

ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Γ΄ ΛΥΚΕΙΟΥ

η πειθώ

το δοκίμιο



εννοιολογικά διαγράμματα θεωρίας

και χάρτες των εννοιών

ΒΑΡΒΑΡΑ ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΥ δ.φ.

ΠΕΙΘΩ – ΤΡΟΠΟΙ ΠΕΙΘΟΥΣ

Επικοινωνία → μπορεί να περιλαμβάνει: μετάδοση πληροφοριών

ερμηνεία φαινομένου / γεγονότος
ανάλυση έννοιας
υποστήριξη άποψης
πειθώ του δέκτη



οπτική γωνία πομπού



διαφαίνεται
υπολανθάνει
εκφράζεται ρητά και απερίφραστα

≠

οπτική γωνία δέκτη



διακρίνει την οπτική γωνία του πομπού
διακρίνει το σκοπό του πομπού

Ειδικότερα:

πομπός πειθούς

≠

δέκτης πειθούς



προσπαθεί να φέρει το δέκτη
σε θέση να υιοθετήσει τις
απόψεις του και να ενεργήσει
σύμφωνα με αυτές



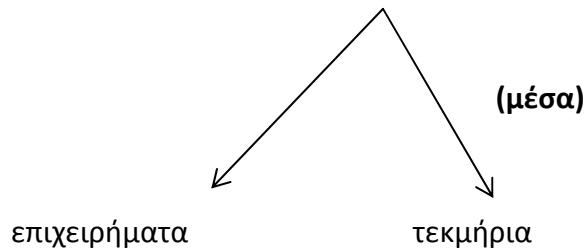
ελέγχει τη συλλογιστική πορεία του πομπού
ελέγχει το κύρος των επιχειρημάτων
ελέγχει την αξιοπιστία των τεκμηρίων
εντοπίζει τρόπους και μέσα πειθούς

Βασικοί τρόποι πειθούς:

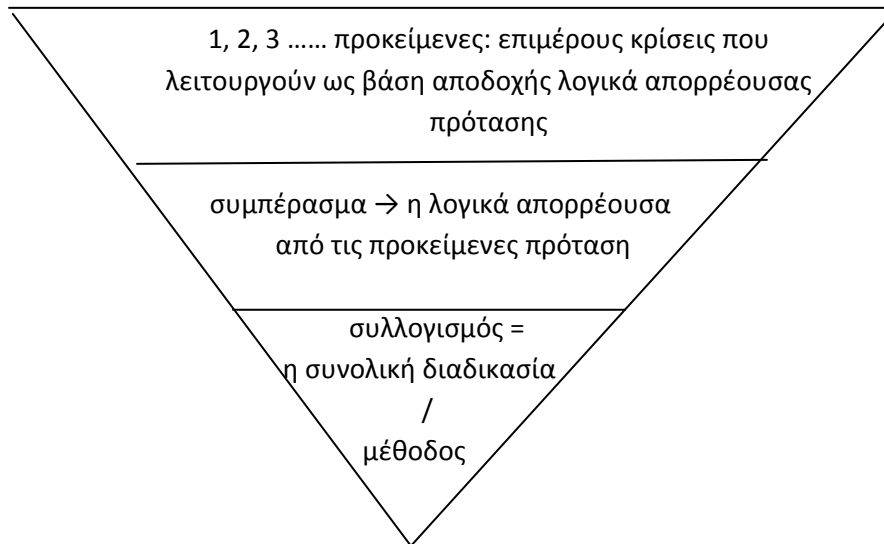
1. Επίκληση στη λογική (επιχειρήματα + τεκμήρια)
2. Επίκληση στο συναίσθημα (δηλ. πρόκληση συναισθημάτων στον δέκτη)
3. Επίκληση στην αυθεντία και στο ήθος του ομιλητή / γράφοντος (ποικίλα μέσα για να παρουσιαστεί ο ομιλητής / γράφων αξιόπιστος στον δέκτη)
4. Επίθεση στο ήθος του αντιπάλου (ποικίλα μέσα για να παρουσιαστεί ο αντίπαλος αναξιόπιστος).

1. ΕΠΙΚΛΗΣΗ ΣΤΗ ΛΟΓΙΚΗ

απόδειξη θέσης → επίκληση στη λογική (τρόπος)



Επιχείρημα → λογική πρόταση που διευθετείται κλιμακωτά για την απόδειξη μιας θέσης· αποτελείται από σειρά κρίσεων με την ακόλουθη δομή:



Τεκμήριο → κάθε συγκεκριμένο στοιχείο που αναφέρεται σε ορισμένη εμπειρία (π.χ. παράδειγμα, αλήθεια, γεγονός, αυθεντία, στατιστική κ.λπ.) και χρησιμοποιείται από τον πομπό για να υποστηρίξει τη θέση του.

ΣΥΛΛΟΓΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΤΟΥΣ

Συλλογισμός → η διαδικασία με την οποία ο νους καταstrώνει το επιχείρημα

Οι συλλογισμοί διακρίνονται:

- α) με βάση την πορεία που ακολουθεί ο νους ·
- β) με βάση το είδος των προτάσεων που αποτελούν τις προκείμενες ·
- γ) ως προς την εσωτερική δομή τους και τη σχέση τους με τον εξωτερικό κόσμο.

A. Διάκριση συλλογισμών με βάση την πορεία που ακολουθεί ο νους.

1. Παραγωγή / παραγωγικός συλλογισμός. 2. Επαγωγή / επαγωγικός συλλογισμός.

Πορεία από το γενικό και αφηρημένο (π.χ. αρχή, ορισμός, κανόνας κ.λπ.) προς το ειδικό / διευκρινιστικό και συγκεκριμένο. Το συμπέρασμα προκύπτει από τις προκείμενες · αυτές μας “υποχρεώνουν” να το δεχθούμε.

Διαγραμματικά:

ΠΑΡΑΓΩΓΗ

γενικό + αφηρημένο
ειδικό + συγκεκριμένο



Πορεία από το ειδικό και συγκεκριμένο προς το γενικό και αφηρημένο, δηλ. από τις επιμέρους περιπτώσεις στον κανόνα, τον νόμο που τις διέπει. Το συμπέρασμα επεκτείνεται πέρα από τις προκείμενες που απλώς το στηρίζουν, γι' αυτό και είναι συνήθως πιθανολογικό. Διαγραμματικά:

ΕΠΑΓΩΓΗ

γενικό + αφηρημένο
ειδικό + συγκεκριμένο



Προσοχή: Η παραγωγή και η επαγωγή είναι αντίστροφες αλλά συμπληρωματικές λογικές διαδικασίες που εμφανίζονται συχνά μαζί στον προφορικό και τον γραπτό λόγο.

3. Αναλογία / αναλογικός συλλογισμός. Πορεία από το ειδικό και επιμέρους προς το ειδικό και επιμέρους · πολύ ασθενής συλλογισμός, αδύναμο συμπέρασμα που πρέπει να διατυπώνεται με προσοχή. Διαγραμματικά:

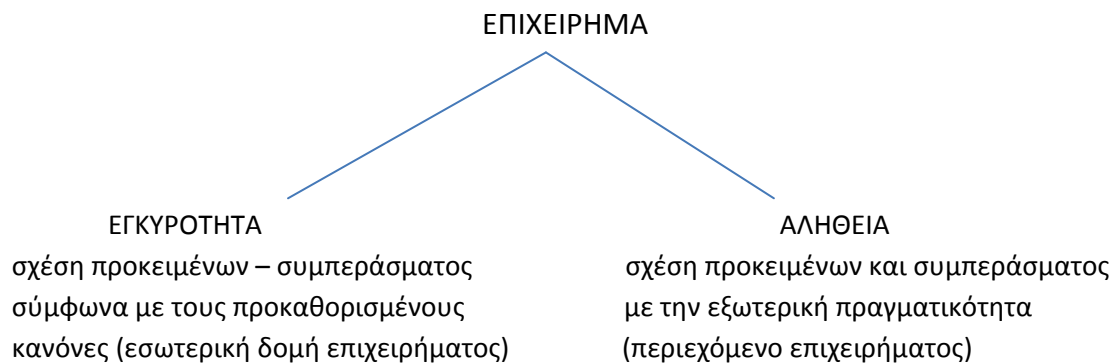
ΑΝΑΛΟΓΙΑ: ειδικό + επιμέρους —————> ειδικό + επιμέρους

B. Διάκριση συλλογισμών με βάση το είδος των προτάσεων που αποτελούν τις προκείμενες.

1. Κατηγορητικοί συλλογισμοί → όταν οι προκείμενες είναι κατηγορικές προτάσεις (εκφράζουν κρίσεις).

2. Υποθετικοί συλλογισμοί → όταν η μία ή και οι δύο προκείμενες είναι υποθετικές προτάσεις.
3. Διαζευκτικοί συλλογισμοί → όταν μία (τουλάχιστον) προκείμενη είναι διαζευκτική πρόταση.

Γ. Διάκριση συλλογισμών με βάση την εσωτερική δομή τους και τη σχέση τους με τον εξωτερικό κόσμο → εγκυρότητα, αλήθεια, ορθότητα ενός επιχειρήματος.



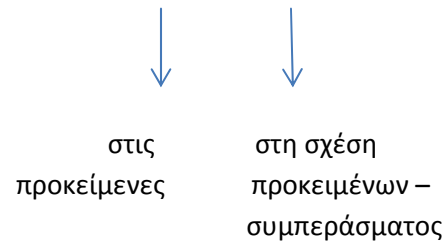
ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ + ΑΛΗΘΕΙΑ (στις προκείμενες) = ΛΟΓΙΚΑ ΟΡΘΟΣ ΣΥΛΛΟΓΙΣΜΟΣ



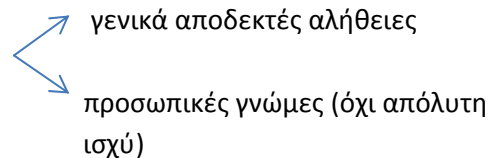
αν δίνει ορθό συμπέρασμα, τότε είναι ΑΠΟΔΕΙΞΗ

Αξιολόγηση του επιχειρήματος:

Βασικός κανόνας - προϋπόθεση: ΟΡΘΟΣ ΣΥΛΛΟΓΙΣΜΟΣ = ΑΛΗΘΗΣ + ΕΓΚΥΡΟΣ



Δηλαδή ελέγχω: α) την αλήθεια των προκειμένων



β) αν το συμπέρασμα προκύπτει με λογική αναγκαιότητα από τις προκείμενες

Τυπική λογική → εξετάζει αυστηρά την εγκυρότητα των επιχειρημάτων.
Εφαρμογές της λογικής στον πραγματικό κόσμο → σημασία έχει η ορθότητα.

ΕΠΙΚΛΗΣΗ ΣΤΗ ΛΟΓΙΚΗ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ

ΕΛΕΓΧΟΣ ΟΡΘΟΤΗΤΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

1) Παραγωγικός συλλογισμός:

Οι πλανήτες του ηλιακού συστήματος είναι σώματα ετερόφωτα.

