

## Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ\*

ΕΛΕΝΗ ΠΑΝΑΡΕΤΟΥ

The aim of this paper is to examine the lexical features of a new discourse norm used in written newspaper texts about gastronomy. We explain the emergence of this new way of talking about food as an effort to upgrade the status of food and people related to it in the Greek society.

### 1. Εισαγωγή

Αντικείμενο της μελέτης αυτής είναι η γλωσσική μορφή κειμένων που αναφέρονται στη γαστρονομία και δημοσιεύθηκαν στις εφημερίδες *Τα Νέα*, *Το Βήμα της Κυριακής*, *η Καθημερινή της Κυριακής*, καθώς και στα περιοδικά *Αθηνόραμα*, *ΕΥ*, *Down Town* από τον Ιούνιο του 1996 μέχρι τον Ιούλιο του 2001. Πρόκειται για κείμενα που ανήκουν σε διαφορετικά κειμενικά είδη: αφηγηματικά κείμενα με γαστρονομικά θέματα (υλικά της κουζίνας, τρόποι μαγειρέματος, διατροφικές συνήθειες, παρουσίαση προσωπικοτήτων του χώρου της γαστρονομίας), κριτικές ρεστοράν και συνταγές μαγειρικής. Κατά συνέπεια, ο όρος γαστρονομικός λόγος δεν αναφέρεται στη γλώσσα ενός, αλλά διαφορετικών κειμενικών ειδών. Τα κείμενα αυτά τα διακρίνουμε σε 2 κατηγορίες με κριτήριο τη γλωσσική τους μορφή. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν κείμενα που είναι γραμμένα στην κοινή καθημερινή γλώσσα, χωρίς αποκλίσεις και νεωτερισμούς, αλλά εμπλουτισμένη με λέξεις από το ειδικό λεξιλόγιο της κουζίνας. Αυτή η γλωσσική μορφή αποτελεί και την παραδοσιακή γλώσσα της μαγειρικής. Τα κείμενα αυτής της κατηγορίας αναφέρονται κατά κανόνα στην ελληνική κουζίνα, της οποίας ένθερμοι οπαδοί είναι οι συντάκτες τους.

---

\* Το παρόν κείμενο αποτελεί επεξεργασμένη μορφή της ανακοίνωσης που έγινε στο Ε' Διεθνές Συνέδριο Ελληνικής Γλωσσολογίας (Σοφβόννη, 13-15/9/2001).

Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν κείμενα τα οποία αναφέρονται κυρίως – αλλά όχι αποκλειστικά – στη διεθνή κουζίνα και στα ακριβά εστιατόρια. Στα κείμενα αυτά υιοθετείται μια νέα γλωσσική μορφή, έντονα διαφοροποιημένη από την παραδοσιακή γλώσσα της μαγειρικής, αυτή που ονομάζουμε σύγχρονο γαστρονομικό λόγο.

Σκοπός μας είναι να εντοπίσουμε ορισμένα χαρακτηριστικά του σύγχρονου γαστρονομικού λόγου και να ερμηνεύσουμε τις παρατηρούμενες αλλαγές, γιατί, σύμφωνα με τον Fairclough<sup>1</sup>, οι αλλαγές που εμφανίζονται σ' ένα είδος λόγου συνδέονται με την επαναδιαπραγμάτευση της θέσης που κατέχει ο φορέας του λόγου σε κοινωνικό επίπεδο. Πιστεύουμε ότι οι αλλαγές στον γαστρονομικό λόγο στοχεύουν στην αναβάθμιση του χώρου της γεύσης, αλλά πολύ περισσότερο στην αναβάθμιση της θέσης των ιδίων των συντακτών των κειμένων, οι οποίοι τοποθετούν τους εαυτούς τους στη χορεία των ειδημόνων, αν όχι των επιστημόνων της γεύσης. Οι ανανεωτές του σύγχρονου γαστρονομικού λόγου προσπαθούν να δημιουργήσουν μέσω της γλώσσας ένα νέο, αναβαθμισμένο κοινωνικό θεσμό με ηγεμονικό ρόλο στον τομέα του τρόπου ζωής (lifestyle) που μέχρι τώρα περιελάμβανε τη μόδα, τη διασκέδαση, τα ακριβά κέντρα αλλά όχι και το ίδιο το φαγητό. Θεωρητικό στήριγμα στη μελέτη παρέχει το μοντέλο της Κριτικής Ανάλυσης της Ομιλίας, τις βασικές αρχές της οποίας θα παρουσιάσουμε με συντομία.

## **2. Βασικές αρχές της Κριτικής Ανάλυσης της Ομιλίας**

Σύμφωνα με τη θεωρία της Κριτικής Ανάλυσης της Ομιλίας (στο εξής ΚΑΟ), η γλώσσα συνδέεται άρρηκτα και αντικατοπτρίζει την κοινωνική πραγματικότητα και τους κοινωνικούς θεσμούς μέσα στους οποίους εμφανίζεται. Κάθε κοινωνικός θεσμός (σχολείο, δικαστήριο, οικογένεια κλπ.) ή ομάδα αποτελεί ταυτόχρονα και ένα είδος γλωσσικής κοινότητας με τα δικά της γλωσσικά χαρακτηριστικά που θεωρούνται φυσικά και αυτονόητα για τον λόγο της συγκεκριμένης κοινωνικής ομάδας<sup>2</sup>. Η ένταξη σε μια κοινωνική ομάδα προϋποθέτει την κατάκτηση της γλωσσικής νόρμας που συνδέεται με τη συγκεκριμένη ομάδα και κατ' επέκταση την υιοθέτηση της ιδεολογικής νόρμας που υποκρύπτει. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Fairclough<sup>3</sup> για να γίνει κανείς δάσκαλος πρέπει να μάθει να μιλάει και να σκέπτεται σαν δάσκαλος, γιατί η γλώσσα είναι ταυτόχρονα και φορέας ιδεολογίας. Η έν-

1. Fairclough 1995: 77-79.

2. ό.π.: 38.

3. ό.π.: 39.

νοια της ιδεολογίας στα πλαίσια της Κριτικής Ανάλυσης της Ομιλίας συμπίπτει με ένα αφηρημένο σύστημα αξιολογικών πεποιθήσεων τις οποίες μοιράζονται τα μέλη μιας κοινωνικής ομάδας και οι οποίες καθοδηγούν τη συμπεριφορά των ατόμων αυτών<sup>4</sup>. Η ιδεολογία κάθε ομάδας πραγματώνεται με συγκεκριμένες γλωσσικές επιλογές που συνιστούν κανονικότητες και γλωσσικές συμβάσεις αποδεκτές από τους μετέχοντες. Στη διαδικασία της συνομιλίας γιατρού - ασθενή που μελέτησε ο Fairclough<sup>5</sup>, για παράδειγμα, οι γιατροί απευθύνουν προκαθορισμένες ερωτήσεις στους ασθενείς με τόνο ουδέτερο και συχνά απότομο, ενώ οι ασθενείς δίνουν απαντήσεις προσπαθώντας να περιορίσουν το περιεχόμενό τους μόνο στα απαιτούμενα από την ερώτηση στοιχεία. Η πρακτική αυτή είναι αποτέλεσμα και ταυτόχρονα αντικατοπτρίζει τη θέση ισχύος που κατέχει ο γιατρός έναντι του ασθενούς και η οποία γίνεται αποδεκτή από τον τελευταίο, γιατί θεωρείται φυσική. Τα γλωσσικά στοιχεία που είναι φορείς της ιδεολογίας είναι τόσο οι λεξικές σημασίες όσο επίσης οι προϋποθέσεις, τα υπονοήματα και οι μεταφορές που χρησιμοποιούνται στον λόγο.

