. Βαλκανικές ταυτότητες και υβριδική εμπειρία.....	177
5.3.3. Ελληνικότητα και ψηφιακή αυτοεικόνα.....	186
5.4. Πολιτική σάτιρα, viral φράσεις και συλλογική μνήμη.....	198
5.4.1. Πολιτική επιτελεστικότητα και ψηφιακή σάτιρα.....	198
5.4.2. Μιμήσεις πολιτικών προσώπων και λαϊκή γελοιοποίηση.....	200
5.4.3. Viral φράσεις ως συλλογικοί πολιτισμικοί κώδικες.....	210
6. Οι χρήστες και οι δημιουργοί απέναντι στο ψηφιακό περιεχόμενο: ανάλυση της εμπειρικής έρευνας.....	217
6.1. Χρήση, πρόσληψη και συμμετοχή των χρηστών.....	220
6.2. Η οπτική των δημιουργών: παραγωγή περιεχομένου, ψηφιακές περσόνες και αυθεντικότητα.....	223
Συμπεράσματα.....	226
Παράρτημα Α: Σύνδεσμοι βίντεο.....	236
Παράρτημα Β: Συνεντεύξεις.....	237

Εισαγωγή

Η καθημερινή επικοινωνία, η αφήγηση, το χιούμορ και ο κοινωνικός σχολιασμός αποτελούν διαχρονικές όψεις του λαϊκού πολιτισμού. Οι άνθρωποι αφηγούνται εμπειρίες, σχολιάζουν πρόσωπα και γεγονότα, σατιρίζουν κοινωνικές συμπεριφορές, αναπαράγουν στερεότυπα και δημιουργούν κοινούς κώδικες επικοινωνίας μέσα από πρακτικές που μεταβάλλονται ανάλογα με το κοινωνικό και τεχνολογικό περιβάλλον κάθε εποχής. Οι χώροι και τα μέσα αυτής της επικοινωνίας δεν παραμένουν σταθερά. Το καφενείο, η γειτονιά, η πλατεία και η παρέα υπήρξαν επί μακρόν προνομιακοί τόποι ανάπτυξης του καθημερινού λαϊκού λόγου. Σήμερα, μεγάλο μέρος αντίστοιχων επικοινωνιακών πρακτικών εκτυλίσσεται στις ψηφιακές πλατφόρμες, όπου η προσωπική αφήγηση, το αστείο, η σάτιρα, η φήμη και ο σχολιασμός αποκτούν νέες μορφές, διαφορετική κλίμακα διάδοσης και συχνά απρόβλεπτη δυναμική.

Η παρούσα εργασία εξετάζει τους μετασχηματισμούς αυτούς με κύριο πεδίο έρευνας το TikTok και με επίκεντρο τις μορφές λαϊκού σχολιασμού και κωμικότητας που αναπτύσσονται στην ελληνόφωνη ψηφιακή δημόσια σφαίρα. Ο τίτλος *Από το καφενείο στο TikTok* δεν υποδηλώνει μια γραμμική μετάβαση από έναν παλαιό σε έναν νέο πολιτισμικό κόσμο ούτε την εξαφάνιση των παραδοσιακών μορφών κοινωνικότητας. Αντίθετα, χρησιμοποιείται ως αφετηρία για τη διερεύνηση των συνεχειών, των ανασηματοδοτήσεων και των μετασχηματισμών που παρατηρούνται όταν ο καθημερινός λαϊκός λόγος μεταφέρεται σε ένα ψηφιακό, δικτυωμένο και αλγοριθμικά οργανωμένο περιβάλλον.

Η επιλογή του TikTok ως κύριου πεδίου έρευνας δεν είναι τυχαία. Σε αντίθεση με πλατφόρμες στις οποίες κυριαρχεί ο γραπτός λόγος ή η περισσότερη στατική οπτική αυτοπαρουσίαση, το TikTok οργανώνεται κατά κύριο λόγο γύρω από το σύντομο οπτικοακουστικό περιεχόμενο, την επιτέλεση, την επανάληψη και την παραλλαγή. Η φωνή, η κίνηση του σώματος, οι εκφράσεις του προσώπου, η μουσική, τα ηχητικά αποσπάσματα, οι υπότιτλοι και το μοντάζ συνδυάζονται στη δημιουργία σύντομων αφηγηματικών και κωμικών μορφών. Παράλληλα, πρακτικές όπως τα duets και τα stitches, η επαναχρησιμοποίηση ήχων, τα trends και τα hashtags επιτρέπουν τη συνεχή αναπαραγωγή και μεταβολή ενός αρχικού περιεχομένου. Με τον τρόπο αυτό, ένα αστείο, μια φράση, ένας χαρακτήρας ή ένα αφηγηματικό σχήμα μπορεί να επαναληφθεί από μεγάλο αριθμό χρηστών, να αποκτήσει διαφορετικές εκδοχές και να μετατραπεί σε κοινό πολιτισμικό κώδικα. Αυτά ακριβώς τα χαρακτηριστικά καθιστούν το TikTok ιδιαίτερα ενδιαφέρον από

λαογραφική άποψη. Η επανάληψη με παραλλαγές, η συλλογική συμμετοχή, η δημιουργία αναγνωρίσιμων τύπων, η κυκλοφορία σύντομων αφηγήσεων και η διαμόρφωση κοινών κωδίκων δεν είναι άγνωστες διαδικασίες στη μελέτη του λαϊκού πολιτισμού. Η τεχνολογική τους διαμεσολάβηση, ωστόσο, μεταβάλλει την ταχύτητα, την έκταση και τις συνθήκες της κυκλοφορίας τους. Ένα περιεχόμενο που παράγεται σε συγκεκριμένο κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον μπορεί να αποκτήσει μέσα σε ελάχιστο χρόνο ευρύτατη διάδοση, να αναπαραχθεί από διαφορετικές ομάδες χρηστών και να επανερμηνευθεί σε νέα συμφραζόμενα. Η πλατφόρμα δεν αποτελεί επομένως απλώς ένα τεχνολογικό μέσο μετάδοσης ήδη διαμορφωμένου περιεχομένου, αλλά ενεργό περιβάλλον πολιτισμικής παραγωγής.

Τα τελευταία χρόνια, η διεθνής έρευνα έχει στραφεί ολοένα περισσότερο προς τη μελέτη του TikTok ως πεδίου κοινωνικής αλληλεπίδρασης, πολιτισμικής παραγωγής, επιτελεστικής αυτοπαρουσίασης και συγκρότησης ψηφιακών κοινοτήτων. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι έρευνες που εξετάζουν την πλατφόρμα όχι αποκλειστικά ως τεχνολογικό προϊόν ή μέσο ψυχαγωγίας, αλλά ως σύνθετο πολιτισμικό περιβάλλον, στο οποίο η αλγοριθμική οργάνωση της ορατότητας συνυπάρχει με συμμετοχικές πρακτικές, μιμητικές διαδικασίες και μορφές συλλογικής δημιουργικότητας. Στο πεδίο της ψηφιακής λαογραφίας, η μετατόπιση της έρευνας προς τα κοινωνικά δίκτυα έχει επιτρέψει την επανεξέταση βασικών λαογραφικών εννοιών, όπως η κοινότητα, η παράδοση, η παραλλαγή, η επιτέλεση και η διάδοση, υπό το πρίσμα των νέων συνθηκών της ψηφιακής επικοινωνίας.

Η παρούσα μελέτη εντάσσεται σε αυτό το ευρύτερο πεδίο προβληματισμού και επιχειρεί να εξετάσει το TikTok από τη σκοπιά της σύγχρονης λαογραφίας και της ψηφιακής εθνογραφίας. Βασική της παραδοχή είναι ότι ο λαϊκός πολιτισμός δεν αποτελεί ένα κλειστό σύνολο επιβιώσεων του παρελθόντος, αλλά μια δυναμική διαδικασία δημιουργίας, επικοινωνίας και διαπραγμάτευσης νοημάτων. Από αυτή την άποψη, η μελέτη του σύγχρονου λαϊκού λόγου προϋποθέτει την εξέταση των χώρων στους οποίους σήμερα οι άνθρωποι συναντώνται, επικοινωνούν, αφηγούνται, γελούν, διαφωνούν και σχολιάζουν την κοινωνική πραγματικότητα. Οι ψηφιακές πλατφόρμες αποτελούν πλέον αναπόσπαστο μέρος αυτών των διαδικασιών.

Βασικός σκοπός της εργασίας είναι να διερευνήσει με ποιους τρόπους οι παραδοσιακές λειτουργίες του λαϊκού σχολιασμού και της κωμικότητας συνεχίζονται, μετασχηματίζονται ή αποκτούν νέα χαρακτηριστικά στο ψηφιακό περιβάλλον. Το

ενδιαφέρον δεν επικεντρώνεται μόνο στο περιεχόμενο των βίντεο, αλλά στο συνολικό επικοινωνιακό γεγονός που συγκροτείται γύρω από αυτά: στον δημιουργό και την ψηφιακή του περσόνα, στις αφηγηματικές και επιτελεστικές τεχνικές, στις αντιδράσεις του κοινού, στα σχόλια, στις παραλλαγές, στις επαναληπτικοποιήσεις και στις κοινότητες που δημιουργούνται μέσα από επαναλαμβανόμενες πρακτικές αλληλεπίδρασης. Στο πλαίσιο αυτό, η έρευνα οργανώνεται γύρω από ορισμένα βασικά ερωτήματα. Με ποιους τρόπους μετασχηματίζονται οι λειτουργίες του καθημερινού λαϊκού λόγου κατά τη μετάβασή τους από τους χώρους της άμεσης κοινωνικής επικοινωνίας στις ψηφιακές πλατφόρμες; Ποιες μορφές χιούμορ, σάτιρας, στερεοτυπικής τυποποίησης και κοινωνικού σχολιασμού κυριαρχούν στο ελληνόφωνο TikTok; Πώς αξιοποιούνται η επιτέλεση, η μίμηση, η επανάληψη και η παραλλαγή στην παραγωγή ψηφιακού περιεχομένου; Ποιος είναι ο ρόλος των σχολίων και των συμμετοχικών πρακτικών στη συλλογική διαμόρφωση του νοήματος; Με ποιους τρόπους τα trends, οι viral φράσεις και οι επαναλαμβανόμενοι χαρακτήρες λειτουργούν ως κοινοί πολιτισμικοί κώδικες; Τέλος, σε ποιο βαθμό μπορεί το TikTok να εξεταστεί ως σύγχρονος λαογραφικός τύπος, στον οποίο συγκροτούνται κοινότητες, συλλογικές ταυτότητες και νέες μορφές καθημερινού δημόσιου λόγου;

Για τη διερεύνηση των παραπάνω ερωτημάτων ακολουθήθηκε ποιοτική ερευνητική προσέγγιση, η οποία συνδυάζει την ψηφιακή εθνογραφία με την ποιοτική ανάλυση περιεχομένου. Το ερευνητικό υλικό συγκεντρώθηκε κατά το χρονικό διάστημα από τον Δεκέμβριο του 2025 έως τον Μάιο του 2026 και περιλαμβάνει περίπου 350 βίντεο από 70 λογαριασμούς του TikTok. Η έρευνα συμπεριέλαβε την παρατήρηση λογαριασμών και trends, την παρακολούθηση των συζητήσεων που αναπτύσσονται στα σχόλια, την καταγραφή παραλλαγών, duets και stitches και τη συστηματική κατηγοριοποίηση του υλικού. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκαν 25 ημιδομημένες συνεντεύξεις με χρήστες μέσω κοινωνικής δικτύωσης ηλικίας 17 έως 40 ετών, με στόχο τη διερεύνηση των πρακτικών χρήσης των ψηφιακών πλατφορμών, της συμμετοχής σε διαδικτυακές κοινότητες και της δημιουργίας κοινωνικών σχέσεων μέσω αυτών καθώς και 5 ημικατευθυνόμενες συνεντεύξεις με δημιουργούς περιεχομένου. Η θέση της ερευνήτριας ήταν εκείνη του συμμετέχοντος παρατηρητή, καθώς η παρατήρηση του ψηφιακού πεδίου συνδυάστηκε με ενεργή παρουσία και αλληλεπίδραση στο περιβάλλον της πλατφόρμας.

Η ανάλυση του υλικού οργανώθηκε γύρω από θεματικούς άξονες που προέκυψαν από τη συστηματική παρατήρηση επαναλαμβανόμενων μορφών περιεχομένου. Η οικογένεια και οι γενεακές σχέσεις, η εργασία και η οικονομική καθημερινότητα, οι

έμφυλες ταυτότητες και οι ερωτικές σχέσεις, η διάδοση ενός εκλαϊκευμένου ψυχολογικού λεξιλογίου, τα εθνικά και πολιτισμικά στερεότυπα, η πολιτική σάτιρα και οι viral φράσεις αποτελούν βασικές περιοχές μέσα στις οποίες εκδηλώνεται ο σύγχρονος ψηφιακός λαϊκός σχολιασμός. Κοινό χαρακτηριστικό των επιμέρους θεματικών είναι η μετατροπή εμπειριών της καθημερινής ζωής σε σύντομες, αναγνωρίσιμες και συχνά κωμικές αφηγήσεις, στις οποίες το προσωπικό συνδέεται με το συλλογικό.

Η εργασία διαρθρώνεται σε έξι κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζει τον μεθοδολογικό και ερευνητικό σχεδιασμό της εργασίας. Αναλύονται οι αρχές της ψηφιακής εθνογραφίας και της ποιοτικής ανάλυσης περιεχομένου, η διαδικασία επιλογής, επεξεργασίας και κατηγοριοποίησης του ερευνητικού υλικού, τα κριτήρια της έρευνας, καθώς και τα δεοντολογικά ζητήματα και οι περιορισμοί που συνδέονται με τη μελέτη ενός δυναμικού και διαρκώς μεταβαλλόμενου ψηφιακού πεδίου.

Το δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζει το θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας και εξετάζει τη λαογραφία ως μελέτη της καθημερινής έκφρασης, την προφορικότητα και την επιτελεστικότητα, καθώς και τον λαϊκό λόγο ως κοινωνική πρακτική. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο χιούμορ και τη σάτιρα, στο κουτσομπολιό ως μηχανισμό κοινωνικού σχολιασμού και ελέγχου, στους τυποποιημένους χαρακτήρες και τα στερεότυπα, καθώς και στις έννοιες της ψηφιακής λαογραφίας και της συμμετοχικής κουλτούρας.

Το τρίτο κεφάλαιο εξετάζει τη μετάβαση από τους παραδοσιακούς χώρους λαϊκής επικοινωνίας στα σύγχρονα ψηφιακά περιβάλλοντα. Αφετηρία αποτελεί το καφενείο και η παρέα ως χώροι άτυπης επικοινωνίας και συλλογικού σχολιασμού. Στη συνέχεια εξετάζεται η έννοια της άτυπης δημόσιας σφαίρας και αναλύονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του TikTok ως περιβάλλοντος βραχείας επιτελεστικής αφήγησης, καθώς και ο ρόλος των δικτυακών κοινοτήτων και της αλγοριθμικής διάχυσης στην κυκλοφορία του λαϊκού λόγου.

Το τέταρτο κεφάλαιο επικεντρώνεται στην αναπαράσταση της καθημερινής ζωής μέσα από το ψηφιακό χιούμορ. Εξετάζονται η οικογένεια και οι γενεακές συγκρούσεις, οι τυποποιημένες μορφές της «ελληνίδας μάνας», του πατέρα και των παππούδων, οι αντιθέσεις μεταξύ διαφορετικών γενεών, καθώς και η εργασία, η επαγγελματική εξουθένωση, η οικονομική πίεση και η καταναλωτική καθημερινότητα ως αντικείμενα σατιρικής επεξεργασίας και αυτοσαρκασμού.

Το πέμπτο κεφάλαιο εξετάζει ζητήματα ταυτότητας, σχέσεων και κοινωνικών εντάσεων στο ψηφιακό περιβάλλον. Η ανάλυση αφορά τις έμφυλες αναπαραστάσεις, τις σύγχρονες σχέσεις και τη νέα ψηφιακή ορολογία, τις LGBTQ+ αναπαραστάσεις, την

ψυχολογικοποίηση του καθημερινού λόγου και τη διάδοση όρων όπως η «τοξικότητα», το gaslighting και ο ναρκισσισμός. Παράλληλα, μελετώνται τα εθνικά στερεότυπα, οι βαλκανικές ταυτότητες και οι τρόποι με τους οποίους η ελληνικότητα αναπαρίσταται και σχολιάζεται μέσα από memes και σύντομα βίντεο. Το κεφάλαιο στρέφεται επίσης στην πολιτική σάτιρα, τις viral φράσεις και τη συγκρότηση μορφών συλλογικής μνήμης. Εξετάζονται η πολιτική επιτελεστικότητα, οι μιμήσεις πολιτικών προσώπων, η λαϊκή γελοιοποίηση και η μετατροπή φράσεων ή στιγμιότυπων της δημόσιας ζωής σε επαναλαμβανόμενους πολιτισμικούς κώδικες. Η ανάλυση ολοκληρώνεται με την εξέταση του ψηφιακού χιούμορ ως τρόπου συλλογικής επεξεργασίας κοινωνικών κρίσεων και κοινών εμπειριών.

Το έκτο κεφάλαιο ολοκληρώνει την μελέτη με την ανάλυση των ερωτηματολογίων και των ημικατευθυνόμενων συζητήσεων που έγιναν με απλούς χρήστες και δημιουργούς πριεχομένου. Παρόλο που το υλικό από τις συνεντεύξεις χρησιμοποιήθηκε και σε άλλα σημεία της εργασίας, σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται μια συγκέντρωση των στοιχείων καθώς και μια σύγκριση των απαντήσεων στα ερωτηματολόγια.

Μέσα από αυτή τη διαδρομή, η εργασία επιχειρεί να δείξει ότι η μετάβαση από το καφενείο στο TikTok δεν συνιστά μια απλή αντικατάσταση του φυσικού από τον ψηφιακό χώρο. Πρόκειται για έναν ευρύτερο μετασχηματισμό των συνθηκών μέσα στις οποίες παράγεται, κυκλοφορεί και αναγνωρίζεται ο λαϊκός λόγος. Οι άνθρωποι εξακολουθούν να αφηγούνται, να σατιρίζουν, να υπερβάλλουν, να δημιουργούν τύπους, να επαναλαμβάνουν ιστορίες και να διαμορφώνουν κοινούς κώδικες. Αυτό που μεταβάλλεται είναι το περιβάλλον της επιτέλεσης, η ταχύτητα της διάδοσης, η έκταση του δυνητικού κοινού και η σύνθετη σχέση ανάμεσα στην ατομική δημιουργία, τη συλλογική συμμετοχή και την αλγοριθμική διαμεσολάβηση.

1. Μεθοδολογία και ερευνητικός σχεδιασμός

1.1. Ψηφιακή εθνογραφία και ανάλυση περιεχομένου

Η παρούσα εργασία βασίζεται σε ποιοτική ερευνητική προσέγγιση, αντλώντας θεωρητικά και μεθοδολογικά εργαλεία από τη λαογραφία, την κοινωνική ανθρωπολογία και τις σπουδές ψηφιακής κουλτούρας. Βασικός στόχος της έρευνας δεν είναι η στατιστική καταγραφή της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά η ερμηνευτική διερεύνηση των μορφών ψηφιακού λαϊκού λόγου και κοινωνικού σχολιασμού που αναπτύσσονται στην πλατφόρμα TikTok. Η έμφαση δίνεται στις πολιτισμικές πρακτικές, στις μορφές χιούμορ και σάτιρας, στους επαναλαμβανόμενους αφηγηματικούς τύπους και στις διαδικασίες συλλογικής συμμετοχής που οργανώνουν τη σύγχρονη ψηφιακή επικοινωνία.

Η έρευνα στηρίζεται κυρίως στην ψηφιακή εθνογραφία (digital ethnography), μια μεθοδολογική προσέγγιση που επιτρέπει τη μελέτη πολιτισμικών πρακτικών οι οποίες αναπτύσσονται σε διαδικτυακά περιβάλλοντα επικοινωνίας. Όπως επισημαίνεται στη σχετική βιβλιογραφία της Ψηφιακής Λαογραφίας, τα βασικά εθνογραφικά εργαλεία παραμένουν ουσιαστικά κοινά με εκείνα της κλασικής επιτόπιας έρευνας, προσαρμοσμένα όμως στις ιδιαιτερότητες του ψηφιακού πεδίου. Η ψηφιακή εθνογραφία αντιμετωπίζει τις διαδικτυακές πλατφόρμες όχι ως ουδέτερα τεχνολογικά μέσα αλλά ως κοινωνικούς και πολιτισμικούς χώρους μέσα στους οποίους συγκροτούνται κοινότητες, αναπτύσσονται μορφές συλλογικής έκφρασης και διαμορφώνονται σύγχρονες μορφές λαϊκής δημιουργίας (Pink et al., 2016, σσ. 1-12). Στο πλαίσιο αυτό, το TikTok προσεγγίζεται ως περιβάλλον συμμετοχικής πολιτισμικής παραγωγής, όπου οι χρήστες λειτουργούν ταυτόχρονα ως δημιουργοί, θεατές, σχολιαστές και αναπαραγωγοί πολιτισμικού περιεχομένου.

Η έρευνα δεν βασίστηκε αποκλειστικά στην παρατήρηση περιεχομένου αλλά και στη συστηματική συμμετοχή της ερευνήτριας στο ίδιο το ψηφιακό περιβάλλον που μελετά. Κατά τη διάρκεια της έρευνας διατηρήθηκε ενεργός προσωπικός λογαριασμός στο TikTok, μέσω του οποίου πραγματοποιήθηκε καθημερινή παρακολούθηση λογαριασμών, trends και συζητήσεων χρηστών. Η συμμετοχή περιλάμβανε αλληλεπίδραση με αναρτήσεις μέσω σχολίων, παρακολούθηση συζητήσεων που αναπτύσσονταν κάτω από δημοφιλή βίντεο, αποθήκευση και κατηγοριοποίηση υλικού, καθώς και συστηματική παρατήρηση των τρόπων με τους οποίους οι χρήστες συγκροτούν κοινότητες, αναπτύσσουν σχέσεις και

διαμορφώνουν μορφές συλλογικής έκφρασης. Η θέση της ερευνήτριας υπήρξε επομένως εκείνη του συμμετέχοντος παρατηρητή, στοιχείο που αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της ψηφιακής εθνογραφικής προσέγγισης.

Το ερευνητικό υλικό συλλέχθηκε κατά το χρονικό διάστημα από τον Δεκέμβριο του 2025 έως τον Μάιο του 2026 και περιλαμβάνει περίπου 350 βίντεο προερχόμενα από 70 λογαριασμούς της πλατφόρμας TikTok. Η επιλογή του υλικού πραγματοποιήθηκε μέσω παρατήρησης δημοφιλών trends, θεματικής αναζήτησης hashtags και εντοπισμού λογαριασμών που παρουσιάζουν συστηματική παραγωγή χιουμοριστικού, σατιρικού ή σχολιαστικού περιεχομένου σχετικού με την καθημερινότητα, τις οικογενειακές σχέσεις, την εργασία, τις έμφυλες ταυτότητες και τις κοινωνικές συμπεριφορές. Στην ανάλυση συμπεριλήφθηκαν όχι μόνο τα ίδια τα βίντεο αλλά και στοιχεία αλληλεπίδρασης, όπως σχόλια, duets, stitches, παραλλαγές και επαναχρησιμοποιήσεις ηχητικών αποσπασμάτων.

Για τον εμπλουτισμό της εθνογραφικής προσέγγισης πραγματοποιήθηκαν επίσης ημιδομημένες συνεντεύξεις με είκοσι πέντε χρήστες μέσω κοινωνικής δικτύωσης ηλικίας 17 έως 40 ετών. Οι συνεντεύξεις επικεντρώθηκαν στις πρακτικές χρήσης των ψηφιακών πλατφορμών, στη συμμετοχή σε διαδικτυακές κοινότητες και στη δημιουργία κοινωνικών σχέσεων μέσω αυτών. Από τους συμμετέχοντες, οι είκοσι τρεις ανέφεραν ότι έχουν αναπτύξει φιλικές σχέσεις με άτομα που γνώρισαν μέσω των κοινωνικών δικτύων, ενώ αρκετοί αναφέρθηκαν και σε ερωτικές σχέσεις που ξεκίνησαν διαδικτυακά. Χαρακτηριστική είναι η μαρτυρία του Τάσου, 23 ετών, ο οποίος σημείωσε: «Όλη η παρέα μου αυτή τη στιγμή είναι παιδιά που γνώρισα στο TikTok. Τύποι που απαντούσαν στα βιντεάκια που ανέβαζα και απαντούσα στα δικά τους. Με ακολούθησαν, τους ακολούθησα, ανταλλάξαμε Instagram και φτιάξαμε γκρουπ. Κάνα χρόνο τώρα μιλάμε κάθε μέρα και βγαίνουμε κιόλας, όσοι μένουμε Αθήνα τουλάχιστον». Η μαρτυρία αυτή αναδεικνύει ότι οι ψηφιακές κοινότητες δεν περιορίζονται απαραίτητα στο διαδικτυακό περιβάλλον αλλά μπορούν να οδηγήσουν και στη δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων στον φυσικό χώρο.

Παράλληλα, αξιοποιήθηκε η μέθοδος της ποιοτικής ανάλυσης περιεχομένου με στόχο τον εντοπισμό επαναλαμβανόμενων θεματικών, αφηγηματικών μοτίβων και μορφών κοινωνικού σχολιασμού. Η ανάλυση έλαβε υπόψη όχι μόνο το λεκτικό περιεχόμενο αλλά και τα πολυτροπικά χαρακτηριστικά της ψηφιακής επικοινωνίας, όπως τη χρήση ήχου, μουσικής, μιμητικής έκφρασης, υπότιτλων, οπτικών στοιχείων και τεχνικών μοντάζ. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στις διαδικασίες επανάληψης, παραλλαγής και επαναδιατύπωσης

πολιτισμικών σχημάτων, καθώς αυτές αποτελούν βασικούς μηχανισμούς συγκρότησης της ψηφιακής λαογραφίας.

Ιδιαίτερη σημασία αποδόθηκε και στα σχόλια των χρηστών, τα οποία αντιμετωπίστηκαν όχι απλώς ως αντιδράσεις του κοινού αλλά ως οργανικό μέρος της διαδικασίας παραγωγής ψηφιακού λαϊκού λόγου. Μέσα από τα σχόλια, οι χρήστες επεκτείνουν το αστείο, αφηγούνται παρόμοιες εμπειρίες, επανερμηνεύουν πολιτισμικές αναφορές και συμμετέχουν συλλογικά στη διαμόρφωση του νοήματος του περιεχομένου. Η επικοινωνία στο TikTok δεν οργανώνεται επομένως αποκλειστικά γύρω από το αρχικό βίντεο αλλά μέσα από ένα ευρύτερο πλέγμα αλληλεπιδράσεων, αναπαραγωγών και παραλλαγών.

Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε με ερμηνευτικό και θεματικό τρόπο. Δεν επιχειρείται η εξαγωγή στατιστικά γενικεύσιμων συμπερασμάτων για το σύνολο της ψηφιακής επικοινωνίας, αλλά η ανάδειξη χαρακτηριστικών μορφών ψηφιακού λαϊκού λόγου και η κατανόηση των πολιτισμικών λειτουργιών τους μέσα στο σύγχρονο κοινωνικό και επικοινωνιακό περιβάλλον. Η έρευνα αντιμετωπίζει, τέλος, ορισμένους περιορισμούς που σχετίζονται με τη φύση της ίδιας της πλατφόρμας. Η αλγοριθμική οργάνωση του TikTok, η συνεχής μεταβολή της ροής περιεχομένου και η προσωρινότητα πολλών ψηφιακών trends καθιστούν αδύνατη τη σταθερή και πλήρως αναπαραγώγιμη καταγραφή του υλικού. Το περιεχόμενο που προβάλλεται επηρεάζεται από μηχανισμούς προσωποποιημένης διάχυσης, γεγονός που επηρεάζει και την ίδια τη διαδικασία παρατήρησης. Επιπλέον, η έρευνα βασίζεται αποκλειστικά σε δημόσια προσβάσιμο υλικό, ενώ κατά την παρουσίαση των συνεντεύξεων χρησιμοποιούνται μόνο μικρά αποσπάσματα και ψευδώνυμα ή μικρά ονόματα, ώστε να προστατεύεται η ανωνυμία των συμμετεχόντων.

1.2. Επιλογή, επεξεργασία και ανάλυση ερευνητικού υλικού, κατηγορίες και ερευνητικά κριτήρια

Το ερευνητικό υλικό της παρούσας εργασίας προέρχεται κυρίως από την πλατφόρμα TikTok, η οποία επιλέχθηκε λόγω της ιδιαίτερης σημασίας της στη σύγχρονη ψηφιακή κουλτούρα και της έντονης παρουσίας μορφών καθημερινού λαϊκού σχολιασμού στον ελληνικό χώρο. Η συλλογή του υλικού πραγματοποιήθηκε μέσω συστηματικής ψηφιακής παρατήρησης δημόσια προσβάσιμων λογαριασμών και βίντεο κατά τη διάρκεια συγκεκριμένης χρονικής περιόδου. Η έρευνα επικεντρώθηκε κυρίως σε ελληνόφωνο

περιεχόμενο, ώστε να αναδειχθούν μορφές χιούμορ, στερεοτυπικών αναπαραστάσεων και κοινωνικού σχολιασμού που συνδέονται με τη σύγχρονη ελληνική κοινωνική και πολιτισμική πραγματικότητα. Η επιλογή των βίντεο δεν βασίστηκε σε ποσοτικά κριτήρια δημοφιλίας αλλά στη θεματική και ερμηνευτική τους σημασία για το αντικείμενο της έρευνας. Η θεματική κατηγοριοποίηση του υλικού οργανώθηκε γύρω από ορισμένους βασικούς άξονες που εμφανίζονταν με ιδιαίτερη συχνότητα και πολιτισμική αναγνωρισιμότητα στο εξεταζόμενο περιεχόμενο. Οι σημαντικότερες θεματικές αφορούν την οικογένεια και τις γενεακές σχέσεις, την εργασία και την καθημερινή επιβίωση, τις έμφυλες αναπαραστάσεις, τις ερωτικές και διαπροσωπικές σχέσεις, την ψυχολογικοποίηση του καθημερινού λόγου, τα εθνικά στερεότυπα, την πολιτική σάτιρα, καθώς και τις viral φράσεις και τις μορφές συλλογικής ψηφιακής μνήμης. Οι κατηγορίες αυτές αποτέλεσαν το βασικό ερμηνευτικό πλαίσιο για την οργάνωση και ανάλυση του υλικού που παρουσιάζεται στα επόμενα κεφάλαια.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε σε περιεχόμενο που παρουσίαζε:

- επαναλαμβανόμενα αφηγηματικά μοτίβα,
- στερεοτυπικούς κοινωνικούς τύπους,
- σατιρικές αναπαραστάσεις της καθημερινότητας,
- πρακτικές μίμησης και παραλλαγής,
- συλλογικά αναγνωρίσιμες πολιτισμικές αναφορές,
- έντονη συμμετοχική αναπαραγωγή μέσω σχολίων, remakes ή χρήσης κοινών ήχων και φράσεων.

Το υλικό οργανώθηκε θεματικά με βάση τις βασικές κατηγορίες που αναδείχθηκαν κατά τη διαδικασία παρατήρησης και ανάλυσης. Οι σημαντικότερες από αυτές αφορούν:

- την οικογένεια και τις γενεακές σχέσεις,
- την εργασία και την καθημερινή επιβίωση,
- τις έμφυλες αναπαραστάσεις,
- τις ερωτικές και διαπροσωπικές σχέσεις,
- την ψυχολογικοποίηση του καθημερινού λόγου,

- τα εθνικά στερεότυπα,
- την πολιτική σάτιρα,
- τις viral φράσεις και μορφές συλλογικής ψηφιακής μνήμης.

Κατά τη διαδικασία ανάλυσης δεν εξετάστηκε μόνο το λεκτικό περιεχόμενο των βίντεο αλλά και ο συνολικός τρόπος επιτέλεσής τους. Συγκεκριμένα:

- στη χρήση εκφραστικών μέσων,
- στη μιμητική αναπαράσταση χαρακτήρων,
- στον ρυθμό και τη δομή της αφήγησης,
- στη χρήση μουσικής και ήχου,
- στη λειτουργία των υπότιτλων,
- στις πρακτικές επανάληψης και επανεκτέλεσης.

Η έρευνα έλαβε επίσης υπόψη τη διαδραστική διάσταση της πλατφόρμας. Τα σχόλια, οι αναπαραγωγές, οι παραλλαγές και η επαναχρησιμοποίηση συγκεκριμένων ήχων ή αφηγηματικών σχημάτων αντιμετωπίστηκαν ως μέρος της ίδιας της πολιτισμικής διαδικασίας και όχι ως δευτερεύον συνοδευτικό στοιχείο. Η σημασία ενός βίντεο δεν προσδιορίζεται αποκλειστικά από το αρχικό περιεχόμενό του αλλά και από τους τρόπους μέσω των οποίων αυτό κυκλοφορεί, αναπαράγεται και επανερμηνεύεται από άλλους χρήστες. Παράλληλα, η επιλογή του υλικού επηρεάστηκε αναπόφευκτα και από τη λειτουργία των ίδιων των αλγοριθμικών μηχανισμών της πλατφόρμας. Η έρευνα λαμβάνει υπόψη ότι η πρόσβαση στο υλικό διαμορφώνεται σε σημαντικό βαθμό από τις ίδιες τις δομές της πλατφόρμας και από τους μηχανισμούς αλγοριθμικής διάχυσης του περιεχομένου. Η επεξεργασία του υλικού πραγματοποιήθηκε με στόχο όχι την αξιολόγηση μεμονωμένων δημιουργών περιεχομένου αλλά την ανάδειξη ευρύτερων πολιτισμικών μοτίβων και μορφών σύγχρονου λαϊκού λόγου. Τα βίντεο αντιμετωπίστηκαν ως στοιχεία συλλογικών πολιτισμικών διαδικασιών που αντανάκλουν κοινωνικές εμπειρίες, εντάσεις και μορφές καθημερινής αυτοαναπαράστασης στη σύγχρονη ψηφιακή κουλτούρα.

Η ανάλυση των θεματικών βασίστηκε σε συγκεκριμένα ερευνητικά κριτήρια. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται:

- η συχνότητα εμφάνισης συγκεκριμένων μοτίβων,

- η αναγνωρισιμότητα των πολιτισμικών αναφορών,
- η ύπαρξη πρακτικών μίμησης και παραλλαγής,
- η συμμετοχική αναπαραγωγή του περιεχομένου,
- η χρήση στερεοτυπικών χαρακτήρων,
- η λειτουργία του χιούμορ και της σάτιρας,
- η διασύνδεση προσωπικής εμπειρίας και συλλογικής αναγνώρισης.

Στόχος της κατηγοριοποίησης δεν είναι η αυστηρή ταξινόμηση του ψηφιακού περιεχομένου αλλά η ανάδειξη των βασικών πολιτισμικών μηχανισμών μέσω των οποίων συγκροτείται ο σύγχρονος ψηφιακός λαϊκός λόγος. Οι θεματικές κατηγορίες λειτουργούν ως ερμηνευτικά πεδία μέσα από τα οποία αναδεικνύονται οι βασικοί μηχανισμοί συγκρότησης του ψηφιακού λαϊκού λόγου στο περιβάλλον του TikTok.

1.3. Δεοντολογικά ζητήματα και περιορισμοί της έρευνας

Η έρευνα σε ψηφιακά περιβάλλοντα εγείρει σημαντικά δεοντολογικά ζητήματα, τα οποία σχετίζονται με τη δημόσια ή ιδιωτική φύση του περιεχομένου, την προστασία της ανωνυμίας των χρηστών και τη διαχείριση υλικού που παράγεται σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Παρότι το μεγαλύτερο μέρος του εξεταζόμενου υλικού είναι δημόσια προσβάσιμο, η χρήση και ανάλυσή του στο πλαίσιο ακαδημαϊκής έρευνας απαιτεί προσεκτική διαχείριση και ερευνητική ευαισθησία. Η παρούσα εργασία δεν αντιμετωπίζει το ψηφιακό περιεχόμενο ως προσωπικό τεκμήριο μεμονωμένων χρηστών αλλά ως στοιχείο ευρύτερων πολιτισμικών διαδικασιών. Το ενδιαφέρον της έρευνας δεν επικεντρώνεται σε συγκεκριμένα πρόσωπα ή δημιουργούς περιεχομένου αλλά στις μορφές λαϊκού λόγου, στα αφηγηματικά μοτίβα και στους μηχανισμούς συλλογικής αναπαραγωγής που εμφανίζονται στις ψηφιακές πλατφόρμες. Λαμβάνεται υπόψη η ρευστή φύση της ψηφιακής δημόσιας σφαίρας, αφού, παρότι οι χρήστες δημοσιεύουν περιεχόμενο δημόσια, δεν σημαίνει απαραίτητα ότι αντιλαμβάνονται το υλικό τους ως αντικείμενο ακαδημαϊκής ανάλυσης ή μακροχρόνιας αρχειοθέτησης. Η διάκριση ανάμεσα στο δημόσιο και το ιδιωτικό στο ψηφιακό περιβάλλον παραμένει συχνά ασαφής και εξαρτάται από τις πρακτικές χρήσης της κάθε πλατφόρμας. Για τον λόγο αυτό, η εργασία προσεγγίζει το υλικό με στόχο την πολιτισμική και ερμηνευτική ανάλυση και όχι την αξιολόγηση ή έκθεση μεμονωμένων χρηστών. Το ψηφιακό περιεχόμενο είναι δυναμικό και μεταβαλλόμενο, τα βίντεο, τα σχόλια

και οι ψηφιακές αλληλεπιδράσεις μπορούν να τροποποιηθούν, να διαγραφούν ή να αναπαραχθούν σε νέα συμφραζόμενα μέσα σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Η ίδια η φύση της ψηφιακής επικοινωνίας δυσκολεύει τη σταθεροποίηση και οριοθέτηση του ερευνητικού αντικειμένου, καθώς το περιεχόμενο μετασχηματίζεται διαρκώς μέσα από πρακτικές παραλλαγής και επανεκτέλεσης. Η προσέγγιση αυτή ακολουθεί βασικές αρχές της διαδικτυακής ερευνητικής δεοντολογίας, σύμφωνα με τις οποίες η δημόσια προσβασιμότητα του ψηφιακού περιεχομένου δεν αναιρεί αυτομάτως τις ανάγκες προστασίας της ιδιωτικότητας και της συμφραζόμενης χρήσης του υλικού (Markham & Buchanan, 2012)

Η έρευνα παρουσιάζει ορισμένους μεθοδολογικούς περιορισμούς. Το εξεταζόμενο υλικό δεν αποτελεί στατιστικά αντιπροσωπευτικό δείγμα της συνολικής δραστηριότητας του TikTok ούτε μπορεί να αποτυπώσει το σύνολο της ψηφιακής επικοινωνίας στον ελληνόφωνο χώρο. Η επιλογή του υλικού βασίστηκε σε ποιοτικά και ερμηνευτικά κριτήρια, με στόχο την ανάδειξη χαρακτηριστικών μορφών ψηφιακού λαϊκού λόγου και όχι τη γενίκευση συμπερασμάτων για το σύνολο των χρηστών της πλατφόρμας. Περιορισμό αποτελεί επίσης και η ίδια η λειτουργία των αλγοριθμικών μηχανισμών της πλατφόρμας. Το TikTok προβάλλει περιεχόμενο μέσω εξατομικευμένων συστημάτων προώθησης, γεγονός που σημαίνει ότι η πρόσβαση του ερευνητή στο υλικό επηρεάζεται από αλγοριθμικές διαδικασίες ορατότητας και ταξινόμησης. Το διαθέσιμο περιεχόμενο δεν αποτελεί ουδέτερη ή πλήρη αποτύπωση της πλατφόρμας αλλά προϊόν συγκεκριμένων τεχνολογικών μηχανισμών επιλογής και διάχυσης. Ακόμη, η φύση της πλατφόρμας ευνοεί τη σύντομη, γρήγορη και συχνά υπερβολική μορφή έκφρασης. Το χιούμορ, η ειρωνεία και η επιτελεστική υπερβολή αποτελούν βασικά χαρακτηριστικά του TikTok, γεγονός που απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή κατά την ερμηνεία του περιεχομένου. Οι ψηφιακές περσόνες και οι στερεοτυπικές αναπαραστάσεις δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται ως άμεση αντανάκλαση της κοινωνικής πραγματικότητας αλλά ως πολιτισμικές και επιτελεστικές κατασκευές που λειτουργούν μέσα σε συγκεκριμένα επικοινωνιακά συμφραζόμενα. Η μελέτη του TikTok ως χώρου συλλογικής αφήγησης, χιούμορ και κοινωνικού σχολιασμού επιτρέπει την κατανόηση των τρόπων μέσα από τους οποίους οι ψηφιακές κοινότητες αναπαράγουν, επαναδιατυπώνουν και διαπραγματεύονται μορφές σύγχρονου λαϊκού λόγου στο περιβάλλον των κοινωνικών δικτύων

2. Λαϊκός πολιτισμός και επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή

2.1. Η λαογραφία ως μελέτη της καθημερινής έκφρασης

Η λαογραφία υπήρξε για μεγάλο χρονικό διάστημα συνδεδεμένη με τη μελέτη του παραδοσιακού πολιτισμού και ιδιαίτερα με την καταγραφή αφηγηματικών, τελετουργικών και εθιμικών μορφών που θεωρούνταν κατάλοιπα ενός παλαιότερου τρόπου ζωής. Οι πρώτες λαογραφικές προσεγγίσεις επικεντρώθηκαν κυρίως στη συλλογή και ταξινόμηση υλικού, όπως παραμύθια, τραγούδια, παροιμίες, ήθη και έθιμα, αντιμετωπίζοντας συχνά τον λαϊκό πολιτισμό ως ένα σχετικά σταθερό και οριοθετημένο σύνολο πολιτισμικών μορφών (Dundes, 1965, σ. 1-3). Έτσι, για μεγάλο διάστημα, η λαογραφία συνδέθηκε κυρίως με το αγροτικό παρελθόν και με μορφές πολιτισμού που θεωρούνταν «παραδοσιακές» και «αυθεντικές», διατηρώντας έντονο το ενδιαφέρον για τη διάσωση και καταγραφή στοιχείων που θεωρούνταν ότι απειλούνταν με εξαφάνιση.

Κατά το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, ωστόσο, η λαογραφική θεωρία άρχισε να απομακρύνεται από αντιλήψεις που αντιμετώπιζαν τον λαϊκό πολιτισμό ως στατικό κατάλοιπο του παρελθόντος συνδεδεμένο αποκλειστικά με την παράδοση, την αγροτική ζωή και τη διατήρηση της εθνικής πολιτισμικής συνέχειας. Το ενδιαφέρον μετατοπίστηκε σταδιακά προς τη μελέτη της καθημερινής επικοινωνίας και των κοινωνικών διαδικασιών μέσα από τις οποίες οι κοινότητες παράγουν και διαπραγματεύονται πολιτισμικό νόημα. Η στροφή αυτή συνδέθηκε τόσο με τις θεωρητικές εξελίξεις στις κοινωνικές επιστήμες όσο και με τις ευρύτερες κοινωνικές μεταβολές της εποχής, όπως η αστικοποίηση, η ανάπτυξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας, η μαζική κουλτούρα, η αυξανόμενη κινητικότητα των πληθυσμών και η διαμόρφωση νέων μορφών καθημερινής επικοινωνίας μέσα στο αστικό περιβάλλον. Χαρακτηριστική η προσέγγιση του Dan Ben-Amos, ο οποίος όρισε τη λαογραφία ως «καλλιτεχνική επικοινωνία σε μικρές ομάδες» (artistic communication in small groups), δίνοντας έμφαση όχι μόνο στο περιεχόμενο των λαογραφικών μορφών αλλά και στις κοινωνικές συνθήκες μέσα στις οποίες αυτές παράγονται και αποκτούν σημασία (Ben-Amos, 1971, σ. 13). Η μετατόπιση αυτή οδήγησε τη λαογραφική έρευνα από το ίδιο το «κείμενο» προς την πράξη της επικοινωνίας, από τη συλλογή στατικών πολιτισμικών

μορφών προς τη μελέτη των κοινωνικών διαδικασιών και της επιτέλεσης, καθώς και τις λειτουργίες που επιτελεί ο λαϊκός λόγος μέσα στην καθημερινή κοινωνική ζωή.

Η διεύρυνση αυτή άνοιξε τον δρόμο και για τη μελέτη μορφών λαϊκής έκφρασης που αναπτύσσονται στο αστικό και μετέπειτα στο ψηφιακό περιβάλλον, όπου το χιούμορ, το κουτσομπολιό, ο καθημερινός σχολιασμός και οι άτυπες αφηγήσεις άρχισαν να αντιμετωπίζονται ως ουσιαστικά πεδία λαογραφικής μελέτης. Ο λαϊκός λόγος δεν θεωρείται πλέον απλώς ένα λεκτικό προϊόν αλλά κοινωνική πρακτική μέσω της οποίας οι άνθρωποι εκφράζουν εμπειρίες, σχολιάζουν κοινωνικές συμπεριφορές και διαχειρίζονται συλλογικά εντάσεις και αλλαγές της καθημερινότητας. Η λαογραφία στρέφεται έτσι προς τη μελέτη των ζωντανών μορφών πολιτισμικής έκφρασης που αναπτύσσονται στο παρόν και όχι αποκλειστικά προς τη διατήρηση του παρελθόντος. Η μεταβολή αυτή συνδέεται άμεσα και με τη διεύρυνση της έννοιας του «λαού». Ο Alan Dundes, ήδη από τη δεκαετία του 1960, υποστήριξε ότι ως folk μπορεί να θεωρηθεί οποιαδήποτε ομάδα ανθρώπων μοιράζεται κοινές εμπειρίες, πολιτισμικούς κώδικες και μορφές επικοινωνίας, ανεξάρτητα από κοινωνική τάξη, μορφωτικό επίπεδο ή γεωγραφική προέλευση (Dundes, 1965, σ. 2). Η προσέγγιση αυτή επέτρεψε τη μελέτη σύγχρονων και αστικών μορφών λαϊκού πολιτισμού, μεταφέροντας το ενδιαφέρον της λαογραφίας από τις αποκλειστικά παραδοσιακές κοινότητες στις καθημερινές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις των σύγχρονων ομάδων.

Η διεύρυνση αυτή άνοιξε τον δρόμο και για τη μελέτη μορφών λαϊκής έκφρασης που αναπτύσσονται στο αστικό και, αργότερα, στο ψηφιακό περιβάλλον. Το χιούμορ, το κουτσομπολιό, ο καθημερινός σχολιασμός, οι άτυπες αφηγήσεις και οι πρακτικές συλλογικής δημιουργίας άρχισαν να αντιμετωπίζονται ως ουσιαστικά πεδία λαογραφικής έρευνας. Ο λαϊκός λόγος δεν θεωρείται πλέον απλώς ένα λεκτικό προϊόν αλλά κοινωνική πρακτική μέσω της οποίας οι άνθρωποι εκφράζουν εμπειρίες, σχολιάζουν κοινωνικές συμπεριφορές και διαχειρίζονται συλλογικά τις εντάσεις και τις μεταβολές της καθημερινότητας. Η ανάπτυξη των ψηφιακών τεχνολογιών και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επέκτεινε περαιτέρω το ενδιαφέρον της λαογραφίας προς νέες μορφές επικοινωνίας και συλλογικής έκφρασης που αναπτύσσονται διαδικτυακά. Στο πλαίσιο αυτό διαμορφώθηκε το πεδίο της Ψηφιακής Λαογραφίας (Digital Folklore), το οποίο εξετάζει τις μορφές λαϊκής έκφρασης που παράγονται, κυκλοφορούν και μετασχηματίζονται μέσα στα ψηφιακά περιβάλλοντα επικοινωνίας. Η ψηφιακή λαογραφία δεν αφορά απλώς τη μεταφορά παραδοσιακών λαογραφικών μορφών στο διαδίκτυο, αλλά τις διαδικασίες μέσα

από τις οποίες οι χρήστες παράγουν συλλογικά νέες μορφές vernacular expression αξιοποιώντας τις δυνατότητες των ψηφιακών μέσων. Το ενδιαφέρον μετατοπίζεται έτσι από το ίδιο το πολιτισμικό αντικείμενο προς τους τρόπους συμμετοχής, αναπαραγωγής και κυκλοφορίας του περιεχομένου μέσα στις διαδικτυακές κοινότητες (Blank, 2009, σ. 5-9).

Εξέχουσα θέση στη μελέτη της ψηφιακής λαογραφίας κατέχει η έννοια της συμμετοχικής κουλτούρας (participatory culture). Σύμφωνα με τον Henry Jenkins, τα σύγχρονα ψηφιακά μέσα επιτρέπουν μορφές πολιτισμικής συμμετοχής στις οποίες τα όρια ανάμεσα σε δημιουργούς και αποδέκτες περιεχομένου καθίστανται ολοένα πιο ασαφή. Οι χρήστες δεν λειτουργούν μόνο ως καταναλωτές πολιτισμικών προϊόντων αλλά συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγή, τροποποίηση και αναδιανομή περιεχομένου μέσα από πρακτικές σχολιασμού, μίμησης, παραλλαγής και επαναχρησιμοποίησης (Jenkins et al., 2013, σ. 1-8). Παρουσιάζονται, εδώ, σημαντικές αναλογίες με βασικούς μηχανισμούς της προφορικής παράδοσης: όπως οι παραδοσιακές αφηγήσεις, τα ανέκδοτα ή οι παροιμίες μεταδίδονταν μέσα από επανάληψη και παραλλαγή, έτσι και το ψηφιακό περιεχόμενο μετασχηματίζεται συνεχώς μέσα από τη συμμετοχή διαφορετικών χρηστών. Παράδειγμα ευρέως διαδεδομένο αποτελούν τα μιμίδια (memes), τα οποία, σύμφωνα με τη Limor Shifman, δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται ως μεμονωμένα ψηφιακά αντικείμενα αλλά ως σύνολα παραλλαγών που συνδέονται μεταξύ τους μέσω κοινών πολιτισμικών αναφορών και επαναλαμβανόμενων εκφραστικών σχημάτων (Shifman, 2014, σ. 15-24). Η δημιουργικότητα της ψηφιακής κουλτούρας δεν βασίζεται απαραίτητα στην απόλυτη πρωτοτυπία αλλά συχνά στην επανερμηνεία και προσαρμογή ήδη γνωστών πολιτισμικών μορφών σε νέα επικοινωνιακά πλαίσια.

Στην ελληνική βιβλιογραφία, η Ψηφιακή Λαογραφία αναπτύχθηκε κυρίως κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών μέσα από μελέτες που εξετάζουν τον τρόπο με τον οποίο ο λαϊκός πολιτισμός μετασχηματίζεται και επαναδιατυπώνεται στο διαδίκτυο. Όπως επισημαίνει ο Γεώργιος Κατσαδώρας, οι νέες τεχνολογίες δεν λειτουργούν ανταγωνιστικά προς τον λαϊκό πολιτισμό αλλά ενσωματώνονται στις καθημερινές πρακτικές επικοινωνίας και συμβάλλουν στη δημιουργία νέων μορφών λαϊκής έκφρασης και συλλογικής συμμετοχής (Κατσαδώρας, 2023). Αντίστοιχα, η Ρέα Κακάμπουρα έχει αναδείξει τον ρόλο των κοινωνικών δικτύων στη δημιουργία σύγχρονων μορφών χιούμορ, κοινωνικού σχολιασμού και συλλογικής δημιουργικότητας, με χαρακτηριστικά παραδείγματα τα

μιμίδια της πανδημίας COVID-19 και άλλες μορφές ψηφιακής λαϊκής έκφρασης (Κακάμπουρα & Νουνανάκη, 2023· Κακάμπουρα & Ψυχάρη, 2022).

Η μετάβαση από τους παραδοσιακούς χώρους λαϊκής έκφρασης στους ψηφιακούς χώρους επικοινωνίας δεν συνιστά ρήξη αλλά μετασχηματισμό. Οι σύγχρονες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, και ιδιαίτερα το TikTok, αποτελούν πεδία μέσα στα οποία οι χρήστες παράγουν, αναπαράγουν και διαπραγματεύονται καθημερινές αφηγήσεις, στερεότυπα, χιούμορ και κοινωνικά σχόλια, συγκροτώντας νέες μορφές λαϊκού πολιτισμού.

2.2. Προφορικότητα και επιτελεστικότητα

Η προφορικότητα αποτελεί μία από τις βασικές έννοιες της λαογραφικής και ανθρωπολογικής έρευνας, καθώς συνδέεται άμεσα με τον τρόπο μέσω του οποίου οι κοινότητες οργανώνουν, μεταδίδουν και νοηματοδοτούν την εμπειρία τους. Για πολλά χρόνια, η προφορική επικοινωνία αντιμετωπιζόταν κυρίως σε αντιπαράβολή προς τη γραφή, ως ένας λιγότερο σταθερός τρόπος πολιτισμικής μετάδοσης. Οι νεότερες θεωρητικές προσεγγίσεις, ωστόσο, ανέδειξαν ότι η προφορικότητα δεν αφορά απλώς ένα τεχνικό μέσο επικοινωνίας αλλά έναν ιδιαίτερο τρόπο συγκρότησης του λόγου, της μνήμης και της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Σε περιβάλλοντα όπου η γνώση δεν αποθηκεύεται κυρίως μέσω γραπτών συστημάτων, ο λόγος τείνει να είναι επαναληπτικός, ρυθμικός και στερεοτυπικός, ώστε να μπορεί να απομνημονεύεται και να αναπαράγεται ευκολότερα. Η χρήση επαναλαμβανόμενων εκφράσεων, τυποποιημένων χαρακτήρων και αναγνωρίσιμων αφηγηματικών σχημάτων δεν αποτελεί ένδειξη απλοποίησης αλλά βασικό μηχανισμό συλλογικής οργάνωσης της εμπειρίας. Χαρακτηριστικό του προφορικού λόγου είναι επίσης η στενή σύνδεσή του με το επικοινωνιακό συμφραζόμενο. Σε αντίθεση με το γραπτό κείμενο, το οποίο μπορεί να λειτουργήσει αποκομμένο από τον δημιουργό και το κοινό του, ο προφορικός λόγος παράγεται πάντοτε μέσα σε μια συγκεκριμένη κοινωνική στιγμή. Ο τόνος της φωνής, οι χειρονομίες, οι αντιδράσεις του ακροατηρίου και η σχέση μεταξύ των συμμετεχόντων αποτελούν οργανικά στοιχεία της ίδιας της επικοινωνιακής διαδικασίας. Ο λόγος δεν μεταφέρει απλώς πληροφορίες αλλά λειτουργεί ως κοινωνική πράξη.

Η διάσταση αυτή αναδείχθηκε ιδιαίτερα μέσα από τη θεωρία της επιτελεστικότητας, σύμφωνα με την οποία, η αφήγηση και γενικότερα ο λαϊκός λόγος πρέπει να προσεγγίζονται ως performances, δηλαδή ως επιτελεστικά γεγονότα που πραγματοποιούνται μπροστά σε

ένα κοινό και αποκτούν νόημα μέσα από τη διαδικασία της εκφοράς τους (Bauman, 1986, σ. 2-5). Η σημασία μιας αφήγησης δεν βρίσκεται αποκλειστικά στο περιεχόμενό της αλλά και στον τρόπο παρουσίασής της, στη σχέση ανάμεσα στον αφηγητή και το ακροατήριο και στις πολιτισμικές προσδοκίες που ενεργοποιούνται κατά τη διάρκεια της επιτέλεσης. Η προσέγγιση αυτή μετατόπισε το ενδιαφέρον της έρευνας από το αφηγηματικό «κείμενο» προς το ίδιο το γεγονός της αφήγησης. Ο αφηγητής δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως απλός φορέας ενός σταθερού περιεχομένου αλλά ως ενεργός δημιουργός νοήματος, ο οποίος προσαρμόζει τον λόγο του ανάλογα με το κοινό, τις περιστάσεις και το κοινωνικό πλαίσιο. Ακόμη και όταν βασίζεται σε γνωστά μοτίβα ή στερεοτυπικές δομές, κάθε αφήγηση συνιστά μια νέα εκδοχή που αναδιαμορφώνεται μέσα στη συγκεκριμένη στιγμή της επικοινωνίας.

Οι μορφές ψηφιακής επικοινωνίας δεν συνιστούν έναν αποκομμένο ή λιγότερο πραγματικό κοινωνικό χώρο, αλλά ένα παράλληλο πεδίο πολιτισμικής και κοινωνικής δράσης, μέσα στο οποίο συγκροτούνται κοινότητες, αναπαράγονται στερεότυπα και διαμορφώνονται νέες μορφές επιτελεστικότητας. Η ψηφιακή αλληλεπίδραση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνει διαδικασίες δημόσιας αυτοπαρουσίασης, σχολιασμού και συλλογικής συμμετοχής, οι οποίες συχνά λειτουργούν με τρόπους αντίστοιχους της διάζωσης επικοινωνίας (Horst & Miller, 2012, σ. 12-13· Boellstorff, 2008, σ. 3-60). Στην περίπτωση του TikTok, η επιτελεστικότητα εκφράζεται όχι μόνο μέσα από το ίδιο το βίντεο, αλλά και μέσω των επαναλαμβανόμενων trends, των σχολίων, της μίμησης και της συμμετοχικής αναπαραγωγής περιεχομένου, στοιχεία που ενισχύουν τη συλλογική διάσταση της ψηφιακής επικοινωνίας.

Η επιτελεστική διάσταση του λόγου είναι ιδιαίτερα εμφανής στο καθημερινό χιούμορ, στη σάτιρα και στις άτυπες μορφές κοινωνικού σχολιασμού. Σε χώρους όπως το καφενείο ή η παρέα, η επιτυχία μιας αφήγησης εξαρτάται άμεσα από την ανταπόκριση του κοινού. Το γέλιο, οι διακοπές, οι επιδοκμασίες ή ακόμη και η αμηχανία αποτελούν ενεργά στοιχεία της επιτέλεσης. Ο λαϊκός λόγος συγκροτείται έτσι ως κατεξοχήν διαδραστική διαδικασία. Οι θεωρίες της προφορικότητας και της επιτελεστικότητας βρίσκουν εφαρμογές και στο πλαίσιο της σύγχρονης ψηφιακής επικοινωνίας. Η ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων και των πλατφορμών σύντομου βίντεο δημιούργησε μορφές έκφρασης που, παρά τη τεχνολογική τους διαμεσολάβηση, διατηρούν χαρακτηριστικά που παραπέμπουν σε μορφές προφορικής επικοινωνίας. Η άμεση αφήγηση μπροστά στην

κάμερα, η χρήση επαναλαμβανόμενων φράσεων και η σημασία της ανταπόκρισης του κοινού θυμίζουν βασικούς μηχανισμούς της προφορικής επιτέλεσης. Η συνθήκη αυτή αποτελεί μια μορφή «δευτερογενούς προφορικότητας» (secondary orality), αποτελεί δηλαδή μια νέα μορφή προφορικής επικοινωνίας που αναπτύσσεται μέσα σε τεχνολογικά περιβάλλοντα (Ong, 1982, σ. 133-135). Αν και βασίζεται σε ψηφιακά μέσα, η δευτερογενής προφορικότητα διατηρεί χαρακτηριστικά όπως η αμεσότητα, η επαναληπτικότητα, η συναισθηματική φόρτιση και η συλλογική συμμετοχή. Οι σύγχρονες ψηφιακές πλατφόρμες δεν καταργούν επομένως τις βασικές λειτουργίες της προφορικής επικοινωνίας αλλά τις επαναδιατυπώνουν μέσα σε νέα τεχνολογικά και πολιτισμικά πλαίσια.

2.3. Ο λαϊκός λόγος ως κοινωνική πρακτική

Στη σύγχρονη λαογραφική θεωρία, ο λαϊκός λόγος δεν αντιμετωπίζεται ως ένα απλό σύνολο αφηγηματικών ή γλωσσικών μορφών αλλά ως κοινωνική πρακτική μέσω της οποίας οι κοινότητες οργανώνουν την εμπειρία τους, εκφράζουν συλλογικές αντιλήψεις και διαμορφώνουν πολιτισμικά συστήματα νοήματος. Το ενδιαφέρον της έρευνας δεν περιορίζεται πλέον αποκλειστικά στο περιεχόμενο των αφηγήσεων ή των εκφραστικών μορφών, αλλά επεκτείνεται στις κοινωνικές λειτουργίες που επιτελεί ο λόγος μέσα στην καθημερινή ζωή. Η έννοια του καθημερινού λαϊκού λόγου (vernacular discourse) αναφέρεται στις άτυπες και μη θεσμικές μορφές επικοινωνίας που αναπτύσσονται στο πλαίσιο της καθημερινής κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Πρόκειται για μορφές λόγου που παράγονται έξω από επίσημους μηχανισμούς εξουσίας και χαρακτηρίζονται από αμεσότητα, ευελιξία και προσαρμογή στις περιστάσεις της καθημερινότητας. Ο καθημερινός σχολιασμός, το χιούμορ, οι αφηγήσεις προσωπικών εμπειριών, οι φήμες, τα πειράγματα και οι ανεπίσημες συζητήσεις αποτελούν βασικές εκφράσεις αυτού του λαϊκού επικοινωνιακού πεδίου. Ο λαϊκός λόγος συγκροτείται πάντοτε συλλογικά. Ακόμη και όταν εκφέρεται από ένα μόνο άτομο, βασίζεται στην ύπαρξη κοινών πολιτισμικών κωδίκων που επιτρέπουν στο ακροατήριο να αναγνωρίσει αναφορές, υπονοούμενα και αξιολογικές στάσεις. Η αποτελεσματικότητα ενός αστείου, μιας ειρωνικής παρατήρησης ή μιας σατιρικής αφήγησης εξαρτάται από την ύπαρξη κοινής πολιτισμικής εμπειρίας ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Ο λαϊκός λόγος λειτουργεί έτσι ως μηχανισμός συγκρότησης και επιβεβαίωσης της κοινότητας, καθώς δημιουργεί ένα πεδίο κοινής κατανόησης και

συλλογικής αναγνώρισης. Παράλληλα, ο λαϊκός λόγος αποτελεί βασικό μέσο κοινωνικής αξιολόγησης και διαπραγμάτευσης της πραγματικότητας. Μέσα από τις καθημερινές αφηγήσεις και τις άτυπες μορφές σχολιασμού, οι κοινωνικές ομάδες εκφράζουν στάσεις απέναντι σε συμπεριφορές, κοινωνικούς ρόλους και πολιτισμικές αξίες. Το χιούμορ, η ειρωνεία και η σάτιρα επιτρέπουν την έμμεση διατύπωση κοινωνικής κριτικής, ενώ το κουτσομπολιό και οι ανεπίσημες αφηγήσεις λειτουργούν ως μηχανισμοί αξιολόγησης και ελέγχου της κοινωνικής συμπεριφοράς.

Η λειτουργία αυτή συνδέεται άμεσα με την καθημερινή εμπειρία. Ο λαϊκός λόγος δεν αναπτύσσεται σε αφηρημένο επίπεδο αλλά οργανώνεται γύρω από ζητήματα που αφορούν την κοινωνική ζωή των κοινοτήτων όπως στις οικογενειακές σχέσεις, την εργασία, τις έμφυλες ταυτότητες, τις οικονομικές δυσκολίες, τις πολιτικές εξελίξεις και τις κοινωνικές εντάσεις. Μέσα από τον σχολιασμό αυτών των θεμάτων, οι κοινότητες επιχειρούν να ερμηνεύσουν και να διαχειριστούν συλλογικά την καθημερινή πραγματικότητα. Με τη χρήση επαναλαμβανόμενων αφηγηματικών σχημάτων και τυποποιημένων χαρακτήρων, οι κοινότητες οργανώνουν συχνά την κοινωνική εμπειρία μέσα από αναγνωρίσιμες μορφές και στερεοτυπικές αναπαραστάσεις που επιτρέπουν την άμεση κατανόηση κοινωνικών καταστάσεων και συμπεριφορών. Η επανάληψη τέτοιων σχημάτων δεν συνιστά απλή αναπαραγωγή στερεοτύπων αλλά βασικό μηχανισμό συλλογικής επικοινωνίας και πολιτισμικής αναγνωρισιμότητας.

Ο λαϊκός λόγος χαρακτηρίζεται επίσης από έντονη ευελιξία και προσαρμοστικότητα. Οι ίδιες αφηγηματικές μορφές και οι ίδιοι κοινωνικοί τύποι μπορούν να εμφανιστούν σε διαφορετικά κοινωνικά και ιστορικά περιβάλλοντα, αποκτώντας κάθε φορά νέες σημασίες και λειτουργίες. Η καθημερινή επικοινωνία δεν αποτελεί επομένως στατικό σύστημα πολιτισμικών μορφών αλλά δυναμική διαδικασία συνεχούς επαναδιατύπωσης και διαπραγμάτευσης του κοινωνικού νοήματος. Έτσι, ο λαϊκός λόγος συγκροτεί έναν βασικό μηχανισμό πολιτισμικής επικοινωνίας και κοινωνικής συνοχής. Δεν λειτουργεί μόνο ως μέσο ψυχαγωγίας ή ανεπίσημης συνομιλίας αλλά ως τρόπος μέσω του οποίου οι κοινότητες ερμηνεύουν συλλογικά την εμπειρία τους, διαχειρίζονται κοινωνικές αντιφάσεις και συγκροτούν κοινά πολιτισμικά πλαίσια κατανόησης της πραγματικότητας.

2.3.1. Το καρναβαλικό στοιχείο και η διαλογικότητα στον λαϊκό λόγο

Προκειμένου να γίνει περισσότερο κατανοητή η λειτουργία των ανεπίσημων μορφών λαϊκής έκφρασης αξίζει να αναφερθεί εδώ η θεωρητική προσέγγιση του Mikhail Bakhtin.

Αν και το έργο του αναπτύχθηκε σε διαφορετικό ιστορικό και πολιτισμικό πλαίσιο, οι έννοιες του καρναβαλικού στοιχείου (carnavalesque) και της διαλογικότητας (dialogism) προσφέρουν σημαντικά ερμηνευτικά εργαλεία για τη μελέτη του χιούμορ, της σάτιρας, της παρωδίας και των καθημερινών μορφών κοινωνικού σχολιασμού. Στο έργο του *Rabelais and His World*, ο Bakhtin (1984) περιγράφει το καρναβάλι ως έναν ιδιαίτερο κοινωνικό και πολιτισμικό χώρο, στον οποίο αναστέλλονται προσωρινά οι καθιερωμένες ιεραρχίες και οι επίσημες μορφές εξουσίας. Κατά τη διάρκεια των καρναβαλικών εκδηλώσεων οι κοινωνικές διακρίσεις αμβλύνονται, οι κυρίαρχες αξίες αμφισβητούνται και πρόσωπα ή θεσμοί που υπό κανονικές συνθήκες περιβάλλονται από κύρος και σεβασμό γίνονται αντικείμενο χλευασμού και παρωδίας. Το καρναβαλικό γέλιο δεν αποτελεί απλώς μορφή διασκέδασης, αλλά έναν τρόπο συμβολικής ανατροπής της κατεστημένης τάξης, μέσω του οποίου οι κοινωνικές εντάσεις εκφράζονται, σχολιάζονται και διαπραγματεύονται δημόσια. Στο πλαίσιο αυτό, το χιούμορ και η σάτιρα αποκτούν ευρύτερη κοινωνική λειτουργία. Μέσα από την υπερβολή, τη γελοιοποίηση, την αντιστροφή των ρόλων και την παρωδία, οι κοινωνικές βεβαιότητες παύουν να εμφανίζονται ως αυτονόητες και καθίστανται αντικείμενο κριτικής επεξεργασίας. Το γέλιο λειτουργεί ως μηχανισμός αποφόρτισης αλλά και ως μέσο κοινωνικού σχολιασμού, επιτρέποντας την έκφραση απόψεων και εμπειριών που συχνά δύσκολα διατυπώνονται στο πλαίσιο του επίσημου δημόσιου λόγου.

Εξίσου σημαντική είναι η έννοια της διαλογικότητας, η οποία κατέχει κεντρική θέση στη σκέψη του Bakhtin. Σύμφωνα με τον ίδιο, καμία εκφορά λόγου δεν είναι απολύτως αυτόνομη ή απομονωμένη. Κάθε λόγος διαμορφώνεται ως απάντηση σε προηγούμενες φωνές, απόψεις και αφηγήσεις, ενώ ταυτόχρονα αναμένει νέες αποκρίσεις και ερμηνείες. Ο λόγος είναι επομένως εγγενώς πολυφωνικός, καθώς διαμορφώνεται μέσα από τη συνεχή αλληλεπίδραση διαφορετικών κοινωνικών και πολιτισμικών φωνών ενώ αυτή η προσέγγιση είναι χρήσιμη και στη μελέτη των σύγχρονων μορφών επικοινωνίας. Οι ψηφιακές πλατφόρμες δεν αποτελούν απλώς χώρους δημοσίευσης περιεχομένου, αλλά πεδία διαρκούς αλληλεπίδρασης, στα οποία οι χρήστες σχολιάζουν, αναπαράγουν, τροποποιούν και επανανοηματοδοτούν τις αναρτήσεις άλλων χρηστών. Οι διαδικασίες αυτές δημιουργούν αλυσίδες διαδοχικών αποκρίσεων και ερμηνειών, μέσα από τις οποίες το νόημα παράγεται συλλογικά και παραμένει διαρκώς ανοιχτό σε νέες αναγνώσεις.

Οι θεωρήσεις του Bakhtin βρίσκουν κοινούς τόπους με τις πρακτικές που αναπτύσσονται στο TikTok· η παρωδία, η μίμηση, η υπερβολή και η χιουμοριστική

αναπαράσταση κοινωνικών τύπων αποτελούν βασικά χαρακτηριστικά μεγάλου μέρους του περιεχομένου της πλατφόρμας. Παράλληλα, τα βίντεο, τα σχόλια, τα hashtags, τα trends, καθώς και πρακτικές όπως τα duets και τα stitches, συγκροτούν ένα πολυφωνικό επικοινωνιακό περιβάλλον στο οποίο οι χρήστες βρίσκονται σε συνεχή διάλογο μεταξύ τους. Υπό αυτή την έννοια, το TikTok μπορεί να ιδωθεί ως ένας σύγχρονος χώρος παραγωγής ανεπίσημου λαϊκού λόγου, όπου το γέλιο, η σάτιρα και η συλλογική συμμετοχή λειτουργούν ως μέσα διαπραγμάτευσης κοινωνικών αξιών, ταυτοτήτων και πολιτισμικών στερεοτύπων.

2.3.2. Χιούμορ και σάτιρα

Το χιούμορ αποτελεί μία από τις σημαντικότερες μορφές λαϊκής επικοινωνίας και κατέχει κεντρική θέση στη συγκρότηση του καθημερινού λόγου. Μέσα από το γέλιο, οι κοινότητες σχολιάζουν συμπεριφορές, εκφράζουν αξιολογικές στάσεις και επεξεργάζονται όψεις της κοινωνικής πραγματικότητας που συχνά είναι δύσκολο να διατυπωθούν άμεσα. Στη λαϊκή επικοινωνία, το χιούμορ λειτουργεί κυρίως μέσω της υπερβολής, της ανατροπής και της ειρωνικής παραμόρφωσης της καθημερινότητας. Οι κοινωνικές σχέσεις, οι οικογενειακοί ρόλοι, οι πολιτικές συμπεριφορές ή οι εργασιακές εμπειρίες παρουσιάζονται μέσα από κωμικές αφηγήσεις και σατιρικές αναπαραστάσεις που μετατρέπουν οικείες εμπειρίες σε συλλογικά αναγνωρίσιμες μορφές λόγου. Το χιούμορ στον ψηφιακό λαϊκό λόγο αποκτά συχνά έντονα δηκτικό και σατιρικό χαρακτήρα, λειτουργώντας ως έμμεσος τρόπος κοινωνικού σχολιασμού και αποδόμησης καθημερινών συμπεριφορών, κοινωνικών ρόλων και στερεοτυπικών αντιλήψεων. Η ειρωνεία, ο αυτοσαρκασμός και η υπερβολή αποτελούν βασικούς μηχανισμούς αυτής της σατιρικής πρακτικής, ιδιαίτερα μέσα στις διαδικτυακές κοινότητες όπου το χιουμοριστικό περιεχόμενο αναπαράγεται ταχύτατα μέσω της μίμησης και του διαμοιρασμού (Κακάμπουρα & Νουνανάκη, 2023, σ. 7-8, 16-18).

Η σάτιρα αποτελεί ιδιαίτερα σημαντική μορφή λαϊκού σχολιασμού, καθώς επιτρέπει την έμμεση άσκηση κοινωνικής κριτικής. Μέσα από τη γελοιοποίηση, την ειρωνεία και την καρικατούρα, πρόσωπα, συμπεριφορές και κοινωνικές πρακτικές μετατρέπονται σε αντικείμενα συλλογικής αξιολόγησης. Η σατιρική αναπαράσταση λειτουργεί συχνά ως τρόπος αμφισβήτησης κοινωνικών ιεραρχιών και έκφρασης δυσπιστίας απέναντι στην εξουσία, χωρίς όμως να λαμβάνει απαραίτητα τη μορφή άμεσου πολιτικού λόγου.

Αλλωστε, το χιούμορ προϋποθέτει ένα κοινό πολιτισμικό πλαίσιο ώστε να γίνει αντιληπτό, αποδεκτό και να προκαλέσει γέλιο. Η κατανόηση ενός αστείου ή μιας ειρωνικής

αναφοράς βασίζεται στην ύπαρξη κοινών εμπειριών, κοινωνικών γνώσεων και πολιτισμικών κωδίκων ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Το γέλιο λειτουργεί έτσι όχι μόνο ως αντίδραση στο κωμικό στοιχείο αλλά και ως ένδειξη συμμετοχής σε μια κοινότητα κοινής κατανόησης. Ταυτόχρονα, το χιούμορ λειτουργεί και ως μηχανισμός κοινωνικής οριοθέτησης. Οι σατιρικές αφηγήσεις συχνά κατασκευάζουν διακρίσεις ανάμεσα στο «εμείς» και στους «άλλους», αναπαράγοντας ή σχολιάζοντας στερεότυπα που αφορούν κοινωνικές ομάδες, έμφυλους ρόλους, γενεακές ταυτότητες ή πολιτισμικές συμπεριφορές. Η ειρωνεία και η γελοιοποίηση δεν εκφράζουν μόνο κωμική διάθεση αλλά και διαδικασίες κοινωνικής αξιολόγησης και πολιτισμικής ταξινόμησης.

Σε περιόδους κοινωνικής αβεβαιότητας ή κρίσης, το χιούμορ ανθίζει. Οικονομικές δυσκολίες, εργασιακές πιέσεις, πολιτική δυσπιστία και μεταβολές στις κοινωνικές σχέσεις συχνά μετατρέπονται σε αντικείμενα σατιρικού σχολιασμού. Ένα ακόμα γνώρισμα του λαϊκού χιούμορ είναι η επαναληπτικότητα. Οι ίδιες αφηγηματικές φόρμες, οι ίδιοι τύποι χαρακτήρων και παρόμοια κωμικά μοτίβα επανεμφανίζονται διαρκώς σε διαφορετικά κοινωνικά περιβάλλοντα και ιστορικές περιόδους. Η αναγνωρισιμότητα αυτών των σχημάτων επιτρέπει την άμεση συμμετοχή του κοινού και ενισχύει τη συλλογική λειτουργία της επικοινωνίας. Το χιούμορ δεν βασίζεται αποκλειστικά στην πρωτοτυπία αλλά και στην επανάληψη γνωστών πολιτισμικών μορφών που αποκτούν κάθε φορά νέα συμφραζόμενα και νέες λειτουργίες.

Μέσα από αυτές τις διαδικασίες, το χιούμορ και η σάτιρα λειτουργούν ως βασικοί μηχανισμοί λαϊκής επικοινωνίας και κοινωνικής διαπραγμάτευσης. Στο περιβάλλον των ψηφιακών μέσων, οι διαδικασίες αυτές αποκτούν ιδιαίτερη ένταση, καθώς η ταχύτητα αναπαραγωγής και η συμμετοχική φύση της επικοινωνίας επιτρέπουν τη συνεχή κυκλοφορία και επαναδιαπραγμάτευση χιουμοριστικών και σατιρικών μορφών λόγου

2.3.3. Κουτσομπολιό και κοινωνικός έλεγχος

Το κουτσομπολιό αποτελεί μία από τις πλέον διαδεδομένες αλλά και περισσότερο υποτιμημένες μορφές καθημερινής επικοινωνίας. Για μεγάλο χρονικό διάστημα αντιμετωπίστηκε ως επιφανειακή ή ασήμαντη κοινωνική πρακτική, συνδεδεμένη κυρίως με την αδιάκριτη περιέργεια ή την ανεπίσημη διάδοση πληροφοριών. Οι ανθρωπολογικές και λαογραφικές προσεγγίσεις, ωστόσο, ανέδειξαν ότι το κουτσομπολιό επιτελεί σημαντικές κοινωνικές λειτουργίες και αποτελεί βασικό μηχανισμό διαπραγμάτευσης κοινωνικών αξιών και συμπεριφορών. Σύμφωνα με τον Max Gluckman, το κουτσομπολιό λειτουργεί ως

μορφή άτυπου κοινωνικού ελέγχου, καθώς μέσω αυτού οι κοινότητες αξιολογούν πρόσωπα και πράξεις, επιβεβαιώνοντας συλλογικά αποδεκτούς κανόνες συμπεριφοράς (Gluckman, 1963, σ. 308-312). Η συζήτηση γύρω από τις πράξεις «των άλλων» δεν αφορά μόνο τη μετάδοση πληροφοριών αλλά και τη διαμόρφωση κοινών αξιολογικών στάσεων απέναντι σε ό,τι θεωρείται επιτρεπτό, επιθυμητό ή κοινωνικά αποκλίνον.

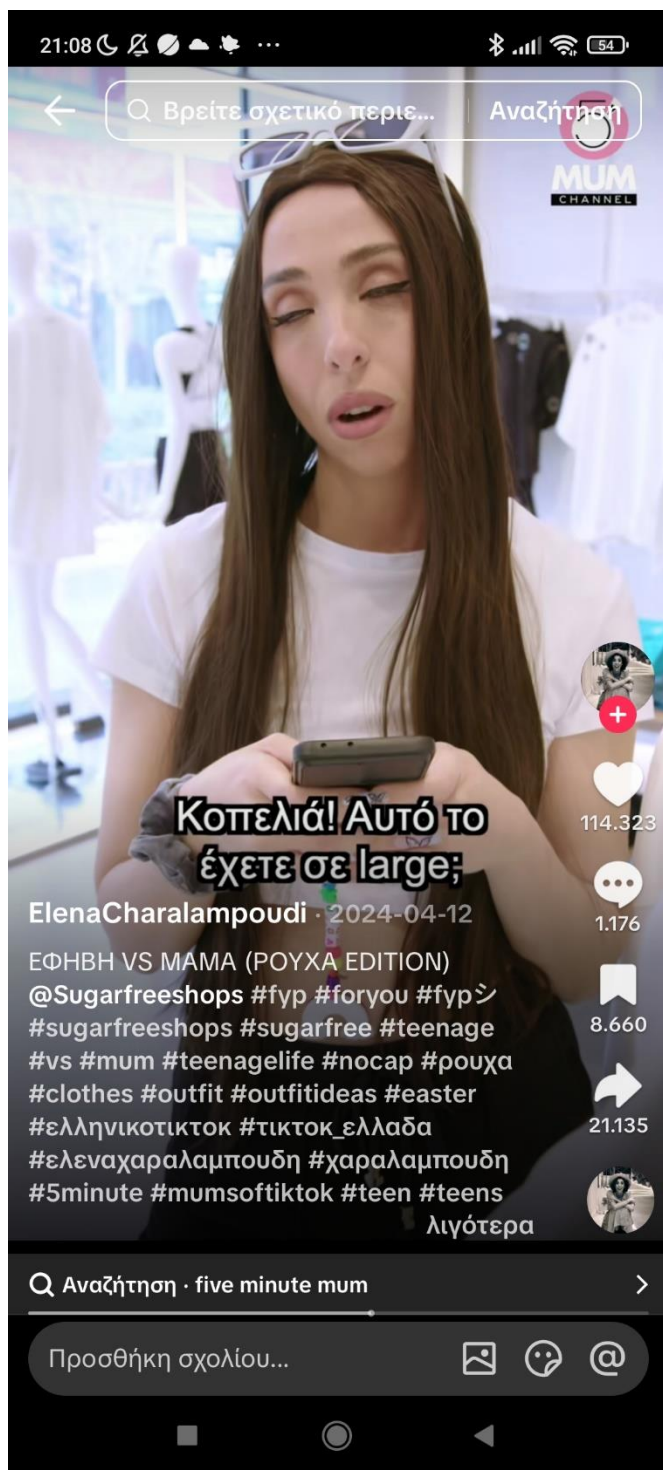
Το κουτσομπολιό οργανώνεται συνήθως γύρω από ζητήματα που σχετίζονται με την καθημερινή κοινωνική ζωή, τις οικογενειακές σχέσεις, τις ερωτικές συμπεριφορές, τις οικονομικές επιλογές, τις κοινωνικές συγκρούσεις ή τις επαγγελματικές πρακτικές. Μέσα από τις αφηγήσεις αυτές, οι κοινότητες διαπραγματεύονται διαρκώς τις κοινωνικές προσδοκίες και τα όρια της αποδεκτής συμπεριφοράς. Η αξιολόγηση των πράξεων ενός ατόμου λειτουργεί ταυτόχρονα και ως έμμεση επιβεβαίωση των κανόνων που διέπουν τη συλλογική ζωή. Η λειτουργία αυτή συνδέεται στενά με τη συλλογικότητα του λαϊκού λόγου. Το κουτσομπολιό σπάνια αποτελεί ατομική πράξη· αντίθετα, αναπτύσσεται μέσα από τη συμμετοχή πολλών προσώπων που σχολιάζουν, συμπληρώνουν, επανερμηνεύουν ή αμφισβητούν τις αφηγήσεις που κυκλοφορούν στην κοινότητα. Η ίδια η διαδικασία της συζήτησης έχει ιδιαίτερη σημασία, καθώς μέσα από αυτή διαμορφώνονται κοινές αξιολογήσεις και ενισχύεται η αίσθηση συμμετοχής σε ένα κοινό πολιτισμικό πλαίσιο.