Ο Άρης είναι πλανήτης.

Άρα, ο Άρης είναι σώμα ετερόφωτο.

Ελέγχω: α) οι προκείμενες να είναι αληθείς και β) το συμπέρασμα να είναι νοηματικά συναφές προς τις προκείμενες (αλληλουχία), άρα να διαθέτει εγκυρότητα. Εν ολίγοις: αν ο παραγωγικός συλλογισμός είναι **αληθής**, τότε είναι και **έγκυρος**, άρα **ορθός**.

2) Επαγωγικός συλλογισμός.

2α) Γενίκευση → τέλεια γενίκευση (σπάνια περίπτωση)

→ ατελής γενίκευση

Τέλεια: Το σώμα α είναι πτητικό.

Το σώμα β είναι πτητικό.

Το σώμα γ είναι πτητικό.

.....

Τα σώματα α, β, γ είναι αέρια.

Άρα, όλα τα αέρια είναι πτητικά.

Ελέγχω: Την αλήθεια των προκειμένων. Αν οι προκείμενες είναι αληθείς και το συμπέρασμα νοηματικά συναφές, τότε ο συλλογισμός είναι έγκυρος – και ορθός.

Ατελής: 1) Πολλοί άνεργοι νέοι καταφεύγουν στην παραβατικότητα.

Πολλοί άνεργοι μεγαλύτερων ηλικιών παρανομούν επίσης.

Άρα, σε αρκετές περιπτώσεις η ανεργία οδηγεί στην παραβατικότητα.

2) Οι Γάλλοι είναι αγενείς.

Στο περσινό μου ταξίδι στο Παρίσι ένας υπάλληλος του αεροδρομίου μου φέρθηκε αγενέστατα.

Ελέγχω: Την αλήθεια των προκειμένων και την επάρκειά τους, προκειμένου να εξαχθεί συναφές συμπέρασμα (εγκυρότητα). Αν το συμπέρασμα είναι συναφές και έχει διατυπωθεί

πιθανολογικά, τότε ο συλλογισμός είναι ορθός (1), ενώ αν δεν συντρέχουν αυτές οι προϋποθέσεις ο συλλογισμός δεν είναι ορθός (2).

2β) Αίτιο – Αποτέλεσμα → αναγκαία και επαρκής αιτία

→ αιτιώδης σχέση προκειμένων – συμπεράσματος, όχι χρονολογική

Παραδείγματα: 1) Το έργο του λαϊκού πολιτισμού εκφράζει από την αρχή κοινές αντιλήψεις. Δεν σφραγίζεται, δεν κλείνει μόλις φύγει από τα χέρια του δημιουργού του. Περνάει στη χρήση των πολλών που το κατεργάζονται και το προσαρμόζουν ακόμα περισσότερο στο κοινό αίσθημα. Άρα, στον λαϊκό πολιτισμό οι τέχνες και η σοφία δεν είναι προνόμιο λίγων, αλλά κατόρθωμα όλων.

2) Κάνει πολύ κρύο σήμερα, άρα μάλλον θα χιονίσει το βράδυ.

3) Μην καπνίζετε γιατί θα πάθετε καρκίνο των πνευμόνων!

4) Δεν με συμπαθεί και πολύ η καθηγήτρια. Γι' αυτό δεν πιστεύω ότι θα πάρω καλό βαθμό στη Γλώσσα.

5) Η μέρα μου σήμερα δεν πήγε καθόλου καλά, πράγμα φυσικό και επόμενο, αφού πρωί – πρωί πέρασε από μπροστά μου μια μαύρη γάτα.

6) Ο μεγαλύτερος κίνδυνος που εγκυμονεί η ενημέρωση μέσω του Διαδικτύου είναι η αμφίβολη ποιότητα των πληροφοριών, εφόσον οι παλαιότεροι έλεγχοι της ακρίβειας των πληροφοριών είναι πολύ χρονοβόροι για να πραγματοποιηθούν.

Ελέγχω: Η αιτία που οδηγεί στο συμπέρασμα πρέπει να είναι συγχρόνως αναγκαία (δηλ. απαραίτητη) και επαρκής (δηλ. αρκετή) για να εξασφαλιστεί η εγκυρότητα του συλλογισμού. Στην περίπτωση αυτή, αν οι προκειμένες είναι αληθείς, τότε ο συλλογισμός είναι ορθός (1). Αν η αιτία είναι μόνο αναγκαία αλλά όχι επαρκής (2) ή μόνο επαρκής αλλά όχι αναγκαία (3) ή δεν έχει σχέση με το συμπέρασμα / υπεραπλουστεύει το συμπέρασμα (4), τότε ο συλλογισμός δεν είναι ορθός. Επίσης ελέγχω μήπως υπάρχει χρονολογική σχέση μεταξύ προκειμένων και συμπεράσματος και όχι αιτιώδης (5) ή όχι μόνο αιτιώδης (6), διότι αυτό υπονομεύει την ορθότητα του συλλογισμού.

2γ) Αναλογία (επαγωγική) → κυριολεκτική

→ μεταφορική

Παραδείγματα:

1) Ό, τι περίπου μας προσφέρει σήμερα ένας υπολογιστής πολυμέσων, στις αρχές του αιώνα – και για χιλιάδες χρόνια – μας χάριζε μόνο ένας πολυτάλαντος παππούς ή μια γιαγιά: Κρατά λογαριασμό στις δουλειές του σπιτιού, λύνει απορίες, βοηθά στο γράψιμο, αφηγείται όμορφες ιστορίες, λέει τραγουδάκια και κυρίως προσαρμόζει με προθυμία την τεράστια σοφία του στα μέτρα του κάθε εγγονιού.

2) Θα πίστευε κάποιος ότι ο μοναχικός, περιθωριοποιημένος άνθρωπος είναι σαν το ξερό λουλούδι. Κοιτάξε ένα μαραμένο λουλούδι: αποκομμένο από το υπόλοιπο φυτό, λυγισμένο από την έλλειψη θρεπτικών ουσιών, και

ζαρωμένο από την αφυδάτωση κείται άχρωμο, άοσμο, νεκρό. Έτσι και ο μοναχικός άνθρωπος: αποκομμένος από τον κοινωνικό κορμό περπατάει σκυφτός, καμπουριασμένος από την έλλειψη της επικοινωνίας, της φιλίας, της συμπαράστασης και της τρυφερότητας, των θρεπτικών ουσιών της ψυχής.

Ελέγχω: Ο συλλογισμός να περιλαμβάνει παραλληλιζόμενα μέλη που δεν είναι ομοειδή μεταξύ τους. Αν ικανοποιείται η βασική αυτή συνθήκη, τότε προσέχω το είδος του παραλληλισμού: α) Αν υπάρχει ένας κοινός άξονας αναφοράς μεταξύ των παραλληλιζομένων μερών και η σύγκριση βασίζεται σε επαρκείς και σχετικές με το θέμα ομοιότητες, το δε συμπέρασμα παρουσιάζεται ως πιθανολογικό, τότε πρόκειται για κυριολεκτική αναλογία και ο συλλογισμός είναι έγκυρος (1). β) Αν δεν υπάρχει κοινός άξονας αναφοράς μεταξύ των παραλληλιζομένων μερών, αν δηλ. οι ομοιότητες που καταγράφονται στην ουσία δεν υπάρχουν, τότε η αναλογία είναι μεταφορική. Αυτή στοχεύει περισσότερο στη δημιουργία εντυπώσεων και λιγότερο στην απόδειξη μιας θέσης. Δεν δίνει έγκυρα συμπεράσματα, άρα ούτε ορθούς συλλογισμούς (2).

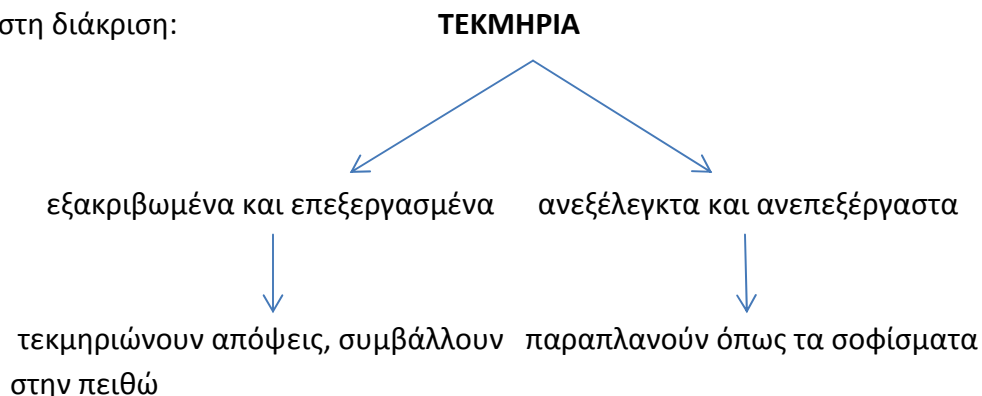
ΕΠΙΚΛΗΣΗ ΣΤΗ ΛΟΓΙΚΗ – ΤΕΚΜΗΡΙΑ

Τι είναι → επεξεργασμένα στοιχεία (επιστημονικά, στατιστικά κ.λπ.) · μπορεί να περιλαμβάνονται στα κείμενα πειθούς συνοδεύοντας τα επιχειρήματα.

Σε τι χρησιμεύουν → 1) τεκμηριώνουν τις απόψεις του πομπού / συγγραφέα και 2) προστατεύουν τον ακροατή / αναγνώστη από την παραπλάνηση, στην οποία καταλήγουν, σε ορισμένες περιπτώσεις, τα αυστηρά σχήματα της τυπικής λογικής.

Τι συνιστούν → Τα τεκμήρια συνιστούν τη βάση της αξιοπιστίας του πομπού / συγγραφέα.

Προσοχή στη διάκριση:



**ΤΕΚΜΗΡΙΩΜΕΝΟΣ ΛΟΓΟΣ = ΟΡΘΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ + ΕΞΑΚΡΙΒΩΜΕΝΑ ΚΑΙ
ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΤΕΚΜΗΡΙΑ**

ΠΑΡΑΛΟΓΙΣΜΟΙ / ΣΟΦΙΣΜΑΤΑ

Χαρακτηριστικά

- αντιβαίνουν στον ορθό λόγο
- δεν έχουν αποδεικτική αξία
- επηρεάζουν τον δέκτη του μηνύματος, εφόσον παρουσιάζουν ομοιότητες με τους έγκυρους συλλογισμούς.

Οφείλονται

- είτε σε λογικό σφάλμα (λάθος μορφής // μερική αλήθεια)
- είτε σε λογική παγίδα (λάθος περιεχομένου // αναπόδεικτη αλήθεια // σοφίσματα).

Το λογικό σφάλμα και η λογική παγίδα μπορούν να αναφέρονται στις προκείμενες ή / και στο συμπέρασμα.