Κεντρική θέση στη θεωρητική σύλληψη της ΚΑΟ κατέχει η έννοια της δύναμης (power) και της ηγεμονίας (hegemony), της θέσεως ισχύος την οποία κατέχουν ομάδες ή άτομα τα οποία μέσω του λόγου τους έχουν τη δυνατότητα να ελέγξουν και να διαμορφώσουν τις νοητικές αναπαραστάσεις που σχηματίζουν για φαινόμενα της κοινωνικής και πολιτικής πραγματικότητας άλλες, κοινωνικά πιο αδύναμες ομάδες. Ο ρόλος της γλώσσας είναι καθοριστικός στο σημείο αυτό, γιατί μεγάλος αριθμός των νοητικών αναπαραστάσεων δεν διαμορφώνεται από την εμπειρία και την άμεση αντίληψη αλλά από τα κείμενα, από αυτά που οι άνθρωποι διαβάζουν και ακούν. Κατά συνέπεια, όσοι έχουν δημόσιο λόγο μπορούν με αυτόν να ελέγξουν τις υπόλοιπες ομάδες, ενώ η γνώση και ο χειρισμός συγκεκριμένων μορφών λόγου όπως του πολιτικού, επιστημονικού ή δημοσιογραφικού αποτελεί από μόνη της πηγή ισχύος.

Μέσα στα πλαίσια των κοινωνικών ομάδων αναπτύσσονται συχνά αλληλοσυγκρουόμενες μορφές λόγου που ανταγωνίζονται η κάθε μια για την επικράτησή της ως κυρίαρχης μορφής έκφρασης της ομάδας. Η σύγκρουση εκδηλώνεται με τη μορφή νεωτερισμών και αλλαγών που θέτουν σε αμφισβήτηση τον μέχρι τότε ισχύοντα λόγο της ομάδας.

Ποιες είναι αυτές οι αλλαγές και πώς εμφανίζονται; Συνήθως, οι αλλαγές εμφανίζονται με τη μορφή της απόκλισης από τον καθιερωμένο για τη συγκεκριμένη ομάδα λόγο. Περιλαμβάνουν νέους συνδυασμούς υπαρχό-

4. ό.π.: 94, Hodge & Kress 1993<sup>2</sup>: 6, van Dijk 1996: 10.

5. Fairclough ό.π.: 96-102.

ντων κωδίκων καθώς και χρήση στοιχείων ορισμένων κωδίκων σε περιβάλλοντα ασυνήθιστα ή και αταίριαστα για τους κώδικες αυτούς που μαρτυρούν την πάλη που γίνεται ώστε ένας τομέας της εμπειρίας να δηλωθεί με καινούριο τρόπο. Οι αλλαγές αφήνουν τα ίχνη τους με τη μορφή συνύπαρξης αντιφατικών ή αλληλοσυγκρουόμενων στοιχείων: ανάμειξη τυπικού - μη τυπικού ύφους, τεχνικού και μη τεχνικού λεξιλογίου, δείκτες αυθεντίας ή εξουσίας, προφορικού και γραπτού λόγου<sup>6</sup>.

Στον γαστρονομικό λόγο, η προσπάθεια των εκσυγχρονιστών να επιβάλουν την ιδεολογική τους αντίληψη για τη θέση της γαστρονομίας αντικατοπτρίζεται στα κείμενά τους με τα οποία θα ασχοληθούμε. Επειδή όμως τα γλωσσικά φαινόμενα δεν μπορούν να ερμηνευθούν παρά μόνο εντασσόμενα μέσα στο ευρύτερο κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο στο οποίο εμφανίζονται, η ανάλυση των γαστρονομικών κειμένων που θα ακολουθήσει δεν θα έχει νόημα αν δεν δούμε πρώτα συνολικότερα τη θέση της γαστρονομίας στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα. Θα αρχίσουμε λοιπόν από μια σύντομη περιγραφή της θέσης αυτής που περιορίζεται σε κάποιες παρατηρήσεις και δεν έχει το βάθος μιας κοινωνιολογικής ανάλυσης του φαινομένου, η οποία, από όσο ξέρουμε, δεν έχει ακόμα γίνει.

### **3. Η θέση της γαστρονομίας στη σύγχρονη νεοελληνική πραγματικότητα**

Η τέχνη της γαστρονομίας, της ενασχόλησης δηλαδή με το φαγητό το οποίο δεν αντιμετωπίζεται ως αναγκαίος όρος για την επιβίωση αλλά ως προϊόν πνευματικών αναζητήσεων, στοιχείο πολιτισμού και πηγή απόλαυσης είναι γνωστή από αιώνες σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες και κυρίως στην κοιτίδα της, τη Γαλλία. Στην Ελλάδα, για λόγους ιστορικούς και κοινωνικο-οικονομικούς, ο χώρος της γαστρονομίας έκανε πρόσφατα την εμφάνισή του και κερδίζει συνεχώς έδαφος. Το ενδιαφέρον για τη γαστρονομία εκδηλώνεται τόσο στο επίπεδο του πνευματικού όσο και υλικού μας βίου.

Αρχίζοντας από το πνευματικό επίπεδο επισημαίνουμε τον μεγάλο αριθμό βιβλίων γύρω από το θέμα που δημοσιεύονται κάθε χρόνο και τα οποία δεν περιορίζονται σε συνταγές μαγειρικής, όπως συνέβαινε παλαιότερα, ούτε απευθύνονται πλέον στις νοικοκυρές αλλά στοχεύουν σ' ένα ευρύτερο και διαφορετικό αναγνωστικό κοινό. Πολλά από τα βιβλία αυτά είναι καθαρά λογοτεχνικά με θέμα το φαγητό και τις σχετιζόμενες με αυτό απολαύσεις ή διαστροφές. Αναφέρω ενδεικτικά το *Γιάντες* της Μιχαλοπούλου, τη *Δίαιτα της ύαινας* της Κάππα και το *Περί ορέξεως και άλλων δεινών* της Γιαν-

6. Fairclough ό.π.: 78-79.

νακάκη, για να περιοριστώ στην ελληνική παραγωγή. Ανάμεσα στη λογοτεχνία και τη μελέτη κινούνται βιβλία όπως: *Τα αγαπημένα φαγητά των συγγραφέων μας*, *Στο τραπέζι με τους Ρώσους κλασικούς* που συγκεντρώνουν συνταγές και περιγραφές φαγητών από κείμενα μεγάλων λογοτεχνών, ενώ σε άλλη κατηγορία ανήκουν μελέτες, εμπειρικές ή επιστημονικές, πάνω στη διατροφή και τα βασικά της στοιχεία, όπως: *Η Μεσογειακή διατροφή*, *Ο πολιτισμός της ελιάς*, *Το ψωμί*, *Διατροφής τέχνη* κλπ. Παράλληλα μεταφράζονται και ξένα έργα σχετικά με το ίδιο θέμα: από τα *Σειρήνια Δείπνα* του Α. Dalby που αποτελεί μελέτη της διατροφής και γαστρονομίας στην Αρχαία Ελλάδα μέχρι το *Κουζίνα Εμπιστευτικό* του Αμερικανού μάγειρα Α. Μπουρνταίν. Η αναγωγή του φαγητού σε πολιτισμική αξία μαρτυρείται και από την έκδοση περιοδικού ειδικού σε θέματα γαστρονομίας, του *EY*, που αυτοπροσδιορίζεται ως περιοδικό υλικού πολιτισμού.

Στο υλικό επίπεδο, το φαγητό συνδυαζόμενο με τη διασκέδαση και τη βραδινή έξοδο αποτελεί μια από τις όψεις της κοινωνικής ζωής του Νεοέλληνα. Ενώ, όμως, παλαιότερα η ελληνική κουζίνα και η ταβέρνα αποτελούσε την τυπική έξοδο του μέσου Έλληνα, τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται έντονο ενδιαφέρον για νέες γεύσεις και διαφορετικά είδη κουζίνας, γεγονός που απηχείται στον ολόένα αυξανόμενο – παρά τις ακριβές τιμές – αριθμό ρεστοράν που σεργιάζουν ξένο φαγητό ή ειδικεύονται στη «λόγια»<sup>7</sup> ελληνική κουζίνα που δεν έχει καμία σχέση με αυτήν της ταβέρνας. Στο *Αθηνόραμα* μετρήσαμε 101 ρεστοράν με ξένη κουζίνα έναντι 150 μεζεδοπωλείων και ταβερνών. Παράλληλα, οι σεφ των μεγάλων ρεστοράν γίνονται επώνυμοι, πρόσωπα της επικαιρότητας ακόμα και τηλεοπτικοί αστέρες.

