



ΘΕΩΡΙΑ 1^η Δ.Ω. 3-9.3.25

ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ ΘΕΩΡΙΑΣ 2^{ης} Δ.Ω. 21-27.10.24

Τίτλος άρθρου

Η επικεφαλίδα του άρθρου

- γράφεται στο μέσο της σελίδας
- χωρίζεται από το κύριο σώμα του κειμένου με μία κενή σειρά
- περιλαμβάνει το κεντρικό θέμα του άρθρου με δηλωτική ή συνυποδηλωτική απόδοση
- συμπυκνωμένος και περιεκτικός (λακωνικός)
- 6 έως 7 περίπου λέξεις
- σχετίζεται με το είδος του εντύπου ή της ιστοδιεύθυνσης που πρόκειται να δημοσιευτεί (επικοινωνιακό περιβάλλον)
- στοχεύει στην προσέλκυση των αναγνωστών
- μπορεί να προειδοάζει τους αναγνώστες σχετικά με την οπτική γωνία του/ης συντάκτη/ριας (λέξεις / φράσεις είτε αξιολογικά φορτισμένες θετικά ή αρνητικά είτε έκφρασης σκεπτικισμού, προβληματισμού κ.λ.π., σημεία στίξης: θαυμαστικό, ερωτηματικό, εισαγωγικά, αποσιωπητικά)
- δεν υπάρχει τελεία στο τέλος του



της είδησης:

επικαιρότητα
εγγύτητα
σπουδαιότητα
σπανιότητα
εκρηκτικότητα
εκκρεμότητα
συγκίνηση
συνέπειες



Ενσωματώνουμε τουλάχιστον 1 αστέρι

ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΕΣ
ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΟΙ
ΜΑΘΗΤΕΣ ΤΟΥ
ΨΗΦΙΑΚΟΥ
ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ!

βήματα για τη συνάφεια ενός τίτλου με το περιεχόμενο του κειμένου

1. Πρώτη ανάγνωση: να διαβάσετε το άρθρο προσεκτικά και να κατανοήσετε το κύριο θέμα και τα βασικά σημεία.

2. Κατανόηση του τίτλου: να εξηγήσετε το νόημα κάθε λέξης του τίτλου, ειδικά αν υπάρχουν πολυσήμαντες λέξεις ή ειδικοί όροι.

3. Συσχέτιση περιεχομένου με τον τίτλο:

- να εξετάσετε αν ο τίτλος αναφέρεται ή υπονοεί τις κύριες ιδέες και το θέμα του άρθρου. Είναι συγκεκριμένος ή γενικός;
- να εντοπίσετε αν αναφέρεται σε συγκεκριμένες λεπτομέρειες του κειμένου κι αν αυτές είναι σημαντικές.
- να αναλύσετε αν ο τίτλος αποτυπώνει/ αντικατοπτρίζει ακριβώς το περιεχόμενο ή αν είναι παραπλανητικός.
- να εξετάσετε αν ο τίτλος περιλαμβάνει στοιχεία που δεν αναφέρονται ρητά στο κείμενο, αλλά υπονοούνται.



βήματα για το επικοινωνιακό αποτέλεσμα ενός τίτλου σε σχέση με την πρόθεση του/της αρθρογράφου

1. Ανάλυση προθέσεων του/της αρθρογράφου:

- να εντοπίσετε την πρόθεση του/της αρθρογράφου (π.χ., να ενημερώσει, να πείσει, να προβληματίσει, να συγκινήσει, να προκαλέσει μια συγκεκριμένη αντίδραση κ.τ.λ.).
- να σκεφτείτε αν ο τίτλος επιτυγχάνει τον στόχο του και αν προκαλεί στον αναγνώστη την αναμενόμενη αντίδραση.

2. Αξιολόγηση:

- να εντοπίσετε τα ισχυρά σημεία του τίτλου (π.χ. σαφής, περιγραφικός, προκλητικός).
- να αναγνωρίσετε τις αδυναμίες του τίτλου (π.χ. ασαφής, παραπλανητικός, πολύ γενικός).
- να αξιολογήσετε αν ο τίτλος είναι ελκυστικός και αν προκαλεί το ενδιαφέρον του αναγνώστη.
- να διατυπώσετε μια συνολική αξιολόγηση για τον τίτλο, εξηγώντας γιατί τον θεωρείτε επιτυχημένο ή όχι.