Άρα προσέχω: Ο παραλογισμός μπορεί να είναι *έγκυρος* (συνήθως είναι), ποτέ όμως *ορθός*.

Παραδείγματα:

Α. Λογικά σφάλματα (λάθη μορφής // μερική, διαστρεβλωμένη κ.λπ. αλήθεια)

1. Ο αστυνομικός είναι όργανο.

Το μπουζούκι είναι όργανο.

Άρα, ο αστυνομικός είναι μπουζούκι.

2. Οι στρατευμένοι νέοι ανήκουν ή στο πεζικό ή στο ναυτικό ή στην αεροπορία.

Ο Χ δεν ανήκει στο πεζικό.

Άρα, ανήκει στην αεροπορία.

3. Κλοπή σημειώθηκε εφόσον παραβιάστηκαν οι πόρτες του διαμερίσματος.

Δεν παραβιάστηκε καμία πόρτα.

Άρα, δε σημειώθηκε κλοπή.

4. Οι Σκωτσέζοι είναι τσιγκούνηδες.

Έχω ένα φίλο από το Εδιμβούργο που δεν με έχει κεράσει ποτέ τίποτε.

Προσέχω: Στο (1) ο κοινός όρος έχει διαφορετική σημασία σε κάθε προκείμενη. Στο (2) δεν απορρίπτονται στη δεύτερη περίπτωση όλα τα ενδεχόμενα (π.χ. η αεροπορία). Στο (3) το λογικό σφάλμα προκύπτει από τη μερική αλήθεια της πρώτης προκείμενης (π.χ. μπορεί να παραβιάστηκαν τα παράθυρα ή να είχε αντικλείδι ο κλέφτης). Στο (4) το συμπέρασμα προκύπτει από ανεπαρκή αριθμό δεδομένων (προκαταλήψεις, στερεότυπα).

B. Λογικές παγίδες (λάθη περιεχομένου // σοφίσματα)

1. Όλοι όσοι ανήκουν στη λευκή φυλή είναι ευφυείς.

Οι Έλληνες ανήκουν στη λευκή φυλή.

Άρα, οι Έλληνες είναι ευφυείς.

2. Αν ήταν υπεύθυνος, θα εκπλήρωνε την υπόσχεσή του.

Δεν είναι υπεύθυνος.

Άρα, δεν θα εκπληρώσει την υπόσχεσή του.

3. Οι καλοί οικογενειάρχες είναι άξιοι σεβασμού και όχι καταδίκης.

Ο κατηγορούμενος για κλοπή είναι καλός οικογενειάρχης.

Άρα, είναι άξιος σεβασμού και όχι καταδίκης.

4. Είναι Τρίτη και 13.

Άρα, θα συμβεί κάτι κακό.

Προσέχω: Στο (1) η πρώτη προκείμενη, η οποία παρουσιάζεται ως αλήθεια, χρειάζεται να αποδειχτεί για να είναι ορθός ο συλλογισμός, πράγμα αδύνατο (δόγμα). Στο (2) γίνεται ένας κύκλος από τις προκείμενες και το συμπέρασμα και δεν αποδεικνύεται τίποτε (αυτοαναφορά). Στο (3) το συμπέρασμα εσκεμμένα παραλείπει στοιχεία της δεύτερης προκείμενης (ο κατηγορούμενος δικάζεται για κλοπή, δεν ενδιαφέρουν τα άλλα – νομικό και πολιτικό σόφισμα). Στο (4) η προκείμενη δε σχετίζεται καθόλου με το συμπέρασμα, ούτε μπορεί να το αποδείξει (πρόληψη).

ΤΡΟΠΟΙ ΠΕΙΘΟΥΣ

A. ΕΠΙΚΛΗΣΗ ΣΤΗ ΛΟΓΙΚΗ → επιχειρήματα, τεκμήρια

B. ΕΠΙΚΛΗΣΗ ΣΤΟ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ (του δέκτη)

Στόχος → πρόκληση μιας ενέργειας / απόφασης μέσω παρακίνησης του δέκτη
Η παρακίνηση πραγματοποιείται με τη διέγερση του κατάλληλου συναισθήματος

Παράμετροι → διάθεση ακροατηρίου
→ ποιόν ακροατηρίου
→ αίτια διέγερσης συγκεκριμένου συναισθήματος

Μέσα διέγερσης συναισθημάτων: περιγραφή (κατάσταση / στατικό μέσο)
αφήγηση (εξελικτικό μέσο)
χρήση ειρωνείας και χιούμορ
χρήση συναισθηματικά φορτισμένων λέξεων / φράσεων
επίκληση στο ήθος του δέκτη (κολακεία)
επίθεση στο ήθος του δέκτη (ενοχή, ντροπή, αίσθημα ευθύνης κ.λπ.).

Αξιολόγηση: Η επίκληση στο συναίσθημα ως τρόπος πειθούς δεν διαθέτει αυτόνομη αποδεικτική ισχύ, αλλά χρειάζεται να συνοδεύεται από επιχειρήματα και λογικές θέσεις.

Γ. ΕΠΙΚΛΗΣΗ ΣΤΟ «ΗΘΟΣ» ΤΟΥ ΠΟΜΠΟΥ

Πομπός → οφείλει να κερδίσει την εμπιστοσύνη του δέκτη (με το λόγο του)

Μέσα → άμεση επίκληση
(ο πομπός αναφέρεται στις αρετές και τα προσόντα του)
→ έμμεση επίκληση
(ο πομπός είτε επικαλείται τη γνώμη μιας αυθεντίας είτε ασκεί κριτική «επιτίθεται» στο ήθος του αντιπάλου, έτσι ώστε να προβάλλει αντι-θετικά το δικό του ήθος)

(Προσέχω: Άλλο επίκληση στην αυθεντία ως ιδιαίτερος τρόπος πειθούς κι άλλο παραθεση της γνώμης μιας αυθεντίας προς ενίσχυση του ήθους του πομπού. Το τελευταίο αποτελεί στρατηγική παρουσίασης επιμέρους θέσεων, προκειμένου ο πομπός να τεκμηριώσει τη βασική άποψή του.)

Αξιολόγηση: Η επίκληση στο «ήθος» του πομπού δεν έχει καμία αποδεικτική ισχύ από μόνη της. Πρέπει να συνοδεύεται από επιχειρήματα.

Δ. ΕΠΙΘΕΣΗ ΣΤΟ ΗΘΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΙΠΑΛΟΥ

Ο πομπός → προσωπική επίθεση στον αντίπαλο με επίκεντρο το ήθος του (χαρακτήρας ή / και προσωπική ζωή)

- Λόγοι: 1) έλλειψη επιχειρημάτων
2) στόχος η προσβολή
3) στόχος ο εκβιασμός

Σύνδεση με λασπολογία και συκοφαντία.

Δικαιολογείται ποτέ; → Μόνο σε περιπτώσεις ακραίας υποκρισίας εκ μέρους του αντιπάλου (μερική δικαιολόγηση).

Αξιολόγηση: Τρόπος πειθούς όχι μόνο χωρίς αποδεικτική ισχύ, αλλά και με ύπουλο χαρακτήρα (δημιουργεί και καλλιεργεί εντυπώσεις).

Ε. ΕΠΙΚΛΗΣΗ ΣΤΗΝ ΑΥΘΕΝΤΙΑ

Στόχος → Ο πομπός να ενισχύσει την αξιοπιστία του.

Μέσο → Ο πομπός επικαλείται κάποια αυθεντία που συμμερίζεται τη θέση του και παραθέτει σχετικά αποσπάσματα (αν χρειάζεται) ή δηλώνει ρητώς την αναφορά (στον επιστημονικό λόγο).

Αξιολόγηση:

ΘΕΤΙΚΑ

- 1) θεμιτή σε κάποιο βαθμό· διαθέτει αποδεικτικό εκτόπισμα
- 2) απαραίτητη στον επιστημονικό λόγο για λόγους τεκμηρίωσης και δεοντολογίας

ΑΡΝΗΤΙΚΑ

- 1) απαράδεκτη στην κατάχρησή της → συγκαλύπτει έλλειψη επιχειρημάτων
- 2) παραπειστική, όταν σε «αυθεντίες» αναδεικνύονται οι μη ειδικοί
- 3) μπορεί να διαδραματίσει ρόλο ψυχολογικής παγίδευσης του δέκτη

Συμπέρασμα: Η επίκληση στην αυθεντία έχει αποδεικτική ισχύ υπό (πολλές) προϋποθέσεις.

Η ΠΕΙΘΩ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Ορισμός: Διαφήμιση είναι η δημιουργία ενός πρωτότυπου μηνύματος, το οποίο αναφέρεται σε ένα υλικό ή πνευματικό παράγωγο / προϊόν και η προβολή του μηνύματος αυτού με τελικό σκοπό την παρακίνηση του δέκτη να αγοράσει ή να χρησιμοποιήσει με οποιονδήποτε άλλο τρόπο το παράγωγο / προϊόν.



Επιμέρους στόχοι:

- α) Να γνωρίσει το κοινό καινούργια προϊόντα, υπηρεσίες, επιτεύγματα, ιδέες κ.λπ. .
- β) Να υποκινηθεί το κοινό να δείξει ενδιαφέρον γι' αυτά.
- γ) Να πειστεί ότι αυτά διαθέτουν συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με ό,τι ήδη γνωρίζει και χρησιμοποιεί ή ότι αποτελούν αξιοπρόσεκτη καινοτομία.
- δ) Να υποκινηθεί να δράσει σχετικά, δηλ. είτε να αγοράσει προϊόντα ή υπηρεσίες είτε να υιοθετήσει τις ιδέες που μεταδίδει το διαφημιστικό μήνυμα.

Άρα: Η διαφήμιση συνιστά πράξη επικοινωνίας.

A. Τα βασικά στοιχεία της διαφημιστικής επικοινωνίας:

Πομπός → Επιχείρηση, οργανισμός, ίδρυμα, ομάδα, μεμονωμένο άτομο, κράτος, εκκλησία κ.λπ. . Ο πομπός επιχειρεί να παρακινήσει και να πείσει.

Δέκτης → Το καταναλωτικό κοινό, η κοινωνία (γενικά) ή μία εξειδικευμένη ομάδα – στόχος. Ο δέκτης αποκωδικοποιεί το διαφημιστικό μήνυμα ανάλογα με α) το πνευματικό του επίπεδο και τον γνωσιολογικό του οπλισμό, β) την επικοινωνιακή του δεξιότητα (γνώση του κώδικα της γλώσσας, ικανότητα ελέγχου επιχειρημάτων κ.λπ.) και γ) τις αρχές και τις αξίες της κοινωνίας, μέσα στην οποία ζει (ήθη, έθιμα, πεποιθήσεις, ιδεολογία κ.λπ.).