Μέσα σ' αυτό το πλαίσιο δεν εκπλήσσει το γεγονός ότι στον τύπο εμφανίζεται μεγάλος αριθμός κειμένων σχετικά με τη γαστρονομία. Μέσα από τα κείμενα αυτά διαφαίνεται, συχνά δε εκφράζεται και ρητά, η αντιπαλότητα δύο διαφορετικών ομάδων γαστρονόμων: των εκσυγχρονιστών που επιδιώκουν τη διεύρυνση του γαστρονομικού ορίζοντα των Ελλήνων και των παραδοσιακών που υπερασπίζονται την ελληνική κουζίνα στηλιτεύοντας τους πρώτους. Η άποψη των παραδοσιακών περιγράφεται σε κείμενο της Ε. Βουτσινά στην *Καθημερινή της Κυριακής* 21/5/00:

*“Σκέφτομαι συγκεκριμένα την εμμονή που παθαίνουν οι γαστρονομούντες με τα «εκλεπτυσμένα», όπως τα λένε, φαγητά, υπονοώντας μόνο και μόνο μια κατηγορία γαλλικών μαγειρικών παρασκευασμάτων των σύγχρονων μαγείρων της Εσπερίας(...) Ο χώρος των εστιατορίων και της γαστρονομίας γενικά ποδηγετείται σε μεγάλο βαθμό*

7. Ο όρος οφείλεται στον Δειπνοσοφιστή των εκδόσεων Ίκαρος (1999: 29).

από ανθρώπους που αυτοπροσδιορίζονται ως μέντορες των γαστρονομικών πραγμάτων, οι οποίοι λατρεύουν έναν ακαθάριστο (*sic*) και άνευρο τύπο γεύσης, την οποία ονομάζουν «φινετσάτη» και προωθούν αναφανδόν.”

Η ποδηγέτηση του χώρου της γαστρονομίας δεν σημαίνει τίποτα άλλο παρά προσπάθεια ανάληψης της ηγεμονίας του χώρου, η οποία εκφράζεται και μέσα από τη γλωσσική μορφή των κειμένων των εκσυγχρονιστών που θα μας απασχολήσουν.

#### 4. Ανάλυση λεξιλογίου του σύγχρονου γαστρονομικού λόγου

Σύμφωνα με την ΚΑΟ, η ιδεολογία είναι παρούσα σε όλα τα επίπεδα ανάλυσης ενός κειμένου αρχίζοντας από το φωνητικό και τελειώνοντας στο πραγματολογικό. Στην παρούσα μελέτη θα περιοριστούμε στο επίπεδο του λεξιλογίου. Η επιλογή αυτή έγινε για δύο λόγους: αφενός μεν γιατί στα πλαίσια της ΚΑΟ αποτελεί το πιο πρόσφορο επίπεδο για την ανίχνευση της ιδεολογίας που υποκρύπτεται στο κείμενο<sup>8</sup> αφετέρου δε γιατί σ' αυτό εμφανίζονται τα πιο ενδιαφέροντα φαινόμενα του σύγχρονου γαστρονομικού λόγου. Τα φαινόμενα αυτά είναι α) οι ξένες λέξεις, β) οι νεολογισμοί γ) οι απροσδόκητες λεξιλογικές συνάψεις και δ) οι μεταφορές. Σύμφωνα με τις σύγχρονες θεωρίες για τη μεταφορά, βέβαια, αυτή δεν ανήκει στο λεξιλόγιο, γιατί οι μεταφορές συντελούνται στο επίπεδο των εννοιών<sup>9</sup>. Το γεγονός όμως ότι εκφράζονται στο λεξιλογικό επίπεδο καθώς και η σημασία τους στη θεωρία της ΚΑΟ μας οδήγησε στο να τις συμπεριλάβουμε στη μελέτη μας.

##### 4.1. Ξένες λέξεις

Το φαινόμενο του δανεισμού στο λεξιλόγιο της κουζίνας αυτό καθαυτό δεν είναι νέο<sup>10</sup>. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι εκτός από τη Γαλλική που αποτελούσε την κύρια δότρια γλώσσα στον χώρο της γαστρονομίας και άλλες γλώσσες κάνουν την εμφάνισή τους στο γαστρονομικό λεξιλόγιο των νεοελλήνων όπως, η Ιταλική (*al dente*, *ξίδι balsamico*, *taglietta*, *pesto*, *λιγκουίνι με βόγκολα*, *κρασί βινσάντο*) η Ισπανική (*mole verde*) και άλλες πιο εξωτικές όπως η Ιαπωνική (*σασίμι*, *νιγκίρι*, *τα γιαπωνέζικα μανιτάρια shiitake*).

8. Βλ. και van Dijk 1998: 31.

9. Lakoff & Johnson 1980.

10. Αναστασιάδη-Συμεωνίδη 1994: 123-131.

Οι ξένες λέξεις εξυπηρετούν τρεις διαφορετικούς στόχους στα κείμενα που μας απασχολούν:

Ι. Καλύπτουν ανάγκες δήλωσης των νέων υλικών, τρόπων παρασκευής του φαγητού αλλά και των νέων χώρων εστίασης και διασκέδασης. Πρόκειται δηλαδή για πολιτισμικά δάνεια που εισάγονται μαζί με τα δηλούμενα αντικείμενα και δεν έχουν ελληνικό αντίστοιχο. Τα δάνεια της κατηγορίας αυτής είναι αναμενόμενα σε κείμενα που αναφέρονται στη διεθνή κουζίνα. Ιδιαίτερα ενδιαφέρον και αποκαλυπτικό της ιδεολογίας που υποβόσκει στα κείμενα αυτά είναι το φαινόμενο της μετάφρασης ή της με οποιονδήποτε τρόπο ανάλυσης ή ερμηνείας των ξένων λέξεων που ανήκουν στη σύγχρονη ορολογία της κουζίνας. Στις κριτικές των εστιατορίων, οι εκσυγχρονιστές συνήθως δεν συνοδεύουν τα δάνεια αυτού του είδους από κάποια επεξήγηση ή ερμηνεύουν ορισμένα από αυτά, όπως φαίνεται στα παραδείγματα που ακολουθούν:

*Ξεκινήστε με ρολό γαρίδας σε τραγανό φύλλο κρούστας σερβιρισμένο με φινόκιο, με πέστο και coylas κόκκινης πιπεριάς και για κυρίως προτιμήστε το νέο πιάτο με θαλασσινά στο wok με chilli Ταϊλάνδης σερβιρισμένα με egg noodles. (Σιδέρης, Down Town)*  
*Μου αρέσουν τα imperial rolls με λαχανικά και το διάφανο φύλλο, μια γαλοπούλα με εξωτική, πυκνούτσικη mole verde, μια άλλη mole (=σάλτσα με σοκολάτα) με ιντριγκάρισε επίσης (...) Ορθώς καμωμένο το tabouleh με πασπαλιστό, ελάχιστο ζυμαρικό, πλούσιο γευστικώς το χούμους. (Χαραμή, Το ΒΗΜΑ της Κυριακής 29/4/01)*