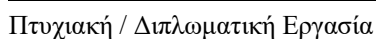
Στο περιβάλλον των ψηφιακών μέσων το χιούμορ δεν παράγεται αποκλειστικά μέσω του προφορικού ή γραπτού λόγου, αλλά μέσα από τη συνδυασμένη χρήση πολλαπλών σημειωτικών τρόπων έκφρασης. Η εικόνα, η κίνηση, η μουσική, οι ηχητικές επενδύσεις, οι εκφράσεις του προσώπου, το μοντάζ, τα γραπτά σχόλια που εμφανίζονται στην οθόνη, καθώς και οι δυνατότητες τεχνικής επεξεργασίας που προσφέρουν οι ίδιες οι πλατφόρμες, συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση του κωμικού αποτελέσματος. Το χιούμορ επομένως αποκτά πολυτροπικό χαρακτήρα, καθώς η σημασία του παράγεται μέσα από την αλληλεπίδραση διαφορετικών μορφών επικοινωνίας και όχι μόνο μέσω του λεκτικού περιεχομένου.

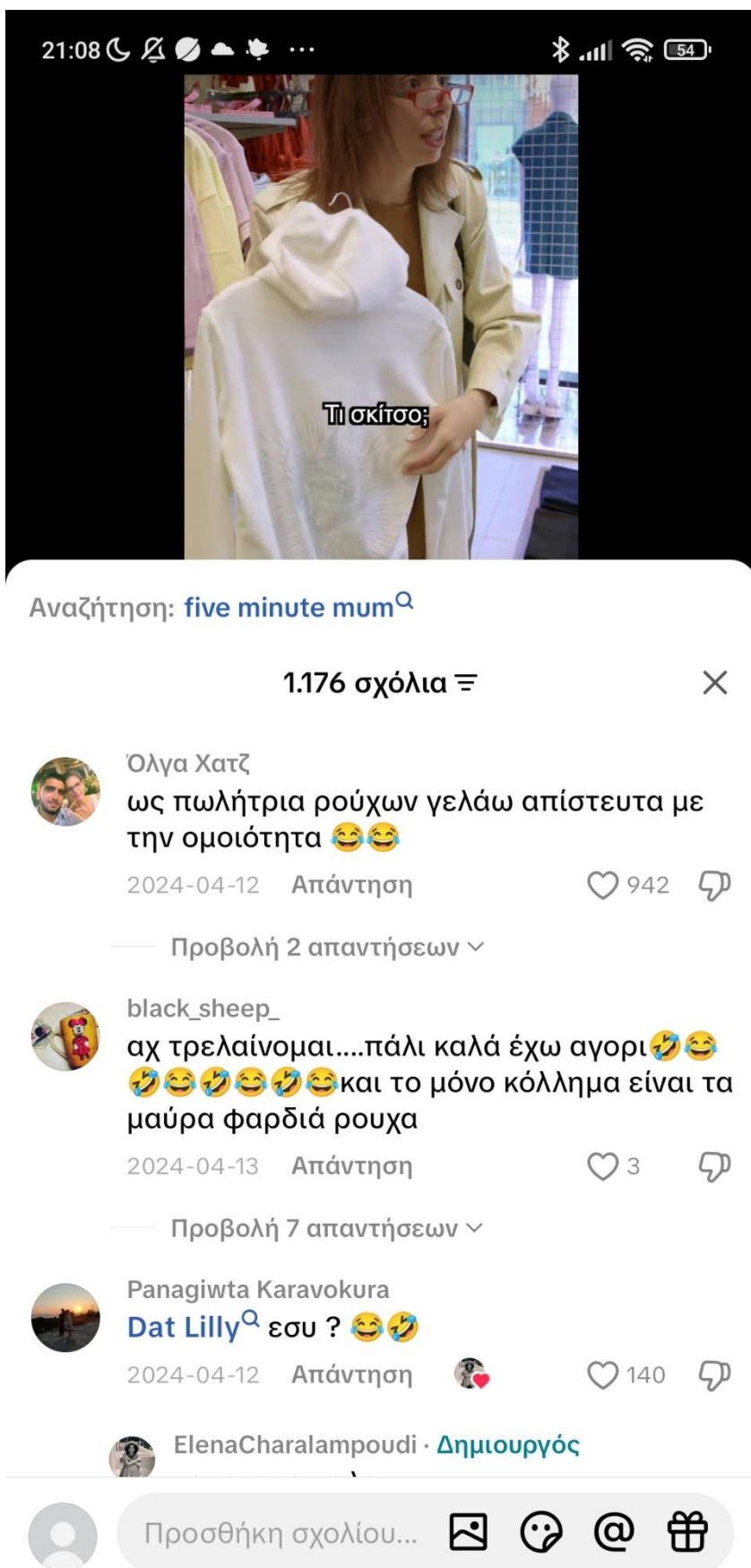
Η πολυτροπικότητα αυτή είναι ιδιαίτερα εμφανής στο TikTok, όπου η δημιουργία χιουμοριστικού περιεχομένου βασίζεται συχνά στη μίμηση, στην υπερβολική σωματική έκφραση, στη χρήση δημοφιλών ηχητικών αποσπασμάτων, στην εναλλαγή ρόλων μέσω του μοντάζ ή στη συνειδητή αντίθεση μεταξύ εικόνας και λόγου. Σε πολλές περιπτώσεις το κωμικό αποτέλεσμα δεν προκύπτει από το ίδιο το κείμενο αλλά από τον τρόπο με τον οποίο αυτό ερμηνεύεται οπτικά και ηχητικά. Παράλληλα, σημαντικό μέρος της χιουμοριστικής

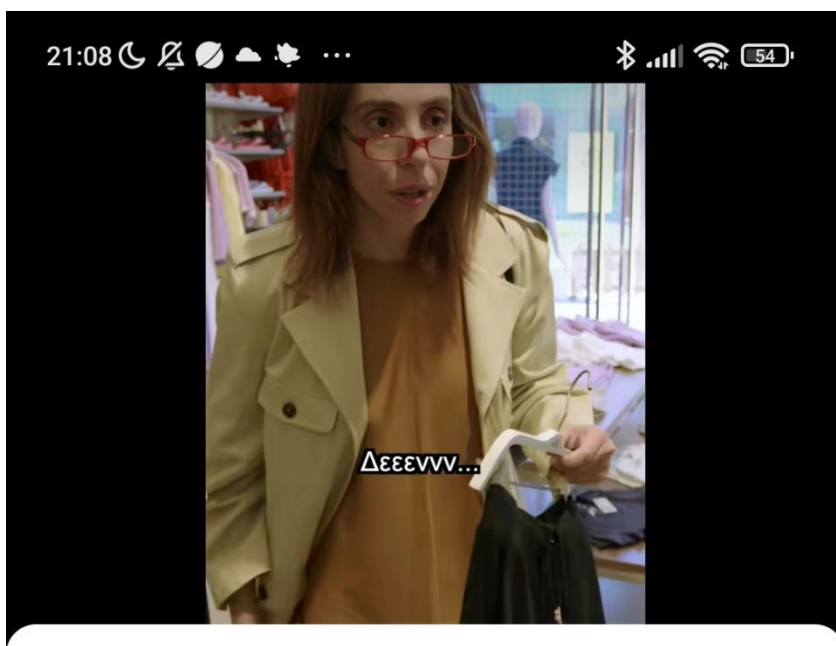
επικοινωνίας μεταφέρεται στα σχόλια των χρηστών, όπου η αρχική ανάρτηση εμπλουτίζεται με νέες αφηγήσεις, λογοπαίγνια, ειρωνικές παρατηρήσεις ή προσωπικές εμπειρίες που επεκτείνουν το αρχικό νόημα του βίντεο. Υπό αυτή την έννοια, το χιούμορ στο TikTok δεν αποτελεί αποκλειστικά προϊόν ενός δημιουργού, αλλά συχνά διαμορφώνεται συλλογικά μέσα από τη συνεχή αλληλεπίδραση βίντεο, σχολίων, μιμήσεων και επαναχρησιμοποιήσεων του ίδιου περιεχομένου. Η διαδικασία αυτή ενισχύει τη συμμετοχική διάσταση της ψηφιακής επικοινωνίας και επιτρέπει τη διαρκή ανανέωση και επαναδιαπραγμάτευση των χιουμοριστικών μορφών έκφρασης.

Παράδειγμα 1. Η αναπαράσταση γενεακών στερεότυπων μέσω πολυτροπικού χιούμορ









Αναζήτηση: [five minute mum](#)

1.176 σχόλια



Προβολή 11 απαντήσεων



Μαρία Γουβοπούλου

Ρε φίλε εντωμεταξύ, άνετα 18αρα..
Πραγματικά ξέχασα ότι είναι τ ίδιο άτομο στ
βίντεο..

2024-04-13 Απάντηση

4.948



Προβολή 9 απαντήσεων



Γεωργία Αντωνιάδου

Πόσο ταλέντο εχει αυτη η γυναίκα; 🤔👏

2024-04-12 Απάντηση

1.078



Erma Malekkidou

Το ότι φαίνεσαι 16άρα και 46άρα
ταυτόχρονα με ξεπερνά 😂

2024-04-14 Απάντηση

173



Vaso Nikolopoulou

Καντά μελαχρινά τα μαλλιά..τελειααα...αυτό



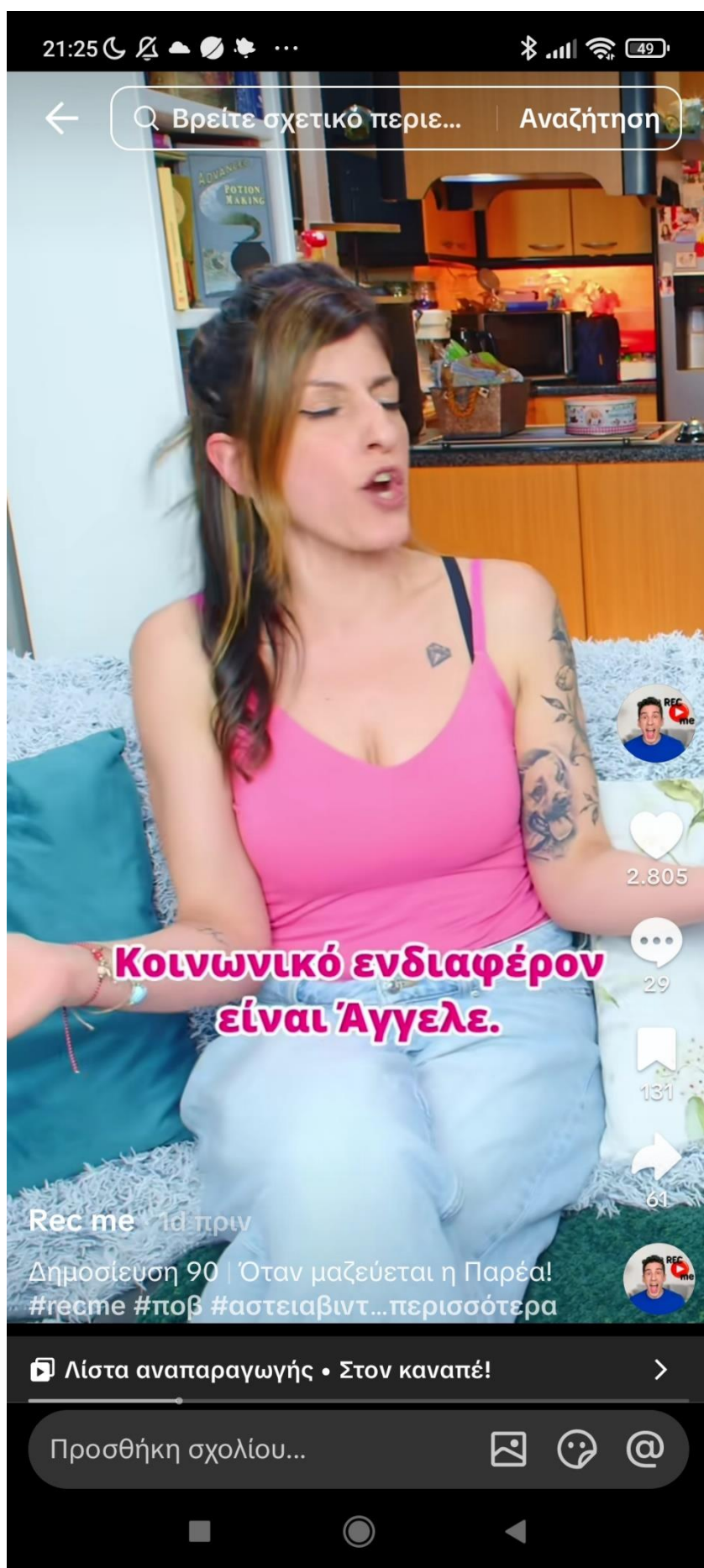
Προσθήκη σχολίου...

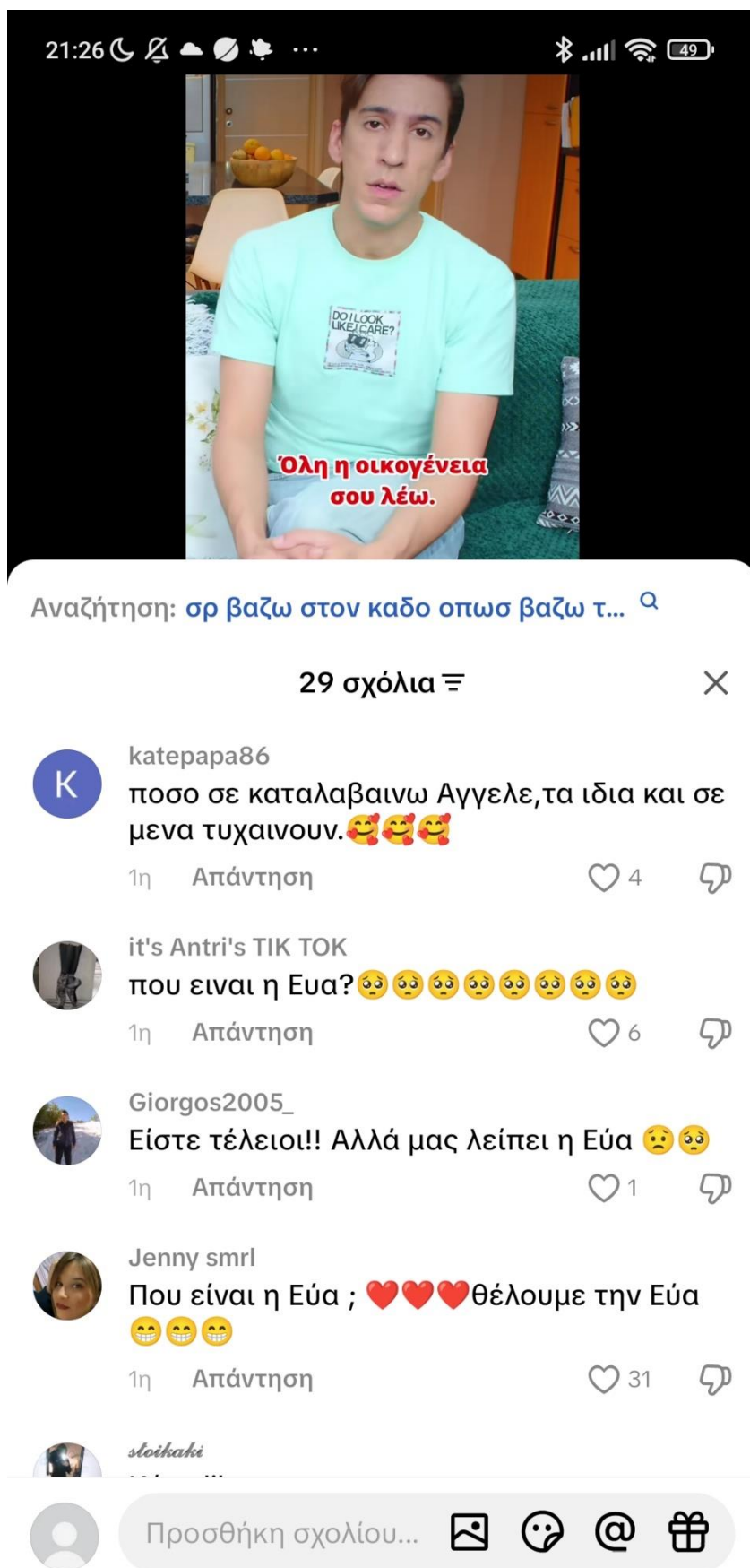


Στο βίντεο «Έφηβη vs Μαμά (Ρούχα Edition)» της δημιουργού Elena Charalamproudi (12/4/2024), η ίδια δημιουργός υποδύεται δύο διαφορετικούς χαρακτήρες, μία έφηβη και τη μητέρα της κατά τη διάρκεια επίσκεψης σε κατάστημα ένδυσης. Το κωμικό αποτέλεσμα παράγεται μέσα από την αντιπαραβολή των διαφορετικών αισθητικών προτιμήσεων των δύο γενεών. Η έφηβη αναζητά σύγχρονα, στενά ή κοντά ενδύματα, ενώ η μητέρα προτιμά πιο άνετα και συντηρητικά ρούχα, αντιμετωπίζοντας με δυσπιστία τις επιλογές της κόρης της. Το χιούμορ δεν προκύπτει αποκλειστικά από τον διάλογο αλλά από ένα σύνολο πολυτροπικών στοιχείων. Η δημιουργός διαφοροποιεί τους δύο ρόλους μέσω της ενδυμασίας, του χτενίσματος, της στάσης του σώματος, του τόνου της φωνής και των εκφράσεων του προσώπου. Η εναλλαγή των πλάνων και η παράλληλη ενσάρκωση δύο διαφορετικών κοινωνικών τύπων ενισχύουν την κωμική αντίθεση μεταξύ των χαρακτήρων.

Το βίντεο συγκέντρωσε περισσότερες από 114.000 επισημάνσεις «Μου αρέσει» και περισσότερα από 1.100 σχόλια, γεγονός που υποδηλώνει υψηλό βαθμό αλληλεπίδρασης του κοινού. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα σχόλια των χρηστών, πολλά από τα οποία δεν περιορίζονται στην αξιολόγηση του βίντεο αλλά αναγνωρίζουν βιωματικά την εμπειρία που αναπαρίσταται. Σχόλια όπως «ως πωλήτρια ρούχων γελάω απίστευτα με την ομοιότητα» ή «πραγματικά ξέχασα ότι είναι το ίδιο άτομο στο βίντεο» δείχνουν ότι το χιούμορ βασίζεται στην αναγνώριση κοινών κοινωνικών εμπειριών και στερεοτυπικών συμπεριφορών που γίνονται άμεσα κατανοητές από το κοινό, αναδεικνύοντας τον τρόπο με τον οποίο το TikTok αξιοποιεί πολυτροπικά μέσα έκφρασης για τη δημιουργία χιουμοριστικού περιεχομένου, ενώ παράλληλα καταδεικνύει πως οι χρήστες συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση και επιβεβαίωση του νοήματος μέσω των σχολίων τους.

Παράδειγμα 2. Η παρέα ως χώρος αφηγηματικού σχολιασμού





Σε αυτό το παράδειγμα έχουμε βίντεο από το λογαριασμό «Rec me», στο οποίο αναπαρίσταται μια συνηθισμένη συνάντηση φίλων. Κατά τη διάρκεια της συζήτησης, τα μέλη της παρέας αφηγούνται περιστατικά που τους συνέβησαν και σχολιάζουν συμπεριφορές τρίτων προσώπων, αναπαράγοντας μια ιδιαίτερα οικεία μορφή καθημερινής επικοινωνίας. Η σκηνή δεν βασίζεται σε κάποιο σύνθετο αφηγηματικό σχήμα αλλά στην αναπαράσταση μιας εμπειρίας που είναι άμεσα αναγνωρίσιμη από το κοινό, τις συζητήσεις μεταξύ φίλων, κατά τις οποίες ανταλλάσσονται εμπειρίες, παράπονα, αστεία περιστατικά και αξιολογήσεις προσώπων ή καταστάσεων. Το χιούμορ προκύπτει τόσο από το περιεχόμενο της συζήτησης όσο και από την επιτελεστική απόδοση των χαρακτήρων. Οι εκφράσεις του προσώπου, ο τόνος της φωνής, οι παύσεις, οι χειρονομίες και η εναλλαγή των ομιλητών συμβάλλουν στη δημιουργία ενός οικείου επικοινωνιακού περιβάλλοντος που θυμίζει τις ανεπίσημες συνομιλίες της παρέας. Το κωμικό αποτέλεσμα δεν βασίζεται αποκλειστικά σε λεκτικά στοιχεία, αλλά παράγεται μέσα από τον συνδυασμό οπτικών, ηχητικών και σωματικών τρόπων έκφρασης, αναδεικνύοντας τον πολυτροπικό χαρακτήρα του ψηφιακού χιούμορ. Στα σχόλια των χρηστών, πολλοί θεατές δηλώνουν ότι αναγνωρίζουν δικές τους εμπειρίες μέσα στις αφηγήσεις των χαρακτήρων. Σχόλια όπως «Πόσο σε καταλαβαίνω Άγγελε, τα ίδια και σε μένα τυχαίνουν» δείχνουν ότι το περιεχόμενο λειτουργεί ως αφορμή για την ανταλλαγή προσωπικών βιωμάτων και τη διαμόρφωση σχέσεων ταύτισης μεταξύ δημιουργών και κοινού. Παράλληλα, αρκετοί χρήστες αναφέρονται σε πρόσωπα που εμφανίζονται συστηματικά στα βίντεο του λογαριασμού, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι θεατές δεν παρακολουθούν μεμονωμένα βίντεο αλλά αναπτύσσουν εξοικείωση με τους χαρακτήρες και τις αφηγηματικές τους διαδρομές. Έτσι, το TikTok μετασχηματίζει γνώριμες μορφές καθημερινού σχολιασμού σε ψηφιακό περιεχόμενο, διατηρώντας τα βασικά χαρακτηριστικά της προφορικής επικοινωνίας, όπως η αφήγηση εμπειριών, η συλλογική αξιολόγηση γεγονότων και η δημιουργία κοινού πλαισίου αναφοράς μεταξύ των συμμετεχόντων.

2.3.4. Τυποποιημένοι χαρακτήρες και στερεότυπα

Ο λαϊκός λόγος οργανώνει συχνά την κοινωνική εμπειρία μέσα από επαναλαμβανόμενους χαρακτήρες και αναγνωρίσιμα στερεοτυπικά σχήματα. Οι μορφές αυτές λειτουργούν ως πολιτισμικοί τύποι που συμπυκνώνουν κοινωνικές συμπεριφορές, αξίες και αντιφάσεις σε εύκολα αναγνωρίσιμες αφηγηματικές μορφές. Η χρήση τυποποιημένων χαρακτήρων επιτρέπει στις κοινότητες να ερμηνεύουν την καθημερινότητα μέσα από κοινά και άμεσα

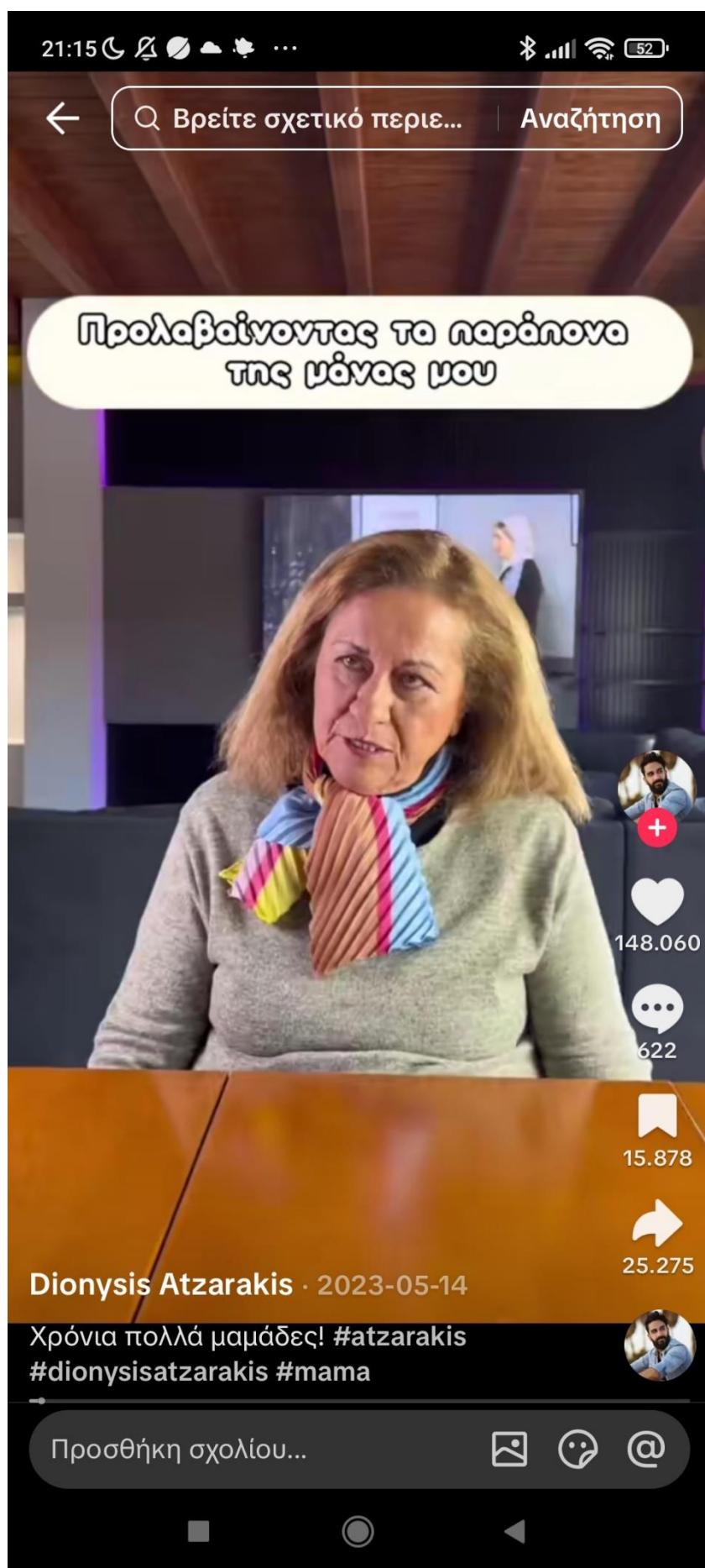
κατανοητά πολιτισμικά πρότυπα. Οι στερεοτυπικοί χαρακτήρες εμφανίζονται σε ποικίλες μορφές λαϊκής επικοινωνίας, όπως αφηγήσεις, ανέκδοτα, σατιρικά σχόλια και καθημερινές συζητήσεις. Η «υπερπροστατευτική μάνα», ο «πονηρός», ο «τεμπέλης», ο «ξερόλας», ο «πιεστικός εργοδότης» ή ο «αφελής νέος» αποτελούν παραδείγματα κοινωνικών τύπων που επανεμφανίζονται σε διαφορετικά πολιτισμικά περιβάλλοντα και ιστορικές περιόδους, από τον ΠΕΚ και το λαϊκό θέατρο έως τα σύγχρονα memes και τα σύντομα βίντεο του TikTok. Οι χαρακτήρες αυτοί δεν αναπαριστούν συγκεκριμένα πρόσωπα αλλά λειτουργούν ως αφηγηματικά σχήματα μέσω των οποίων οργανώνεται η κοινωνική εμπειρία. Οι δημιουργοί χρησιμοποιούν υπερβολικές εκφράσεις προσώπου, έντονο επιτονισμό και επαναλαμβανόμενες φράσεις όπως «εγώ στα έλεγα» ή «στο δικό μου σπίτι αυτά δεν περνάνε», παράγοντας άμεσα αναγνωρίσιμες μορφές χιούμορ.

Η χρήση στερεοτύπων δεν αποτελεί απλώς μηχανισμό απλοποίησης της πραγματικότητας. Αντίθετα, επιτρέπει τη γρήγορη και συλλογικά αναγνωρίσιμη ερμηνεία κοινωνικών καταστάσεων. Μέσα από λίγα χαρακτηριστικά στοιχεία, οι συμμετέχοντες στην επικοινωνία μπορούν να αναγνωρίσουν άμεσα τον τύπο του προσώπου ή της συμπεριφοράς που παρουσιάζεται. Η αναγνωρισιμότητα αυτή διευκολύνει τη συμμετοχή του κοινού και ενισχύει τη συλλογική λειτουργία του λαϊκού λόγου. Οι τυποποιημένοι χαρακτήρες συνδέονται στενά με τη λειτουργία του χιούμορ και της σάτιρας. Η υπερβολή, η καρικατούρα και η μονομερής ανάδειξη συγκεκριμένων χαρακτηριστικών δημιουργούν μορφές κωμικής αναπαράστασης που επιτρέπουν τον σχολιασμό κοινωνικών σχέσεων και συμπεριφορών. Μέσα από τη γελοιοποίηση ή την ειρωνική δραματοποίηση, οι κοινότητες εκφράζουν στάσεις απέναντι σε κοινωνικούς ρόλους, πολιτισμικές προσδοκίες και καθημερινές πρακτικές. Οι στερεοτυπικοί χαρακτήρες λειτουργούν, εκτός των άλλων, και ως μέσα κοινωνικής αξιολόγησης. Οι αφηγηματικοί τύποι ενσωματώνουν συχνά αξιολογικές στάσεις απέναντι σε συγκεκριμένες συμπεριφορές ή κοινωνικές ομάδες. Ο «τεμπέλης», ο «κουτοπόνηρος» ή ο «αυταρχικός» δεν αποτελούν ουδέτερες περιγραφές αλλά μορφές πολιτισμικής ταξινόμησης που αποδίδουν κοινωνικές και ηθικές ιδιότητες στα πρόσωπα που αναπαριστούν. Με αυτόν τον τρόπο συγκροτούνται συλλογικές ταυτότητες. Μέσα από τη χρήση στερεοτύπων, οι κοινότητες διαμορφώνουν διακρίσεις ανάμεσα σε οικείες και μη οικείες συμπεριφορές, ανάμεσα στο «εμείς» και στους «άλλους». Οι κοινωνικοί τύποι χρησιμοποιούνται συχνά για να σχολιάσουν γενεακές διαφορές, έμφυλους

ρόλους, ταξικές συμπεριφορές ή πολιτισμικές αντιθέσεις, συμβάλλοντας στη συγκρότηση κοινών πολιτισμικών πλαισίων αναγνώρισης.

Παρά την επαναληπτικότητά τους, οι στερεοτυπικοί χαρακτήρες δεν παραμένουν αμετάβλητοι. Οι ίδιες βασικές μορφές μπορούν να προσαρμόζονται σε διαφορετικά κοινωνικά συμφραζόμενα και να αποκτούν νέες σημασίες ανάλογα με τις ιστορικές και πολιτισμικές συνθήκες. Οι κοινωνικές αλλαγές, οι μεταβολές στις οικογενειακές σχέσεις, οι οικονομικές πιέσεις ή οι αλλαγές στις μορφές εργασίας επηρεάζουν διαρκώς τον τρόπο με τον οποίο αναπαρίστανται και ερμηνεύονται οι κοινωνικοί τύποι. Οι κοινότητες δεν δημιουργούν διαρκώς εντελώς νέους χαρακτήρες αλλά επαναδιατυπώνουν ήδη αναγνωρίσιμα πολιτισμικά σχήματα, προσαρμόζοντάς τα σε νέες κοινωνικές εμπειρίες και μορφές επικοινωνίας. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, οι στερεοτυπικοί χαρακτήρες διατηρούν τη συλλογική τους αναγνωρισιμότητα ενώ ταυτόχρονα αποκτούν νέες λειτουργίες και νοήματα.

Παράδειγμα 3. Η «Ελληνίδα μάνα» ως τυποποιημένος κοινωνικός χαρακτήρας στο TikTok





×



Στο συγκεκριμένο παράδειγμα, με τίτλο «Χρόνια πολλά μαμάδες!», παρουσιάζεται από τον Διονύση Ατζαράκη μια μορφή τυποποιημένου κοινωνικού χαρακτήρα, της μητέρας του. Εδώ, ο δημιουργός, σε συνεργασία με τη μητέρα του, αναπαριστά μια σειρά από στερεοτυπικές συμπεριφορές που αποδίδονται στη φιγούρα της Ελληνίδας μάνας. Κατά τη διάρκεια του βίντεο, η μητέρα διατυπώνει διαδοχικές παραινέσεις και προσδοκίες προς τον γιο της, οι οποίες αφορούν την εκπαίδευση, την εργασία, τον γάμο, την τεκνοποίηση και τη φροντίδα της υγείας του. Σε κάθε περίπτωση, ο γιος εμφανίζεται να έχει έτοιμη μια απάντηση, δημιουργώντας έναν χιουμοριστικό διάλογο βασισμένο στην επανάληψη και την ανατροπή.

Το χιούμορ στηρίζεται στην ευρύτατη αναγνωρισιμότητα του χαρακτήρα. Η μητέρα δεν παρουσιάζεται ως ένα συγκεκριμένο πρόσωπο αλλά ως ένας κοινωνικός τύπος που συμπυκνώνει πολιτισμικές αξίες και προσδοκίες οι οποίες συνδέονται με τον μητρικό ρόλο στην ελληνική κοινωνία. Η έμφαση στην εκπαίδευση, στην επαγγελματική αποκατάσταση, στον γάμο και στη δημιουργία οικογένειας συνιστά επαναλαμβανόμενο μοτίβο τόσο στη λαϊκή αφήγηση όσο και στις σύγχρονες χιουμοριστικές αναπαραστάσεις. Παράλληλα, η δημιουργία του κωμικού αποτελέσματος δεν βασίζεται αποκλειστικά στον διάλογο αλλά και στην επιτέλεση των ρόλων. Οι εκφράσεις του προσώπου, ο τόνος της φωνής, οι παύσεις και οι κινήσεις του σώματος ενισχύουν τη στερεοτυπική απεικόνιση της μητέρας, μετατρέποντας καθημερινές εμπειρίες σε αναγνωρίσιμες και συλλογικά κατανοητές μορφές χιούμορ. Με τον τρόπο αυτό, η μορφή της «Ελληνίδας μάνας» λειτουργεί ως σύγχρονος λαϊκός χαρακτήρας, ο οποίος αναπαράγεται ευρέως μέσα στο ψηφιακό περιβάλλον. Η ανταπόκριση του κοινού, μέσω των σχολίων των χρηστών δείχνουν υψηλό βαθμό αναγνώρισης και ταύτισης με το περιεχόμενο. Πολλοί σχολιαστές αναφέρονται στις δικές τους μητέρες ή αναγνωρίζουν ανάλογες συμπεριφορές στο οικογενειακό τους περιβάλλον, γεγονός που υποδηλώνει ότι η αποτελεσματικότητα του χιούμορ βασίζεται στην ύπαρξη κοινών πολιτισμικών εμπειριών και κοινωνικών κωδίκων.

2.4. Η οπτικοακουστική γραμματική του σύντομου βίντεο

Η επικοινωνία στο TikTok δεν βασίζεται αποκλειστικά στο περιεχόμενο του προφορικού ή γραπτού λόγου, αλλά στη σύνθεση πολλαπλών εκφραστικών τρόπων. Εικόνα, λόγος, μουσική, ήχοι, κείμενο στην οθόνη, εκφράσεις του προσώπου, χειρονομίες, κίνηση της

κάμερας και μοντάζ συνδυάζονται για την παραγωγή ενός ενιαίου νοήματος. Η αφήγηση στο σύντομο βίντεο είναι επομένως κατεξοχήν πολυτροπική, αφού αυτό που λέγεται δεν μπορεί πάντοτε να διαχωριστεί από τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζεται οπτικά και ηχητικά. Η σύντομη διάρκεια του βίντεο επηρεάζει καθοριστικά την οργάνωση της αφήγησης. Ο δημιουργός καλείται να προσελκύσει την προσοχή του θεατή ήδη από τα πρώτα δευτερόλεπτα και να διατηρήσει έναν γρήγορο ρυθμό, περιορίζοντας τις παύσεις και τα σημεία στα οποία η προσοχή μπορεί να χαθεί. Για τον λόγο αυτό, ένα από τα συχνότερα χαρακτηριστικά της αισθητικής του σύντομου βίντεο είναι το πυκνό μοντάζ και οι διαδοχικές περικοπές ακόμη και μέσα στην ίδια σκηνή ή στον ίδιο μονόλογο.

Σε πολλά βίντεο, ο δημιουργός εμφανίζεται να μιλά απευθείας στην κάμερα, ωστόσο ο λόγος του δεν παρουσιάζεται ως μία συνεχής λήψη. Οι φυσικές παύσεις, οι δισταγμοί, οι επαναλήψεις ή τα χρονικά κενά αφαιρούνται και τα επιμέρους αποσπάσματα ενώνονται μεταξύ τους. Δημιουργείται έτσι ένας επιταχυνόμενος λόγος, στον οποίο η μία φράση ακολουθεί σχεδόν αμέσως την προηγούμενη. Τα λεγόμενα *jump cuts* γίνονται ορατά από μικρές μετατοπίσεις του σώματος, του κεφαλιού ή της έκφρασης του προσώπου, χωρίς όμως να διακόπτουν την αίσθηση ενότητας της αφήγησης. Αντίθετα, έχουν πλέον ενσωματωθεί στη συμβατική οπτική γλώσσα των κοινωνικών δικτύων. Η τεχνική αυτή δεν αποτελεί απλώς μέσο εξοικονόμησης χρόνου. Ο ρυθμός του μοντάζ συμμετέχει στην παραγωγή του ίδιου του αφηγηματικού και συχνά του κωμικού αποτελέσματος. Μια απότομη διακοπή, η μετάβαση σε διαφορετική έκφραση του προσώπου ή η εναλλαγή μεταξύ δύο ρόλων που υποδύεται το ίδιο πρόσωπο μπορεί να λειτουργήσει ως ψηφιακό αντίστοιχο της θεατρικής παύσης ή της αλλαγής φωνής στην προφορική αφήγηση. Η τεχνολογία του μοντάζ δεν βρίσκεται, επομένως, έξω από την επιτέλεση, αλλά αποτελεί οργανικό τμήμα της. Η σχέση του δημιουργού με την κάμερα έχει κι αυτή μεγάλη σημασία, το κοντινό πλάνο και η απευθείας οπτική επαφή με τον φακό δημιουργούν την εντύπωση προσωπικής επικοινωνίας. Ο χρήστης συχνά μιλά σαν να απευθύνεται σε έναν συγκεκριμένο συνομιλητή και όχι σε ένα δυνητικά απεριόριστο κοινό. Εκφράσεις όπως «πρέπει να σας πω τι μου συνέβη σήμερα», «πείτε μου αν συμβαίνει και σε εσάς» ή «μόνο εγώ το βρίσκω παράλογο;» συγκροτούν μια συνθήκη οικειότητας και προσκαλούν το κοινό να απαντήσει μέσα από τα σχόλια. Η μορφή του βίντεο προσομοιάζει έτσι σε καθημερινή συνομιλία, παρά το γεγονός ότι η επικοινωνία είναι ασύγχρονη και δημόσια. Η οικιακή και φαινομενικά ανεπίσημη αισθητική πολλών βίντεο ενισχύει αυτή την αίσθηση εγγύτητας.

Υποδωμάτια, κουζίνες, αυτοκίνητα, χώροι εργασίας και δρόμοι μετατρέπονται σε σκηνικά της ψηφιακής αφήγησης. Ο καθημερινός χώρος δεν λειτουργεί απλώς ως ουδέτερο φόντο, αλλά συχνά συμμετέχει στη δημιουργία της εντύπωσης αυθεντικότητας και αμεσότητας. Ένα βίντεο που καταγράφεται στο αυτοκίνητο ή στην κουζίνα μπορεί να δημιουργεί την αίσθηση της αυθόρμητης εξομολόγησης, ακόμη και όταν έχει προηγηθεί σχεδιασμός, επαναλήψεις και επεξεργασία.

Αντίστοιχα, ο φωτισμός παρουσιάζει σημαντικές διαφοροποιήσεις. Σε ορισμένες περιπτώσεις χρησιμοποιείται φυσικός φωτισμός και μια αισθητική καθημερινότητας, ενώ σε άλλες περιπτώσεις η παραγωγή είναι εμφανώς περισσότερο επεξεργασμένη, με τεχνητό φωτισμό, προσεγμένο φόντο, φίλτρα και χρωματικές παρεμβάσεις. Η διάκριση μεταξύ «αυθόρμητου» και «σκηνοθετημένου» δεν είναι πάντοτε σαφής. Η αίσθηση της αυθεντικότητας μπορεί να αποτελεί η ίδια αισθητική επιλογή και αποτέλεσμα τεχνικής επεξεργασίας.

Μια ακόμη παράμετρος είναι το γραπτό κείμενο που ενσωματώνεται στην εικόνα με τη μορφή των υπότιτλων. Οι υπότιτλοι διευκολύνουν την παρακολούθηση του βίντεο χωρίς ήχο, αλλά παράλληλα οργανώνουν την πρόσληψη του προφορικού λόγου, τονίζουν συγκεκριμένες λέξεις και κατευθύνουν την προσοχή του θεατή. Σε άλλες περιπτώσεις, ένα σύντομο κείμενο στην αρχή του βίντεο προσδιορίζει εξ αρχής το αφηγηματικό πλαίσιο, για παράδειγμα «POV: όταν η Ελληνίδα μάνα...», «Όταν λες ότι θα φύγεις νωρίς από το οικογενειακό τραπέζι» ή «Ο τοξικός πρώην όταν σε βλέπει ευτυχισμένη». Με ελάχιστες λέξεις ενεργοποιείται ένα ολόκληρο σύνολο πολιτισμικών γνώσεων και προσδοκιών, τις οποίες το βίντεο στη συνέχεια επιβεβαιώνει, ανατρέπει ή παρωδεί. Άλλα βασικά στοιχεία της ψηφιακής αφήγησης είναι η μουσική και ο ήχος. Ένα ηχητικό απόσπασμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε χιλιάδες διαφορετικά βίντεο και να αποκτήσει σταδιακά ένα σχετικά σταθερό πολιτισμικό νόημα. Ο χρήστης που το επαναχρησιμοποιεί δεν αντιγράφει απλώς έναν ήχο, αλλά τοποθετεί τη δική του εκδοχή μέσα σε μια αλυσίδα προηγούμενων επιτελέσεων. Η αναγνώριση του ήχου από το κοινό λειτουργεί ως προϋπόθεση για την κατανόηση του αστείου ή της αναφοράς, ενώ κάθε νέα χρήση μπορεί να προσθέτει μια διαφορετική παραλλαγή. Σημαντική είναι ακόμη η δυνατότητα ενός δημιουργού να υποδύεται περισσότερους από έναν χαρακτήρες στο ίδιο βίντεο. Η αλλαγή ρόλου μπορεί να σηματοδοτείται με αλλαγή θέσης στο κάδρο, διαφορετική έκφραση, μικρή μεταβολή στη φωνή, χρήση ενός αντικειμένου ή απλώς με εναλλασσόμενο μοντάζ. Με ελάχιστα μέσα,

ένας μόνο δημιουργός μπορεί να αναπαραστήσει έναν διάλογο μεταξύ μητέρας και παιδιού, εργοδότη και εργαζομένου, συντρόφων ή φίλων. Η οικονομία των εκφραστικών μέσων προϋποθέτει την ύπαρξη κοινών πολιτισμικών κωδίκων αφού ο θεατής αναγνωρίζει τον χαρακτήρα χωρίς να χρειάζεται εκτενής παρουσίασή του.

Οι τεχνικές αυτές συνδέονται άμεσα με την επιτελεστική διάσταση του ψηφιακού λαϊκού λόγου. Όπως ο προφορικός αφηγητής χρησιμοποιεί την ένταση της φωνής, την παύση, τη χειρονομία, την επανάληψη και τη μιμική έκφραση, ο δημιουργός του σύντομου βίντεο διαθέτει επιπλέον τα εργαλεία της λήψης και της μεταπαραγωγής. Το κόψιμο, η επανάληψη, η επιτάχυνση, το κοντινό πλάνο, ο υπότιτλος και η επιλογή του ήχου λειτουργούν ως σύγχρονα εκφραστικά εργαλεία μιας αφήγησης που παραμένει βαθιά επιτελεστική. Υπό αυτή την έννοια, η αισθητική του TikTok δεν αποτελεί απλώς το τεχνικό περίβλημα ενός ήδη διαμορφωμένου περιεχομένου. Η μορφή και το περιεχόμενο παράγονται ταυτόχρονα. Η ίδια ιστορία, το ίδιο αστείο ή το ίδιο κοινωνικό σχόλιο αποκτούν διαφορετικό νόημα ανάλογα με τον ρυθμό των εναλλαγών, τη θέση της κάμερας, την έκφραση του δημιουργού, τον φωτισμό, το κείμενο που εμφανίζεται στην οθόνη και τον ήχο που τα συνοδεύει. Η οπτικοακουστική γραμματική του σύντομου βίντεο αποτελεί, επομένως, ουσιώδες μέρος των σύγχρονων διαδικασιών παραγωγής, κυκλοφορίας και αναγνώρισης του ψηφιακού λαϊκού πολιτισμού.

3. Από το καφενείο στο TikTok: μετασχηματισμοί του λαϊκού χώρου

Η μελέτη του λαϊκού λόγου δεν μπορεί να αποσυνδεθεί από τα κοινωνικά και επικοινωνιακά περιβάλλοντα μέσα στα οποία αυτός παράγεται, κυκλοφορεί και αποκτά νόημα. Όπως αναδείχθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, το χιούμορ, η σάτιρα, το κουτσομπολιό, οι άτυπες αφηγήσεις και οι καθημερινές μορφές σχολιασμού αποτελούν βασικές εκφάνσεις της λαϊκής επικοινωνίας. Οι πρακτικές αυτές δεν αναπτύσσονται αφηρημένα, αλλά συνδέονται με συγκεκριμένους χώρους συνάντησης, κοινωνικής αλληλεπίδρασης και συλλογικής συμμετοχής. Για μεγάλο μέρος της νεότερης ελληνικής ιστορίας, το καφενείο, η παρέα και άλλες μορφές άτυπης κοινωνικής συνεύρεσης λειτούργησαν ως βασικά περιβάλλοντα παραγωγής και κυκλοφορίας του λαϊκού λόγου. Στους χώρους αυτούς διαμορφώνονταν

κοινές ερμηνείες της κοινωνικής πραγματικότητας, αναπαράγονταν πολιτισμικοί κώδικες και αναπτύσσονταν μορφές συλλογικού σχολιασμού γύρω από την πολιτική, την εργασία, την οικογένεια και την καθημερινή ζωή. Η επικοινωνία οργανωνόταν γύρω από την προφορικότητα, τη φυσική συνύπαρξη και την άμεση αλληλεπίδραση μεταξύ των συμμετεχόντων.

Η ανάπτυξη των ψηφιακών τεχνολογιών και ιδιαίτερα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν οδήγησε στην εξαφάνιση αυτών των λειτουργιών, αλλά στον μετασχηματισμό τους μέσα σε νέα επικοινωνιακά περιβάλλοντα. Πλατφόρμες όπως το TikTok συγκροτούν σήμερα χώρους όπου οι χρήστες αφηγούνται εμπειρίες, σχολιάζουν κοινωνικά ζητήματα, αναπαράγουν χιουμοριστικά σχήματα, διαμορφώνουν κοινότητες και συμμετέχουν σε συλλογικές διαδικασίες παραγωγής νοήματος. Παρότι οι τεχνολογικές συνθήκες είναι διαφορετικές, πολλοί από τους μηχανισμούς που χαρακτήριζαν παλαιότερες μορφές λαϊκής επικοινωνίας εξακολουθούν να παραμένουν ενεργοί.

Σκοπός του κεφαλαίου είναι να διερευνήσει τις συνέχειες και τους μετασχηματισμούς των λαϊκών επικοινωνιακών χώρων από τις παραδοσιακές μορφές κοινωνικής συνεύρεσης προς τα σύγχρονα ψηφιακά περιβάλλοντα. Εξετάζονται το καφεενείο και η παρέα ως πρότυπα άτυπης δημόσιας επικοινωνίας, ο καθημερινός σχολιασμός ως μορφή λαϊκής δημόσιας σφαίρας, οι επιτελεστικές δυνατότητες του TikTok, καθώς και οι νέες μορφές συλλογικότητας που αναπτύσσονται μέσα από τις δικτυακές κοινότητες και τους αλγοριθμικούς μηχανισμούς διάχυσης του περιεχομένου.

3.1. Το καφεενείο και η παρέα ως επικοινωνιακά περιβάλλοντα

Το καφεενείο κατέχει ιδιαίτερη θέση στην κοινωνική και πολιτισμική ιστορία του ελλαδικού χώρου, καθώς αποτέλεσε για μεγάλο χρονικό διάστημα έναν από τους βασικούς τόπους καθημερινής συνεύρεσης, επικοινωνίας και ανταλλαγής λόγου. Η σημασία του δεν περιορίζεται στη λειτουργία του ως χώρου αναψυχής ή κοινωνικής συνάντησης· αντίθετα, συγκροτεί ένα σύνθετο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσονται μορφές λαϊκού λόγου, συλλογικού σχολιασμού και καθημερινής διαπραγμάτευσης της κοινωνικής πραγματικότητας. Το ελληνικό καφεενείο έχει αποτελέσει αντικείμενο εκτεταμένης λαογραφικής, ανθρωπολογικής και κοινωνιολογικής μελέτης, καθώς θεωρήθηκε προνομιακό πεδίο παρατήρησης των καθημερινών μορφών επικοινωνίας, της συγκρότησης

ανδρικών κοινωνικών δικτύων και της άτυπης διαπραγμάτευσης κοινωνικών και πολιτισμικών αξιών (Παπαταξιάρχης, 2006) ενώ έχει συχνά αντιμετωπιστεί ως χώρος άτυπης δημόσιας επικοινωνίας¹. Πρόκειται για ένα περιβάλλον μέσα στο οποίο ο καθημερινός λόγος αποκτά δημόσιο χαρακτήρα χωρίς να εντάσσεται σε θεσμικά ή επίσημα πλαίσια. Οι θαμώνες σχολιάζουν πολιτικά γεγονότα, συζητούν κοινωνικές συμπεριφορές, ανταλλάσσουν προσωπικές ιστορίες, αναπαράγουν φήμες και σατιρίζουν πρόσωπα και καταστάσεις, δημιουργώντας ένα συνεχές πεδίο συλλογικής ερμηνείας της καθημερινότητας. Η λειτουργία αυτή συνδέεται άμεσα με την έννοια της παρέας. Σε αντίθεση με περισσότερο θεσμοθετημένες μορφές κοινωνικής οργάνωσης, η παρέα χαρακτηρίζεται από σχετική ισοτιμία, αυθορμητισμό και καθημερινή οικειότητα. Η επικοινωνία αναπτύσσεται μέσα από τη συνεχή αλληλεπίδραση των συμμετεχόντων και βασίζεται σε κοινούς πολιτισμικούς κώδικες, κοινές εμπειρίες και κοινά αποδεκτές μορφές χιούμορ. Η παρέα λειτουργεί έτσι ως μικρο-κοινότητα παραγωγής και αναπαραγωγής λαϊκού λόγου.

Ανάλογες μορφές συλλογικής επικοινωνίας παρατηρούνται και στο TikTok, όπου ορισμένοι δημιουργοί αναπαριστούν συστηματικά σκηνές παρέας και καθημερινής κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο λογαριασμός «Rec me», στα βίντεο του οποίου επανεμφανίζεται μια σταθερή ομάδα χαρακτήρων που συζητούν, σχολιάζουν περιστατικά της καθημερινότητας και αφηγούνται προσωπικές εμπειρίες. Οι σκηνές αυτές αναπαράγουν επικοινωνιακά μοτίβα που θυμίζουν έντονα τις συζητήσεις της παρέας στο καφενείο, καθώς η αφήγηση διαμορφώνεται συλλογικά μέσα από παρεμβάσεις, σχόλια και χιουμοριστικές ανταλλαγές μεταξύ των συμμετεχόντων.

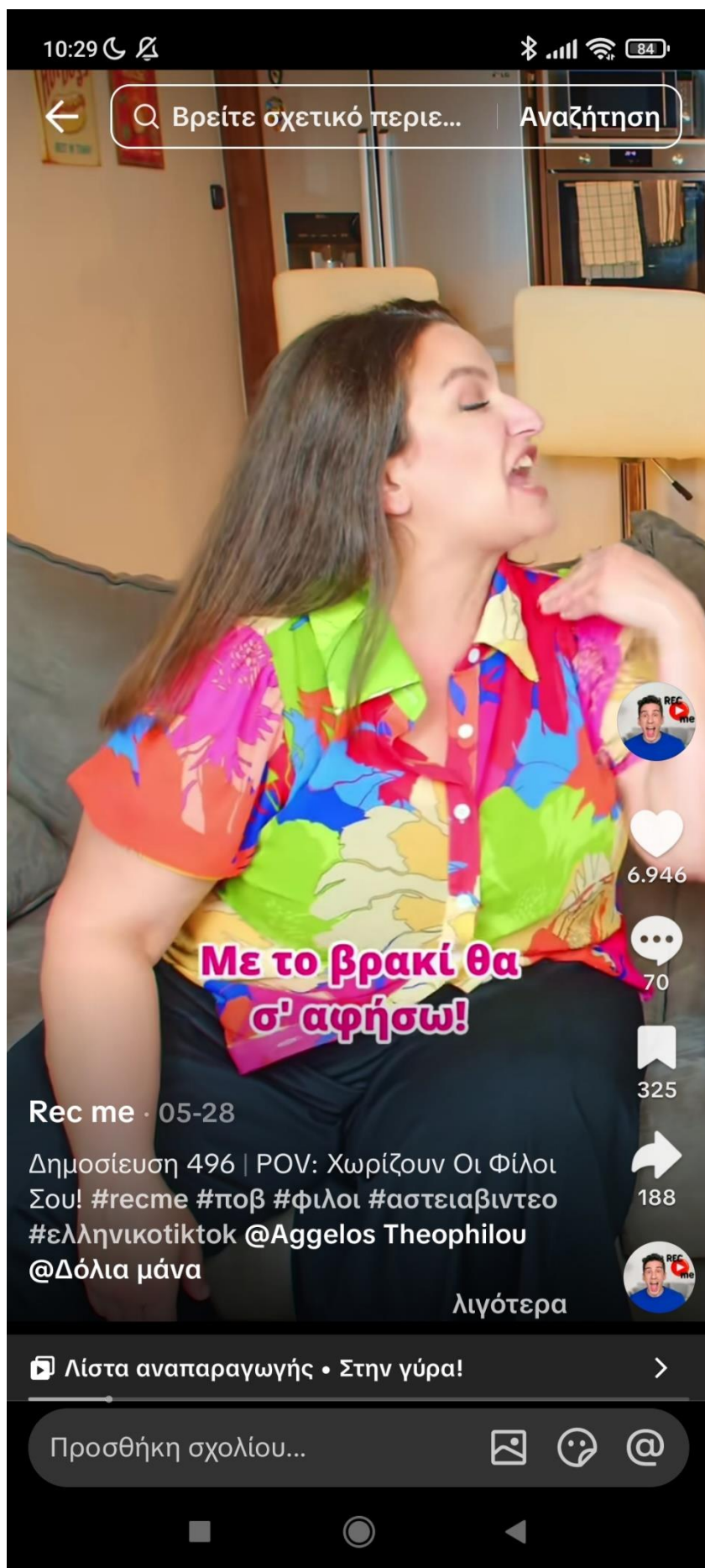
Παράδειγμα 4. Συλλογική και διαδραστική μορφή επικοινωνίας

Στο συγκεκριμένο βίντεο, μια παρέα φίλων συζητά την περίπτωση ενός ζευγαριού που χωρίζει, με κάθε μέλος της ομάδας να παίρνει θέση υπέρ ή κατά του ενός από τους δύο συντρόφους. Η συζήτηση εξελίσσεται μέσα από συνεχείς παρεμβάσεις, διακοπές,

¹ Το καφενείο αποτελεί, επίσης, επαναλαμβανόμενο θέμα και σε μορφές τέχνης όπως στην νεοελληνική ζωγραφική, ήδη από τα τέλη του 19^{ου} και τις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Ενδεικτικά αναφέρονται έργα του Νικολάου Λύτρα, του Θεόφιλου Χατζημιχαήλ και του Σπύρου Παπαλουκά, στα οποία το καφενείο παρουσιάζεται ως χώρος κοινωνικής συναναστροφής, ψυχαγωγίας και καθημερινής επικοινωνίας, αποτυπώνοντας πτυχές του λαϊκού βίου και των τοπικών κοινωνιών.

πειράγματα και χιουμοριστικά σχόλια, δημιουργώντας μια σκηνή που θυμίζει έντονα τις αυθόρμητες συζητήσεις της παρέας στο καφενείο ή σε άλλους χώρους καθημερινής συνεύρεσης. Οι συμμετέχοντες υιοθετούν αναγνωρίσιμες κοινωνικές στάσεις, υπερασπίζονται διαφορετικές απόψεις και σχολιάζουν συμπεριφορές, ενώ η κωμικότητα προκύπτει από την υπερβολή, τις αντιδράσεις των προσώπων και τη συλλογική διαπραγμάτευση της κατάστασης. Αντί να παρουσιάζεται ένας μεμονωμένος αφηγητής, το νόημα παράγεται από την αλληλεπίδραση ολόκληρης της ομάδας. Πολλοί θεατές δεν περιορίζονται στην αξιολόγηση του περιεχομένου αλλά συμμετέχουν οι ίδιοι στη χιουμοριστική επικοινωνία μέσω εικόνων, emoji και σύντομων σχολίων, επεκτείνοντας τη συζήτηση πέρα από το ίδιο το βίντεο. Με τον τρόπο αυτό η «παρέα» δεν περιορίζεται στους πρωταγωνιστές του βίντεο αλλά διευρύνεται ώστε να συμπεριλάβει και το κοινό που σχολιάζει και αλληλεπιδρά.





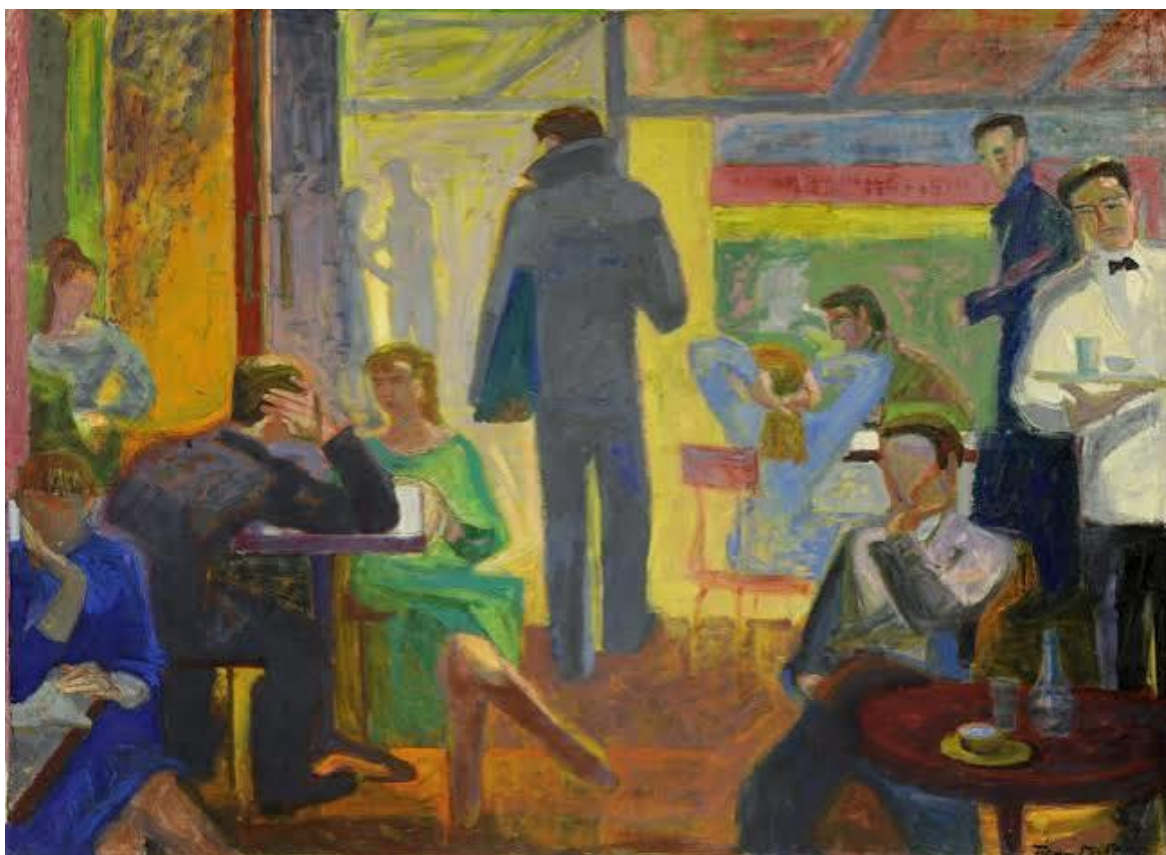


Οι αφηγήσεις στο καφεενείο χαρακτηρίζονται συχνά από υπερβολή, ειρωνεία, μιμητισμό και δραματοποίηση, στοιχεία που ενισχύουν την επιτελεστική διάσταση της επικοινωνίας. Το γέλιο λειτουργεί ως μορφή συλλογικής συμμετοχής και επιβεβαίωσης κοινών πολιτισμικών αναφορών. Η επικοινωνία είναι έντονα διαδραστική. Ο λόγος δεν παράγεται μονολογικά αλλά διαμορφώνεται μέσα από παρεμβάσεις, διακοπές, σχόλια και επαναδιατυπώσεις. Οι συμμετέχοντες μπορούν να συμπληρώσουν, να αμφισβητήσουν ή να επανερμηνεύσουν όσα λέγονται, με αποτέλεσμα η αφήγηση να αποκτά δυναμικό και συλλογικό χαρακτήρα. Η διαδικασία αυτή θυμίζει βασικούς μηχανισμούς της προφορικής παράδοσης, όπου η αφήγηση μετασχηματίζεται συνεχώς μέσα από την ίδια την επικοινωνιακή πράξη. Παράλληλα, το καφεενείο λειτουργεί και ως χώρος κοινωνικής αξιολόγησης και κοινωνικού ελέγχου. Μέσα από το κουτσομπολιό, τη σάτιρα και τον καθημερινό σχολιασμό, οι κοινότητες επιβεβαιώνουν ή αμφισβητούν κοινωνικούς κανόνες και πρότυπα συμπεριφοράς. Η συζήτηση για «τους άλλους» επιτρέπει τη συλλογική διαπραγμάτευση του τι θεωρείται κοινωνικά αποδεκτό, ενώ παράλληλα συμβάλλει στη συγκρότηση κοινού αξιακού πλαισίου. Το καφεενείο μπορεί να ιδωθεί ως μια άτυπη και λαϊκή μορφή δημόσιας επικοινωνίας, μέσα στην οποία οι άνθρωποι σχολιάζουν πολιτικά και κοινωνικά ζητήματα έξω από επίσημους μηχανισμούς εξουσίας (Habermas, 1989, σ. 27-31). Σε αντίθεση όμως με το ορθολογικό πρότυπο δημόσιου διαλόγου που περιγράφει ο Habermas, ο λόγος στο καφεενείο είναι έντονα συναισθηματικός, σατιρικός και συχνά αντιφατικός. Η σημασία του δεν έγκειται στην αντικειμενικότητα αλλά στη δυνατότητα συλλογικής συμμετοχής και κοινής εμπειρίας. Η συλλογική αυτή διαμόρφωση του λόγου παρουσιάζει αναλογίες με τις μορφές συμμετοχικής επικοινωνίας που αναπτύσσονται σήμερα στις ψηφιακές πλατφόρμες, όπου το περιεχόμενο μετασχηματίζεται συνεχώς μέσα από σχόλια, παραλλαγές και επαναχρησιμοποιήσεις από διαφορετικούς χρήστες (Κακάμπουρα & Νουνανάκη, 2023, σσ. 22-23).

Το καφεενείο συνδέθηκε ιστορικά και με συγκεκριμένες μορφές κοινωνικής ταυτότητας. Υπήρξε κυρίως ανδροκρατούμενος χώρος, γεγονός που επηρέασε τόσο τις θεματικές του λόγου όσο και τις μορφές χιούμορ και κοινωνικού σχολιασμού που αναπτύσσονταν μέσα σε αυτόν. Πολλοί από τους στερεοτυπικούς χαρακτήρες που αναπαράγονταν στο πλαίσιο αυτό, όπως ο «μάγκας», ο «ξερόλας», ο «πονηρός» ή ο «πολιτικολογών θαμώνας», συνεχίζουν να εμφανίζονται και στη σύγχρονη ψηφιακή

κουλτούρα, συχνά σε νέες μορφές συχνά μέσα από επαναλαμβανόμενα χιουμοριστικά formats και αναγνωρίσιμα αφηγηματικά σχήματα.

Στην παρούσα εργασία, το καφενείο δεν εξετάζεται ως ιστορικός θεσμός αλλά ως πρότυπο λαϊκού επικοινωνιακού χώρου. Πολλοί από τους βασικούς μηχανισμούς που αναπτύσσονται σε αυτό, η συλλογική αφήγηση, η σάτιρα, η επιτελεστικότητα, ο καθημερινός σχολιασμός και η συμμετοχική επικοινωνία, εμφανίζονται σήμερα και στις ψηφιακές πλατφόρμες, αν και μέσα σε διαφορετικά τεχνολογικά και κοινωνικά συμφραζόμενα. Η μετάβαση από το καφενείο στα κοινωνικά δίκτυα δεν συνιστά απλή μεταφορά ενός παραδοσιακού θεσμού στο ψηφιακό περιβάλλον, αλλά μετασχηματισμό μορφών συλλογικής επικοινωνίας, σχολιασμού και λαϊκής επιτέλεσης μέσα σε νέα τεχνολογικά και κοινωνικά συμφραζόμενα.



«Καφενείο», Τέτσης Παναγιώτης, 1957, Εθνική Πινακοθήκη

3.2. Η άτυπη δημόσια σφαίρα και ο καθημερινός σχολιασμός

Ο καθημερινός σχολιασμός αποτελεί μία από τις βασικές μορφές μέσω των οποίων οι κοινωνικές ομάδες επεξεργάζονται συλλογικά την εμπειρία τους και ερμηνεύουν την κοινωνική πραγματικότητα. Ζητήματα που αφορούν την πολιτική, την οικονομία, την εργασία, τις οικογενειακές σχέσεις ή τις κοινωνικές αλλαγές δεν συζητούνται μόνο σε θεσμικά περιβάλλοντα αλλά κυκλοφορούν κυρίως μέσα από άτυπες μορφές επικοινωνίας της καθημερινής ζωής. Το καφεενίο, η παρέα, η γειτονιά και σήμερα οι ψηφιακές πλατφόρμες λειτουργούν ως χώροι μέσα στους οποίους η καθημερινότητα μετατρέπεται σε αντικείμενο δημόσιου σχολιασμού. Σε αντίθεση με τις θεσμικές μορφές δημόσιου λόγου, οι άτυπες αυτές επικοινωνιακές πρακτικές χαρακτηρίζονται από αυθορμητισμό, συναισθηματική φόρτιση και εναλλαγή ανάμεσα στο σοβαρό και το σατιρικό στοιχείο. Ο καθημερινός σχολιασμός δεν οργανώνεται απαραίτητα με συστηματικό ή ορθολογικό τρόπο· αντίθετα, βασίζεται συχνά σε αποσπασματικές αφηγήσεις, προσωπικές εμπειρίες, χιουμοριστικές παρατηρήσεις και αυθόρμητες αξιολογήσεις γεγονότων και προσώπων. Μέσα από αυτές τις μορφές επικοινωνίας, οι κοινότητες συγκροτούν συλλογικές ερμηνείες της κοινωνικής πραγματικότητας και διαμορφώνουν κοινά πολιτισμικά πλαίσια κατανόησης της καθημερινότητας. Οι πρακτικές αυτές μπορούν να ιδωθούν ως μορφές άτυπης δημόσιας σφαίρας, μέσα στις οποίες κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα διαπραγματεύονται έξω από θεσμικά πλαίσια (Habermas, 1989, σσ. 27-31). Σε αντίθεση όμως με το πρότυπο του ορθολογικού δημόσιου διαλόγου, ο καθημερινός λαϊκός σχολιασμός οργανώνεται συχνά γύρω από το χιούμορ, τη σάτιρα και τη συναισθηματική αντίδραση.

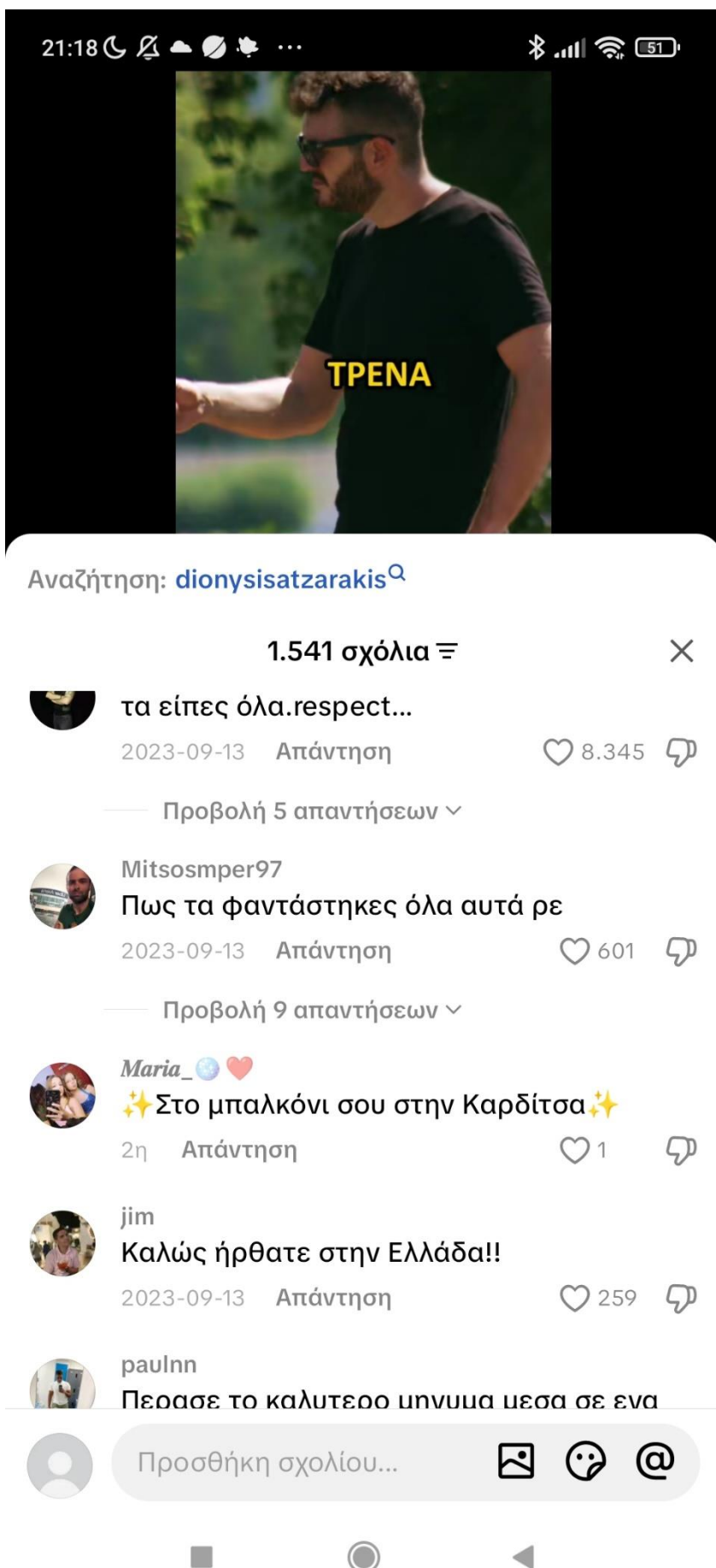
Παράδειγμα 5.

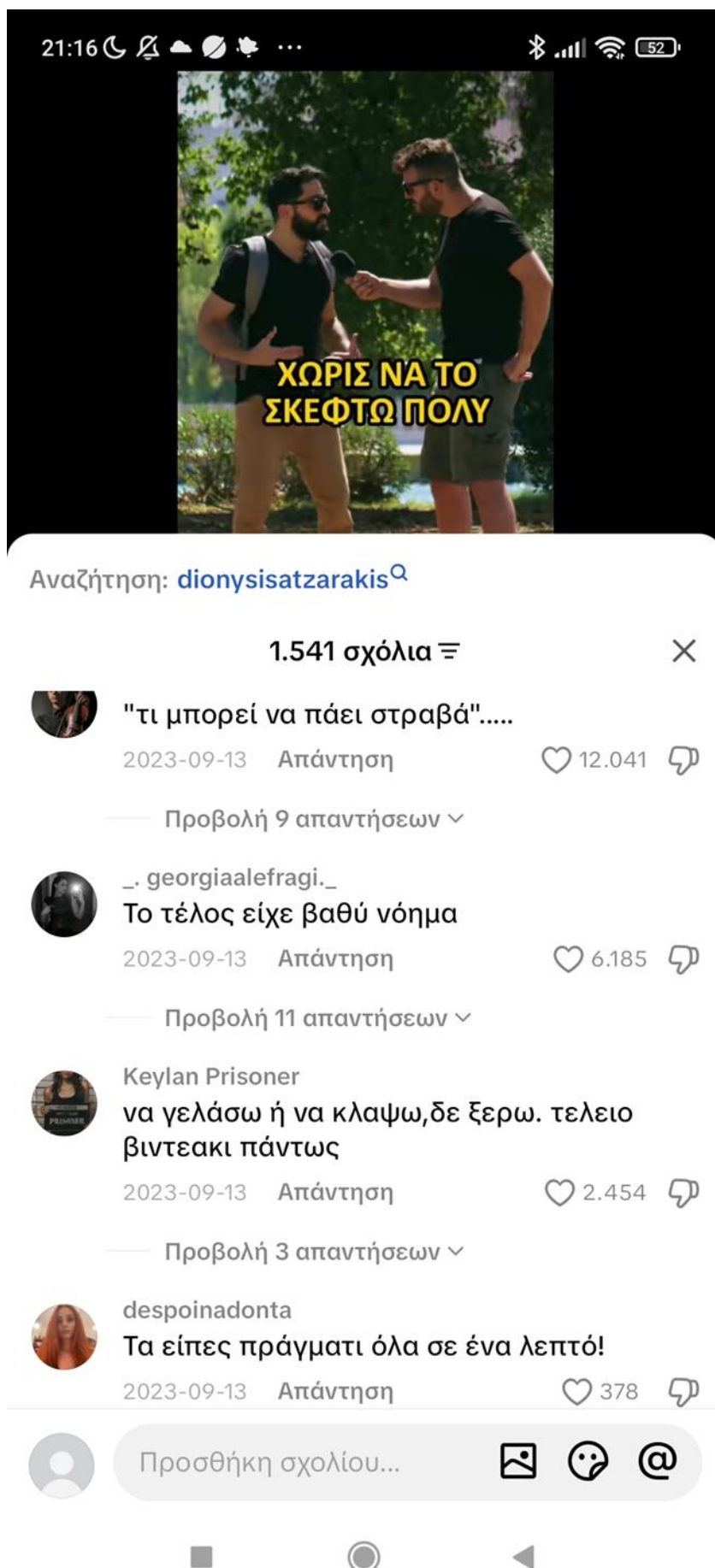
Καθημερινό κοινωνικό σχολιασμό συναντάμε στο ακόλουθο βίντεο που δημιουργήθηκε από τον Διονύση Ατζαράκη με αφορμή το περιστατικό θανάτου επιβάτη στο λιμάνι του Πειραιά το 2023, όταν μέλος πληρώματος επιβατηγού πλοίου φέρεται να έσπρωξε άνδρα στη θάλασσα κατά την επιβίβασή του. Το βίντεο αξιοποιεί τη σάτιρα για να σχολιάσει όχι μόνο το ίδιο το γεγονός αλλά και ευρύτερες παθογένειες της ελληνικής κοινωνίας, όπως η αδιαφορία απέναντι στον πολίτη, η έλλειψη λογοδοσίας, η δυσλειτουργία των θεσμών και η αίσθηση ότι ανθρώπινες ζωές συχνά αντιμετωπίζονται ως δευτερεύουσας σημασίας. Το

χιούμορ δεν λειτουργεί εδώ αποκλειστικά ως μέσο ψυχαγωγίας. Αντίθετα, μετατρέπεται σε εργαλείο κοινωνικής κριτικής, επιτρέποντας στους χρήστες να εκφράσουν συναισθήματα αγανάκτησης, ειρωνείας και δυσπιστίας απέναντι σε γεγονότα που απασχολούν τη δημόσια σφαίρα. Μέσα από τη σατιρική υπερβολή, το μεμονωμένο περιστατικό μετασχηματίζεται σε αφορμή για ευρύτερο σχολιασμό της κοινωνικής πραγματικότητας. Ανάλογη λειτουργία επιτελούν και τα σχόλια των χρηστών, όπου το αρχικό γεγονός συνδέεται με άλλες εμπειρίες αδικίας, κρατικής ανεπάρκειας ή κοινωνικής απογοήτευσης. Με τον τρόπο αυτό, οι ψηφιακές πλατφόρμες λειτουργούν ως χώροι συλλογικής επεξεργασίας της επικαιρότητας, στους οποίους η σάτιρα, η ειρωνεία και ο καθημερινός σχολιασμός συμβάλλουν στη διαμόρφωση κοινών ερμηνειών για τα κοινωνικά γεγονότα.









Η μετάβαση στις ψηφιακές πλατφόρμες μετασχηματίζει σημαντικά αυτή τη διαδικασία. Οι μορφές καθημερινού σχολιασμού δεν περιορίζονται πλέον σε σχετικά μικρές κοινότητες φυσικής συνύπαρξης αλλά αποκτούν δημόσια και δικτυακή διάσταση. Τα κοινωνικά δίκτυα λειτουργούν ως χώροι συνεχούς κυκλοφορίας σχολίων, αφηγήσεων και αντιδράσεων γύρω από γεγονότα της επικαιρότητας και εμπειρίες της καθημερινής ζωής. Η κοινωνική εμπειρία μετατρέπεται σε ψηφιακό περιεχόμενο που μπορεί να αναπαραχθεί, να σχολιαστεί και να επανερμηνευθεί από μεγάλο αριθμό χρηστών σε πραγματικό χρόνο. Όσον αφορά στην χρονική διάσταση της ψηφιακής επικοινωνίας, στους παραδοσιακούς χώρους κοινωνικής συνεύρεσης, όπως το καφεενείο ή η γειτονιά, ο σχολιασμός των γεγονότων αναπτυσσόταν σταδιακά μέσα από διαδοχικές συναντήσεις και συζητήσεις. Αντίθετα, στις ψηφιακές πλατφόρμες η αντίδραση των χρηστών μπορεί να είναι σχεδόν άμεση. Γεγονότα της επικαιρότητας, πολιτικές εξελίξεις ή περιστατικά της καθημερινής ζωής μετατρέπονται σε αντικείμενα σχολιασμού λίγα μόλις λεπτά μετά την εμφάνισή τους, ενώ η κυκλοφορία τους επιταχύνεται μέσω κοινοποιήσεων, σχολίων και αλγοριθμικών μηχανισμών προβολής.

Παράλληλα, το ψηφιακό περιεχόμενο διαθέτει μεγαλύτερη χρονική διάρκεια από τον προφορικό λόγο. Ενώ μια συζήτηση στο καφεενείο ολοκληρώνεται συνήθως τη στιγμή που τελειώνει η συνάντηση των συμμετεχόντων, ένα βίντεο ή μια ανάρτηση μπορεί να παραμείνει διαθέσιμα για μεγάλο χρονικό διάστημα, να επανεμφανιστούν μέσω του αλγορίθμου και να αποτελέσουν εκ νέου αντικείμενο σχολιασμού. Με τον τρόπο αυτό, η ψηφιακή επικοινωνία χαρακτηρίζεται από μια ιδιότυπη συνύπαρξη αμεσότητας και διαχρονικότητας, καθώς ο σχολιασμός είναι ταυτόχρονα στιγμιαίος αλλά και δυνητικά διαρκής.