Μήνυμα → Η συγκεκριμένη διαφήμιση, η οποία είναι είτε γλωσσικού είτε μη γλωσσικού τύπου (π.χ. με εικόνα) είτε, συνηθέστερα, αποτελεί έναν συνδυασμό και των δύο, και μπορεί να λάβει πολλές επιμέρους μορφές και εκφάνσεις.

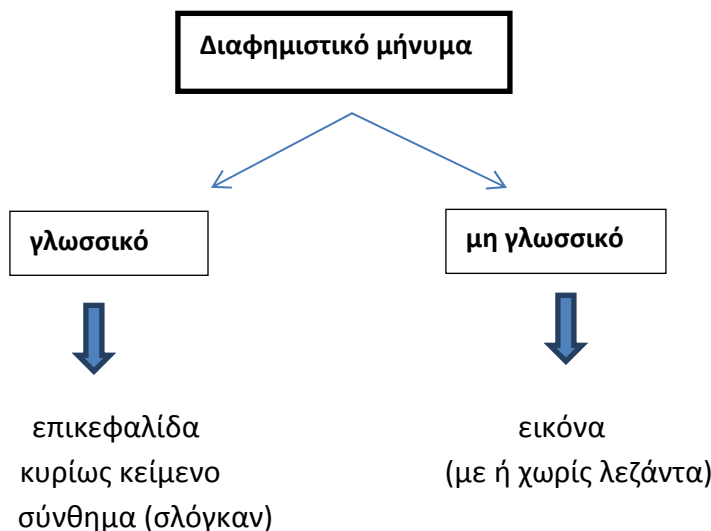
Μέσο / Δίαυλος διοχέτευσης → Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Ενημέρωσης, δημόσια και (κυρίως) ιδιωτικά · η διαφήμιση επηρεάζεται από το είδος και τον χαρακτήρα του μέσου αλλά, ταυτόχρονα, αποτελεί και παράγοντα διαμόρφωσης του μέσου με τη δύναμη και την ισχύ της.

Τελικό στάδιο → Η ανατροφοδότηση του πομπού από την ανταπόκριση του δέκτη, με στόχο τη διαρκή βελτίωση του διαφημιστικού μηνύματος.

Β. Προϋποθέσεις της αποτελεσματικής διαφημιστικής επικοινωνίας:

- γνώση του προϊόντος / της υπηρεσίας κ.λπ. και γνώση της αγοράς εκ μέρους του πομπού ·
- θετική οικονομική συγκυρία ·
- ανταγωνισμός που διεξάγεται με όρους διαφάνειας και δικαιοσύνης ·
- θετική προδιάθεση και προσωπική επιλεκτική διαδικασία εκ μέρους του δέκτη ·
- αφομοίωση του μηνύματος.

Γ. Η δομή του διαφημιστικού μηνύματος.



Δ. Η γλώσσα της διαφήμισης.

1) Το λεξιλόγιο είναι ειδικά επιλεγμένο με στόχο να διεγείρει κυρίως το *συναίσθημα* του δέκτη. Μπορεί να περιλαμβάνονται τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- απλές και καθημερινές εκφράσεις ·

- λεκτικός πληθωρισμός (πλεονασμός επιθέτων / επιρρημάτων, κατάχρηση παραθετικών, λογοπαίγνια, κατάχρηση συνωνύμων, επαναλήψεις κ.λπ.) ·
- σπάνιες και εξεζητημένες λέξεις / φράσεις ·
- σχήματα λόγου (μεταφορές, παρομοιώσεις, προσωποποιήσεις κ.λπ.) ·
- αξιολογικός λόγος (χρήση λέξεων –αξιών, πληθώρα προσδιορισμών (κυρίως επιθέτων), επίθετα στον υπερθετικό βαθμό, χρήση εννοιών που αποδίδουν ιδιότητες και δεσμεύουν ηθικά τον δέκτη) ·
- συμφυρματικός λόγος (πρωτότυπη και μη αναμενόμενη συσχέτιση λέξεων – νοημάτων για τη δημιουργία συνειρμών από την πολιτιστική παρακαταθήκη, την ιστορία, τις κοινές αξίες, τα έθιμα κ.λπ.) ·
- ευφημισμός (δηλ. εξωραϊσμό των νοημάτων και διαστρέβλωση της αλήθειας)·
- επαναλήψεις φθόγγων - λέξεων, λογοπαίγνια, αναγραμματισμοί, αμφισημίες, χιασμός (δηλ. σταυρωτή διατύπωση και επανάληψη για να εντυπωθεί το μήνυμα) ·
- συνθήματα (ομοιοτέλετο, ομοιοκαταληξία, παρήχηση και όλα τα ηχητικά στοιχεία για τη δημιουργία συνθημάτων).

2) Τα γραμματικά και συντακτικά στοιχεία υποβοηθούν το λεξιλόγιο στη διέγερση του συναισθήματος με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- χρησιμοποιούνται όλα τα μέρη του λόγου, αλλά σε κάθε διαφήμιση συνήθως επικρατεί ένα (π.χ. το ουσιαστικό ή το ρήμα) ·
- από τους γραμματικούς τύπους προτιμάται ο ενεστώτας (διάρκεια) και η προστακτική ή η υποτακτική (σύσταση, προτροπή) ·
- από τα ρηματικά πρόσωπα χρησιμοποιούνται κυρίως το γ' (αναφορά, δήλωση) και το β' (προτροπή) και σπανιότερα το α' (κύρος του πομπού) ·
- χρησιμοποιείται και ο μονόλογος και ο διάλογος·
- προτιμάται η παρατακτική σύνδεση και η αιτιολόγηση (όχι άλλο είδος υπόταξης).

Ε. Οι τρόποι διαφημιστικής πειθούς:

1. Επίκληση στη λογική του δέκτη → Πώς επιτυγχάνεται; (μέσα / τεχνικές)



επιχειρήματα (ορθά ή παραπειστικά)
τεκμήρια
συνειρμός ιδεών

2. Επίκληση στο συναίσθημα του δέκτη → Πώς επιτυγχάνεται; (μέσα / τεχνικές)



περιγραφή και επίδειξη ιδιοτήτων του διαφημιζόμενου
αφήγηση
ειρωνεία και χιούμορ
συναισθηματικά φορτισμένες λέξεις
σχήματα λόγου (π.χ. μεταφορές, επαναλήψεις κ.λπ.)
γλωσσικά τεχνάσματα
στοιχεία εξιδανίκευσης
λανθάνοντες αξιολογικοί χαρακτηρισμοί
αναγωγές στο άτοπο / υπερβολές
εικόνες

3. Επίκληση στην αυθεντία (άμεση και έμμεση) → Πώς επιτυγχάνεται;



η διαφήμιση παρουσιάζεται από μία αυθεντία
ή περιλαμβάνει τη γνώμη μιας αυθεντίας (άμεση)
γίνεται επίκληση στο ήθος του πομπού (έμμεση)

4. Επίκληση (σπάνια: επίθεση) στο ήθος του δέκτη → Πώς επιτυγχάνεται;



αξιολογικοί χαρακτηρισμοί (εκπεφρασμένοι ή λανθάνοντες)
προκλητικές ή επιθετικές εικόνες

Στ. Διαφήμιση και εικόνα.

Εικόνα → άμεσο και παραστατικό μέσο επικοινωνίας.

Διαφημιστική εικόνα → δυναμικό μέσο της διαφημιστικής πειθούς · διεγείρει κυρίως το συναίσθημα, αλλά προκαλεί και συνειρμούς ιδεών.

Ρόλος της διαφημιστικής εικόνας:

- εξάπτει την περιέργεια του δέκτη·
- περιλαμβάνει ερεθίσματα που στοχεύουν στη διέγερση των αισθήσεών του·
- διαμορφώνει καλλιτεχνικά πρότυπα, καλλιεργεί το αισθητήριο·

- (κυρίως) δημιουργεί υπολανθάνοντες αλλά ισχυρότατους συμβολισμούς (λ.χ. συνδέει την ευτυχία με την καταναλωτική ευμάρεια) και έτσι προτείνει τρόπους ζωής και συμπεριφοράς.

ΕΙΔΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Πληροφοριακή → Προσπαθεί να πείσει το καταναλωτικό κοινό, πληροφορώντας για τις ιδιότητες και τα πλεονεκτήματα του διαφημιζόμενου προϊόντος, υπηρεσίας κ.λπ. και αποδίδοντας, σε γενικές γραμμές, την πραγματικότητα.

Αθέμιτη → Απευθύνεται όχι τόσο στη λογική και την κριτική ικανότητα όσο στο υποσυνείδητο και τις παρορμήσεις των καταναλωτών και τους ωθεί να αγοράσουν προϊόντα ή να υιοθετήσουν στάσεις και συμπεριφορές με κριτήρια μόνο συναισθηματικά. Προς αυτή την κατεύθυνση:

- εκμεταλλεύεται και ενισχύει τις υπάρχουσες διακρίσεις εις βάρος κοινωνικών ομάδων ή μειονοτήτων ·
- προκαλεί ή εκμεταλλεύεται αισθήματα φόβου του κοινού·
- αξιοποιεί χρησιμοθηρικά την ευπιστία ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων (π.χ. των παιδιών) ·
- προβάλλει το ανθρώπινο σώμα (ιδίως των γυναικών) μόνο ως ερωτικό αντικείμενο·
- εκμεταλλεύεται τα στερεότυπα και τις προκαταλήψεις για να ενισχύσει το κύρος του διαφημιζόμενου προϊόντος.

Παραπλανητική → Επιχειρεί να παραπλανήσει το καταναλωτικό κοινό, προωθώντας συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες εις βάρος άλλων · με αυτό τον τρόπο ζημιώνει οικονομικά (και όχι μόνο) τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις.

Προστασία των καταναλωτών από την αθέμιτη και την παραπλανητική διαφήμιση:

- ισχυρό κίνημα καταναλωτών με συντονισμό και καθοδήγηση από το αρμόδιο υπουργείο·
- ισχυρές καταναλωτικές οργανώσεις με πρόσβαση στα κέντρα εξουσίας·
- συνδικαλιστικοί φορείς εργαζομένων και ενώσεις γυναικών με άποψη που προβάλλεται από τα ΜΜΕ·
- ανθρωπιστική παιδεία και σκέψη, καλλιέργεια της κριτικής ικανότητας του κοινού·
- ευαισθητοποίηση των νεαρών πολιτών από το σχολείο και τους υπόλοιπους φορείς αγωγής.

Η ΠΕΙΘΩ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΛΟΓΟ

Πολιτικός λόγος → προφορικό ή / και γραπτό κείμενο που εκπορεύεται από πολιτικό πρόσωπο ή φορέα και στοχεύει να πείσει το δέκτη να λάβει συγκεκριμένες αποφάσεις ή να τον ωθήσει σε συγκεκριμένες ενέργειες (πολιτική δράση) · περιλαμβάνει έκθεση πολιτικών απόψεων και σχετίζεται στενά με την εξουσία.