Ο αναγνώστης του κειμένου θεωρείται ότι γνωρίζει τα αναφερόμενα υλικά και σκεύη, αν και αυτά δεν είναι γνωστά στο ευρύ κοινό. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι τα κείμενα αυτά δημοσιεύονται και σε εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας, όπως το *Βήμα* και τα *Νέα* που απευθύνονται σε ένα ευρύ και πολύμορφο αναγνωστικό κοινό, οπωσδήποτε όμως όχι ειδικό σε θέματα γαστρονομίας, όπως θα μπορούσε να είναι το κοινό του περιοδικού *EY*. Η παρουσίαση νέων και ως επί το πλείστον άγνωστων πληροφοριών ως ήδη γνωστών δεν είναι καθόλου αθώα. Ξεπερνάει μάλιστα την απλή επίδειξη γνώσεων ή γλωσσομάθειας και αποτελεί τρόπο επιβολής. Στη διεπιδραστική επικοινωνία ο πομπός θεωρεί ότι ένα σύνολο πληροφοριών είναι κοινό σ' αυτόν και τον δέκτη. Αποτελεί προηγούμενη κοινή γνώση πάνω στην οποία χτίζεται η επικοινωνία. Και ο δέκτης με τη σειρά του θεωρεί ότι ο πομπός σεβόμενος την αρχή της συνεργασιμότητας του Grice, και πιο συγκεκριμένα το αξίωμα της ποσότητας, παρέχει τις απαιτούμενες μόνο πληροφορίες. Τι συνάγεται επομένως για τον αναγνώστη που δεν γνωρίζει τα εν λόγω υλικά

και εδέσματα; Μα, ότι οι παραλειπόμενες πληροφορίες είναι γνωστές, κοινές στους υπόλοιπους αναγνώστες που ασχολούνται με το καλό φαγητό και διαβάζουν τη συγκεκριμένη στήλη της εφημερίδας. Αν θέλει, λοιπόν, να ανήκει και αυτός στο κλαμπ των γκουρμέ με ό,τι αυτό συνεπάγεται στο κοινωνικό επίπεδο, πρέπει να αποκτήσει τις γνώσεις αυτές επισκεπτόμενος τα διαφημιζόμενα ρεστοράν, τρώγοντας τα εν λόγω φαγητά και πληρώνοντας το αντίστοιχο τίμημα. Πρόκειται για μια προσπάθεια ιδεολογικής αναβάθμισης του χώρου της γεύσης που επιδιώκεται με την παρουσίασή του ως κοινού τύπου τον οποίο κατέχει ή πρέπει να κατέχει κάθε αξιόλογος σύγχρονος άνθρωπος.

Η τακτική αυτή εγκαταλείπεται όμως στις συνταγές, γιατί θέτει σε κίνδυνο το επικοινωνιακό αποτέλεσμα. Έτσι, σε συνταγές γραμμένες από τα ίδια άτομα στα ίδια έντυπα, η ξένη λέξη συνοδεύεται από την ερμηνεία της. Χαρακτηριστικό δείγμα αποτελεί το παρακάτω απόσπασμα από κείμενο της Μ. Χαράμη στο οποίο αποφεύγεται η χρήση της λέξης σκόρδο η οποία αντικαθίσταται από το πιο εύηχο *aglio*:

*Κλασικό παράδειγμα aglio - olio, τομάτα - βασιλικός (...) τοιουτοτρόπως κρατάμε το άρωμα και αποφεύγουμε το δύσπεπτο τσιγαρισμένο aglio με τις παρενέργειές του. (Βήμα της Κυριακής 14/8/99)*

Αλλά στη συνταγή που ακολουθεί αμέσως μετά, προτιμάται, βέβαια, η ελληνική λέξη για να καταλάβει ο αναγνώστης τι υλικό πρέπει να βάλει:

*1 σκελίδα σκόρδο χωρίς την πράσινη ουρίτσα.*

Η διαφορετική αντιμετώπιση των ξένων λέξεων ανάλογα με το κειμενικό είδος αποτελεί έμμεση παραδοχή των δημιουργών των κειμένων ότι οι όροι αυτοί δεν αποτελούν κοινό τόπο, δεν είναι υποχρεωτικά γνωστοί στον μέσο αναγνώστη των εντύπων που δημοσιεύονται τα συγκεκριμένα κείμενα.

Ακόμα όμως και στις περιπτώσεις που για επικοινωνιακούς λόγους επιβάλλεται η ερμηνεία, οι συνομπ γευσινγνώστες βρίσκουν άλλους τρόπους να υποδείξουν στους αναγνώστες τους ότι πρόκειται για κοινό τόπο, συνήθως με τη χρήση κάποιου επιθέτου:

*Εξάλλου, τι είναι αυτό το πασίγνωστο κινέζικο πιάτο, Chop Suey, παρά λεπτά νουντλς (μακαρόνια) με κλωστές από αυγά στραπατσάδα. (Κόχυλα, Τα Νέα 23/02/01)*



*Αν αποφασίσετε να φτιάξετε τη γνωστή ρετσέτα με σολομό, βότκα, κρέμα... (Χαραμή, Βήμα της Κυριακής 14/8/99)*

Διαφορετική τακτική ακολουθούν οι παραδοσιακοί γαστρονόμοι οι οποίοι όταν χρησιμοποιούν ξένους όρους δίνουν αμέσως τις απαραίτητες εξηγήσεις, θεωρώντας ότι το αναγνωστικό τους κοινό δεν είναι υποχρεωμένο να γνωρίζει όλα τα υλικά στα οποία αναφέρονται.

*Είχα επισκεφθεί ένα εστιατόριο στο οποίο σερβίρουν και την ωραία εκείνη αραβική σαλάτα, το Ταμπούλι (που εντάξαμε στα γαστρονομικά μας με το γαλλικό του όνομα «ταμπουλέ») η οποία έχει ως βάση το πηλούρι. (Βουτσινά, Καθημερινή της Κυριακής 14/8/99)*

*...ο δόλιχος που λέγεται και φασολάκι Καλαμάτας (τα μικροσκοπικά πράσινα φασολάκια που καταναλώνουν με ενθουσιασμό οι υγιεινιστές και τα λένε mung beans). (Βουτσινά, Καθημερινή της Κυριακής 5/11/00)*

Στα παραπάνω παραδείγματα δίνεται κάθε δυνατή πληροφορία που θα διευκολύνει τον αναγνώστη να καταλάβει για ποια υλικά γίνεται λόγος<sup>11</sup>.

II. Οι ξένες λέξεις συχνά χρησιμοποιούνται στα κείμενα των εκσυγχρονιστών για να προσδώσουν αυξημένο κύρος και στα πιο ευτελή υλικά που συχνά χρησιμοποιούνται στα νέα φαγητά. Στις περιπτώσεις αυτές υπάρχουν αντίστοιχες ελληνικές λέξεις οι οποίες αποφεύγονται, γιατί το υλικό που δηλώνουν συνήθως αποτελεί συστατικό της λαϊκής κουζίνας και η παρουσία του θα απογοήτευε τους αναγνώστες που σνομπάρουν αυτού του είδους τα υλικά. Η νοοτροπία αυτή περιγράφεται γλαφυρά από την Εύη Βουτσινά στο κείμενο της *Καθημερινή της Κυριακής* στο οποίο αναφερθήκαμε ήδη:

*“Είχα επισκεφθεί ένα εστιατόριο στο οποίο σερβίρουν και την ωραία εκείνη αραβική σαλάτα, το Ταμπούλι (που το εντάξαμε στα γαστρονομικά μας με το γαλλικό του όνομα «ταμπουλέ»), η οποία έχει ως βάση το πηλούρι. Η ιδιοκτήτρια ήταν γνωστή μου και όταν ήρθε να πάρει παραγγελία από την παρέα μου, της λέω «φέρτε μας κι αυτήν την υπέ-*

11. Η παροχή επεξήγησης ή ορισμού της ξένης λέξης αποτελεί τη β' φάση στη διαδικασία του δανεισμού, ενώ η αμετάφραστη παρουσία της ξένης λέξης την α' φάση (βλ. σχετικά Αναστασιάδη-Συμεωνίδη ό.π.: 153-155). Στις περιπτώσεις που εξετάζουμε δεν νομίζουμε ότι πρόκειται για διαφορετικές φάσεις δανεισμού, γιατί η ίδια ξένη λέξη αντιμετωπίζεται διαφορετικά από τις δύο ομάδες γαστρονόμων σε κείμενα της ίδιας εποχής.