Η διαδικασία αυτή δεν περιορίζεται στην απλή κατανάλωση περιεχομένου αλλά περιλαμβάνει μορφές ενεργής συμμετοχής, όπως σχόλια, μιμήσεις, παραλλαγές και επαναχρησιμοποιήσεις, μέσα από τις οποίες οι χρήστες συμβάλλουν συλλογικά στη διαμόρφωση και αναπαραγωγή του ψηφιακού λαϊκού λόγου (Κακάμπουρα & Νουνανάκη, 2023, σσ. 22-23). Η σημαντικότερη διαφοροποίηση αφορά κυρίως την κλίμακα και την ορατότητα της επικοινωνίας. Ενώ στο καφεενείο ή στην παρέα ο λόγος απευθυνόταν σε περιορισμένο και σχετικά οικείο ακροατήριο, στις ψηφιακές πλατφόρμες ο καθημερινός σχολιασμός αποκτά δυνητικά μαζικό χαρακτήρα. Προσωπικές εμπειρίες, οικογενειακές εντάσεις, εργασιακές δυσκολίες ή πολιτικές απόψεις δημοσιοποιούνται και μετατρέπονται σε αντικείμενο συλλογικής παρατήρησης και σχολιασμού από άγνωστους χρήστες. Η

μετάβαση αυτή επηρεάζει και τη μορφή του ίδιου του λόγου. Η ανάγκη άμεσης κατανόησης μέσα σε περιβάλλοντα γρήγορης κατανάλωσης περιεχομένου ευνοεί τη χρήση σύντομων, συμπυκνωμένων και εύκολα αναγνωρίσιμων εκφραστικών σχημάτων. Viral φράσεις, σατιρικές ατάκες, στερεοτυπικοί χαρακτήρες και επαναλαμβανόμενα αφηγηματικά μοτίβα λειτουργούν ως πολιτισμικοί κώδικες που επιτρέπουν τη γρήγορη συμμετοχή του κοινού στη διαδικασία του σχολιασμού.

Η ψηφιακή επικοινωνία μεταβάλλει δραματικά και τη σχέση ανάμεσα στην ιδιωτική και τη δημόσια σφαίρα. Ζητήματα που παλαιότερα εκφράζονταν σε σχετικά περιορισμένα κοινωνικά περιβάλλοντα αποκτούν πλέον δημόσια ορατότητα. Η οικογενειακή ζωή, οι προσωπικές σχέσεις, η εργασιακή εξουθένωση ή οι καθημερινές αμηχανίες παρουσιάζονται δημόσια μέσα από χιουμοριστικές αφηγήσεις, βίντεο και σχολιασμούς που απευθύνονται σε μαζικό κοινό. Η διαδικασία αυτή ενισχύεται και από τη διαδραστική φύση των ψηφιακών μέσων. Οι χρήστες δεν λειτουργούν μόνο ως θεατές αλλά συμμετέχουν ενεργά μέσω σχολίων, αναπαραγωγών, μιμήσεων και παραλλαγών περιεχομένου. Ο καθημερινός σχολιασμός αποκτά έτσι πολυφωνικό χαρακτήρα, καθώς η ίδια εμπειρία μπορεί να αναδιατυπωθεί και να επανερμηνευθεί από διαφορετικούς χρήστες και κοινότητες. Ταυτόχρονα, η κυκλοφορία του λόγου επηρεάζεται σημαντικά από την ίδια τη δομή των ψηφιακών πλατφορμών. Οι αλγόριθμοι καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό ποιο περιεχόμενο θα αποκτήσει μεγαλύτερη ορατότητα, ποια θέματα θα αναπαραχθούν ευρύτερα και ποιες μορφές σχολιασμού θα ενισχυθούν περισσότερο. Η δημόσια διάσταση του καθημερινού λόγου δεν εξαρτάται επομένως μόνο από τη συλλογική συμμετοχή αλλά και από τεχνολογικούς μηχανισμούς διάχυσης και ιεράρχησης της πληροφορίας.

Παρά τις μεταβολές που επιφέρουν οι ψηφιακές πλατφόρμες, βασικοί μηχανισμοί του καθημερινού λαϊκού σχολιασμού, όπως το χιούμορ, η συλλογική ερμηνεία της κοινωνικής εμπειρίας και η δημιουργία κοινών πολιτισμικών αναφορών, παραμένουν ενεργοί και στο ψηφιακό περιβάλλον. Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης μετασχηματίζουν επομένως όχι τη λειτουργία αλλά κυρίως τις μορφές και την κλίμακα της άτυπης δημόσιας επικοινωνίας.

3.3. TikTok και μορφές βραχείας επιτελεστικής αφήγησης

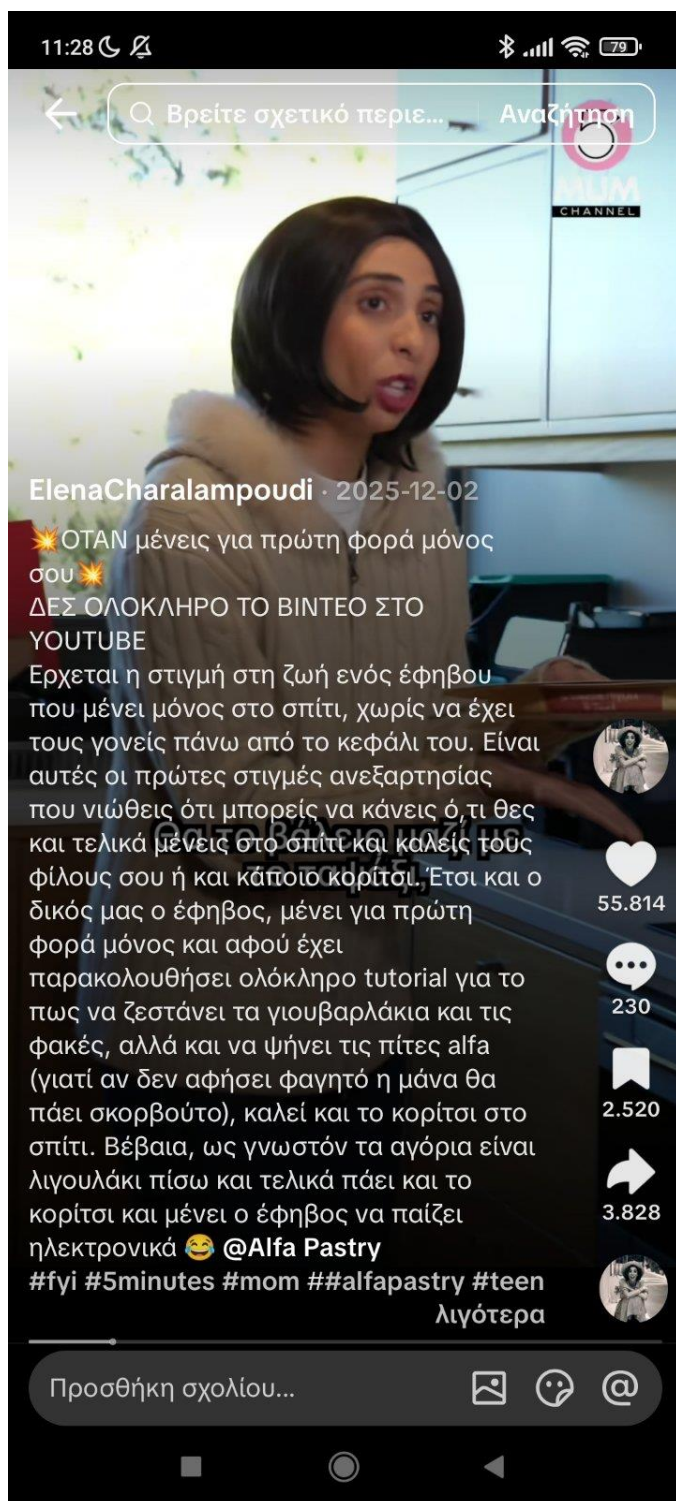
Η ανάπτυξη των πλατφορμών σύντομου βίντεο μετασχημάτισε σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο παράγεται και κυκλοφορεί ο σύγχρονος λαϊκός λόγος. Ανάμεσα σε αυτές, το TikTok κατέχει ιδιαίτερη θέση, καθώς οργανώνει την επικοινωνία γύρω από σύντομες, άμεσα αναγνωρίσιμες και έντονα επιτελεστικές μορφές αφήγησης. Η καθημερινή εμπειρία μετατρέπεται σε σύντομο ψηφιακό επεισόδιο, μέσα από το οποίο οι χρήστες σχολιάζουν κοινωνικές σχέσεις, οικογενειακές εντάσεις, εργασιακές εμπειρίες και πολιτισμικά στερεότυπα με όρους χιούμορ, υπερβολής και αναγνωρισιμότητας. Σε αντίθεση με παλαιότερες μορφές διαδικτυακής επικοινωνίας που βασίζονταν κυρίως στον γραπτό λόγο, το TikTok οργανώνεται γύρω από την άμεση οπτικοακουστική επιτέλεση. Ο χρήστης δεν αφηγείται απλώς μια εμπειρία αλλά τη δραματοποιεί μπροστά στην κάμερα, αξιοποιώντας τη φωνή, τη μιμική έκφραση, την κίνηση, τη μουσική και τον ρυθμό του μοντάζ. Η αφήγηση αποκτά έτσι πολυτροπικό χαρακτήρα, καθώς το νόημα παράγεται όχι μόνο μέσα από τα λόγια αλλά και μέσα από το ύφος της εκφοράς, τις παύσεις, τις εκφράσεις του προσώπου και τη συνολική σκηνική παρουσία του δημιουργού.

Η σύντομη διάρκεια των βίντεο επηρεάζει καθοριστικά τη μορφή της αφήγησης. Οι ιστορίες οργανώνονται με έντονη συμπύκνωση και βασίζονται στην άμεση αναγνώριση μιας κοινωνικής κατάστασης ή ενός πολιτισμικού τύπου. Συχνά, ολόκληρη η αφηγηματική λειτουργία ενός βίντεο στηρίζεται σε μία μόνο φράση, σε έναν χαρακτηριστικό τόνο φωνής ή σε μια υπερβολική αντίδραση που λειτουργεί ως κωμική κορύφωση. Η οικονομία της αφήγησης οδηγεί στην αξιοποίηση στερεοτυπικών μορφών και εύκολα αναγνωρίσιμων χαρακτήρων, μέσω των οποίων το κοινό μπορεί να κατανοήσει αμέσως το πλαίσιο του αστείου. Στο περιβάλλον αυτό αποκτούν ιδιαίτερη σημασία οι επαναλαμβανόμενες ψηφιακές περσόνες.

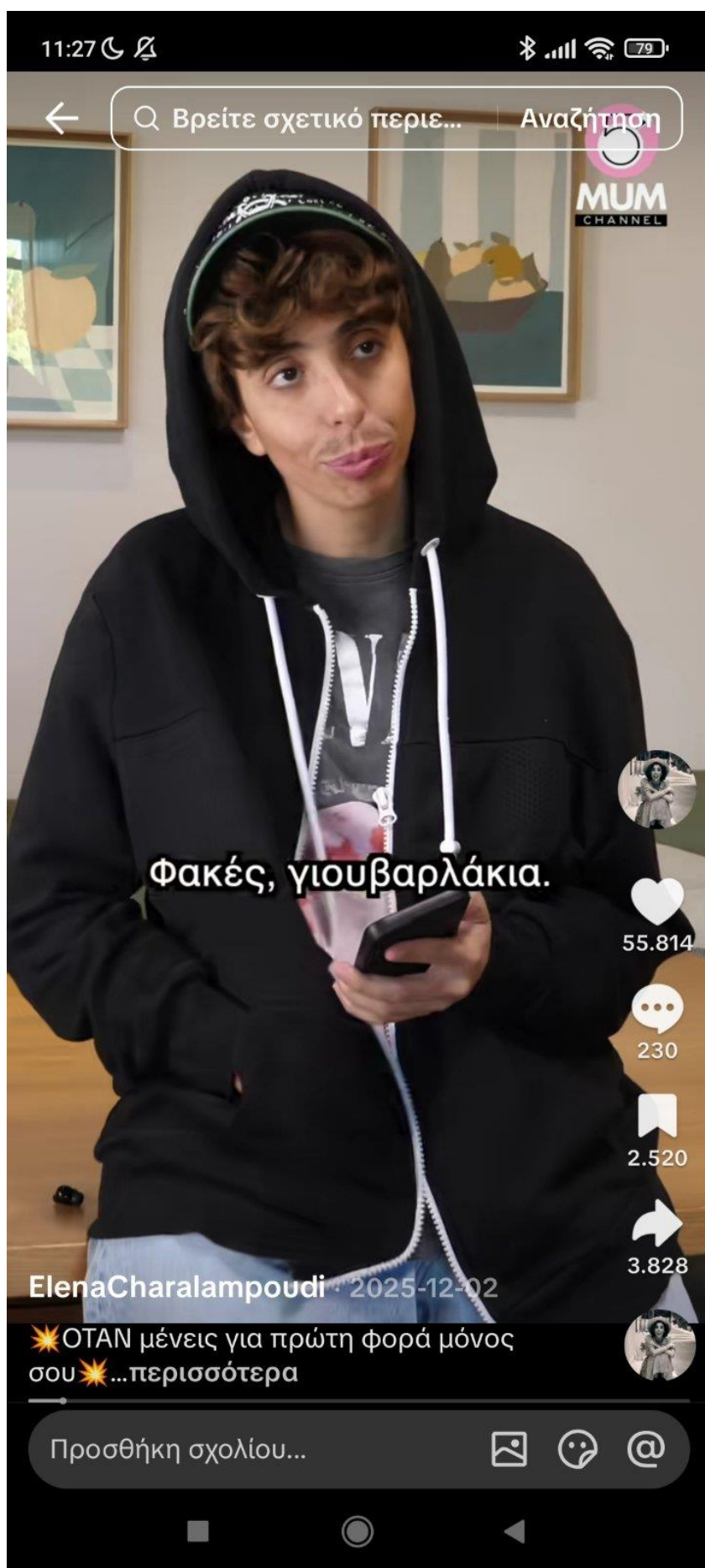
Παράδειγμα 6.

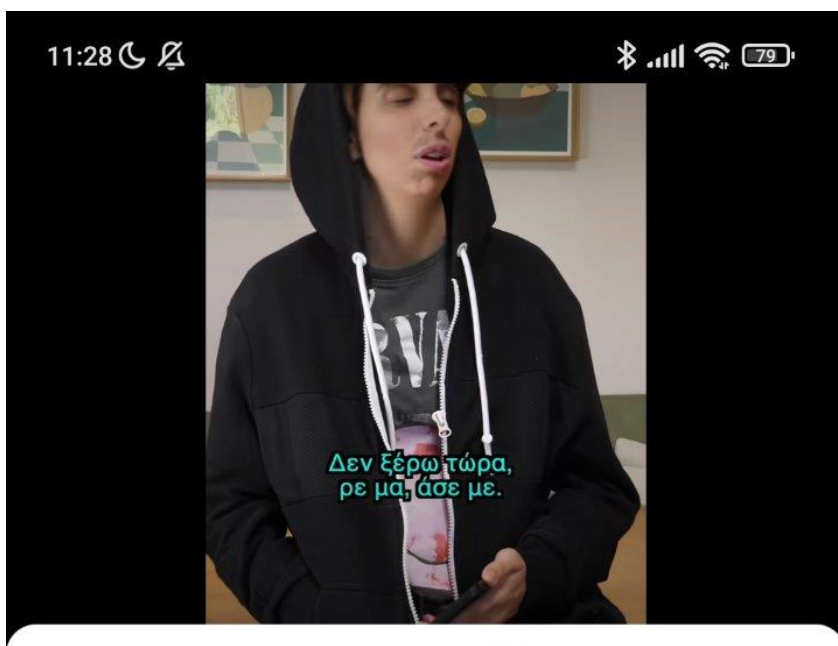
Το βίντεο που ακολουθεί, της δημιουργού περιεχομένου Έλενας Χαραλαμπούδη, έχει ως θέμα έναν έφηβο που μένει για πρώτη φορά μόνος στο σπίτι. Μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα αναπτύσσεται μια ολοκληρωμένη μικρο-αφήγηση, η μητέρα δίνει οδηγίες για το φαγητό, ο γιος επιχειρεί να διαχειριστεί τη νέα του ανεξαρτησία και η κατάσταση εξελίσσεται κωμικά μέσα από τις αντιδράσεις και τις επιλογές του. Η δημιουργός υποδύεται

και τους δύο χαρακτήρες, εναλλάσσοντας φωνή, στάση σώματος και εκφράσεις προσώπου, χωρίς να απαιτούνται πολύπλοκα σκηνικά ή εκτενείς διάλογοι. Η αφήγηση βασίζεται στην αναγνώριση μιας οικείας οικογενειακής κατάστασης, η οποία παρουσιάζεται μέσα από υπερβολή και χιούμορ. Η καθημερινή εμπειρία συμπυκνώνεται έτσι σε ένα σύντομο επιτελεστικό επεισόδιο που μπορεί να αναγνωριστεί άμεσα από το κοινό και να λειτουργήσει ως σημείο συλλογικής ταύτισης.









Αναζήτηση: elena charalampoudi

230 σχόλια



Eleni Sari

Τον λυπήθηκα μωρέ! 😊 Το σπασμένο νύχι
άκρος σημαντικός λόγος για μια bestie να
φύγει 😂

2025-12-02 Απάντηση

👍 689



Evan Sock

τεράστιο ταλέντο

2025-12-04 Απάντηση

👍 1



Ελευθερία Νατση

love

05-04 Απάντηση

👍



D_for_venDetta

Σε όλους τους ρόλους εισαι υπέροχη, αλλα
στον έφηβο γιο πραγματικα δίνεις ρέστα 😊👍

2025-12-03 Απάντηση

👍 12



Προσθήκη σχολίου...





230 σχόλια ≡



Ο γιος 😂 ο γιος 😂 πεθαίνω λέμε είναι το ίδιο άτομο κλαίω χτυπιέμαι δεν υπάρχουν είσαι εκπληκτική 🙏🙏🙏🙏🙏💗💗🙏💗🙏

2025-12-02

Απάντηση



Εχω λυωσει στο γέλιο 🤔🤔

2025-12-02

Απάντηση



Θέλουμε την συνέχεια 😂

2025-12-02

Απάντηση



Ο τρόπος που έβαλε την πίτα, όπως η μαμά κλαιιιιιιιιιιι 😂

2025-12-02

Απάντηση



Οι επαναλαμβανόμενες ψηφιακές περσόνες κατέχουν μια σημαντική θέση στην πλατφόρμα του TikTok και πολλοί δημιουργοί εμφανίζονται συστηματικά μέσα από συγκεκριμένους κοινωνικούς ρόλους, όπως η «Ελληνίδα μάνα», ο «αγχωμένος φοιτητής», ο «εξαντλημένος εργαζόμενος» ή ο «τοξικός πρώην». Οι χαρακτήρες αυτοί λειτουργούν ως πολιτισμικές τυπολογίες που επιτρέπουν στο κοινό να αναγνωρίσει άμεσα γνωστές κοινωνικές συμπεριφορές και εμπειρίες. Η λειτουργία τους παρουσιάζει αναλογίες με τους τυποποιημένους χαρακτήρες της προφορικής παράδοσης και του λαϊκού χιούμορ, όπου μορφές όπως ο μάγκας, ο κουτοπόνηρος ή η πεθερά λειτουργούσαν ως φορείς κοινωνικών στερεοτύπων και συλλογικών αναπαραστάσεων.

Η χρονικότητα αποτελεί μία από τις σημαντικότερες παραμέτρους της επικοινωνίας στο TikTok. Σε αντίθεση με παλαιότερες μορφές αφήγησης, οι οποίες μπορούσαν να αναπτύσσονται εκτενώς και να βασίζονται στη σταδιακή οικοδόμηση της πλοκής, οι αφηγήσεις της πλατφόρμας οφείλουν να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του θεατή μέσα σε ελάχιστα δευτερόλεπτα. Η περιορισμένη διάρκεια των βίντεο ευνοεί την αφηγηματική συμπύκνωση, την άμεση παρουσίαση του κεντρικού θέματος και την ταχεία μετάβαση στην κωμική ή δραματική κορύφωση.

Παράλληλα, η κατανάλωση περιεχομένου οργανώνεται γύρω από μια λογική συνεχούς και γρήγορης ροής. Οι χρήστες παρακολουθούν διαδοχικά μεγάλο αριθμό βίντεο μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα, γεγονός που επηρεάζει τόσο τις στρατηγικές των δημιουργών όσο και τη μορφή του ίδιου του λαϊκού λόγου. Η ανάγκη άμεσης αναγνώρισης ευνοεί τη χρήση σύντομων αφηγηματικών σχημάτων, επαναλαμβανόμενων χαρακτήρων, γνωστών ηχητικών αποσπασμάτων και εύκολα αναγνωρίσιμων κοινωνικών καταστάσεων. Με τον τρόπο αυτό, ο χρόνος δεν αποτελεί απλώς τεχνικό χαρακτηριστικό της πλατφόρμας αλλά καθοριστικό παράγοντα διαμόρφωσης της ίδιας της ψηφιακής αφήγησης. Ο δημιουργός περιεχομένου δεν λειτουργεί απλώς ως αφηγητής αλλά ως performer που εναλλάσσει ρόλους, μιμείται φωνές, αναπαριστά διαλόγους και κατασκευάζει μικρές σκηνές καθημερινότητας. Η χρήση κοντινών πλάνων, απότομων αλλαγών έκφρασης και έντονων φωνητικών μεταβολών ενισχύει την αίσθηση άμεσης επικοινωνίας με το κοινό. Η επιτυχία ενός βίντεο εξαρτάται συχνά όχι μόνο από το περιεχόμενο του αστείου αλλά και από τον τρόπο εκφοράς και επιτέλεσής του. Η χρήση κοντινών πλάνων, έντονων φωνητικών μεταβολών και γρήγορων αλλαγών έκφρασης ενισχύει την αίσθηση άμεσης επικοινωνίας με το κοινό, ενώ η ρυθμική οργάνωση του περιεχομένου βασίζεται σε σύντομες λεκτικές

κορυφώσεις και έντονη συγχρονικότητα ανάμεσα στον λόγο και στον ήχο. Πολλές φορές, ένα συγκεκριμένο ηχητικό αποκτά πολιτισμική αυτονομία και χρησιμοποιείται από διαφορετικούς χρήστες για την παραγωγή νέων παραλλαγών του ίδιου αφηγηματικού σχήματος. Η διαδικασία αυτή δεν περιορίζεται μόνο στην αναπαραγωγή ενός δημοφιλούς ηχητικού ή αφηγηματικού μοτίβου, αλλά περιλαμβάνει και μορφές συλλογικής επαναδιατύπωσης μέσω σχολίων, μιμήσεων, παραλλαγών και επαναχρησιμοποιήσεων περιεχομένου. Οι χρήστες δεν λειτουργούν μόνο ως θεατές αλλά ως ενεργοί συμμετέχοντες στη διαμόρφωση και κυκλοφορία του ψηφιακού λαϊκού λόγου, συμβάλλοντας στη συνεχή ανανέωση των πολιτισμικών σχημάτων που αναπτύσσονται μέσα στην πλατφόρμα (Κακάμπουρα & Νουνανάκη, 2023, σσ. 22-23).

Όλα αυτά ενισχύουν τη δημιουργία κοινών πολιτισμικών κωδίκων. Η αναγνώριση μιας χαρακτηριστικής φράσης, ενός ήχου ή μιας γνωστής επιτελεστικής φόρμας επιτρέπει στους χρήστες να ενταχθούν σε ένα κοινό πεδίο αναφορών και συλλογικού χιούμορ. Η συμμετοχή στην ψηφιακή επικοινωνία προϋποθέτει συχνά την εξοικείωση με αυτούς τους κώδικες, καθώς μεγάλο μέρος του χιούμορ βασίζεται στην αναγνώριση ήδη γνωστών μορφών και όχι στην πλήρη εξήγηση του πλαισίου. Το χιούμορ λειτουργεί έτσι ως τρόπος επεξεργασίας εμπειριών όπως η οικονομική πίεση, η εργασιακή εξουθένωση, οι γενεακές συγκρούσεις ή οι μεταβολές στις έμφυλες και διαπροσωπικές σχέσεις. Μέσα από τη σατιρική υπερβολή και την αυτοειρωνεία, οι χρήστες μετατρέπουν προσωπικά βιώματα σε συλλογικά αναγνωρίσιμα πολιτισμικά σχήματα.

3.4. Δικτυακές κοινότητες και αλγοριθμική διάχυση του λαϊκού λόγου

Οι ψηφιακές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης δεν λειτουργούν απλώς ως τεχνολογικά μέσα επικοινωνίας αλλά ως περιβάλλοντα μέσα στα οποία συγκροτούνται νέες μορφές κοινωνικότητας και καθημερινής πολιτισμικής αλληλεπίδρασης. Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές μορφές κοινωνικής συνεύρεσης, οι οποίες βασίζονταν κυρίως στη φυσική παρουσία και στη χωρική εγγύτητα, οι δικτυακές κοινότητες αναπτύσσονται γύρω από κοινά ενδιαφέροντα, κοινές εμπειρίες και κοινούς πολιτισμικούς κώδικες. Η αίσθηση του «ανήκειν» δεν προϋποθέτει πλέον την προσωπική γνωριμία ή τη συμμετοχή σε μια τοπική κοινότητα, αλλά μπορεί να συγκροτηθεί μέσα από επαναλαμβανόμενες ψηφιακές αλληλεπιδράσεις και τη συμμετοχή σε κοινά πεδία αναφοράς.

Τα δεδομένα της παρούσας έρευνας επιβεβαιώνουν αυτή τη διάσταση των κοινωνικών δικτύων. Από τους είκοσι πέντε συμμετέχοντες που έλαβαν μέρος στις συνεντεύξεις, οι είκοσι τρεις ανέφεραν ότι έχουν αναπτύξει φιλικές σχέσεις με άτομα τα οποία γνώρισαν αρχικά μέσω διαδικτυακών πλατφορμών. Σε αρκετές περιπτώσεις οι σχέσεις αυτές ξεκίνησαν μέσα από σχόλια σε αναρτήσεις, ανταλλαγή μηνυμάτων ή συμμετοχή σε κοινότητες που συγκροτούνταν γύρω από κοινά ενδιαφέροντα, όπως η μουσική, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, ο κινηματογράφος, ο αθλητισμός ή άλλες μορφές ψυχαγωγίας. Ορισμένοι από τους συμμετέχοντες ανέφεραν ότι οι αρχικές αυτές διαδικτυακές επαφές εξελίχθηκαν σταδιακά σε σταθερές φιλικές σχέσεις, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις οδήγησαν και στη σύναψη ερωτικών σχέσεων.

Πάνω σε αυτό το θέμα και μέσα στο πλαίσιο των συνεντεύξεων, αξίζει να αναφερθεί η περίπτωση του Τάσου, 23 ετών, ο οποίος περιέγραψε τον τρόπο με τον οποίο οι διαδικτυακές αλληλεπιδράσεις μετατράπηκαν σταδιακά σε πραγματικές κοινωνικές σχέσεις: «Όλη η παρέα μου αυτή τη στιγμή είναι παιδιά που γνώρισα στο TikTok, τύποι που απαντούσαν σε όλα τα βιντεάκια που ανέβαζα και απαντούσα στα δικά τους, με ακολούθησαν, τους ακολούθησα και μετά ανταλλάξαμε και Insta και φτιάξαμε γκρουπ. Κάνα χρόνο τώρα μιλάμε κάθε μέρα και βγαίνουμε κιόλας, όσοι μένουμε Αθήνα τουλάχιστον. Ο Περικλής γνώρισε και την τωρινή του κοπέλα από TikTok, έτυχε μάλιστα να είναι συμμαθήτρια ενός από τα παιδιά και βγήκαν έτσι.» Η μαρτυρία αυτή αναδεικνύει ότι οι δικτυακές κοινότητες δεν περιορίζονται στην ανταλλαγή περιεχομένου ή στην περιστασιακή αλληλεπίδραση. Αντίθετα, μπορούν να λειτουργήσουν ως πεδία ανάπτυξης σταθερών κοινωνικών δεσμών, οι οποίοι συχνά μεταφέρονται από το ψηφιακό στο φυσικό περιβάλλον. Η μετάβαση από τα σχόλια και τις αλληλεπιδράσεις στην πλατφόρμα προς τις καθημερινές συναντήσεις και τις προσωπικές σχέσεις δείχνει ότι οι ψηφιακές κοινότητες αποτελούν πλέον σημαντικούς χώρους κοινωνικοποίησης, ιδιαίτερα για τις νεότερες ηλικιακές ομάδες.

Παρατηρήθηκαν ωστόσο διαφοροποιήσεις ανάλογα με την ηλικιακή ομάδα. Οι νεότεροι συμμετέχοντες, ηλικίας 17 έως 28 ετών, ανέφεραν συχνότερα ότι γνώρισαν νέους φίλους μέσα από πλατφόρμες όπως το TikTok, το Instagram ή το Discord, συχνά μέσω σχολίων, κοινών αλληλεπιδράσεων και συμμετοχής σε διαδικτυακές κοινότητες. Αντίθετα, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία συμμετέχοντες, μεταξύ 28 και 40 ετών, ανέφεραν ότι οι περισσότερες νέες γνωριμίες προέκυψαν μέσα από θεματικές ομάδες στο Facebook που

σχετίζονταν με κοινά ενδιαφέροντα, επαγγελματικές δραστηριότητες ή χόμπι. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι οι ψηφιακές κοινότητες δεν αποτελούν αποκλειστικά χώρους κατανάλωσης περιεχομένου αλλά και πεδία ανάπτυξης κοινωνικών σχέσεων, οι οποίες συχνά μεταφέρονται και στον φυσικό χώρο. Η συγκρότηση αυτών των κοινοτήτων συνδέεται στενά με τη δημιουργία μορφών ψηφιακής οικειότητας. Παρότι τα μέλη μιας διαδικτυακής κοινότητας μπορεί να μη συναντηθούν ποτέ δια ζώσης, η συνεχής έκθεση σε κοινές αφηγήσεις, χιουμοριστικά μοτίβα, προσωπικές εμπειρίες και επαναλαμβανόμενες μορφές επικοινωνίας δημιουργεί την αίσθηση μιας κοινής κοινωνικής εμπειρίας. Οι χρήστες αναγνωρίζουν στους άλλους παρόμοιες ανησυχίες, προβλήματα ή ενδιαφέροντα και αναπτύσσουν μορφές αλληλεγγύης και ταύτισης που θυμίζουν λειτουργίες παλαιότερων μορφών συλλογικότητας.

Σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση αυτών των κοινοτήτων διαδραματίζουν οι αλγοριθμικοί μηχανισμοί των πλατφορμών. Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές μορφές επικοινωνίας, όπου η διάδοση του λόγου βασιζόταν κυρίως στην άμεση κοινωνική επαφή, στο TikTok η ορατότητα του περιεχομένου εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις επιλογές του αλγορίθμου. Η σελίδα For You προτείνει περιεχόμενο με βάση προηγούμενες αλληλεπιδράσεις, ενδιαφέροντα και πρότυπα χρήσης, δημιουργώντας εξατομικευμένα περιβάλλοντα επικοινωνίας. Μέσα από αυτή τη διαδικασία οι χρήστες εκτίθενται επανειλημμένα σε παρόμοια θέματα, μορφές χιούμορ και πολιτισμικούς κώδικες, γεγονός που ενισχύει τη συγκρότηση κοινοτήτων γύρω από κοινές αναφορές και εμπειρίες. Η αλγοριθμική διάχυση επηρεάζει επίσης τον τρόπο με τον οποίο συγκεκριμένες μορφές λαϊκού λόγου αποκτούν δημοφιλία. Χαρακτηριστικές ατάκες, χιουμοριστικά πρότυπα, στερεοτυπικοί χαρακτήρες και συγκεκριμένα αφηγηματικά σχήματα επανεμφανίζονται διαρκώς στη ροή των χρηστών, αποκτώντας ευρεία αναγνωρισιμότητα. Η επανάληψη αυτή δημιουργεί κοινά πολιτισμικά σημεία αναφοράς και ενισχύει την αίσθηση συμμετοχής σε μια ευρύτερη ψηφιακή κοινότητα, ακόμη και μεταξύ ατόμων που δεν γνωρίζονται προσωπικά.

Παρά τις τεχνολογικές διαφοροποιήσεις, βασικές λειτουργίες του λαϊκού πολιτισμού, όπως η δημιουργία κοινωνικών δεσμών, η ανάπτυξη συλλογικών ταυτοτήτων και η διαμόρφωση κοινών πολιτισμικών κωδίκων, παραμένουν ενεργές και στο ψηφιακό περιβάλλον. Οι δικτυακές κοινότητες που αναπτύσσονται στις πλατφόρμες κοινωνικής

δικτύωσης δεν αντικαθιστούν τις παραδοσιακές μορφές κοινωνικότητας, αλλά μετασχηματίζουν τους τρόπους μέσα από τους οποίους οι άνθρωποι συναντώνται, επικοινωνούν και συγκροτούν σχέσεις στη σύγχρονη καθημερινότητα.

4. Καθημερινότητα, οικογένεια και κοινωνικοί ρόλοι στον ψηφιακό λαϊκό λόγο

4.1. Οικογένεια και γενεακές συγκρούσεις

Η οικογένεια αποτελεί έναν από τους συχνότερους και περισσότερο αναγνωρίσιμους θεματικούς άξονες του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου. Στο TikTok και γενικότερα στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, οι οικογενειακές σχέσεις παρουσιάζονται συχνά μέσα από χιούμορ, υπερβολή και σατιρική δραματοποίηση, λειτουργώντας ως πεδίο συλλογικής αναγνώρισης και καθημερινού κοινωνικού σχολιασμού. Οι ψηφιακές αναπαραστάσεις της οικογένειας δεν αποτυπώνουν απλώς προσωπικές εμπειρίες αλλά συγκροτούν τυποποιημένα πολιτισμικά σχήματα που ενεργοποιούν κοινές κοινωνικές προσδοκίες και βιώματα. Συχνή είναι η παρουσία στερεοτυπικών οικογενειακών ρόλων, οι οποίοι εμφανίζονται ως επαναλαμβανόμενοι αφηγηματικοί τύποι οι οποίοι λειτουργούν ως αναγνωρίσιμες πολιτισμικές φιγούρες που μεταφέρονται από βίντεο σε βίντεο μέσα από πρακτικές μίμησης και παραλλαγής. Οι χαρακτήρες αυτοί δεν παρουσιάζονται ως ρεαλιστικές ατομικές προσωπικότητες αλλά ως συμπυκνωμένες μορφές συλλογικής εμπειρίας.

Το χιούμορ γύρω από την οικογένεια βασίζεται συχνά στην υπερβολή καθημερινών συμπεριφορών. Η υπερπροστατευτικότητα της μητέρας, η αμηχανία του πατέρα απέναντι στη συναισθηματική έκφραση ή οι επαναλαμβανόμενες οικογενειακές συγκρούσεις παρουσιάζονται με τρόπο που επιτρέπει στο κοινό να αναγνωρίσει εμπειρίες που θεωρούνται κοινές και πολιτισμικά οικείες. Η αναγνωρισιμότητα αυτή αποτελεί βασικό στοιχείο της λειτουργίας του ψηφιακού χιούμορ. Οι οικογενειακές αναπαραστάσεις λειτουργούν ως τρόπος διαχείρισης ευρύτερων κοινωνικών μεταβολών. Οι αλλαγές στους έμφυλους ρόλους, οι διαφοροποιήσεις στις μορφές επικοινωνίας μεταξύ γενεών και οι μεταβολές στις κοινωνικές προσδοκίες γύρω από την οικογένεια εμφανίζονται συχνά μέσα

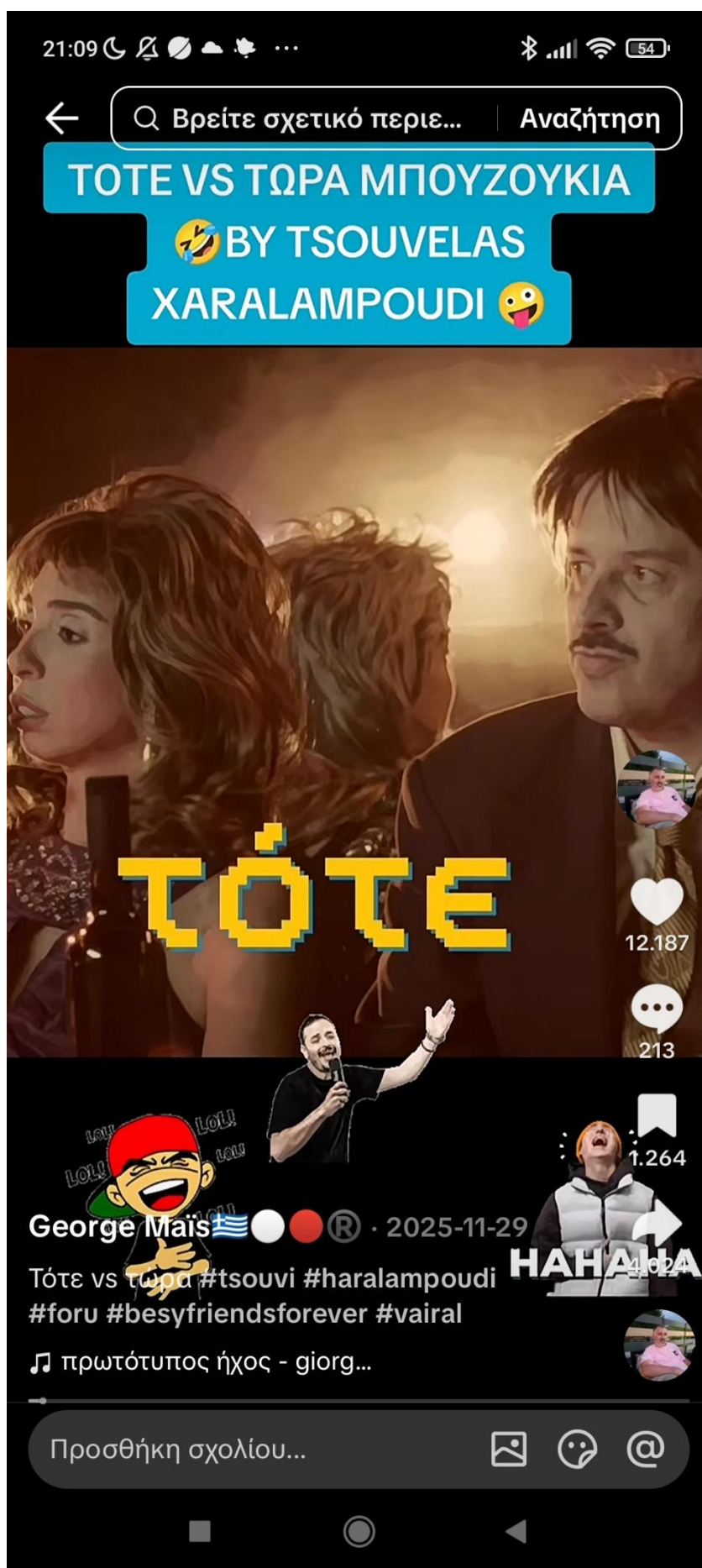
από σατιρικές ή ειρωνικές αφηγήσεις. Το χιούμορ αποτελεί έτσι πεδίο έκφρασης αλλά και διαπραγμάτευσης κοινωνικών εντάσεων που σχετίζονται με τη σύγχρονη οικογενειακή ζωή.

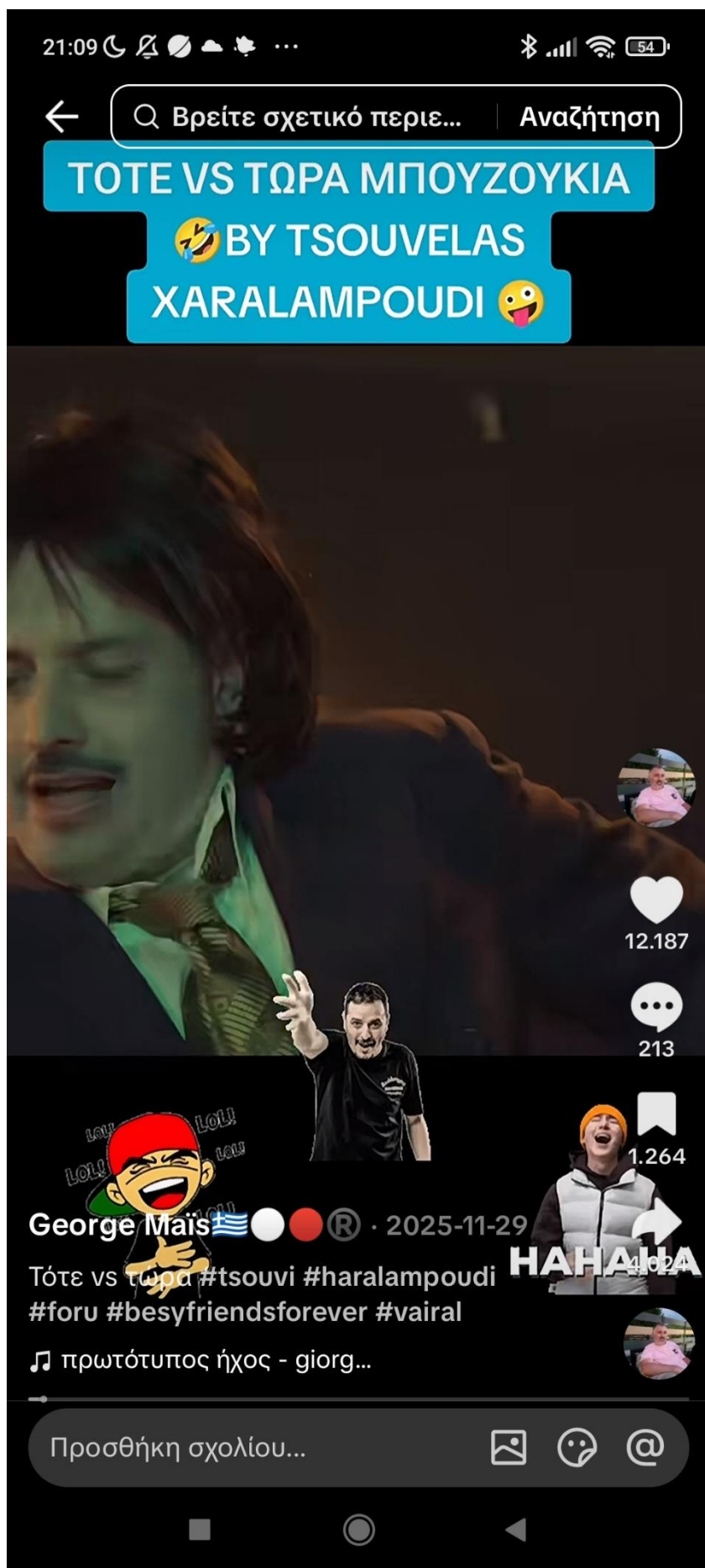
Οι διαφορετικοί τρόποι επικοινωνίας, οι πολιτισμικές αναφορές και οι αντιλήψεις γύρω από την εργασία, τις σχέσεις ή την καθημερινότητα παρουσιάζονται συχνά ως πεδίο σύγκρουσης ανάμεσα σε διαφορετικές γενιές. Οι όροι «boomers», «millennials» και «Gen Z» δεν λειτουργούν μόνο ως ηλικιακές κατηγορίες αλλά ως πολιτισμικές ταυτότητες που συνδέονται με διαφορετικούς τρόπους αυτοαναπαράστασης και κοινωνικής συμπεριφοράς. Οι συγκρούσεις αυτές αποδίδονται συνήθως μέσα από χιουμοριστικά σχήματα που βασίζονται στην παρεξήγηση, την υπερβολή ή την αδυναμία επικοινωνίας ανάμεσα στις γενιές. Οι μεγαλύτερες ηλικίες παρουσιάζονται συχνά ως δύσπιστες απέναντι στις ψηφιακές πρακτικές ή συναισθηματικά αποστασιοποιημένες, ενώ οι νεότερες γενιές εμφανίζονται είτε ως υπερβολικά ευαίσθητες είτε ως αποξενωμένες από παραδοσιακές κοινωνικές αξίες. Οι αναπαραστάσεις αυτές λειτουργούν ως πολιτισμικές τυπολογίες μέσω των οποίων σχολιάζονται ευρύτερες κοινωνικές μεταβολές. Η σημασία της οικογένειας στον ψηφιακό λαϊκό λόγο συνδέεται και με τη λειτουργία της ως κοινού πολιτισμικού σημείου αναφοράς. Οι οικογενειακές εμπειρίες αποτελούν εύκολα αναγνωρίσιμο πεδίο συλλογικής ταύτισης, γεγονός που ενισχύει ιδιαίτερα τη διάδοση τέτοιου περιεχομένου στις ψηφιακές πλατφόρμες. Η κατανόηση του αστείου βασίζεται συχνά στην αίσθηση ότι η εμπειρία που παρουσιάζεται είναι «κοινή» ή «οικεία» για μεγάλο μέρος του κοινού. Η πλατφόρμα του TikTok ενισχύει και την επιτελεστική διάσταση αυτών των αναπαραστάσεων. Οι δημιουργοί περιεχομένου συχνά υποδύονται πολλαπλά οικογενειακά πρόσωπα μέσα στο ίδιο βίντεο, χρησιμοποιώντας αλλαγές φωνής, εκφράσεων και σωματικής στάσης για να αποδώσουν διαφορετικούς χαρακτήρες. Η πρακτική αυτή ενισχύει τη θεατρικότητα και τη μιμητική διάσταση του ψηφιακού λαϊκού λόγου, θυμίζοντας μηχανισμούς προφορικής αφήγησης και λαϊκής επιτέλεσης.

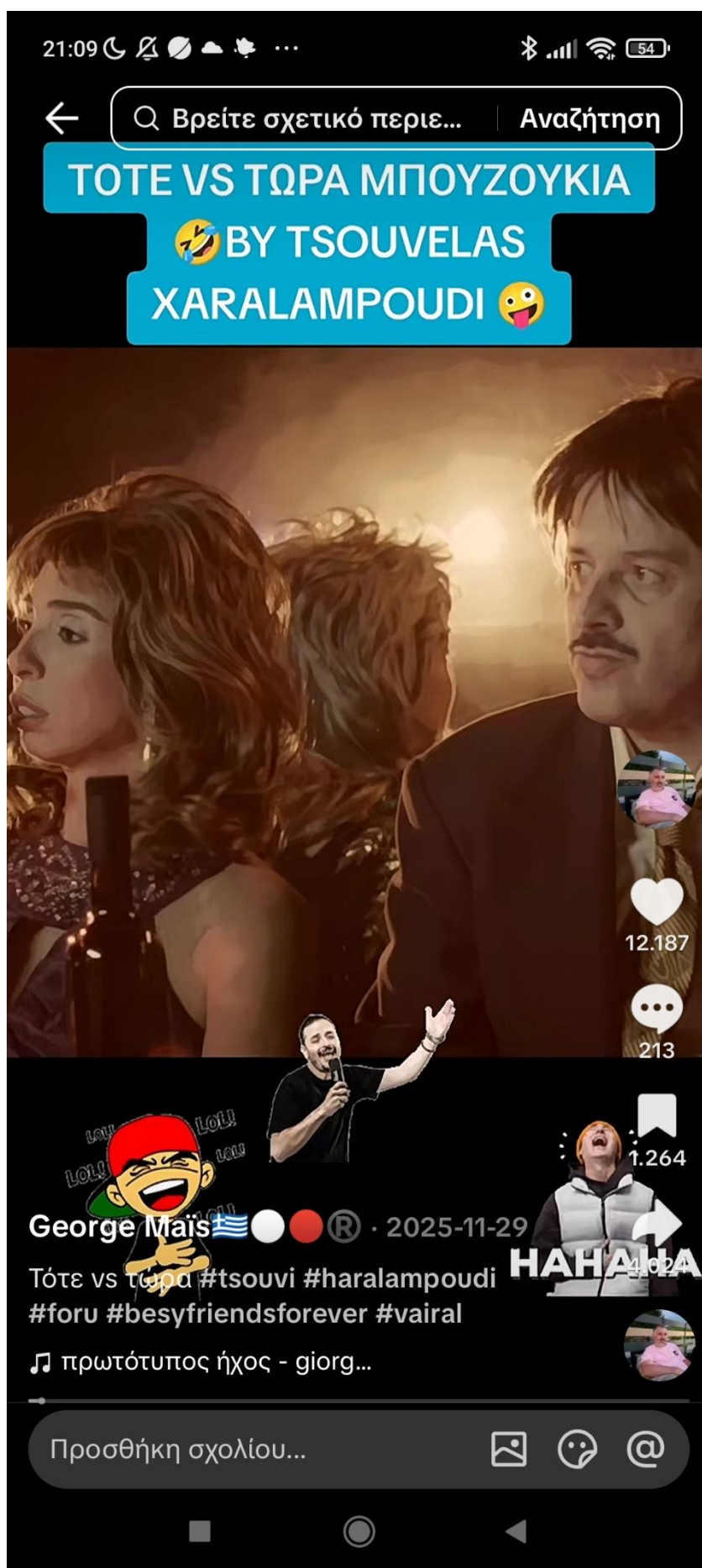
Οι οικογενειακές και γενεακές αναπαραστάσεις στο TikTok δεν αποτελούν επομένως απλώς μορφές διαδικτυακής ψυχαγωγίας. Λειτουργούν ως τρόποι συλλογικής επεξεργασίας κοινωνικών εμπειριών και πολιτισμικών μεταβολών, μέσα από τους οποίους οι χρήστες σχολιάζουν, σατιρίζουν και επαναδιαπραγματεύονται τη θέση της οικογένειας στη σύγχρονη κοινωνική πραγματικότητα.

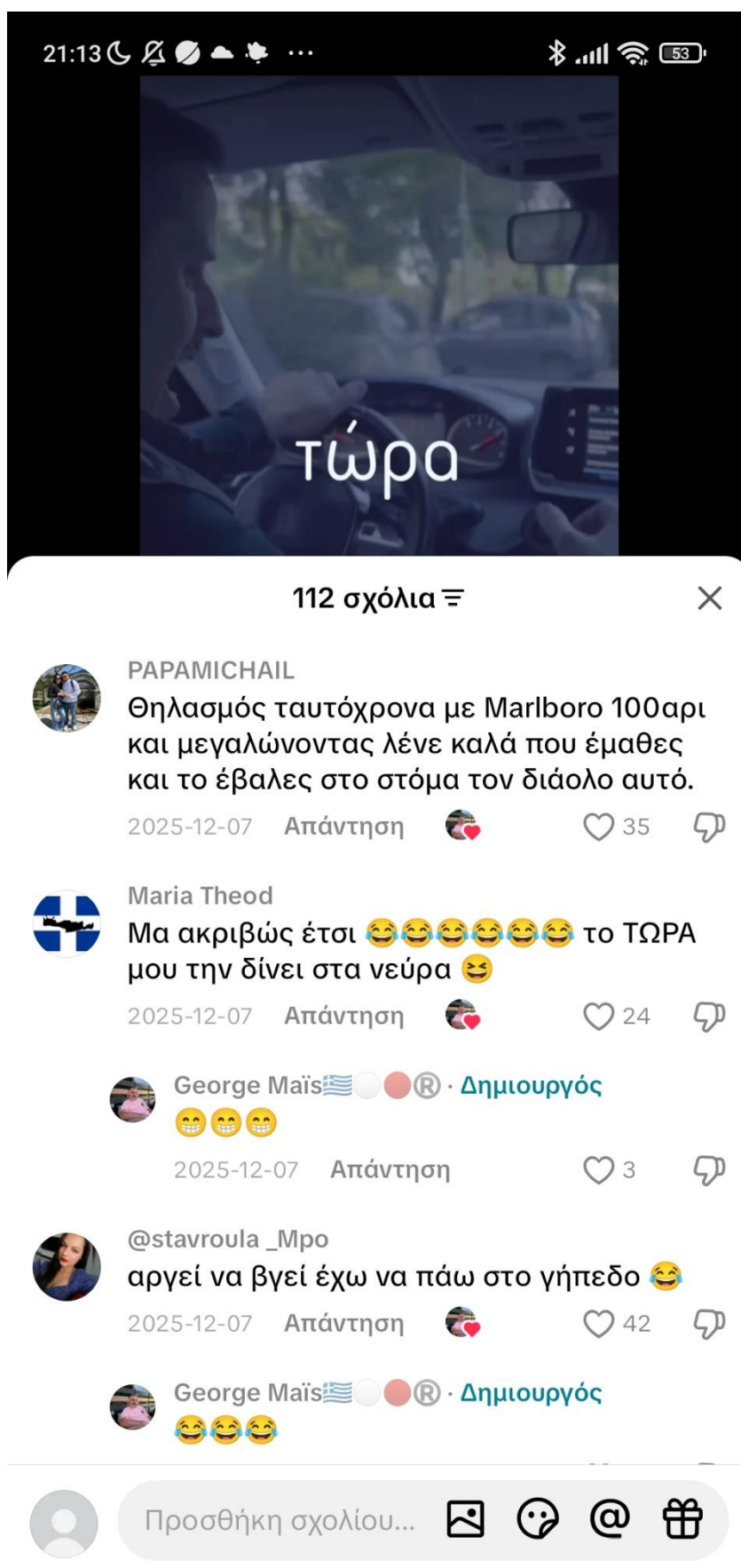
Παράδειγμα 7.

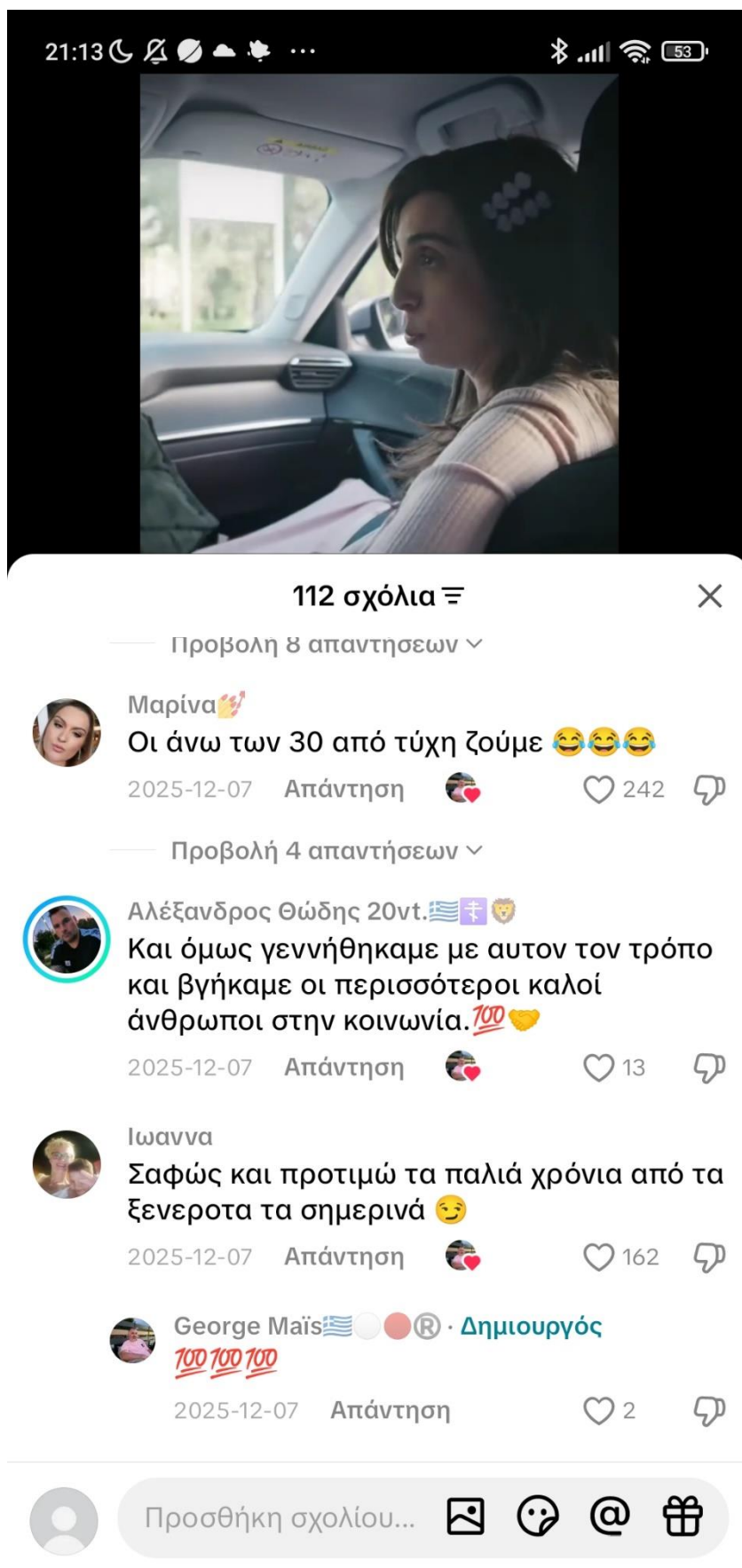
Σε αυτή την ενότητα, αρκετά αποκαλυπτικά είναι τα βίντεο του δημιουργού George Mais με τίτλο «Τότε vs Τώρα», τα οποία απολαμβάνουν μεγάλης απήχησης ανάμεσα στους χρήστες. Στα βίντεο αυτά παρουσιάζονται σκηνές της καθημερινής ζωής μέσα από μια χιουμοριστική αντιπαραβολή ανάμεσα στο παρελθόν και το παρόν. Στο επιλεγθές παράδειγμα που ακοιμουθεί, η σύγκριση αφορά τη διασκέδαση στα μπουζούκια. Η ενότητα «Τότε» παρουσιάζει ένα ζευγάρι σε νυχτερινό κέντρο με αισθητική που παραπέμπει στις δεκαετίες του 1980 και του 1990. Τα κοστούμια, τα χτενίσματα, η σκηνογραφία και οι χρωματικοί τόνοι του βίντεο παραπέμπουν σε παλαιότερες εποχές, ενώ οι διάλογοι βασίζονται σε στερεοτυπικές αναφορές για τη νυχτερινή διασκέδαση, την οικονομική άνεση και τις κοινωνικές συνήθειες της περιόδου. Αντίστοιχα, στην ενότητα «Τώρα» παρουσιάζονται σύγχρονοι χαρακτήρες που εκφράζουν διαφορετικές αντιλήψεις γύρω από τη διασκέδαση, την οικονομική κατάσταση και τον τρόπο ζωής. Αντίστοιχη δομή εμφανίζεται και σε άλλα βίντεο της ίδιας σειράς, όπως εκείνα που αφορούν το μαιευτήριο ή την ανατροφή των παιδιών. Η σειρά έχει πάρα πολλές αναρτήσεις και αποτελεί από τις πιο αγαπημένα trends της εν λόγω σειράς βίντεο. Η αφήγηση βασίζεται στη διαρκή αντιπαραβολή δύο διαφορετικών εποχών, οι οποίες παρουσιάζονται ως διακριτά πολιτισμικά σύμπαντα με διαφορετικές αξίες, συμπεριφορές και κοινωνικές προσδοκίες. Μέσα από το χιούμορ, την υπερβολή και τη σάτιρα, οι δημιουργοί ανακαλούν συλλογικές αναμνήσεις και ενθαρρύνουν τους χρήστες να τοποθετηθούν απέναντι στο παρελθόν και το παρόν. Στα σχόλια οι χρήστες ανακαλούν προσωπικές εμπειρίες, συγκρίνουν διαφορετικές εποχές και διατυπώνουν αξιολογικές κρίσεις για τις κοινωνικές αλλαγές που έχουν μεσολαβήσει. Ενδεικτικά σχόλια όπως «Τι μου θυμίσσατε βρε παιδιά», «Έχουμε ζήσει ωραία», «Οι άνω των 30 από τύχη ζούμε» ή «Σαφώς και προτιμώ τα παλιά χρόνια από τα σημερινά» μετατρέπουν το χιουμοριστικό βίντεο σε χώρο δημόσιας ανταλλαγής αναμνήσεων και γενεακών αφηγήσεων.

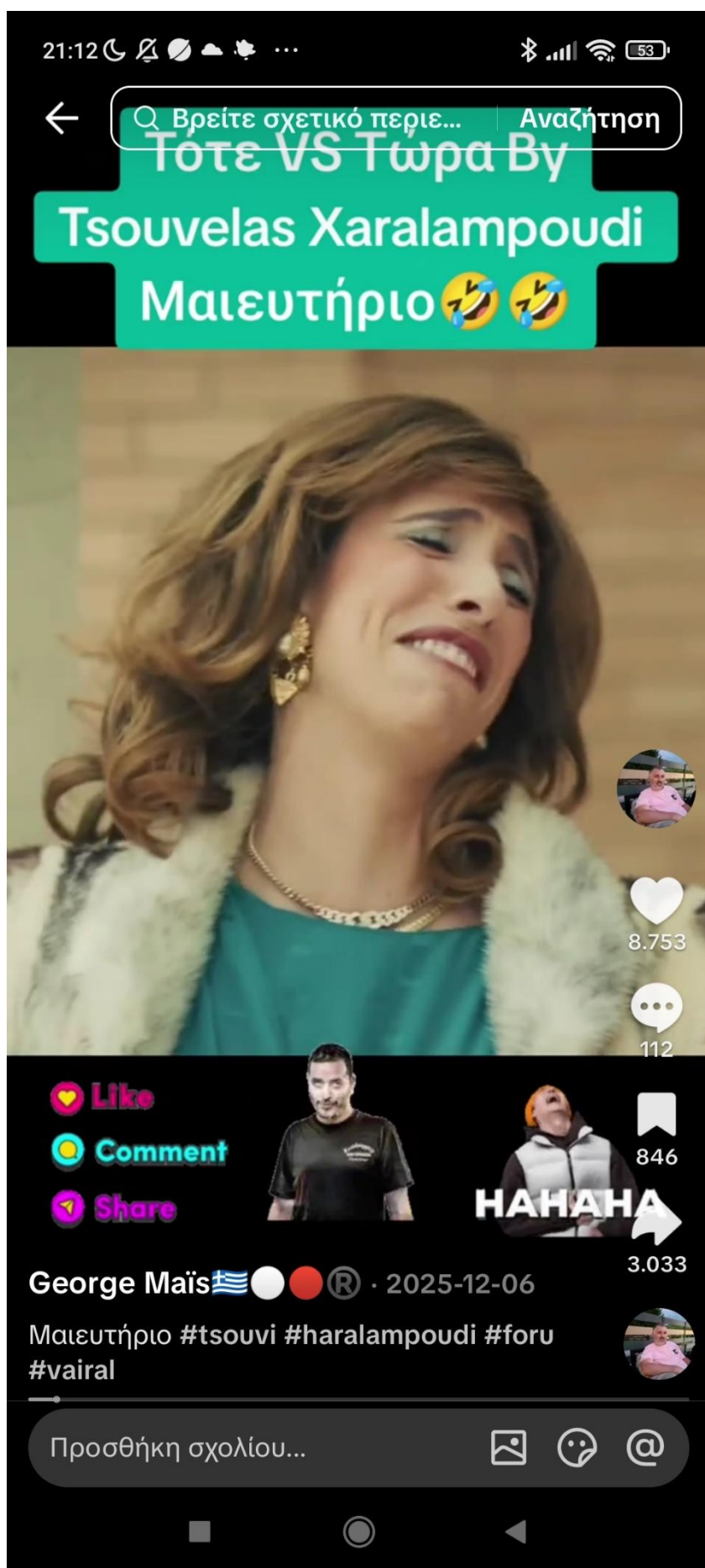


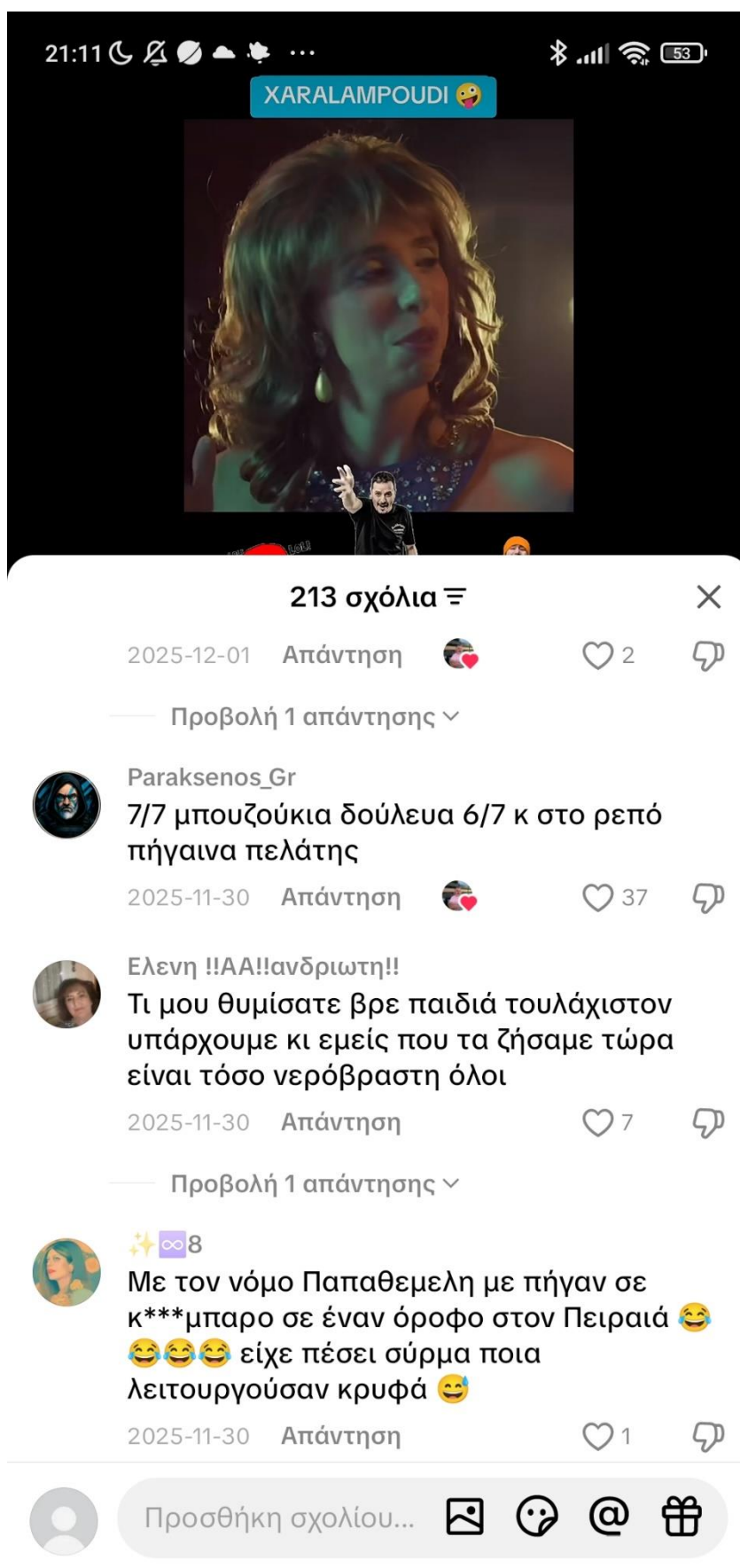




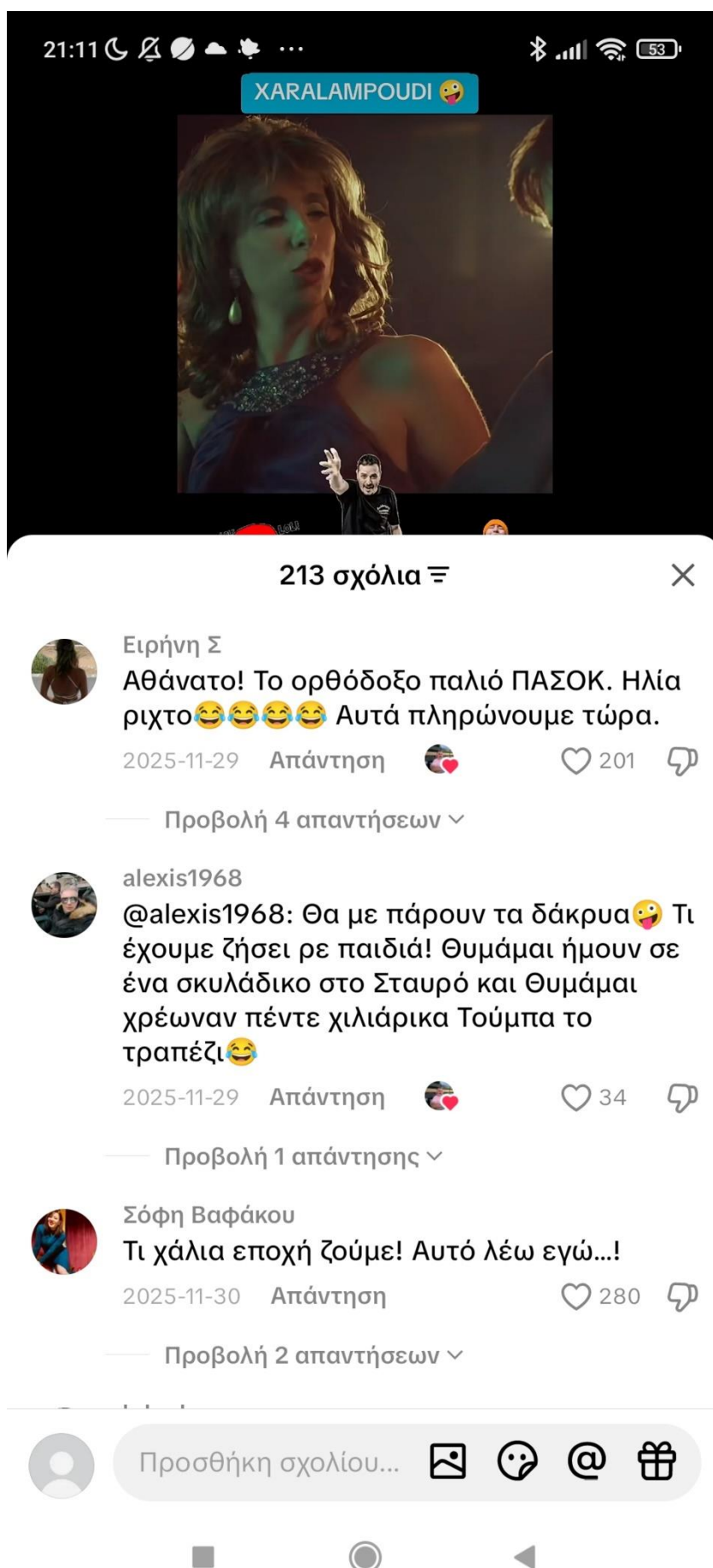












4.1.1. Η «ελληνίδα μάνα» και η υπερ-φροντίδα

Η μορφή της «ελληνίδας μάνας» αποτελεί έναν από τους πιο αναγνωρίσιμους και επαναλαμβανόμενους χαρακτήρες του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου. Στο TikTok και σε άλλες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζεται ως στερεοτυπική αλλά ιδιαίτερα αναγνωρίσιμη φιγούρα, η οποία συνδέεται με την υπερβολική φροντίδα, την έντονη συναισθηματική εμπλοκή και τη διαρκή παρέμβαση στην καθημερινότητα των παιδιών της. Η παρουσία της λειτουργεί ως κοινός πολιτισμικός κώδικας που επιτρέπει την άμεση ταύτιση μεγάλου μέρους του κοινού. Οι αναπαραστάσεις αυτές βασίζονται συνήθως στην υπερβολή καθημερινών οικογενειακών συμπεριφορών. Η μητέρα παρουσιάζεται να ανησυχεί υπερβολικά για το φαγητό, την υγεία, τις εξόδους ή τις προσωπικές επιλογές των παιδιών της, ακόμη και όταν αυτά είναι ενήλικα. Επαναλαμβανόμενες ερωτήσεις, δραματοποιημένες αντιδράσεις και έντονα συναισθηματικές εκφράσεις μετατρέπονται σε βασικά στοιχεία της ψηφιακής περσόνας της «ελληνίδας μάνας». Το χιούμορ γύρω από τη μορφή αυτή λειτουργεί κυρίως μέσω της αναγνωρισιμότητας. Η επιτυχία αυτών των βίντεο δεν βασίζεται απαραίτητα στην πρωτοτυπία αλλά στην ικανότητα αναπαραστάσης μιας εμπειρίας που εμφανίζεται ως κοινά κατανοητή.

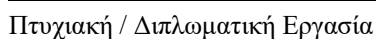
Η μορφή της «ελληνίδας μάνας» συνδέεται επίσης με ευρύτερες πολιτισμικές αντιλήψεις γύρω από την οικογένεια και τη μητρότητα στον ελληνικό κοινωνικό χώρο. Η μητέρα παρουσιάζεται συχνά ως κεντρικό πρόσωπο της οικογενειακής συνοχής, υπεύθυνη για τη συναισθηματική φροντίδα και τη διατήρηση των οικογενειακών δεσμών. Η υπερπροστατευτικότητα και η παρεμβατικότητα, παρότι αποτελούν αντικείμενο χιούμορ και ειρωνείας, εμφανίζονται ταυτόχρονα και ως στοιχεία βαθιά συνδεδεμένα με την έννοια της οικογενειακής φροντίδας. Οι ψηφιακές αναπαραστάσεις της «ελληνίδας μάνας» λειτουργούν και ως μορφές διαπραγμάτευσης κοινωνικών αλλαγών. Οι συγκρούσεις γύρω από την αυτονομία των νεότερων γενεών, τις προσωπικές επιλογές ή τους διαφορετικούς τρόπους ζωής παρουσιάζονται συχνά μέσα από σατιρικά οικογενειακά σενάρια. Το χιούμορ επιτρέπει την έμμεση διαχείριση αυτών των εντάσεων χωρίς να οδηγεί απαραίτητα σε άμεση αμφισβήτηση του ίδιου του οικογενειακού προτύπου.

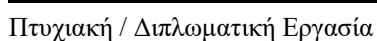
Όσον αφορά στον τρόπο με τον οποίο εμφανίζεται η ελληνίδα μάνα, παρατηρείται στην πλειονότητα των περιπτώσεων, οι δημιουργοί περιεχομένου να υποδύονται οι ίδιοι τη μητέρα χρησιμοποιώντας αλλαγές στον τόνο της φωνής, στη σωματική στάση και στις εκφράσεις του προσώπου, είτε πρόκειται για άντρες είτε για γυναίκες. Η μιμητική

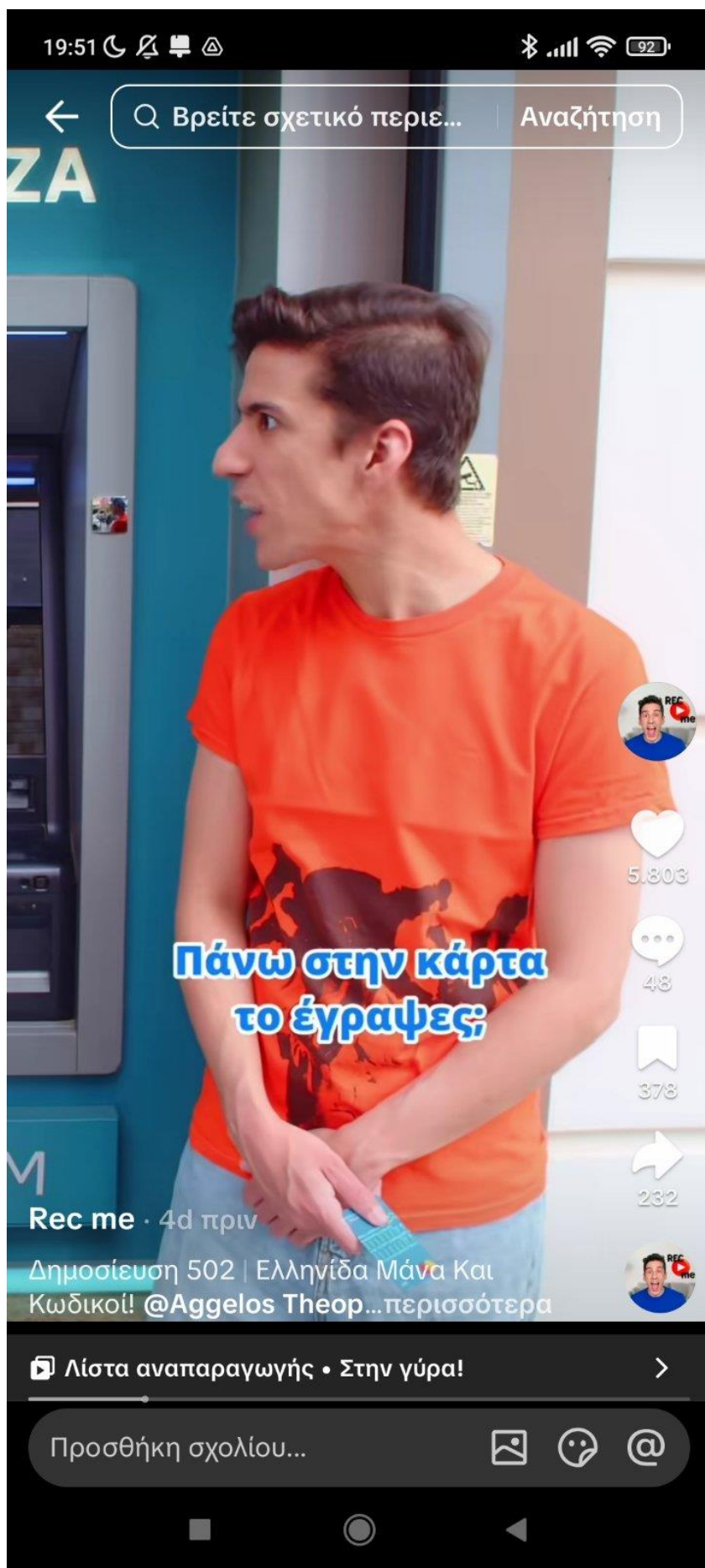
υπερβολή, η δραματοποίηση και η χρήση χαρακτηριστικών φράσεων ενισχύουν τη θεατρικότητα της αναπαράστασης και μετατρέπουν τη μορφή της «ελληνίδας μάνας» σε εύκολα αναπαραγώγιμο ψηφιακό στερεότυπο. Η επανάληψη αυτών των μοτίβων οδηγεί σταδιακά στη συγκρότηση μιας συλλογικά αναγνωρίσιμης πολιτισμικής περσόνας. Η «ελληνίδα μάνα» δεν αντιστοιχεί σε πραγματικό πρόσωπο αλλά λειτουργεί ως συμβολική συμπύκνωση εμπειριών, κοινωνικών προσδοκιών και οικογενειακών ρόλων. Μέσα από τη συνεχή αναπαραγωγή και παραλλαγή της, η μορφή αυτή αποκτά θέση ανάμεσα στους βασικούς χαρακτήρες του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου.

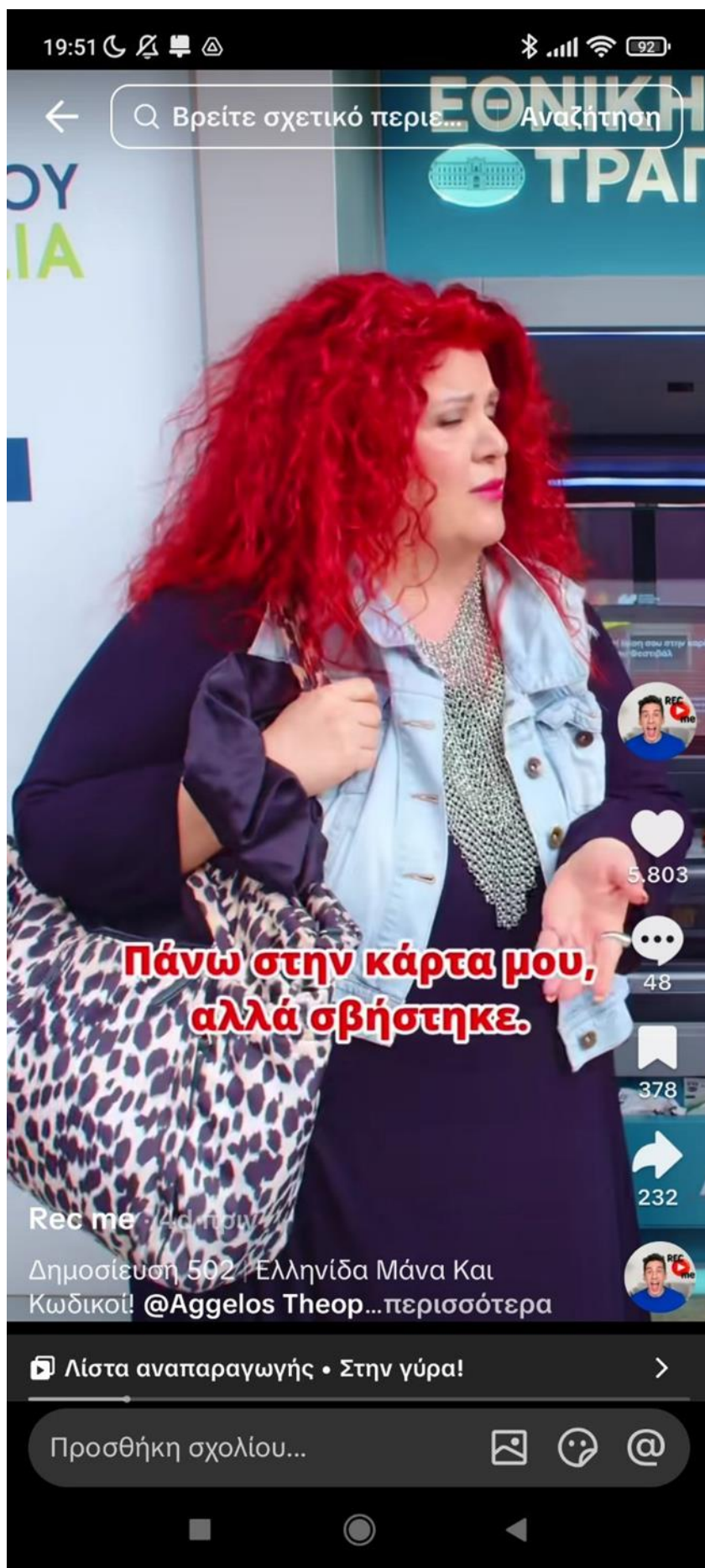
Παράδειγμα 8.