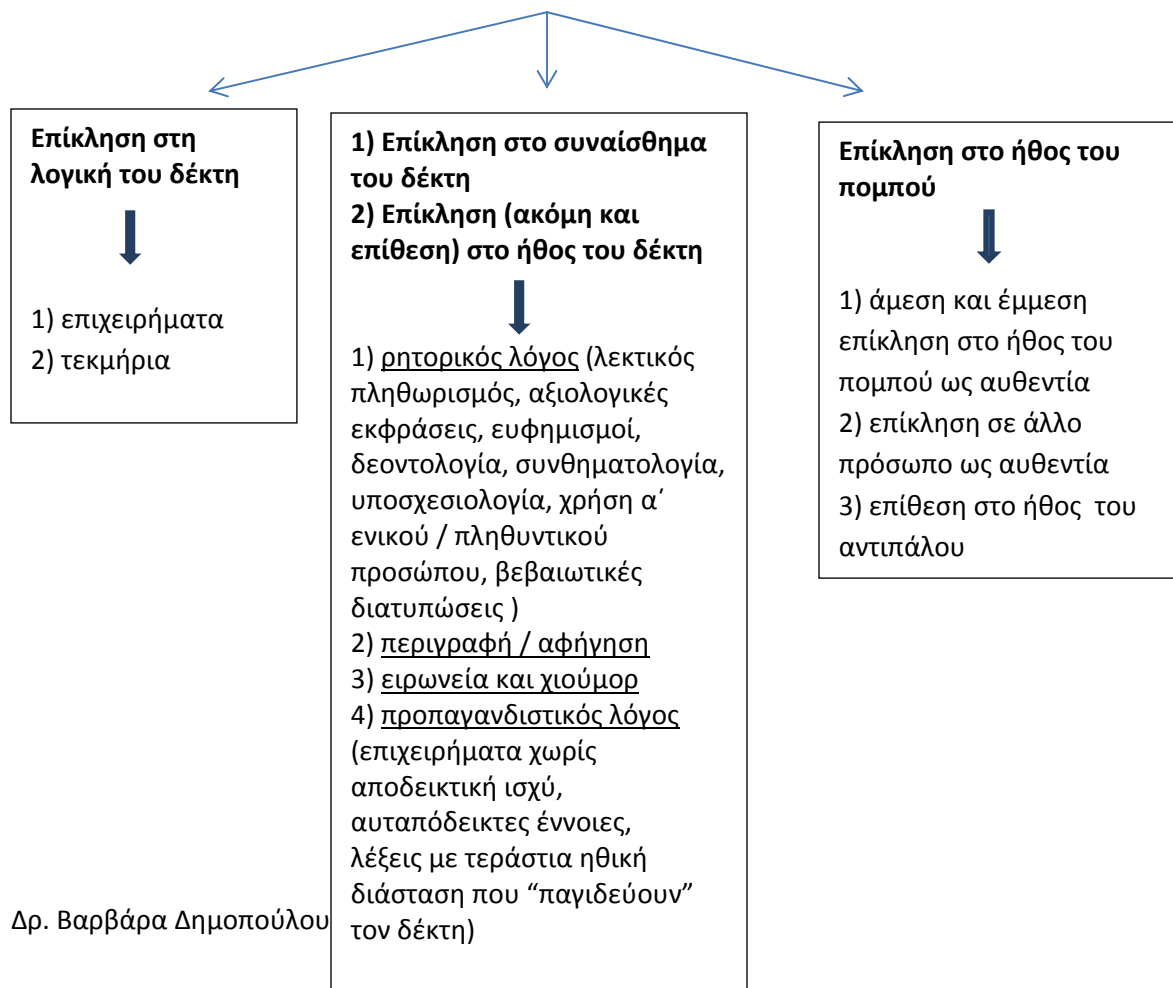


Σε κάθε περίπτωση ο δέκτης χρειάζεται **να πειστεί**.

Γλωσσικά / εννοιολογικά χαρακτηριστικά πολιτικής πειθούς:

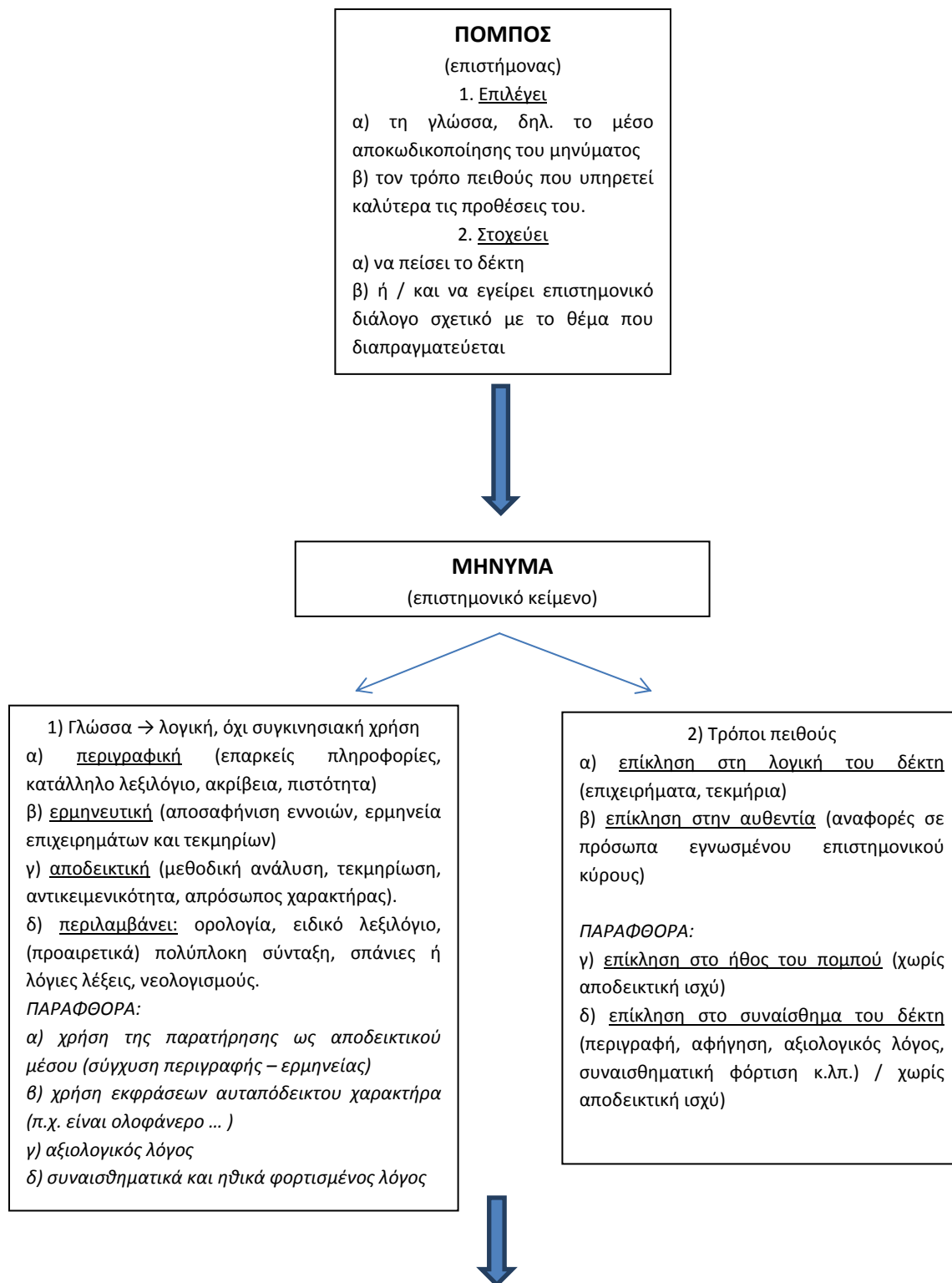
- ✓ επιχειρήματα και τεκμήρια
- ✓ συναισθηματικά φορτισμένες λέξεις και εκφράσεις (ρητορεία)
- ✓ (ενίοτε) παραπλάνηση και εκφοβισμός του δέκτη (προπαγάνδα – ακραία αρνητικό φαινόμενο).

Τρόποι πολιτικής πειθούς:



Η ΠΕΙΘΩ ΣΤΟΝ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΛΟΓΟ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕΣΩ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ



ΔΕΚΤΗΣ

(επιστημονική κοινότητα, εξειδικευμένο κοινό, μορφωμένο κοινό)
Αποκωδικοποιεί το μήνυμα ανάλογα με α) τις γνώσεις του, β) τη στόχευσή του (ειδικό / γενικό ενδιαφέρον) και γ) την επικοινωνιακή του ικανότητα.

Προσδιορισμός:

Τι είναι: Είδος του περυσ λόγου – μια προσπάθεια να επηρεαστεί ένα θέμα όχι εξαντλητικά, αλλά με τρόπο ώστε να κατανοήσει ο αναγνώστης τις βασικές διαστάσεις του.

Έκταση: Μέση – δεν είναι ούτε πολύ σύντομο ούτε μακροσκελές και εξαντλητικό (όπως λ.χ. η μελέτη).

Θεματολογία / Περιεχόμενο: Θέματα αισθητικά, ηθικά, κοινωνικά, πολιτικά, κριτικά (έργα τέχνης, γεγονότα, φαινόμενα κ.λπ.), περιγραφικά, προσωπικά, φιλοσοφικά, σπανιότερα επιστημονικά – όλα με απλουστευμένο / εκλαϊκευμένο χαρακτήρα.

Δομή: Δύο είδη: α) είτε ελεύθερη περιδιάβαση στο χώρο των ιδεών, με βάση τα πνευματικά εφόδια και τη διανοητική και αισθητική καλλιέργεια του συγγραφέα (στοχαστικό δοκίμιο), β) είτε απόπειρα ανάλυσης ή / και ερμηνείας του θέματος με απόδειξη θέσης / θέσεων (αποδεικτικό δοκίμιο).

Στόχος: Να πληροφορήσει, να τέρψει, να διδάξει, (πιθανώς) να πείσει.

Κοινό: Η ομάδα-στόχος, στην οποία απευθύνεται το δοκίμιο, είναι το ευρύτερο μορφωμένο κοινό.

Ύφος: Προσεγμένο και επιμελημένο πάντα, γλώσσα με γνωρίσματα σαφήνειας και καλλιέπειας.

Προϋπόθεση: Ενεργητική συμμετοχή του αναγνώστη, ενεργοποίηση της σκέψης και της φαντασίας του.

Γενικός χαρακτηρισμός: Γραμματειακό είδος με ασαφή χαρακτήρα που κινείται μεταξύ φιλοσοφίας, επιστήμης και λογοτεχνίας.

Οι αρετές – προϋποθέσεις συγγραφής δοκιμίου

α) ως προς το περιεχόμενο:

ποικιλία και πρωτοτυπία ιδεών·

πλούτος και δύναμη σκέψης·

οξυμμένη κρίση·

τόλμη στη διαπραγμάτευση του θέματος·

απλουστευτική και εκλαϊκευτική ικανότητα·

β) ως προς τη μορφή:

προσωπικό ύφος·

καλλιεργημένη γλώσσα·

χρήση τρόπων πειθούς με ποικίλους συνδυασμούς.