ροχη σαλάτα με το πληγούρι». «Σας παρακαλώ» μου απάντησε έντρομη, «δεν λέμε στους πελάτες μας ότι είναι πληγούρι γιατί δεν θα το ξαναπαραγγείλουν». «Τους λέμε ότι έχει κους κους»».

Το ξένο σημαίνουν συσκοτίζει αντί να σημαίνει προσδίδοντας στο αντικείμενο αναφοράς μια αξία που δεν έχει, και την οποία καλούνται συνήθως να πληρώσουν ακριβά όσοι το δοκιμάζουν. Τον ίδιο σκοπό εξυπηρετούν τα *aglio* αντί του *σκόρδο*, *chips* μελιτζάνας αντί για μελιτζάνες τηγανητές και *τεμπούρα* αντί *κουρκούτι* σε άλλα κείμενα.

III. Τέλος με τη χρήση των ξένων λέξεων σηματοδοτείται αλλαγή κώδικα<sup>12</sup> και επιδιώκονται υφολογικά αποτελέσματα. Πρόκειται για λέξεις που δεν αφορούν στο ειδικό λεξιλόγιο της κουζίνας, αλλά η παρουσία τους κρίνεται απαραίτητη για λόγους ύφους. Έτσι, κείμενο που αναφέρεται σε γαλλικές επιδράσεις στην κουζίνα γνωστού ρεστοράν διανθίζεται με γαλλικές λέξεις. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται το ταιριαστό με το περιεχόμενο του κειμένου γλωσσικό κλίμα:

*Ορισμένα γλυκά δείχνουν την ελληνική τους ψυχή κι ας είναι στολισμένα με γαλλική haute κουλτούρα. Alors, πολύ έχουμε φιλοσοφήσει... (Κόχυλα, Τα Νέα 29/9/00)*

Το ίδιο συμβαίνει και σε κείμενο για ιταλικό καφέ στο οποίο χρησιμοποιούνται ιταλικές λέξεις:

*Στολισμένες κυρίες της περιοχής (...) γευματίζουν στο bellissimo καινούριο καφέ -εστιατόριο... η torta με μέλι, νοστιμότητα. (Κόχυλα, Τα Νέα 9/12/00).*

Αυτή η αλλαγή κώδικα είναι πλούσια σε συνυποδηλώσεις. Οι συντάκτες των άρθρων δείχνουν γνώστες όχι μόνο της εθνικής κουζίνας στην οποία αναφέρονται αλλά και της γλώσσας. Μετέχουν γενικότερα της αντίστοιχης κουλτούρας και ως κάτοχοι αυτών των γνώσεων αποκτούν περισσότερο κύρος. Ταυτόχρονα το ύφος του κειμένου τους γίνεται πιο ελκυστικό, παιγνιώδες και κοσμοπολίτικο.

Στην ίδια κατηγορία εντάσσουμε και την ευρύτατη χρήση αγγλικών κυρίως λέξεων για αξιολογήσεις και χαρακτηρισμούς, π.χ.:

12. Μακρή-Τσιλιπάκου 1999β.

Το χειμώνα ασχολούνται με το *always classic restaurant*, Σπύρος και Βασίλης (Μαμαλάκης, *Down Town* 2000)

Το *Central* είναι μεγάλο και *happening* (Κόχυλα, *Τα Νέα* 10/1/00)

Η Εδωδή κατάφερε να είναι ένα *cozy, low profile* σκηνικό (Αθηνόραμα, *Απρίλιος* 2001)

Επειδή η χρήση αυτή των ξένων λέξεων είναι πολύ συνηθισμένη και σε άλλες κοινωνικές ομάδες που προσπαθούν – με επιτυχία – να επιβληθούν ως ελίτ, όπως τα τηλεοπτικά και κοσμικά πρόσωπα<sup>13</sup>, δημιουργείται συμφυρμός των δύο ομάδων. Ανανεωτές γαστρονόμοι, διάσημοι και κοσμικοί μιλάνε με τον ίδιο τρόπο και εκτιμάνε τις ίδιες γεύσεις, ανήκουν στην ίδια ελίτ. Και μάλιστα οι πρώτοι, ως γνώστες της γαστρονομίας, καθοδηγούν τους δεύτερους. Η θέση τους, επομένως, στον χώρο του *lifestyle* είναι υψηλή.

Οι ξένες λέξεις εμφανίζονται είτε με τη μορφή δανείων γραφής είτε ως δάνεια με φωνολογική υποκατάσταση. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η κατανομή των δύο αυτών μορφών ανάλογα με το κειμενικό είδος και τον συντάκτη του κειμένου ως άτομο αλλά και ως εκφραστή συγκεκριμένης τάσης και γαστρονομικής νοοτροπίας.

Οι μεταγραμμένες ξένες λέξεις κυριαρχούν στις συνταγές και στα κείμενα των παραδοσιακών γαστρονόμων. Στα κείμενα των εκσυγχρονιστών, αντίθετα, ακόμα και παλαιότερα μη αφομοιωμένα δάνεια που έχουν πια ενταχθεί στη γλώσσα όπως *μους*, *μενού*, *ορντέβρ*, *μετρ* εμφανίζονται συχνά με φωνολογική υποκατάσταση, π.χ.:

*Η mousse σοκολάτας με καφέ και ένα άλλο γλύκισμα ... εγκρίνονται.*

*Αλλά γιατί τόση chantilly παντού; (Χαραμή, Το Βήμα της Κυριακής 20/04/01)*

*Οι chefs χάνουν το μέτρο (Down Town)*

Όπως προκύπτει από όσα αναφέρθηκαν, οι ανανεωτές του γαστρονομικού λόγου ακολουθούν μια επιθετική στρατηγική απέναντι στους αναγνώστες τους, χρησιμοποιώντας ως όπλο τις ξένες λέξεις. Η στρατηγική αυτή ονομάζεται από τον *Bell Referee Design*<sup>14</sup> (Μη ακροαματικός σχεδιασμός) και έγκειται στη διαμόρφωση από πλευράς του συγγραφέα μιας μορφής λόγου την οποία ενδέχεται να μην κατανοεί πλήρως ο αναγνώστης. Σκοπός του δημιουργού αυτής της μορφής λόγου είναι ο εντυπωσιασμός, ακόμα και σε βάρος της επικοινωνίας, και τα επιλεγόμενα γλωσσικά μέσα δεν ανήκουν

13. Μακρή-Τσιλιπάκου 1999α: 444.

14. Bell 1993: 127.

στον κώδικα των πραγματικών αναγνωστών αλλά σε εκείνον μιας κοινωνικής ομάδας περιβεβλημένης με κύρος (referee) στα μάτια τόσο του συγγραφέα όσο και του αναγνώστη<sup>15</sup>. Στην περίπτωση του νέου γαστρονομικού λόγου, η ομάδα αυτή είναι των ίδιων των γαστρονόμων που γράφουν τα κείμενα και οι οποίοι λόγω επαγγέλματος είναι εξοικειωμένοι με την ξένη ορολογία καθώς και των πελατών των προτεινόμενων εστιατορίων οι οποίοι εμφανίζονται ως κάτοχοι συγκεκριμένων κοινωνικών χαρακτηριστικών: χρησιμοποιούν συχνά στο λόγο τους ξένες λέξεις γιατί ξέρουν (;) ξένες γλώσσες ή ταξιδεύουν πολύ. Είναι μοντέρνοι και τολμηροί αφού επιλέγουν τις νέες και περίεργες γεύσεις. Έχουν αρκετά χρήματα, αφού μπορούν και πληρώνουν τους λογαριασμούς. Ο λόγος των παραδοσιακών γαστρονόμων, αντίθετα, χαρακτηρίζεται από την στρατηγική του ακροαματικού σχεδιασμού στην οποία ο δημιουργός του λόγου λαμβάνει υπόψη του τον αναγνώστη και διαμορφώνει το κείμενο του σύμφωνα με τον γλωσσικό κώδικα, και την αντιληπτική ικανότητα των ακροατών του<sup>16</sup>.