Στο παράδειγμα που ακολουθεί, επιλέχθηκε ένα βίντεο της ομάδας Rec Me, στο οποίο μια εκ των δύο δημιουργών υποδύεται την «ελληνίδα μάνα» σε σκηνή ανάληψης χρημάτων από ΑΤΜ. Η μητέρα αδυνατεί να θυμηθεί τον προσωπικό κωδικό της κάρτας της, τον οποίο, όπως αποκαλύπτεται στη συνέχεια, είχε σημειώσει επάνω στην ίδια την κάρτα. Όταν ο γιος της επισημαίνει το προφανές πρόβλημα ασφαλείας, εκείνη δεν απαντά στο πρακτικό ζήτημα αλλά μετατοπίζει αμέσως τη συζήτηση στη συμπεριφορά του παιδιού της, διαμαρτυρόμενη για τον τρόπο με τον οποίο της μιλά. Η κωμικότητα προκύπτει από την αναγνωρίσιμη οικογενειακή δυναμική, όπου η μητέρα διατηρεί τον ηθικό και συναισθηματικό έλεγχο της συζήτησης ακόμη και όταν βρίσκεται σε εμφανώς αδύναμη θέση. Η μορφή της παρουσιάζεται έντονα παρεμβατική, συναισθηματικά εκφραστική και προστατευτική, χαρακτηριστικά που επανέρχονται συστηματικά στις ψηφιακές αναπαραστάσεις της «ελληνίδας μάνας». Μέσα από την υπερβολή και τη θεατρικότητα, το βίντεο μετατρέπει καθημερινές οικογενειακές αλληλεπιδράσεις σε συλλογικά αναγνωρίσιμα πολιτισμικά μοτίβα.









4.1.2. Ο απόντας ή αμήχανος πατέρας

Σε αντίθεση με την έντονα παρούσα μορφή της μητέρας, η πατρική φιγούρα εμφανίζεται συχνά στον ψηφιακό λαϊκό λόγο ως συναισθηματικά απόμακρη, αμήχανη ή περιορισμένη σε συγκεκριμένους οικογενειακούς ρόλους. Στο TikTok, ο πατέρας παρουσιάζεται συχνά ως πρόσωπο που δυσκολεύεται να εκφράσει συναισθήματα, αποφεύγει τις συναισθηματικές συζητήσεις ή αντιδρά αδέξια απέναντι στις αλλαγές της σύγχρονης καθημερινότητας. Η αναπαράσταση αυτή συγκροτεί έναν επαναλαμβανόμενο σατιρικό τύπο που βασίζεται στην υπερβολή αλλά ταυτόχρονα ενεργοποιεί αναγνωρίσιμα πολιτισμικά μοτίβα. Η κωμικότητα γύρω από την πατρική φιγούρα προκύπτει συχνά από τη σιωπή, τη συναισθηματική αμηχανία ή την αδυναμία επικοινωνίας. Ο πατέρας εμφανίζεται να εκφράζεται μονολεκτικά, να αποφεύγει την άμεση συναισθηματική εμπλοκή ή να επιχειρεί να διαχειριστεί οικογενειακές καταστάσεις με πρακτικό και συχνά αδέξιο τρόπο. Οι αντιδράσεις του παρουσιάζονται ως περιορισμένες, απότομες ή αμήχανες, στοιχείο που ενισχύει τη σατιρική διάσταση της αναπαράστασης.

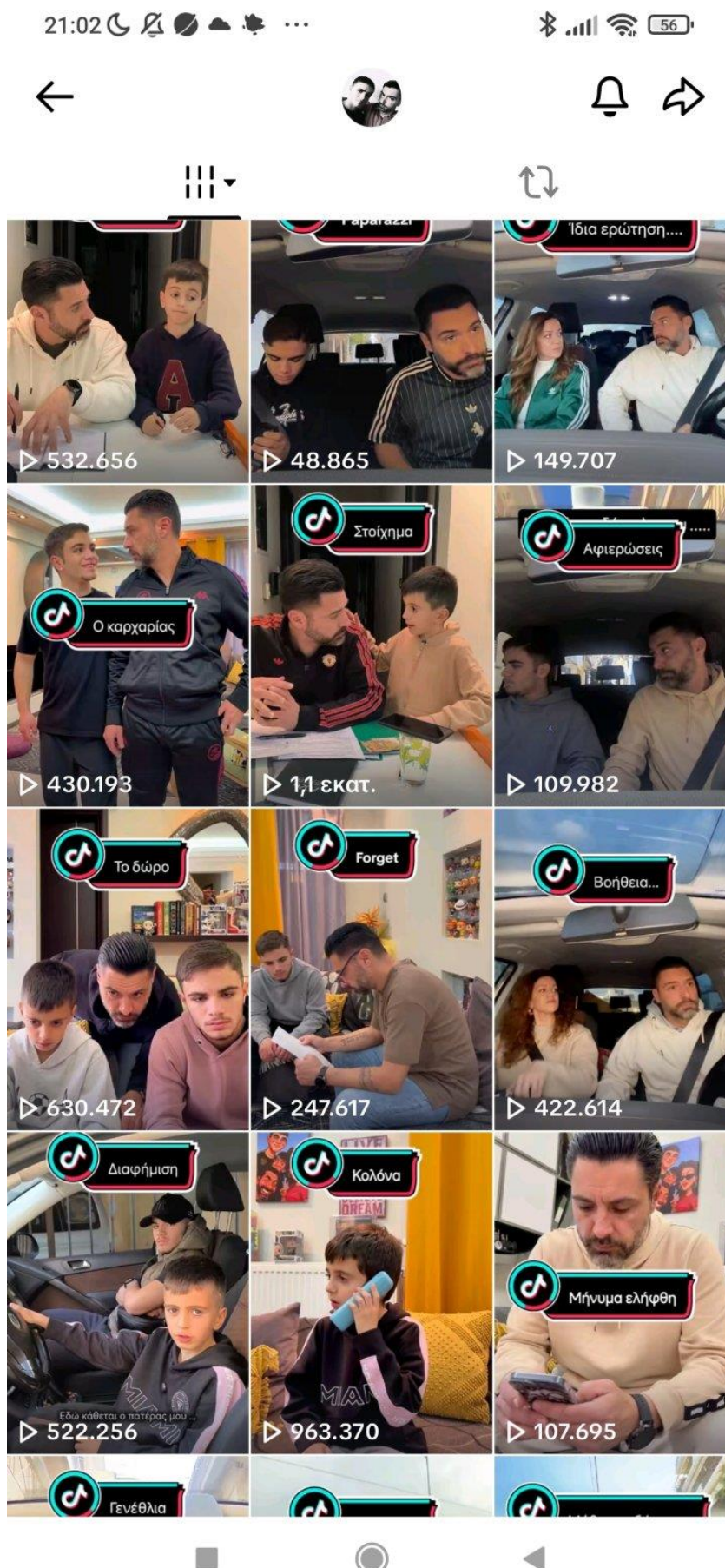
Ένα συχνό μοτίβο είναι αυτό του πατέρα που δυσκολεύεται να κατανοήσει τις πολιτισμικές πρακτικές των νεότερων γενεών. Οι ψηφιακές συνήθειες, η γλώσσα των κοινωνικών δικτύων ή οι νέες μορφές συναισθηματικής έκφρασης παρουσιάζονται ως πεδία αδυναμίας ή σύγχυσης. Το χιούμορ βασίζεται συχνά στην αντίθεση ανάμεσα στη σοβαρότητα ή τη λιτότητα της πατρικής φιγούρας και στην ταχύτητα ή υπερβολή της ψηφιακής κουλτούρας. Η φιγούρα του πατέρα συνδέεται συχνά με στερεοτυπικές πρακτικές καθημερινότητας. Η ενασχόληση με την τηλεόραση, οι σύντομες συμβουλές, η έμφαση στην εργασία ή η περιορισμένη συμμετοχή στις συναισθηματικές δυναμικές της οικογένειας παρουσιάζονται ως επαναλαμβανόμενα χαρακτηριστικά. Οι αναπαραστάσεις αυτές δεν λειτουργούν ως ρεαλιστική αποτύπωση της πατρότητας αλλά ως πολιτισμικές συμπυκνώσεις συγκεκριμένων κοινωνικών προσδοκιών γύρω από τον ανδρικό οικογενειακό ρόλο. Το χιούμορ γύρω από τον «αμήχανο πατέρα» λειτουργεί επίσης ως τρόπος διαχείρισης μεταβαλλόμενων έμφυλων και οικογενειακών ρόλων. Οι σύγχρονες κοινωνικές αλλαγές έχουν μεταβάλει σημαντικά τις αντιλήψεις γύρω από την πατρότητα, τη συναισθηματική έκφραση και τη συμμετοχή των ανδρών στην οικογενειακή ζωή. Οι σατιρικές αναπαραστάσεις της αμηχανίας ή της δυσκολίας προσαρμογής αποτυπώνουν έμμεσα αυτές τις μεταβολές και τις εντάσεις που τις συνοδεύουν. Ο τρόπος επιτέλεσης της πατρικής φιγούρας στις ψηφιακές πλατφόρμες ενισχύει όσα προαναφέρθηκαν. Οι

δημιουργοί περιεχομένου χρησιμοποιούν συχνά χαμηλότερο τόνο φωνής, περιορισμένες κινήσεις και λιτές εκφράσεις προκειμένου να αποδώσουν τον χαρακτήρα του πατέρα. Η μιμητική οικονομία και η συναισθηματική ακαμψία λειτουργούν ως βασικά στοιχεία της σατιρικής τυποποίησης, ενισχύοντας τη συλλογική αναγνωρισιμότητα του χαρακτήρα. Παρά τη σατιρική διάσταση αυτών των αναπαραστάσεων, η φιγούρα του πατέρα δεν παρουσιάζεται απαραίτητα αρνητικά. Συχνά συνδέεται με μορφές σιωπηρής φροντίδας, πρακτικής υποστήριξης ή άτυπης οικογενειακής παρουσίας, ακόμη και όταν δυσκολεύεται να εκφράσει άμεσα συναισθήματα. Το χιούμορ βασίζεται ακριβώς στην αναγνώριση αυτής της αντίφασης ανάμεσα στη συναισθηματική αμηχανία και στη διαρκή, έστω σιωπηλή, συμμετοχή στην οικογενειακή ζωή.

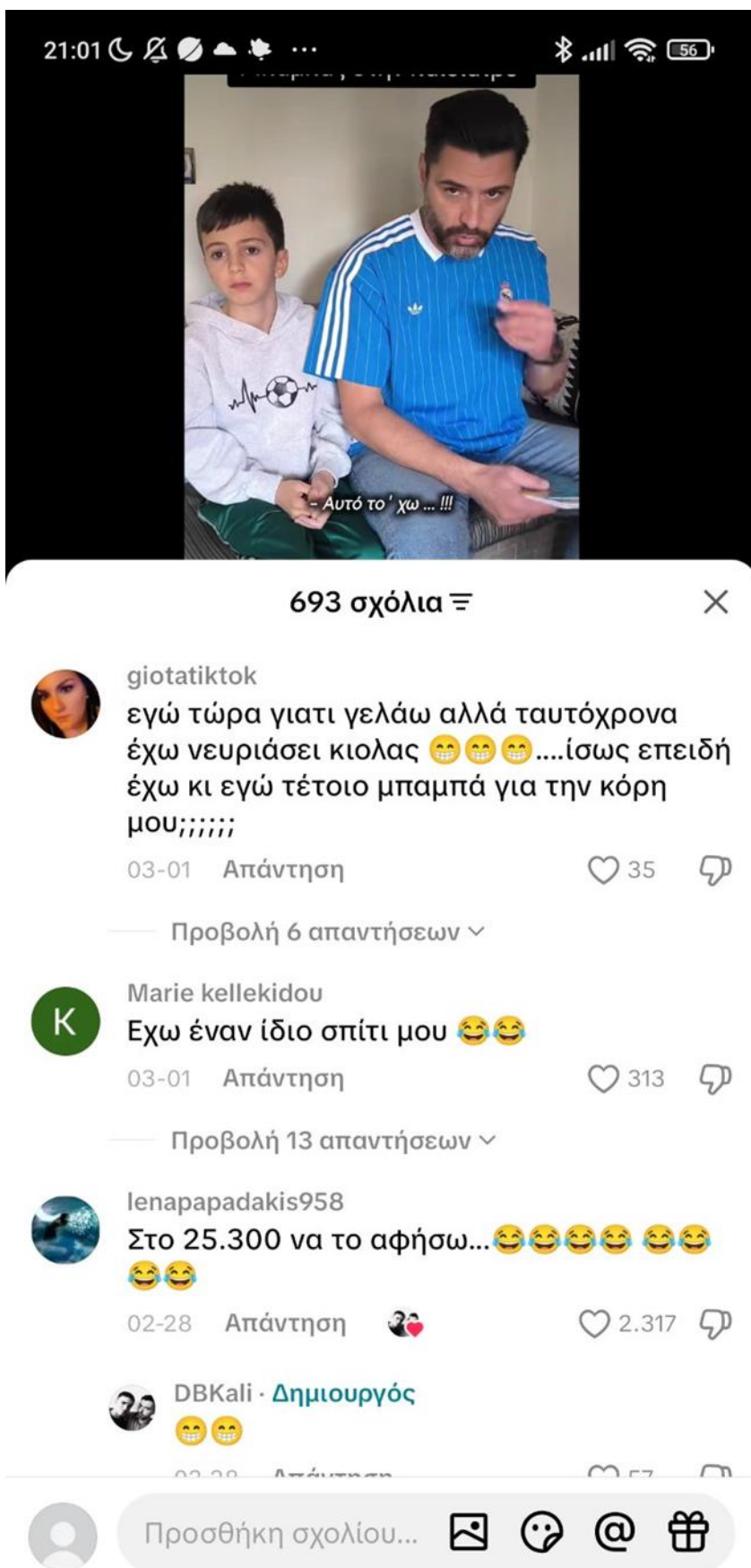
Η επαναλαμβανόμενη παρουσία του «αμήχανου πατέρα» στο TikTok και σε άλλες μορφές ψηφιακού χιούμορ δείχνει ότι η πατρική φιγούρα εξακολουθεί να λειτουργεί ως σημαντικό πολιτισμικό σημείο αναφοράς. Μέσα από τη μίμηση, την υπερβολή και την παραλλαγή, ο χαρακτήρας αυτός μετατρέπεται σε σταθερό στοιχείο του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου και σε μέσο σχολιασμού των μεταβαλλόμενων μορφών οικογενειακής και έμφυλης ταυτότητας.

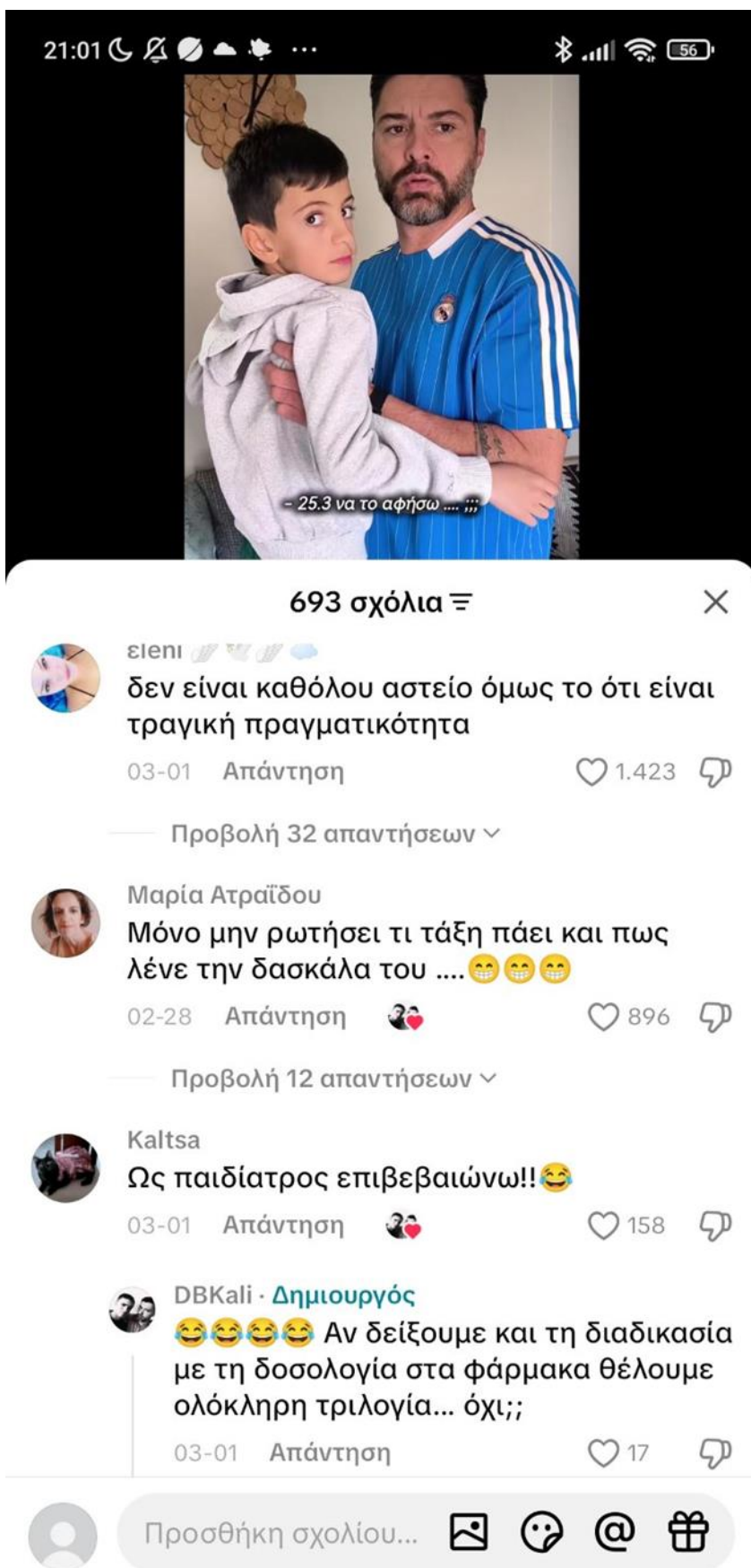
Παράδειγμα 9.

Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί βίντεο των DBKali με τίτλο «Μπαμπάς στην παιδίατρο». Στο σκετς, ο πατέρας συνοδεύει το παιδί στον γιατρό αλλά αδυνατεί να απαντήσει σε βασικές ερωτήσεις σχετικά με την κατάσταση της υγείας του. Αντί να γνωρίζει το ιστορικό ή τις οδηγίες της θεραπείας, καταφεύγει σε αόριστες απαντήσεις και προσπαθεί αμήχανα να θυμηθεί πληροφορίες που συνήθως διαχειρίζεται η μητέρα. Η κωμικότητα βασίζεται στην αντίθεση ανάμεσα στην τυπική παρουσία του πατέρα και στην ουσιαστική απουσία του από τη φροντίδα της καθημερινότητας. Στα σχόλια του βίντεο πολλοί χρήστες αναγνώρισαν το συγκεκριμένο μοτίβο ως γνώριμη οικογενειακή εμπειρία, με χαρακτηριστικές αναφορές όπως «Έχω έναν ίδιο σπίτι μου» ή «Ως παιδίατρος επιβεβαιώνω». Η αναγνώριση αυτή δείχνει ότι η σατιρική αναπαράσταση αντλεί τη δύναμή της από ήδη εδραιωμένες κοινωνικές αντιλήψεις για τους έμφυλους ρόλους μέσα στην οικογένεια.









4.1.3. Γιαγιάδες, παππούδες και παραδοσιακές αξίες

Οι μορφές της γιαγιάς και του παππού εμφανίζονται συχνά στον σύγχρονο ψηφιακό λαϊκό λόγο, καθώς συνδέονται με αναπαραστάσεις παράδοσης, οικογενειακής μνήμης και διαγενεακής συνέχειας. Εμφανίζονται συχνά ως φιγούρες που ενσαρκώνουν έναν παλαιότερο τρόπο ζωής, διαφορετικές αντιλήψεις γύρω από την οικογένεια και ιδιαίτερους τρόπους επικοινωνίας που αντιπαραβάλλονται με τις πρακτικές των νεότερων γενεών. Οι αναπαραστάσεις αυτές βασίζονται σε έντονα αναγνωρίσιμα στερεοτυπικά στοιχεία. Η γιαγιά παρουσιάζεται συχνά ως υπερβολικά φροντιστική, θρησκευόμενη ή συναισθηματικά εκφραστική, ενώ ο παππούς εμφανίζεται ως αυστηρός, παραδοσιακός ή καχύποπτος απέναντι στις σύγχρονες κοινωνικές και τεχνολογικές αλλαγές. Οι χαρακτήρες αυτοί λειτουργούν ως πολιτισμικές τυπολογίες που συμπυκνώνουν αντιλήψεις γύρω από την παλαιότερη οικογενειακή και κοινωνική εμπειρία.

Το χιούμορ προκύπτει συχνά από την αντίθεση ανάμεσα στις πρακτικές των μεγαλύτερων γενεών και στη σύγχρονη ψηφιακή κουλτούρα. Οι δυσκολίες χρήσης της τεχνολογίας, οι παρανοήσεις γύρω από τα κοινωνικά δίκτυα ή οι διαφορετικοί τρόποι επικοινωνίας παρουσιάζονται μέσα από σατιρικά σενάρια που βασίζονται στην πολιτισμική και γενεακή απόσταση. Η αδυναμία κατανόησης ψηφιακών όρων ή διαδικτυακών πρακτικών μετατρέπεται σε επαναλαμβανόμενο μοτίβο ψηφιακής κωμικότητας. Οι μορφές των παππούδων και των γιαγιάδων συνδέονται συχνά με αναπαραστάσεις παραδοσιακών αξιών και οικογενειακών αντιλήψεων. Η έμφαση στη φιλοξενία, στη συλλογικότητα της οικογένειας, στη θρησκευτικότητα ή στην ηθική αυστηρότητα εμφανίζεται συχνά ως χαρακτηριστικό των μεγαλύτερων γενεών. Οι αναπαραστάσεις αυτές λειτουργούν ταυτόχρονα με χιουμοριστικό αλλά και νοσταλγικό τρόπο, καθώς οι ηλικιωμένοι χαρακτήρες παρουσιάζονται συχνά ως φορείς μιας μορφής αυθεντικότητας ή της σοφίας που έρχεται με την ηλικία. Συχνές είναι και οι αναφορές στο φαγητό και στη φροντίδα μέσω της τροφής. Η γιαγιά που επιμένει να ταΐσει υπερβολικά τα εγγόνια ή που συνδέει τη φροντίδα με τη μαγειρική αποτελεί ένα από τα συχνότερα στερεοτυπικά μοτίβα του ψηφιακού οικογενειακού χιούμορ. Η πρακτική αυτή λειτουργεί ως αναγνωρίσιμος πολιτισμικός κώδικας που συνδέεται με ευρύτερες αντιλήψεις γύρω από τη φροντίδα, τη φιλοξενία και τη συναισθηματική έκφραση στον ελληνικό οικογενειακό χώρο.

Οι αναπαραστάσεις των ηλικιωμένων οικογενειακών μορφών εμφανίζονται ως τρόπος διαχείρισης της πολιτισμικής συνέχειας και της κοινωνικής αλλαγής. Οι παππούδες

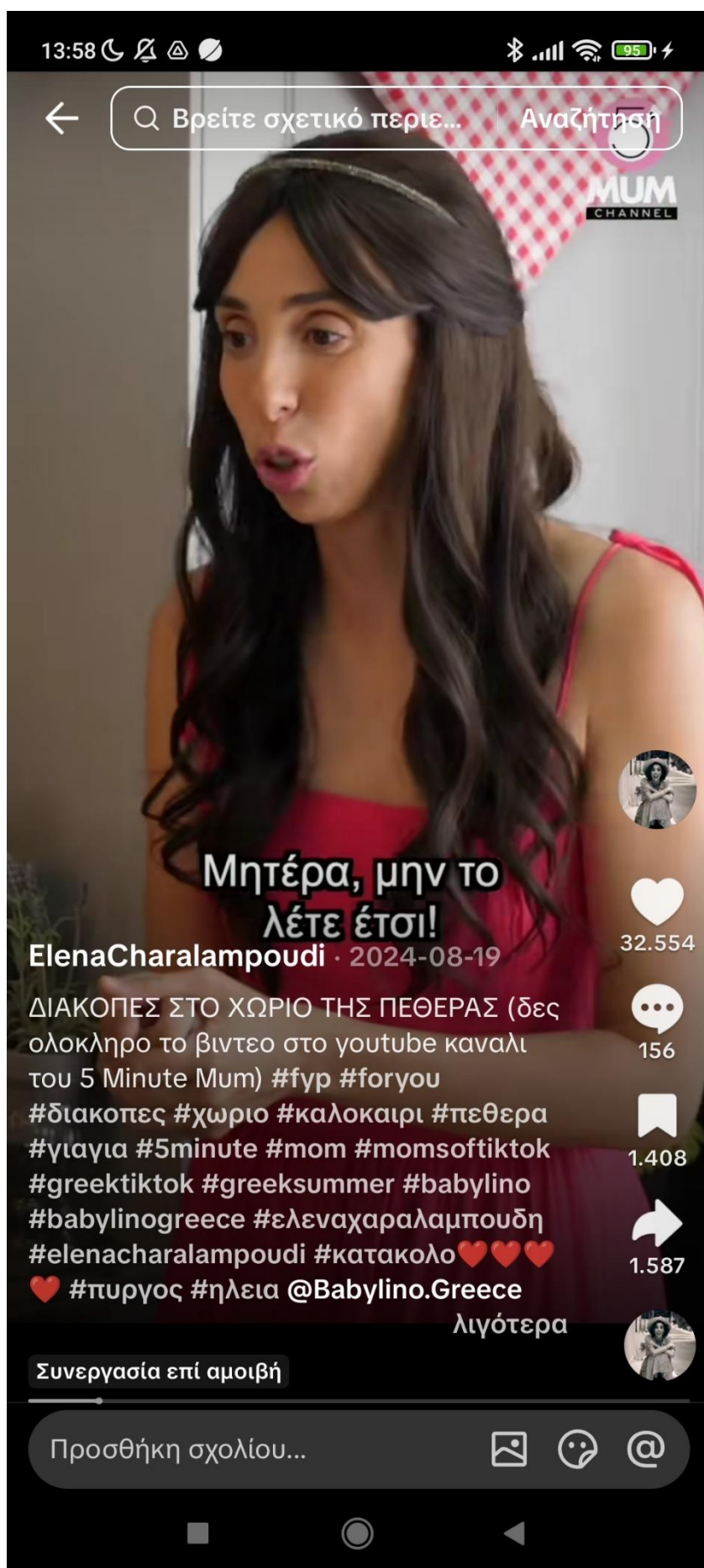
και οι γιαγιάδες παρουσιάζονται συχνά ως πρόσωπα που δυσκολεύονται να προσαρμοστούν στις σύγχρονες κοινωνικές συνθήκες αλλά ταυτόχρονα διατηρούν έναν ιδιαίτερο συμβολικό ρόλο μέσα στην οικογένεια. Η παρουσία τους επιτρέπει τη σατιρική αλλά και συναισθηματική διαπραγμάτευση της σχέσης ανάμεσα στο «παλιό» και το «νέο». Στην επιτελεστική απεικόνιση, οι δημιουργοί περιεχομένου αξιοποιούν χαρακτηριστικούς τρόπους ομιλίας, σωματικές κινήσεις, τοπικές εκφράσεις και υπερβολικές αντιδράσεις προκειμένου να αποδώσουν τους ηλικιωμένους οικογενειακούς τύπους. Η μιμητική αναπαράσταση βασίζεται συχνά στην αναγνωρισιμότητα συγκεκριμένων καθημερινών συμπεριφορών, σε υιοθέτηση τοπικών ιδιωμάτων στη γλώσσα που χρησιμοποιούν, στο να τονίσουν κάποια χαρακτηριστικά όπως είναι η βαρηκοΐα ή η περιορισμένη κινητικότητα κ.α.

Παρά τη σατιρική υπερβολή, οι μορφές αυτές αντιμετωπίζονται συχνά με οικειότητα και συναισθηματική εγγύτητα. Το χιούμορ δεν οδηγεί απαραίτητα σε απόρριψη των παραδοσιακών αξιών αλλά λειτουργεί ως τρόπος επαναδιαπραγμάτευσης της σχέσης των νεότερων γενεών με την οικογενειακή μνήμη και την πολιτισμική παράδοση. Οι γιαγιάδες και οι παππούδες μετατρέπονται έτσι σε συμβολικούς φορείς συλλογικής εμπειρίας μέσα στον σύγχρονο ψηφιακό λαϊκό λόγο.

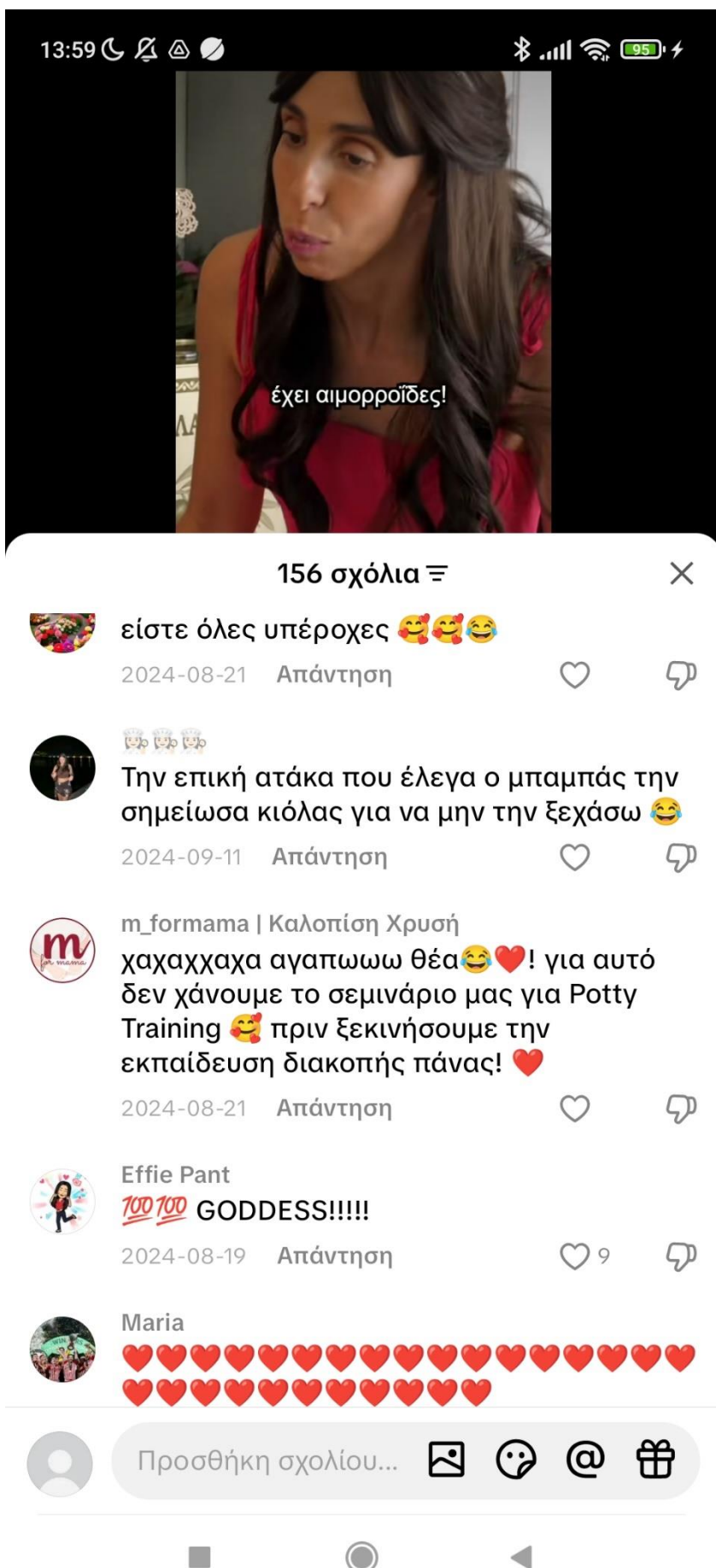
Παράδειγμα 10.

Στο ακόλουθο παράδειγμα συναντάμε τη δημιουργό περιεχομένου Έλενα Χαραλαμπούδη, σε δύο ρόλους, να υποδύεται ταυτόχρονα τη νεαρή μητέρα και τη γιαγιά κατά τη διάρκεια οικογενειακών διακοπών στο χωριό. Η γιαγιά παρουσιάζεται ως μια ηλικιωμένη γυναίκα με χαρακτηριστική ενδυμασία και εξωτερική εμφάνιση που παραπέμπει σε παλαιότερες αγροτικές γενιές. Κατά τη διάρκεια της συζήτησης, η νεαρή μητέρα προσπαθεί να ακολουθήσει σύγχρονες παιδαγωγικές και ιατρικές οδηγίες σχετικά με την ανατροφή του παιδιού, ενώ η γιαγιά αντιδρά με ειρωνεία, αμφισβητώντας τους ειδικούς και χρησιμοποιώντας λαϊκές εκφράσεις, βωμολοχίες και υπερβολικές διατυπώσεις. Το χιούμορ προκύπτει από τη σύγκρουση ανάμεσα σε δύο διαφορετικές αντιλήψεις για την ανατροφή των παιδιών, από τη μία πλευρά εμφανίζεται η σύγχρονη, επιστημονικά τεκμηριωμένη προσέγγιση και από την άλλη η εμπειρική γνώση της παλαιότερης γενιάς, η οποία θεωρεί ότι η πρακτική εμπειρία υπερέχει των συμβουλών των ειδικών. Η συγκεκριμένη

αναπαράσταση αξιοποιεί ένα αρκετά διαδεδομένο πολιτισμικό στερεότυπο της ελληνικής γιαγιάς, η οποία εμφανίζεται ως αυθεντία μέσα στην οικογένεια, με δικαίωμα παρέμβασης σε ζητήματα υγείας, διατροφής και ανατροφής των παιδιών. Παράλληλα, η χρήση έντονα προφορικού λόγου, η υπερβολή και η θεατρική ερμηνεία ενισχύουν την κωμική διάσταση του βίντεο. Τα σχόλια των χρηστών δείχνουν υψηλό βαθμό αναγνώρισης και ταύτισης, καθώς πολλοί αναφέρουν αντίστοιχες εμπειρίες από τις δικές τους οικογένειες. Με τον τρόπο αυτό, η μορφή της γιαγιάς μετατρέπεται σε συλλογικά αναγνωρίσιμο ψηφιακό χαρακτήρα, ο οποίος λειτουργεί ως φορέας μνήμης, οικογενειακών εμπειριών και διαγενεακών αντιθέσεων που εξακολουθούν να απασχολούν τη σύγχρονη ελληνική κοινωνία. Η μορφή αυτή θυμίζει τις παραδοσιακές λαϊκές φιγούρες των ηλικιωμένων γυναικών που συναντώνται στις προφορικές αφηγήσεις και στα ανέκδοτα, όπου η εμπειρία ζωής και η «σοφία των μεγάλων» έρχονται συχνά σε αντιπαράθεση με τη γνώση των ειδικών ή με τις αντιλήψεις των νεότερων γενεών.









4.1.4. Millennials, Gen Z και πολιτισμικό χάσμα

Οι γενεακές ταυτότητες αποτελούν έναν από τους βασικούς άξονες του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου. Οι όροι «millennials», «Gen Z» και «boomers» χρησιμοποιούνται όχι μόνο ως ηλικιακές κατηγορίες αλλά ως πολιτισμικές τυπολογίες που συνδέονται με διαφορετικούς τρόπους επικοινωνίας, διαφορετικές αξίες και διαφορετικές μορφές καθημερινής εμπειρίας. Οι γενιές παρουσιάζονται ως διακριτές πολιτισμικές κοινότητες με δικό τους χιούμορ, λεξιλόγιο και τρόπους αυτοαναπαράστασης. Το πολιτισμικό χάσμα ανάμεσα στις γενιές αποτελεί επαναλαμβανόμενο αντικείμενο ψηφιακής σάτιρας. Οι millennials παρουσιάζονται συχνά ως εξαντλημένοι, ειρωνικοί και συναισθηματικά κουρασμένοι από τις οικονομικές και εργασιακές πιέσεις, ενώ η Gen Z εμφανίζεται είτε ως υπερβολικά ευαίσθητη και «δικτυωμένη» είτε ως ιδιαίτερα εξοικειωμένη με τους μηχανισμούς της ψηφιακής κουλτούρας. Οι αναπαραστάσεις αυτές βασίζονται σε στερεοτυπικά αλλά αναγνωρίσιμα αφηγηματικά σχήματα που επιτρέπουν την άμεση πολιτισμική αναγνώριση.

Επαναλαμβανόμενο μοτίβο είναι η σατιρική αντιπαράθεση ανάμεσα στις διαφορετικές μορφές επικοινωνίας των γενεών. Οι millennials παρουσιάζονται συχνά ως γενιά που βίωσε τη μετάβαση από την αναλογική στην ψηφιακή εποχή, διατηρώντας στοιχεία και από τους δύο κόσμους. Αντίθετα, η Gen Z εμφανίζεται ως γενιά πλήρως ενταγμένη στη λογική των κοινωνικών δικτύων, της γρήγορης ψηφιακής επικοινωνίας και της διαρκούς επιτελεστικής αυτοπαρουσίασης. Οι διαφορές αυτές αποδίδονται συχνά μέσα από χιούμορ που βασίζεται στη γλώσσα, στις πολιτισμικές αναφορές και στις τεχνολογικές πρακτικές. Η χρήση συγκεκριμένων εκφράσεων, trends ή μορφών διαδικτυακής ειρωνείας λειτουργεί ως δείκτης γενεακής ταυτότητας. Η κατανόηση ή μη κατανόηση ενός meme, ενός ήχου ή μιας viral φράσης μετατρέπεται σε στοιχείο πολιτισμικής ένταξης ή αποκλεισμού. Οι γενεακές αναπαραστάσεις συνδέονται συχνά με διαφορετικές εμπειρίες εργασίας, οικονομικής ασφάλειας και κοινωνικών προσδοκιών. Οι millennials παρουσιάζονται επανειλημμένα ως γενιά που βίωσε οικονομική κρίση, επισφαλή εργασία και δυσκολία κοινωνικής σταθεροποίησης, ενώ η Gen Z εμφανίζεται είτε ως περισσότερο αποστασιοποιημένη από παραδοσιακές επαγγελματικές αξίες είτε ως γενιά που αντιμετωπίζει την εργασία με πιο κυνικό και ειρωνικό τρόπο. Οι αφηγήσεις αυτές λειτουργούν ως μορφές συλλογικής επεξεργασίας κοινωνικών εμπειριών και αβεβαιοτήτων.

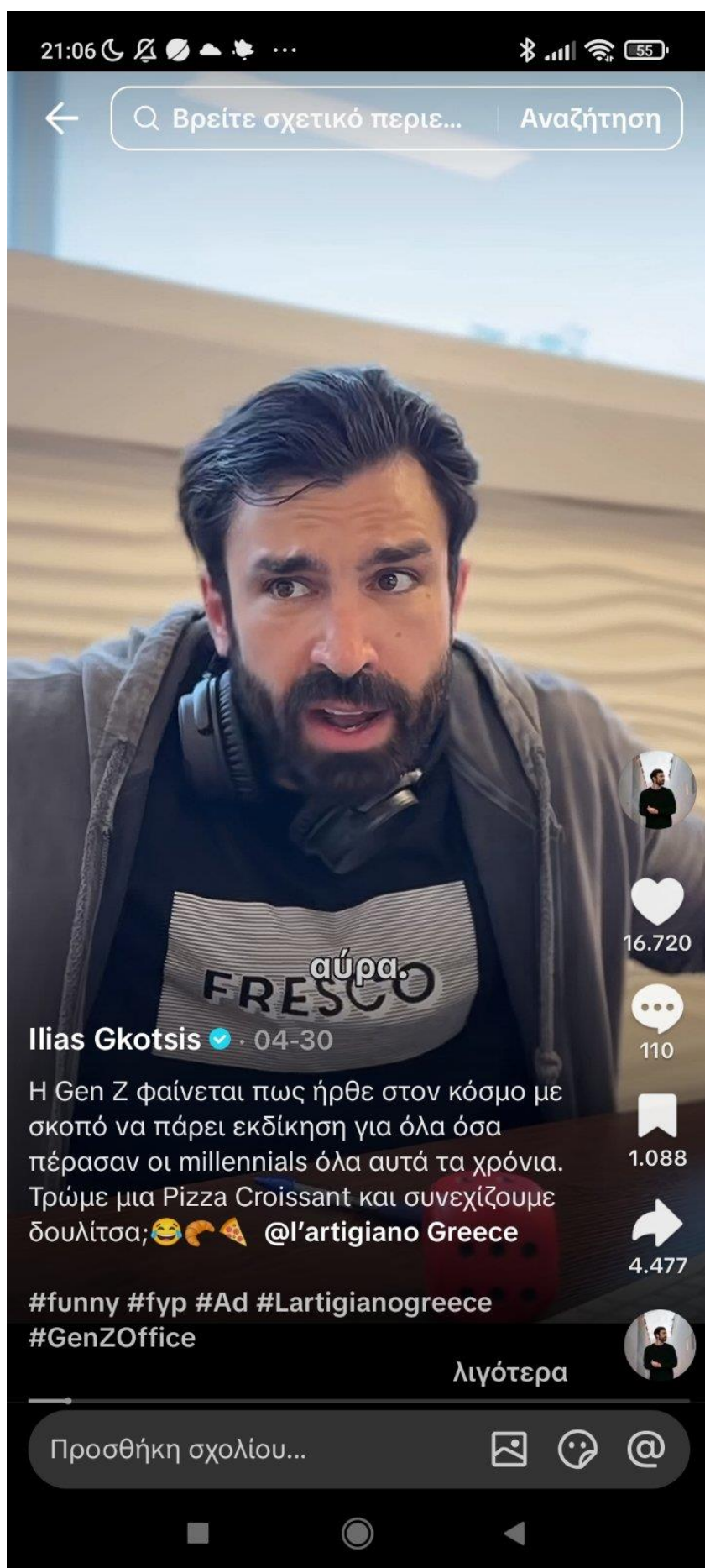
Να σημειωθεί εδώ ότι υπάρχει ειρωνική αυτοαναπαράσταση των ίδιων των γενεών. Οι χρήστες δεν σατιρίζουν μόνο «τους άλλους» αλλά συχνά και τη δική τους γενιά, αναπαράγοντας στερεότυπα με αυτοσαρκαστικό τρόπο. Η αυτοειρωνεία αποτελεί βασικό στοιχείο του ψηφιακού λαϊκού λόγου, καθώς επιτρέπει την ταυτόχρονη αναγνώριση και αποστασιοποίηση από τις ίδιες τις πολιτισμικές κατηγορίες που χρησιμοποιούνται. Παρά τη σατιρική υπερβολή, οι γενεακές αναπαραστάσεις αντανακλούν ευρύτερες κοινωνικές και πολιτισμικές μεταβολές. Οι διαφορετικές εμπειρίες τεχνολογικής κοινωνικοποίησης, οι αλλαγές στην εργασία, στις μορφές κοινωνικής σχέσης και στις αντιλήψεις γύρω από την προσωπική ταυτότητα δημιουργούν πραγματικές διαφοροποιήσεις στους τρόπους με τους οποίους οι γενιές αντιλαμβάνονται την καθημερινότητα και τη δημόσια έκφραση. Το πολιτισμικό χάσμα ανάμεσα στις γενιές λειτουργεί έτσι ως βασικό πεδίο παραγωγής ψηφιακού λαϊκού λόγου. Μέσα από τη μίμηση, τη σάτιρα και την παραλλαγή, οι χρήστες σχολιάζουν κοινωνικές αλλαγές, επαναδιαπραγματεύονται συλλογικές ταυτότητες και συγκροτούν νέες μορφές γενεακής κοινότητας μέσα στο περιβάλλον της ψηφιακής κουλτούρας.

Παράδειγμα 11.

Παράδειγμα γενεακής σάτιρας αποτελεί βίντεο του δημιουργού περιεχομένου Ηλία Γκότση, στο οποίο παρουσιάζεται η αντιπαράθεση ανάμεσα στους millennials και τη Gen Z στον χώρο εργασίας. Το βίντεο βασίζεται σε ένα ιδιαίτερα διαδεδομένο στερεότυπο της σύγχρονης ψηφιακής κουλτούρας, οι millennials εμφανίζονται ως εργαζόμενοι που έχουν εσωτερικεύσει την υπερβολική αφοσίωση στην εργασία, αποδέχονται χαμηλές αμοιβές, υπερωρίες και αυξημένες απαιτήσεις χωρίς ιδιαίτερες αντιδράσεις, ενώ η Gen Z παρουσιάζεται ως γενιά που αμφισβητεί ευκολότερα τις εργασιακές συνθήκες, θέτει όρια και δεν διστάζει να παραιτηθεί όταν θεωρεί ότι η εργασία δεν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες της. Η κωμικότητα του βίντεο προκύπτει από την υπερβολική αντίθεση ανάμεσα στις δύο γενεακές περσόνες. Οι millennials εμφανίζονται πρόθυμοι να συνεχίσουν να εργάζονται παρά την κόπωση και την εργασιακή πίεση, αντιμετωπίζοντας την επαγγελματική εξάντληση ως σχεδόν φυσιολογικό στοιχείο της καθημερινότητας. Αντίθετα, η Gen Z παρουσιάζεται ως γενιά που διεκδικεί περισσότερο προσωπικό χρόνο, καλύτερες συνθήκες εργασίας και μεγαλύτερο σεβασμό στα προσωπικά της όρια. Η

υπερβολή λειτουργεί ως βασικός μηχανισμός παραγωγής χιούμορ, καθώς οι δύο πλευρές παρουσιάζονται σε ακραίες και στερεοτυπικές εκδοχές των χαρακτηριστικών τους.

Παρά τον σατιρικό χαρακτήρα του περιεχομένου, το βίντεο αντανακλά πραγματικές κοινωνικές συζητήσεις που αφορούν τη μεταβολή των αντιλήψεων γύρω από την εργασία. Οι διαφορετικές οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες που βίωσαν οι δύο γενιές επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται την επαγγελματική επιτυχία, την εργασιακή ασφάλεια και την ισορροπία ανάμεσα στην εργασία και την προσωπική ζωή. Η μεγάλη ανταπόκριση του κοινού και τα σχόλια των χρηστών δείχνουν ότι το συγκεκριμένο θέμα λειτουργεί ως κοινό σημείο αναφοράς και αναγνώρισης για πολλούς χρήστες, οι οποίοι είτε ταυτίζονται με τις εμπειρίες των millennials είτε αναγνωρίζουν στοιχεία της Gen Z στις δικές τους επαγγελματικές στάσεις. Το συγκεκριμένο παράδειγμα δείχνει πώς οι γενεακές ταυτότητες δεν συγκροτούνται μόνο μέσα από ηλικιακές διαφορές αλλά και μέσα από διαφορετικές εμπειρίες εργασίας, οικονομικής αβεβαιότητας και κοινωνικών προσδοκιών. Μέσα από τη σάτιρα και την υπερβολή, οι ψηφιακοί δημιουργοί μετατρέπουν αυτές τις εμπειρίες σε αναγνωρίσιμες πολιτισμικές κατηγορίες, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση και αναπαραγωγή των σύγχρονων γενεακών στερεοτύπων.







110 σχόλια ≡

Ρε φίλε είσαι απίστευτος με τον τρόπο που
τα λες !!! Κλαίω και εννοείται πως το βλέπω
μέχρι τέλος και ας είναι προώθηση
προϊόντος !!!

05-02 **Απάντηση**



Καλοσσσς 🤔🤔🤔🤔🤔

05-03 Απάντηση



Ωραιο κολπο:ΠΑΡΑΙΤΟΥΜΑΙ!!!!Α!!!ΘΑ ΤΟ
ΦΤΙΑΞΟΥΜΕ!! 🥰😂😂😂😂👍👏

04-30 **Απάντηση**



Τα είπες όλα!!! 😂

04-30 **Απάντηση**



Flina Christofi

Προσθήκη σχολίου...



4.2. Εργασία και καθημερινή επιβίωση

Η εργασία και οι εμπειρίες της καθημερινής επιβίωσης αποτελούν έναν από τους σημαντικότερους θεματικούς άξονες του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου. Η εργασιακή ζωή παρουσιάζεται συχνά μέσα από χιούμορ, ειρωνεία και αυτοσαρκασμό και ως εμπειρία συνεχούς κόπωσης, ψυχολογικής πίεσης και αίσθησης αδιεξόδου. Η ρουτίνα του γραφείου, οι απαιτήσεις της εξυπηρέτησης πελατών, οι χαμηλοί μισθοί, οι εξαντλητικοί ρυθμοί εργασίας ή η δυσκολία επαγγελματικής σταθερότητας μετατρέπονται σε επαναλαμβανόμενα αφηγηματικά μοτίβα. Το χιούμορ λειτουργεί εδώ ως τρόπος συλλογικής διαχείρισης εμπειριών που παρουσιάζονται ως κοινές για μεγάλο μέρος των χρηστών. Οι δημιουργοί περιεχομένου παρουσιάζουν τον εαυτό τους ως εξαντλημένο εργαζόμενο, απογοητευμένο υπάλληλο ή άτομο που προσπαθεί να ανταποκριθεί σε παράλογες εργασιακές απαιτήσεις. Η υπερβολή και η ειρωνική δραματοποίηση επιτρέπουν τη μετατροπή της εργασιακής πίεσης σε αναγνωρίσιμη μορφή ψηφιακής κωμικότητας. Η εξάντληση, η έλλειψη κινήτρου και η αίσθηση διαρκούς κόπωσης μετατρέπονται σε κοινά πολιτισμικά σημεία αναφοράς.

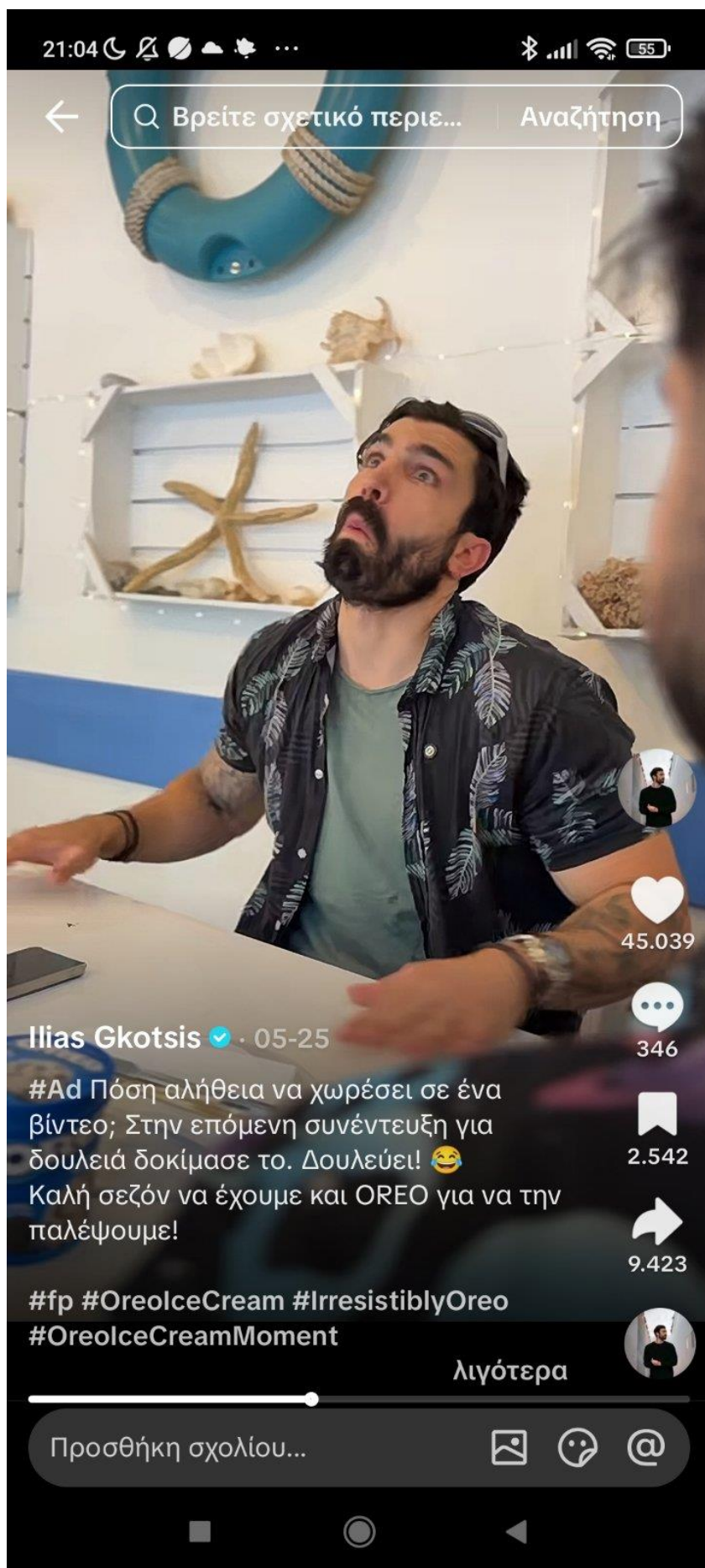
Οι ψηφιακές αναπαραστάσεις της εργασίας λειτουργούν και ως μορφή έμμεσης κοινωνικής κριτικής. Οι εργοδοτικές απαιτήσεις, η γραφειοκρατία, οι χαμηλές απολαβές ή η κουλτούρα της συνεχούς παραγωγικότητας σατιρίζονται μέσα από σύντομα βίντεο και επαναλαμβανόμενα χιουμοριστικά σχήματα. Το χιούμορ δεν ακυρώνει τη σοβαρότητα των εμπειριών αυτών αλλά λειτουργεί ως τρόπος συλλογικής επεξεργασίας, κοινωνικής αναγνώρισης και ανάδειξης νέων μορφών εργασιακής ταυτότητας μέσα στην ψηφιακή κουλτούρα. Η εργασία δεν εμφανίζεται πλέον αποκλειστικά ως πεδίο επαγγελματικής ολοκλήρωσης αλλά συχνά ως αναγκαστική συνθήκη επιβίωσης ή ως πηγή ψυχολογικής εξουθένωσης. Η ειρωνική χρήση εκφράσεων όπως «δουλεύω μόνο για να πληρώνω λογαριασμούς» ή «surviving όχι living» αποτυπώνει τη μεταβολή των συλλογικών αντιλήψεων γύρω από την εργασία και την οικονομική ασφάλεια. Ενισχύεται επίσης η δημόσια κοινοποίηση προσωπικών εργασιακών εμπειριών. Καταστάσεις που παλαιότερα παρέμεναν ιδιωτικές ή περιορίζονταν στον στενό κύκλο της παρέας μετατρέπονται πλέον σε δημόσιο περιεχόμενο και γίνονται αντικείμενο μαζικού σχολιασμού. Η καθημερινή δυσφορία της εργασίας αποκτά έτσι συλλογική ορατότητα και μετασχηματίζεται σε κοινή πολιτισμική εμπειρία. Οι εργασιακές αναπαραστάσεις οργανώνονται συχνά γύρω από τυποποιημένους χαρακτήρες. Ο πειστικός προϊστάμενος, ο αγενής πελάτης, ο εξαντλημένος

υπάλληλος γραφείου ή ο εργαζόμενος που έχει παραιτηθεί ψυχολογικά αλλά όχι επίσημα εμφανίζονται ως επαναλαμβανόμενες φιγούρες.

Η εργασιακή θεματολογία συνδέεται συχνά με τις γενεακές ταυτότητες. Οι νεότερες γενιές εμφανίζονται να αντιμετωπίζουν την εργασία με αυξημένο κυνισμό και ειρωνεία, αμφισβητώντας περισσότερο παραδοσιακές αντιλήψεις γύρω από την επαγγελματική επιτυχία και την παραγωγικότητα. Η διάδοση όρων όπως «burnout», «quiet quitting» ή «δουλεύω όσο με πληρώνουν» αποτυπώνει τη μεταβολή των πολιτισμικών αφηγήσεων γύρω από την εργασιακή εμπειρία. Οι ψηφιακές αφηγήσεις γύρω από την εργασία και την καθημερινή επιβίωση δεν αποτελούν επομένως απλώς μορφές διαδικτυακής ψυχαγωγίας. Λειτουργούν ως τρόποι συλλογικής ερμηνείας κοινωνικών πιέσεων και οικονομικών αβεβαιοτήτων, μέσα από τους οποίους οι χρήστες αναγνωρίζουν κοινές εμπειρίες και διαμορφώνουν μορφές σύγχρονης ψηφιακής κοινότητας.

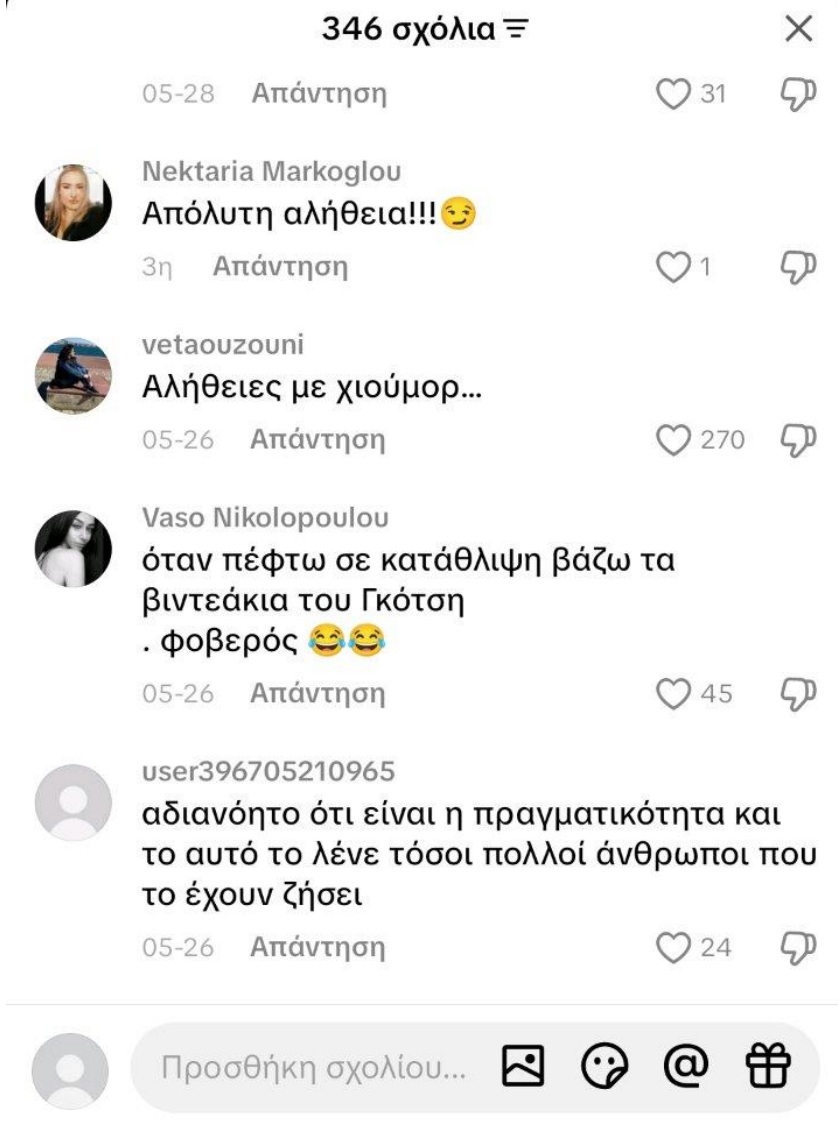
Παράδειγμα 12.

Στο ακόλουθο βίντεο του δημιουργού Ηλία Γκότση, σατιρίζεται η διαδικασία μιας επαγγελματικής συνέντευξης. Μέσα από διαδοχικούς διαλόγους, ο εργοδότης εμφανίζεται να ζητά ολοένα και μεγαλύτερη διαθεσιμότητα και αφοσίωση από τον υποψήφιο εργαζόμενο, φτάνοντας σταδιακά σε παράλογες και υπερβολικές απαιτήσεις. Η κωμικότητα προκύπτει από την κλιμάκωση της κατάστασης και από την αναγνωρίσιμη εμπειρία πολλών εργαζομένων, οι οποίοι αισθάνονται ότι η επαγγελματική ζωή συχνά εισβάλλει στον προσωπικό χρόνο και απαιτεί συνεχή διαθεσιμότητα. Η υπερβολή λειτουργεί ως σατιρικός μηχανισμός που αναδεικνύει πραγματικές εργασιακές εντάσεις χωρίς να τις παρουσιάζει άμεσα ή καταγγελτικά. Όσον αφορά στην ανταπόκριση του κοινού στα σχόλια του βίντεο. Πολλοί χρήστες χαρακτηρίζουν το περιεχόμενο «100% αντιπροσωπευτικό», «απόλυτη αλήθεια» ή «αλήθειες με χιούμορ», ενώ αρκετοί αναφέρουν ότι έχουν βιώσει παρόμοιες καταστάσεις στον εργασιακό τους χώρο. Η συχνή αναφορά στην προσωπική εμπειρία δείχνει ότι το χιούμορ λειτουργεί ως μέσο συλλογικής αναγνώρισης κοινών προβλημάτων και όχι απλώς ως ψυχαγωγία. Το βίντεο μετατρέπει ατομικές εμπειρίες εργασιακής πίεσης σε κοινό πολιτισμικό αφήγημα, επιτρέποντας στους χρήστες να εκφράσουν απογοήτευση, ειρωνεία και κριτική απέναντι στις σύγχρονες εργασιακές συνθήκες μέσα από ένα ασφαλές και κοινωνικά αποδεκτό πλαίσιο χιουμοριστικής επικοινωνίας.









4.2.1. Η ρουτίνα του 9-5

Η καθημερινή εργασιακή ρουτίνα αποτελεί ένα από τα πιο επαναλαμβανόμενα θέματα. Η έκφραση «9-5», παρότι δεν ανταποκρίνεται πάντοτε στις πραγματικές συνθήκες εργασίας, λειτουργεί συμβολικά ως αναφορά σε μια κυκλική και εξαντλητική καθημερινότητα που οργανώνεται γύρω από την εργασία, την έλλειψη ελεύθερου χρόνου και τη διαρκή αίσθηση κόπωσης και η εμπειρία αυτή παρουσιάζεται συχνά μέσα από χιούμορ, αυτοσαρκασμό και ειρωνική υπερβολή. Οι ψηφιακές αναπαραστάσεις της εργασιακής ρουτίνας οργανώνονται γύρω από επαναλαμβανόμενα μοτίβα, όπως το δύσκολο πρωινό ξύπνημα, η μετακίνηση προς την εργασία, η εξάντληση του γραφείου, η αίσθηση ότι η ημέρα επαναλαμβάνεται μηχανικά και η προσμονή του Σαββατοκύριακου ως μοναδικής δυνατότητας ανάπαυσης. Η καθημερινότητα παρουσιάζεται ως ατέρμονη επανάληψη, στοιχείο που ενισχύει τη συλλογική αναγνωρισιμότητα των αφηγήσεων αυτών. Η χρήση χιούμορ που βασίζεται στην αντίθεση ανάμεσα στις κοινωνικές προσδοκίες γύρω από την επαγγελματική επιτυχία και στη βιωμένη εμπειρία της εργασιακής κόπωσης, είναι χαρακτηριστική. Οι χρήστες σατιρίζουν την ιδέα της καριέρας ή της διαρκούς παραγωγικότητας, παρουσιάζοντας την εργασία ως κατάσταση επιβίωσης και όχι ως πεδίο προσωπικής ολοκλήρωσης. Η ειρωνική αποστασιοποίηση λειτουργεί ως τρόπος συλλογικής διαχείρισης της απογοήτευσης και της εξουθένωσης.

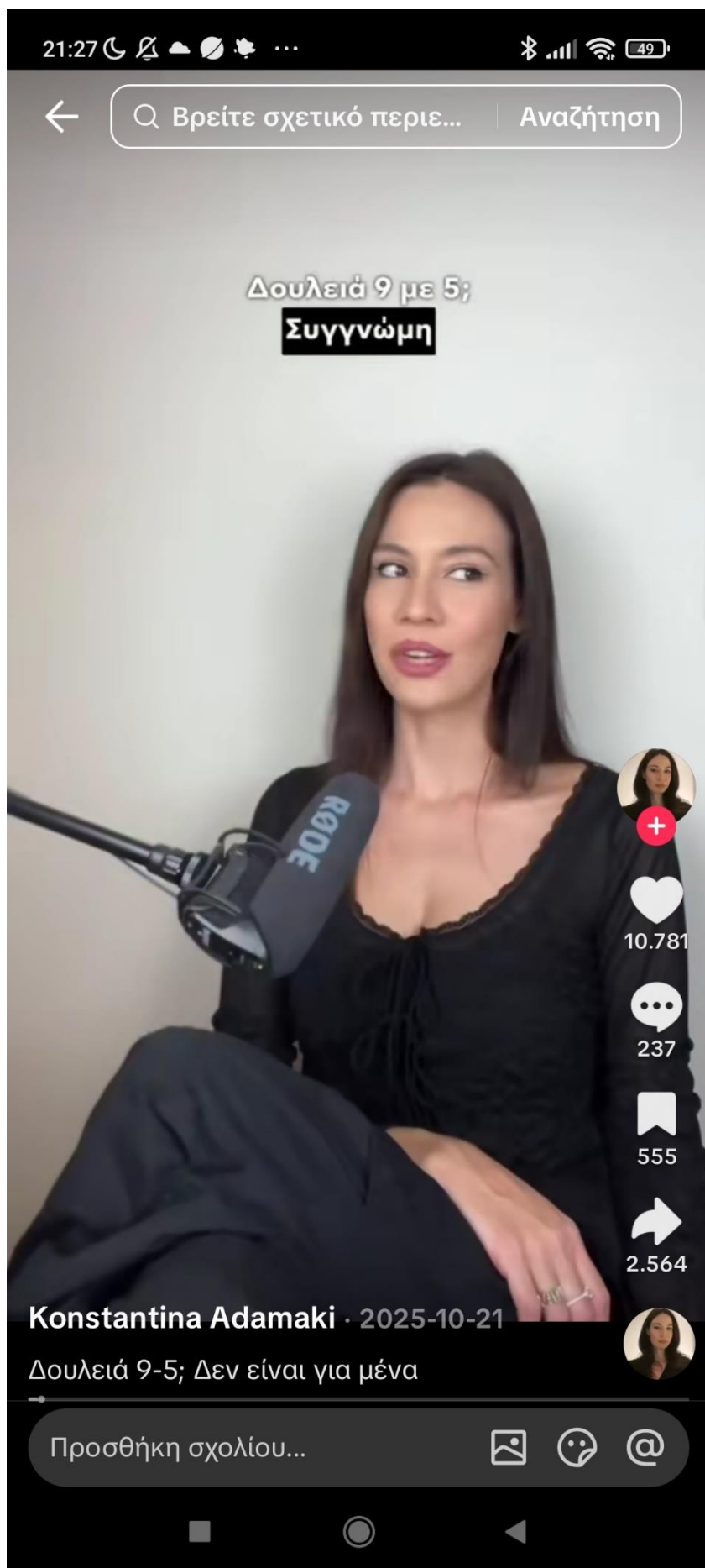
Η ρουτίνα του «9-5» συνδέεται επίσης με την εμπειρία της χρονικής συμπίεσης. Πολλά βίντεο αναφέρονται στην αίσθηση ότι ολόκληρη η ημέρα απορροφάται από την εργασία, αφήνοντας περιορισμένο χώρο για προσωπική ζωή, κοινωνικές σχέσεις ή ξεκούραση. Το αίσθημα ότι «η ζωή περνά μόνο ανάμεσα σε δουλειά και ύπνο» εμφανίζεται ως επαναλαμβανόμενο στοιχείο ψηφιακού αυτοσαρκασμού. Οι αναπαραστάσεις αυτές συνδέονται συχνά με την εμπειρία της επισφάλειας και της οικονομικής πίεσης. Η εργασία παρουσιάζεται όχι ως σταθερή πηγή ασφάλειας αλλά ως αναγκαία συνθήκη για την κάλυψη βασικών αναγκών. Η δυσκολία οικονομικής ανεξαρτησίας, η αδυναμία αποταμίευσης ή η αίσθηση ότι η συνεχής εργασία δεν οδηγεί απαραίτητα σε βελτίωση της ζωής αποτελούν συχνά υποκείμενα στοιχεία των χιουμοριστικών αφηγήσεων. Επιτελεστικά, η αποτύπωση αυτής της κατάστασης γίνεται μέσα από τη χρήση επαναλαμβανόμενων εκφράσεων και οπτικών μοτίβων. Η κούραση αποδίδεται μέσα από υπερβολικές εκφράσεις προσώπου, αργές κινήσεις, σκηνές πρωινού ξυπνήματος ή σύντομα αφηγηματικά σχήματα που επανέρχονται σε διαφορετικά βίντεο. Τα κοινωνικά δίκτυα ευνοούν ιδιαίτερα τη σύντομη

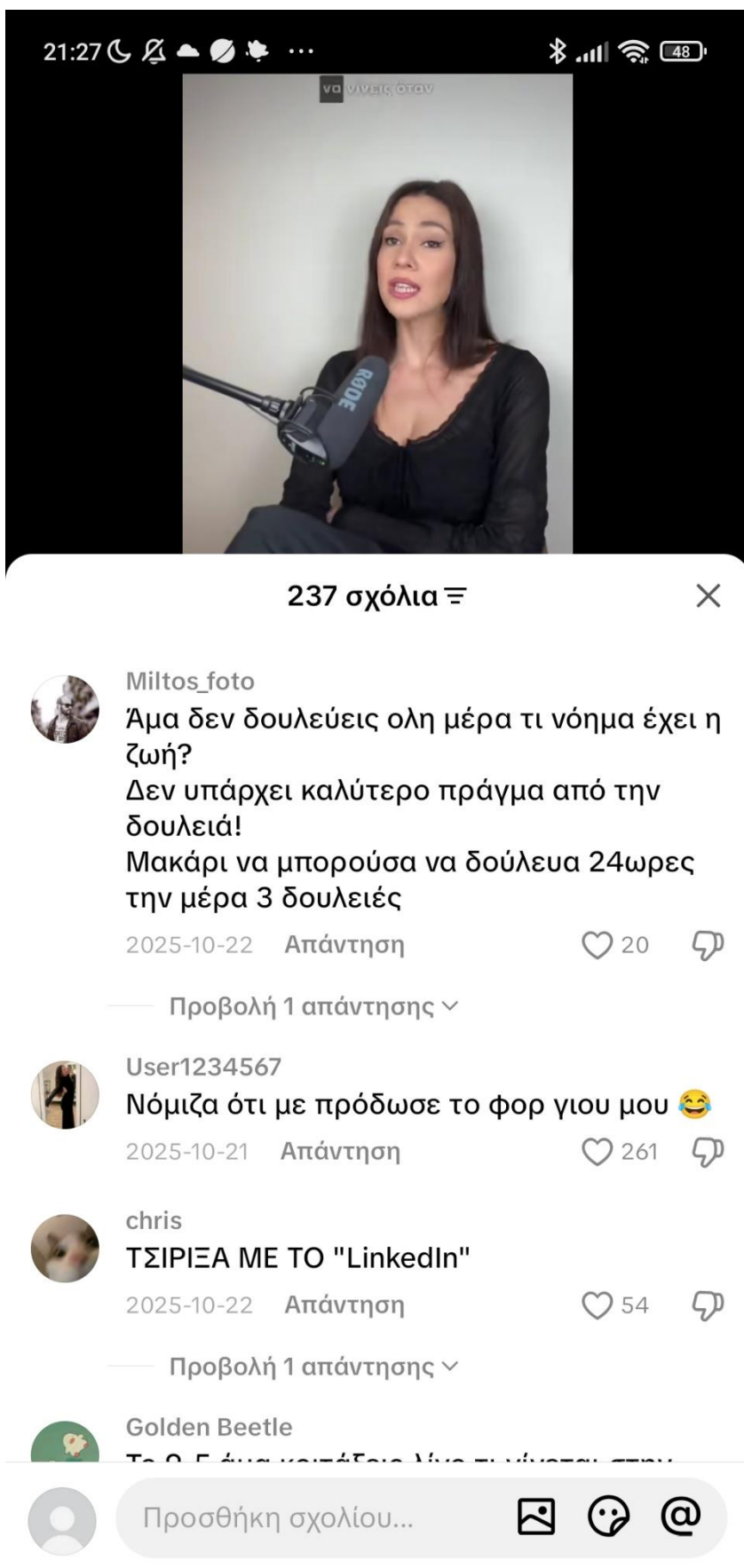
και συμπτυκνωμένη αναπαράσταση της εργασιακής ρουτίνας. Μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα, οι δημιουργοί περιεχομένου αποδίδουν αναγνωρίσιμες εμπειρίες καθημερινής πίεσης και κόπωσης, χρησιμοποιώντας ήχους, λεζάντες, γρήγορο μοντάζ και μιμητική υπερβολή.

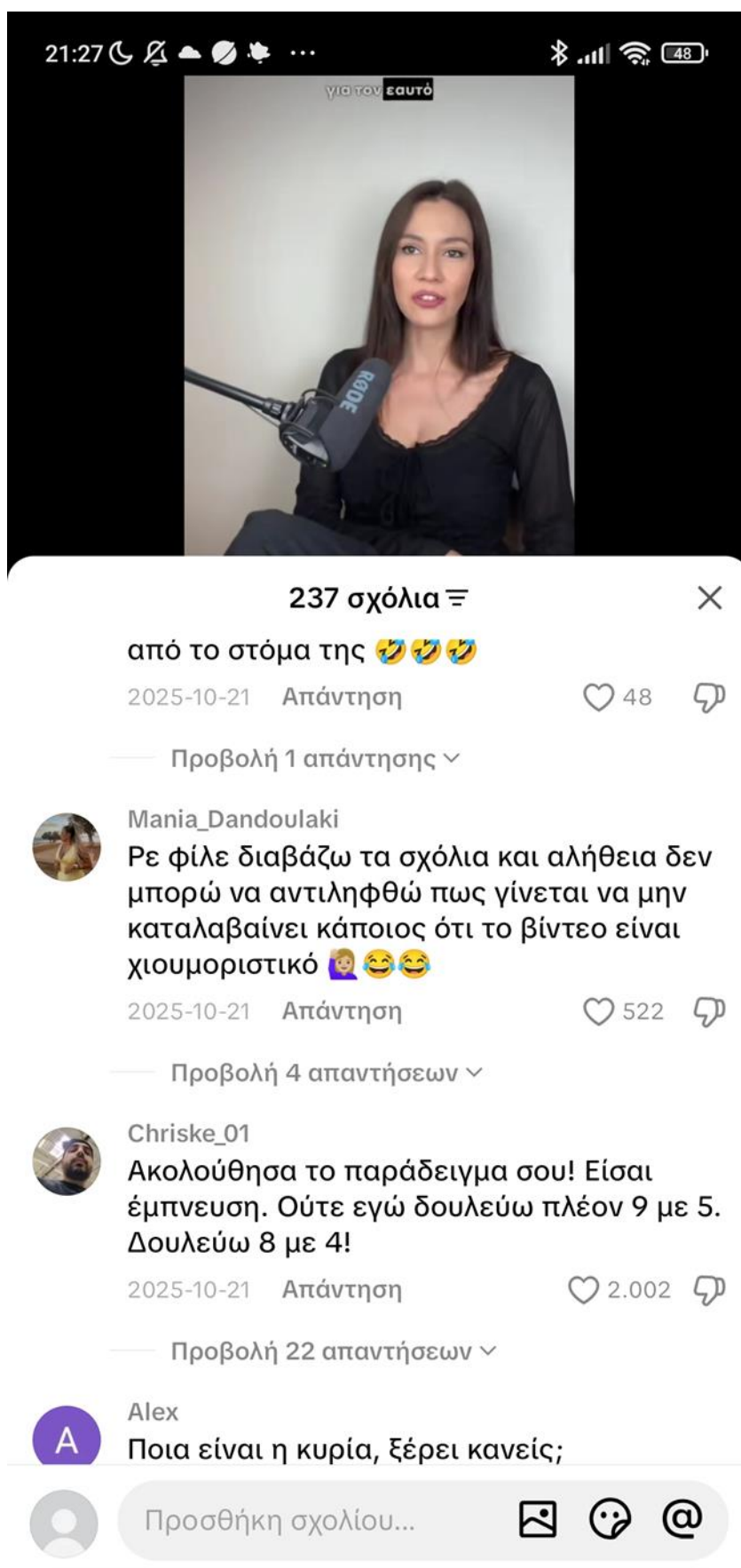
Παρά τον σατιρικό χαρακτήρα των περισσότερων βίντεο, οι αφηγήσεις γύρω από τη ρουτίνα του «9-5» αποτυπώνουν ευρύτερες κοινωνικές μεταβολές και μορφές συλλογικής αβεβαιότητας. Η αίσθηση εξουθένωσης, η δυσκολία ισορροπίας ανάμεσα στην εργασία και την προσωπική ζωή και η αποδυνάμωση παλαιότερων αφηγήσεων επαγγελματικής προόδου εμφανίζονται ως σημαντικά στοιχεία της σύγχρονης ψηφιακής εμπειρίας. Η επαναλαμβανόμενη παρουσία της εργασιακής ρουτίνας στον ψηφιακό λαϊκό λόγο δείχνει ότι η εργασία δεν αποτελεί απλώς οικονομική δραστηριότητα αλλά βασικό πεδίο συγκρότησης συλλογικών εμπειριών, συναισθημάτων και μορφών κοινωνικού σχολιασμού.

Παράδειγμα 13.

Το ακόλουθο βίντεο της δημιουργού Konstantina Adamaki έχει τίτλο «Δουλειά 9-5; Δεν είναι για μένα». Στο συγκεκριμένο βίντεο η δημιουργός υιοθετεί έναν έντονα ειρωνικό και υπερβολικό λόγο, παρουσιάζοντας τη συμβατική εργασία πλήρους απασχόλησης ως ασύμβατη με τον τρόπο ζωής της. Μέσα από μια σειρά δραματοποιημένων επιχειρημάτων και επιτηδευμένων αντιδράσεων, η καθημερινή εργασιακή ρουτίνα εμφανίζεται σχεδόν ως ανεπιθύμητη κοινωνική υποχρέωση, ενώ η ίδια προβάλλει μια εικόνα απόλυτης άρνησης απέναντι στις απαιτήσεις του τυπικού ωραρίου. Η σατιρική δύναμη του βίντεο βασίζεται στην προφανή υπερβολή των ισχυρισμών και στη σύγκρουση ανάμεσα στις προσδοκίες της σύγχρονης εργασιακής πραγματικότητας και στην εξιδανικευμένη εικόνα μιας ζωής χωρίς σταθερές επαγγελματικές δεσμεύσεις. Τα σχόλια των χρηστών δείχνουν ότι το κοινό αναγνωρίζει τον χιουμοριστικό χαρακτήρα της αφήγησης, ενώ ταυτόχρονα χρησιμοποιεί το παράδειγμα ως αφορμή για να σχολιάσει τις δικές του εμπειρίες γύρω από την εργασία, την εξάντληση και την αμφισβήτηση του παραδοσιακού μοντέλου απασχόλησης. Με τον τρόπο αυτό, η ειρωνική απόρριψη της εργασίας «9-5» μετατρέπεται σε μέσο έκφρασης ευρύτερων προβληματισμών σχετικά με την ισορροπία ανάμεσα στην εργασία και την προσωπική ζωή.