Η πειθώ στο δοκίμιο.

- Το δοκίμιο αποτελεί ένα είδος ιδεολογικής κατάθεσης του συγγραφέα για συγκεκριμένο ζήτημα → άρα κάθε δοκίμιο συνιστά απόπειρα πειθούς.
- Το δοκίμιο πληροφορεί / ενημερώνει τον αναγνώστη, οξύνει την κρίση, βαθαίνει τον προβληματισμό ή καλλιεργεί την ευαισθησία του → άρα προσπαθεί να πείσει με τρόπο έμμεσο όχι άμεσο.
- Ανάλογα με το είδος του δοκιμίου επιστρατεύονται διαφορετικοί τρόποι πειθούς:

<i>Αποδεικτικό δοκίμιο</i>	<i>Στοχαστικό δοκίμιο</i>
επίκληση στη λογική, επίκληση στην αυθεντία, επιχειρήματα, τεκμήρια, παραδείγματα, σοφίσματα.	επίκληση στο συναίσθημα, στο ήθος του πομπού ή / και του αντιπάλου, περιγραφή, αφήγηση, σχήματα λόγου.

- Η πειθώ στο δοκίμιο συνεπάγεται *διδασκτικό χαρακτήρα*, ωστόσο με τρόπο διαφορετικό από την κλασσική ρητορική:

<i>Δοκίμιο</i>	<i>Ρητορική (πολιτική, εκκλησιαστική κ.λπ.)</i>
✓ εμβάθυνση του προβληματισμού του αναγνώστη, έμμεσος διδασκισμός. ✓ προτάσεις και θέσεις προς συζήτηση που δεν εξαντλούν το θέμα.	✓ καθαρός διδασκισμός, ενίοτε σωφρονιστική διάθεση. ✓ οριστικές τοποθετήσεις, δογματισμός.

Η γλώσσα του δοκιμίου.

- Γενικά διέπεται από τα χαρακτηριστικά και τους κανόνες της λόγιας γραμματικής και με την έννοια αυτή προσεγγίζει τον *επιστημονικό* ή τον *στοχαστικό* λόγο.
- Ποικίλλει ανάλογα με το είδος του δοκιμίου:

<i>Αποδεικτικό δοκίμιο (π.χ. Παπανούτσος)</i>	<i>Στοχαστικό δοκίμιο (π.χ. Σεφέρης, Τερζάκης, Θεοτοκάς κ.λπ.)</i>
✓ χαρακτηριστικά επιστημονικού λόγου. ✓ λογοκρατική διατύπωση (δηλ. συλλογισμοί, επιχειρήματα, τεκμήρια κ.λπ.).	✓ λογοτεχνικό ύφος. ✓ αφήγηση, εικόνες, εκφραστικά μέσα (κυρ. μεταφορικές εκφράσεις).

- Ειδικότερα γνωρίσματα:
 - α) τεχνικές διασφάλισης της συνοχής (συνδετικές λέξεις, συνεκτικά μόρια, κειμενικοί δείκτες, φράσεις-γέφυρες).
 - β) δείκτες στάσης ή οπτικής γωνίας του συγγραφέα, με τη μορφή μορίων (*μεν ... δε*), λέξεων (*αφενός .. αφετέρου, ενδεχομένως, πιθανόν, «κοινωνικά», «πολιτικά» κ.λπ.*) και εκφράσεων (*από τη μια ... από την άλλη πλευρά*).
 - γ) σύνθετη σύνταξη: προτάσεις πλήρεις και επαυξημένες, υποτεταγμένος λόγος.
 - δ) αφηρημένο λεξιλόγιο
 - ε) (αντίθετο των προηγούμενων) προφορικότητα στην έκφραση, οικείο ύφος λόγω της διάθεσης για άμεση

επικοινωνία με τον αναγνώστη (ιδ. στο στοχαστικό δοκίμιο).

Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ

Υπάρχουν δύο βασικά είδη δοκιμίου: α) αποδεικτικό δοκίμιο / δοκίμιο πειθούς
β) στοχαστικό / υποκειμενικό δοκίμιο

ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΟ / ΔΟΚΙΜΙΟ ΠΕΙΘΟΥΣ	ΣΤΟΧΑΣΤΙΚΟ / ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΙΚΟ ΔΟΚΙΜΙΟ
<u>Χαρακτηριστικά:</u> 1. αυστηρή λογική οργάνωση (σχετικά) 2. προσέγγιση του επιστημονικού λόγου 3. αποδεικτικός χαρακτήρας <u>Προσέγγιση θέματος και στόχος:</u> Ο συγγραφέας εκθέτει το θέμα και την προβληματική του και προσπαθεί να πείσει τον αναγνώστη για τις θέσεις του με τη χρήση λογικών μεθόδων. Αν το καταφέρει, το αρχικό θέμα θα έχει πάρει καινούργιο νόημα για τον αναγνώστη. <u>Εσωτερική Δομή:</u> α) Πρόλογος → έκθεση του θέματος έκθεση της θέσης του πάνω στο θέμα β) Κύριο μέρος → παρουσίαση του αποδεικτικού υλικού συλλογιστική πορεία απόδειξης της θέσης γ) Επίλογος → συνοπτική παρουσίαση της από – δειξης ή επανάληψη της αρχικής θέσης που έχει αποδειχτεί. <u>Επιλογές:</u> • λογική χρήση της γλώσσας • αντικειμενικά μέσα πειθούς • επιχειρήματα και τεκμήρια • ακριβολογία στη διατύπωση	<u>Χαρακτηριστικά:</u> 1. πιο ελεύθερη (μέχρι) συνειρμική οργάνωση (σχετικά) 2. προσέγγιση της λογοτεχνίας 3. παρουσίαση και υποστήριξη μιας θέσης, με την αποδεικτική διαδικασία να είναι προαιρετική <u>Προσέγγιση θέματος και στόχος:</u> Ο συγγραφέας περιδιαβάζει ελεύθερα στο χώρο των ιδεών, εκφράζει προσωπικές σκέψεις, εκτιμήσεις, προβληματισμούς κ.λπ. που προέρχονται από τις γνώσεις και την πείρα του και προσπαθεί να πείσει τον αναγνώστη έμμεσα, εντυπωσιάζοντάς τον με την καλλιέργεια και τη δύναμη του λόγου του. <u>Εσωτερική Δομή:</u> α) αναφορά κεντρικού θέματος β) σύνδεση ιδεών με συνειρμικό τρόπο (περισσότερο ή λιγότερο) γ) έκφραση προβληματισμών, οι οποίοι δεν υπάγονται απα – ραίτητα σε οργανωμένο διά – γραμμα. <u>Επιλογές:</u> • συγκινησιακή χρήση της γλώσσας • αξιοποίηση συνειρμού • χρήση συμβόλων • υποκειμενικότητα, προσωπική σκοπιά

ΣΧΕΣΗ ΤΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ ΜΕ ΑΛΛΑ ΜΕΡΗ ΤΟΥ ΛΟΓΟΥ

Α) Δοκίμιο και επιστημονικός λόγος: Η σύγκριση γίνεται κυρίως (όχι αποκλειστικά) ανάμεσα στο αποδεικτικό δοκίμιο και τα επιστημονικά κείμενα.

1. Κοινά σημεία – ομοιότητες περιεχομένου και μορφής:

- Και τα δύο είδη λόγου είναι δυνατόν να διαθέτουν κοινή θεματολογία, εφόσον τόσο τα επιστημονικά κείμενα όσο και το δοκίμιο καλύπτουν θέματα από πολλούς τομείς του επιστητού (πολιτική, φιλοσοφία, αισθητική, θετικές επιστήμες κ.λπ.).
- Η *αποδεικτική μέθοδος* μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στα δύο είδη.
- Τα *τεκμήρια* που χρησιμοποιούνται και στα δύο είδη κειμένων προέρχονται από τον χώρο της επιστήμης (π.χ. στατιστικά στοιχεία, αποτελέσματα πειραμάτων κ.ά.): στα επιστημονικά κείμενα αυτό είναι υποχρεωτικό, στα δοκιμακά προαιρετικό.
- Και τα δύο είδη κειμένων απευθύνονται στο μορφωμένο κοινό.
- Και τα δύο είδη κειμένων έχουν κοινή *στόχευση*: να διασαφηνίσουν μια θέση / άποψη, να καταδείξουν την αλήθεια ή το ψεύδος συγκεκριμένου ζητήματος και, εν τέλει, έμμεσα να διδάξουν.
- Τόσο η επιστημονική όσο και η δοκιμακή γλώσσα πρέπει να χαρακτηρίζεται από σαφήνεια και πληρότητα.

2. Διαφορές περιεχομένου και μορφής.

ΔΟΚΙΜΙΟ	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΚΕΙΜΕΝΟ
Λόγος υποκειμενικός, έκφραση της προσωπικής άποψης του συγγραφέα.	Λόγος αντικειμενικός, απόδειξη που στηρίζεται αυστηρά και αποκλειστικά σε επιστημονικά δεδομένα και γίνεται με επιστημονική μέθοδο.
Μέση έκταση, διαπραγμάτευση του θέματος στο όριο της κατανόησης, όχι της εξάντλησης.	Αναλυτική και εξαντλητική διαπραγμάτευση του θέματος με την ανάλογη έκταση.
Συζήτηση και αξιολόγηση των κύριων σημείων, των βασικών όψεων θέματος, προβλήματος κ.λπ.	Συζήτηση και αξιολόγηση του θέματος με αξιώσεις πληρότητας και επάρκειας.
Ομάδα-στόχος το γενικό μορφωμένο κοινό.	Ομάδα-στόχος το εξειδικευμένο κοινό.
Σκοπός η ενημέρωση αλλά και η τέρψη του αναγνώστη, η καλλιέργεια του πνεύματος, της αισθητικής κ.λπ. του αναγνώστη.	Σκοπός η επιστημονική ενημέρωση του αναγνώστη, η τεκμηριωμένη αναίρεση θέσης ή η επίλυση ενός προβλήματος.
Ενεργοποίηση της σκέψης και της φαντασίας, του συναισθηματικού κόσμου κ.λπ. του αναγνώστη.	Ενεργοποίηση της λογικής και της κριτικής ικανότητας του αναγνώστη.
Γλώσσα όχι μόνο εύληπτη και σαφής αλλά και διανθισμένη με ρητορικά και λογοτεχνικά στοιχεία (κατά περίπτωση)· η γλώσσα καλλιεργείται ως αυτοσκοπός και ειδοποιός διαφορά του δοκιμίου.	Γλώσσα λιτή και περιεκτική που δεν αποτελεί αυτοσκοπό, αλλά υπηρετεί τον στόχο του κειμένου.