#### 4.2. Νεολογισμοί

Η παρουσία δηλωτικών νεολογισμών στο ειδικό λεξιλόγιο της γαστρονομίας είναι αναμενόμενη λόγω της εισαγωγής νέων υλικών και εδεσμάτων που αναζητούν τα ελληνικά τους σημαίνοντα. Νεολογισμοί αυτού του είδους εμφανίζονται τόσο στα κείμενα των εκσυγχρονιστών όσο και των παραδοσιακών γαστρονόμων και συνήθως δημιουργούνται με βάση κάποιο λεξικό τύπο που αναφέρεται σε συναφές προς την κουζίνα λεξιλογικό πεδίο, ο οποίος όμως συνδυάζεται για πρώτη φορά I. με κάποιο από τα πιο παραγωγικά προσφύματα (-ικος, -ιακος, -ποίηση): *μονοποικιλιακός* (= *κρασί από μία μόνο ποικιλία*), *ποικιλιακή σύσταση*, *χυμοποίηση* για να δηλωθεί μονολεκτικά κάποιο αντικείμενο ή ιδιότητα που μέχρι τότε δηλώνονταν περιφραστικά ή II. με άλλο λέξημα για να δηλωθεί μέσω της σύνθεσης ένα νέο αντικείμενο: *λιόπαστα*, *ξινοαλεύρι*, *καραμελόφλουδες*. Η δημιουργία και μόνο του νεολογισμού προσδίδει αξία στο δηλούμενο αντικείμενο, γιατί ο δέκτης παίρνει το μήνυμα ότι αυτό αποτελεί μια οντότητα αρκετά σημαντική για την επικοινωνία, ώστε να αξίζει να δηλωθεί με μια λεξιλογική μονάδα.

Στα κείμενα των εκσυγχρονιστών, όμως, εμφανίζονται και πολυάριθμοι συνυποδηλωτικοί νεολογισμοί, παικτικοί και μερικές φορές συνθηματικοί:

15. Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Σ. Χατζησαββίδη για την επισήμανση της σχέσης που υπάρχει μεταξύ της χρήσης των ξένων λέξεων στον γαστρονομικό λόγο και του μη ακροαματικού σχεδιασμού. Σ' αυτόν οφείλεται και η απόδοση του όρου του Bell. Βλ. Χατζησαββίδης 1998: 501.

16. Bell 1993: 104.

*τυλιχτής ωμού ψαριού, οι διεκπεραιωτές της εξυπηρέτησης, σκλαβωτικός περιποιοτής, post-φλογέρες, ντελι-φαγάδικο, γαστρο-fiancé, τριπαρισμένο ορεκτικό, υπερνόστιμος, φαγορόφημα (=κρύα σούπα), ποτοβόρος, σαλατό-σουπα, κομποφαγία, φαγητολόγος, ρεστοκριτική, γκουρμεδιλίκι.*

Πρόκειται για ad hoc νεολογισμούς που από τη φύση τους λειτουργούν ως στοιχεία προβολής<sup>17</sup> και έχουν ως στόχο να προκαλέσουν και να εντυπωσιάσουν. Ορισμένοι μάλιστα από αυτούς απαιτούν αυξημένη γνωστική προσπάθεια για να γίνουν κατανοητοί π.χ. *οι διεκπεραιωτές της εξυπηρέτησης* και *ο σκλαβωτικός περιποιοτής* (=τα γκαρσόνια), ενώ άλλοι, όπως *ο τυλιχτής ωμού ψαριού* συγκεκριμένες γαστρονομικές γνώσεις. Και στις δύο περιπτώσεις υποδηλώνουν την ύπαρξη ενός κύκλου μνημένων και εύστροφων ατόμων στα οποία απευθύνονται και τα οποία είναι σε θέση να τους αποκρυπτογραφήσουν και να συμμετάσχουν στο γλωσσικό παιχνίδι<sup>18</sup>, ενώ ταυτόχρονα λειτουργούν σαν μαγνήτης προς μελλοντικούς πελάτες<sup>19</sup> του κλαμπ των γαστρονομούντων. Το επικοινωνιακό τους αποτέλεσμα είναι επομένως πολλαπλό. Οι οπαδοί της νέας γαστρονομικής τάσης αναγνωρίζουν τον κώδικα της ομάδας τους και αποκρυπτογραφώντας τον επιβεβαιώνονται ως μέλη μιας ελίτ. Αυτοί που δεν ανήκουν προσελκύονται, δελεάζονται και προσπαθώντας να κατανοήσουν, εντάσσονται (ή δεν εντάσσονται) στον κόσμο του νέου γαστρονομικού λόγου. Σε κάθε περίπτωση, πάντως, οι δημιουργοί των νεολογισμών επιβεβαιώνουν την ηγετική τους θέση στον χώρο.

#### 4.3. Λεξικές συνάψεις

Ο γαστρονομικός λόγος των εκσυγχρονιστών χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό απροσδόκητων λεξικών συνάψεων που αφορούν σε χαρακτηρισμούς γεύσεων. Έτσι διαβάζουμε για:

*στρογγυλές γεύσεις, αέρινες υπογραμμισμένες γεύσεις, αιχμηρές γεύσεις, απαλά φασόλια, ρόκα αφιά με εξημερωμένη πικράδα, αρωματικά «δειλό» κοτόπουλο, σοφιστικέ ζελέ, ευγενές ρύζι, ιντριγκαδόρικη τραγανότητα (των κόκκων του μπρικ), γευστικά ήπια τυριά.*

Η τάση αυτή μαρτυρεί την προσπάθειά τους να διαφοροποιηθούν από την

17. Χριστοφίδου 2001: 60.

18. Βλ. σχετικά και Αναστασιάδη-Συμεωνίδη 1986: 72.

19. Πελάτης στην ορολογία του Fairclough είναι κάθε άτομο που δεν αποτελεί μέλος μιας κοινωνικής ομάδας ή θεσμού αλλά συμμετέχει ευκαιριακά και χωρίς μονιμότητα στη γλωσσική διεπίδραση των μελών της ομάδας.

παραδοσιακή γαστρονομία δηλώνοντας με νέο τρόπο παλαιές γευστικές εντυπώσεις όπως αυτή του μαλακού, καλοβρασμένου φαγητού που υποθέτουμε ότι δηλώνεται με το *απαλά φασόλια* ή της έντονης γεύσης που χαρακτηρίζεται πλέον ως *αιχμηρή*. Συχνά οι λεξικές αυτές συνάψεις υστερούν σε σαφήνεια και ακριβολογία. Τι ακριβώς σημαίνει *στρογγυλή γεύση*, για παράδειγμα; Γι αυτό συνυπάρχουν σε μεγάλο βαθμό με τους κλασικούς χαρακτηρισμούς: νόστιμο, μέτριο, άβραστο κλπ. Η παρουσία τους είναι λιγότερο δηλωτική και περισσότερο συνυποδηλωτική. Δίνουν το στίγμα του νεωτερισμού που χαρακτηρίζει τους εκσυγχρονιστές γαστρονόμους και σηματοδοτούν τη ρήξη με την παραδοσιακή κουζίνα και τον παραδοσιακό γαστρονομικό λόγο, ακόμα και σε βάρος της επικοινωνίας. Τραβηγμένη σε ακρότατο σημείο η νοοτροπία αυτή οδηγεί σε λεκτικούς ακροβατισμούς που στερούνται νοήματος, όπως η *παιδαγωγική μονοφαγική απλότητα* και το *οργανοληπτικό εκμαγείο των τροφίμων* στο απόσπασμα που ακολουθεί από το κείμενο της Μ. Χαραμή που δημοσιεύθηκε στο *Βήμα της Κυριακής* 14/8/99:

*... Έχω πειραματισθεί στην παιδαγωγική μονοφαγική απλότητα προκειμένου να ανακαλύψω το οργανοληπτικό εκμαγείο διαφόρων τροφίμων. Παιχνίδι συναρπαστικό. Πρώτης γραμμής υλικά ωμά ή ψημένα: τα χόρτα, το αβγό, τα ψάρια...*

Περίτεχνη και πομπώδης διατύπωση για να δηλωθεί κατά προσέγγιση και όχι με ακρίβεια η απλή και κοινότοπη πληροφορία ότι η πραγματική γεύση των υλικών αναδεικνύεται όταν τρώγονται μόνα τους και όχι σε συνδυασμούς. Απώτερος στόχος δεν είναι η πληροφόρηση αλλά ο εντυπωσιασμός του αναγνώστη που πρέπει να θεωρήσει ότι εισέρχεται σ' έναν κόσμο βαθιάς γευστικής φιλοσοφίας με σκοτεινά νοήματα και πειραματικές αναζητήσεις της συντάκτριας του άρθρου, η οποία κατασκευάζει και προβάλλει μια εικόνα του εαυτού της αντάξια με αυτήν ενός επιστήμονα που πειραματίζεται και ανακαλύπτει.