4.2.2. Το αφεντικό ως σατιρικός τύπος

Η μορφή του εργοδότη ή προϊσταμένου είναι ένας από τους πιο σταθερούς σατιρικούς χαρακτήρες του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου, ενώ έχει σαφείς προδρομές και στον παλιό ελληνικό κινηματογράφο, όπου το «αφεντικό» εμφανίζεται συχνά ως αυταρχικός, κωμικά υπερβολικός ή κοινωνικά αποστασιοποιημένος τύπος. Το «αφεντικό» εμφανίζεται συχνά ως υπερβολικός, παράλογος ή αποκομμένος από την πραγματικότητα χαρακτήρας, μέσα από τον οποίο εκφράζονται εμπειρίες εργασιακής πίεσης, ιεραρχικού ελέγχου και καθημερινής δυσσυνεχίας. Η φιγούρα αυτή λειτουργεί ως συλλογικά αναγνωρίσιμος κοινωνικός τύπος που επιτρέπει την έμμεση κριτική των εργασιακών σχέσεων. Οι ψηφιακές αναπαραστάσεις του αφεντικού βασίζονται συχνά στην υπερβολή εξουσιαστικών συμπεριφορών. Ο προϊστάμενος παρουσιάζεται να απαιτεί υπερβολική παραγωγικότητα, να αγνοεί την εξάντληση των εργαζομένων ή να αντιμετωπίζει τις προσωπικές ανάγκες ως εμπόδιο στην εργασία. Επαναλαμβανόμενες φράσεις όπως «είμαστε οικογένεια εδώ» ή «θέλω λίγο παραπάνω προσπάθεια» χρησιμοποιούνται ειρωνικά, μετατρεπόμενες σε αναγνωρίσιμα μοτίβα ψηφιακής σάτιρας. Ο εργοδότης προσπαθεί να εμφανιστεί «φιλικός» ή «μοντέρνος» ενώ ταυτόχρονα αναπαράγει έντονα ιεραρχικές σχέσεις εξουσίας. Η αντίφαση ανάμεσα στη γλώσσα της οικειότητας και στις πραγματικές εργασιακές απαιτήσεις αποτελεί βασική πηγή χιούμορ. Οι χρήστες σατιρίζουν συχνά την εταιρική γλώσσα περί «ομαδικότητας», «πάθους για δουλειά» ή «θετικής ενέργειας», παρουσιάζοντάς την ως μηχανισμό συγκάλυψης της εργασιακής πίεσης. Ο σατιρικός τύπος του εργοδότη λειτουργεί ως συμβολική συμπύκνωση ευρύτερων εμπειριών επισφάλειας και ανισότητας. Το χιούμορ γύρω από την εργασία δεν αφορά μόνο προσωπικές συγκρούσεις αλλά εκφράζει συχνά δυσφορία απέναντι σε συνθήκες εξάντλησης, χαμηλών αμοιβών ή έλλειψης επαγγελματικής αναγνώρισης. Η γελοιοποίηση της εργοδοτικής αυθεντίας λειτουργεί ως μορφή έμμεσης κοινωνικής κριτικής και συμβολικής αντιστροφής των ιεραρχικών σχέσεων.

Οι δημιουργοί περιεχομένου αναπαριστούν το αφεντικό χρησιμοποιώντας αυστηρό τόνο φωνής, υπερβολικά «επαγγελματικό» λεξιλόγιο ή χαρακτηριστικές κινήσεις εξουσίας. Η καρικατουρίστικη απόδοση ενισχύει τη συλλογική αναγνωρισιμότητα του χαρακτήρα και επιτρέπει στο κοινό να αναγνωρίσει εμπειρίες που θεωρούνται κοινές στον εργασιακό χώρο. Η απεικόνιση του εργασιακού χώρου γίνεται και με τη χρήση στερεοτυπικών σεναρίων εργασιακής επικοινωνίας. Οι «δήθεν επείγουσες» συναντήσεις, τα μηνύματα εκτός

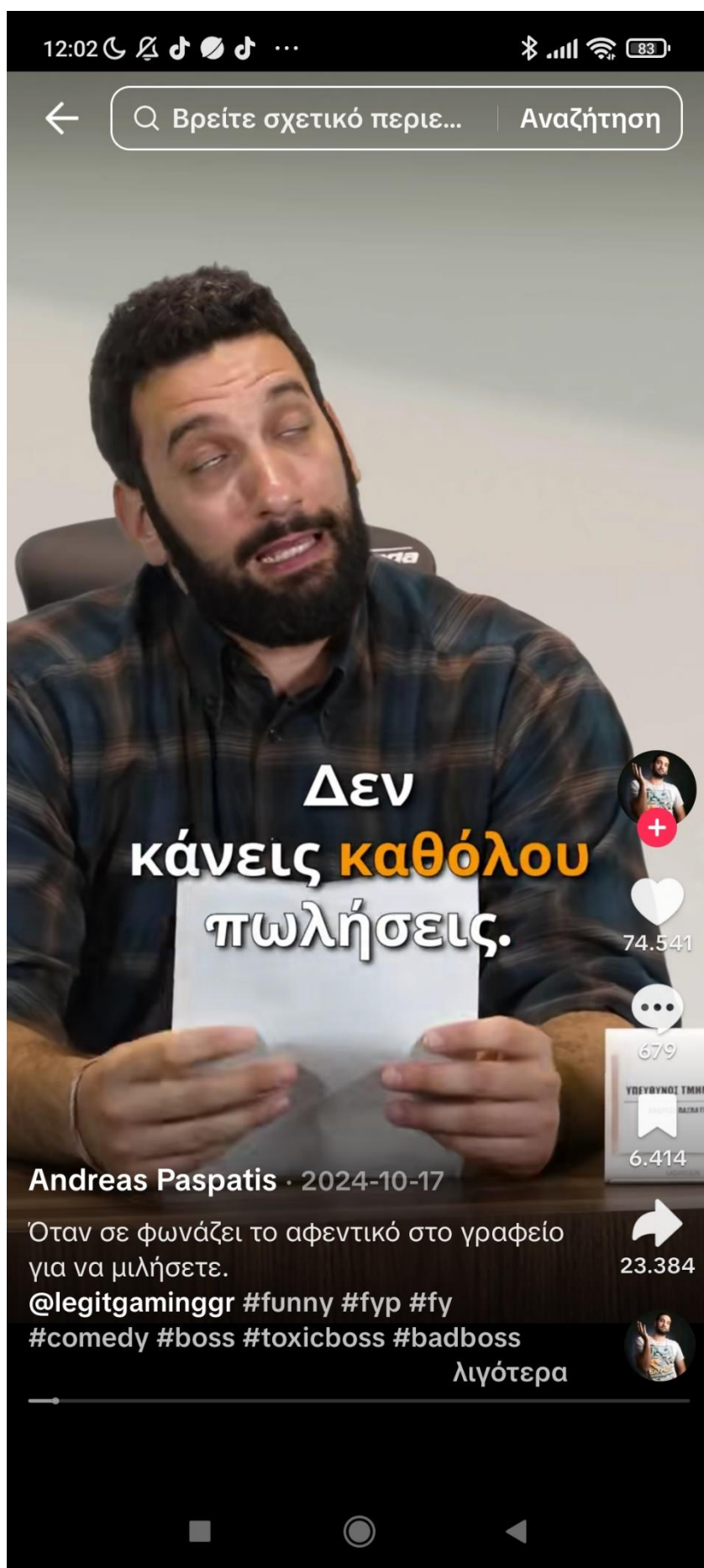
ωραρίου, οι παράλογες απαιτήσεις παραγωγικότητας ή η διαρκής επίκληση της «εταιρικής κουλτούρας» εμφανίζονται ως επαναλαμβανόμενα μοτίβα ψηφιακού χιούμορ. Η επανάληψη αυτών των σεναρίων συμβάλλει στη συγκρότηση συλλογικής εμπειρίας γύρω από τη σύγχρονη εργασία. Η σατιρική αναπαράσταση του αφεντικού συνδέεται επίσης με τις μεταβαλλόμενες αντιλήψεις γύρω από την εργασία και την εξουσία. Οι νεότερες γενιές εμφανίζονται συχνά περισσότερο πρόθυμες να ειρωνευτούν ή να αμφισβητήσουν παραδοσιακές μορφές εργασιακής αυθεντίας.

Η ψηφιακή σάτιρα επιτρέπει τη διαχείριση εμπειριών που διαφορετικά θα ήταν δύσκολο να εκφραστούν ανοιχτά στον πραγματικό εργασιακό χώρο. Το χιούμορ λειτουργεί ως ασφαλής τρόπος έμμεσης έκφρασης απογοήτευσης, θυμού ή αίσθησης αδικίας. Η γελοιοποίηση του αφεντικού δεν ανατρέπει τις εργασιακές ιεραρχίες αλλά δημιουργεί έναν συμβολικό χώρο συλλογικής εκτόνωσης και αναγνώρισης. Η μορφή του εργοδότη, αλλά και των συναδέλφων, ως σατιρικών τύπων δείχνει ότι ο ψηφιακός λαϊκός λόγος δεν περιορίζεται στην ψυχαγωγία αλλά λειτουργεί και ως πεδίο κοινωνικής διαπραγμάτευσης. Μέσα από την υπερβολή, τη μίμηση και την ειρωνεία, οι χρήστες σχολιάζουν τις σχέσεις εξουσίας της σύγχρονης εργασιακής πραγματικότητας και συγκροτούν κοινές μορφές ψηφιακής εμπειρίας και αλληλεγγύης.

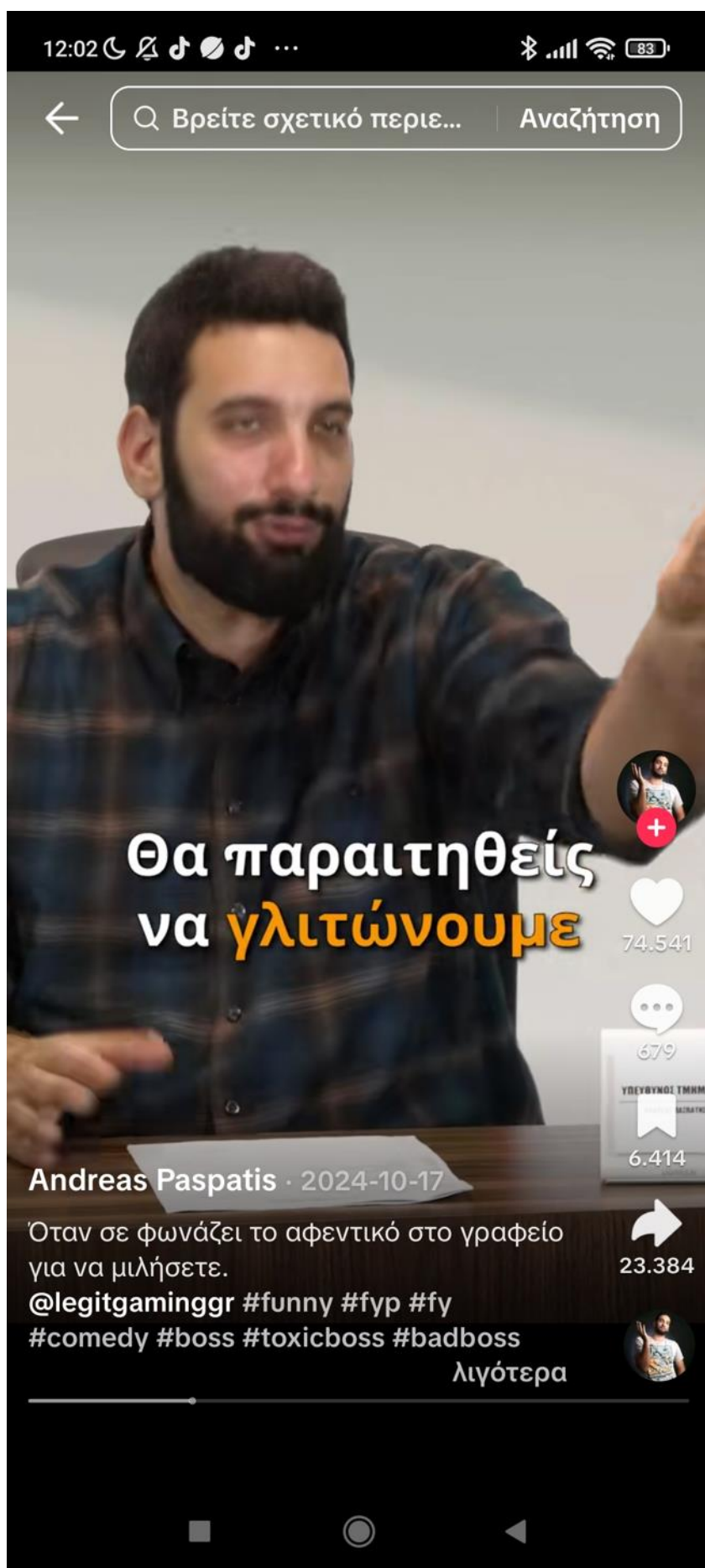
Παράδειγμα 14.

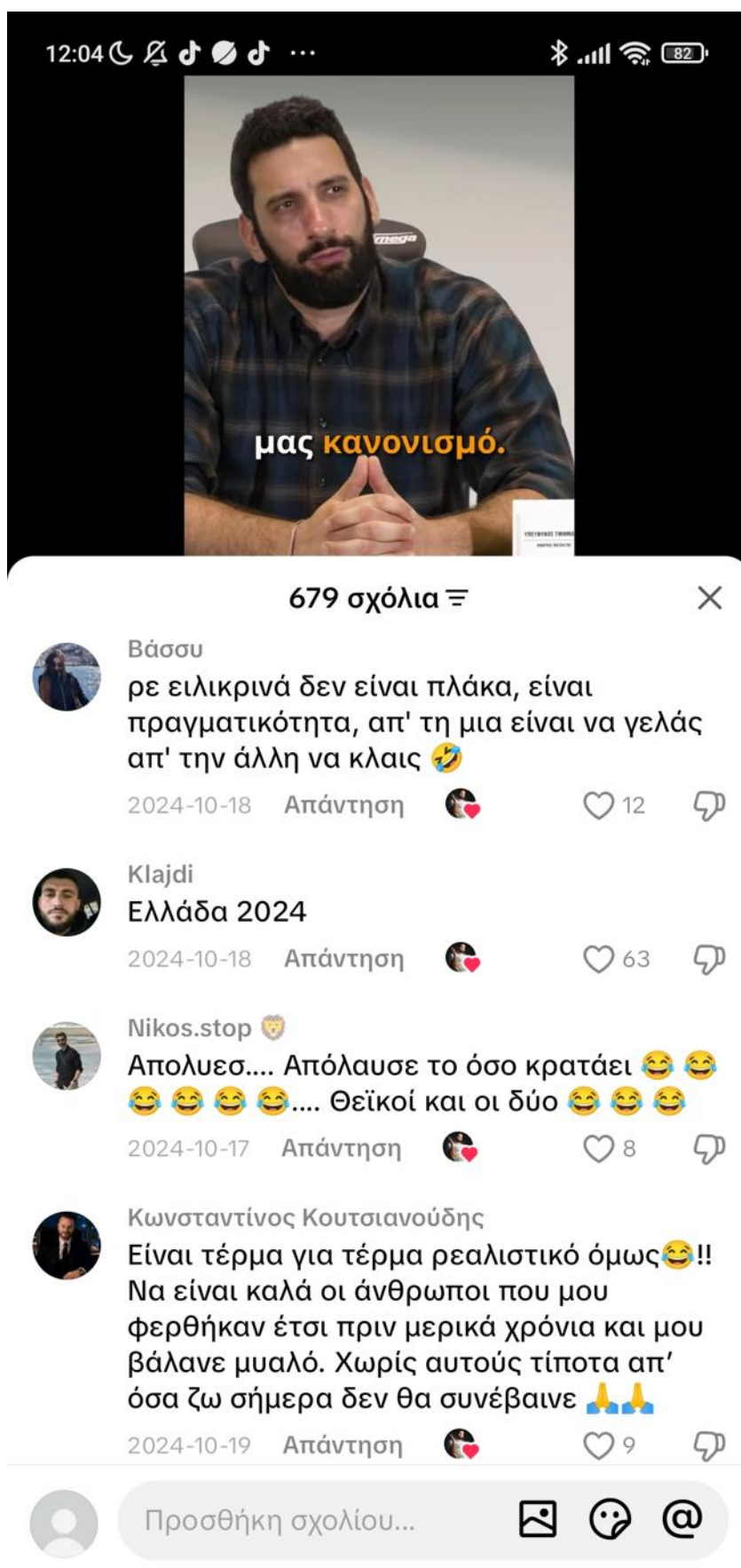
Στο επιλεγθέν βίντεο του δημιουργού Ανδρέα Πασπάτη, αναπαρίσταται μια συνάντηση εργαζομένου με τον προϊστάμενό του. Το αφεντικό καλεί τον υπάλληλο στο γραφείο του με αφορμή τη χαμηλή απόδοση των πωλήσεων και, αντί να αναλάβει μέρος της ευθύνης ή να αναζητήσει οργανωτικές λύσεις, του προτείνει ουσιαστικά να παραιτηθεί ώστε η επιχείρηση να εξοικονομήσει χρήματα από πιθανή αποζημίωση. Η κωμικότητα του βίντεο βασίζεται στην υπερβολή, ωστόσο αναγνωρίζονται εύκολα στοιχεία που πολλοί χρήστες συνδέουν με πραγματικές εργασιακές εμπειρίες. Η φιγούρα του προϊσταμένου παρουσιάζεται ως χαρακτηριστικός «τοξικός εργοδότης», ο οποίος χρησιμοποιεί τη γλώσσα της συνεργασίας και της κατανόησης προκειμένου να επιτύχει στόχους που εξυπηρετούν αποκλειστικά την επιχείρηση. Η φαινομενικά φιλική στάση, οι έμμεσες πιέσεις και η προσπάθεια μεταφοράς της ευθύνης στον εργαζόμενο αποτελούν στοιχεία που επανέρχονται συχνά στις ψηφιακές αφηγήσεις γύρω από την εργασιακή ζωή. Μέσα από τη

μιμητική υπερβολή και τον σαρκασμό, το βίντεο αποτυπώνει την αίσθηση ανισορροπίας ισχύος που χαρακτηρίζει πολλές εργασιακές σχέσεις. Στα σχόλια των χρηστών παρατηρείται επανειλημμένα η διατύπωση ότι το βίντεο είναι «υπερβολικά αληθινό», ότι αποτυπώνει την «ελληνική πραγματικότητα» ή ότι αναπαριστά καταστάσεις που οι ίδιοι έχουν βιώσει στον εργασιακό τους χώρο. Η επαναλαμβανόμενη αναφορά στην αναγνωρισιμότητα του σεναρίου δείχνει ότι η σατιρική αναπαράσταση λειτουργεί ως μέσο συλλογικής επεξεργασίας εμπειριών εργασιακής ανασφάλειας, πίεσης και κακής διοίκησης. Με τον τρόπο αυτό, η μορφή του τοξικού αφεντικού μετατρέπεται σε έναν από τους πλέον αναγνωρίσιμους χαρακτήρες λειτουργώντας ως συμβολική συμπύκνωση ευρύτερων προβληματισμών γύρω από την εξουσία, την εργασία και τις σχέσεις στον χώρο απασχόλησης.

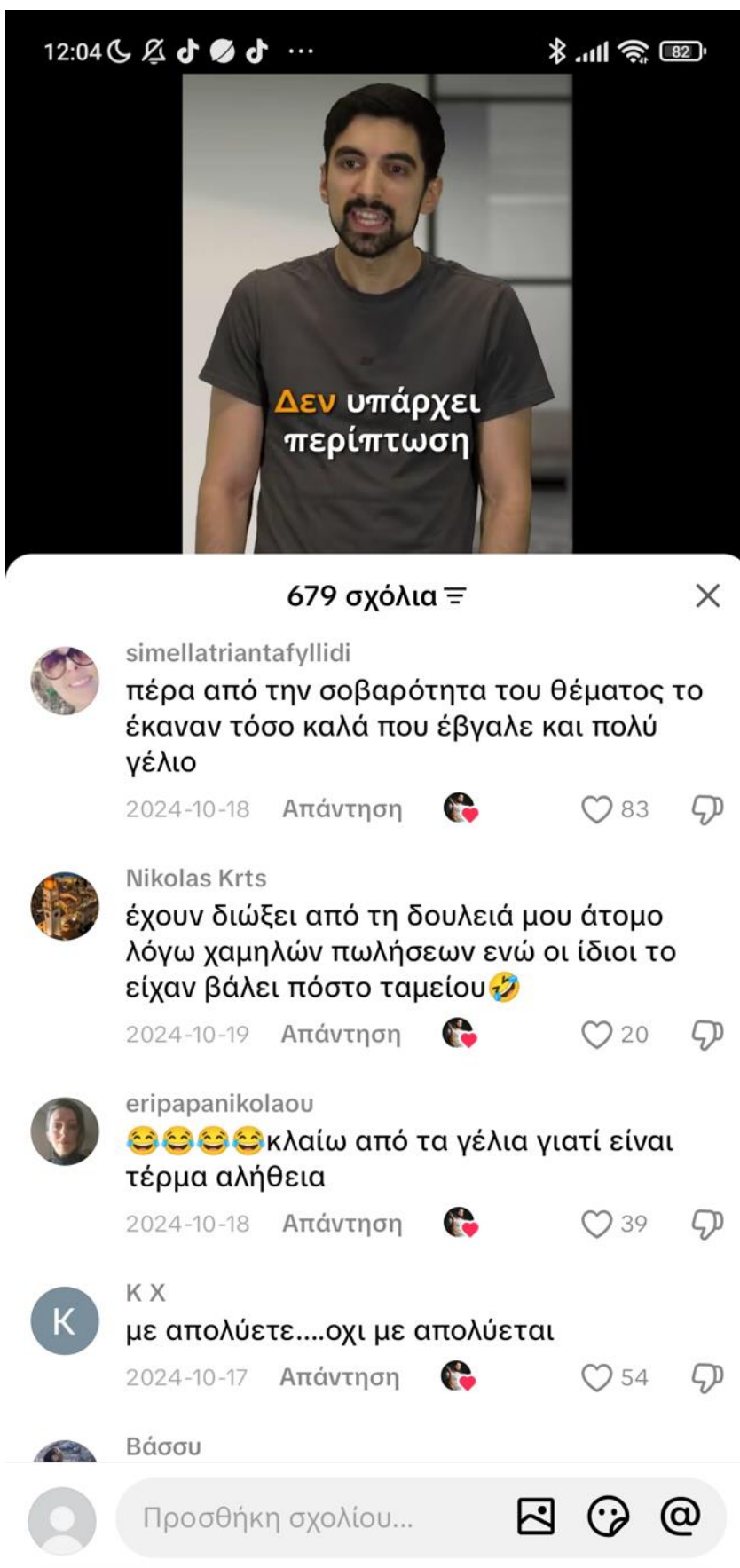


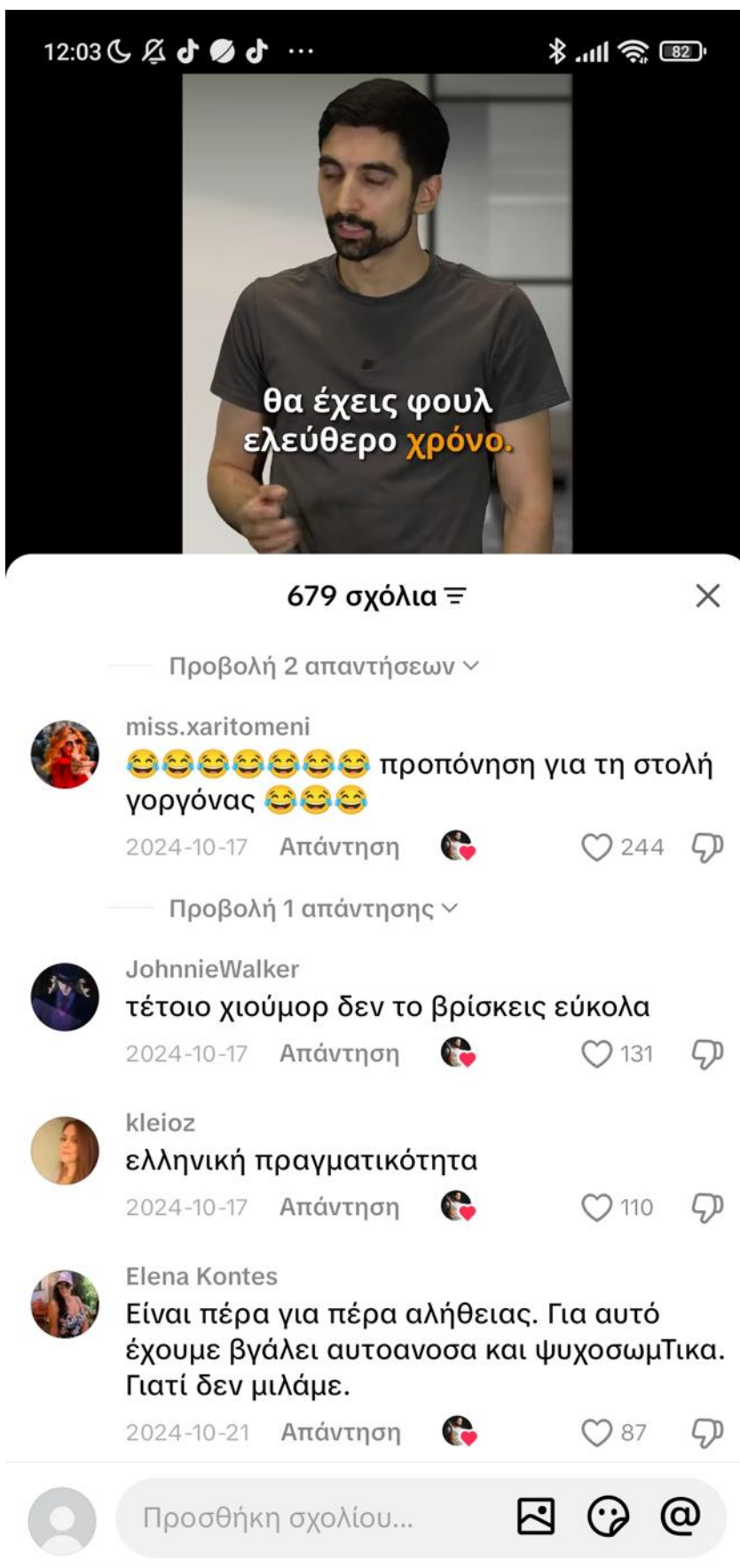












4.2.3. Εργασιακή εξουθένωση και αυτοσαρκασμός

Η εργασιακή εξουθένωση εντάσσεται στις επαναλαμβανόμενες εμπειρίες που εκφράζονται στον σύγχρονο ψηφιακό λαϊκό λόγο. Η ψυχική και σωματική κόπωση που συνδέεται με την εργασία παρουσιάζεται κυρίως μέσα από αυτοσαρκασμό, ειρωνεία και χιουμοριστική υπερβολή. Οι χρήστες μετατρέπουν την εξάντληση, την έλλειψη κινήτρου και τη συναισθηματική κόπωση σε αντικείμενο συλλογικής αναγνώρισης και ψηφιακής συμμετοχής. Η εμπειρία του burnout εμφανίζεται συχνά όχι ως εξαιρετική κατάσταση αλλά ως σχεδόν κανονικοποιημένο στοιχείο της καθημερινότητας. Οι δημιουργοί περιεχομένου παρουσιάζουν τον εαυτό τους να λειτουργεί μηχανικά, να δυσκολεύεται να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της ημέρας ή να βιώνει μόνιμη ψυχική εξάντληση. Το χιούμορ βασίζεται συχνά στην υπερβολική δραματοποίηση της κούρασης, στη χρήση ειρωνικών εκφράσεων και στη μετατροπή της ψυχικής πίεσης σε κοινό μοτίβο. Η χρήση ψυχολογικής και θεραπευτικής ορολογίας είναι εκτεταμένη, με εκφράσεις όπως «mental breakdown», «burnout», «δεν προλαβαίνω να υπάρξω» ή «λειτουργώ από συνήθεια» να εμφανίζονται σε βίντεο που συνδυάζουν χιούμορ και συναισθηματική εξομολόγηση. Η ψυχολογικοποίηση της εργασιακής εμπειρίας λειτουργεί ως τρόπος περιγραφής της καθημερινής πίεσης και συνδέει χρήστες των πλατφορμών μέσω των κοινών τους εμπειριών.

Οι δημιουργοί γελοιοποιούν τη δική τους εξάντληση, την αδυναμία παραγωγικότητας ή την έλλειψη ισορροπίας ανάμεσα στην εργασία και στην προσωπική ζωή. Η ειρωνική αποδοχή της κούρασης λειτουργεί συχνά ως μηχανισμός διαχείρισης της αδυναμίας ουσιαστικής αλλαγής των εργασιακών συνθηκών. Το χιούμορ δεν αίρει την πίεση αλλά δημιουργεί έναν χώρο αναγνώρισης και προσωρινής εκτόνωσης. Η ψηφιακή αναπαράσταση της εξουθένωσης αποδίδεται με αναπαραστάσεις όπως το άδειο βλέμμα μπροστά στον υπολογιστή, η αδυναμία πρωινού ξυπνήματος, οι σκηνές «παράλυσης» μετά τη δουλειά ή η ειρωνική αναφορά στην ανάγκη για «μόνιμο ύπνο» αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα. Η επανάληψη αυτών των εικόνων συμβάλλει στη συγκρότηση μιας κοινής γλώσσας γύρω από την εργασιακή κόπωση. Η εξουθένωση παρουσιάζεται και ως γενεακή εμπειρία. Οι νεότερες γενιές εμφανίζονται να αντιμετωπίζουν την εργασία όχι ως πηγή σταθερότητας ή κοινωνικής ανόδου αλλά ως πεδίο διαρκούς πίεσης και ψυχικής φθοράς. Η ειρωνική απόσταση από τις αφηγήσεις περί «καριέρας» και «επαγγελματικής επιτυχίας» αντανακλά τη μεταβολή των πολιτισμικών

προσδοκιών γύρω από την εργασία στη σύγχρονη κοινωνία. Ωστόσο, η χιουμοριστική διαχείριση της εξουθένωσης παρουσιάζει και μια σημαντική αντίφαση. Ενώ επιτρέπει την αναγνώριση και συλλογική επεξεργασία της εργασιακής πίεσης, ταυτόχρονα συμβάλλει συχνά και στην κανονικοποίησή της. Η συνεχής ειρωνική αναπαράσταση της κόπωσης μπορεί να μετατρέψει την εξάντληση σε αναμενόμενο στοιχείο της καθημερινότητας και όχι σε κατάσταση που απαιτεί κοινωνική ή πολιτική αμφισβήτηση. Παρά την αντίφαση αυτή, οι ψηφιακές αφηγήσεις γύρω από την εργασιακή εξουθένωση αποτελούν σημαντικό στοιχείο του σύγχρονου λαϊκού λόγου. Μέσα από τον αυτοσαρκασμό, τη μίμηση και τη συλλογική αναγνώριση, οι χρήστες διαμορφώνουν νέους τρόπους έκφρασης και επεξεργασίας της καθημερινής εργασιακής εμπειρίας.

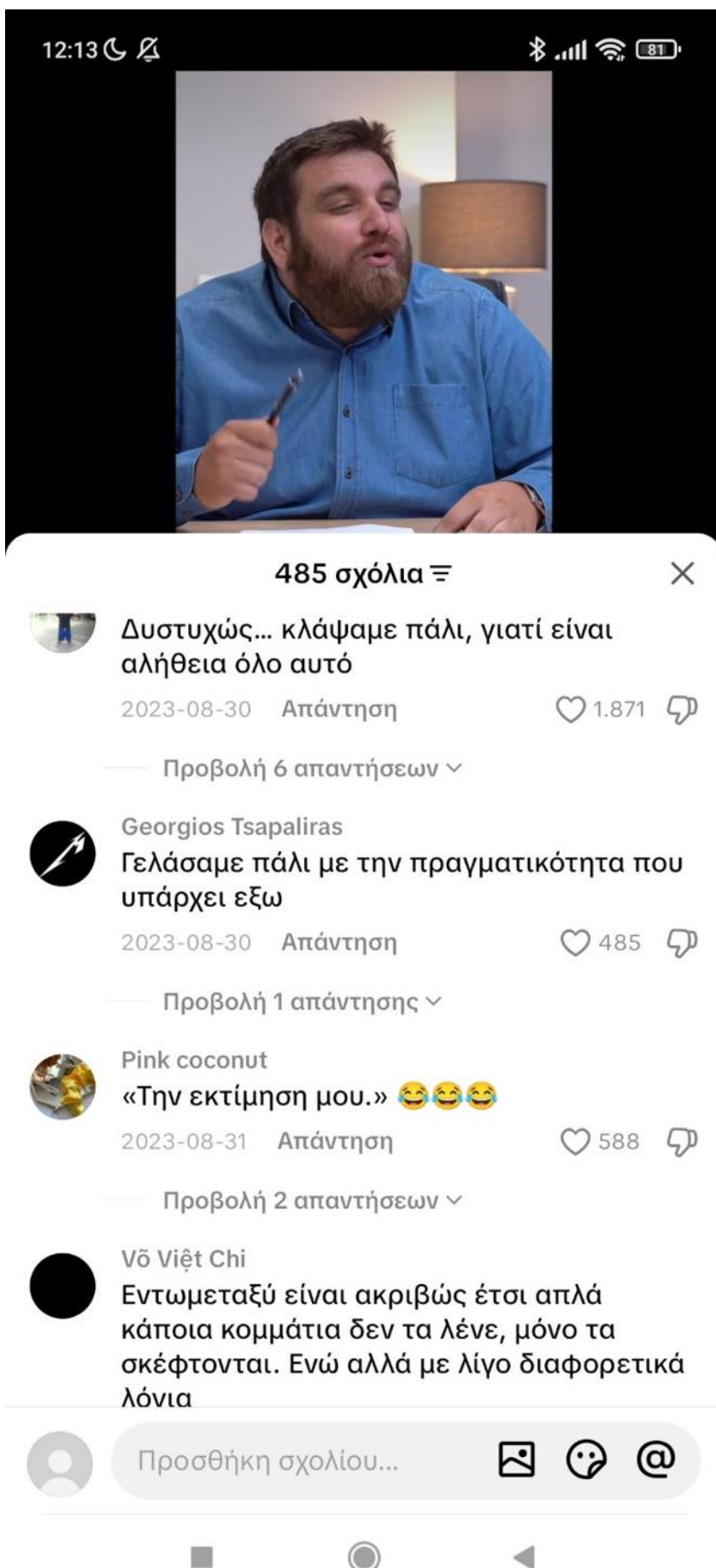
Παράδειγμα 15.

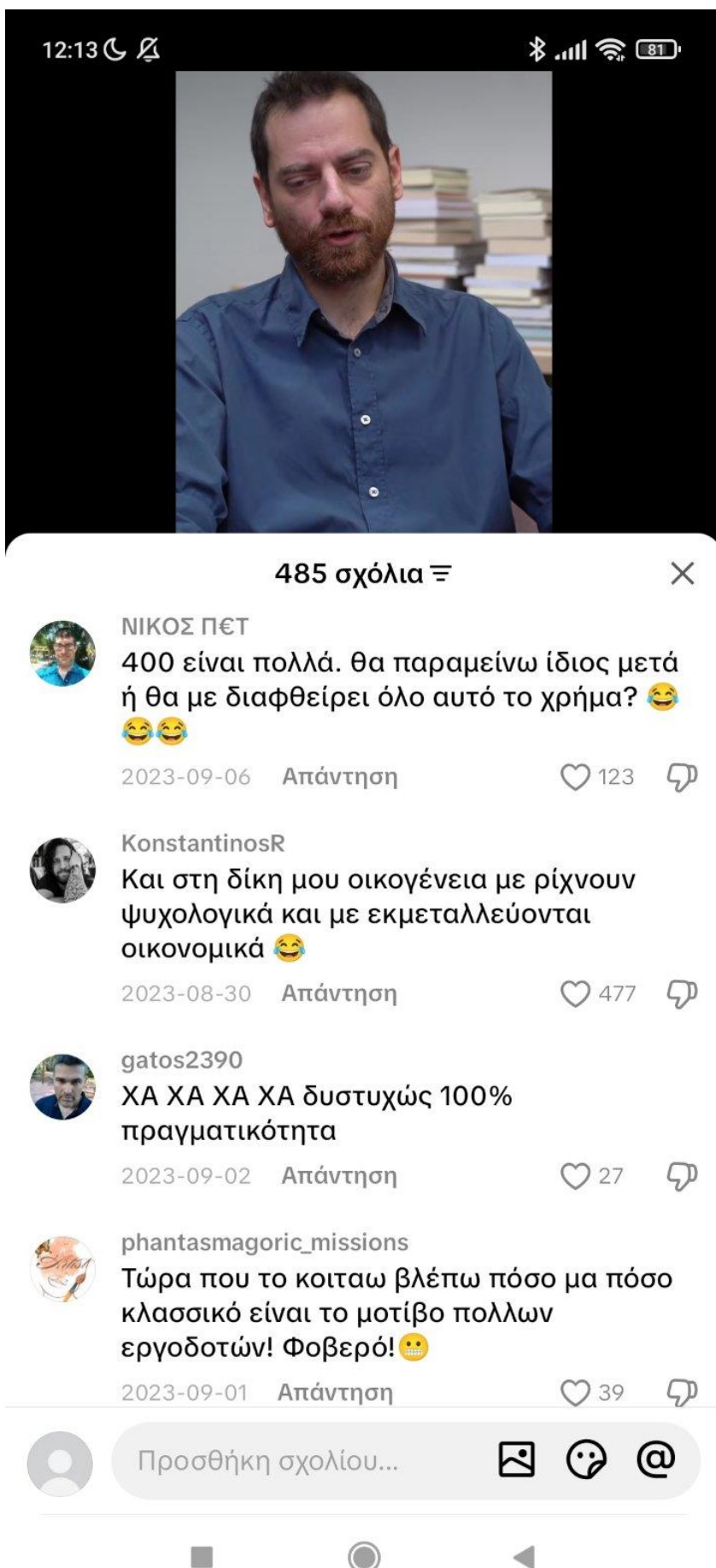
Στο βίντεο που ακολουθεί έχουμε ένα κλασσικό παράδειγμα εργασιακού αυτοσαρκασμού στη μορφή αναπαράστασης μιας υποτιθέμενης συνέντευξης πρόσληψης. Κατά τη διάρκεια της σκηνής, ο υποψήφιος διαθέτει πολλαπλά ακαδημαϊκά προσόντα και επαγγελματικές δεξιότητες, ωστόσο βρίσκεται αντιμέτωπος με μια θέση εργασίας που προσφέρει εξαιρετικά χαμηλή αμοιβή, υπερβολικές ώρες απασχόλησης και ένα εμφανώς δυσλειτουργικό εργασιακό περιβάλλον. Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται μέσα από χιουμοριστική υπερβολή, χωρίς όμως να απομακρύνονται πλήρως από εμπειρίες που πολλοί χρήστες αναγνωρίζουν ως οικείες. Η κωμικότητα του βίντεο προκύπτει από την αντίθεση ανάμεσα στις προσδοκίες που δημιουργεί η έννοια της επαγγελματικής επιτυχίας και στην πραγματικότητα που παρουσιάζεται στη συνέντευξη. Ο εργαζόμενος εμφανίζεται να αποδέχεται σχεδόν παθητικά όρους που υποβαθμίζουν την αξία της εργασίας και των προσόντων του, γεγονός που ενισχύει την αίσθηση αποξένωσης από το ίδιο το επαγγελματικό πεδίο. Η εργασία δεν παρουσιάζεται ως μέσο αυτοπραγμάτωσης αλλά ως αναγκαία συνθήκη επιβίωσης, ακόμη και όταν οι όροι της είναι εμφανώς δυσμενείς. Στα σχόλια, οι χρήστες επανέρχονται σε εκφράσεις όπως «δυστυχώς είναι αλήθεια», «γελάσαμε με την πραγματικότητα που υπάρχει εκεί έξω» ή «it's funny because it's true». Η συχνή αναφορά στην πραγματικότητα υποδηλώνει ότι το κοινό δεν αντιλαμβάνεται το βίντεο αποκλειστικά ως κωμική επινόηση αλλά ως σατιρική αναπαράσταση εμπειριών που θεωρεί υπαρκτές. Ο αυτοσαρκασμός λειτουργεί έτσι ως μηχανισμός συλλογικής διαχείρισης της απογοήτευσης, ενώ η αναγνώριση κοινών εμπειριών δημιουργεί αίσθηση συμμετοχής σε

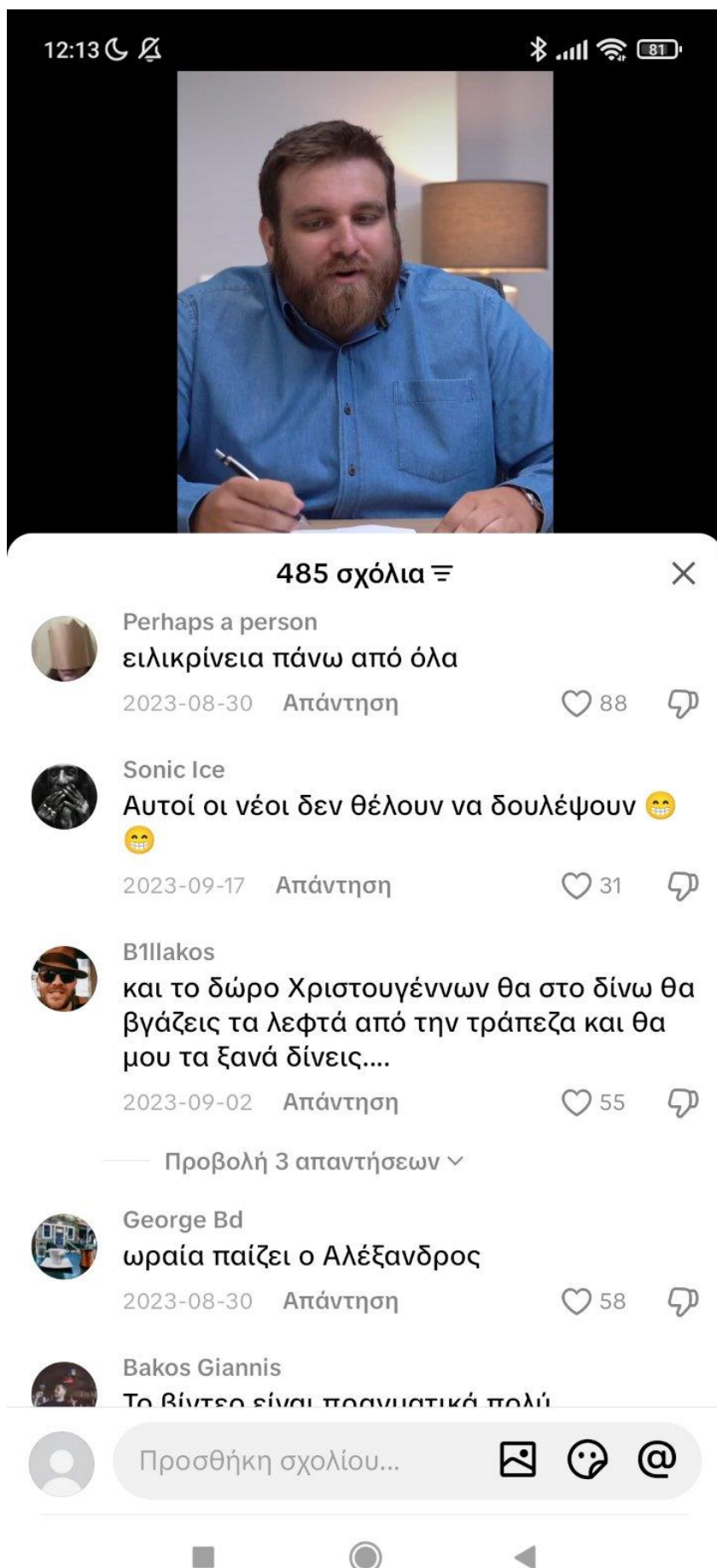
μια ευρύτερη κοινότητα εργαζομένων που αντιμετωπίζουν παρόμοιες δυσκολίες. Αναδεικνύεται έτσι ο τρόπος με τον οποίο ο ψηφιακός λαϊκός λόγος μετατρέπει την εργασιακή ανασφάλεια, την υποτίμηση των προσόντων και την οικονομική επισφάλεια σε αντικείμενο χιούμορ. Η ειρωνεία δεν αποδυναμώνει την κοινωνική κριτική· αντίθετα, λειτουργεί ως μέσο ανάδειξης των αντιφάσεων της σύγχρονης αγοράς εργασίας και των συναισθημάτων αποξένωσης που αυτή συχνά προκαλεί.











4.3. Κατανάλωση, οικονομική πίεση και μικρο-καθημερινότητα

Η οικονομική πίεση και οι πρακτικές της καθημερινής κατανάλωσης αποτελούν βασικούς άξονες του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου. Η ακρίβεια, η δυσκολία οικονομικής διαχείρισης, η κατανάλωση χαμηλού κόστους και οι μικρές καθημερινές στρατηγικές επιβίωσης παρουσιάζονται συχνά μέσα από χιούμορ. Οι αφηγήσεις αυτές λειτουργούν ως μορφές συλλογικής διαπραγμάτευσης κοινωνικών αβεβαιοτήτων και οικονομικών εμπειριών που εμφανίζονται ως κοινές για μεγάλο μέρος των χρηστών. Η καθημερινή κατανάλωση παρουσιάζεται συχνά ως πεδίο συνεχούς περιορισμού και διαχείρισης. Οι αυξήσεις στις τιμές βασικών αγαθών, η αδυναμία αποταμίευσης ή η ανάγκη συνεχούς οικονομικού υπολογισμού μετατρέπονται σε επαναλαμβανόμενα μοτίβα ψηφιακού σχολιασμού. Οι χρήστες σατιρίζουν την εμπειρία της «επιβίωσης μέχρι το τέλος του μήνα», της αναζήτησης προσφορών ή της αδυναμίας οικονομικής ανεξαρτησίας.

Πολύ συχνά αποτυπώνεται είναι η ειρωνική αναπαράσταση μικρών καθημερινών εξόδων. Ο καφές, το delivery και τα ψώνια σούπερ μάρκετ παρουσιάζονται ως συμβολικά πεδία σύγκρουσης ανάμεσα στην επιθυμία κατανάλωσης και στην οικονομική στενότητα. Το χιούμορ βασίζεται συχνά στην αντίφαση ανάμεσα στις καταναλωτικές προσδοκίες που προβάλλονται ψηφιακά και στη βιωμένη εμπειρία οικονομικής πίεσης. Η κατανάλωση λειτουργεί και ως μορφή αυτοαναπαράστασης όταν οι χρήστες σχολιάζουν ειρωνικά τις τάσεις υπερκατανάλωσης, την πίεση για διαρκή αισθητική ανανέωση ή την ανάγκη ψηφιακής επίδειξης τρόπου ζωής. Η σατιρική αναφορά σε «aesthetic» προϊόντα, τάσεις ομορφιάς ή καταναλωτικά trends λειτουργεί ως τρόπος σχολιασμού της κουλτούρας της ψηφιακής εικόνας και των πιέσεων που αυτή δημιουργεί.

Σημαντικό μέρος των αποτυπώσεων αποτελούν οι αφηγήσεις γύρω από τη μικρο-καθημερινότητα. Μικρές πρακτικές της καθημερινής ζωής, όπως το μαγείρεμα, οι λογαριασμοί, η καθυστέρηση πληρωμών, οι μετακινήσεις ή η διαχείριση του σπιτιού, μετατρέπονται σε αντικείμενα ψηφιακού χιούμορ και συλλογικού σχολιασμού. Η καθημερινότητα δεν παρουσιάζεται ως ουδέτερη ή ασήμαντη εμπειρία αλλά ως πεδίο μέσα στο οποίο εκφράζονται κοινωνικές πιέσεις και πολιτισμικές μεταβολές. Οι αφηγήσεις αυτές συνδέονται συχνά με την εμπειρία της επισφάλειας και της αβεβαιότητας. Η οικονομική δυσκολία παρουσιάζεται όχι ως προσωρινή εξαίρεση αλλά ως μόνιμο στοιχείο της σύγχρονης ζωής, ιδιαίτερα για τις νεότερες γενιές. Η αδυναμία αγοράς κατοικίας, η εξάρτηση από την οικογένεια ή η αίσθηση ότι η οικονομική σταθερότητα απομακρύνεται

συνεχώς εμφανίζονται συχνά μέσα από ειρωνικές ή αυτοσαρκαστικές αναφορές. Το χιούμορ γύρω από την οικονομική πίεση βασίζεται στην αίσθηση ότι η δυσκολία είναι κοινά βιωμένη. Οι χρήστες αναγνωρίζουν τον εαυτό τους σε αφηγήσεις γύρω από την ακρίβεια, τους χαμηλούς μισθούς ή τη διαρκή προσπάθεια οικονομικής διαχείρισης και συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία σχολιασμού μέσα από σχόλια, παραλλαγές και επανεκτελέσεις παρόμοιων σεναρίων. Τα κοινωνικά δίκτυα ενισχύουν τη γρήγορη και συμπυκνωμένη αναπαράσταση αυτών των εμπειριών. Παρά τη χιουμοριστική μορφή των περισσότερων βίντεο, οι αναπαραστάσεις της κατανάλωσης και της οικονομικής πίεσης αποτυπώνουν ευρύτερες κοινωνικές και οικονομικές μεταβολές. Η αίσθηση διαρκούς οικονομικής ανασφάλειας, η δυσκολία κοινωνικής σταθεροποίησης και η μετατροπή της καθημερινής επιβίωσης σε βασική κοινωνική εμπειρία εμφανίζονται ως σημαντικά στοιχεία της σύγχρονης ψηφιακής κουλτούρας.

Οι ψηφιακές αφηγήσεις γύρω από τη μικρο-καθημερινότητα λειτουργούν επομένως όχι μόνο ως μορφές ψυχαγωγίας αλλά και ως τρόποι συλλογικής επεξεργασίας κοινωνικών εμπειριών. Μέσα από το χιούμορ, την ειρωνεία και τον αυτοσαρκασμό, οι χρήστες σχολιάζουν τις οικονομικές πιέσεις της σύγχρονης ζωής και συγκροτούν κοινές μορφές πολιτισμικής αναγνώρισης και καθημερινής αλληλεγγύης.

Παράδειγμα 16.

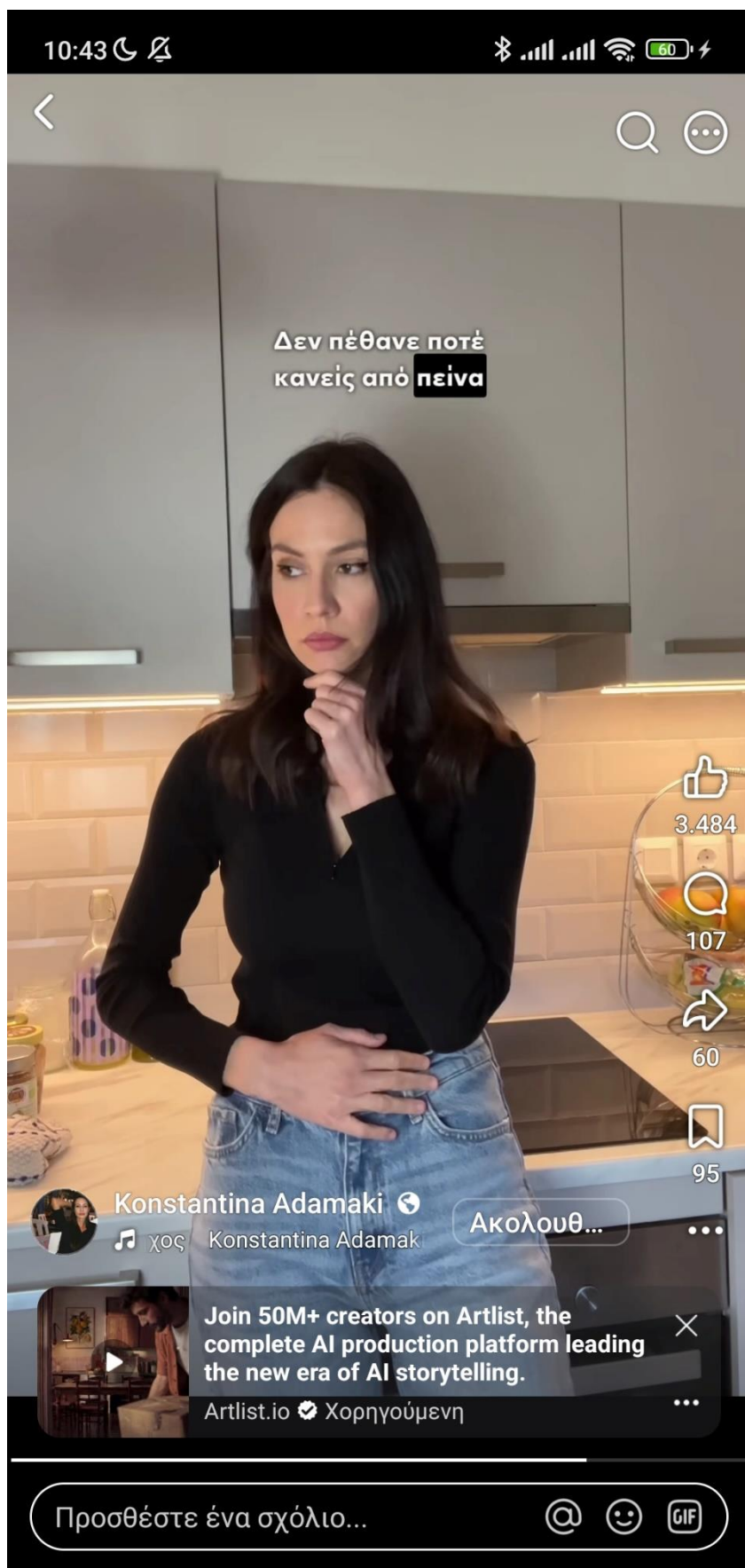
Η οικονομική πίεση και η αίσθηση της διαρκούς ανασφάλειας αποτελούν συχνά αντικείμενα ψηφιακού χιούμορ και αυτοσαρκασμού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί βίντεο δημιουργού περιεχομένου που παρουσιάζει με ειρωνικό τρόπο μια «συνηθισμένη ημέρα» ενός κατοίκου της σύγχρονης Ελλάδας. Η αφήγηση ακολουθεί την καθημερινή ρουτίνα της πρωταγωνίστριας, η οποία αδυνατεί να καταναλώσει ακόμη και μικρές απολαύσεις, όπως έναν καφέ εκτός σπιτιού, εργάζεται ατελείωτες ώρες, αναζητά φθηνές ή αυτοσχέδιες λύσεις για τη διατροφή της και καταναλώνει ειδήσεις που εντείνουν το αίσθημα απαισιοδοξίας και κοινωνικής κόπωσης. Η κωμική διάσταση του βίντεο στηρίζεται στην υπερβολή και την ειρωνεία. Ωστόσο, όπως συμβαίνει συχνά στο ψηφιακό λαϊκό χιούμορ, η υπερβολή λειτουργεί όχι ως απομάκρυνση από την πραγματικότητα αλλά ως μέσο ανάδειξής της. Η αναφορά σε μανιτάρια που φυτρώνουν δίπλα στις γραμμές του ηλεκτρικού ως πιθανή πηγή τροφής ή η παρουσίαση τραγικών κοινωνικών γεγονότων ως

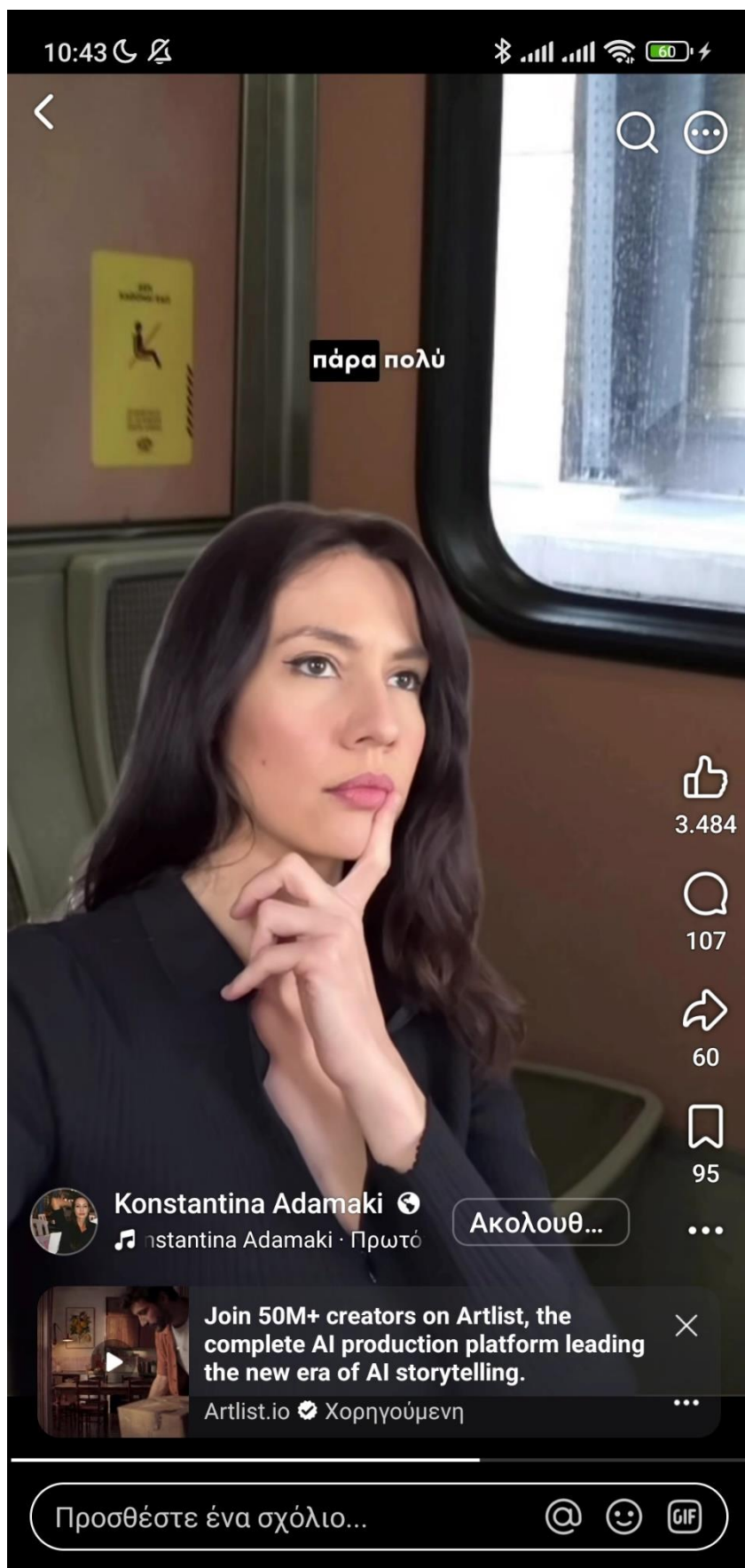
στοιχείων της καθημερινότητας αποτελούν σατιρικές υπερβολές που αναδεικνύουν το αίσθημα οικονομικής και κοινωνικής ασφυξίας. Τα σχόλια των χρηστών αποκαλύπτουν ότι το κοινό αναγνωρίζει στο περιεχόμενο αυτό στοιχεία της δικής του εμπειρίας. Εκφράσεις όπως «μας δείχνει τη σκληρή καθημερινότητα στην Ελλάδα», «όταν θέλεις να γελάσεις και να κλάψεις ταυτόχρονα», «λίγα λες για κάτοικος Ελλάδας» ή «κάνω οικονομίες για αγορά Α4 αλλά ακόμη τίποτα» μετατρέπουν το χιούμορ σε συλλογικό σχόλιο πάνω στις οικονομικές δυσκολίες και στις πρακτικές επιβίωσης της καθημερινής ζωής. Οι χρήστες δεν αντιμετωπίζουν το βίντεο ως απλή ψυχαγωγία, αλλά ως μια αναγνωρίσιμη αναπαράσταση κοινωνικών συνθηκών.

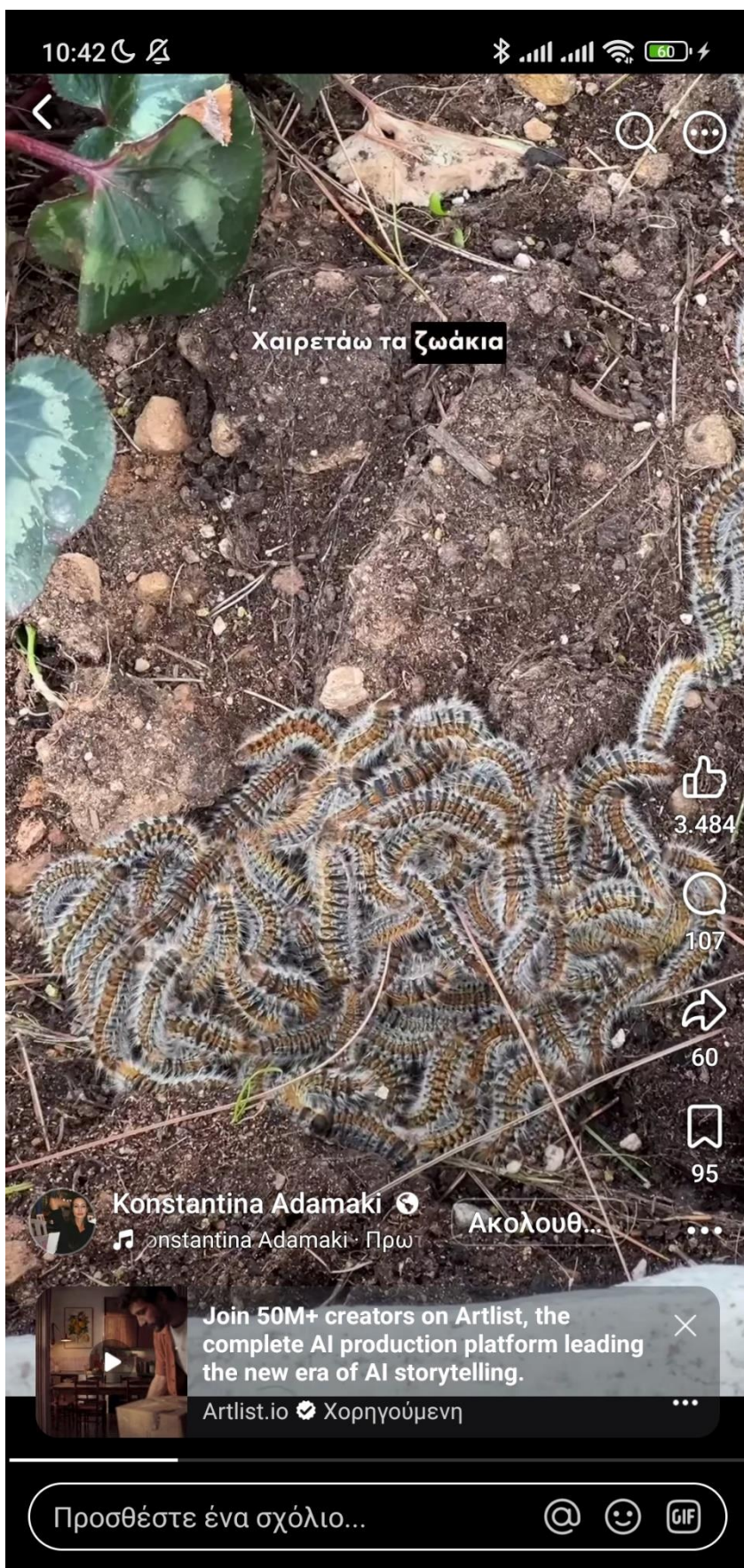
Παράλληλα, η αφήγηση αναδεικνύει μια χαρακτηριστική μορφή σύγχρονου αυτοσαρκασμού. Η πρωταγωνίστρια δεν παρουσιάζεται ως θύμα αλλά ως ενεργό υποκείμενο που σχολιάζει με χιούμορ τις αντιξοότητες που αντιμετωπίζει. Με τον τρόπο αυτό, το γέλιο λειτουργεί ως μηχανισμός συμβολικής διαχείρισης της οικονομικής πίεσης και της κοινωνικής αβεβαιότητας. Η ειρωνική αποδοχή των δυσκολιών δεν αναιρεί την κριτική τους διάσταση· αντίθετα, επιτρέπει στους χρήστες να μοιραστούν εμπειρίες, φόβους και απογοητεύσεις μέσα από έναν κοινό κώδικα χιούμορ.

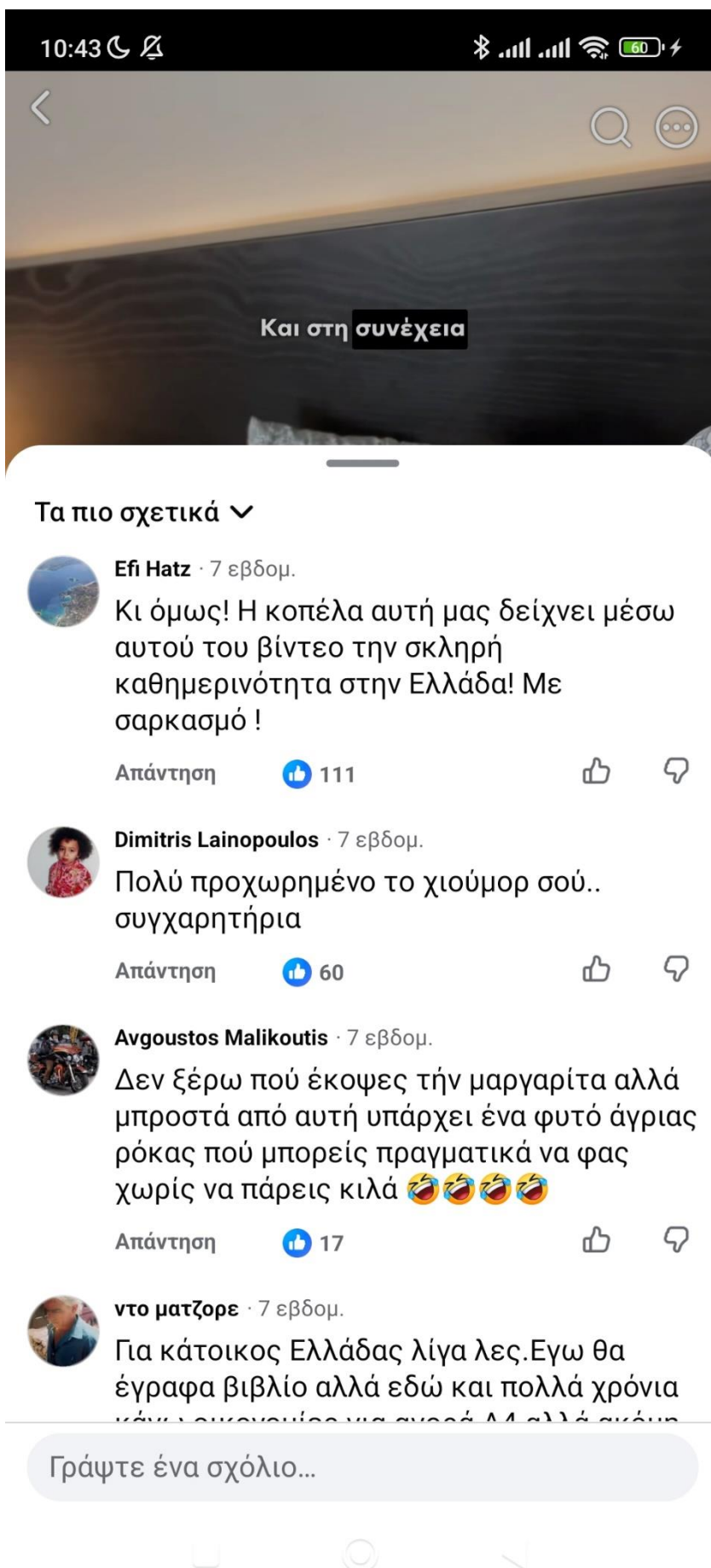


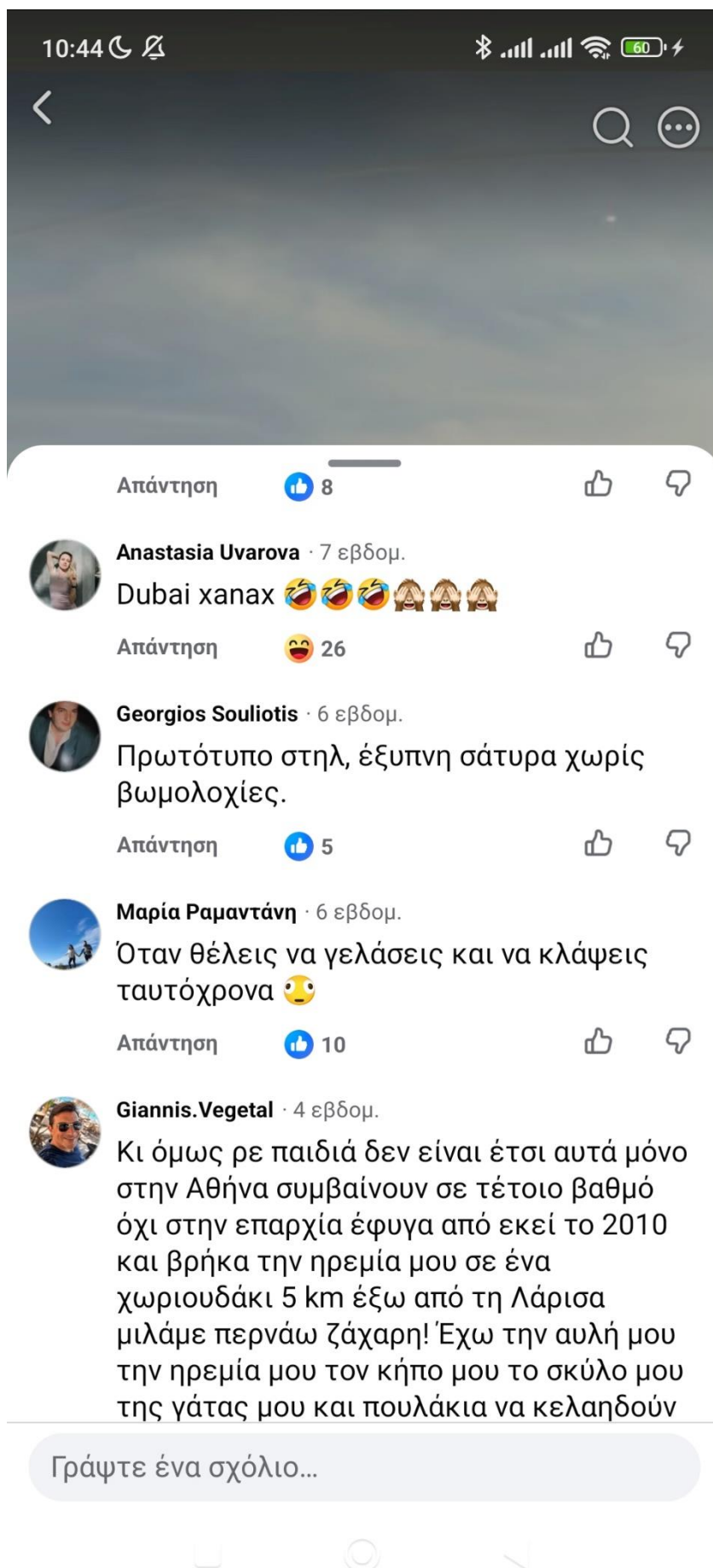


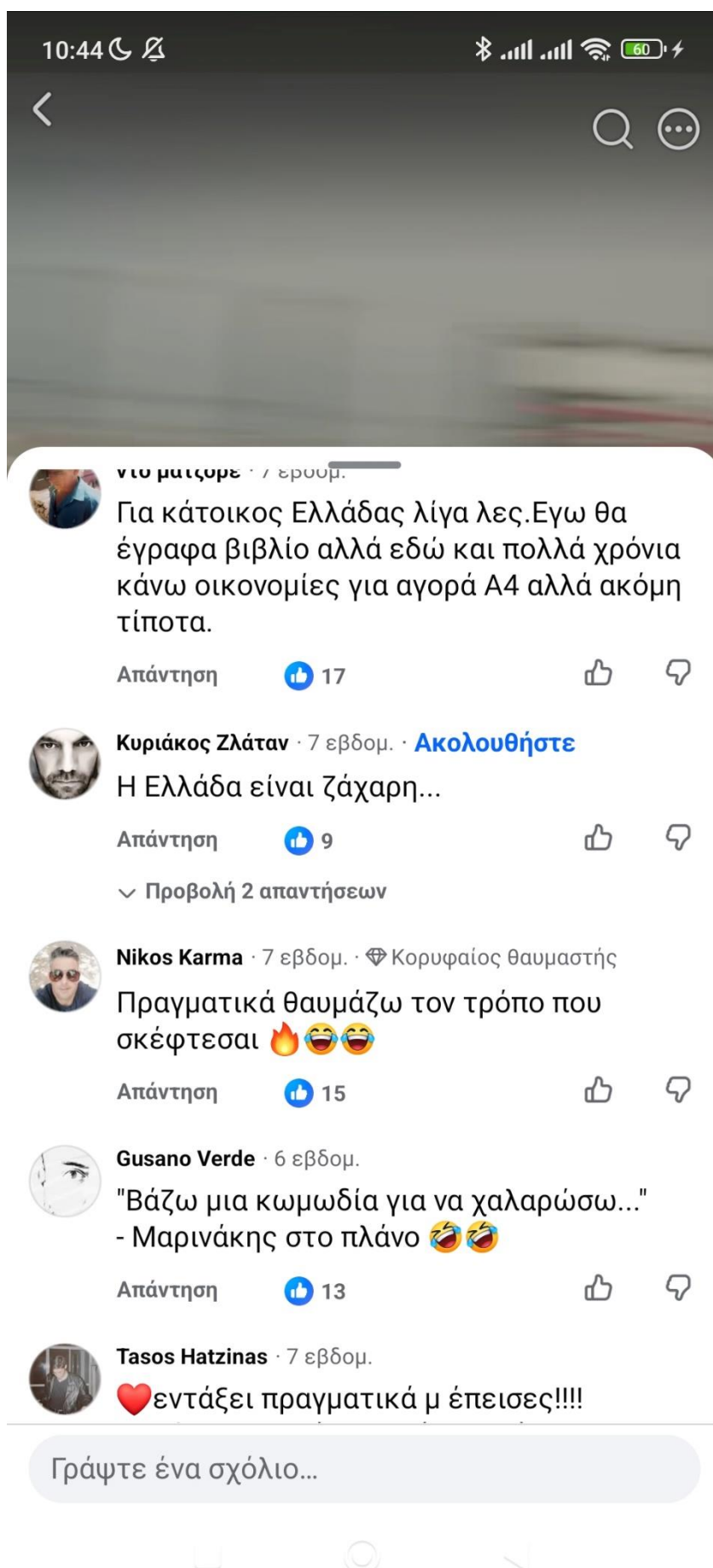












5. Ταυτότητα, σχέσεις και κοινωνικές εντάσεις στο ψηφιακό περιβάλλον

5.1. Έμφυλες αναπαραστάσεις και στερεότυπα, η ανδρική και γυναικεία τυπολογία

Ο σύγχρονος ψηφιακός λαϊκός λόγος οργανώνεται σε μεγάλο βαθμό γύρω από τυποποιημένες αναπαραστάσεις ανδρικών και γυναικείων χαρακτήρων. Στα κοινωνικά δίκτυα, οι έμφυλες ταυτότητες παρουσιάζονται συχνά μέσα από επαναλαμβανόμενες τυπολογίες που λειτουργούν ως αναγνωρίσιμοι, πλέον, κώδικες. Οι χαρακτήρες αυτοί δεν αποσκοπούν στη ρεαλιστική αναπαράσταση των φύλων αλλά στη συμπύκνωση συγκεκριμένων κοινωνικών προσδοκιών, συμπεριφορών και στερεοτύπων σε εύκολα αναγνωρίσιμες μορφές ψηφιακής αφήγησης. Οι ανδρικές τυπολογίες βασίζονται συχνά στην ειρωνική αναπαράσταση μορφών συναισθηματικής αμηχανίας, επιφανειακής αυτοπεποίθησης ή δυσκολίας επικοινωνίας. Ο «emotionally unavailable» άνδρας, ο υπερβολικά αυτάρεσκος «alpha male», ο άνδρας που αποφεύγει τη δέσμευση ή ο «αιώνιος gamer» εμφανίζονται ως επαναλαμβανόμενοι χαρακτήρες που σατιρίζουν συγκεκριμένες εκδοχές σύγχρονης αρρενωπότητας. Η γυναικεία τυπολογία περιλαμβάνει χαρακτηριστικά όπως η γυναικεία ζήλια (παθολογική ενίοτε), η «pick me» κοπέλα που αναζητά αναγνώριση, η κοπέλα που περιμένει να πληρώσει ο άντρας στο πρώτο ραντεβού κ.α. Οι φιγούρες αυτές παρουσιάζονται συχνά μέσα από υπερβολή, καρικατούρα και μιμητική δραματοποίηση. Η επιτυχία των αναπαραστάσεων βασίζεται στην αναγνωρισιμότητα και την υπερβολή. Οι τυπολογίες αυτές συνδέονται επίσης με τις μεταβαλλόμενες μορφές έμφυλης ταυτότητας στη σύγχρονη ψηφιακή κουλτούρα. Οι παραδοσιακές μορφές αρρενωπότητας και θηλυκότητας δεν παρουσιάζονται ως σταθερές και αδιαμφισβήτητες αλλά συχνά ως αντικείμενα ειρωνείας και διαπραγμάτευσης. Το χιούμορ λειτουργεί ως χώρος μέσα στον οποίο εκφράζονται αβεβαιότητες, αντιφάσεις και συγκρούσεις γύρω από τις σύγχρονες προσδοκίες φύλου. Το ψηφιακό τοπίο ορίζεται επίσης ως χώρος διαπραγμάτευσης μεταβαλλόμενων αντιλήψεων γύρω από το φύλο. Οι παραδοσιακοί έμφυλοι ρόλοι δεν παρουσιάζονται μόνο ως σταθερές κανονικότητες αλλά συχνά γίνονται αντικείμενο ειρωνείας ή αμφισβήτησης. Το χιούμορ επιτρέπει τη συνύπαρξη διαφορετικών και συχνά αντιφατικών αφηγήσεων γύρω από τη θηλυκότητα, την αρρενωπότητα και τις διαπροσωπικές σχέσεις.

Οι ψηφιακές πλατφόρμες ενισχύουν τη δημόσια έκθεση της προσωπικής και συναισθηματικής εμπειρίας. Καταστάσεις που παλαιότερα παρέμεναν περισσότερο ιδιωτικές όπως οι ερωτικές απογοητεύσεις, οι συγκρούσεις μεταξύ του ζευγαριού και οι συναισθηματικές ανασφάλειες, μετατρέπονται πλέον σε δημόσιο περιεχόμενο και εντάσσονται σε διαδικασίες συλλογικού σχολιασμού και ταύτισης. Ωστόσο, οι έμφυλες αναπαραστάσεις του ψηφιακού λαϊκού λόγου παρουσιάζουν συχνά σημαντικές αντιφάσεις. Από τη μία πλευρά, μπορούν να λειτουργήσουν ως πεδίο κριτικής απέναντι σε παγιωμένα στερεότυπα και μορφές έμφυλης ανισότητας· από την άλλη, συχνά αναπαράγουν απλουστευμένες ή υπερβολικά τυποποιημένες εικόνες γύρω από τις σχέσεις και τις συμπεριφορές των φύλων. Η ειρωνεία και η υπερβολή επιτρέπουν την ταυτόχρονη αναπαραγωγή και αμφισβήτηση των ίδιων πολιτισμικών σχημάτων.

Οι έμφυλες αφηγήσεις στο TikTok και στα κοινωνικά δίκτυα δεν αποτελούν επομένως απλώς μορφές διαδικτυακής ψυχαγωγίας. Λειτουργούν ως τρόποι συλλογικής επεξεργασίας κοινωνικών μεταβολών και συναισθηματικών εμπειριών, μέσα από τους οποίους οι χρήστες σχολιάζουν, αναπαράγουν και επαναδιαπραγματεύονται τις σύγχρονες μορφές φύλου, σχέσεων και κοινωνικής ταυτότητας.

5.1.1. Σχέσεις, dating culture και νέα ψηφιακή ορολογία

Οι εμπειρίες γνωριμιών, οι ερωτικές απογοητεύσεις, οι ασάφειες των σύγχρονων σχέσεων και οι μεταβαλλόμενοι τρόποι συναισθηματικής επικοινωνίας παρουσιάζονται μέσα από χιούμορ, ειρωνεία και σύντομες επιτελεστικές αφηγήσεις. Η ψηφιακή κουλτούρα δεν λειτουργεί μόνο ως μέσο αναπαράστασης των σχέσεων αλλά και ως χώρος μέσα στον οποίο διαμορφώνονται νέοι τρόποι κατανόησης και ονομασίας της συναισθηματικής εμπειρίας. Οι έμφυλες αναπαραστάσεις συνδέονται συχνά με τη διάδοση νέων μορφών ψηφιακής ορολογίας. Όροι όπως «red flags», «ghosting», «situationship», «love bombing» εντάσσονται σταδιακά στον καθημερινό ψηφιακό λόγο και λειτουργούν ως σύντομοι πολιτισμικοί κώδικες ερμηνείας διαπροσωπικών συμπεριφορών. Η διάδοση αυτής της ορολογίας συνδέεται άμεσα με την ανάγκη οργάνωσης και ερμηνείας της συναισθηματικής αβεβαιότητας. Οι σύγχρονες ερωτικές σχέσεις παρουσιάζονται συχνά ως ασταθείς, προσωρινές ή ασαφείς, γεγονός που ενισχύει την ανάγκη δημιουργίας νέων εννοιολογικών σχημάτων για την περιγραφή τους. Η ψηφιακή γλώσσα λειτουργεί έτσι ως πολιτισμικός μηχανισμός κατανόησης εμπειριών που εμφανίζονται ως κοινές αλλά δύσκολα οριοθετήσιμες.