(Σημείωση: Τα βασικά είδη επιστημονικού λόγου:

α) πραγματεία → Πρωτότυπη και εκτενής επιστημονική εργασία πάνω σε συγκεκριμένο θέμα που περιλαμβάνει διεξοδική ανάλυση, διάκριση των επιμέρους ζητημάτων, λογική απόδειξη θέσεων, έκθεση αιτίων και αποτελεσμάτων και συστηματικά διατύπωση.

β) διατριβή → Η πραγματεία που υποβάλλεται προς κρίση για την απόκτηση του τίτλου του διδάκτορα.

γ) μελέτη → Η συστηματική έρευνα κάποιου ζητήματος (εξειδικευμένου και περιορισμένου) που καταλήγει σε συγκεκριμένα πορίσματα.

δ) μονογραφία → Εργασία που πραγματεύεται ένα συγκεκριμένο και αυτοτελές θέμα κατά τρόπο διεξοδικό.)

Β) Δοκίμιο και λογοτεχνία. Η σύγκριση γίνεται κατά κύριο λόγο ανάμεσα στο στοχαστικό / υποκειμενικό δοκίμιο και στα λογοτεχνικά κείμενα.

1. Κοινά σημεία – ομοιότητες περιεχομένου και μορφής:

- προσωπική σκοπιά – υποκειμενισμός
- πλασματική (όχι ακριβής) απεικόνιση της πραγματικότητας
- συνειρμική και διαισθητική ανάπτυξη της σκέψης (χωρίς να αποκλείεται η λογική)
- χρήση συμβόλων
- αισθητική αρτιότητα
- συγκινησιακή χρήση της γλώσσας (μη κυριολεκτικός λόγος, εκφραστικά μέσα κ.λπ.)
- στόχος η τέρψη του αναγνώστη.

Όλα τα παραπάνω αποτελούν *λογοτεχνικές στρατηγικές*, τις οποίες δανείζεται το στοχαστικό δοκίμιο χωρίς να τις εξαντλεί και χωρίς να εξαντλείται σε αυτές.

2. Διαφορές περιεχομένου και μορφής.

- Το δοκίμιο σε κάθε περίπτωση αναπτύσσει μία κεντρική ιδέα, ένα ζήτημα, η λογοτεχνία όχι απαραίτητα.
- Ο δοκιμιακός λόγος έχει στόχο να πείσει και (έμμεσα) να διδάξει και διαθέτει κάποιου είδους οργάνωση (είτε λογική είτε συνειρμική είτε σε οποιοδήποτε ενδιάμεσο επίπεδο) για τον σκοπό αυτό. Αντίθετα, η λογοτεχνία στοχεύει στην τέρψη του αναγνώστη.
- Το δοκίμιο περιέχει κάποιου είδους πληροφορίες και μεταδίδει γνώση, η λογοτεχνία (ιδίως η ποίηση) όχι απαραίτητα.
- Το δοκιμιακό κείμενο περιλαμβάνει λέξεις και εκφράσεις που δηλώνουν τη στάση του συγγραφέα του. Αντίθετα, υπάρχει μία ευρύτερη κατηγορία λογοτεχνικών κειμένων (τριτοπρόσωπη αφήγηση, παντογνώστης αφηγητής, μηδενική εστίαση), στα οποία η στάση του συγγραφέα δεν γίνεται εμφανής.

Γ) Δοκίμιο και ημερολόγιο. Η σύγκριση γίνεται κατά κύριο λόγο ανάμεσα στο στοχαστικό / υποκειμενικό δοκίμιο και στα ημερολογιακά κείμενα, τα οποία αποτελούν υποκατηγορία της προσωπικής λογοτεχνίας.

1. Κοινά σημεία – ομοιότητες περιεχομένου και μορφής:

- προσωπική σκοπιά – υποκειμενισμός
- παρουσίαση σκέψεων, παρατηρήσεων και σχολίων για τη ζωή.

2. Διαφορές περιεχομένου και μορφής.

- Ενώ ο συγγραφέας ημερολογίου καταγράφει τις πράξεις της ζωής του σε τόνο προσωπικής εκμυστήρευσης, ο δοκιμιογράφος παρουσιάζει κυρίως τα συμβάντα της εσωτερικής του ζωής, δηλ. τις σκέψεις του, την πνευματική του πορεία.
- Το δοκίμιο διαθέτει έναν κεντρικό θεματικό πυρήνα, ενώ το ημερολόγιο τις περισσότερες φορές περιλαμβάνει πολλά και ποικίλα θέματα, σε άμεση συσχέτιση με τα συμβάντα της ζωής του συγγραφέα.
- Το ημερολόγιο συχνά χρονολογείται και καταγράφει γεγονότα και συμβάντα του άμεσου παρελθόντος, ενώ το δοκίμιο αφενός είναι αχρονολόγητο κι αφετέρου δεν συνδέεται με συγκεκριμένο χρόνο.

Δ) Δοκίμιο και ομιλία – συνομιλία (διάλογος). Τόσο η ομιλία όσο και η συνομιλία (διάλογος) ανήκουν στον χώρο της λογοτεχνίας και γι' αυτό ο παραλληλισμός αφορά και πάλι το στοχαστικό / υποκειμενικό δοκίμιο.

1. Κοινά σημεία – ομοιότητες περιεχομένου και μορφής:

- προσωπική σκοπιά – υποκειμενισμός
- Το δοκίμιο σε ορισμένες περιπτώσεις προσεγγίζει την ομιλία υπό την έννοια ότι αποτελεί κείμενο που προορίζεται περισσότερο να ακουστεί παρά να διαβαστεί (δηλ. περιλαμβάνει χαρακτηριστικά όπως η συγκινησιακή χρήση της γλώσσας, ο διδακτικός χαρακτήρας κ.λπ.).
- Το δοκίμιο σε ορισμένες περιπτώσεις προσεγγίζει το διάλογο, εφόσον παίρνει την έννοια της συνομιλίας και της συνεργασίας με τον αναγνώστη για τη διαλεύκανση συγκεκριμένου θέματος.

2. Διαφορές περιεχομένου και μορφής.

- Η ομιλία ασκεί περισσότερο συναισθηματική επίδραση στον αναγνώστη, ενώ το δοκίμιο στοχεύει να τον πείσει.
- Το δοκίμιο δεν περιλαμβάνει στοιχεία του προφορικού λόγου, όπως ο διάλογος.
- Το δοκίμιο δεν επεξεργάζεται τα θέματα στο ίδιο βάθος ούτε μπορεί να έχει ανατρεπτικό τέλος, όπως ο (φιλοσοφικός) διάλογος.

Ε) Δοκίμιο και επιστολή. Η επιστολογραφία – λογοτεχνικό είδος παλαιότερων εποχών – διαθέτει τα χαρακτηριστικά της φυσικότητας, του αυθόρμητισμού και της οικειότητας. Μπορεί να συγκριθεί με ορισμένα δοκίμια στοχαστικού τύπου ως προς τα ακόλουθα:

1. Κοινά σημεία – ομοιότητες περιεχομένου και μορφής:

- Το δοκίμιο δανείζεται το ύφος της επιστολογραφίας, δηλ. παίρνει τον τόνο της συνομιλίας με ένα φίλο, της καθημερινής κουβέντας πάνω σε διάφορα θέματα.
- Και στα δύο είδη κειμένων ισχύει η ελεύθερη περιδιάβαση στο χώρο των ιδεών (και των θεμάτων).
- Και στα δύο είδη κειμένων παρατηρούνται στοιχεία αυτοσχεδιασμού και χρήση α' ρηματικού προσώπου.
- Τόσο το δοκίμιο όσο και η επιστολή μπορεί να αποτελούν μια προσωπική ιδεολογική κατάθεση ή εξομολόγηση του συγγραφέα τους – άρα να σκιαγραφούν την προσωπικότητά του.

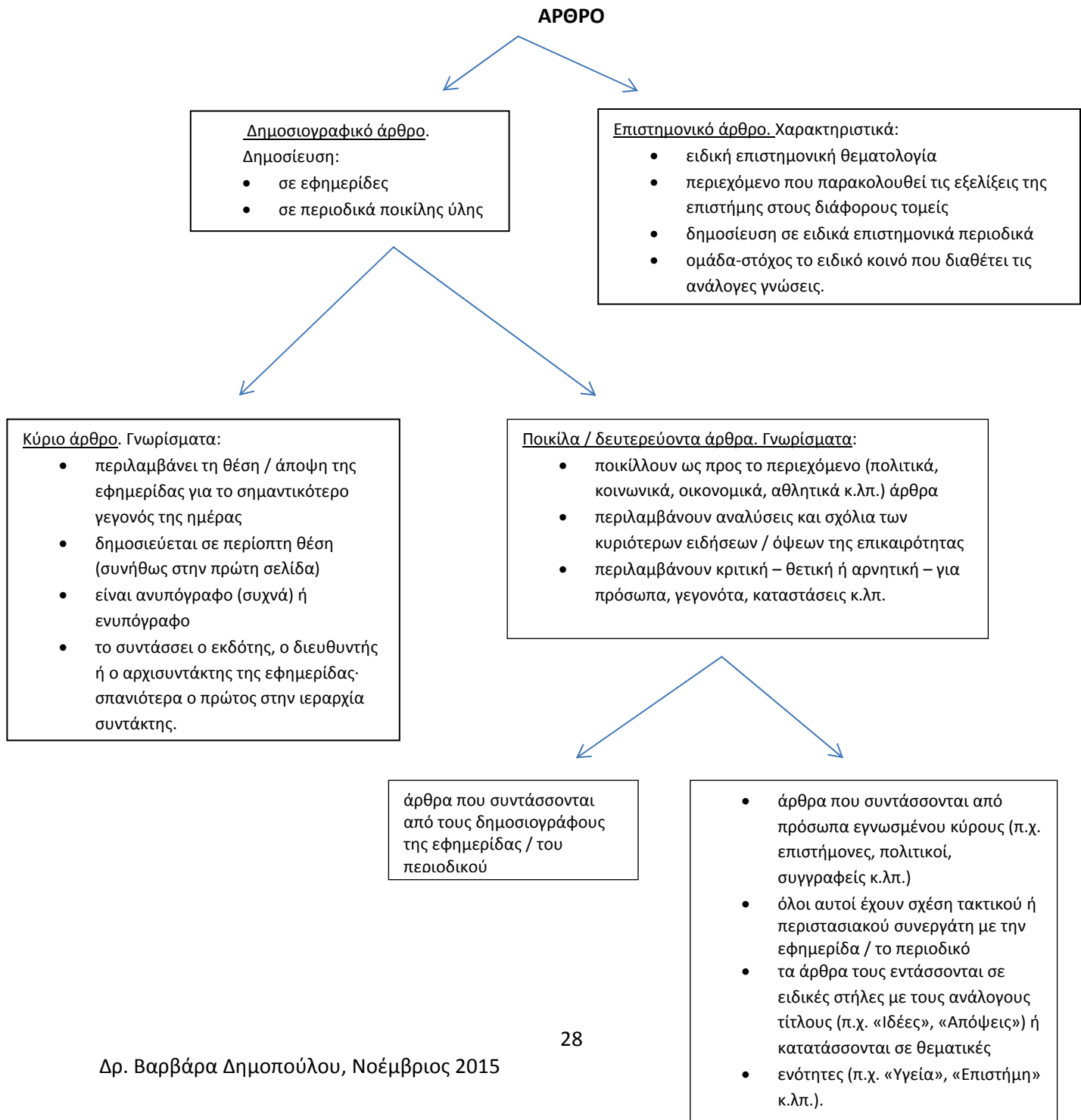
2. Διαφορές περιεχομένου και μορφής.