Γλωσσικές παράμετροι τίτλου

Γλωσσικές παράμετροι που πρέπει να συνεκτιμήσετε και θα μπορούσατε να αναλύσετε:

- **Ρηματική σύνταξη:** Υπάρχει Ρήμα; Αν ναι, η σύνταξη είναι ενεργητική ή παθητική (π.χ. "*Η φύση έχει χαθεί από εμάς*" ή "*Έχουμε χάσει την επαφή με τη φύση*") Αλλάζει το επικοινωνιακό αποτέλεσμα όταν τονίζεται το Υποκείμενο που δρα;
- **Χρόνος ρήματος:** Παρόν, παρελθόν ή μέλλον (π.χ. "*Θα χάσουμε τη φύση*" ή "*Έχουμε (ήδη) χάσει τη φύση*"). Πώς επηρεάζει η χρήση ενός συγκεκριμένου χρόνου (παρελθόν, παρόν, μέλλον) την ερμηνεία του τίτλου;
- **Ρηματικά πρόσωπα:** α' β' γ' ενικό + πληθυντικό πρόσωπο. (π.χ. "*Έχουμε χάσει την επαφή με τη φύση*") Πώς επηρεάζει η χρήση του α' πληθυντικού προσώπου και ο συντελεσμένος χρόνος; (Η γενικευτική χρήση του πρώτου πληθυντικού προσώπου ("*έχουμε*") εντάσσει τον αναγνώστη στο πρόβλημα, κάνοντας τον να αισθανθεί προσωπικά αναμεμειγμένος και η χρήση παρακειμένου υποδηλώνει μια απώλεια σχέσης που έχει ήδη συντελεστεί και αποτελεί ανησυχία για τον σύγχρονο άνθρωπο.
- **Λειτουργία της γλώσσας:** δηλωτική ή συνυποδηλωτική (π.χ. "*Η φύση είναι το σπίτι μας*"). Χρησιμοποιούνται σχήματα λόγου πχ μεταφορές, παρομοιώσεις, υπερβολές και τι επιτυγχάνουν;



- **Τίτλοι-ερωτήματα:** “Θα χάσουμε τη φύση;” Τι επιτυγχάνει με το ερωτηματικό στον τίτλο;
- **Σημεία στίξης** π.χ. “Σεισμός χθες στο Βόλο!” “«Χρυσά» ηλεκτρονικά παιχνίδια”.
- **Δομή πρότασης:** Απλή, ελλειπτική, σύνθετη ή επαυξημένη πρόταση, κ.λπ.
- **Σειρά των λεκτικών συνόλων:** συχνά η “κανονική” σειρά αλλάζει, όταν οι όροι εκφέρονται με **έμφαση** → **θέση στην αρχή της πρότασης** (“Η προθεσμία υποβολής των φορολογικών δηλώσεων λήγει οριστικά τη Δευτέρα 30 Μαρτίου” → “Λήγει οριστικά τη Δευτέρα 30 Μαρτίου η προθεσμία υποβολής των φορολογικών δηλώσεων”
- **Ύφος:** Επίσημο ή ανεπίσημο, ποιητικό ή πεζό, δραματικό ή χιουμοριστικό κ.λπ.

Προϊδεασμός

Ο προϊδεασμός εύκολα συγχέεται με την προοικονομία. Οι δύο όμως όροι δεν ταυτίζονται ούτε και συγγενεύουν. Ο προϊδεασμός δεν προετοιμάζει τον αναγνώστη για μελλοντικές σκηνές ούτε και προ-ρυθμίζει επόμενες λεπτομέρειες και γεγονότα του λογοτεχνικού μύθου. Απλώς στη διάρκεια και στη ροή μιας αφήγησης συμβαίνει συχνά το εξής: ο αφηγητής μάς δίνει μια γενική ιδέα, κάπως αόριστη βέβαια, για κάτι που πρόκειται να συμβεί μετά.

Η ουσιαστική διαφορά ανάμεσα στην προοικονομία και τον προϊδεασμό είναι η εξής: η προοικονομία σχετίζεται πιο πολύ με την πλοκή του μύθου και των γεγονότων. Με την προοικονομία ένα μελλοντικό γεγονός του μύθου προετοιμάζεται κατάλληλα, για να το δεχθεί ο αναγνώστης ως κάτι το απόλυτα λογικό και φυσικό. Αντίθετα, με τον προϊδεασμό παίρνουμε μια μικρή υποψία, ένα είδος πρόγευσης και διαμορφώνουμε μια πρώτη γενική και αόριστη ιδέα για κάτι που θα συμβεί σε επόμενες στιγμές και στη μετέπειτα εξέλιξη του μύθου.

Βιβλιογραφία

2. Ο τίτλος της είδησης

Από το βιβλίο Έκφραση-Έκθεση για το λύκειο, τεύχος Β΄ II Η οργάνωση και η παρουσίαση της είδησης. 3. Ο τίτλος της είδησης

Προϊδεασμός – [Λεξικό Λογοτεχνικών όρων](#)