Το χιούμορ γύρω από το dating culture βασίζεται συχνά στην υπερβολή και στην αυτοειρωνεία. Οι χρήστες σατιρίζουν επαναλαμβανόμενα μοτίβα ψηφιακής επικοινωνίας, όπως η καθυστέρηση απάντησης σε μηνύματα, οι ασαφείς προθέσεις, οι παράλληλες γνωριμίες ή η υπερανάλυση διαδικτυακών συμπεριφορών. Οι μικρές καθημερινές αμηχανίες των ψηφιακών σχέσεων μετατρέπονται σε κοινά πολιτισμικά σενάρια που επιτρέπουν τη συλλογική αναγνώριση. Η συναισθηματική εμπειρία παρουσιάζεται συχνά δημόσια μέσα από βίντεο, εξομολογήσεις, σατιρικές αναπαραστάσεις ή χιουμοριστικά trends. Οι χρήστες δεν μιλούν μόνο για τις σχέσεις τους αλλά επιτελούν ψηφιακά συγκεκριμένες μορφές συναισθηματικής ταυτότητας. Η απογοήτευση, η ζήλια, η ανασφάλεια ή η ειρωνική αποστασιοποίηση μετατρέπονται σε αναγνωρίσιμες περσόνες της ψηφιακής κουλτούρας. Οι σχέσεις παρουσιάζονται συχνά μέσα από λογικές κατανάλωσης και αξιολόγησης. Η ψηφιακή κουλτούρα των dating apps και των κοινωνικών δικτύων ενισχύει μορφές γρήγορης επιλογής, σύγκρισης και διαρκούς διαπραγμάτευσης της προσωπικής εικόνας. Οι χρήστες σατιρίζουν συχνά την πίεση της αυτοπαρουσίασης, την ανάγκη διαρκούς επιβεβαίωσης ή την αίσθηση ότι οι σχέσεις λειτουργούν πλέον μέσα σε λογικές «αγοράς». Οι δημιουργοί περιεχομένου συχνά παρουσιάζουν τον εαυτό τους ως «συναισθηματικά κατεστραμμένο», υπερβολικά καχύποπτο ή μόνιμα απογοητευμένο από τις σχέσεις. Ο αυτοσαρκασμός λειτουργεί ως τρόπος συλλογικής επεξεργασίας συναισθηματικών αβεβαιοτήτων και κοινωνικών προσδοκιών γύρω από την οικειότητα και τη συντροφικότητα.

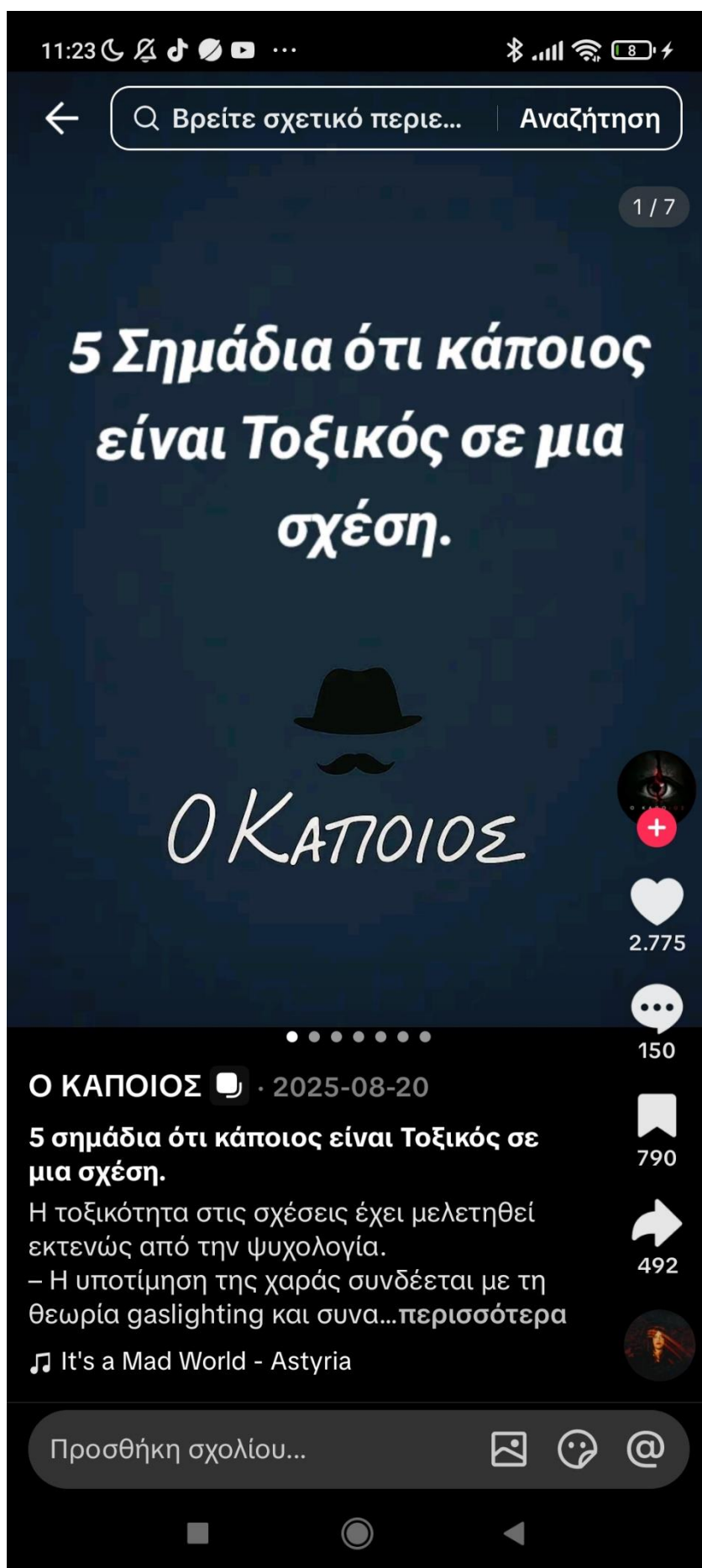
Η διαδικασία αυτή δείχνει ότι η ψηφιακή κουλτούρα δεν επηρεάζει μόνο τις μορφές επικοινωνίας αλλά και τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι κατανοούν και περιγράφουν τις προσωπικές τους σχέσεις. Οι ψηφιακές αφηγήσεις γύρω από το dating culture δεν αποτελούν επομένως απλώς μορφές χιουμοριστικού περιεχομένου. Λειτουργούν ως μηχανισμοί συλλογικής διαπραγμάτευσης της σύγχρονης συναισθηματικής εμπειρίας, μέσα από τους οποίους οι χρήστες ερμηνεύουν, σατιρίζουν και επαναπροσδιορίζουν τις μορφές σχέσης και οικειότητας στη σύγχρονη ψηφιακή κοινωνία.

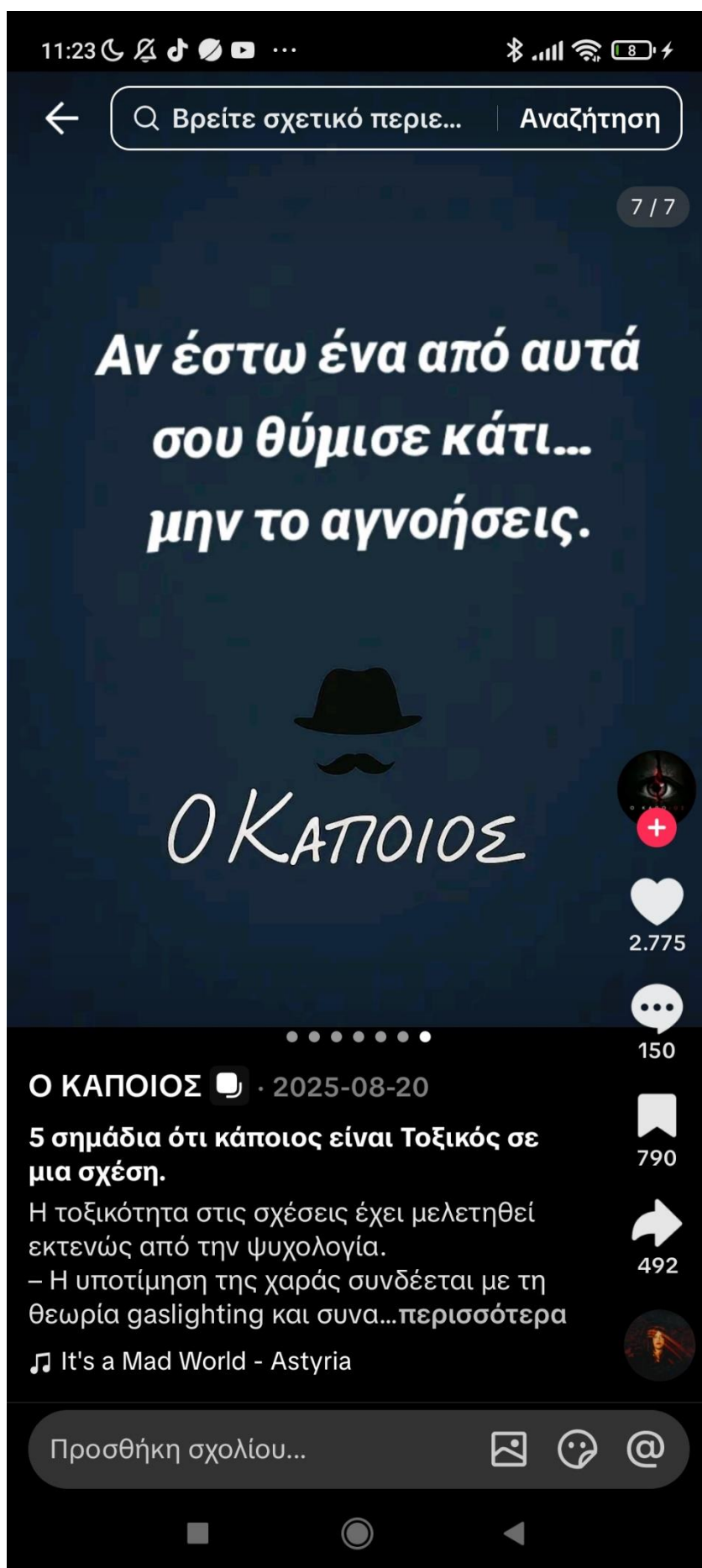
Παράδειγμα 17.

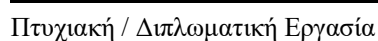
Ένα ακόμη χαρακτηριστικό πεδίο έκφρασης της σύγχρονης ψηφιακής κουλτούρας αφορά τις ερωτικές και διαπροσωπικές σχέσεις. Στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης

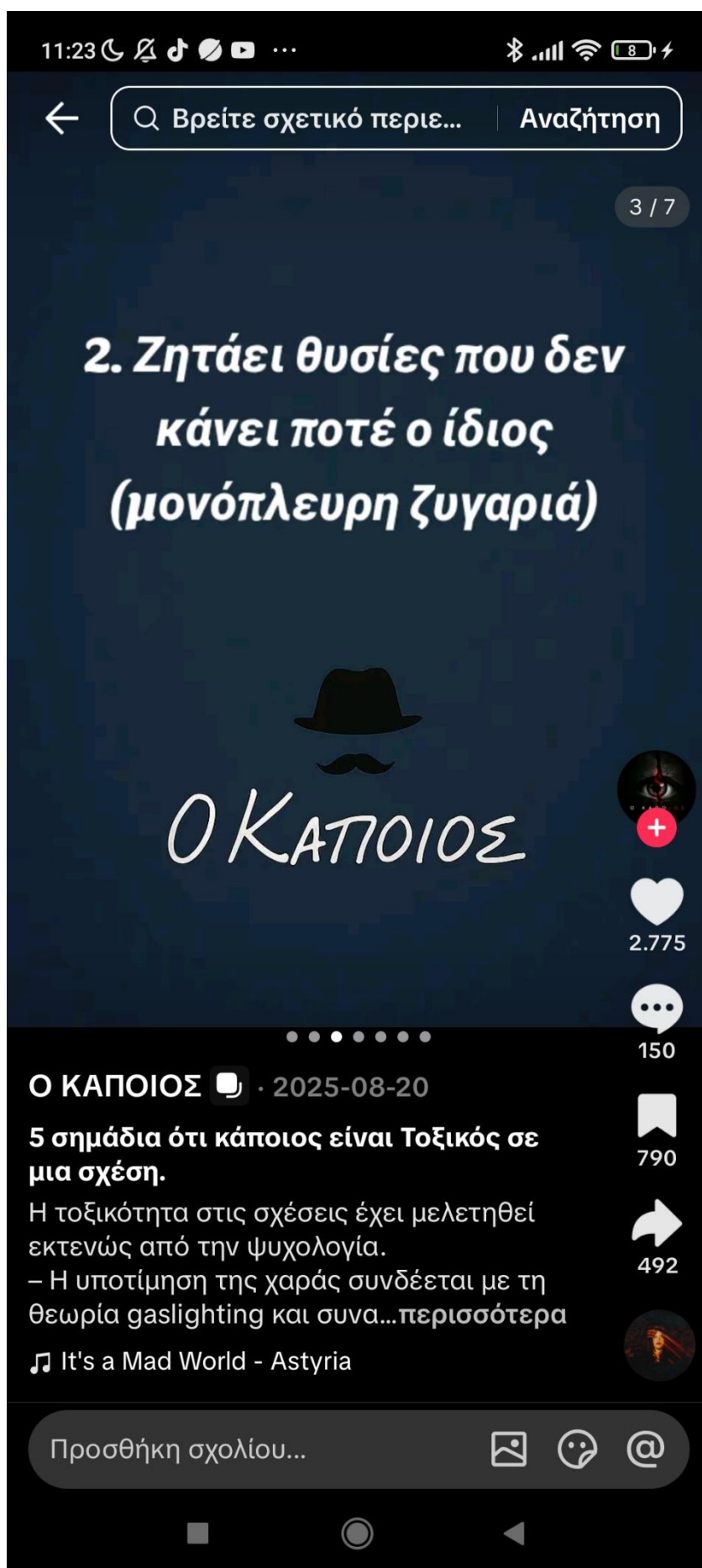
κυκλοφορεί μεγάλος αριθμός αναρτήσεων που επιχειρούν να αναγνωρίσουν και να κατηγοριοποιήσουν συμπεριφορές μέσα από όρους που προέρχονται από την ψυχολογία. Στην επόμενη ανάρτηση, για παράδειγμα, με τίτλο «5 σημάδια ότι κάποιος είναι τοξικός σε μια σχέση», παρουσιάζονται συνοπτικά πέντε συμπεριφορές, η υποτίμηση της χαράς του άλλου, η απαίτηση μονόπλευρων θυσιών, η χρήση ενοχών ως μέσου χειραγώγησης, η άρνηση ανάληψης ευθυνών και η σταδιακή απομόνωση από το κοινωνικό περιβάλλον. Η ανάρτηση δεν περιορίζεται στην περιγραφή συμπεριφορών, αλλά ενσωματώνει και σύγχρονους ψυχολογικούς όρους, όπως το gaslighting και η συναισθηματική χειραγώγηση. Με τον τρόπο αυτό λειτουργεί ως μορφή εκλαϊκευμένης ψυχολογικής γνώσης, η οποία διαδίδεται έξω από τα ακαδημαϊκά ή θεραπευτικά πλαίσια και ενσωματώνεται στον καθημερινό λόγο των χρηστών. Η διαδικασία αυτή αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της σύγχρονης ψηφιακής ψυχολογικοποίησης της εμπειρίας, κατά την οποία οι προσωπικές σχέσεις ερμηνεύονται μέσω ενός λεξιλογίου που μέχρι πρόσφατα ανήκε σχεδόν αποκλειστικά στους ειδικούς. Πολλοί χρήστες αναγνωρίζουν, στα σχόλια, προσωπικές εμπειρίες μέσα στα χαρακτηριστικά που περιγράφονται, αναφέροντας πρώην συντρόφους ή μακροχρόνιους γάμους. Άλλοι αντιμετωπίζουν το θέμα με χιούμορ, γράφοντας ότι «έτσι είναι ο γάμος» ή χρησιμοποιώντας σαρκαστικές εκφράσεις. Η συνύπαρξη σοβαρών εξομολογήσεων και χιουμοριστικών σχολίων είναι χαρακτηριστική των ψηφιακών κοινοτήτων, όπου η προσωπική εμπειρία, η δημόσια εξομολόγηση και η ψυχαγωγία συνυπάρχουν στο ίδιο επικοινωνιακό πλαίσιο.

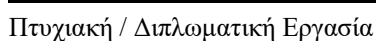
Παράλληλα, η ανάρτηση αναδεικνύει τη σημασία της νέας ψηφιακής ορολογίας στις σύγχρονες σχέσεις. Λέξεις όπως «τοξικός», «red flag», «gaslighting», «χειριστικός» ή «νάρκισσος» λειτουργούν πλέον ως πολιτισμικοί δείκτες που επιτρέπουν στους χρήστες να ονοματίζουν και να ερμηνεύουν βιώματα τα οποία παλαιότερα περιγράφονταν με πιο ασαφείς όρους. Η διάδοσή τους μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός κοινού κώδικα κατανόησης των διαπροσωπικών σχέσεων, ο οποίος ξεπερνά τα όρια της επιστημονικής γνώσης και εντάσσεται πλέον στη σύγχρονη ψηφιακή λαϊκή κουλτούρα.

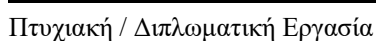


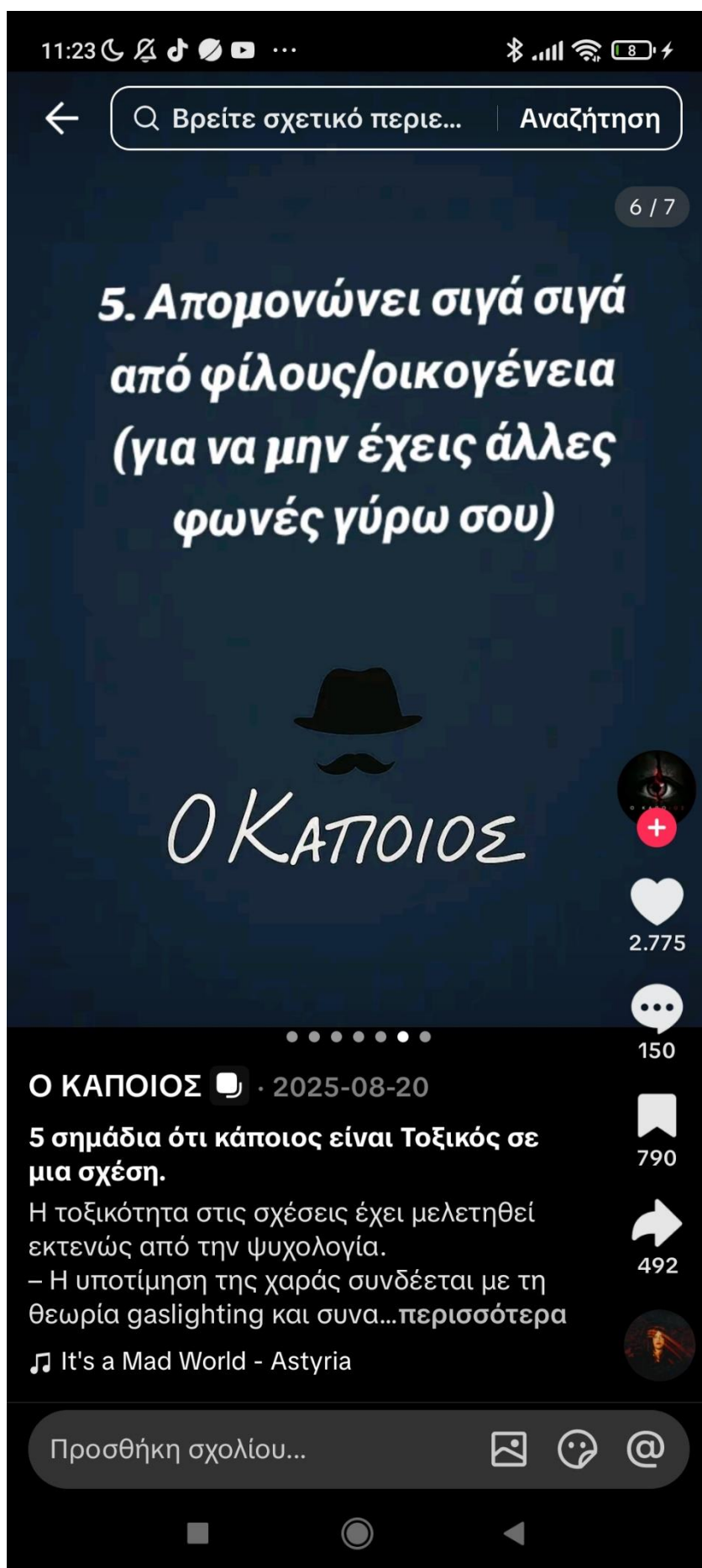


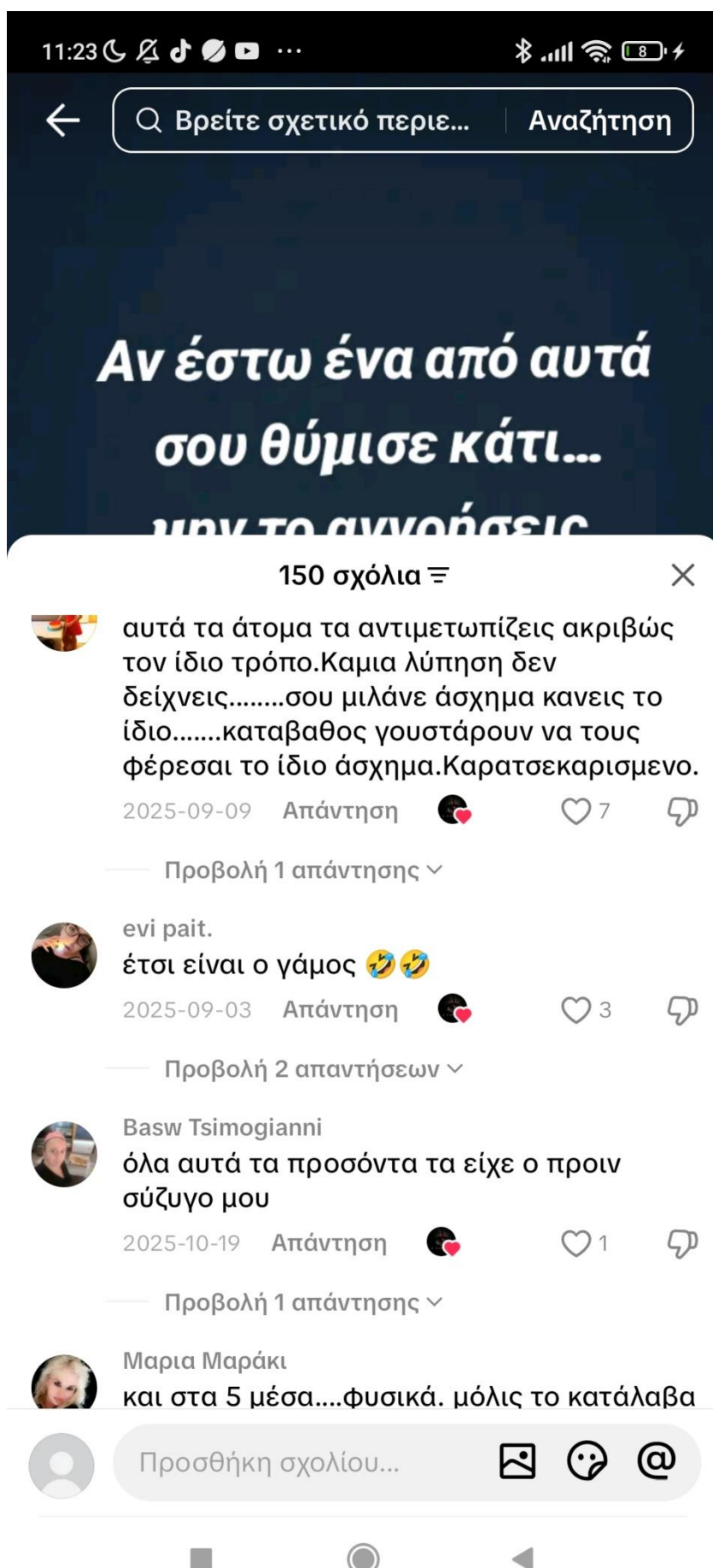


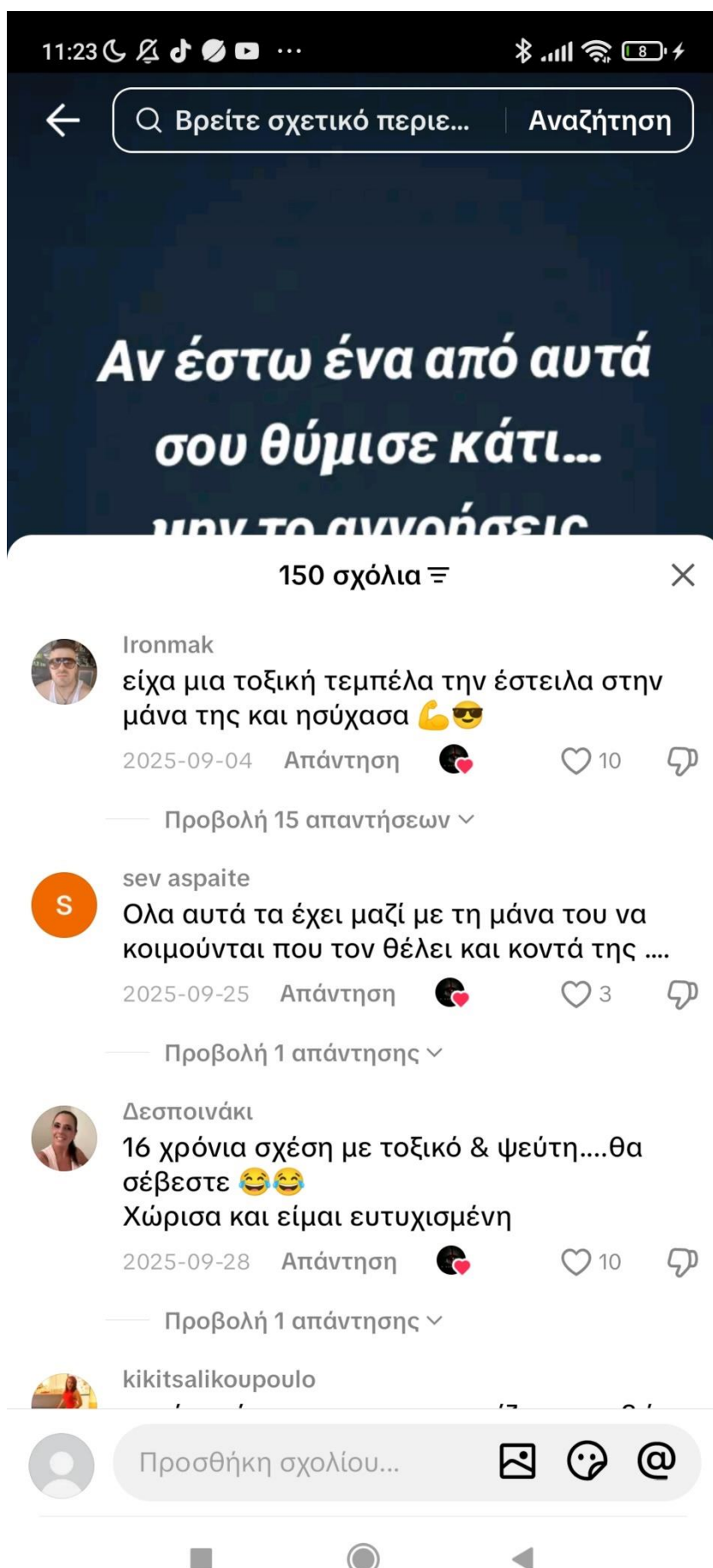












5.1.2. LGBTQ+ αναπαραστάσεις και διαδικτυακό χιούμορ

Οι LGBTQ+ ταυτότητες και εμπειρίες αποτελούν πλέον ορατό και ενεργό μέρος του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου. Στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, queer δημιουργοί περιεχομένου αλλά και ευρύτερες διαδικτυακές κοινότητες αξιοποιούν το χιούμορ, τη μίμηση και την επιτελεστικότητα για να σχολιάσουν ζητήματα ταυτότητας, κοινωνικών στερεοτύπων και καθημερινής εμπειρίας με χρήση αυτοσαρκαστικού και εσωτερικού χιούμορ (inside jokes), το οποίο βασίζεται σε κοινές εμπειρίες και πολιτισμικούς κώδικες που αναγνωρίζονται κυρίως μέσα στις ίδιες τις queer κοινότητες. Αναφορές σε coming out εμπειρίες, στερεοτυπικές οικογενειακές αντιδράσεις, ζητήματα ορατότητας ή καθημερινές κοινωνικές αμηχανίες μετατρέπονται σε σύντομα χιουμοριστικά σενάρια που επιτρέπουν τη συλλογική ταύτιση και συμμετοχή. Το TikTok ευνοεί ιδιαίτερα την επιτελεστική διαχείριση της ταυτότητας. Οι χρήστες αξιοποιούν το βίντεο, τη μουσική, τη μίμηση και τις αλλαγές ρόλων για να πειραματιστούν με μορφές φύλου, έκφρασης και αυτοπαρουσίασης. Η πλατφόρμα λειτουργεί έτσι ως χώρος μέσα στον οποίο οι ταυτότητες δεν παρουσιάζονται ως σταθερές και αμετάβλητες αλλά ως δυναμικές και επιτελεστικές μορφές κοινωνικής παρουσίας.

Οι LGBTQ+ αναπαραστάσεις συνδέονται συχνά με τη σατιρική αποδόμηση κοινωνικών στερεοτύπων. Το χιούμορ χρησιμοποιείται για να γελοιοποιήσει ομοφοβικές αντιλήψεις, έμφυλες κανονικότητες ή παραδοσιακές προσδοκίες γύρω από τη σεξουαλικότητα και τις σχέσεις. Η ειρωνική υπερβολή και η μιμητική αντιστροφή λειτουργούν ως τρόποι αμφισβήτησης κοινωνικών ιεραρχιών και στερεοτυπικών αναπαραστάσεων. Οι αφηγήσεις γύρω από την αποδοχή, την απόρριψη ή την αναζήτηση κοινότητας μετατρέπονται σε δημόσιο περιεχόμενο και αποκτούν συλλογική διάσταση μέσα από σχόλια, παραλλαγές και συμμετοχικές πρακτικές. Επιπλέον, η διαδικτυακή κουλτούρα συμβάλλει στη διάδοση νέων μορφών γλώσσας και αυτοπροσδιορισμού. Όροι που σχετίζονται με την queer εμπειρία, τη ρευστότητα φύλου ή τη σύγχρονη ταυτότητα κυκλοφορούν ευρέως μέσα από memes, trends και χιουμοριστικά βίντεο, επηρεάζοντας τον καθημερινό ψηφιακό λόγο ακόμη και πέρα από τις ίδιες τις LGBTQ+ κοινότητες. Η γλώσσα λειτουργεί εδώ ως βασικό εργαλείο πολιτισμικής ορατότητας και συλλογικής αναγνώρισης.

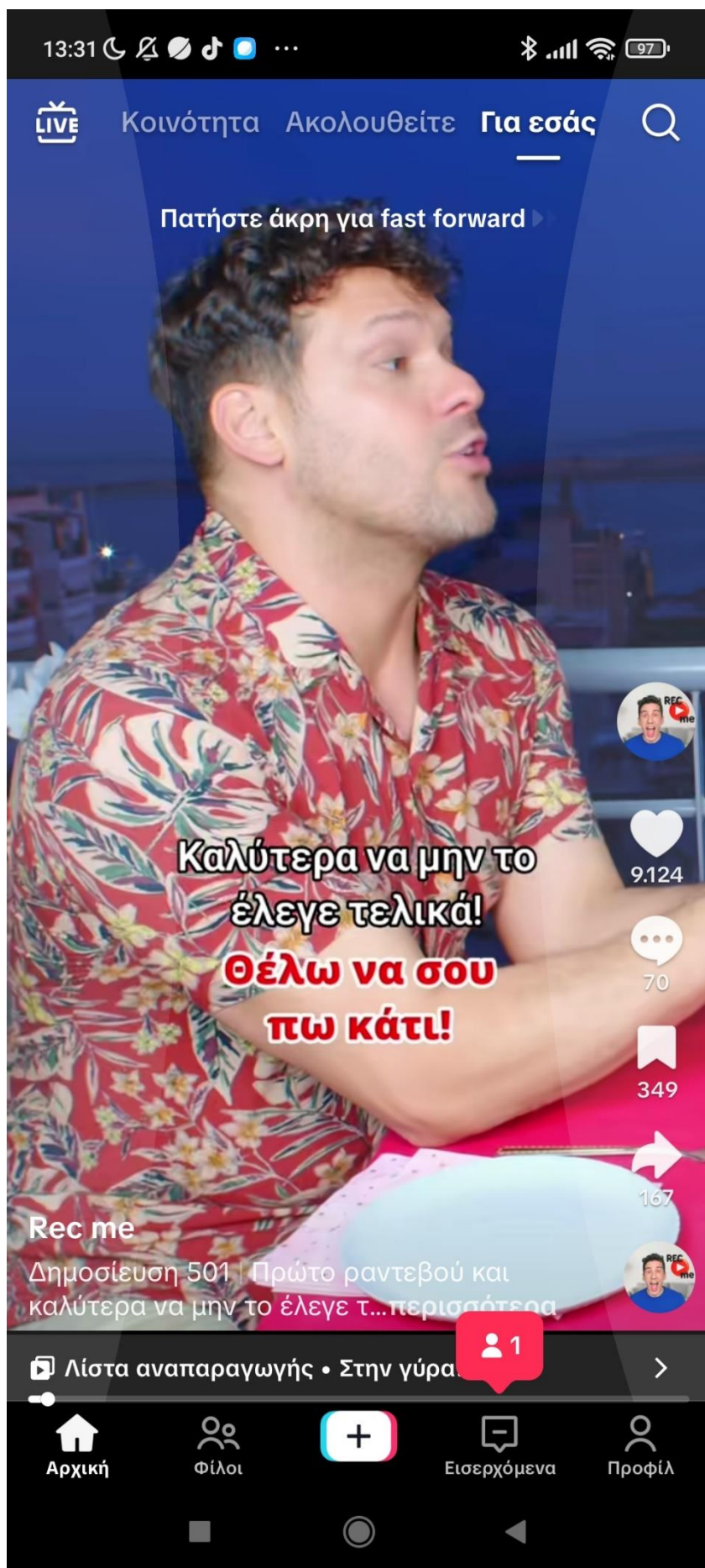
Ωστόσο, οι αναπαραστάσεις αυτές δεν λειτουργούν πάντα με απελευθερωτικό τρόπο. Η λογική της πλατφόρμας και της γρήγορης αναγνωρισιμότητας οδηγεί συχνά και

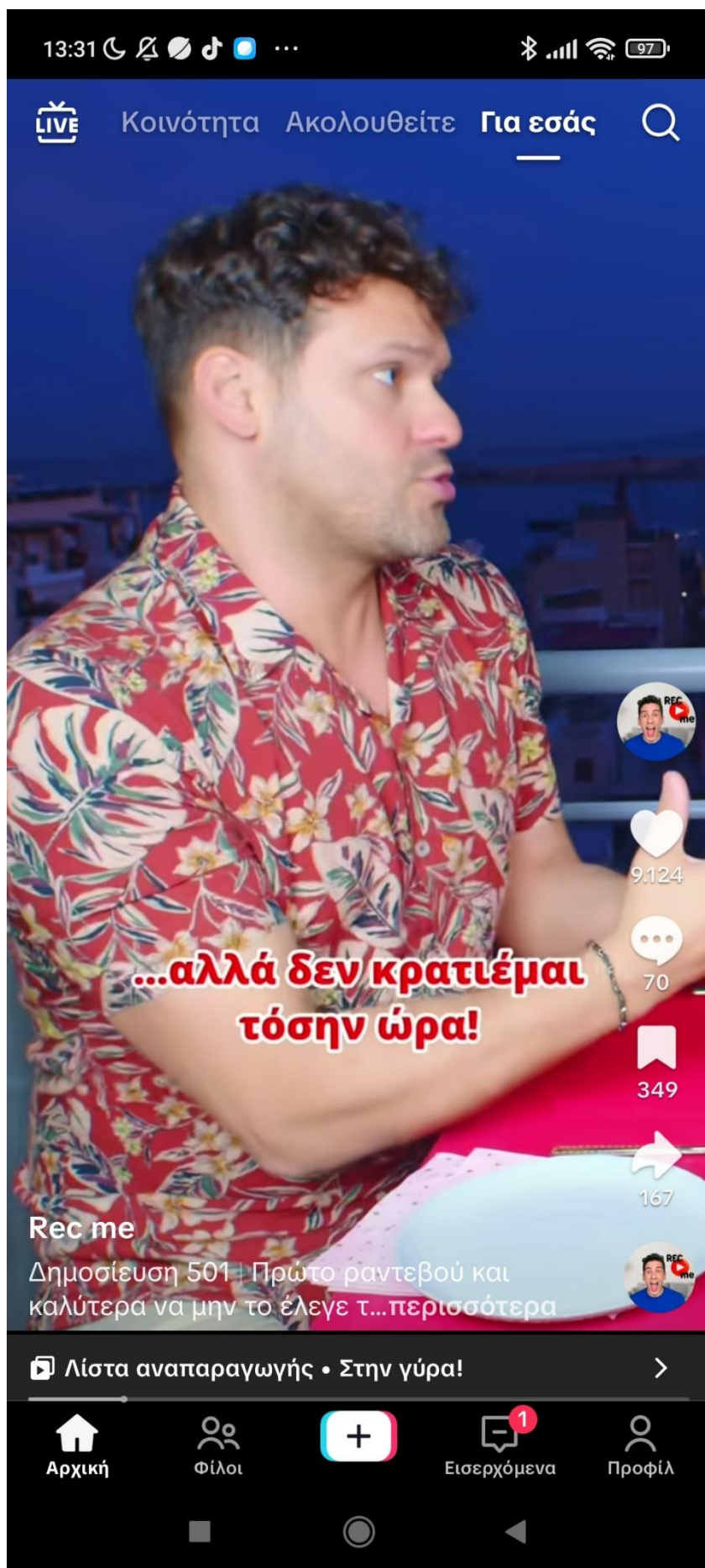
στη δημιουργία νέων στερεοτυπικών χαρακτήρων ή υπεραπλουστευμένων εικόνων γύρω από τη queer ταυτότητα. Ορισμένες μορφές έκφρασης μετατρέπονται σε «αναγνωρίσιμα ψηφιακά archetypes», γεγονός που μπορεί να ενισχύει νέες μορφές τυποποίησης μέσα στο ίδιο το περιβάλλον της ψηφιακής κουλτούρας. Παρά την αντίφαση αυτή, η παρουσία LGBTQ+ αφηγήσεων στο διαδίκτυο αποτελεί σημαντικό στοιχείο του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου. Οι queer κοινότητες δεν εμφανίζονται πλέον αποκλειστικά ως αντικείμενα εξωτερικής αναπαράστασης αλλά ως ενεργοί παραγωγοί πολιτισμικού περιεχομένου, χιούμορ και συλλογικών αφηγήσεων. Μέσα από αυτά συγκροτούνται νέες μορφές ψηφιακής κοινότητας και επαναδιατυπώνουν ζητήματα ταυτότητας και κοινωνικής ορατότητας στη σύγχρονη διαδικτυακή κουλτούρα.

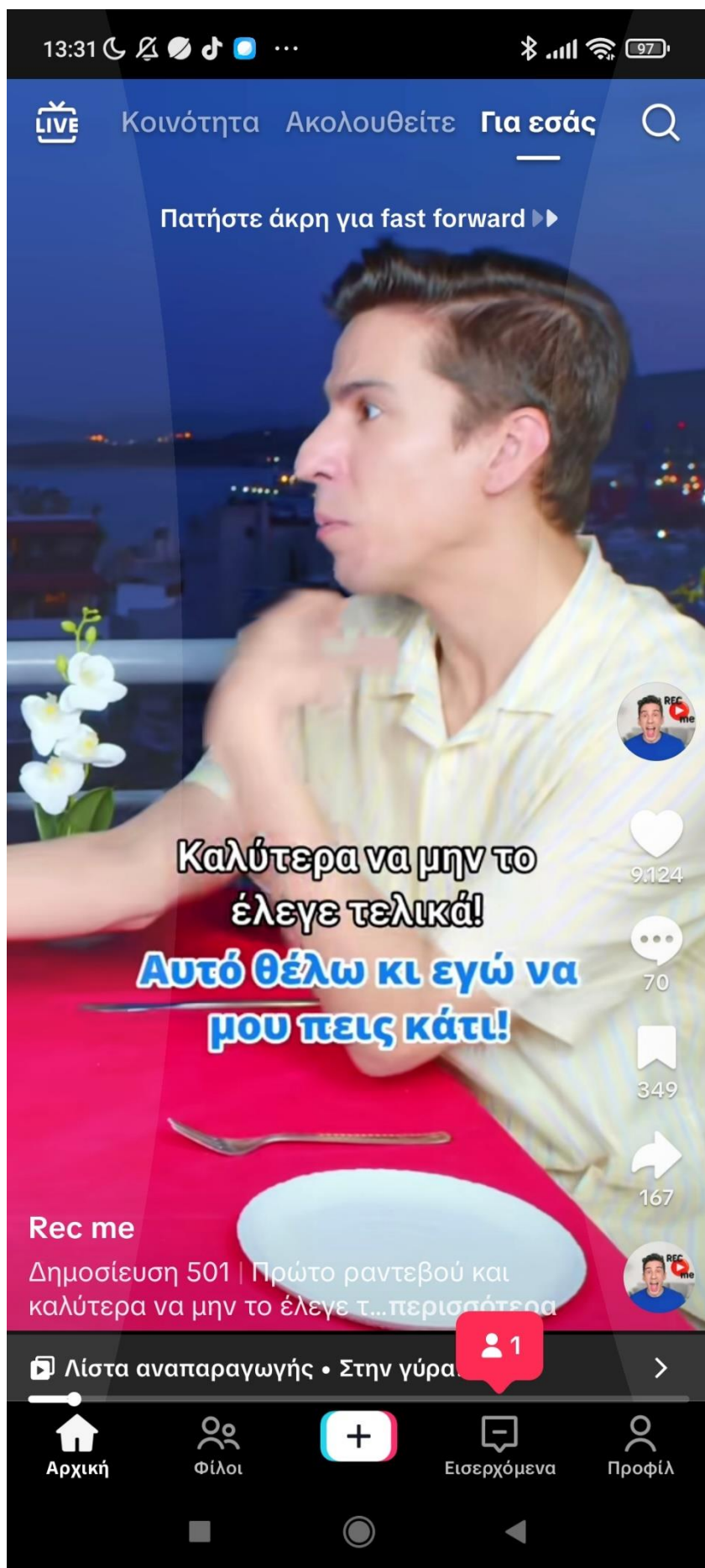
Παράδειγμα 18.

Το αμέσως επόμενο βίντεο ανήκει σε έναν ιδιαίτερα δημοφιλή δημιουργό περιεχομένου, και παρουσιάζει το πρώτο ραντεβού ενός ομόφυλου ζευγαριού. Κατά τη διάρκεια της συνάντησης, ο ένας άνδρας επαναλαμβάνει ότι θέλει να πει κάτι στον συνομιλητή του, αλλά διστάζει, δημιουργώντας σταδιακά την προσδοκία μιας προσωπικής ή ρομαντικής εξομολόγησης. Η αμηχανία εντείνεται μέσα από τις επαναλήψεις και τις αντιδράσεις του δεύτερου προσώπου, μέχρι την τελική αποκάλυψη ότι αυτό που ήθελε να του πει ήταν απλώς πως έχει μία τσίμπλα στο μάτι. Το κωμικό αποτέλεσμα βασίζεται στην απόσταση ανάμεσα στην προσδοκία που δημιουργεί η σκηνή και στην ευτελή καθημερινότητα της αποκάλυψης. Η ομοφυλοφιλική ταυτότητα των προσώπων δεν αποτελεί εδώ το αντικείμενο του αστείου ούτε απαιτεί ιδιαίτερη αφηγηματική εξήγηση. Το ομόφυλο ζευγάρι εντάσσεται σε ένα οικείο κωμικό σενάριο πρώτου ραντεβού, το οποίο θα μπορούσε να λειτουργήσει με αντίστοιχο τρόπο ανεξάρτητα από το φύλο των συμμετεχόντων. Η κωμικότητα μετατοπίζεται έτσι από τη σεξουαλική ταυτότητα στην αμηχανία, στις προσδοκίες και στις μικρές αποτυχίες της διαπροσωπικής επικοινωνίας. Πρόκειται για μια μορφή καθημερινής κανονικοποίησης της LGBTQ+ παρουσίας στο ψηφιακό περιεχόμενο όπου οι χαρακτήρες δεν εμφανίζονται αποκλειστικά ως φορείς μιας ταυτότητας που πρέπει να εξηγηθεί ή να υπερασπιστεί, αλλά ως πρόσωπα που συμμετέχουν στις ίδιες κωμικές καταστάσεις της καθημερινότητας.

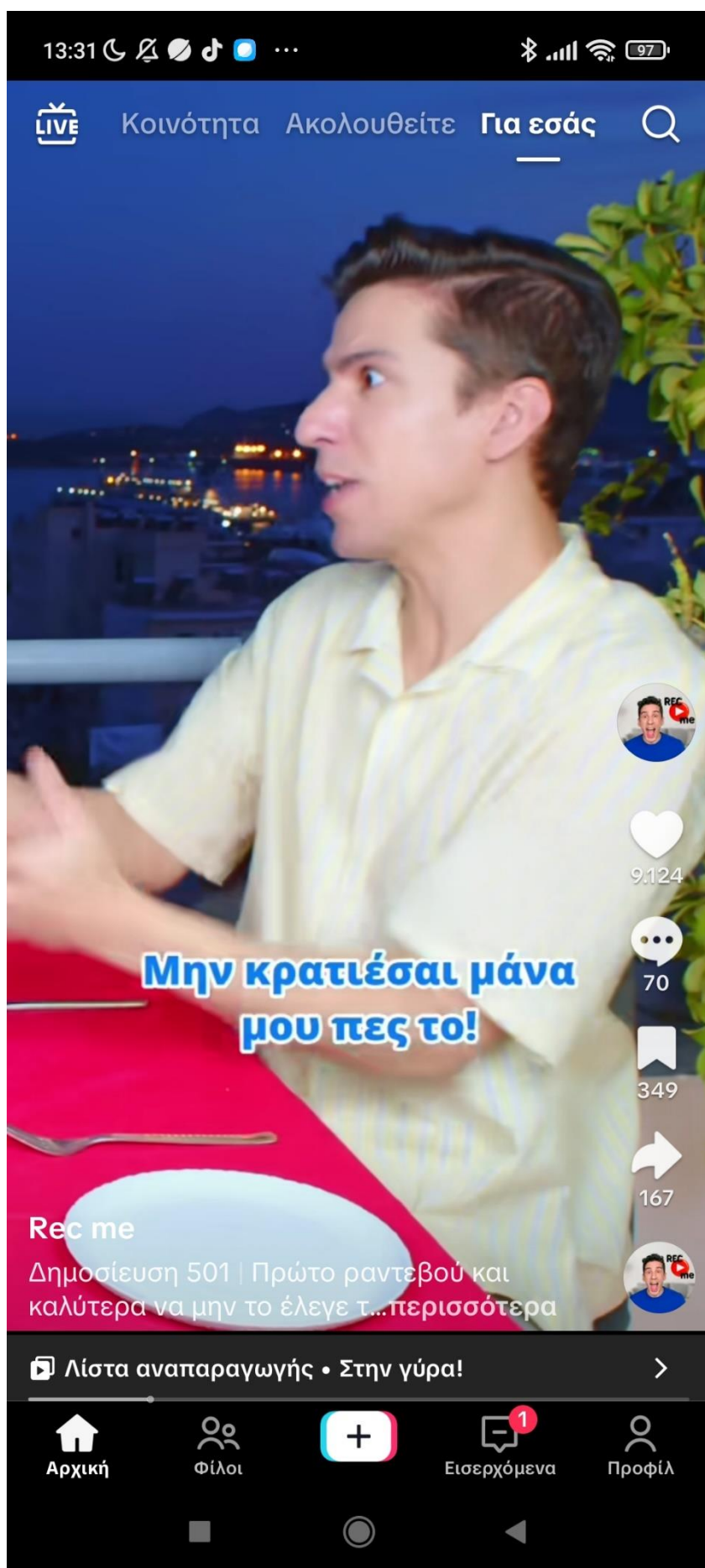
Η πρόσληψη του βίντεο από το κοινό φαίνεται να επικεντρώνεται κυρίως στην κωμική ανατροπή και στην αποτελεσματικότητα της ερμηνείας, με γέλια, θετικές αντιδράσεις και επανάληψη της χαρακτηριστικής φράσης «μην κρατιέσαι». Η αντίδραση αυτή ενισχύει την παρατήρηση ότι, στη συγκεκριμένη περίπτωση, το κοινό προσλαμβάνει πρωτίστως το περιεχόμενο ως κωμικό σκετς σχέσεων και όχι ως ειδικό ή περιθωριακό «LGBTQ+ περιεχόμενο».

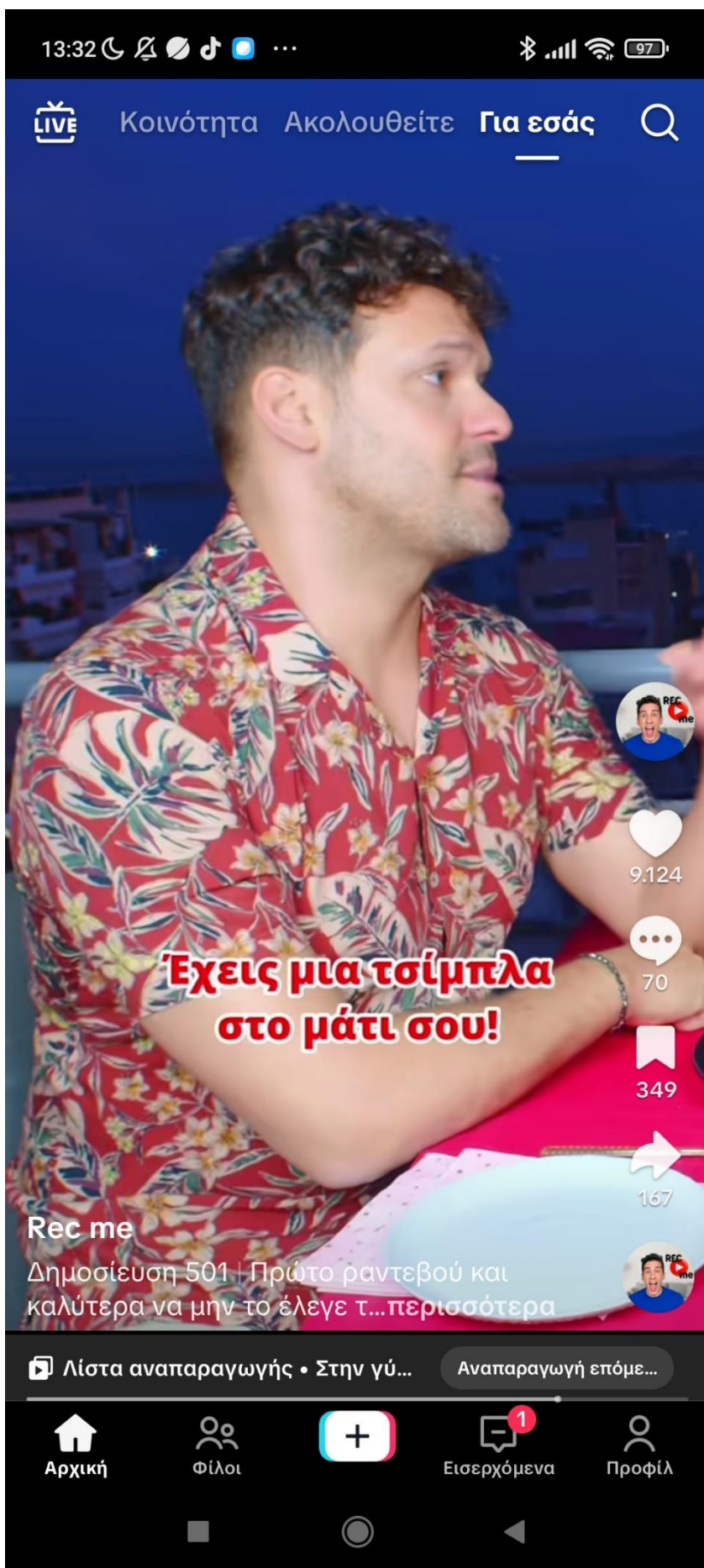


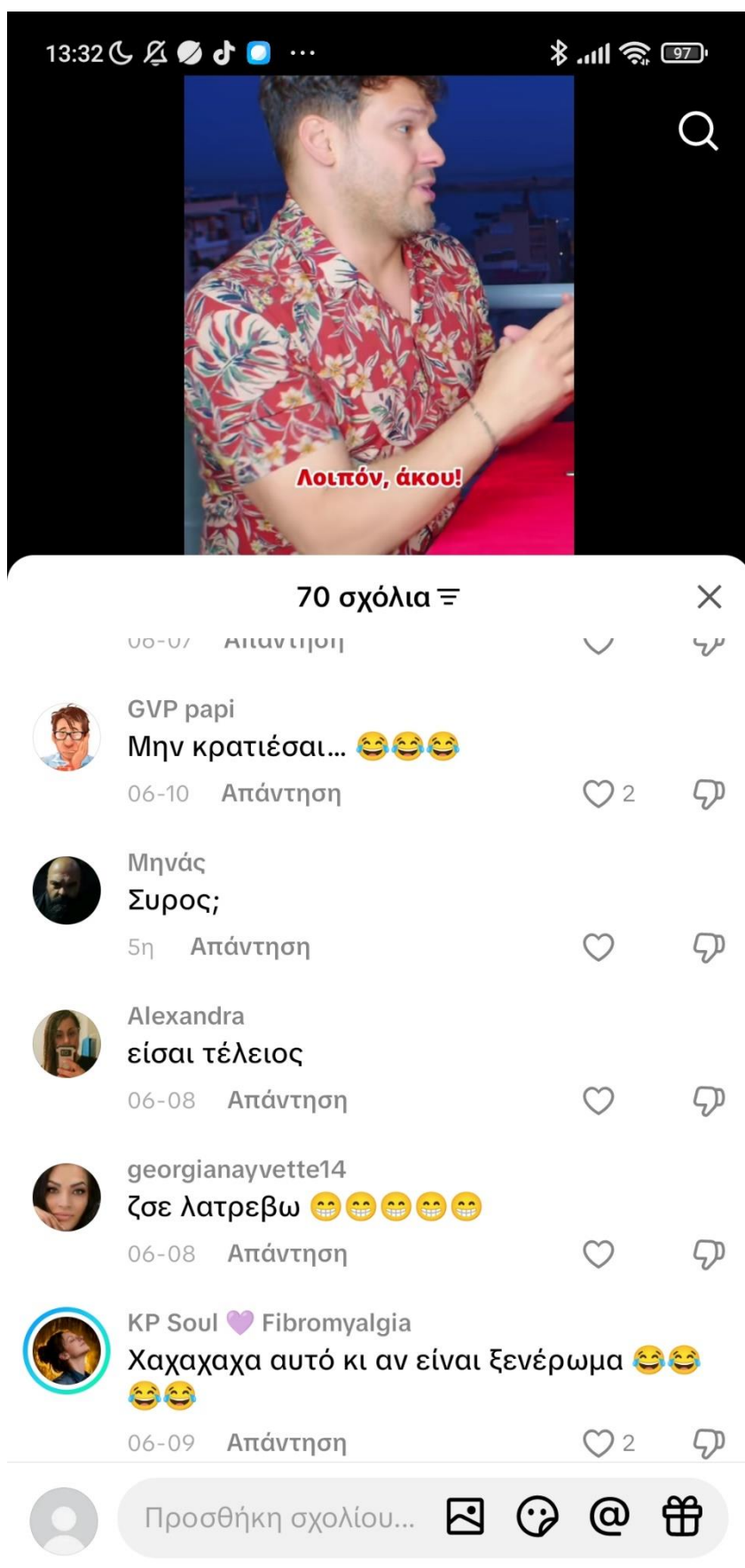


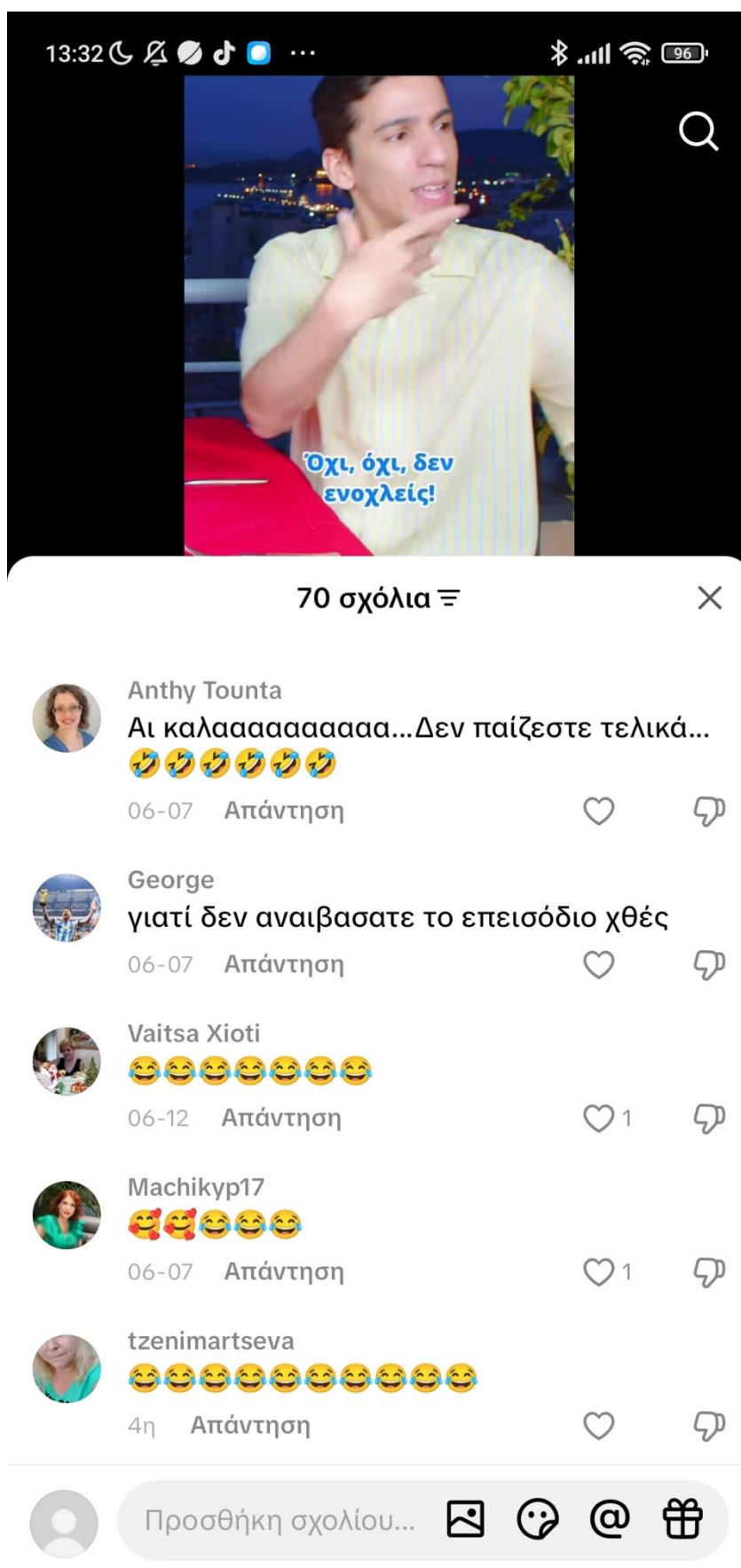












5.2. Ψυχολογικοποίηση του καθημερινού λόγου

Ένα από τα πιο χαρακτηριστικά στοιχεία του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λόγου είναι η αυξανόμενη χρήση ψυχολογικής και θεραπευτικής ορολογίας στην περιγραφή της καθημερινής εμπειρίας. Όροι που προέρχονται από την ψυχολογία, την ψυχοθεραπεία ή τη διαδικτυακή κουλτούρα αυτοβοήθειας ενσωματώνονται πλέον συστηματικά στον καθημερινό λόγο των χρηστών και χρησιμοποιούνται για την ερμηνεία σχέσεων, συμπεριφορών και συναισθηματικών καταστάσεων. Η διαδικασία αυτή συνιστά μορφή «ψυχολογικοποίησης» της καθημερινότητας, μέσα από την οποία οι κοινωνικές και προσωπικές εμπειρίες μεταφράζονται ολοένα περισσότερο σε ψυχολογικούς όρους. Έννοιες όπως «τοξικότητα», «trauma», «gaslighting», «narcissism», «attachment issues» ή «burnout» χρησιμοποιούνται όχι μόνο σε σοβαρά συμφραζόμενα αλλά και ως στοιχεία καθημερινού ψηφιακού σχολιασμού. Οι χρήστες περιγράφουν διαπροσωπικές συγκρούσεις, ερωτικές απογοητεύσεις ή εργασιακές πιέσεις αξιοποιώντας λεξιλόγιο που μέχρι πρόσφατα ανήκε κυρίως σε εξειδικευμένα θεραπευτικά ή επιστημονικά πλαίσια. Η διάδοση αυτής της γλώσσας συνδέεται άμεσα με τη μαζική κυκλοφορία ψυχολογικού περιεχομένου στις ψηφιακές πλατφόρμες. Συμβουλές ψυχικής υγείας, σύντομα «therapy TikToks», αυτοδιαγνωστικά βίντεο ή αφηγήσεις προσωπικής θεραπευτικής εμπειρίας αποτελούν ιδιαίτερα δημοφιλείς μορφές περιεχομένου. Η ψυχολογική γνώση μετατρέπεται έτσι σε ευρέως προσβάσιμο υλικό που επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες αντιλαμβάνονται και περιγράφουν την καθημερινή ζωή.

Παράλληλα, η ψυχολογικοποίηση λειτουργεί και ως μηχανισμός πολιτισμικής κατηγοριοποίησης. Οι σύνθετες κοινωνικές σχέσεις μεταφράζονται συχνά σε σύντομα ψυχολογικά labels που επιτρέπουν την άμεση ερμηνεία συμπεριφορών. Ο «νάρκισσος», το «τοξικό άτομο» ή το «emotionally unavailable άτομο» λειτουργούν ως εύκολα αναγνωρίσιμες πολιτισμικές κατηγορίες που οργανώνουν τον καθημερινό ψηφιακό λόγο. Η ειρωνική χρήση ψυχολογικής γλώσσας επιτρέπει την ταυτόχρονη αναγνώριση και αποστασιοποίηση από προσωπικές δυσκολίες ή κοινωνικές πιέσεις. Οι νεότερες γενιές εμφανίζονται περισσότερο εξοικειωμένες με θεραπευτική ορολογία και πρακτικές συναισθηματικής αυτοανάλυσης, γεγονός που αντανakλάται και στον ψηφιακό λόγο. Η ψυχική υγεία παρουσιάζεται ως βασικό στοιχείο προσωπικής ταυτότητας και κοινωνικής εμπειρίας, ενώ η δημόσια συζήτηση γύρω από το άγχος, την εξουθένωση ή τη

συναισθηματική δυσκολία εμφανίζεται περισσότερο κανονικοποιημένη σε σχέση με παλαιότερες γενιές.

Η διάδοση της ψυχολογικής γλώσσας παρουσιάζει και σημαντικές αντιφάσεις. Από τη μία πλευρά, συμβάλλει στην αυξημένη ορατότητα ζητημάτων ψυχικής υγείας και στη δυνατότητα δημόσιας έκφρασης συναισθηματικών εμπειριών· από την άλλη, η υπεραπλουστευμένη χρήση ψυχολογικών όρων μπορεί να οδηγεί σε επιφανειακή κατανόηση σύνθετων κοινωνικών και προσωπικών ζητημάτων. Η γρήγορη ψηφιακή κατηγοριοποίηση των σχέσεων και των συμπεριφορών συχνά παραγνωρίζει τις κοινωνικές, πολιτισμικές και ιστορικές διαστάσεις της ανθρώπινης εμπειρίας. Η αυξανόμενη παρουσία θεραπευτικής και ψυχολογικής ορολογίας στον ψηφιακό λαϊκό λόγο δείχνει ότι οι σύγχρονες μορφές επικοινωνίας δεν οργανώνονται πλέον μόνο γύρω από κοινωνικές ή πολιτικές κατηγορίες αλλά και γύρω από τρόπους συναισθηματικής κατανόησης του εαυτού και των σχέσεων.

5.2.1. «Τοξικότητα», *gaslighting* και *narcissism*

Οι έννοιες της «τοξικότητας», του «*gaslighting*» και του «*narcissism*» είναι από τις πιο αναγνωρίσιμες περιγραφές που χρησιμοποιούνται στην επεξήγηση διαπροσωπικών σχέσεων και κοινωνικών συμπεριφορών. Οι όροι αυτοί έχουν πλέον ενσωματωθεί στον καθημερινό διαδικτυακό λόγο και λειτουργούν ως βασικά εργαλεία ερμηνείας της ανθρώπινης συμπεριφοράς στις ψηφιακές πλατφόρμες. Η έννοια της «τοξικότητας» χρησιμοποιείται συχνά ως γενικός χαρακτηρισμός για σχέσεις, συμπεριφορές ή περιβάλλοντα που θεωρούνται ψυχολογικά επιβαρυντικά ή συναισθηματικά εξαντλητικά. Στα κοινωνικά δίκτυα, η λέξη εμφανίζεται σε βίντεο που αφορούν ερωτικές σχέσεις, οικογενειακές συγκρούσεις, φιλίες ή ακόμη και εργασιακές εμπειρίες. Η ευρύτητα της χρήσης της έχει οδηγήσει στη μετατροπή της σε καθημερινή πολιτισμική κατηγορία, μέσω της οποίας οι χρήστες οργανώνουν και περιγράφουν κοινωνικές εμπειρίες. Ο όρος «*gaslighting*» χρησιμοποιείται για να περιγράψει μορφές ψυχολογικής χειραγώγησης ή αμφισβήτησης της προσωπικής αντίληψης και εμπειρίας. Αν και η έννοια έχει σαφές ψυχολογικό υπόβαθρο, στη διαδικτυακή χρήση της συχνά αποκτά ευρύτερο και περισσότερο χαλαρό χαρακτήρα. Απλές διαφωνίες, αντιφάσεις ή συγκρούσεις μπορεί να περιγράφονται ως «*gaslighting*», γεγονός που δείχνει τη μετατόπιση του όρου από εξειδικευμένο ψυχολογικό λεξιλόγιο σε στοιχείο της καθημερινής διαδικτυακής επικοινωνίας. Αντίστοιχα, ο όρος «*narcissist*» ή «νάρκισσος» χρησιμοποιείται ευρέως για

να περιγράψει πρόσωπα που θεωρούνται εγωκεντρικά, συναισθηματικά χειριστικά ή υπερβολικά επικεντρωμένα στον εαυτό τους. Στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, η λέξη χρησιμοποιείται συχνά με ιδιαίτερα γενικευμένο τρόπο, μετατρέπόμενη από ψυχιατρικό ή κλινικό όρο σε καθημερινή πολιτισμική ετικέτα για ανεπιθύμητες συμπεριφορές.

Το TikTok συμβάλλει σημαντικά στη διάδοση αυτών των εννοιών μέσω σύντομων βίντεο που παρουσιάζουν «σημάδια τοξικότητας», «ενδείξεις gaslighting» ή «χαρακτηριστικά narcissistic συμπεριφοράς». Η πληροφορία οργανώνεται συνήθως σε σύντομες λίστες ή απλουστευμένα ερμηνευτικά σχήματα που ευνοούν τη γρήγορη αναγνώριση και τη συναισθηματική ταύτιση του κοινού. Η πλατφόρμα λειτουργεί έτσι ως χώρος μαζικής εκλαΐκευσης ψυχολογικών κατηγοριών. Στη διάδοση αυτών των όρων συμβάλλει και η λογική της προσωπικής αφήγησης. Πολλοί χρήστες μοιράζονται εμπειρίες σχέσεων ή οικογενειακών συγκρούσεων χρησιμοποιώντας θεραπευτική ορολογία για να περιγράψουν όσα βίωσαν. Οι αφηγήσεις αυτές δημιουργούν αίσθηση συλλογικής αναγνώρισης και ενισχύουν τη διάδοση της συγκεκριμένης γλώσσας ως καθημερινού τρόπου κατανόησης της κοινωνικής εμπειρίας. Η χρήση αυτών των όρων συνδέεται στενά με τη διαδικτυακή κουλτούρα αυτοπροστασίας και συναισθηματικών ορίων. Η ανάγκη απομάκρυνσης από «τοξικούς ανθρώπους», η προστασία της ψυχικής υγείας και η καλλιέργεια «healthy boundaries» παρουσιάζονται συχνά ως βασικές αξίες της σύγχρονης ψηφιακής κουλτούρας. Η θεραπευτική γλώσσα λειτουργεί έτσι όχι μόνο ως εργαλείο περιγραφής αλλά και ως μηχανισμός ηθικής αξιολόγησης των κοινωνικών σχέσεων. Η ευρεία και συχνά απλουστευμένη χρήση αυτών των εννοιών δημιουργεί και σημαντικά προβλήματα. Η μετατροπή σύνθετων ψυχολογικών ή ψυχιατρικών όρων σε καθημερινές διαδικτυακές ετικέτες οδηγεί συχνά σε υπεραπλούστευση των ανθρώπινων σχέσεων και σε επιφανειακή κατηγοριοποίηση συμπεριφορών. Παράλληλα, κοινωνικές ή διαπροσωπικές συγκρούσεις αντιμετωπίζονται ολοένα περισσότερο μέσα από ατομικά ψυχολογικά σχήματα και λιγότερο ως αποτέλεσμα ευρύτερων κοινωνικών ή πολιτισμικών συνθηκών. Οι όροι «τοξικότητα», «gaslighting» και «narcissism», παρόλη την υπερβολική χρήση τους, αποτελούν πλέον βασικά στοιχεία του σύγχρονου ψηφιακού λαϊκού λεξιλογίου. Η διάδοσή τους αποκαλύπτει τον τρόπο με τον οποίο η ψυχολογική γλώσσα έχει ενσωματωθεί στις καθημερινές μορφές ψηφιακής επικοινωνίας και έχει μετατραπεί σε κυρίαρχο εργαλείο ερμηνείας των διαπροσωπικών σχέσεων στη σύγχρονη διαδικτυακή κουλτούρα.

5.2.2. Η διάδοση ψυχολογικών όρων ως λαϊκού λεξιλογίου

Η ενσωμάτωση ψυχολογικών όρων στον καθημερινό ψηφιακό λόγο αποτελεί ένα από τα πιο χαρακτηριστικά φαινόμενα της σύγχρονης διαδικτυακής κουλτούρας. Λέξεις και εκφράσεις που προέρχονται από την ψυχολογία, την ψυχοθεραπεία ή τη γλώσσα της αυτοβοήθειας χρησιμοποιούνται πλέον ευρέως σε memes, σχόλια, βίντεο και καθημερινές διαδικτυακές συνομιλίες. Η διαδικασία αυτή συνδέεται στενά με τη μαζική διάδοση ψυχολογικού περιεχομένου μέσω των κοινωνικών δικτύων. Το TikTok, το Instagram και άλλες πλατφόρμες φιλοξενούν μεγάλο αριθμό βίντεο που παρουσιάζουν ψυχολογικές έννοιες με σύντομο και εύκολα κατανοητό τρόπο. Η γλώσσα της ψυχικής υγείας μετατρέπεται έτσι σε προσβάσιμο πολιτισμικό υλικό που κυκλοφορεί πέρα από τα όρια της επιστημονικής κοινότητας. Οι όροι αυτοί μετατοπίζονται από το εξειδικευμένο στο καθημερινό επίπεδο χρήσης. Εκφράσεις όπως «triggered», «trauma response», «attachment issues», «anxiety», «coping mechanism» χρησιμοποιούνται πλέον όχι μόνο για την περιγραφή κλινικών ή θεραπευτικών καταστάσεων αλλά και για καθημερινές κοινωνικές εμπειρίες. Η ψυχολογική γλώσσα μετατρέπεται σε κοινό εργαλείο ερμηνείας της ανθρώπινης συμπεριφοράς.

Στο TikTok είναι ιδιαίτερα αισθητή αυτή η γλωσσική διάδοση λόγω της μορφής και της ταχύτητας της πλατφόρμας. Οι σύντομες αφηγήσεις, οι λίστες «σημάτων» και τα επαναλαμβανόμενα αφηγηματικά formats επιτρέπουν τη γρήγορη αναγνώριση και αναπαραγωγή συγκεκριμένων όρων. Οι χρήστες μαθαίνουν, επαναλαμβάνουν και προσαρμόζουν ψυχολογικές εκφράσεις μέσα από τη συνεχή έκθεσή τους σε viral περιεχόμενο. Παράλληλα, οι ψυχολογικοί όροι αποκτούν και χιουμοριστική λειτουργία. Σε πολλά memes και βίντεο, η θεραπευτική ορολογία χρησιμοποιείται ειρωνικά ή αυτοσαρκαστικά, συμβάλλοντας στη δημιουργία κοινών πολιτισμικών κωδίκων. Οι χρήστες δημιουργούν μορφές συλλογικής ταύτισης μέσα από την κοινή χρήση της ψυχολογικής γλώσσας. Το νέο αυτό λεξιλόγιο έχει και κοινωνική λειτουργία αφού οι ψυχολογικοί όροι προσφέρουν στους χρήστες τρόπους να περιγράψουν εμπειρίες που παλαιότερα παρέμεναν αδιατύπωτες ή δυσκολότερα εκφράσιμες. Η γλώσσα της ψυχικής υγείας λειτουργεί έτσι ως μέσο αναγνώρισης, κατανόησης και κοινοποίησης συναισθηματικών εμπειριών, ταυτόχρονα, η διάδοση αυτών των όρων συνδέεται και με τη διαμόρφωση νέων μορφών ψηφιακής ταυτότητας. Οι χρήστες παρουσιάζουν συχνά τον εαυτό τους μέσα από ψυχολογικές κατηγορίες ή συναισθηματικές περιγραφές,

ενσωματώνοντας θεραπευτική ορολογία στην καθημερινή αυτοπαρουσίαση. Η ψυχική κατάσταση μετατρέπεται έτσι σε στοιχείο δημόσιας ψηφιακής επιτέλεσης.

Παρόλ' αυτά η μετατροπή ψυχολογικών όρων σε λαϊκό λεξιλόγιο δημιουργεί και μια σειρά από προβλήματα η συνεχής χρήση και υπερχρήση επιστημονικών εννοιών συχνά οδηγεί σε απώλεια της αρχικής σημασίας τους ή σε υπεραπλουστευμένες ερμηνείες σύνθετων εμπειριών. Ψυχολογικές κατηγορίες χρησιμοποιούνται συχνά ως εύκολες ετικέτες για την περιγραφή ανθρώπων και σχέσεων, περιορίζοντας την πολυπλοκότητα της κοινωνικής πραγματικότητας ενώ η αλγοριθμική λογική των πλατφορμών ενισχύει περιεχόμενο που είναι συναισθηματικά αναγνωρίσιμο και εύκολα διαμοιράσιμο. Η ψυχολογική γλώσσα προσαρμόζεται έτσι στις απαιτήσεις της viral επικοινωνίας, γεγονός που συχνά ευνοεί την απλοποίηση, τη δραματοποίηση και τη γρήγορη συναισθηματική κατανάλωση.

5.3. Εθνικά στερεότυπα και διαπολιτισμική σάτιρα

Η ψηφιακή κουλτούρα του TikTok και των κοινωνικών δικτύων αποτελεί σημαντικό πεδίο αναπαραγωγής, επαναδιαπραγμάτευσης και σατιρικής επεξεργασίας εθνικών στερεοτύπων και πολιτισμικών ταυτοτήτων. Μέσα από memes, χιουμοριστικά βίντεο και επαναλαμβανόμενα αφηγηματικά μοτίβα, οι χρήστες κατασκευάζουν συλλογικές εικόνες για διαφορετικούς λαούς, πολιτισμούς και εθνικές συμπεριφορές, δημιουργώντας μορφές διαπολιτισμικής σάτιρας που βασίζονται τόσο στην υπερβολή όσο και στην αναγνωρισιμότητα. Η διαδικτυακή σάτιρα γύρω από εθνικές ταυτότητες δεν αποτελεί νέο φαινόμενο· ωστόσο, οι ψηφιακές πλατφόρμες ενισχύουν τη μαζική κυκλοφορία και τη γρήγορη παραλλαγή αυτών των πολιτισμικών αναπαραστάσεων. Το TikTok επιτρέπει τη συνεχή αναπαραγωγή χιουμοριστικών μοτίβων που σχετίζονται με «τυπικές» συμπεριφορές διαφορετικών εθνών, μετατρέποντας τις πολιτισμικές διαφορές σε αντικείμενο συλλογικής ψηφιακής κωμικότητας.

Σε αυτή τη λογική εντάσσεται η χρήση στερεοτυπικών εικόνων για την καθημερινή ζωή, τη συμπεριφορά, τη γλώσσα ή τις κοινωνικές συνήθειες διαφορετικών λαών. Οι χρήστες αξιοποιούν αναγνωρίσιμες πολιτισμικές υπερβολές όπως η «ψυχρότητα των Βόρειων Ευρωπαίων», η «ένταση των Βαλκάνιων», η «υπερβολική ευγένεια των Άγγλων» ή η «εκφραστικότητα των Μεσογειακών λαών», προκειμένου να δημιουργήσουν

χιουμοριστικές αφηγήσεις εύκολα κατανοητές από το κοινό. Η διαπολιτισμική σάτιρα στο TikTok λειτουργεί συχνά και ως μορφή συλλογικής αυτοαναγνώρισης. Οι χρήστες δεν σατιρίζουν μόνο τους «άλλους» αλλά και τις δικές τους πολιτισμικές ιδιαιτερότητες. Η αυτοειρωνεία αποτελεί βασικό στοιχείο της ψηφιακής εθνικής αναπαράστασης, ιδιαίτερα σε χώρες όπως η Ελλάδα, όπου τα memes και τα χιουμοριστικά βίντεο συχνά σχολιάζουν χαρακτηριστικά της καθημερινής ζωής, της οικογένειας ή της δημόσιας συμπεριφοράς. Παρότι τα trends συχνά έχουν διεθνή χαρακτήρα, οι χρήστες τα προσαρμόζουν στις δικές τους πολιτισμικές εμπειρίες και εθνικές αναφορές. Η ψηφιακή επικοινωνία δεν οδηγεί επομένως μόνο σε πολιτισμική ομογενοποίηση αλλά και σε νέες μορφές τοπικής και εθνικής αυτοπαρουσίασης.

Παράλληλα, οι εθνικές και πολιτισμικές αναπαραστάσεις του TikTok συνδέονται στενά με τη συλλογική εμπειρία της παγκοσμιοποίησης. Οι χρήστες συγκρίνουν διαρκώς πολιτισμικές συνήθειες, κοινωνικές συμπεριφορές και μορφές καθημερινότητας, δημιουργώντας ένα περιβάλλον συνεχούς διαπολιτισμικής παρατήρησης και σχολιασμού. Η διαδικτυακή κουλτούρα λειτουργεί έτσι ως πεδίο όπου οι εθνικές ταυτότητες επαναδιατυπώνονται μέσα από τη διαρκή ψηφιακή αλληλεπίδραση.