- Η επιστολή μπορεί να αναφέρεται σε πολλά θέματα χωρίς εσωτερική αλληλουχία (συνεκτικότητα). Αντίθετα, το δοκίμιο διαθέτει ένα σαφές θεματικό κέντρο και συγκεκριμένη δομή.
- Το δοκίμιο δεν φτάνει να μιμηθεί απολύτως το αυθόρμητο ύφος, τον τόνο καθημερινής συνομιλίας και τον αυτοσχεδιασμό μιας επιστολής.

ΑΡΘΡΟ

Α. Ορισμός. Είναι δημοσίευμα στον ημερήσιο ή περιοδικό τύπο που πραγματεύεται ένα επίκαιρο θέμα ειδικού περιεχομένου και γενικού ενδιαφέροντος. Έχει υποκειμενικό χαρακτήρα και αποδίδει την άποψη / τη θέση του συγγραφέα του.

Β. Διακρίσεις. Ανάλογα με το διάγραμμα:



ΔΟΚΙΜΙΟ ΚΑΙ ΑΡΘΡΟ

Γενικά. Η διάκριση δεν είναι πάντα δυνατή ούτε εύκολη, εφόσον σε ορισμένες περιπτώσεις το άρθρο προσεγγίζει το δοκίμιο (όχι στο αντίστροφο). Σχετικές προϋποθέσεις: α) εννοιολογικός πλούτος, β) γλωσσική και υφολογική επεξεργασία και γ) ποικιλία αναφορών.

1. Κοινά σημεία – Ομοιότητες περιεχομένου και μορφής:

- Και τα δύο είδη κειμένων αντλούν τα θέματά τους από το ευρύ πεδίο των κοινωνικών ή / και των επιστημονικών ζητημάτων, έχουν δηλ. χαρακτήρα κατά βάση κοινωνικό ή επιστημονικό.
- Τόσο το άρθρο όσο και το δοκίμιο στοχεύουν στην ενημέρωση του αναγνώστη και – έμμεσα – στην πειθώ.
- Και τα δύο είδη κειμένων περιλαμβάνουν ιδέες και απόψεις, με άλλα λόγια είναι κείμενα προβληματισμού.
- Και τα δύο είδη κειμένων έχουν σε κάποιο βαθμό προσωπικό / υποκειμενικό χαρακτήρα, υπό την έννοια ότι απηχούν τις απόψεις του συγγραφέα τους.

2. Διαφορές περιεχομένου και μορφής.

- Το άρθρο έχει επικαιρικό και προσωρινό χαρακτήρα, εφόσον συντάσσεται για να σχολιάσει, να ερμηνεύσει κ.λπ. ένα γεγονός της επικαιρότητας. Το δοκίμιο από την άλλη μεριά, ακόμη κι αν αφορμάται από ένα γεγονός της επικαιρότητας, ανάγεται πάντα στο μόνιμο και το γενικό.
- Το δοκίμιο χαρακτηρίζεται ως γραμματειακό *υβρίδιο* – κινείται μεταξύ επιστήμης / φιλοσοφίας και λογοτεχνίας. Αντίθετα, το άρθρο ανήκει στο χώρο της ερμηνευτικής δημοσιογραφίας ή της επιστήμης και απέχει σαφώς από τη λογοτεχνία.
- Στο άρθρο παρατηρείται λογική χρήση και αναφορική λειτουργία της γλώσσας. Αντίθετα, τουλάχιστο ένα είδος δοκιμίου - το στοχαστικό - είναι δυνατό να περιλαμβάνει συγκινησιακή χρήση και βιωματική λειτουργία της γλώσσας.
- Μολονότι και τα δύο είδη κειμένων έχουν υποκειμενικό χαρακτήρα, το άρθρο εμφανίζεται τις περισσότερες φορές πιο αποστασιοποιημένο ή ουδέτερο, από την άποψη της έκφρασης, ενώ το δοκίμιο έχει προσωπικό και οικείο τόνο (χρήση α' ενικού προσώπου).
- Το δημοσιογραφικό άρθρο – όχι το επιστημονικό – είναι συνήθως μικρότερης έκτασης από το δοκίμιο.

ΔΟΚΙΜΙΟ ΚΑΙ ΕΠΙΦΥΛΛΙΔΑ

Α) Επιφυλλίδα – Προσδιορισμός και χαρακτηριστικά:

1. τύπος δημοσιογραφικού κειμένου που αναφέρεται σε συγκεκριμένο θέμα (π.χ. φιλολογικό, καλλιτεχνικό, επιστημονικό, κοινωνικό, πολιτικό κ.λπ.) και γράφεται από κάποιον ειδικό ·
2. δημοσιεύεται πάντα σε ειδική θέση στην εφημερίδα (π.χ. στο κάτω άκρο της σελίδας ή χωρισμένη από την υπόλοιπη ύλη με διακριτή γραμμή ή σε ειδική σελίδα ή όπως αλλιώς επιλέγουν οι υπεύθυνοι σελιδοποίησης της εφημερίδας) ·
3. το θέμα της μπορεί να αφορμάται από την επικαιρότητα, ο συγγραφέας ωστόσο προχωρεί σε παρατηρήσεις και σκέψεις γενικότερου ενδιαφέροντος και διαχρονικού χαρακτήρα ·
4. έχει πολλές θεματικές και δομικές ομοιότητες με το άρθρο (δυσδιάκριτα τα όρια), γι' αυτό και από πολλούς θεωρείται ως ένα σύντομο άρθρο.

Β) Σύγκριση με το δοκίμιο.

Ομοιότητες περιεχομένου και μορφής:

- και τα δύο είδη κειμένων αντλούν τα θέματά τους από τα ίδια πεδία ενδιαφερόντων και τα διαπραγματεύονται στη γενική και διαχρονική τους διάσταση ·
- και τα δύο είδη κειμένων περιλαμβάνουν ιδέες και απόψεις, άρα μπορούν να θεωρηθούν κείμενα προβληματισμού ·
- και τα δύο είδη κειμένων έχουν σε κάποιο βαθμό προσωπικό / υποκειμενικό χαρακτήρα, υπό την έννοια ότι απηχούν τις απόψεις του συγγραφέα τους ·
- τόσο το αποδεικτικό δοκίμιο όσο και η κλασική επιφυλλίδα χρησιμοποιούν ως μέσα πειθούς την επίκληση στη λογική και την επίκληση στο ήθος του πομπού · ωστόσο, υπάρχουν επιφυλλίδες που ομοιάζουν προς το στοχαστικό δοκίμιο, υπό την έννοια ότι περιλαμβάνουν συγκινησιακή χρήση και βιωματική λειτουργία της γλώσσας.

Διαφορές περιεχομένου και μορφής:

- η επιφυλλίδα έχει περισσότερο επικαιρικό και προσωρινό χαρακτήρα σε σύγκριση με το δοκίμιο ·
- το δοκίμιο χαρακτηρίζεται ως γραμματειακό υβρίδιο – κινείται μεταξύ επιστήμης / φιλοσοφίας και λογοτεχνίας, ενώ η επιφυλλίδα ανήκει στο χώρο της ερμηνευτικής δημοσιογραφίας ·
- η επιφυλλίδα υπόκειται στους δημοσιογραφικούς περιορισμούς (π.χ. του χώρου) και ως εκ τούτου προσεγγίζει το θέμα επιφανειακά και όχι εις βάθος, όπως το δοκίμιο ·
- (με βάση το παραπάνω) το κείμενο της επιφυλλίδας είναι κατά κανόνα συντομότερο σε έκταση από το αντίστοιχο του δοκιμίου.

ΔΟΚΙΜΙΟ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΓΡΑΦΗΜΑ

Α) Χρονογράφημα. Προσδιορισμός και χαρακτηριστικά:

1. τύπος δημοσιογραφικού κειμένου με επικαιρικό χαρακτήρα ·
2. σχολιάζει κάποιο πολιτικό, πολιτιστικό, κοινωνικό κ.λπ. ζήτημα με ελαφρό και εύθυμο τρόπο ·
3. προϋποθέτει κριτικό πνεύμα, περιγραφική ικανότητα και – σε ορισμένες περιπτώσεις – αρκετή τόλμη και ελευθεριότητα ·
4. το ύφος του προσεγγίζει τη λογοτεχνία.

Β) Σύγκριση με το Δοκίμιο.

Ομοιότητες περιεχομένου και μορφής:

- και τα δύο είδη κειμένων περιλαμβάνουν ιδέες και απόψεις, άρα μπορούν να θεωρηθούν κείμενα προβληματισμού ·
- και τα δύο είδη κειμένων έχουν υποκειμενικό χαρακτήρα (προφανώς σε μεγαλύτερο βαθμό το χρονογράφημα), υπό την έννοια ότι περιλαμβάνουν τις απόψεις του συγγραφέα τους ·
- το χρονογράφημα ομοιάζει με το στοχαστικό δοκίμιο μόνο ως προς το ότι και τα δύο προσεγγίζουν υφολογικά τη λογοτεχνία.

Διαφορές περιεχομένου και μορφής:

- τα δύο είδη κειμένων έχουν μεγάλη διαφορά ως προς τη στόχευση: το δοκίμιο στοχεύει στην ενημέρωση και – έμμεσα – στην πειθώ του αναγνώστη, ενώ το χρονογράφημα απλώς στην τέρψη ·
- το δοκίμιο κινητοποιεί τη λογική – και ίσως και το συναίσθημα – του αναγνώστη, ενώ το χρονογράφημα μόνο το συναίσθημα και τα αντανakλαστικά του χιούμορ ·
- (με βάση το παραπάνω) το ελαφρύ και παιγνιώδες ύφος του χρονογραφήματος είναι αντίθετο με τον σοβαρό και «βαρύ» χαρακτήρα του δοκιμιακού κειμένου ·
- Το δοκίμιο περιλαμβάνει ιδέες και απόψεις, το χρονογράφημα κρίσεις και σχόλια ·
- το χρονογράφημα έχει κατ' εξοχήν επικαιρικό χαρακτήρα – δεν νοείται χωρίς την επικαιρότητα – ενώ το δοκίμιο επεξεργάζεται διαχρονικά θέματα με διαχρονική οπτική ·
- το χρονογράφημα είναι κατά κανόνα πιο σύντομο από το δοκίμιο.