Στο ίδιο πνεύμα πρόκλησης και εντυπωσιασμού εντάσσεται η ανάμειξη λεξικών τύπων που ανήκουν σε διαφορετικά επίπεδα ύψους αλλά και διαφορετικούς κώδικες. Το κείμενο της Χαραμή στο οποίο αναφερθήκαμε ήδη, αποτελεί χαρακτηριστικό δείγμα αυτού του είδους ανάμειξης:

*Οι φουρνιστές σπεσιαλιτέ πάλι απαιτούν ένα χοντρό, ηρωικό μακαρόνι. Ανθεκτικό στο παρατεταμένο ψήσιμο: μεγάααααα ριγκατόνια, σεντανίνι κτλ. Ω! Εκείνα τα αλήστου μνήμης ογκρατέν της γιαγιάς! Τα πιο ντελικάτα ζυμαρικά θα κολαπσαριστούν στο φούρνο. Αφετέρου δεν γουστάρουν ούτε την κρέμα γάλακτος. Η οποία συνιστά γαλλική*

παρέμβαση. Αν αποφασίσετε να φτιάξετε τη γνωστή ρετσέτα με σολομό, βότκα, κρέμα, θα μεταχειριστείτε τα πιο ογκώδη είδη: βίδες, φαρφάλες, ταλιατέλες και όχι σπαγκετίνη που απορροφά δυσάρεστα τη λιπαρότητα. Λόγου εμπειρόντος η βέρα καρμπονάρα δεν περιέχει κρέμα... Διαμετρικώς τα λεπτοφυή ζυμαρικά ζευγαρώνουν με λεπτόρευστες απλούστερες σάλτσες. Ευάριθμων αλλά έντονων υλικών. Κλασικό παράδειγμα: *aglio - olio*, τομάτα - βασιλικός, η θυμωμένη *agghiata*, η *puttanesca* με τις μαύρες ελίτσες και την κάππαρη.

Η ανάμειξη λέξεων που ανήκουν σε διαφορετικά επίπεδα ύφους, όπως του νεολογισμού *κολαπσαριστούν* που παραπέμπει σε ένα κοσμοπολιτισμό λόγω της αγγλικής του ρίζας με το λαϊκότερο και μάγικο *γουστάρουν* και στη συνέχεια η γενική απόλυτος λόγου *εμπειρόντος* συνδυασμένη συνταγματικά με την ιταλική *βέρα καρμπονάρα*, τα άψογα ιταλικά *aglio - olio* σε συνδυασμό με τα *μεγάαλα ριγκατόνια* (στον πληθυντικό) δίνουν στο κείμενο έναν αέρα πρόκλησης προς τον αναγνώστη. «Γράφω όπως μου γουστάρει» μοιάζει να λείπει η συντάκτρια του κειμένου, δεν ακολουθώ τις συμβάσεις γιατί έχω κύρος και γνώσεις που μου δίνουν ελευθερία. Όπως αναφέρθηκε ήδη, η ανάμειξη των κωδικών, του τεχνικού με το καθημερινό λεξιλόγιο, η παρουσία δεικτών αυθεντίας σηματοδοτούν αναδυόμενες μορφές λόγου που μάχονται για να εκτοπίσουν παλαιότερες και να αναδειχθούν ως ο νέος ηγεμονικός λόγος μιας ομάδας. Είναι φανερό ότι αυτό επιδιώκεται και με τα κείμενα των εκσυγχρονιστών γαστρονόμων, όπως αυτό της Χαραμή. Βέβαια, δεν παρουσιάζουν όλα τον ίδιο βαθμό συσσώρευσης γλωσσικών νεωτερισμών και πρόκλησης, αφού το κάθε κείμενο αντικατοπτρίζει και το προσωπικό ύφος και τον χαρακτήρα του συντάκτη του.

#### 4.4. Μεταφορές

Οι μεταφορές που χρησιμοποιούνται στον λόγο μιας ομάδας είναι κατά τον Fairclough αποκαλυπτικές της ιδεολογίας της. Η άποψη αυτή φαίνεται ότι επιβεβαιώνεται και στο γαστρονομικό λόγο των εκσυγχρονιστών όπου γίνεται ευρύτατη χρήση μεταφορών που δεν χρησιμοποιούνται στον παραδοσιακό γαστρονομικό λόγο. Το ενδιαφέρον εντοπίζεται στους τομείς - βάση των μεταφορών, η επιλογή των οποίων αποκαλύπτει την προσπάθεια αναβάθμισης του χώρου της γαστρονομίας. Ως βάση των μεταφορών αυτών χρησιμοποιούνται τομείς με διευρυμένο κύρος στην κοινωνία ή επεκτείνονται συμβατικές μεταφορές που έχουν καθιερωθεί πλέον στους τομείς αυτούς.

Οι πιο συνηθισμένοι τομείς - βάση είναι οι εξής:

I. Ο χώρος του πνεύματος, των τεχνών και των γραμμάτων: έτσι διαβά-  
ζουμε για σεφ που καλλιεργούν την υψηλή κουζίνα με επέκταση της μετα-  
φοράς που έχει καθιερωθεί για τα γράμματα και τις τέχνες, για το γευστικό  
βάθος ενός πιάτου κατά αναλογία προς τα ποιήματα και τους πίνακες με  
βάθος, για *ελεύθερη ερμηνεία της συνταγής, σπινθηροβόλο γαστρονομικό  
πνεύμα, αλλά και σπινθηροβόλα σάλτσα φινόκιο, γευστική ενόραση, μαγει-  
ρικές απόπειρες που ερείδονται σε μια λογική βάση, μαγειρικό φάλτσο, φα-  
γητική φιλοσοφία.*

Στις μεταφορές αυτού του είδους το φαγητό παρουσιάζεται ως πνευματι-  
κή δημιουργία. Δεν απευθύνεται μόνο στο σώμα ως μέσον για τη διατήρησή  
του στη ζωή, αλλά και στο πνεύμα. Η εκτίμηση ενός πιάτου δεν είναι θέμα  
γεύσης αλλά πνευματικής καλλιέργειας. Ποια είναι τα πιθανά υπονοήματα  
αυτής της παραδοχής; Α) Για να εκτιμηθεί δεόντως πρέπει αυτός που το  
τρώνει να είναι σε θέση να αντιληφθεί τη φιλοσοφία του δημιουργού του, να  
αποκρυπτογραφήσει τον κώδικα, να κατανοήσει τον προβληματισμό και τις  
ανησυχίες που οδήγησαν στη συγκεκριμένη σύλληψη, Β) Αν δεν του αρέσει,  
αυτό οφείλεται στην αδυναμία του ίδιου να συλλάβει τη φιλοσοφία του και  
να το εκτιμήσει και όχι στον μάγειρα και Γ) Οι γαστρονόμοι ως κάτοχοι αυ-  
τής της γνώσης και της τέχνης έχουν ρόλο παιδαγωγικό και καθοδηγητικό,  
δεν είναι απλοί μάγειροι ή καλοφαγάδες αλλά οι δάσκαλοι που μπορούν να  
μυήσουν τους ενδιαφερόμενους στην τέχνη και τη φιλοσοφία της γαστρονο-  
μίας.