5.3.1. Οι «ξένοι» μέσα από ελληνικά memes

Τα ελληνικά memes και το χιουμοριστικό περιεχόμενο του TikTok αναπαριστούν συχνά τους «ξένους» μέσα από απλουστευμένα αλλά εύκολα αναγνωρίσιμα πολιτισμικά στερεότυπα. Οι αναπαραστάσεις αυτές λειτουργούν ως μορφές διαπολιτισμικής σάτιρας και βασίζονται συνήθως στην υπερβολή χαρακτηριστικών που θεωρούνται «τυπικά» για διαφορετικούς λαούς ή πολιτισμικές ομάδες. Μέσα από την ψηφιακή κωμικότητα, οι χρήστες οργανώνουν συμβολικά τη σχέση ανάμεσα στο «εμείς» και στους «άλλους». Για παράδειγμα, οι Γερμανοί παρουσιάζονται ως υπερβολικά οργανωμένοι, αυστηροί ή ψυχροί, οι Άγγλοι ως υπερβολικά τυπικοί και συναισθηματικά συγκρατημένοι, ενώ οι Αμερικανοί εμφανίζονται συχνά ως υπερβολικοί, επιφανειακοί ή πολιτισμικά αφελείς. Οι αναπαραστάσεις αυτές οργανώνονται γύρω από επαναλαμβανόμενα στερεοτυπικά μοτίβα που διευκολύνουν την άμεση χιουμοριστική αναγνώριση. Στη διαδικτυακή ελληνική σάτιρα συχνές είναι οι συγκρίσεις καθημερινών συνηθειών. Τα ελληνικά memes συχνά αντιπαραβάλλουν τον «ελληνικό τρόπο ζωής» με αυτόν άλλων χωρών, σχολιάζοντας ζητήματα όπως το φαγητό, οι οικογενειακές σχέσεις, η κοινωνικότητα ή οι ρυθμοί της καθημερινότητας. Η ελληνική κουλτούρα παρουσιάζεται συνήθως ως περισσότερο χαοτική

αλλά και πιο «ζωντανή», «εκφραστική» ή «ανθρώπινη» σε σύγκριση με τις πιο «ψυχρές» ή «αυστηρές» δυτικές κοινωνίες. Formats όπως «Έλληνες vs ξένοι», «πώς αντιδρούν οι Έλληνες και πώς αντιδρούν οι ξένοι» ή «πράγματα που μόνο στην Ελλάδα συμβαίνουν» εμφανίζονται συχνά στην πλατφόρμα και οργανώνουν τη χιουμοριστική αφήγηση γύρω από πολιτισμικές αντιθέσεις. Όσον αφορά στην αναπαράσταση των τουριστών και των digital nomads στην ελληνική διαδικτυακή κουλτούρα, οι «ξένοι» εμφανίζονται συχνά ως άτομα που δυσκολεύονται να κατανοήσουν τις άτυπες κοινωνικές πρακτικές της ελληνικής καθημερινότητας, όπως η ένταση της οικογενειακής ζωής, η ευελιξία στους κανόνες ή η ιδιαίτερη κοινωνική λειτουργία του φαγητού και της φιλοξενίας. Το χιούμορ προκύπτει συχνά από την υποτιθέμενη «απορία» του ξένου απέναντι σε όσα για τους Έλληνες θεωρούνται αυτονόητα.

Τα ελληνικά memes αξιοποιούν συχνά τη γλώσσα ως πεδίο διαπολιτισμικής κωμικότητας. Οι ξενικές προφορές, οι λανθασμένες ελληνικές λέξεις ή οι μεταφραστικές παρεξηγήσεις χρησιμοποιούνται ως στοιχεία χιούμορ και πολιτισμικής διαφοροποίησης. Η γλωσσική διαφορά μετατρέπεται έτσι σε βασικό μηχανισμό ψηφιακής κωμικότητας. Οι αναπαραστάσεις αυτές δεν είναι μονοδιάστατες. Παρότι βασίζονται σε στερεότυπα, λειτουργούν συχνά και ως μορφές αυτοπροσδιορισμού της ελληνικής ψηφιακής κοινότητας. Η εικόνα του «ξένου» χρησιμοποιείται έμμεσα για να αναδειχθούν χαρακτηριστικά που θεωρούνται ιδιαίτερα ελληνικά, όπως η οικογενειακή εγγύτητα, η κοινωνική εξωστρέφεια ή η καθημερινή αυτοσχεδιαστική προσαρμοστικότητα. Παρά τις υπεραπλουστεύσεις που ενέχουν, τα ελληνικά memes γύρω από τους «ξένους» αποτελούν σημαντικό πεδίο διαπραγμάτευσης πολιτισμικής ταυτότητας και κοινωνικής αυτοεικόνας. Μέσα από τη σάτιρα, την υπερβολή και τη συλλογική επανάληψη, οι χρήστες οργανώνουν συμβολικά τη σχέση τους με άλλους πολιτισμούς και επαναδιατυπώνουν τη θέση της ελληνικότητας στο περιβάλλον της παγκοσμιοποιημένης ψηφιακής κουλτούρας.

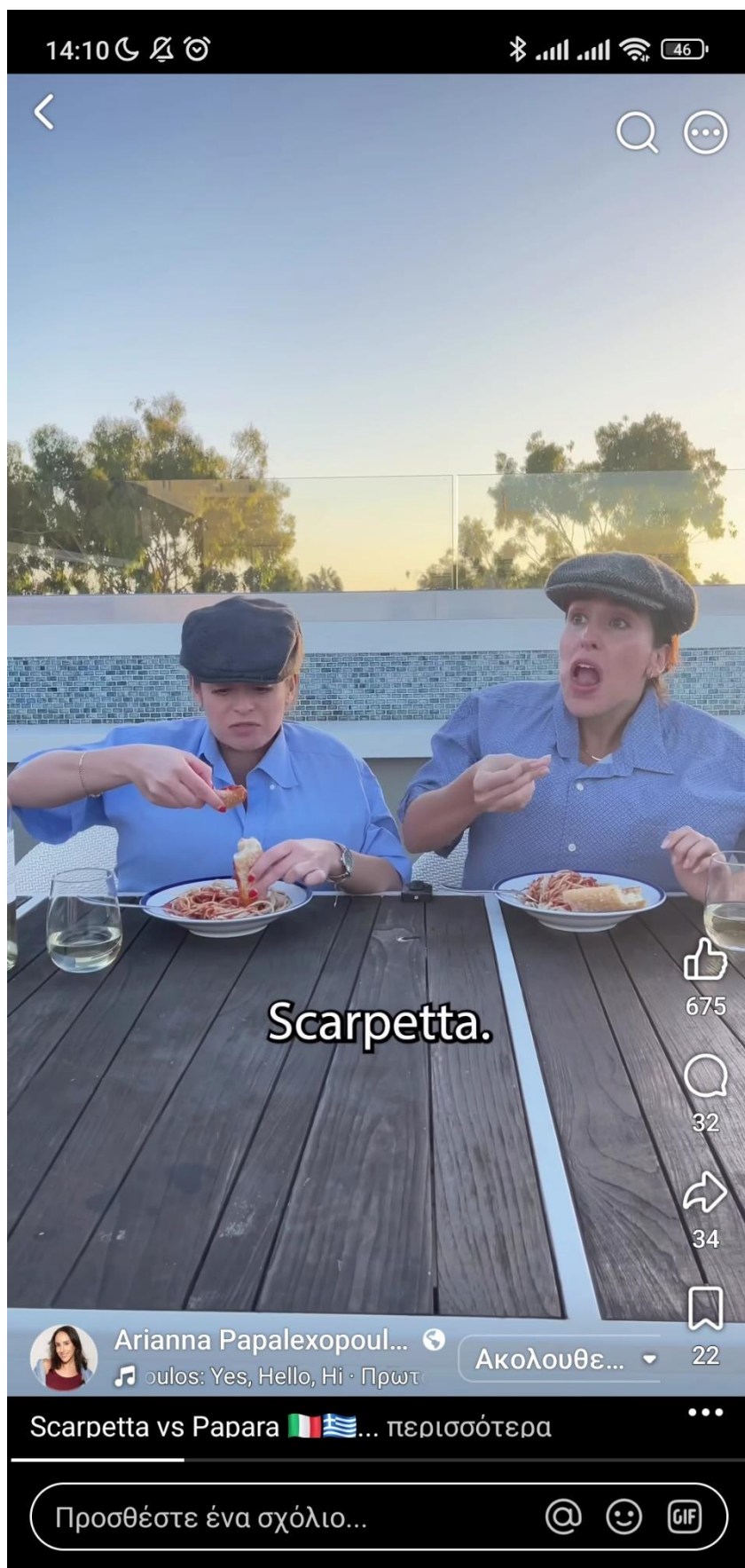
Παράδειγμα 19.

Μια ιδιαίτερη περίπτωση διαδικτυακής κωμικότητας που βασίζεται στη σύγκριση εθνικών και πολιτισμικών ταυτοτήτων αποτελεί το περιεχόμενο της Ariana Papalexopoulos, Ελληνίδας δημιουργού που ζει μόνιμα στις Ηνωμένες Πολιτείες και αντλεί μεγάλο μέρος της θεματολογίας της από την εμπειρία της ελληνικής διασποράς. Στα σύντομα κωμικά

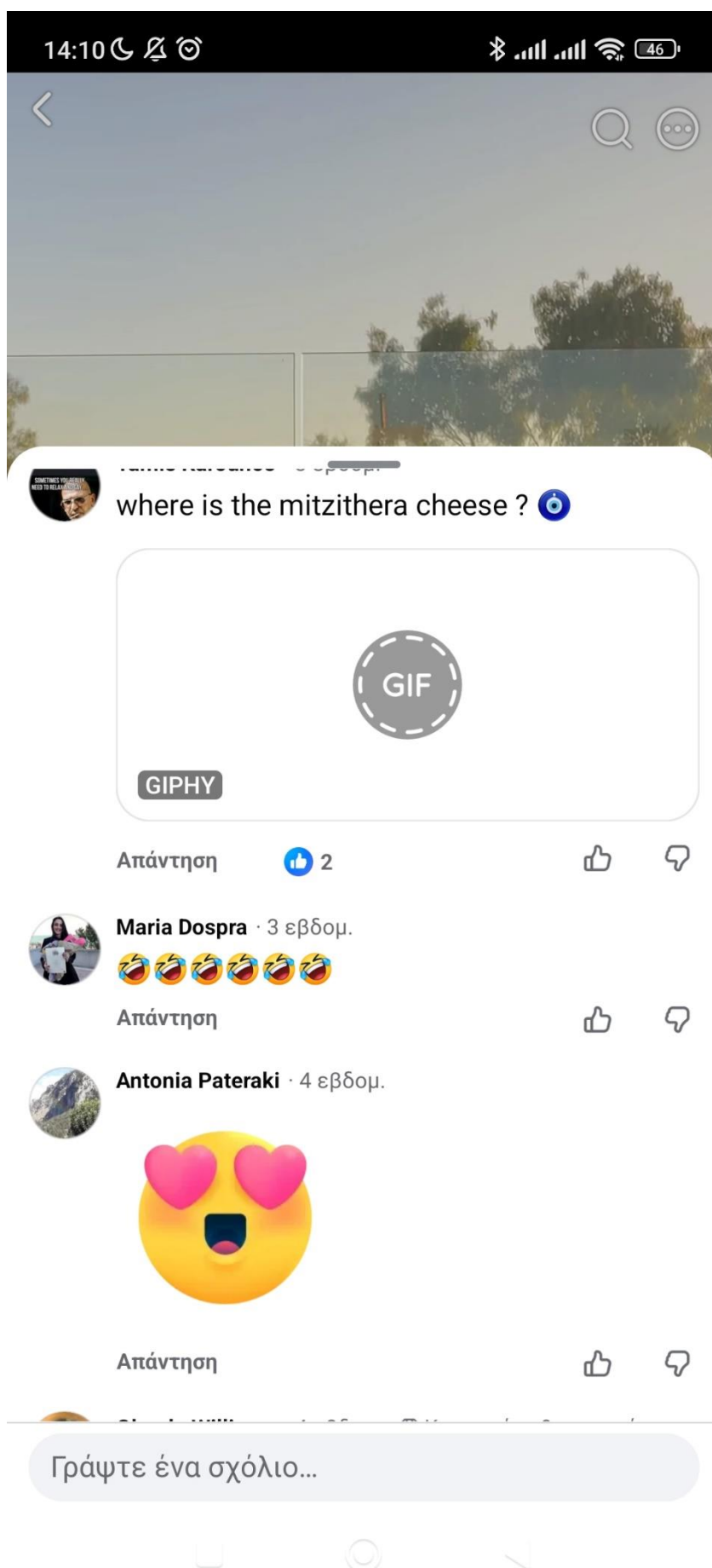
βίντεο της σατιρίζει συμπεριφορές Ελλήνων του εξωτερικού, την επαφή τους με την Ελλάδα, αλλά και ομοιότητες και διαφορές μεταξύ διαφορετικών μεσογειακών πολιτισμών.

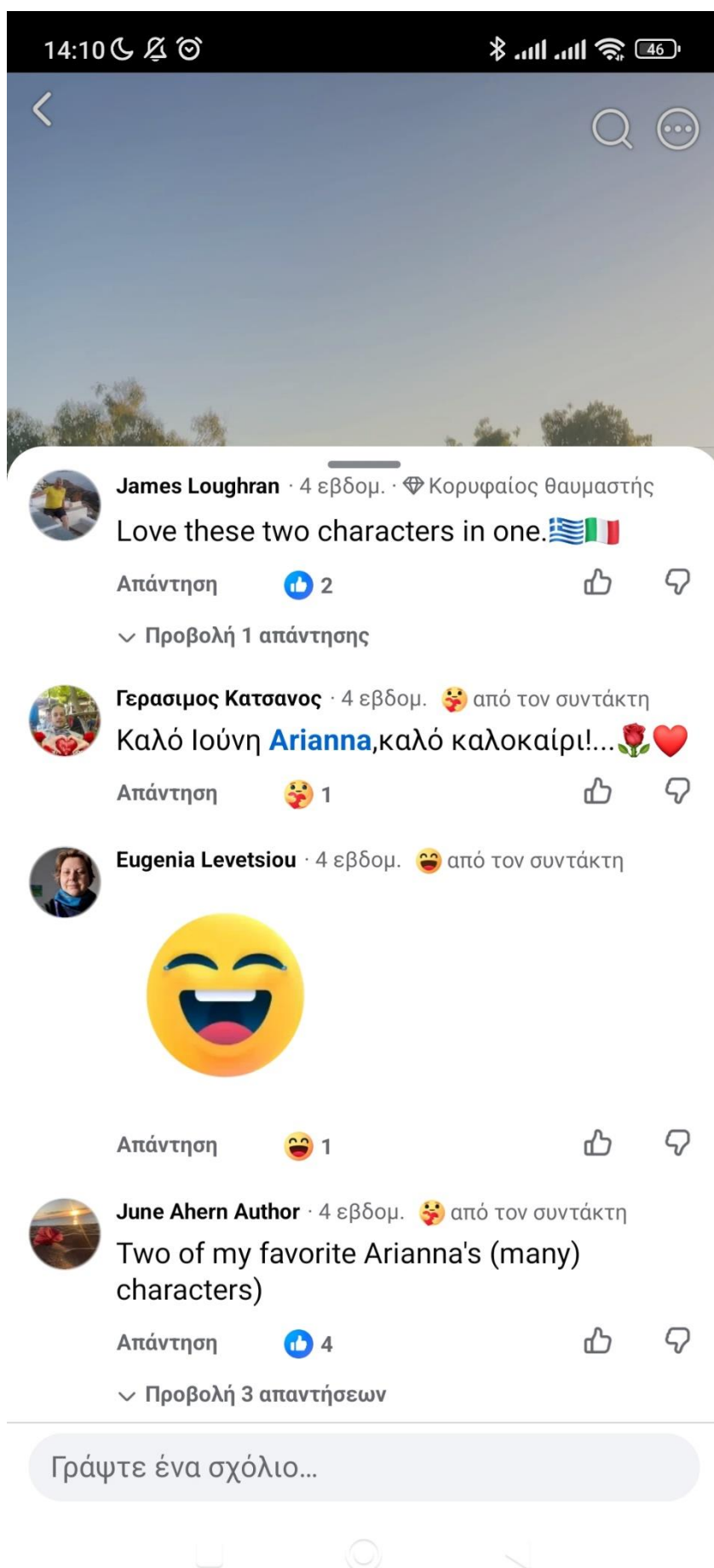
Στο βίντεο *Scarpetta vs Papara*, η δημιουργός και η συμπρωταγωνίστριά της αντιπαραβάλλουν την ιταλική *scarpetta* με την ελληνική «παπάρα», δηλαδή δύο ονομασίες και πολιτισμικές εκδοχές μιας ουσιαστικά παρόμοιας διατροφικής πρακτικής, τη χρήση του ψωμιού για τη συλλογή της σάλτσας από το πιάτο. Η κωμικότητα προκύπτει από την τεχνητή αντιπαράθεση δύο εθνικών ταυτοτήτων, οι οποίες διεκδικούν ως ιδιαίτερο πολιτισμικό χαρακτηριστικό μια σχεδόν κοινή καθημερινή συνήθεια. Η υπερβολή στην προφορά, στις χειρονομίες και στις εκφράσεις μετατρέπει την εθνική διαφορά σε επιτελεστικό παιχνίδι, ενώ η ίδια η σύγκριση τελικά υπονομεύει τη διαφορά που υποτίθεται ότι επιχειρεί να αναδείξει. Τα σχόλια εδώ είναι επίσης αρκετά χρήσιμα, κυρίως επειδή συνεχίζουν το αστείο. Το «Scarpetta vs Παπάρα», το «Help I can't tell the difference!», το «Couple of umpires» λόγω των παρόμοιων εμφανίσεων και ακόμη η κυπριακή πρόταση «pararation» δείχνουν ότι το κοινό δεν περιορίζεται σε μια παθητική αντίδραση γέλιου. Συμμετέχει στη σημειωτική παραγωγή του αστείου, προτείνοντας νέες λεκτικές συνθέσεις και επεκτείνοντας την αρχική πολιτισμική σύγκριση.

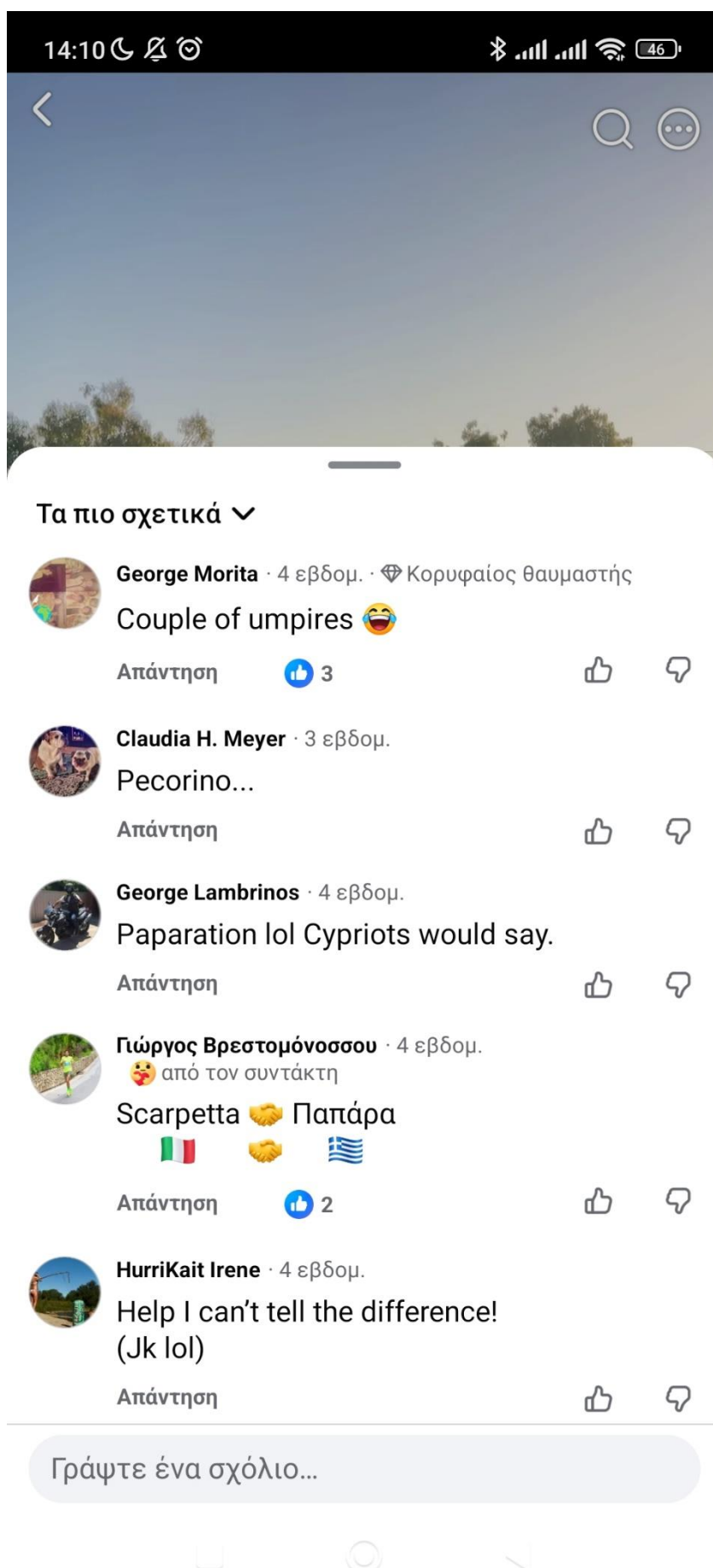












5.3.2. Βαλκανικές ταυτότητες και υβριδική εμπειρία

Στο TikTok και τα λοιπά κοινωνικά δίκτυα, η έννοια των «Βαλκανίων» λειτουργεί συχνά ως ξεχωριστή πολιτισμική κατηγορία, η οποία συγκροτείται μέσα από κοινές αναφορές στην οικογένεια, στην καθημερινότητα, στις κοινωνικές συμπεριφορές και στις εμπειρίες οικονομικής και πολιτικής αστάθειας. Η βαλκανική ταυτότητα παρουσιάζεται έτσι ως μορφή κοινής πολιτισμικής εμπειρίας που διαφοροποιείται τόσο από τη Δυτική Ευρώπη όσο και από περισσότερο παγκοσμιοποιημένες μορφές ψηφιακής κουλτούρας. Τα βαλκανικά memes βασίζονται συχνά σε επαναλαμβανόμενα μοτίβα που αναγνωρίζονται από χρήστες διαφορετικών χωρών της περιοχής. Η αυστηρή αλλά υπερπροστατευτική μητέρα, οι έντονες οικογενειακές σχέσεις, η φωνή και η υπερβολή στην καθημερινή επικοινωνία, οι αυτοσχέδιες λύσεις σε πρακτικά προβλήματα ή η δυσπιστία απέναντι στους θεσμούς αποτελούν συχνές μορφές συλλογικής βαλκανικής αυτοαναγνώρισης. Το χιούμορ λειτουργεί ως μηχανισμός αναγνώρισης κοινών πολιτισμικών εμπειριών πέρα από τα εθνικά σύνορα. Η συνηθέστερη η αντίθεση είναι ανάμεσα στα «Βαλκάνια» και τη «Δύση». Οι δυτικοί Ευρωπαίοι παρουσιάζονται συχνά ως υπερβολικά τυπικοί, ψυχροί ή αποστερωμένοι, ενώ οι Βαλκάνιοι εμφανίζονται ως περισσότερο αυθεντικοί, συναισθηματικοί και προσαρμοστικοί απέναντι στις δυσκολίες της ζωής. Η βαλκανική εμπειρία παρουσιάζεται έτσι ως πολιτισμικά ιδιαίτερη και κοινά κατανοητή από όσους «μεγάλωσαν στα Βαλκάνια». Χρήστες από την Ελλάδα, τη Σερβία, τη Ρουμανία, τη Βουλγαρία ή άλλες βαλκανικές χώρες αναγνωρίζουν παρόμοια οικογενειακά και κοινωνικά μοτίβα, δημιουργώντας μια μορφή υπερεθνικής ψηφιακής πολιτισμικής κοινότητας. Άλλωστε, οι λαοί αυτοί, εκτός από τις φυλετικές και τις θρησκευτικές καταβολές συνδέονται και με την εμπειρία της οικονομικής δυσκολίας και της κοινωνικής αβεβαιότητας. Τα memes γύρω από τη φτώχεια, τις οικονομικές κρίσεις, τις δυσλειτουργικές δημόσιες υπηρεσίες ή τις στρατηγικές καθημερινής επιβίωσης λειτουργούν ως μορφές συλλογικής αυτοειρωνείας. Παράλληλα, η έννοια της βαλκανικότητας λειτουργεί συχνά με ειρωνικό και αυτοσαρκαστικό τρόπο. Οι χρήστες αναγνωρίζουν τα στερεότυπα που συνοδεύουν τα Βαλκάνια, όπως η υπερβολή, η ένταση, η ακαταστασία ή η πολιτική αστάθεια, αλλά τα μετατρέπουν σε αντικείμενο συλλογικού χιούμορ και πολιτισμικής υπερηφάνειας. Η αυτοειρωνεία λειτουργεί έτσι ως μηχανισμός πολιτισμικής επανανοηματοδότησης.

Πολύ συχνός είναι ο σχολιασμός των αλβανικών κοινοτήτων στην Ελλάδα. Υπάρχουν πολλά βίντεο δημιουργών αλβανικής καταγωγής που αξιοποιούν το χιούμορ και τον αυτοσαρκασμό για να σχολιάσουν εμπειρίες που σχετίζονται με τη γλώσσα, την καθημερινή κοινωνική αλληλεπίδραση και τα στερεότυπα γύρω από την αλβανική ταυτότητα στην Ελλάδα. Μέσα από μιμήσεις προφοράς, γλωσσικές εναλλαγές ανάμεσα στα ελληνικά και τα αλβανικά, σατιρικές αναπαραστάσεις οικογενειακών σκηνών και αναφορές σε εμπειρίες κοινωνικού αποκλεισμού ή ρατσισμού, οι δημιουργοί αυτοί μετατρέπουν βιώματα που συνδέθηκαν ιστορικά με κοινωνική αμηχανία ή περιθωριοποίηση σε μορφές συλλογικού ψηφιακού χιούμορ. Η επιτελεστική υπερβολή, η καρικατούρα και η ειρωνική επανάληψη στερεοτυπικών εκφράσεων ορίζουν τη «διαφορετικότητα», ενώ η ευρεία απήχηση τέτοιων βίντεο δείχνει ότι οι σχετικές πολιτισμικές αναφορές αναγνωρίζονται συλλογικά από μεγάλο μέρος του κοινού. Δημιουργοί όπως ο Χρήστος Μακαριάδης αξιοποιούν χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτής της πρακτικής, συνδυάζοντας στοιχεία αυτοσαρκασμού, βαλκανικού χιούμορ και καθημερινού κοινωνικού σχολιασμού μέσα από σύντομες ψηφιακές επιτελέσεις που αναδεικνύουν τη διαπραγμάτευση της πολιτισμικής ταυτότητας στο σύγχρονο ελληνικό ψηφιακό περιβάλλον.

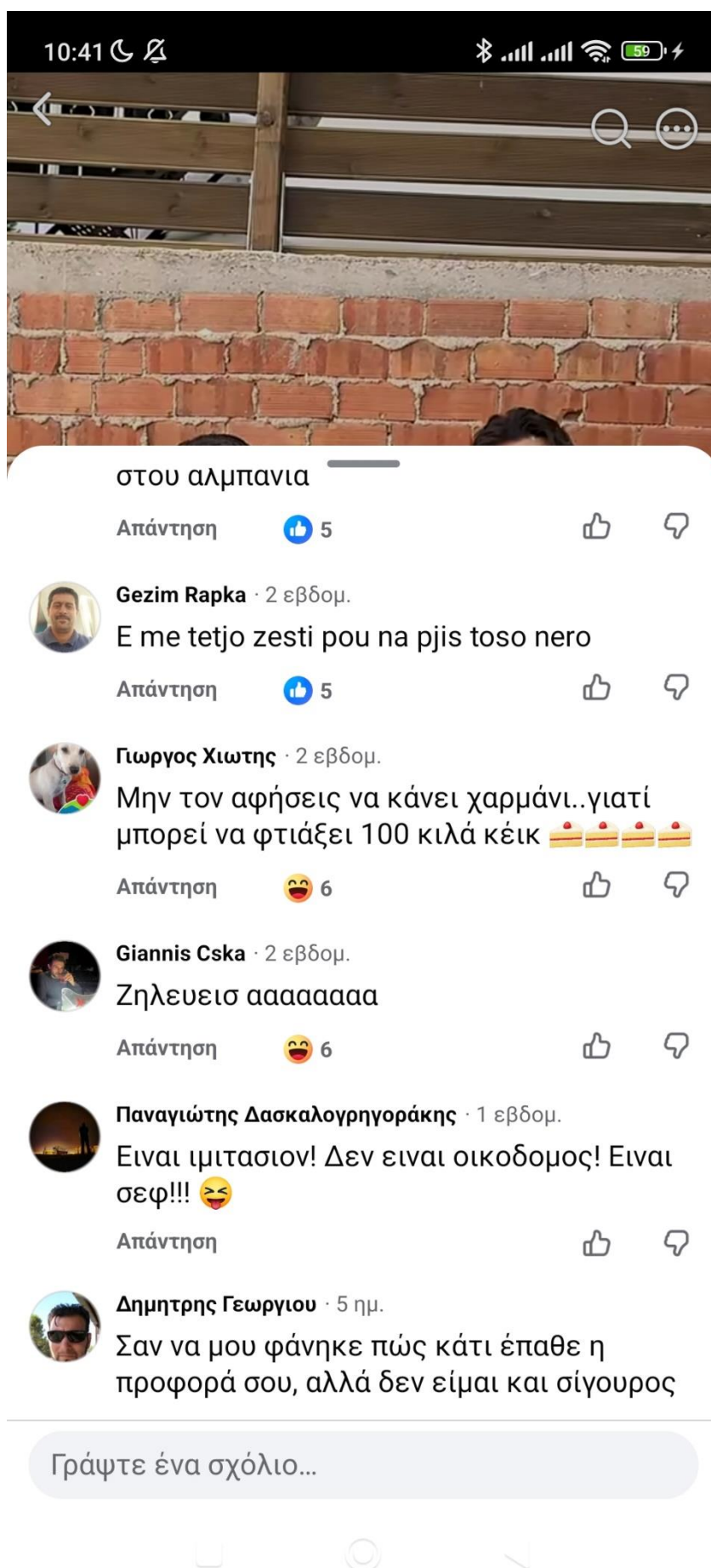
Παράδειγμα 20.

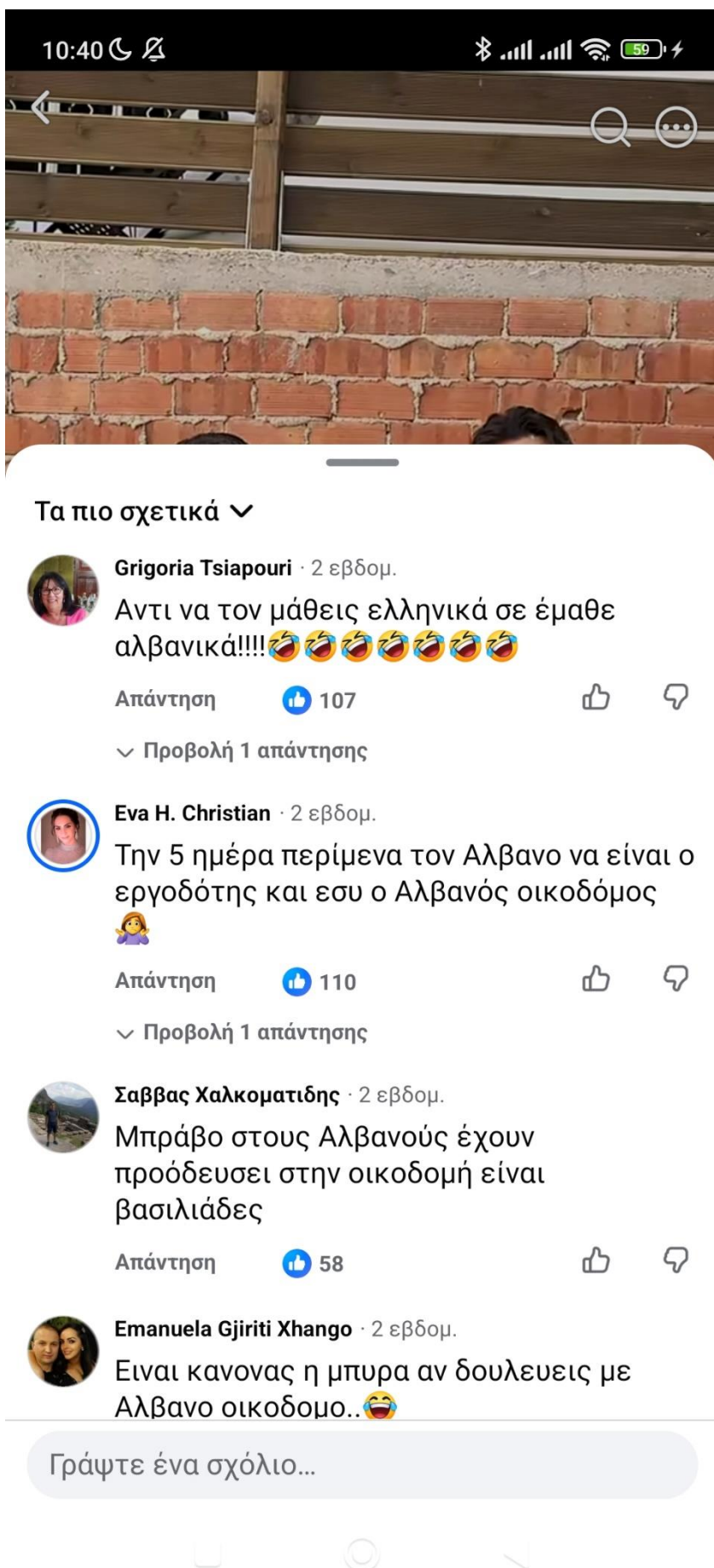
Το παρακάτω παράδειγμα χιουμοριστικής επεξεργασίας των εθνικών στερεοτύπων αποτελεί βίντεο δημιουργήθηκε από κοινού από δύο δημιουργούς ελληνικής και αλβανικής καταγωγής. Στο σύντομο σκετς παρουσιάζεται, με τη μορφή μιας επιταχυνόμενης χρονικής ακολουθίας, η σταδιακή «μεταμόρφωση» του Έλληνα πρωταγωνιστή εξαιτίας της καθημερινής συναναστροφής του με τον Αλβανό φίλο του. Αρχικά μεταβάλλεται η προφορά του, στη συνέχεια υιοθετεί γλωσσικά και συμπεριφορικά στοιχεία του φίλου του και, στο τέλος, εμφανίζεται να μιλά πλέον αλβανικά. Το χιούμορ στηρίζεται στην υπερβολή και στην αντιστροφή ενός οικείου σχήματος περί πολιτισμικής αφομοίωσης, εδώ δεν είναι ο μετανάστης εκείνος που σταδιακά προσαρμόζεται γλωσσικά και πολιτισμικά στην κοινωνία υποδοχής, αλλά ο Έλληνας που «αλβανοποιείται» μέσα από τη φιλική συναναστροφή. Ιδιαίτερη σημασία έχει το γεγονός ότι το βίντεο αποτελεί σύμπραξη των ίδιων των δημιουργών και οργανώνεται γύρω από μια σχέση οικειότητας και συνενοχής. Το εθνικό στερεότυπο δεν εξαφανίζεται, αλλά μετατρέπεται σε κοινό κώδικα χιούμορ, μέσα από τον οποίο η εθνοτική διαφορά γίνεται αντικείμενο παιχνιδιού και διαπραγμάτευσης. Οι

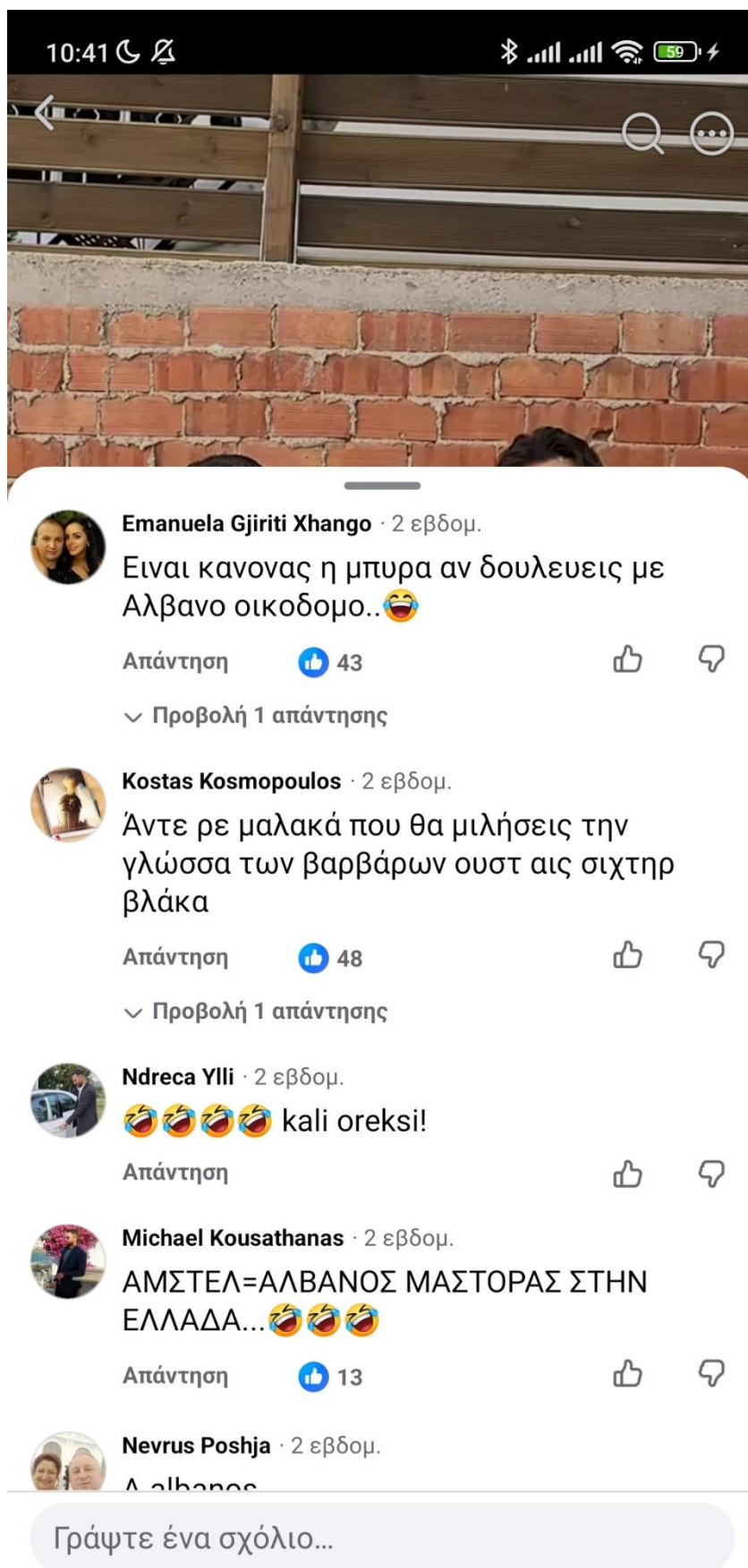
χρήστες στα σχόλια δεν περιορίζονται στην αξιολόγηση του αρχικού αστείου, αλλά συνεχίζουν τη χιουμοριστική αφήγηση, προσθέτοντας δικά τους λογοπαίγνια, εμπειρίες και στερεοτυπικές αναφορές σχετικά με την αλβανική παρουσία στην Ελλάδα. Παράλληλα, ορισμένα σχόλια επαναφέρουν ανοιχτά υποτιμητικές ή ξενοφοβικές διατυπώσεις, ενώ άλλα προέρχονται από αλβανόφωνους χρήστες που συμμετέχουν ενεργά στο χιουμοριστικό παιχνίδι. Το παράδειγμα δείχνει έτσι ότι το νόημα ενός ψηφιακού κειμένου δεν εξαντλείται στο ίδιο το βίντεο· η ενότητα των σχολίων λειτουργεί ως δεύτερος χώρος παραγωγής λόγου, όπου το αρχικό περιεχόμενο επεκτείνεται, επανανοηματοδοτείται και, ενίοτε, αμφισβητείται.













5.3.3. Ελληνικότητα και ψηφιακή αυτοεικόνα

Η ελληνική ψηφιακή κουλτούρα συγκροτεί μια ιδιαίτερη μορφή συλλογικής αυτοεικόνας, μέσα από την οποία οι χρήστες σχολιάζουν, σατιρίζουν και επαναδιαπραγματεύονται στοιχεία της καθημερινής ζωής και της πολιτισμικής ταυτότητας. Στο TikTok και στα ελληνικά memes, η «ελληνικότητα» δεν παρουσιάζεται ως σταθερή ή επίσημη εθνική αφήγηση αλλά ως ένα σύνολο αναγνωρίσιμων καθημερινών εμπειριών, κοινωνικών συνηθειών και μορφών συμπεριφοράς που μετατρέπονται σε αντικείμενο συλλογικού χιούμορ και αυτοσαρκασμού. Μεγάλο μέρος των βίντεο αυτών αποτελούν οι αναπαραστάσεις της ελληνικής οικογένειας. Η υπερπροστατευτική μητέρα, οι παρεμβατικοί συγγενείς, οι έντονες οικογενειακές συζητήσεις και η συνεχής ενασχόληση με το φαγητό αποτελούν επαναλαμβανόμενα μοτίβα της ελληνικής διαδικτυακής κωμικότητας. Τα ελληνικά memes επίσης, σχολιάζουν συχνά τη γραφειοκρατία, τις καθυστερήσεις, την κυκλοφοριακή συμφόρηση, τη λειτουργία του δημοσίου ή τις καθημερινές μικρές δυσλειτουργίες της κοινωνικής ζωής. Ωστόσο, οι καταστάσεις αυτές παρουσιάζονται συνήθως όχι μόνο ως προβλήματα αλλά και ως στοιχεία μιας ιδιαίτερης συλλογικής εμπειρίας που αντιμετωπίζεται με χιούμορ. Οι δημιουργοί περιεχομένου αναπαριστούν συχνά χαρακτηριστικούς τύπους της ελληνικής κοινωνίας, τον ταξιτζή, τον δημόσιο υπάλληλο, τον φοιτητή, τον παππού ή τον μπούμερ θείο, δημιουργώντας μορφές λαϊκής ψηφιακής τυπολογίας που αναγνωρίζονται εύκολα από το κοινό. Η σημασία του φαγητού ως στοιχείου ελληνικής ψηφιακής ταυτότητας είναι κομβική. Το οικογενειακό τραπέζι, η υπερβολική φιλοξενία, οι συνεχείς προσφορές φαγητού και η σύνδεση της τροφής με τη φροντίδα και την οικογενειακή συνοχή εμφανίζονται συχνά ως βασικά χαρακτηριστικά της ελληνικής καθημερινότητας. Η ελληνική ψηφιακή αυτοεικόνα χαρακτηρίζεται και από έντονη αυτοειρωνεία. Οι χρήστες σχολιάζουν με σατιρικό τρόπο την πολιτική κατάσταση, τις κοινωνικές αντιφάσεις, τις οικονομικές δυσκολίες ή ακόμη και τις ίδιες τις εθνικές στερεοτυπικές αναπαραστάσεις. Η ειρωνεία επιτρέπει την ταυτόχρονη κριτική και αποδοχή της καθημερινής πραγματικότητας. Συχνή κοινή εμπειρία αποτελεί η διαρκής κοινωνική και οικονομική αβεβαιότητα, με δημοσιεύσεις γύρω από τους χαμηλούς μισθούς, την εργασιακή ανασφάλεια, την ακρίβεια ή τη μετανάστευση νέων ανθρώπων με την ψηφιακή κωμικότητα να γίνεται έτσι μηχανισμός διαχείρισης της κοινωνικής πραγματικότητας.

Παράδειγμα 21.

Ιδιαίτερη μορφή της ψηφιακής διαπραγμάτευσης της ελληνικότητας αποτελεί η χιουμοριστική επανεγγραφή της εθνικής ιστορίας. Στα αποσπάσματα από το βίντεο που ακολουθεί, πρόσωπα της Ελληνικής Επανάστασης μεταφέρονται σε ένα φανταστικό καθημερινό πλαίσιο και παρουσιάζονται μέσα από σύγχρονους διαλόγους, προσωπικές αντιπαραθέσεις και αναφορές σε ερωτικές σχέσεις. Η ιστορική μνήμη αποσυνδέεται προσωρινά από την επίσημη, ηρωική και μνημειακή της αναπαράσταση και μεταφέρεται στη σφαίρα του οικείου και του κωμικού. Οι εθνικοί ήρωες μετατρέπονται έτσι σε χαρακτήρες μιας σύγχρονης κωμικής αφήγησης, χωρίς όμως να παύουν να είναι αναγνωρίσιμοι καθώς αποτελούν συγκεκριμένους, ευρέως γνωστούς, δημιουργούς περιεχομένου. Το χιούμορ βασίζεται ακριβώς στην αντίθεση ανάμεσα στη σοβαρότητα του ιστορικού συμβόλου και στην καθημερινότητα των διαλόγων και των καταστάσεων στις οποίες αυτό τοποθετείται.

Η ενότητα των σχολίων αποκαλύπτει, ωστόσο, τα όρια αυτής της χιουμοριστικής επεξεργασίας. Μέρος του κοινού αντιμετωπίζει το βίντεο ως επιτυχημένη σάτιρα και συμμετέχει στο παιχνίδι προσθέτοντας νέες ατάκες και αναφορές, ενώ άλλοι χρήστες θεωρούν ότι η κωμική αναπαράσταση των αγωνιστών συνιστά προσβολή της ιστορικής μνήμης και της εθνικής θυσίας. Η αντιπαραθέση αυτή είναι ιδιαίτερα αποκαλυπτική για τον τρόπο με τον οποίο συγκροτείται η ψηφιακή αυτοεικόνα, η ελληνικότητα εμφανίζεται ταυτόχρονα ως πεδίο αυτοσαρκασμού και ως προστατευόμενη συμβολική περιοχή, στην οποία ορισμένα πρόσωπα και γεγονότα θεωρούνται από μέρος του κοινού μη διαθέσιμα για χιουμοριστική επεξεργασία. Τα σχόλια μετατρέπονται επομένως σε χώρο διαπραγμάτευσης των ορίων ανάμεσα στη σάτιρα, την ιστορική μνήμη και τον σεβασμό προς τα εθνικά σύμβολα.

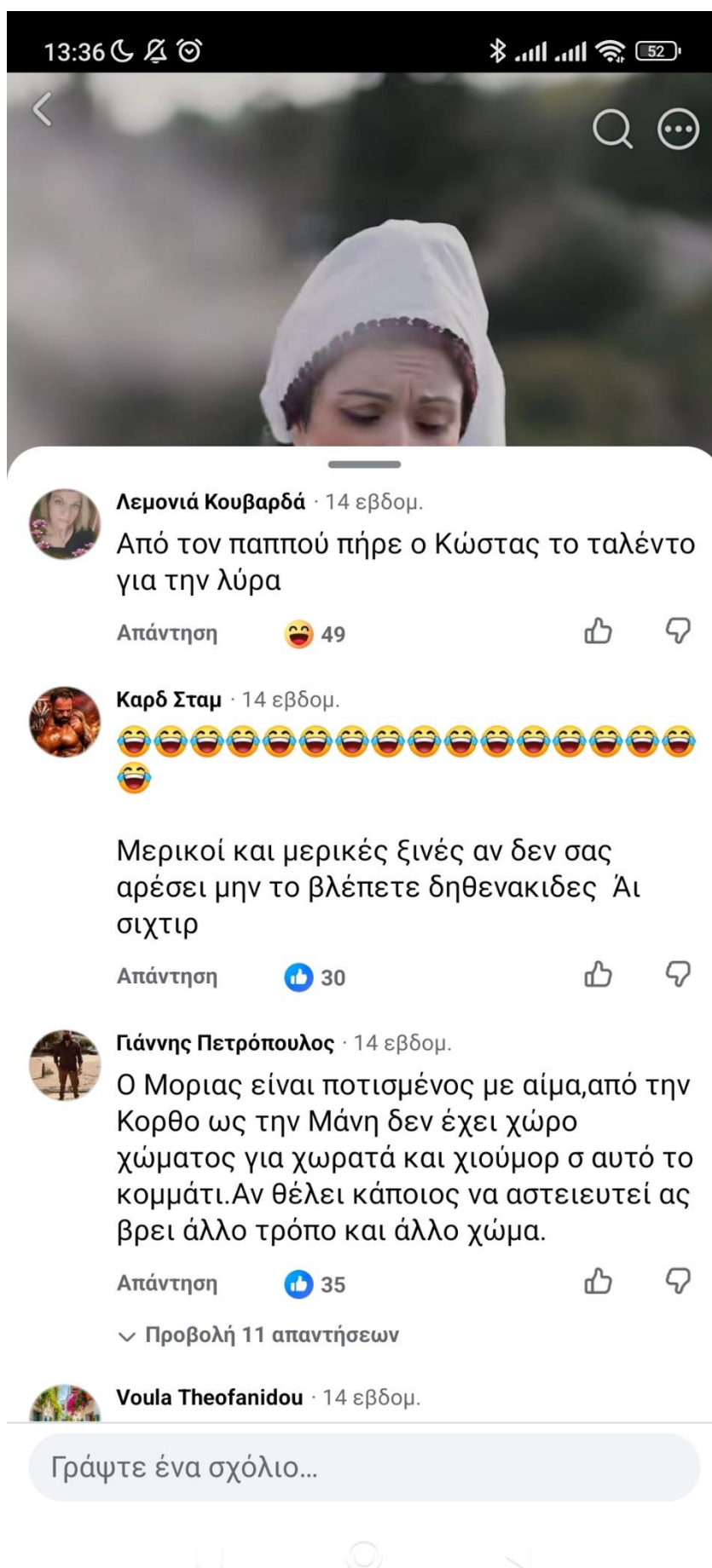


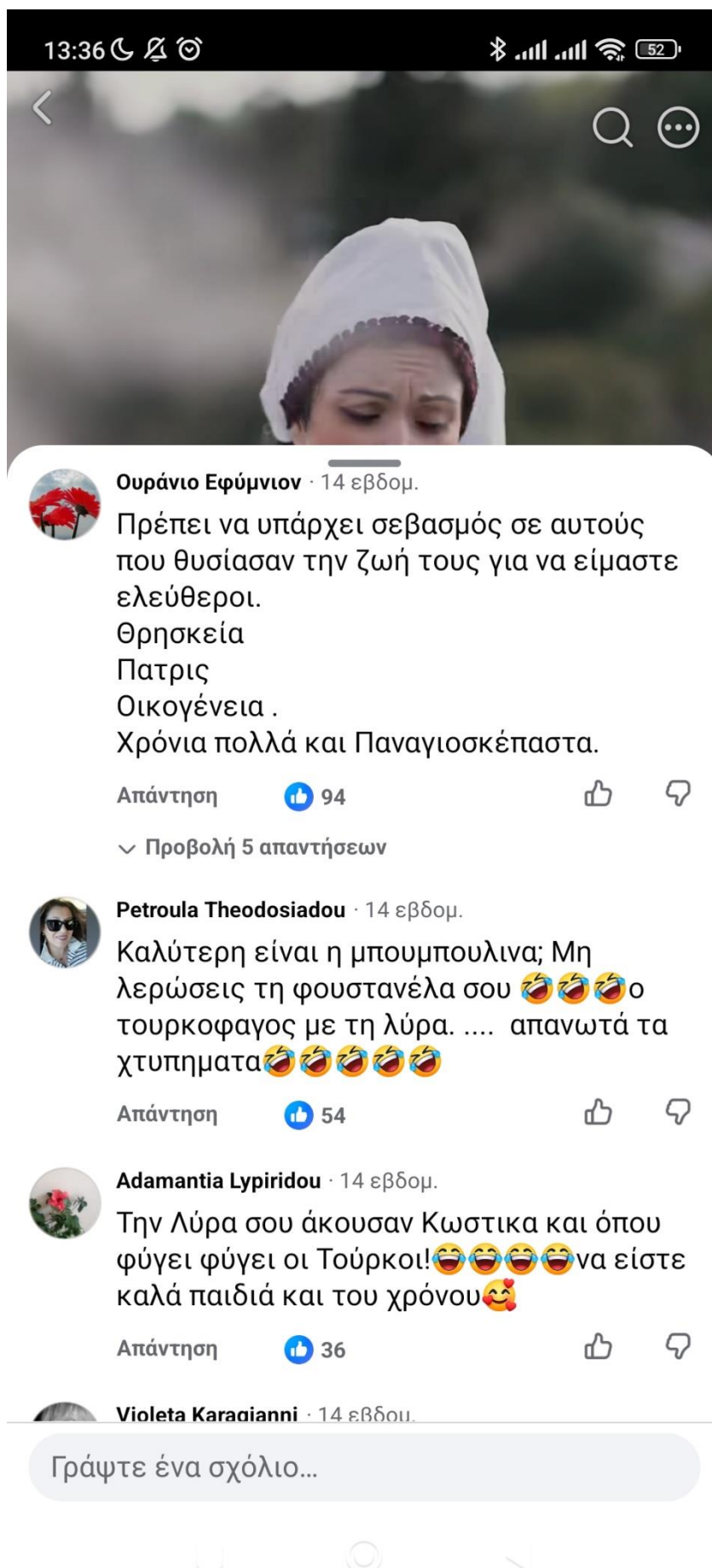






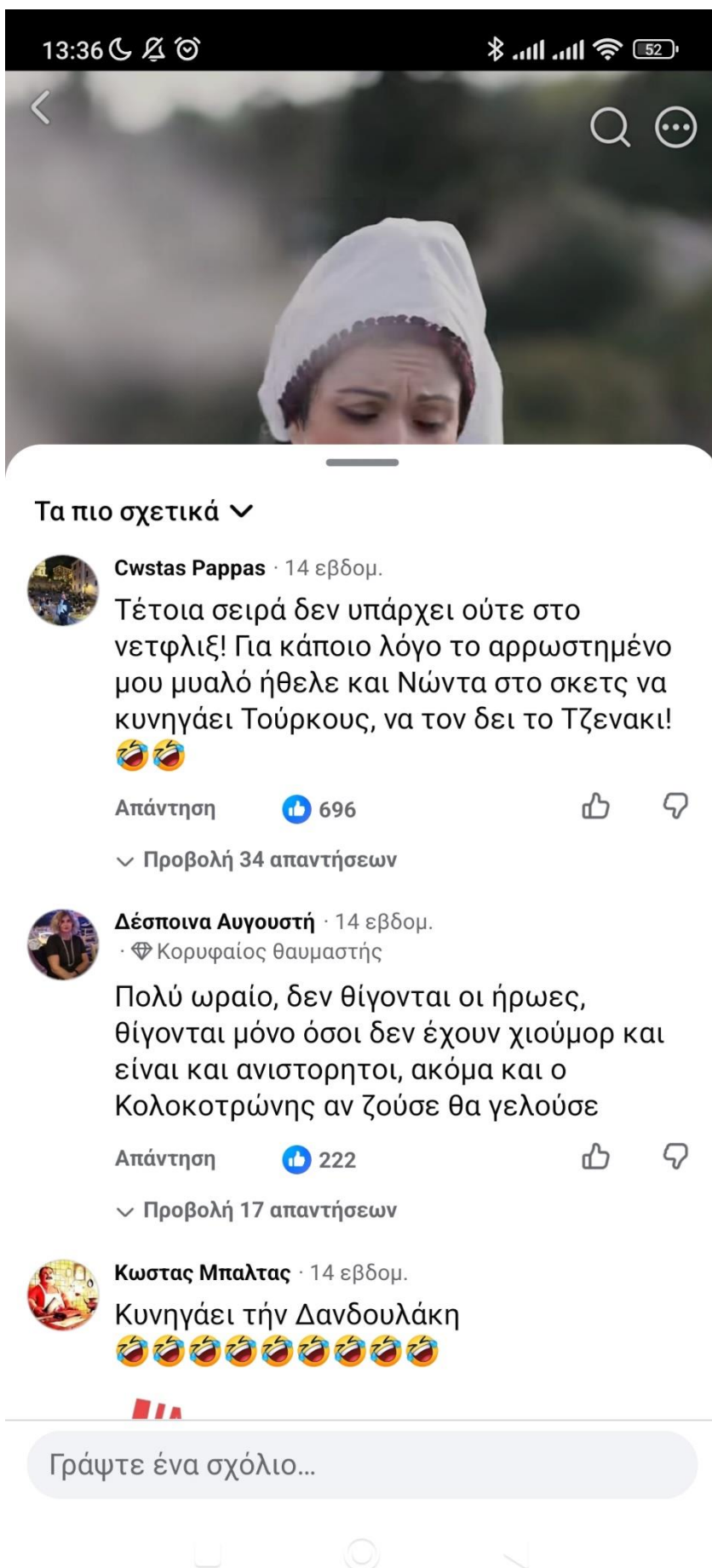












5.4. Πολιτική σάτιρα, viral φράσεις και συλλογική μνήμη

Η πολιτική σάτιρα αποτελεί διαχρονικά βασικό στοιχείο της λαϊκής κουλτούρας και του δημόσιου κοινωνικού σχολιασμού. Στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον, οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης μετασχηματίζουν τις μορφές πολιτικής έκφρασης, επιτρέποντας τη γρήγορη διάδοση σατιρικού περιεχομένου, την αναπαραγωγή viral πολιτικών φράσεων και τη συλλογική επεξεργασία της επικαιρότητας μέσα από το χιούμορ και την ειρωνεία. Η πολιτική πληροφορία δεν κυκλοφορεί πλέον μόνο μέσω δημοσιογραφικών ή θεσμικών καναλιών αλλά και μέσα από memes, σύντομα βίντεο, μιμήσεις και επαναλαμβανόμενες διαδικτυακές ατάκες που αποκτούν ευρεία πολιτισμική αναγνωρισιμότητα και δίνει τη δυνατότητα σχολιασμού σε όλους. Στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης πολιτικά γεγονότα, δημόσια πρόσωπα και κοινωνικές κρίσεις μετατρέπονται σε υλικό συλλογικής ψηφιακής αναπαραγωγής. Οι χρήστες δεν περιορίζονται στην κατανάλωση πολιτικού περιεχομένου αλλά συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωσή του. Η πολιτική εμπειρία μετασχηματίζεται έτσι σε μορφή συμμετοχικής ψηφιακής κουλτούρας.

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, ο ρόλος των viral φράσεων και των σύντομων ατακών στη συγκρότηση συλλογικών πολιτισμικών κωδίκων παίζει σημαντικό ρόλο. Ορισμένες εκφράσεις που προέρχονται από πολιτικές δηλώσεις, τηλεοπτικές εμφανίσεις ή δημόσιες στιγμές αποκτούν μεγάλη διαδικτυακή διάδοση και μετατρέπονται σε αναγνωρίσιμα memes που επαναχρησιμοποιούνται σε διαφορετικά συμφραζόμενα. Η πολιτική σάτιρα του TikTok συνδέεται στενά με την κοινωνική εμπειρία της κρίσης, της οικονομικής ανασφάλειας και της πολιτικής δυσπιστίας. Το χιούμορ λειτουργεί ως μηχανισμός διαχείρισης συλλογικού άγχους και κοινωνικής κόπωσης, επιτρέποντας στους χρήστες να σχολιάζουν την πολιτική πραγματικότητα μέσα από ειρωνικές και συμμετοχικές μορφές έκφρασης. Η γελοιοποίηση της εξουσίας αποτελεί έτσι μορφή συμβολικής αποφόρτισης αλλά και έμμεσης πολιτικής κριτικής λειτουργώντας ως μηχανισμοί ψηφιακής αρχειοθέτησης της κοινωνικής εμπειρίας. Συγκεκριμένες πολιτικές στιγμές διατηρούνται στη συλλογική διαδικτυακή μνήμη μέσα από τη συνεχή αναπαραγωγή και παραλλαγή τους, ακόμη και μετά την απομάκρυνσή τους από την άμεση επικαιρότητα. Παρά την μεγάλη τους διάδοση, η πολιτική συζήτηση οργανώνεται γύρω από γρήγορα συναισθηματικά σχήματα, αναγνωρίσιμες ατάκες και επιτελεστικές μορφές χιούμορ, γεγονός που μπορεί να περιορίζει τη δυνατότητα ουσιαστικής πολιτικής ανάλυσης.

5.4.1. Πολιτική επιτελεστικότητα και ψηφιακή σάτιρα

Η πολιτική επικοινωνία στο TikTok και στα σύγχρονα κοινωνικά δίκτυα οργανώνεται σε μεγάλο βαθμό γύρω από μορφές επιτελεστικότητας, εικόνας και συναισθηματικής αναγνωρισιμότητας. Οι πολιτικοί δεν εμφανίζονται μόνο ως θεσμικοί εκπρόσωποι εξουσίας αλλά και ως δημόσιες περσόνες που αξιολογούνται διαρκώς μέσα από τη γλώσσα του θεάματος, της σάτιρας και της ψηφιακής αναπαραγωγής. Η έννοια της πολιτικής επιτελεστικότητας συνδέεται τόσο με τον τρόπο με τον οποίο τα πολιτικά πρόσωπα παρουσιάζουν δημόσια τον εαυτό τους αλλά και με τον τρόπο που οι χρήστες επανερμηνεύουν και αναπαράγουν αυτές τις δημόσιες εικόνες. Οι χρήστες, από την άλλη πλευρά, σχολιάζουν δημόσια πρόσωπα μέσα από μιμήσεις, υπερβολές και σατιρικές παραλλαγές που μετατρέπουν την πολιτική επικοινωνία σε μορφή συλλογικής ψηφιακής κωμικότητας. Η πολιτική εξουσία παύει να εμφανίζεται αποκλειστικά μέσα από σοβαρό θεσμικό λόγο και εντάσσεται στη λογική της συμμετοχικής διαδικτυακής κουλτούρας. Οι κινήσεις, οι εκφράσεις προσώπου, ο τόνος ομιλίας και οι στιγμιαίες αντιδράσεις των πολιτικών αποκτούν συχνά μεγαλύτερη σημασία από το ίδιο το περιεχόμενο των δηλώσεών τους. Η πολιτική επικοινωνία μετατρέπεται έτσι σε μορφή οπτικοακουστικής performance που προσφέρεται για επανάληψη και σατιρική επεξεργασία. Περιεχόμενο που προκαλεί έντονη συναισθηματική αντίδραση, χιούμορ ή ειρωνική ταύτιση έχει μεγαλύτερες πιθανότητες διάδοσης. Οι πολιτικές στιγμές που γίνονται viral δεν είναι απαραίτητα οι πιο σημαντικές πολιτικά αλλά εκείνες που λειτουργούν αποτελεσματικότερα ως ψηφιακά αναπαραγωγίμες performances.

Η πολιτική προσωποποιείται σε μεγάλο βαθμό και οι πολιτικοί αξιολογούνται όλο και περισσότερο μέσα από χαρακτηριστικά προσωπικότητας, επικοινωνιακού ύφους και ψηφιακής παρουσίας. Η πολιτική σύγκρουση παρουσιάζεται συχνά μέσα από αντιπαραθέσεις χαρακτήρων και όχι μόνο ιδεολογικών θέσεων. Η διαδικτυακή κουλτούρα ενισχύει έτσι την προσωποκεντρική διάσταση της σύγχρονης πολιτικής επικοινωνίας. Παράλληλα, η ψηφιακή πολιτική σάτιρα λειτουργεί και ως μορφή συμβολικής αποδυνάμωσης της εξουσίας. Η γελοιοποίηση πολιτικών προσώπων μέσα από memes, remix και ειρωνικές αναπαραστάσεις επιτρέπει στους χρήστες να επεξεργάζονται συλλογικά αρνητικά συναισθήματα όπως η δυσαρέσκεια, η πολιτική κόπωση ή η δυσπιστία απέναντι στους θεσμούς. Με αυτούς τους τρόπους, η πολιτική επιτελεστικότητα και η ψηφιακή σάτιρα αποτελούν βασικές διαστάσεις της σύγχρονης διαδικτυακής πολιτικής κουλτούρας. Μέσα από την ειρωνεία, τη μίμηση και τη συλλογική αναπαραγωγή, οι

χρήστες μετασχηματίζουν την πολιτική πραγματικότητα σε πεδίο συμμετοχικού σχολιασμού και, ενδεχομένως στο μέλλον, να καθορίζουν και την πολιτική σκηνή ή τουλάχιστον μέρος αυτής.

5.4.2. Μιμήσεις πολιτικών προσώπων και λαϊκή γελοιοποίηση

Οι μιμήσεις πολιτικών προσώπων αποτελούν μία συνήθη μορφή ψηφιακής πολιτικής σάτιρας. Μέσα από τη μιμητική αναπαράσταση, οι χρήστες μετατρέπουν πολιτικούς, δημοσιογράφους και δημόσια πρόσωπα σε αντικείμενα συλλογικής κωμικότητας, αναπαράγοντας χαρακτηριστικές φράσεις, κινήσεις, εκφράσεις και τρόπους ομιλίας. Η διαδικασία αυτή συνδέεται με μακρόχρονες μορφές λαϊκής γελοιοποίησης της εξουσίας, οι οποίες στο ψηφιακό περιβάλλον αποκτούν νέα ταχύτητα και συμμετοχικό χαρακτήρα. Στο παρελθόν γινόταν με γελοιογραφίες και κωμικά στριπς στις εφημερίδες, τώρα γίνεται ψηφιακά. Η ψηφιακή μίμηση βασίζεται κυρίως στη συμπύκνωση της δημόσιας εικόνας ενός πολιτικού σε λίγα εύκολα αναγνωρίσιμα χαρακτηριστικά. Μια χαρακτηριστική ατάκα, ένας ιδιαίτερος τόνος φωνής, μια αμήχανη αντίδραση ή ένας επαναλαμβανόμενος τρόπος έκφρασης αρκούν για να δημιουργήσουν μια αναγνωρίσιμη σατιρική περσόνα. Οι πολιτικοί μετατρέπονται έτσι σε «χαρακτήρες» της ψηφιακής κουλτούρας, των οποίων η δημόσια εικόνα αναπαράγεται και παραλλάσσεται συνεχώς. Η μίμηση έχει συλλογική διάσταση, ένα σατιρικό format μπορεί να αναπαραχθεί από εκατοντάδες χρήστες, οι οποίοι δημιουργούν διαφορετικές παραλλαγές πάνω στο ίδιο μοτίβο. Η πολιτική γελοιοποίηση δεν αποτελεί αποτέλεσμα μεμονωμένης δημιουργίας αλλά συλλογικής διαδικασίας επανάληψης και παραλλαγής, χαρακτηριστικής της σύγχρονης ψηφιακής λαϊκής κουλτούρας.

Παράλληλα, οι μιμήσεις πολιτικών προσώπων λειτουργούν ως μορφή συμβολικής αντιστροφής της εξουσίας. Η πολιτική αυθεντία αποδυναμώνεται μέσα από την υπερβολή, την ειρωνεία και την καρικατούρα. Οι χρήστες μετατρέπουν επίσημες πολιτικές δηλώσεις σε αντικείμενα χιούμορ και καθημερινής διαδικτυακής κατανάλωσης, μειώνοντας συμβολικά τη σοβαρότητα και την απόσταση της πολιτικής εξουσίας. Η φωνή κατέχει σημαντική θέση στη σύγχρονη ψηφιακή πολιτική σάτιρα. Οι χαρακτηριστικοί τόνοι ομιλίας, οι παύσεις, τα λεκτικά λάθη ή οι ιδιαίτεροι ρυθμοί λόγου αποκτούν συχνά μεγαλύτερη πολιτισμική αναγνωρισιμότητα από το ίδιο το περιεχόμενο των πολιτικών δηλώσεων. Η πολιτική performance αξιολογείται επομένως όχι μόνο λεκτικά αλλά και ηχητικά και σωματικά ενώ η μιμητική αναπαράσταση συνδέεται και με τη λογική του meme culture. Οι πολιτικοί μετατρέπονται σε επαναλαμβανόμενα πολιτισμικά templates που

μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε διαφορετικά συμφραζόμενα και να αποκτήσουν νέες σημασίες ανάλογα με την επικαιρότητα ή τη συλλογική διάθεση των χρηστών. Η ψηφιακή πολιτική σάτιρα οργανώνεται έτσι γύρω από μηχανισμούς συνεχούς επανερμηνείας.

Υπάρχει και μια διάσταση στην πολιτική σάτιρα και τη γελοιοποίηση των πολιτικών η οποία ξεφεύγει από τις επιδιώξεις των χρηστών. Η συνεχής αναπαραγωγή σατιρικών μορφών μπορεί να οδηγεί και σε εξοικείωση με την πολιτική γελοιοποίηση ως μόνιμο τρόπο πρόσληψης της πολιτικής ζωής. Η ειρωνεία και η αποστασιοποίηση μετατρέπονται σε κυρίαρχους τρόπους πολιτικής συμμετοχής, ιδιαίτερα μεταξύ νεότερων χρηστών των κοινωνικών δικτύων. Η υπερβολική έκθεση πολιτικών παραγόντων στα ψηφιακά δίκτυα μπορεί να ενισχύσει την ορατότητά τους αλλά και την πρόθεση ψήφου, ειδικά από γενιές που δεν ενημερώνονται με άλλους τρόπους και να λειτουργήσει με θετικό αντί με αρνητικό τρόπο.

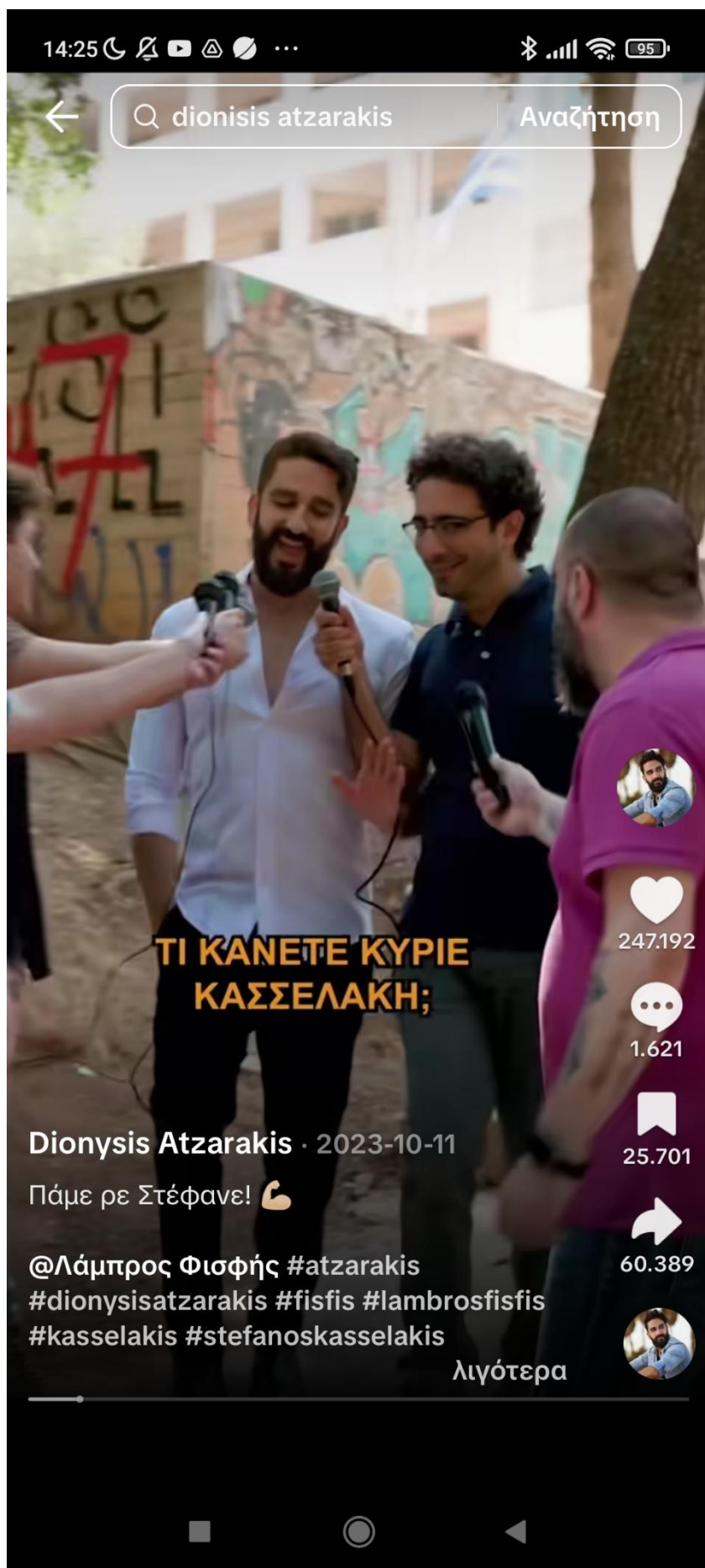
Παράδειγμα 22.

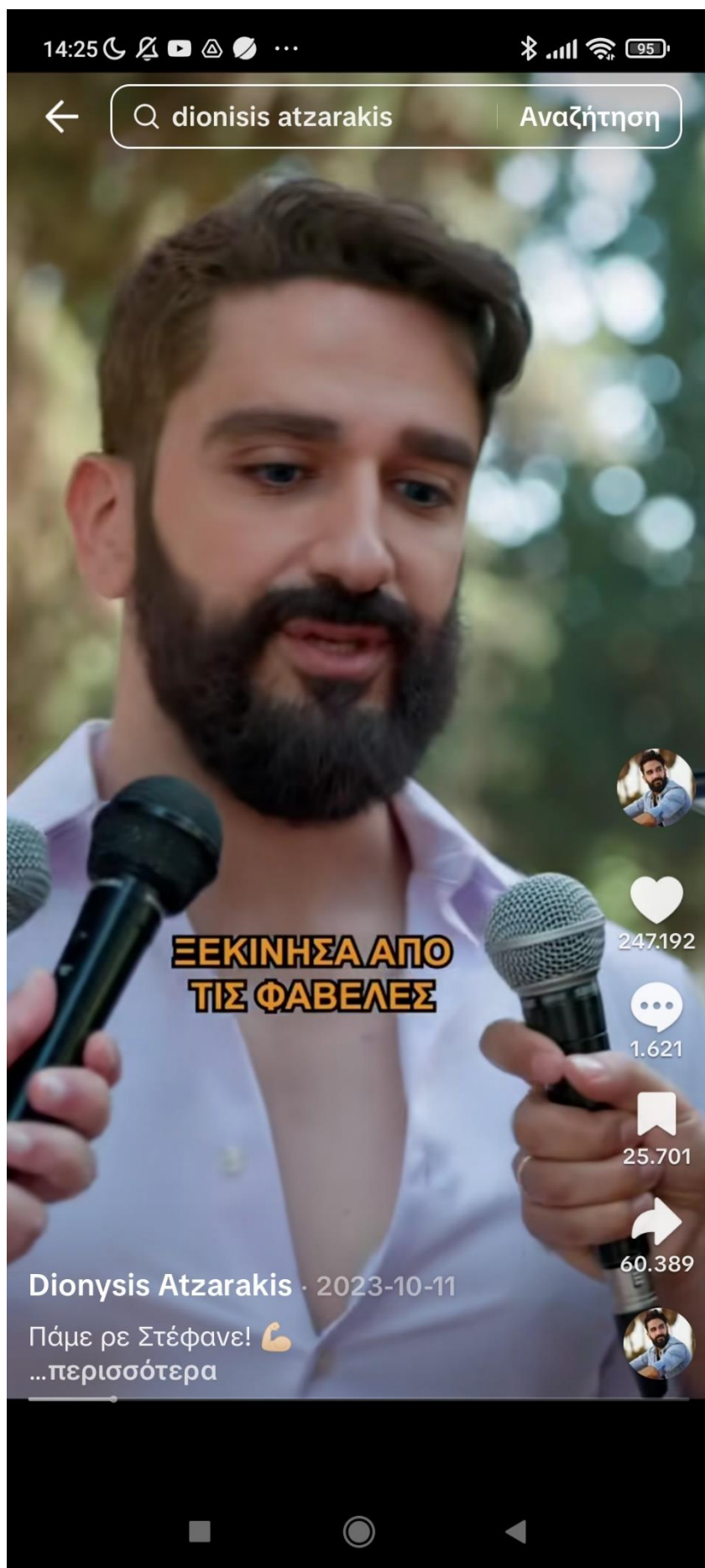
Στο ακόλουθο παράδειγμα πολιτικής παρωδίας, στο βίντεο του Διονύση Ατζαράκη, ο δημιουργός υποδύεται τον τότε πρόεδρο του ΣΥΡΙΖΑ, Στέφανο Κασσελάκη. Η κωμική αναπαράσταση δεν περιορίζεται στη μίμηση της εμφάνισης ή του τρόπου ομιλίας του πολιτικού προσώπου, αλλά συγκροτεί μια υπερβολική εκδοχή της δημόσιας περσόνας του. Στοιχεία που είχαν ήδη αποκτήσει έντονη παρουσία στον δημόσιο και δημοσιογραφικό λόγο, η παραμονή στις Ηνωμένες Πολιτείες, η επαγγελματική επιτυχία, η σχέση με τη γυμναστική και η προβολή της προσωπικής ζωής, συμπυκνώνονται σε μια σειρά παράλογων και υπερβολικών αφηγηματικών επεισοδίων. Ο σατιρικός «Κασσελάκης» παρουσιάζει, μεταξύ άλλων, μια πορεία από τις «φαβέλες» έως την οικονομική επιτυχία και από την άφιξή του στην Ελλάδα έως το «leg day στο γυμναστήριο», μετατρέποντας τη βιογραφική αφήγηση του πολιτικού σε κωμική μυθολογία. Η πρόσληψη του βίντεο από το κοινό παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς στα σχόλια η διάκριση μεταξύ πολιτικής πραγματικότητας και κωμικής υπερβολής εμφανίζεται συχνά σκόπιμα ασαφής. Σχόλια όπως «Η αλήθεια είναι ότι είναι αλήθεια όλο αυτό», «Το θλιβερό είναι ότι όλο αυτό συμβαίνει στα αλήθεια» και «όταν η σάτιρα είναι η ίδια η ζωή» δείχνουν ότι οι χρήστες δεν αντιλαμβάνονται την παρωδία μόνο ως μίμηση ενός πολιτικού προσώπου, αλλά ως σχολιασμό μιας πολιτικής πραγματικότητας την οποία θεωρούν ήδη υπερβολική ή

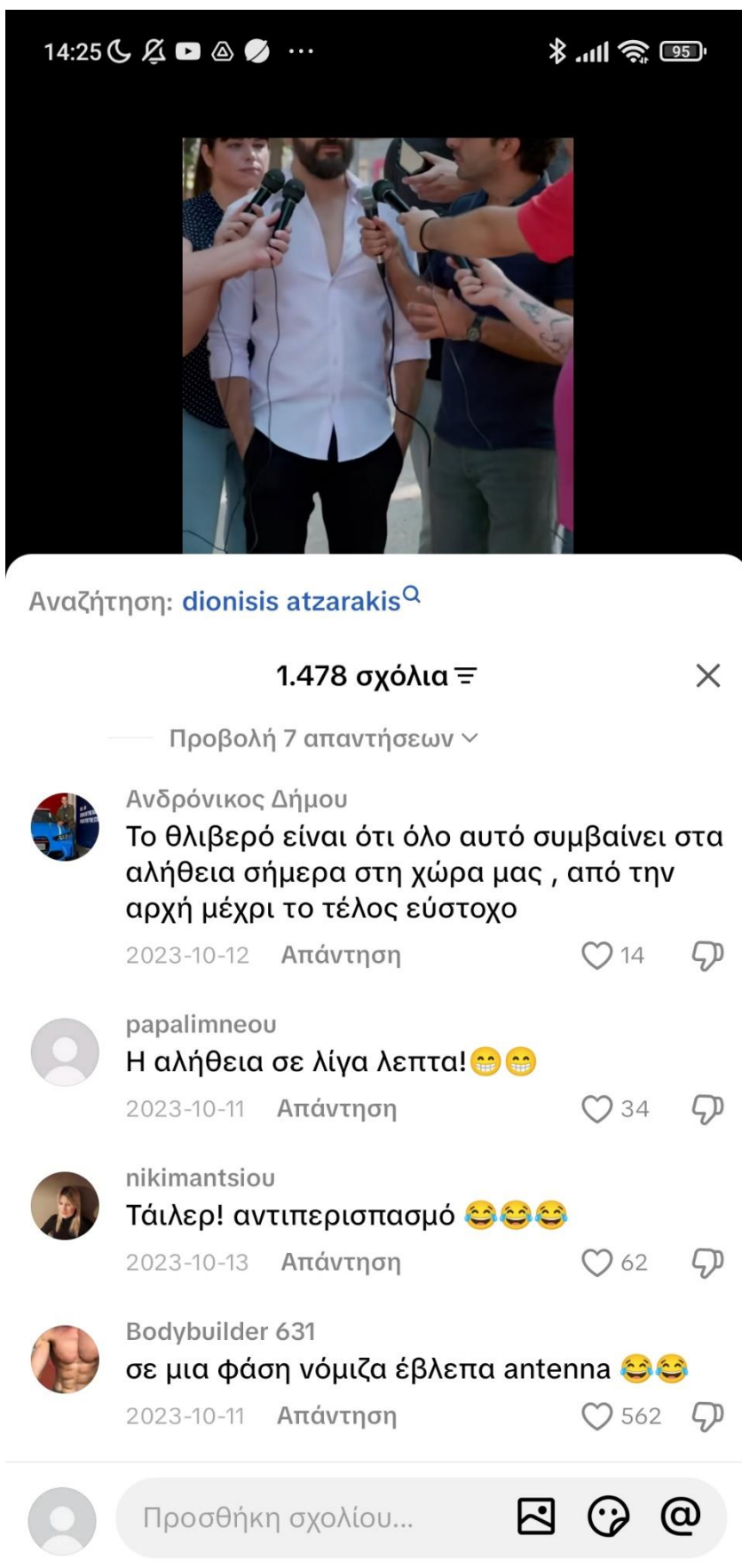
παράδοξη. Παράλληλα, άλλα σχόλια συνεχίζουν το κωμικό σενάριο, προσθέτοντας νέες αναφορές και αστεία, με αποτέλεσμα η πολιτική σάτιρα να εξελίσσεται συλλογικά στον χώρο των σχολίων.