II. Ο χώρος της αισθητικής και της κομψότητας, – όχι μόνο στο περι-  
βάλλον αλλά και στη γεύση:

*παλιομοδίτικες λιχουδιές, τσαχπίνικα φαγητά, η ευγενής ενασχόληση της  
καλοφαγίας, το μεγάλης φινέτσας κρύο κονσομέ, ιταλική κουζίνα με ισχυ-  
ρές δόσεις φινέτσας, το σοφιστικέ ζελέ, φαντεζί κουζίνα.*

Οι μεταφορές αυτής της κατηγορίας συνδέουν εννοιολογικά το φαγητό με  
την αισθητική. Έχουμε επομένως μια μετατόπιση των κριτηρίων αξιολόγη-  
σης από τον χώρο των αισθήσεων (της γεύσης) σε ένα χώρο πνευματικό: της  
αισθητικής. Τα κριτήρια, οι ιδιότητες αλλά και το κύρος αυτού του χώρου ε-  
πεκτείνονται μαζί με τις σχετικές μεταφορές προς τον χώρο της γαστρονο-  
μίας.

III. Προσωποποίηση - ανθρώπινες ιδιότητες: ένας μεγάλος αριθμός με-  
ταφορικών και μετωνυμικών εκφράσεων δομείται πάνω σε ανθρώπινες ι-  
διότητες:

*σεμνή σάλτσα, τίμια σάλτσα, μια εύσωμη σος, ενημερωμένη κάβα, έξυπνες*



*λιχουδιές, σφριγηλό καμπερονέ, τα πιάτα «έχουν άποψη», το μακαρόνι αντιπαθεί τις γλυκερές γεύσεις, νόημον στόμα.*

Με τον τρόπο αυτό το φαγητό προσωποποιείται, ξεφεύγει από τον κόσμο της ύλης και αυτονομείται ακόμα και από τον δημιουργό του, ιδιότητες του οποίου αποδίδονται μετωνυμικά στο δημιούργημα.

### **5. Η στρατηγική της γοητευτικής πειθούς**

Όπως προσπαθήσαμε να δείξουμε, ο σύγχρονος γαστρονομικός λόγος περιλαμβάνει στο λεξιλογικό επίπεδο μια σειρά στοιχείων που χαρακτηρίζονται από εκζητήση και τα οποία προκαλούν την έκπληξη του αναγνώστη. Σύμφωνα με τον Somig<sup>20</sup> (1989) τέτοιου είδους αποκλίνοντα γλωσσικά στοιχεία εντάσσονται σ' αυτό που ονομάζει στρατηγική της γοητευτικής πειθούς (seduction). Η πειθώ αυτού του είδους δεν στηρίζεται στην επαλήθευση και το επιχείρημα αλλά στην αξιοπιστία/αυθεντία του πείθοντος και την επιβολή του στον αποδέκτη. Οι χειριστές της γοητευτικής πειθούς υποκαθιστούν το επιχείρημα και την απόδειξη από τον εντυπωσιασμό και την επιβολή και για να επιτύχουν τον στόχο τους καταφεύγουν στην απόκλιση, στις χαρακτηρισμένες δομές που εντυπωσιάζουν τον αναγνώστη κάνοντάς τον να πιστεύει ότι συμμετέχει σε κάτι εξαιρετικό και τον καθηλώνουν στο επίπεδο της αποκρυπτογράφησης εμποδίζοντάς τον να προχωρήσει στον έλεγχο της ουσίας των λεγομένων. Τα χαρακτηριστικά του γαστρονομικού λόγου των εκσυγχρονιστών που αναλύσαμε, εντάσσονται κατά τη γνώμη μας σ' αυτήν ακριβώς την τακτική της γοητευτικής πειθούς που δεν στηρίζεται στο επιχείρημα αλλά στον εντυπωσιασμό.

### **6. Συμπέρασμα**

Στον χώρο της γαστρονομίας συντελείται τα τελευταία χρόνια μια πάλη μεταξύ δύο αντίθετων και αντίρροπων τάσεων: εκείνων που αποδέχονται τον μέχρι τώρα ισχύοντα μη ηγεμονικό ρόλο της κουζίνας και της γεύσης στη ζωή του Έλληνα και οι οποίοι είναι κατά κανόνα οπαδοί της παραδοσιακής κουζίνας και εκείνων που επιχειρούν την επαναδιαπραγμάτευση της θέσης αυτής και την εγκαθίδρυση μιας νέας ηγεμονίας των κοσμοπολιτών και ανανεωτών της γεύσης. Επειδή, όμως, ηγεμονία σημαίνει τη δημιουργία συμ-

---

20. Somig 1989: 97.

μαχιών και την ενσωμάτωση ατόμων, την απόκτηση οπαδών, η πάλι αντικατοπτρίζεται στο επίπεδο της γλωσσικής έκφρασης με τη δημιουργία ενός νέου γαστρονομικού λόγου, ο οποίος προσπαθεί μέσω του εντυπωσιασμού και της γοητευτικής πειθούς να προσελκύσει οπαδούς και να διαμορφώσει τα δικά του ομιλιακά και ιδεολογικά υποκείμενα.

Ελένη Παναρέτου  
Πανεπιστήμιο Αθηνών  
e-mail: epanar@phil.uoa.gr

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αναστασιάδη-Συμεωνίδη, Α. 1986: *Η νεολογία στην Κοινή Νεοελληνική*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Επιστημονική Επιτηρίδα της Φιλοσοφικής Σχολής, Παράρτημα 65.
- Αναστασιάδη-Συμεωνίδη, Α. 1994: *Νεολογικός δανεισμός της Νεοελληνικής. Άμεσα Δάνεια από τη Γαλλική και Αγγλοαμερικανική. Μορφολογική ανάλυση*. Θεσσαλονίκη.
- Bell, A. 1993: *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell.
- Bell, A. & Garrett, P. 1998: *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell.
- Fairclough, N. 1989: *Language and Power*. London: Longman.
- Fairclough, N. 1995: *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Harlow: Longman.
- Hodge, R. & Kress, G.R. 1993: *Language as Ideology*. London: Routledge.
- Lakoff, G. & Johnson, M. 1980: *Metaphors we Live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Μακρή-Τσιλιπάκου, Μ. 1999α: "Ερώτ.: Χρησιμοποιείτε ξένες λέξεις όταν μιλάτε; Απάντ.: Never! (γέλια)". Στο Α.-Φ. Χριστίδης (εκδ.), «Ισχυρές» και «ασθενείς» γλώσσες στην Ευρωπαϊκή Ένωση: όψεις του γλωσσικού ηγεμονισμού. *Πρακτικά Διεθνούς Συνεδρίου*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας, 439-447.
- Μακρή-Τσιλιπάκου, Μ. 1999β: "Νεοελληνική και ξενόγλωσσες μονάδες: δανεισμός ή αλλαγή κώδικα;". Στο Α. Μόζεο (εκδ.), *Ελληνική Γλωσσολογία '97. Πρακτικά του Γ' Διεθνούς Γλωσσολογικού Συνεδρίου για την Ελληνική Γλώσσα*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα, 575-585.

- Οικονόμου, Κ. 1998: “Γλωσσικά δείγματα πολιτικής ιδεολογίας στον ημερήσιο ελληνικό τύπο”. Στο *Μελέτες για την Ελληνική Γλώσσα* 18, 353-365.
- Sornig, K. 1989: “Some remarks on linguistic strategies of persuasion”. Στο R. Wodak (εκδ.), *Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 95-114.
- van Dijk, T.A. 1998: “Opinions and ideologies in the press”. Στο A. Bell & P. Garrett 1998, 21-63.
- Χατζησαββίδης, Σ. 1999: *Ελληνική γλώσσα και δημοσιογραφικός λόγος. Θεωρητικές και ερευνητικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Gutenberg.
- Χριστοφίδου, Α. 2001: *Ο ποιητικός νεολογισμός και οι λειτουργίες του*. Αθήνα: Gutenberg.