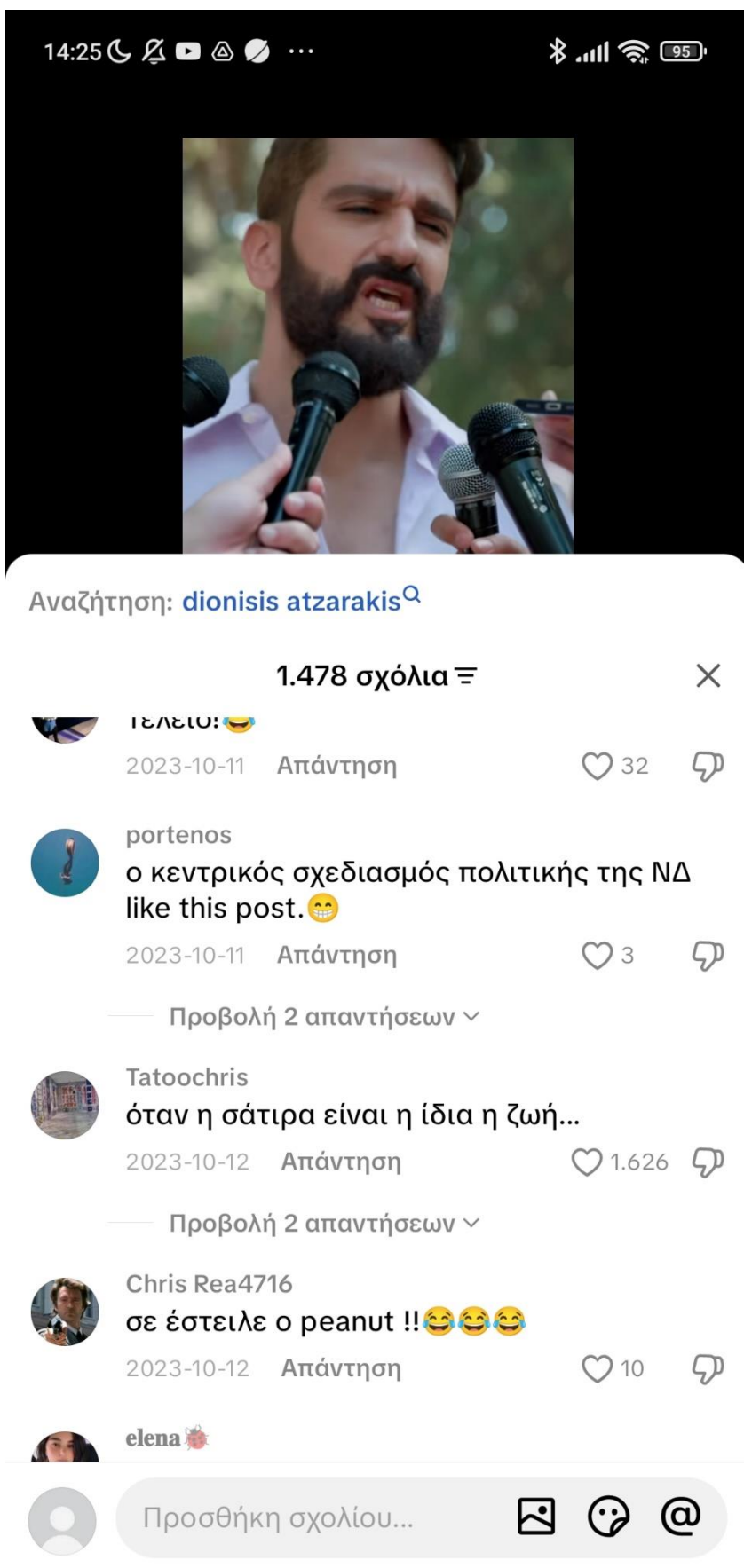




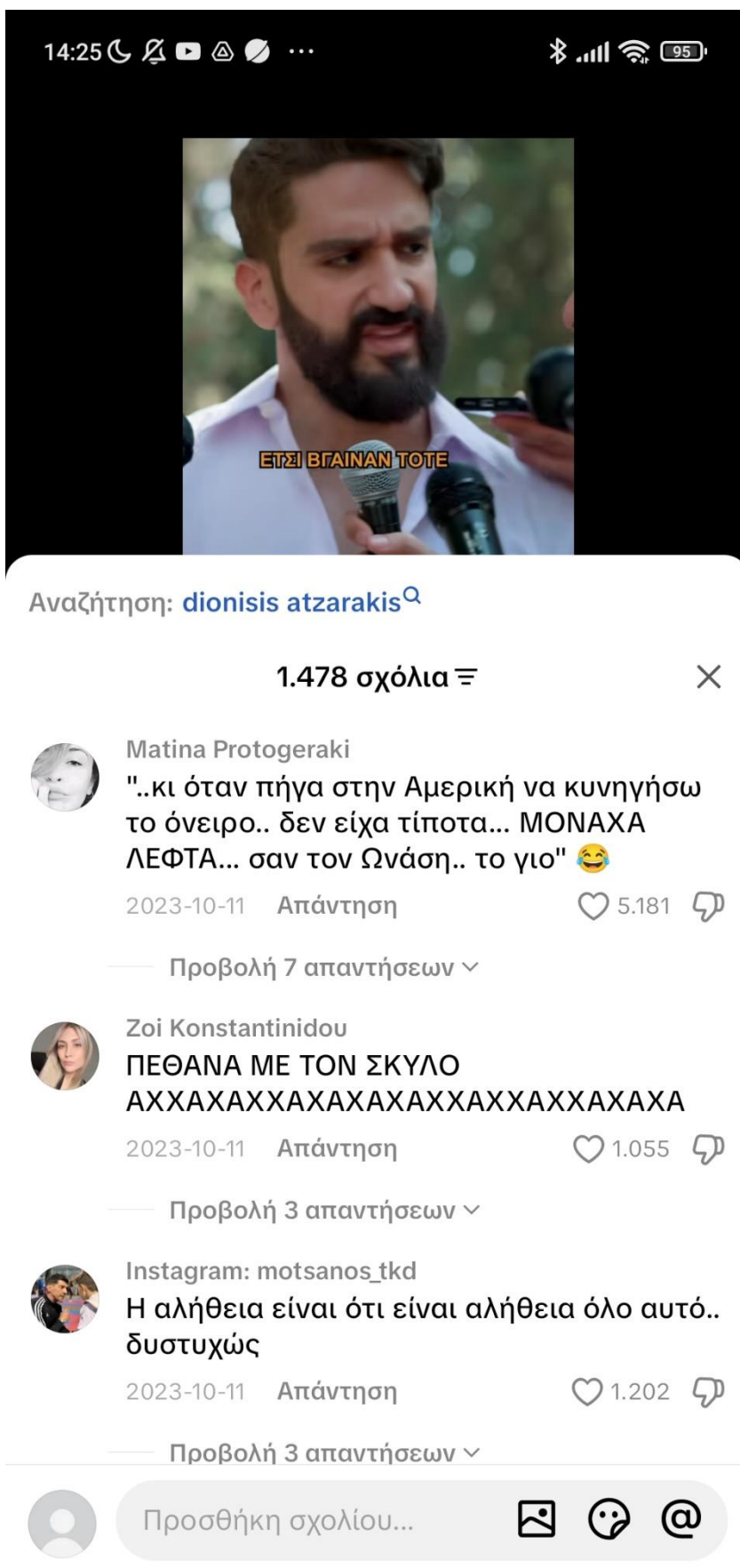








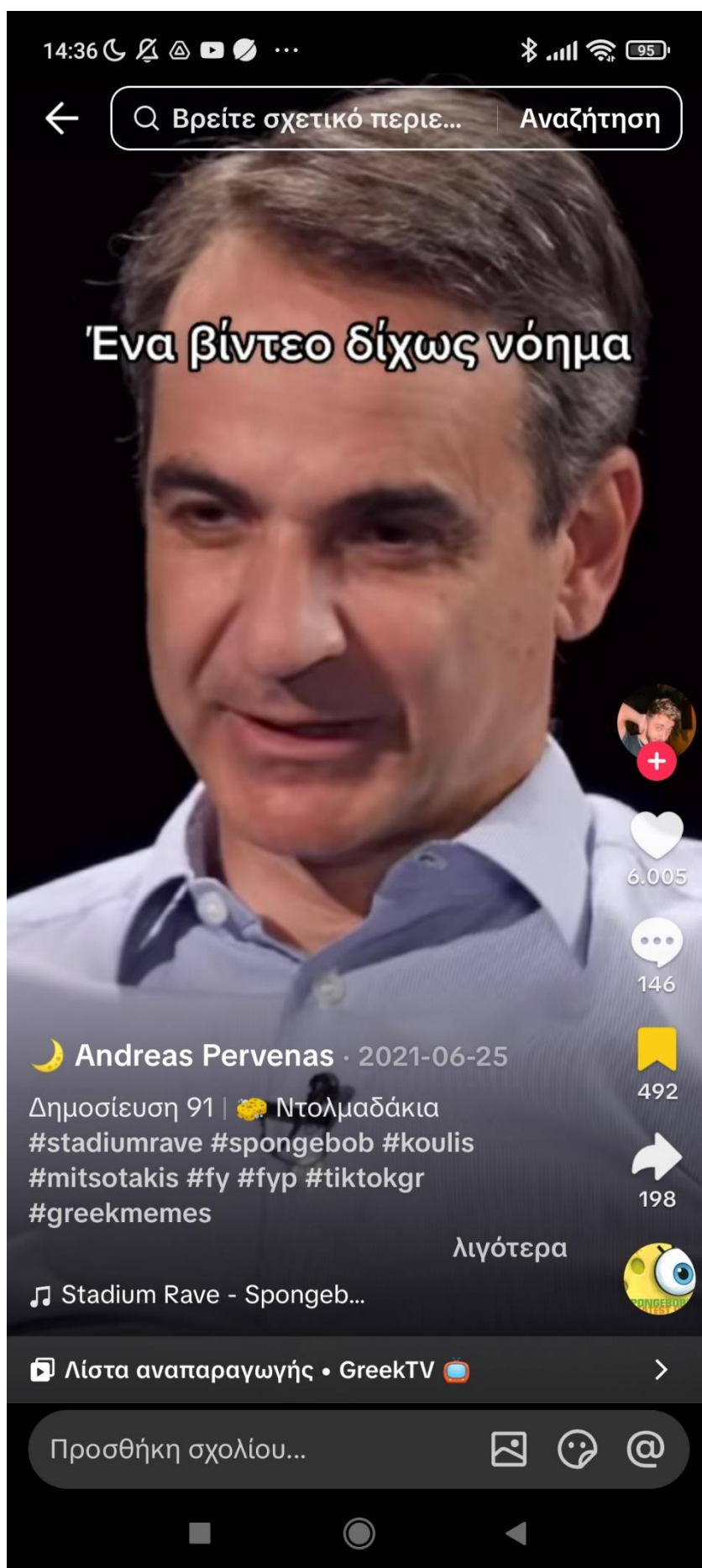




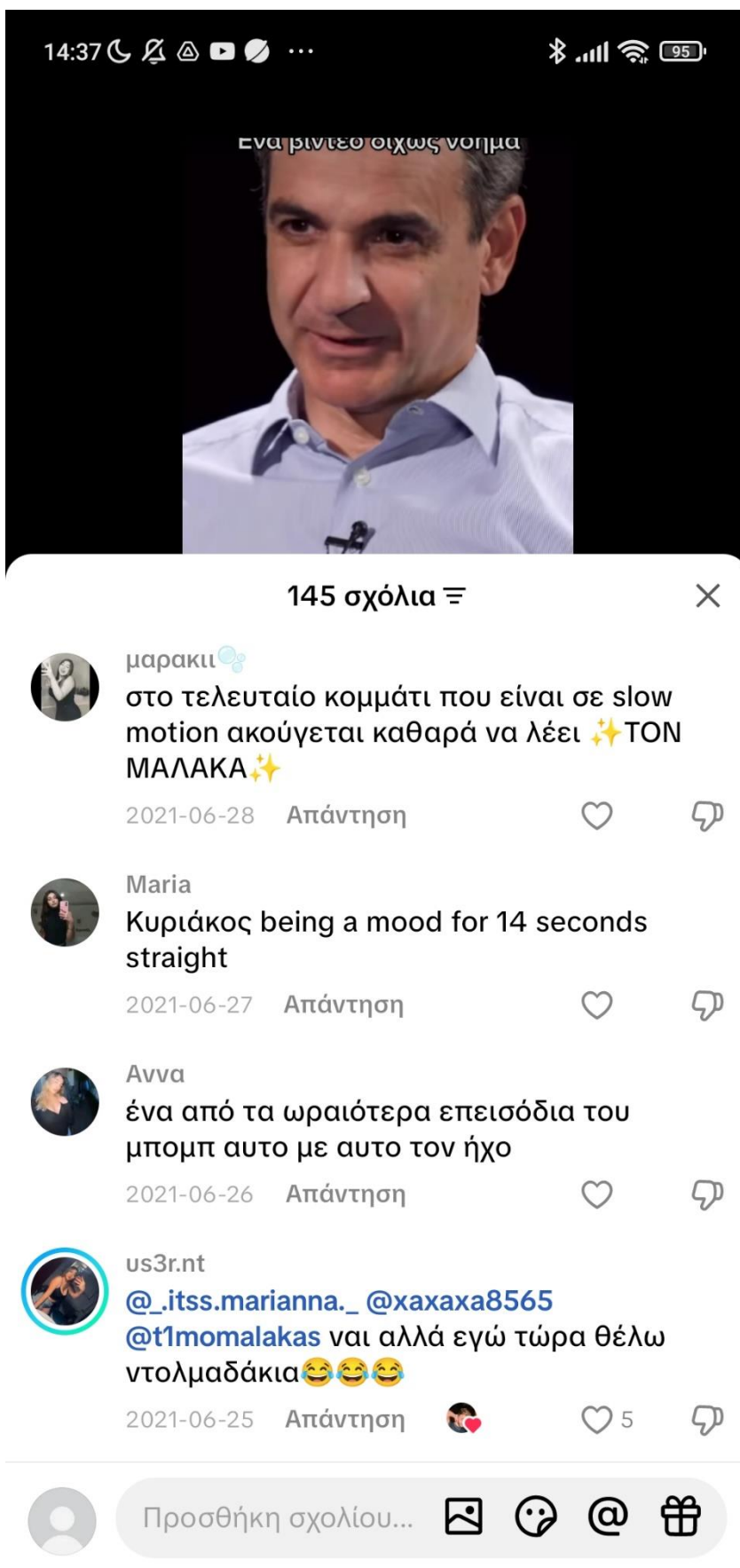
5.4.3. Viral φράσεις ως συλλογικοί πολιτισμικοί κώδικες

Οι viral φράσεις αποτελούν ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα στοιχεία της σύγχρονης ψηφιακής κουλτούρας. Στο TikTok και τα κοινωνικά δίκτυα, σύντομες ατάκες, αποσπάσματα δηλώσεων ή φαινομενικά ασήμαντες λεκτικές στιγμές αποκτούν μαζική αναγνωρισιμότητα και μετατρέπονται σε συλλογικούς πολιτισμικούς κώδικες. Οι φράσεις αυτές επαναλαμβάνονται, παραλλάσσονται και επαναχρησιμοποιούνται σε διαφορετικά συμφραζόμενα, λειτουργώντας ως κοινά σημεία αναφοράς για τις διαδικτυακές κοινότητες. Η διαδικασία μέσω της οποίας μια φράση γίνεται viral βασίζεται συνήθως στη συνδυαστική λειτουργία αναγνωρισιμότητας, χιούμορ και επαναληψιμότητας. Ορισμένες εκφράσεις διαθέτουν ιδιαίτερο ρυθμό, ένταση, αμηχανία ή υπερβολή που τις καθιστά εύκολα αναπαραγώγιμες και μνημονικές. Το TikTok ενισχύει ιδιαίτερα αυτή τη διαδικασία, καθώς η πλατφόρμα επιτρέπει την άμεση αναπαραγωγή ηχητικών αποσπασμάτων και τη δημιουργία αμέτρητων παραλλαγών γύρω από το ίδιο λεκτικό μοτίβο. Οι viral φράσεις αποσυνδέονται συχνά από το αρχικό τους συμφραζόμενο και αποκτούν νέα πολιτισμική λειτουργία. Μια πολιτική δήλωση, μια τηλεοπτική ατάκα ή ένα αυθόρμητο σχόλιο μπορεί να μετατραπεί σε γενικό μηχανισμό χιούμορ και καθημερινής επικοινωνίας, χρησιμοποιούμενο πλέον ανεξάρτητα από το αρχικό γεγονός στο οποίο αναφερόταν. Η φράση μετατρέπεται έτσι σε αυτόνομο πολιτισμικό αντικείμενο.

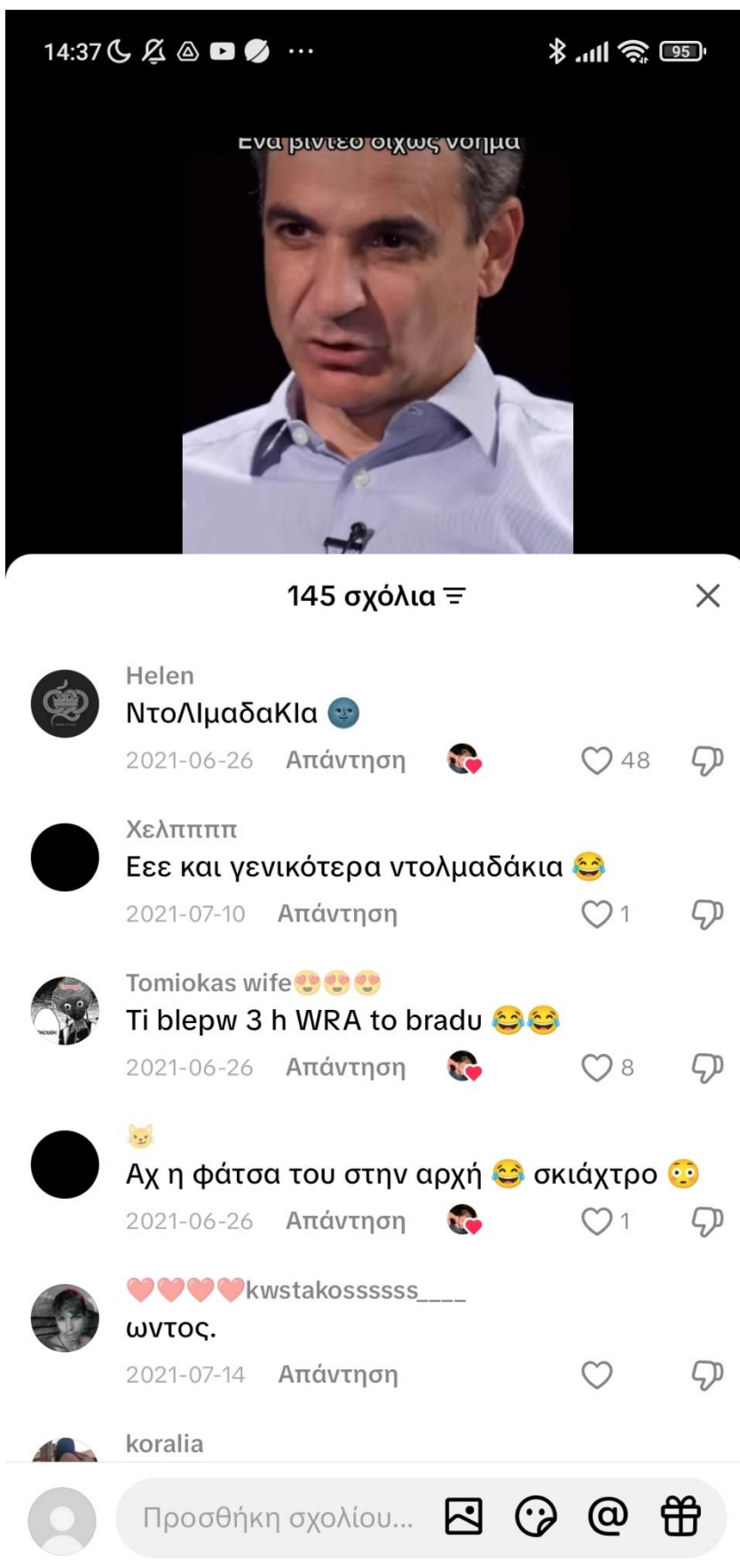
Παράδειγμα 23.











Η περίπτωση με τα «ντολμαδακια του Μητσοτάκη» αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο μια φαινομενικά ασήμαντη πολιτισμική ή επικοινωνιακή στιγμή μπορεί να μετατραπεί σε αντικείμενο μαζικής ψηφιακής ειρωνείας και συλλογικής σατιρικής αναπαραγωγής. Στο περιβάλλον του TikTok και των κοινωνικών δικτύων, η πολιτική σάτιρα δεν οργανώνεται μόνο γύρω από επίσημες πολιτικές δηλώσεις ή σοβαρά γεγονότα αλλά και γύρω από μικρές, καθημερινές ή αμήχανες στιγμές που αποκτούν ιδιαίτερη συμβολική φόρτιση μέσω της διαδικτυακής επανάληψης. Η αναφορά στα «ντολμαδάκια Μητσοτάκη» ή στο «γιατί αυτοί είστε» του Δημήτρη Κουτσούμπα λειτουργούν ως αφορμή για τη δημιουργία μεγάλου αριθμού memes, σατιρικών σχολίων και χιουμοριστικών βίντεο, μέσα από τα οποία οι χρήστες εκφράζουν ειρωνικά συναισθήματα κοινωνικής και πολιτικής δυσπιστίας. Φράσεις όπως αυτές απέκτησαν πολιτισμική δυναμική όχι λόγω της κυριολεκτικής σημασίας της αλλά λόγω της δυνατότητάς τους να λειτουργήσουν ως σύμβολο απόστασης ανάμεσα στην πολιτική ελίτ και στην καθημερινή κοινωνική εμπειρία. Τα «ντολμαδάκια» χρησιμοποιήθηκαν ως χιουμοριστικό μοτίβο για να σχολιαστούν ζητήματα πολιτικής επικοινωνίας, κοινωνικής ανισότητας ή επικοινωνιακής αμηχανίας. Η διαδικτυακή σάτιρα μετέτρεψε ένα μικρό επικοινωνιακό στιγμιότυπο σε συλλογικό σύμβολο. Η χρήση της φράσης στα κοινωνικά δίκτυα δεν απαιτεί πάντα πολιτική ανάλυση ή άμεση ιδεολογική τοποθέτηση· αρκεί η αναγνώριση του πολιτισμικού κώδικα και η συμμετοχή στο συλλογικό χιούμορ.

6. Οι χρήστες και οι δημιουργοί απέναντι στο ψηφιακό περιεχόμενο: ανάλυση της εμπειρικής έρευνας

Οι συνεντεύξεις με δημιουργούς περιεχομένου αποτέλεσαν ένα σημαντικό μέρος της εμπειρικής έρευνας, καθώς επέτρεψαν την προσέγγιση του ψηφιακού περιεχομένου όχι μόνο ως τελικού πολιτισμικού προϊόντος αλλά και ως αποτέλεσμα συγκεκριμένων διαδικασιών δημιουργίας, επιλογής, επιτέλεσης και αλληλεπίδρασης με το κοινό. Η ανάλυση των βίντεο και των σχολίων αποκαλύπτει όψεις του περιεχομένου που είναι δημόσια ορατές· οι συνεντεύξεις, αντίθετα, προσφέρουν πρόσβαση στις αντιλήψεις των ίδιων των δημιουργών για τη δραστηριότητά τους, στα κίνητρα και στις προθέσεις τους, στις πρακτικές παραγωγής και επεξεργασίας του υλικού, καθώς και στον τρόπο με τον οποίο

αντιλαμβάνονται τη σχέση τους με το κοινό. Η επεξεργασία του υλικού των συνεντεύξεων οργανώθηκε θεματικά και όχι ως διαδοχική παρουσίαση των απαντήσεων κάθε συμμετέχοντα. Από την ανάγνωση και τη σύγκριση των απαντήσεων προέκυψαν ορισμένοι επαναλαμβανόμενοι θεματικοί άξονες, οι οποίοι αφορούν την αφετηρία της δημιουργικής δραστηριότητας, την επιλογή των θεμάτων, τη σχέση ανάμεσα στο αυθόρμητο και στο προσχεδιασμένο περιεχόμενο, τις τεχνικές παραγωγής και επεξεργασίας των βίντεο, την αλληλεπίδραση με το κοινό, τη σημασία των σχολίων και των αλγοριθμικών μηχανισμών, καθώς και την αντίληψη των δημιουργών για την αυθεντικότητα και τη δημόσια εικόνα τους.

Ένα από τα πρώτα ζητήματα που εξετάστηκαν ήταν ο τρόπος με τον οποίο οι ίδιοι οι δημιουργοί περιγράφουν την έναρξη της δραστηριότητάς τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διάκριση ανάμεσα στη δημιουργία περιεχομένου ως αρχικά αυθόρμητη πρακτική και στη σταδιακή μετατροπή της σε συστηματική δραστηριότητα. Σε αρκετές περιπτώσεις, η παραγωγή περιεχομένου δεν ξεκινά με ένα πλήρως διαμορφωμένο επαγγελματικό σχέδιο, αλλά μέσα από πειραματισμούς, προσωπικές αφηγήσεις, χιουμοριστικά στιγμιότυπα ή συμμετοχή σε ήδη δημοφιλείς τάσεις. Η ανταπόκριση του κοινού μπορεί στη συνέχεια να οδηγήσει σε συστηματικότερη παρουσία, σε μεγαλύτερη προσοχή στην επιλογή των θεμάτων και, σε ορισμένες περιπτώσεις, στη διαμόρφωση μιας περισσότερο αναγνωρίσιμης διαδικτυακής περσόνας.

Η επιλογή της θεματολογίας αποτελεί έναν δεύτερο σημαντικό άξονα. Οι δημιουργοί αντλούν συχνά το υλικό τους από την καθημερινή ζωή, τις προσωπικές σχέσεις, την οικογένεια, την εργασία, τις οικονομικές δυσκολίες, τις κοινωνικές αντιθέσεις και τις μικρές εντάσεις της καθημερινότητας. Ωστόσο, η μεταφορά μιας εμπειρίας στο ψηφιακό περιβάλλον δεν συνιστά απλή καταγραφή της. Η εμπειρία επιλέγεται, συμπυκνώνεται και μετασχηματίζεται αφηγηματικά, ώστε να είναι αναγνωρίσιμη από ένα ευρύτερο κοινό. Το προσωπικό περιστατικό μπορεί έτσι να αποκτήσει συλλογικό χαρακτήρα, καθώς οι θεατές αναγνωρίζουν σε αυτό δικές τους εμπειρίες και ανταποκρίνονται με σχόλια όπως «αυτό συμβαίνει και σε μένα», «είναι σαν να περιγράφεις τη ζωή μου» ή με την παράθεση μιας ανάλογης προσωπικής ιστορίας, ενώ ιδιαίτερη σημασία δόθηκε στη σχέση μεταξύ αυθορμητισμού και σχεδιασμού. Το σύντομο βίντεο συχνά δημιουργεί την εντύπωση της άμεσης και αυθόρμητης επικοινωνίας, όμως η παραγωγή του μπορεί να περιλαμβάνει

προετοιμασία, επαναλαμβανόμενες λήψεις, επιλογή συγκεκριμένου χώρου, επεξεργασία του ήχου και της εικόνας και προσεκτικό μοντάζ. Οι συνεντεύξεις επιτρέπουν να εξεταστεί αυτή η αθέατη πλευρά της παραγωγής και να διερευνηθεί κατά πόσο οι δημιουργοί αντιλαμβάνονται την αυθεντικότητα ως απουσία σχεδιασμού ή, αντίθετα, ως συνέπεια ανάμεσα στη δημόσια εικόνα και στην προσωπική τους ταυτότητα.

Η αλληλεπίδραση με το κοινό αποτελεί επίσης κεντρικό στοιχείο της δημιουργικής διαδικασίας. Τα σχόλια δεν εμφανίζονται μόνο μετά τη δημοσίευση ενός βίντεο ως αξιολόγηση ενός ολοκληρωμένου έργου. Μπορούν να επηρεάσουν την επόμενη παραγωγή, να οδηγήσουν στη δημιουργία απαντητικών βίντεο, να αναδείξουν ένα θέμα που ενδιαφέρει ιδιαίτερα τους ακολούθους ή να μετατρέψουν μια μεμονωμένη ανάρτηση σε σειρά. Με τον τρόπο αυτό, η δημιουργία περιεχομένου αποκτά κυκλικό χαρακτήρα, ο δημιουργός παράγει ένα βίντεο, το κοινό αντιδρά, οι αντιδράσεις αξιολογούνται και μέρος τους επιστρέφει στην πλατφόρμα ως νέο περιεχόμενο. Αυτή η διαδικασία παρουσιάζει ενδιαφέρον καθώς η σχέση δημιουργού και κοινού θυμίζει, χωρίς ασφαλώς να ταυτίζεται με αυτή, τη δυναμική σχέση μεταξύ αφηγητή και ακροατηρίου στην προφορική επιτέλεση. Η αντίδραση του κοινού επηρεάζει την εξέλιξη του αφηγηματικού υλικού, ορισμένες μορφές επαναλαμβάνονται επειδή αναγνωρίζονται και γίνονται αποδεκτές, ενώ άλλες μετασχηματίζονται μέσα από την επανάληψη και την παραλλαγή. Στο ψηφιακό περιβάλλον, η διαδικασία αυτή είναι ασύγχρονη και τεχνολογικά διαμεσολαβημένη, αλλά παραμένει εμφανής η συμμετοχή της κοινότητας στη διαμόρφωση του περιεχομένου.

Ένας ακόμη άξονας των συνεντεύξεων αφορά τη σχέση των δημιουργών με τους αλγοριθμικούς μηχανισμούς των πλατφορμών. Ανεξάρτητα από το επίπεδο τεχνικής γνώσης που διαθέτουν, οι δημιουργοί αναπτύσσουν πρακτικές αντιλήψεις σχετικά με το ποια βίντεο «πηγαίνουν καλά», ποιες ώρες θεωρούν κατάλληλες για δημοσίευση, ποια διάρκεια ευνοεί την παρακολούθηση και ποια θέματα προκαλούν περισσότερες αντιδράσεις. Οι αντιλήψεις αυτές διαμορφώνονται μέσα από την εμπειρία, τη δοκιμή και το σφάλμα, την παρατήρηση άλλων λογαριασμών και την ανταλλαγή σχετικών πληροφοριών. Δημιουργείται, επομένως, ένα είδος πρακτικής ψηφιακής γνώσης, η οποία δεν προέρχεται απαραίτητα από επίσημες οδηγίες της πλατφόρμας αλλά κυκλοφορεί μέσα στις κοινότητες των χρηστών. Παράλληλα, οι συνεντεύξεις επιτρέπουν να εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο οι δημιουργοί διαχειρίζονται τις αρνητικές αντιδράσεις, την κριτική και τα επιθετικά σχόλια. Η αυξημένη ορατότητα συνεπάγεται την έκθεση σε ένα κοινό που δεν είναι πάντοτε

υποστηρικτικό. Η διαγραφή σχολίων, η επιλογή της μη απάντησης, η ειρωνική ανταπόκριση ή η μετατροπή ενός αρνητικού σχολίου σε νέο βίντεο αποτελούν διαφορετικές στρατηγικές διαχείρισης της δημόσιας έκθεσης. Το αρνητικό σχόλιο μπορεί μάλιστα να μετατραπεί σε πρώτη ύλη για νέα αφήγηση, επιβεβαιώνοντας για ακόμη μία φορά ότι τα όρια μεταξύ δημιουργίας και πρόσληψης είναι ιδιαίτερα ρευστά.

Η ανάλυση των συνεντεύξεων αναδεικνύει τελικά τον δημιουργό ψηφιακού περιεχομένου ως έναν σύνθετο πολιτισμικό δρώντα. Είναι ταυτόχρονα αφηγητής, ερμηνευτής, σκηνοθέτης, μοντέρ και διαχειριστής μιας δημόσιας ψηφιακής παρουσίας. Η δραστηριότητά του αναπτύσσεται στη συνάντηση της προσωπικής έκφρασης, των πολιτισμικών κωδίκων, της ανταπόκρισης του κοινού και των τεχνολογικών δυνατοτήτων και περιορισμών της πλατφόρμας. Οι συνεντεύξεις, επομένως, συμπληρώνουν την ανάλυση του δημοσιευμένου υλικού, φωτίζοντας τις διαδικασίες και τις αντιλήψεις που βρίσκονται πίσω από την ορατή επιτέλεση.

6.1. Χρήση, πρόσληψη και συμμετοχή των χρηστών

Οι συνεντεύξεις με τους απλούς χρήστες της πλατφόρμας ανέδειξαν ορισμένες κοινές τάσεις ως προς τη συχνότητα και τον τρόπο χρήσης του TikTok, τις προτιμήσεις περιεχομένου και τις πρακτικές αλληλεπίδρασης. Στην έρευνα συμμετείχαν περίπου 25 χρήστες, με την πλειονότητα να ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 18 έως 25 ετών και μικρότερη εκπροσώπηση των ηλικιών έως περίπου 40 ετών. Ήδη από τη διαδικασία αναζήτησης συμμετεχόντων έγινε εμφανής η σαφής ηλικιακή διαφοροποίηση στη χρήση της πλατφόρμας, καθώς τα άτομα μεγαλύτερων ηλικιών που προσεγγίστηκαν δήλωναν συχνότερα ότι δεν χρησιμοποιούν καθόλου το TikTok.

Η ηλικία φαίνεται να διαφοροποιεί και την ένταση της χρήσης. Οι νεότεροι συμμετέχοντες δήλωσαν καθημερινή χρήση της εφαρμογής, ενώ οι σχετικά μεγαλύτεροι ανέφεραν συνήθως ότι την επισκέπτονται τέσσερις ή πέντε φορές την εβδομάδα. Χαρακτηριστικό είναι ότι αρκετοί από τους τελευταίους συνέδεσαν τη χρήση του TikTok με μια συγκεκριμένη στιγμή της καθημερινότητάς τους, τις βραδινές ώρες και ιδιαίτερα το διάστημα πριν από τον ύπνο. Η χρήση της πλατφόρμας εντάσσεται έτσι σε μια καθημερινή πρακτική χαλάρωσης και ψυχαγωγίας, η οποία όμως συχνά υπερβαίνει την αρχική πρόθεση του χρήστη ως προς τη διάρκειά της.

Οι ίδιοι οι συμμετέχοντες αναφέρθηκαν επανειλημμένα στον έντονα εθιστικό χαρακτήρα της πλατφόρμας. Η διαδοχή των σύντομων βίντεο και η συνεχής ροή εξατομικευμένου περιεχομένου φαίνεται να ευνοούν την παρατεταμένη παραμονή στην εφαρμογή, χωρίς ο χρήστης να έχει πάντοτε σαφή αντίληψη του χρόνου που έχει παρέλθει. Ορισμένοι ανέφεραν χαρακτηριστικά ότι είναι δυνατόν να παρακολουθήσουν ακόμη και εκατό σύντομα βίντεο μέσα σε ένα βράδυ. Η εμπειρία αυτή διαφοροποιείται αισθητά από την περισσότερο συνειδητή επιλογή ενός συγκεκριμένου τηλεοπτικού προγράμματος, μιας ταινίας ή ακόμη και ενός βίντεο μεγαλύτερης διάρκειας. Στο TikTok, το επόμενο περιεχόμενο δεν επιλέγεται κατ' ανάγκην από τον χρήστη, αλλά προσφέρεται αδιάκοπα από την πλατφόρμα. Ως προς τις προτιμήσεις τους, οι συμμετέχοντες δεν περιέγραψαν πάντοτε συγκεκριμένες κατηγορίες περιεχομένου. Αντίθετα, η συνηθέστερη απάντηση ήταν ότι παρακολουθούν «ό,τι τους βγάζει το feed». Η διατύπωση αυτή είναι ιδιαίτερα ενδεικτική της αλγοριθμικά διαμεσολαβημένης εμπειρίας του TikTok όπου οι χρήστες δεν αναζητούν απαραίτητα συγκεκριμένο περιεχόμενο, αλλά κινούνται μέσα σε μια προσωποποιημένη ροή, η οποία περιλαμβάνει τόσο Έλληνες όσο και ξένους δημιουργούς. Η διάκριση ανάμεσα στο εγχώριο και το διεθνές περιεχόμενο φαίνεται, επομένως, να έχει μικρότερη σημασία από την ικανότητα του βίντεο να προσελκύσει άμεσα την προσοχή και να είναι εύκολα κατανοητό. Στην πλειονότητά τους, οι χρήστες της πλατφόρμας δείχνουν προτίμηση για βίντεο που διαθέτουν υπότιτλους, ακόμα κι αν τα βίντεο είναι στα ελληνικά. Αρκετοί χρήστες εξήγησαν ότι οι υπότιτλοι τους επιτρέπουν να παρακολουθούν περιεχόμενο χωρίς να ενεργοποιούν τον ήχο, ιδιαίτερα όταν βρίσκονται σε δημόσιο χώρο ή κατά τις βραδινές ώρες. Η παρατήρηση αυτή δείχνει ότι το γραπτό κείμενο δεν λειτουργεί απλώς συμπληρωματικά προς τον προφορικό λόγο, αλλά αποτελεί οργανικό μέρος της οπτικοακουστικής γραμματικής των σύντομων βίντεο. Η ταυτόχρονη παρουσία εικόνας, προφορικού λόγου και γραπτού κειμένου διευκολύνει την ταχεία πρόσληψη του περιεχομένου και επιτρέπει την κατανάλωσή του σε διαφορετικές καθημερινές συνθήκες.

Ως προς το χιουμοριστικό περιεχόμενο, ιδιαίτερα θετική ανταπόκριση συγκεντρώνουν τα βίντεο στα οποία ένας δημιουργός υποδύεται διαδοχικά διαφορετικούς χαρακτήρες ή περσόνες. Οι χρήστες αναγνωρίζουν εύκολα σε αυτούς τους χαρακτήρες κοινωνικούς τύπους, οικογενειακούς ρόλους και γνώριμες μορφές της καθημερινής ζωής. Η δημοφιλία της συγκεκριμένης αφηγηματικής τεχνικής συνδέεται με την αναγνωρισιμότητα των καταστάσεων αλλά και με τη δυνατότητα ενός μόνο δημιουργού να

κατασκευάζει μικρές πολυφωνικές αφηγήσεις, στις οποίες η εναλλαγή ρόλων, εκφράσεων και τρόπων ομιλίας παράγει το κωμικό αποτέλεσμα.

Ένα ακόμη σημαντικό εύρημα αφορά τη λειτουργία του TikTok ως πηγής ενημέρωσης. Ορισμένοι συμμετέχοντες, κυρίως από τις νεότερες ηλικιακές ομάδες, δήλωσαν ότι η πλατφόρμα αποτελεί τη βασική τους πηγή πληροφόρησης για όσα συμβαίνουν στην Ελλάδα και διεθνώς. Χαρακτηριστική ήταν η δήλωση συμμετέχοντα ότι δεν διαβάζει εφημερίδες και δεν παρακολουθεί συστηματικά συμβατικά μέσα ενημέρωσης, αλλά ενημερώνεται μέσω σύντομων βίντεο που εμφανίζονται στη ροή του. Το στοιχείο αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς δείχνει ότι για ορισμένους χρήστες το TikTok δεν αποτελεί πλέον αποκλειστικά χώρο ψυχαγωγίας, αλλά ένα υβριδικό περιβάλλον στο οποίο η ενημέρωση, το χιούμορ, η προσωπική αφήγηση και ο κοινωνικός σχολιασμός συνυπάρχουν στην ίδια συνεχή ροή.

Διαφοροποίηση ανά ηλικιακή ομάδα παρατηρήθηκε και στις μορφές συμμετοχής. Οι σχετικά μεγαλύτεροι χρήστες δήλωσαν συχνότερα ότι γράφουν σχόλια, ενώ οι νεότεροι εμφανίζονται περισσότερο επιφυλακτικοί ως προς τη δημόσια τοποθέτησή τους. Ωστόσο, η περιορισμένη παραγωγή σχολίων δεν σημαίνει αδιαφορία για αυτά. Αντίθετα, οι νεότεροι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι διαβάζουν συστηματικά τα σχόλια των άλλων χρηστών, τα οποία αποτελούν για αυτούς μέρος της συνολικής εμπειρίας του βίντεο. Σε ορισμένες περιπτώσεις, μάλιστα, η ανάγνωση των σχολίων οδηγεί σε νέες μορφές σύνδεσης μεταξύ χρηστών. Συμμετέχοντες ανέφεραν ότι έχουν ακολουθήσει άγνωστους, απλούς χρήστες επειδή συμφώνησαν με σχόλιά τους κάτω από κάποιο βίντεο. Η επιλογή αυτή δεν αφορά μόνο την παρακολούθηση όσων αναρτά ο συγκεκριμένος χρήστης, αλλά και την περιέργεια για το περιεχόμενο που ο ίδιος παρακολουθεί, σχολιάζει ή αναδημοσιεύει. Διαμορφώνεται έτσι ένα είδος άτυπου δικτύου εκλεκτικής συγγένειας, στο οποίο η συμφωνία γύρω από μια άποψη, ένα αστείο ή μια κοινωνική τοποθέτηση μπορεί να λειτουργήσει ως αφετηρία για την παρακολούθηση ενός άγνωστου προσώπου.

Τα ευρήματα αυτά δείχνουν ότι η χρήση του TikTok δεν μπορεί να περιγραφεί αποκλειστικά ως παθητική κατανάλωση σύντομων βίντεο. Ακόμη και οι χρήστες που δεν παράγουν δικό τους περιεχόμενο και σχολιάζουν σπάνια συμμετέχουν σε πρακτικές επιλογής, αξιολόγησης, ανάγνωσης, αναδημοσίευσης και παρακολούθησης άλλων χρηστών. Η συμμετοχή στην ψηφιακή κοινότητα μπορεί επομένως να είναι λιγότερο ορατή, χωρίς όμως να είναι λιγότερο ουσιαστική. Η εξατομικευμένη ροή, τα σχόλια και τα δίκτυα

παρακολούθησης συγκροτούν ένα σύνθετο περιβάλλον μέσα στο οποίο η ψυχαγωγία, η ενημέρωση και η κοινωνική αλληλεπίδραση συνυπάρχουν και αλληλοτροφοδοτούνται.

6.2. Η οπτική των δημιουργών: παραγωγή περιεχομένου, ψηφιακές περσόνες και αυθεντικότητα

Για τη διερεύνηση της οπτικής των δημιουργών περιεχομένου πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με πέντε δημιουργούς περιεχομένου (creators) ηλικίας 28 έως 44 ετών, οι οποίοι διαθέτουν αντίστοιχα περίπου 30.000, 116.000, 227.000, 300.000 και 325.000 ακολούθους. Παρά τις διαφορές ως προς τον αριθμό των ακολούθων και το ειδικότερο ύψος του περιεχομένου τους, στις απαντήσεις τους εμφανίστηκαν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά σχετικά με τη διαδικασία παραγωγής, τη διαμόρφωση ψηφιακών περσόνων, τη σχέση με το κοινό και τη σημασία της αυθεντικότητας.

Ένα πρώτο κοινό στοιχείο αφορά την ύπαρξη αναγνωρίσιμων μοτίβων στο περιεχόμενο κάθε δημιουργού. Οι δημιουργοί δεν δημοσιεύουν ένα εντελώς ετερόκλητο σύνολο βίντεο, αλλά αναπτύσσουν συγκεκριμένους θεματικούς και εκφραστικούς άξονες, οι οποίοι επανέρχονται στις αναρτήσεις τους και καθιστούν το περιεχόμενό τους αναγνωρίσιμο. Στο πλαίσιο αυτό, ιδιαίτερα σημαντική είναι η δημιουργία ψηφιακών περσόνων. Όλοι οι συμμετέχοντες αναφέρθηκαν στην παρουσία μιας ή, συχνότερα, περισσότερων περσόνων στο περιεχόμενό τους, μέσα από τις οποίες οργανώνεται η αφήγηση και παράγεται το χιούμορ. Οι περσόνες αυτές δεν παρουσιάζονται ως εντελώς ανεξάρτητες από το πραγματικό πρόσωπο του δημιουργού. Αντίθετα, οι συμμετέχοντες ανέφεραν ότι ενσωματώνουν σε αυτές στοιχεία του χαρακτήρα, των εμπειριών και της προσωπικής τους ζωής. Καθημερινά περιστατικά, κοινωνικές παρατηρήσεις και προσωπικά βιώματα μετασχηματίζονται σε σύντομες αφηγήσεις, συνήθως μέσω της υπερβολής, της ειρωνείας ή της τυποποίησης αναγνωρίσιμων συμπεριφορών. Το προσωπικό βίωμα δεν μεταφέρεται αυτούσιο στην οθόνη, αλλά λειτουργεί ως πρώτη ύλη για την κατασκευή μιας σκηνής ή ενός χαρακτήρα. Όσον αφορά στις απαντήσεις σχετικά με τη διαδικασία παραγωγής των βίντεο, παρατηρήθηκε ότι η φαινομενική αμεσότητα και ο αυθορμητισμός του περιεχομένου δεν ανταποκρίνονται πάντοτε στον πραγματικό τρόπο δημιουργίας του. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες περιέγραψαν μια διαδικασία σημαντικής προετοιμασίας, κατά την οποία το σενάριο έχει συχνά γραφτεί πριν από τη λήψη. Η σύντομη διάρκεια ενός βίντεο δεν συνεπάγεται επομένως και απλή ή γρήγορη παραγωγή. Αντίθετα, όλοι οι

δημιουργοί συμφώνησαν ότι ακόμη και ένα πολύ σύντομο βίντεο μπορεί να απαιτεί σημαντικό χρόνο και εργασία.

Η ανάγκη συμπύκνωσης του λόγου αποτελεί βασική δυσκολία αυτής της διαδικασίας. Μέσα σε ελάχιστο χρόνο πρέπει να συγκροτηθεί μια αναγνωρίσιμη κατάσταση, να παρουσιαστούν οι χαρακτήρες, να διαμορφωθεί η αφηγηματική ένταση και να παραχθεί η κωμική ή σατιρική κορύφωση. Το σύντομο βίντεο αποτελεί, επομένως, αποτέλεσμα επιλογής και αφαίρεσης, παύσεις, επαναλήψεις και στοιχεία που δεν εξυπηρετούν άμεσα την αφήγηση αφαιρούνται, ενώ ο λόγος συμπυκνώνεται ώστε να διατηρηθεί η προσοχή του θεατή. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώνει ότι η φαινομενική απλότητα της μικροαφήγησης του TikTok συχνά αποκρύπτει μια ιδιαίτερα επεξεργασμένη διαδικασία παραγωγής. Παράλληλα, οι δημιουργοί δήλωσαν ότι παρακολουθούν τις τάσεις της πλατφόρμας και αξιοποιούν trends και hashtags. Η συμμετοχή σε αυτές τις πρακτικές δεν σημαίνει απαραίτητα την εγκατάλειψη του προσωπικού ύφους. Αντίθετα, οι γενικότερες τάσεις προσαρμόζονται συνήθως στα ήδη διαμορφωμένα μοτίβα και στις περσόνες κάθε δημιουργού. Ένα trend μπορεί επομένως να επαναλαμβάνεται από μεγάλο αριθμό χρηστών, χωρίς οι επιμέρους εκδοχές του να είναι ταυτόσημες. Η επανάληψη και η διαφοροποίηση λειτουργούν ταυτόχρονα, ο δημιουργός συμμετέχει σε έναν κοινό ψηφιακό κώδικα, αλλά επιχειρεί να τον ενσωματώσει στη δική του αναγνωρίσιμη δημιουργική ταυτότητα. Ιδιαίτερα έντονα αναδείχθηκε στις συνεντεύξεις η σημασία της σχέσης με το κοινό. Και οι πέντε συμμετέχοντες θεωρούν ότι το TikTok επιτρέπει σημαντικά μεγαλύτερο βαθμό αλληλεπίδρασης μεταξύ δημιουργών και χρηστών σε σύγκριση με άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα σχόλια, είτε θετικά είτε αρνητικά, παρακολουθούνται από τους creators και λειτουργούν ως μια μορφή διαρκούς ανατροφοδότησης. Οι δημιουργοί δήλωσαν ότι προσπαθούν να ακούν το κοινό τους και να λαμβάνουν υπόψη τις αντιδράσεις του, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι κάθε σχόλιο οδηγεί αυτομάτως σε αλλαγή του περιεχομένου.

Η σχέση αυτή είναι αμφίδρομη. Το κοινό δεν αποτελεί απλώς τον τελικό αποδέκτη ενός ολοκληρωμένου πολιτισμικού προϊόντος, αλλά συμμετέχει στη συνεχή διαμόρφωση της παρουσίας του δημιουργού στην πλατφόρμα. Μέσα από σχόλια, αντιδράσεις και επαναλαμβανόμενες προσδοκίες απέναντι σε συγκεκριμένες περσόνες ή μοτίβα, οι χρήστες επηρεάζουν έμμεσα τη συνέχεια του περιεχομένου. Ο δημιουργός, από την άλλη πλευρά,

διατηρεί μια συνεχή εικόνα της πρόσληψης των βίντεό του και μπορεί να διαπιστώσει άμεσα ποια στοιχεία προκαλούν ταύτιση, γέλιο, διαφωνία ή αντίδραση.

Η εμπειρία των αρνητικών σχολίων δεν ήταν ίδια για όλους. Ένας από τους πέντε δημιουργούς ανέφερε ότι δέχεται σημαντικό αριθμό αρνητικών αντιδράσεων, τις οποίες συνέδεσε με τον καυστικό χαρακτήρα του χιούμορ του και με τη διαφορετική πρόσληψή του από τμήματα του κοινού. Η περίπτωση αυτή είναι ιδιαίτερη, καθώς υπενθυμίζει ότι το χιούμορ δεν αποτελεί έναν ουδέτερο και καθολικά αποδεκτό κώδικα. Η ειρωνεία και η σάτιρα προϋποθέτουν την αναγνώριση συγκεκριμένων συμβάσεων, ενώ η απουσία κοινού πλαισίου ερμηνείας μπορεί να οδηγήσει σε παρεξήγηση ή απόρριψη του περιεχομένου.

Το πιο ενδιαφέρον, ωστόσο, κοινό σημείο των συνεντεύξεων αφορά τη σημασία της αυθεντικότητας. Και οι πέντε συμμετέχοντες συμφώνησαν ότι η αυθεντικότητα αποτελεί βασική προϋπόθεση επιτυχίας στην πλατφόρμα. Σύμφωνα με την αντίληψή τους, το κοινό αντιλαμβάνεται σχετικά εύκολα πότε ένας δημιουργός υιοθετεί ένα ύφος, μια συμπεριφορά ή ένα θέμα που δεν συνδέεται οργανικά με την προσωπικότητα και το συνολικό περιεχόμενό του. Η διαπίστωση αυτή δημιουργεί μια ενδιαφέρουσα φαινομενική αντίφαση. Από τη μία πλευρά, οι ίδιοι οι δημιουργοί περιγράφουν μια προσεκτικά οργανωμένη διαδικασία παραγωγής όπως γραμμένα σενάρια, επαναλαμβανόμενα μοτίβα, επιλεγμένες περσόνες, συμμετοχή σε trends και σημαντική εργασία πριν από την τελική ανάρτηση. Από την άλλη, θεωρούν ότι η επιτυχία τους βασίζεται στην αυθεντικότητα. Η αντίφαση αυτή μπορεί να ερμηνευθεί αν η αυθεντικότητα δεν αντιμετωπιστεί ως απουσία επιτέλεσης ή διαμεσολάβησης, αλλά ως συνέπεια ανάμεσα στην ψηφιακή περσόνα και στην αναγνωρίσιμη ταυτότητα του δημιουργού. Ο δημιουργός μπορεί να υποδύεται έναν ρόλο, να χρησιμοποιεί σενάριο και να επεξεργάζεται προσεκτικά το βίντεό του, χωρίς το αποτέλεσμα να γίνεται αντιληπτό ως μη αυθεντικό. Η αυθεντικότητα στο TikTok φαίνεται, επομένως, να είναι περισσότερο ζήτημα συνοχής και αναγνωρισιμότητας παρά αυθορμητισμού.

Οι συνεντεύξεις με τους δημιουργούς αναδεικνύουν τελικά την παραγωγή περιεχομένου ως μια σύνθετη διαδικασία, στην οποία συνυπάρχουν η προσωπική εμπειρία και η επιτέλεση, η δημιουργικότητα και η τυποποίηση, η ατομική έκφραση και η ανταπόκριση στις προσδοκίες του κοινού. Το σύντομο βίντεο, παρά τη φαινομενική απλότητά του, αποτελεί προϊόν εργασίας, αφηγηματικής συμπύκνωσης και συνεχούς διαπραγμάτευσης ανάμεσα στον δημιουργό, την πλατφόρμα και το κοινό του.

Συμπεράσματα

Η παρούσα μελέτη επιχείρησε να προσεγγίσει το TikTok όχι απλώς ως μια δημοφιλή πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά ως σύγχρονο πεδίο παραγωγής, κυκλοφορίας και μετασχηματισμού του λαϊκού λόγου. Η ανάλυση του ψηφιακού υλικού, σε συνδυασμό με την ψηφιακή εθνογραφική παρατήρηση και τις συνεντεύξεις χρηστών και δημιουργών περιεχομένου, ανέδειξε ένα σύνθετο πολιτισμικό περιβάλλον, στο οποίο παλαιότεροι μηχανισμοί λαϊκής δημιουργίας συνυπάρχουν με νέες μορφές τεχνολογικής διαμεσολάβησης, αλγοριθμικής επιλογής και οπτικοακουστικής επιτέλεσης.

Ένα από τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας είναι ότι η ψηφιακή λαϊκή δημιουργία δεν συνιστά απλή μεταφορά παλαιότερων μορφών πολιτισμικής έκφρασης στο διαδίκτυο. Η επανάληψη, η παραλλαγή, η μίμηση, η τυποποίηση χαρακτήρων, η συλλογική αναγνώριση και η συμμετοχή του κοινού παραμένουν ενεργοί μηχανισμοί, λειτουργούν όμως πλέον μέσα σε ένα διαφορετικό τεχνολογικό και χρονικό καθεστώς. Τα trends, τα επαναχρησιμοποιούμενα ηχητικά αποσπάσματα, οι viral φράσεις και οι ψηφιακές περσόνες δεν αποτελούν μόνο τεχνολογικά προϊόντα της πλατφόρμας, αλλά πολιτισμικές μορφές που αποκτούν νόημα μέσα από την επανάληψη και την παραλλαγή τους από διαφορετικούς χρήστες. Η έρευνα ανέδειξε, ωστόσο, ότι η αναλογία με την προφορική παράδοση έχει συγκεκριμένα όρια. Στην ψηφιακή συνθήκη, ανάμεσα στον δημιουργό και στο κοινό παρεμβάλλεται ένας τρίτος παράγοντας, η ίδια η πλατφόρμα. Η κυκλοφορία μιας πολιτισμικής μορφής δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τη μετάδοσή της μεταξύ των μελών μιας κοινότητας, αλλά και από μηχανισμούς αλγοριθμικής επιλογής, κατάταξης και επαναπροβολής. Ο αλγόριθμος δεν λειτουργεί επομένως απλώς ως τεχνικός μηχανισμός διανομής περιεχομένου, αλλά συμμετέχει στη διαμόρφωση του πολιτισμικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο ορισμένες αφηγηματικές μορφές αποκτούν ορατότητα, επαναλαμβάνονται και τελικά αναγνωρίζονται ως κοινοί πολιτισμικοί κώδικες.

Ιδιαίτερα σημαντική αναδείχθηκε η χρονικότητα του σύντομου βίντεο. Η βραχεία διάρκεια δεν αποτελεί απλώς τεχνικό χαρακτηριστικό της πλατφόρμας, αλλά επηρεάζει την ίδια τη δομή της αφήγησης. Η ανάγκη συμπύκνωσης ευνοεί την άμεση αναγνώριση χαρακτήρων και καταστάσεων, τη χρήση στερεοτύπων, την υπερβολή, την έντονη εκφραστικότητα και τη γρήγορη κωμική κορύφωση. Ταυτόχρονα, το γρήγορο μοντάζ, οι

διαδοχικές περικοπές, οι εναλλαγές ρόλων, οι υπότιτλοι και η χρήση ήχου συγκροτούν μια ιδιαίτερη οπτικοακουστική γραμματική. Η μορφή του σύντομου βίντεο δεν αποτελεί ουδέτερο περίβλημα του κοινωνικού σχολιασμού· επηρεάζει το τι μπορεί να ειπωθεί, με ποιον τρόπο και με ποια ταχύτητα μπορεί να αναγνωριστεί από το κοινό. Χαρακτηριστικό γνώρισμα του υλικού που εξετάστηκε είναι η δυνατότητα συμπύκνωσης πολλών διαφορετικών κοινωνικών ζητημάτων μέσα σε εξαιρετικά σύντομες αφηγήσεις. Οικονομική πίεση, εργασιακή επισφάλεια, οικογενειακές συγκρούσεις, έμφυλη βία, πολιτικά γεγονότα και προσωπικές σχέσεις μπορούν να συνυπάρχουν στο ίδιο σύντομο βίντεο, συνδεδεμένα μέσω της ειρωνείας και του αυτοσαρκασμού. Η συμπύκνωση αυτή δεν οδηγεί αναγκαστικά στην εξαφάνιση του κοινωνικού σχολιασμού, αλλά στη μεταβολή της μορφής του: η εκτενής επιχειρηματολογία αντικαθίσταται από την αναγνωρίσιμη κατάσταση, την υπαινικτική αναφορά και τον κοινό πολιτισμικό κώδικα.

Στο πλαίσιο αυτό, το χιούμορ αναδείχθηκε ως ένας από τους βασικότερους μηχανισμούς συλλογικής επεξεργασίας της καθημερινής εμπειρίας. Η εργασιακή εξουθένωση, οι χαμηλές απολαβές, η οικονομική ανασφάλεια, οι δυσκολίες των διαπροσωπικών σχέσεων και οι οικογενειακές εντάσεις μετατρέπονται σε υλικό σατιρικής αφήγησης. Το χιούμορ δεν εξαλείφει τη σοβαρότητα αυτών των εμπειριών. Αντίθετα, επιτρέπει τη δημόσια αναγνώρισή τους και δημιουργεί ένα πεδίο μέσα στο οποίο το ατομικό βίωμα μετατρέπεται σε συλλογικά αναγνωρίσιμη εμπειρία.

Η ανάλυση των επαναλαμβανόμενων κοινωνικών τύπων έδειξε επίσης ότι το TikTok αποτελεί πεδίο ταυτόχρονης αναπαραγωγής και επαναδιαπραγμάτευσης των στερεοτύπων. Η «ελληνίδα μάνα», ο συναισθηματικά αμήχανος πατέρας, η γιαγιά, ο εξαντλημένος εργαζόμενος, ο τοξικός εργοδότης, ο millennial και ο εκπρόσωπος της Gen Z, ο «τοξικός πρόωγ» ή οι διαφορετικοί τύποι της σύγχρονης dating culture λειτουργούν ως πολιτισμικές τυπολογίες. Η λειτουργία τους δεν είναι μονοσήμαντη· άλλοτε αναπαράγουν συμβατικές κοινωνικές αντιλήψεις και άλλοτε τις υπονομεύουν μέσω της ειρωνείας, της υπερβολής και της αυτοπαρωδίας.

Ιδιαίτερο εύρημα της έρευνας αφορά τη σχέση μεταξύ επιτέλεσης και αυθεντικότητας. Οι συνεντεύξεις με τους δημιουργούς περιεχομένου έδειξαν ότι η φαινομενική αμεσότητα του σύντομου βίντεο συχνά αποτελεί αποτέλεσμα σημαντικής προετοιμασίας. Οι περισσότεροι δημιουργοί περιέγραψαν διαδικασίες συγγραφής σεναρίου, επιλογής και συμπύκνωσης του λόγου, επαναλαμβανόμενων λήψεων και

επεξεργασίας. Παράλληλα, και οι πέντε δημιουργοί που συμμετείχαν στην έρευνα υπογράμμισαν τη σημασία της αυθεντικότητας για την επιτυχία του περιεχομένου. Η φαινομενική αυτή αντίφαση οδηγεί σε μια διαφορετική κατανόηση της ψηφιακής αυθεντικότητας. Στο περιβάλλον του TikTok, η αυθεντικότητα δεν φαίνεται να ταυτίζεται με την απουσία σχεδιασμού, σκηνοθεσίας ή επιτέλεσης. Αντίθετα, μπορεί να γίνει αντιληπτή ως συνέπεια ανάμεσα στην ψηφιακή περσόνα, στο συνολικό ύφος του δημιουργού και στα στοιχεία της προσωπικής εμπειρίας που ενσωματώνονται στο περιεχόμενό του. Θα μπορούσε επομένως να γίνει λόγος για μια μορφή σχεδιασμένης ή επιτελεστικής αυθεντικότητας, στην οποία η προετοιμασία του περιεχομένου δεν αναιρεί την αίσθηση γνησιότητας, εφόσον το κοινό αναγνωρίζει συνέχεια ανάμεσα στον δημιουργό και στη δημόσια ψηφιακή του παρουσία.

Η έρευνα ανέδειξε ακόμη τον ιδιαίτερο ρόλο των σχολίων. Τα σχόλια δεν λειτουργούν αποκλειστικά ως μηχανισμός αξιολόγησης ή αντίδρασης απέναντι σε ένα ήδη ολοκληρωμένο βίντεο. Αποτελούν χώρο επέκτασης της αφήγησης, παραγωγής χιούμορ, ανταλλαγής προσωπικών εμπειριών και κοινωνικής αναγνώρισης. Οι συνεντεύξεις των χρηστών έδειξαν ότι ακόμη και άτομα που σπάνια σχολιάζουν διαβάζουν συστηματικά τα σχόλια, τα οποία αντιμετωπίζουν ως οργανικό μέρος της εμπειρίας του περιεχομένου. Ακόμη περισσότερο, το υλικό της έρευνας δείχνει ότι το σχόλιο μπορεί να λειτουργήσει ως αφετηρία κοινωνικής σχέσης. Χρήστες ανέφεραν ότι ακολούθησαν άγνωστα πρόσωπα επειδή συμφώνησαν με τοποθετήσεις τους κάτω από βίντεο, ενώ από τις συνεντεύξεις προέκυψαν περιπτώσεις στις οποίες η επαναλαμβανόμενη αλληλεπίδραση οδήγησε σε επικοινωνία εκτός της πλατφόρμας και στη δημιουργία φιλικών ή ακόμη και ερωτικών σχέσεων. Η διαπίστωση αυτή επιτρέπει να αντιμετωπιστεί η ενότητα των σχολίων ως ένας νέος κοινωνικός τόπος: όχι απλώς ως παράρτημα του αρχικού περιεχομένου, αλλά ως πεδίο παρατήρησης, αναγνώρισης συγγένειας απόψεων και δυνητικής συγκρότησης κοινωνικών δεσμών. Τα δεδομένα υποδεικνύουν, επομένως, μια ενδιαφέρουσα διαδρομή από την αλγοριθμική συνάφεια προς την κοινωνική σχέση. Ο αλγόριθμος φέρνει τον χρήστη σε επαφή με ένα περιεχόμενο, η δημόσια αλληλεπίδραση επιτρέπει την αναγνώριση άλλων χρηστών με κοινές αντιλήψεις ή ενδιαφέροντα και η επαναλαμβανόμενη επικοινωνία μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία προσωπικής σχέσης. Η παρατήρηση αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία για τη μελέτη των σύγχρονων μορφών κοινωνικότητας, καθώς δείχνει ότι οι ψηφιακές κοινότητες δεν παραμένουν πάντοτε αποκλειστικά διαδικτυακές.

Παράλληλα, οι συνεντεύξεις ανέδειξαν ότι η χρήση του TikTok παρουσιάζει ηλικιακές διαφοροποιήσεις. Οι νεότεροι συμμετέχοντες χρησιμοποιούν την πλατφόρμα καθημερινά, ενώ οι σχετικά μεγαλύτεροι χρήστες περιέγραψαν περισσότερο οριοθετημένες πρακτικές χρήσης, συχνά κατά τις βραδινές ώρες. Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης το γεγονός ότι η περιορισμένη δημόσια συμμετοχή δεν συνεπάγεται παθητικότητα, αρκετοί νεότεροι χρήστες δήλωσαν ότι δεν σχολιάζουν συχνά, αλλά διαβάζουν συστηματικά τα σχόλια, παρακολουθούν τις αντιδράσεις των άλλων και ακολουθούν λογαριασμούς με βάση τις τοποθετήσεις τους. Σημαντική είναι επίσης η ανάδειξη του TikTok ως υβριδικού επικοινωνιακού περιβάλλοντος. Για ορισμένους από τους νεότερους συμμετέχοντες, η πλατφόρμα αποτελεί βασική πηγή ενημέρωσης για γεγονότα στην Ελλάδα και στον κόσμο. Στην ίδια εξατομικευμένη ροή συνυπάρχουν ειδήσεις, πολιτικός σχολιασμός, χιούμορ, προσωπικές αφηγήσεις, ψυχολογική ορολογία, καθημερινές συμβουλές και εμπορικό περιεχόμενο. Η μετάβαση μεταξύ αυτών των διαφορετικών ειδών πραγματοποιείται συνεχώς και χωρίς τα σαφή όρια που χαρακτήριζαν παλαιότερα μέσα επικοινωνίας. Το στοιχείο αυτό δημιουργεί νέα ερωτήματα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες διακρίνουν την πληροφορία από την άποψη, τη σάτιρα από την ενημέρωση και την προσωπική σύσταση από την εμπορική προώθηση.

Η τελευταία αυτή διάσταση συνδέεται και με την ενσωμάτωση της διαφήμισης στην καθημερινή ψηφιακή αφήγηση. Η προώθηση προϊόντων δεν εμφανίζεται πάντοτε ως διακριτό διάλειμμα από το περιεχόμενο, αλλά μπορεί να ενσωματώνεται οργανικά σε χιουμοριστικά σενάρια, οικογενειακές σκηνές και αναγνωρίσιμες ψηφιακές περσόνες. Η εμπορική επικοινωνία υιοθετεί έτσι τις ίδιες αφηγηματικές και επιτελεστικές τεχνικές με τον ψηφιακό λαϊκό λόγο. Το γεγονός αυτό καθιστά τη σχέση μεταξύ αυθεντικότητας, οικειότητας και εμπορικής πειθούς ένα ιδιαίτερα σημαντικό ζήτημα για τη μελέτη της σύγχρονης ψηφιακής κουλτούρας.

Η ψυχολογικοποίηση της καθημερινής εμπειρίας αποτελεί ένα ακόμη σημαντικό εύρημα. Όροι όπως «τοξικότητα», «burnout», «trauma», «gaslighting», «red flags» και άλλοι αντίστοιχοι όροι μετακινούνται από εξειδικευμένα πεδία προς τον καθημερινό λόγο και χρησιμοποιούνται για την ερμηνεία σχέσεων, εργασιακών εμπειριών και προσωπικών συμπεριφορών. Η διάδοσή τους δεν πρέπει να αντιμετωπιστεί μόνο ως λεξιλογικός δανεισμός, αλλά ως ένδειξη μιας ευρύτερης μεταβολής στους τρόπους με τους οποίους οι χρήστες αφηγούνται και ερμηνεύουν τον εαυτό τους και τις σχέσεις τους.

Συνολικά, η μελέτη δείχνει ότι η ψηφιακή λαϊκή δημιουργία δεν αποτελεί ούτε απλή συνέχεια της προφορικής παράδοσης ούτε πλήρη ρήξη με αυτήν. Πρόκειται για ένα πεδίο πολιτισμικού μετασχηματισμού, στο οποίο παλαιότεροι μηχανισμοί συλλογικής δημιουργίας λειτουργούν υπό νέες συνθήκες, η παραλλαγή συνυπάρχει με το template, η προφορικότητα με το μοντάζ, η επιτέλεση με την αλγοριθμική μέτρηση, η κοινότητα με την προσωποποιημένη ροή και η καθημερινή αφήγηση με την εμπορική οικονομία της πλατφόρμας. Η λαογραφική προσέγγιση μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην κατανόηση αυτών των διαδικασιών, ακριβώς επειδή διαθέτει τα θεωρητικά εργαλεία για τη μελέτη της επανάληψης, της παραλλαγής, της επιτέλεσης, της συλλογικότητας και της καθημερινής πολιτισμικής δημιουργίας.

Ως προς τις κατευθύνσεις περαιτέρω έρευνας, η παρούσα μελέτη αναδεικνύει ορισμένα πεδία που αξίζουν συστηματικότερη διερεύνηση. Πρώτον, η σχέση μεταξύ ψηφιακής αλληλεπίδρασης και δημιουργίας προσωπικών δεσμών θα μπορούσε να μελετηθεί μέσα από μακροχρόνια ψηφιακή και πολυτοπική εθνογραφία, παρακολουθώντας τη διαδρομή από την πρώτη επαφή μέσω σχολίων ή κοινών ενδιαφερόντων έως τη συγκρότηση σταθερών φιλικών ή ερωτικών σχέσεων. Μια τέτοια έρευνα θα επέτρεπε να εξεταστεί με μεγαλύτερη ακρίβεια η σχέση μεταξύ αλγοριθμικής διαμεσολάβησης και ανθρώπινης κοινωνικότητας.

Δεύτερον, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η συγκριτική μελέτη διαφορετικών ηλικιακών ομάδων και διαφορετικών πλατφορμών. Τα δεδομένα της παρούσας έρευνας υποδεικνύουν διαφοροποιήσεις ανάμεσα στις νεότερες και τις μεγαλύτερες ηλικίες, τόσο ως προς την επιλογή της πλατφόρμας όσο και ως προς τους τρόπους συμμετοχής. Μια συγκριτική έρευνα μεταξύ TikTok, Instagram και Facebook θα μπορούσε να εξετάσει εάν διαφορετικές πλατφορμικές αρχιτεκτονικές παράγουν διαφορετικές μορφές κοινότητας, χιούμορ, δημόσιου σχολιασμού και κοινωνικής σχέσης.

Τρίτον, απαιτείται περαιτέρω έρευνα για το TikTok ως περιβάλλον ενημέρωσης. Η δήλωση ορισμένων συμμετεχόντων ότι η πλατφόρμα αποτελεί βασική ή κύρια πηγή ενημέρωσής τους δημιουργεί ερωτήματα σχετικά με την αξιοπιστία, την εμπιστοσύνη, την επαλήθευση της πληροφορίας και τη συνύπαρξη ενημερωτικού, σατιρικού και ψυχαγωγικού περιεχομένου στην ίδια ροή. Ιδιαίτερα ενδιαφέρονσα θα ήταν η μελέτη του τρόπου με τον οποίο οι χρήστες αντιλαμβάνονται ένα γεγονός όταν η πρώτη επαφή τους με αυτό πραγματοποιείται μέσα από χιουμοριστικό ή σατιρικό βίντεο.

Τέταρτον, η ενσωμάτωση εμπορικού περιεχομένου στις αφηγηματικές και χιουμοριστικές μορφές του TikTok αποτελεί ένα ακόμη πεδίο για περαιτέρω έρευνα. Θα ήταν χρήσιμο να εξεταστεί πότε οι χρήστες αναγνωρίζουν την εμπορική πρόθεση, πώς επηρεάζεται η εμπιστοσύνη τους προς τον δημιουργό περιεχομένου και εάν η ενσωμάτωση ενός προϊόντος σε μια οικεία περσόνα ή σε ένα επαναλαμβανόμενο αφηγηματικό σχήμα αυξάνει την αποτελεσματικότητα της προώθησης.

Πέμπτον, η έννοια της σχεδιασμένης ή επιτελεστικής αυθεντικότητας χρήζει περαιτέρω διερεύνησης. Οι συνεντεύξεις της παρούσας έρευνας έδειξαν ότι η προσεκτική προετοιμασία και η αυθεντικότητα δεν θεωρούνται από τους δημιουργούς αντιφατικές. Μια μεγαλύτερης κλίμακας έρευνα, η οποία θα συνέκρινε τις αντιλήψεις δημιουργών και κοινού, θα μπορούσε να εξετάσει ποια ακριβώς χαρακτηριστικά κάνουν μια σκηνοθετημένη ψηφιακή επιτέλεση να γίνεται αντιληπτή ως «αυθεντική».

Τέλος, σημαντικό παραμένει το ζήτημα της χρονικότητας και της αρχειοθέτησης του ψηφιακού λαϊκού πολιτισμού. Η ταχύτητα με την οποία εμφανίζονται και εξαφανίζονται trends, λογαριασμοί, ήχοι και viral φράσεις δημιουργεί σημαντικές μεθοδολογικές δυσκολίες για τη λαογραφική έρευνα. Η ανάπτυξη συστηματικών πρακτικών τεκμηρίωσης και αρχειοθέτησης αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για τη μελλοντική ιστορική μελέτη των σημερινών ψηφιακών πολιτισμικών μορφών. Η μελέτη του TikTok δείχνει, τελικά, ότι οι τόποι της λαϊκής επικοινωνίας μεταβάλλονται χωρίς να εξαφανίζεται η ανάγκη που τους δημιουργεί, δηλαδή η ανάγκη αφήγησης της καθημερινής εμπειρίας, αναγνώρισης του εαυτού μέσα στην εμπειρία των άλλων, σχολιασμού της κοινωνικής πραγματικότητας και δημιουργίας κοινών πολιτισμικών κωδίκων. Από το καφενείο και την παρέα έως τη ροή του TikTok, μεταβάλλονται η κλίμακα, η ταχύτητα, η τεχνολογία και οι μορφές της επικοινωνίας, όμως ταυτόχρονα παραμένει ενεργή η διαδικασία μέσα από την οποία η ατομική εμπειρία μετατρέπεται σε κοινή αφήγηση και η καθημερινότητα σε συλλογικά αναγνωρίσιμο πολιτισμικό λόγο.

Βιβλιογραφία

Κακάμπουρα, Ρ., & Νουνανάκη, Α.-Λ. (2022). Τα μιμίδια (memes) της πανδημίας COVID-19: Η διαχείριση του πρωτόγνωρου μέσω ενός σατιρικού είδους του ψηφιακού λαϊκού λόγου. *Λαογραφία*, 47, 153-182.

Κακάμπουρα, Ρ., & Νουνανάκη, Α.-Λ. (2023). *Τα μιμίδια (memes) της πανδημίας COVID-19: Ψηφιακή λαογραφία και χιούμορ στα ελληνικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης*. Αθήνα: Εργαστήριο Κοινωνικών Επιστημών, ΠΤΔΕ, ΕΚΠΑ.

Καπανιάρης, Α. (2017). *Ψηφιακή πολιτισμική κληρονομιά και εκπαίδευση*. (webinar)

Κατσαδώρας, Μ., & Φωκίδης, Γ. (Επιμ.). (2022). *Ψηφιακή λαογραφία και σύγχρονες μορφές πολιτισμικής έκφρασης*. Ρόδος.

Μερακλής, Μ. Γ. (2004). *Ελληνική λαογραφία*. Ελληνικά Γράμματα.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.

Bakhtin, M. M. (1984). *Rabelais and his world* (H. Iswolsky, Trans.). Indiana University Press. (Original work published 1965)

Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.

Boyd, d. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.

Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2nd ed.). Polity Press.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

Featherstone, M. (1995). *Undoing culture: Globalization, postmodernism and identity*. Sage.

Foucault, M. (1988). Technologies of the self. In L. H. Martin, H. Gutman, & P. H. Hutton (Eds.), *Technologies of the self: A seminar with Michel Foucault* (pp. 16-49). University of Massachusetts Press.

Gee, J. P. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy*. Palgrave Macmillan.

Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128-138). Hutchinson.

- Herring, S. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online communities. In S. Barab, R. Kling, & J. Gray (Eds.), *Designing for virtual communities in the service of learning* (pp. 338-376). Cambridge University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. In M. Knobel & C. Lankshear (Eds.), *A new literacies sampler* (pp. 199-227). Peter Lang.
- Lull, J. (2000). *Media, communication, culture: A global approach* (2nd ed.). Polity Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Milner, R. M. (2016). *The world made meme: Public conversations and participatory media*. MIT Press.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global modernities* (pp. 25-44). Sage.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.
- Tolbert, J. A. (2015). Folklore and social media. In T. J. Blank & R. G. Howard (Eds.), *Tradition in the twenty-first century: Locating the role of the past in the present* (pp. 63-78). Utah State University Press.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872-1890.

Παράρτημα Α: Σύνδεσμοι βίντεο

1. <https://vm.tiktok.com/ZNREhY8Xu/>
2. <https://vm.tiktok.com/ZNREh1cYx/>
3. <https://vm.tiktok.com/ZNREhFqdR/>
4. <https://vm.tiktok.com/ZNRErT46Q/>
5. <https://vm.tiktok.com/ZNRErWsnY/>
6. <https://vm.tiktok.com/ZNREhNXBL/>
7. <https://vm.tiktok.com/ZNREr35pC/>
<https://vm.tiktok.com/ZNREhe6Ca/>
8. <https://vm.tiktok.com/ZNREhFTJh/>
9. <https://vm.tiktok.com/ZNRErKXBN/>
10. <https://vm.tiktok.com/ZNRErE2AX/>
11. <https://vm.tiktok.com/ZNREhdare/>
12. <https://vm.tiktok.com/ZNREr3opx/>
13. <https://vm.tiktok.com/ZNREhJVJJ/>
14. <https://vm.tiktok.com/ZNREh8hkW/>
15. <https://vm.tiktok.com/ZNREr3uHG/>
16. <https://www.facebook.com/share/r/1YQCagdhgd/>
17. <https://vm.tiktok.com/ZNREhSvRt/>
18. <https://vm.tiktok.com/ZNREhHmu5/>
19. <https://www.facebook.com/reel/2482730285497778/?mibextid=ZZyLBr>
20. <https://vm.tiktok.com/ZNREh6JSn/>
21. <https://vm.tiktok.com/ZNREhyPcH/>
22. <https://vm.tiktok.com/ZNREhMwYT/>
23. <https://vm.tiktok.com/ZNREhQmvw/>

Παράρτημα Β: Συνεντεύξεις

Άξονες της ημικατευθυνόμενης συνέντευξης

Α. Χρήση TikTok

- Πόσο συχνά το χρησιμοποιείτε;
- Τι είδους περιεχόμενο παρακολουθείτε περισσότερο;

Β. Χιούμορ και ταύτιση

- Τι θεωρείτε «πετυχημένο» ή «αστείο»;
- Υπάρχουν βίντεο που νιώθετε ότι «σας εκφράζουν»;

Γ. Συλλογικότητα και σχόλια

- Διαβάζετε σχόλια;
- Έχετε νιώσει ότι συμμετέχετε σε κοινότητα;

Δ. Trends και μίμηση

- Έχετε αναπαράγει trends ή ήχους;
- Γιατί πιστεύετε ότι γίνονται viral;

Ε. Επιτελεσματικότητα

(για creators)

- Πόσο «αυθεντικός» είναι ο εαυτός που παρουσιάζετε;
- Σκέφτεστε το κοινό όταν φτιάχνετε βίντεο;
- Προσαρμόζετε το περιεχόμενο στον αλγόριθμο;

ΣΤ. Εμπορική διάσταση

- Πώς βλέπετε τα sponsored videos;
- Πιστεύετε ότι αλλάζουν το ύφος του TikTok;

Ερωτηματολόγια

Για τους απλούς χρήστες:

1. Ηλικιακή ομάδα
2. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το TikTok;
3. Τι είδους περιεχόμενο παρακολουθείτε περισσότερο;
4. Τι κάνει ένα βίντεο «πετυχημένο» ή «αστείο» για εσάς;
5. Υπάρχουν θεματικές που θεωρείτε ότι εκφράζουν περισσότερο τη δική σας γενιά;
6. Συμμετέχετε με σχόλια, reposts ή trends;
7. Πόσο σημαντικά θεωρείτε τα σχόλια κάτω από τα βίντεο;
8. Έχετε νιώσει ότι μέσω του TikTok συμμετέχετε σε κάποια «κοινότητα»;
9. Πιστεύετε ότι το TikTok επηρεάζει τον τρόπο που μιλάμε ή σχολιάζουμε την καθημερινότητα;
10. Κάτι επιπλέον που θα θέλατε να προσθέσετε.

Για creators:

1. Ηλικιακή ομάδα
2. Πόσο καιρό δημιουργείτε περιεχόμενο;
3. Τι είδους περιεχόμενο δημιουργείτε κυρίως;
4. Πώς αποφασίζετε τι θα ανεβάσετε;
5. Πόσο σημαντικά είναι τα trends και τα hashtags;
6. Θεωρείτε ότι «παίζετε» κάποιον ρόλο στα βίντεο;
7. Πόσο επηρεάζουν τα σχόλια και οι αντιδράσεις το επόμενο περιεχόμενο;
8. Πιστεύετε ότι το TikTok ευνοεί συγκεκριμένα είδη χιούμορ ή αφήγησης;
9. Έχετε προσαρμόσει ποτέ το περιεχόμενό σας λόγω του αλγορίθμου;
10. Πώς βλέπετε τη σχέση αυθεντικότητας και επιτυχίας στο TikTok;
11. Έχετε συνεργαστεί ποτέ με brands ή διαφημιστικό περιεχόμενο;
12. Πιστεύετε ότι η εμπορική διάσταση αλλάζει τη φύση της πλατφόρμας;

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.