

ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Κείμενο

[Ο δημοσιογραφικός λόγος στην ελληνική γλώσσα]

Ο δημοσιογραφικός λόγος, δημόσιος και εφήμερος, προσδιορίζεται από ιδιαίτερους επικοινωνιακούς παράγοντες και ιδιαίτερες κοινωνικές προϋποθέσεις. Όμως, θα πρέπει εξ αρχής να τονιστεί ότι με τον όρο «δημοσιογραφικός λόγος» δηλώνεται όχι μόνο η γλωσσική μορφή που χρησιμοποιείται στη δημοσιογραφία αλλά και τα νοήματα που παράγονται μέσω της κατανάλωσης του δημοσιογραφικού προϊόντος (ανάγνωση, ακρόαση), καθώς και τα κοινωνικά συμφραζόμενα που παράγουν αυτά τα νοήματα. Ειδικά, ο σύγχρονος ελληνικός δημοσιογραφικός λόγος κάνει έντονη την παρουσία του με πολλές και **ποικίλες** μορφές μέσω ποικίλων μέσων, με αποτέλεσμα να είναι σήμερα ποσοτικά ο κυρίαρχος δημόσιος λόγος, που επιτελεί έναν μεγάλο αριθμό λειτουργιών, διαμορφώνει **συνειδήσεις** αλλά και είδη και υποείδη λόγου. Αποτελεί στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα τον χώρο μέσα στον οποίο γεννιέται, μεγαλώνει, παράγει και «καταναλώνει» ελληνικό λόγο ένα πλήθος ανθρώπων. Θεωρείται το κομβικό σημείο στο οποίο συναντιούνται, διαστρεβλώνονται, αλλά και αποκαλύπτονται πολλές φορές το ψέμα και η αλήθεια, η οξύτητα και η μετριοπάθεια, η υπερβολή και η νηφαλιότητα, η ελαφρότητα και η σοβαρότητα, ο πυκνός και ο χαλαρός λόγος. Είναι σε τελευταία ανάλυση ένα απαραίτητο κομμάτι της ελληνικής γλώσσας.

Τα τελευταία χρόνια αποτέλεσε τον φορέα μέσω του οποίου πέρασαν στη νέα ελληνική γλώσσα επιστημονικοί, καλλιτεχνικοί, οικονομικοί και άλλοι **όροι**, άγνωστοι μέχρι τότε, και λεξιλόγιο με το οποίο επενδύθηκαν και εκφράστηκαν νέες ανθρώπινες δραστηριότητες. Εκφράσεις άγνωστες έγιναν κατανοητές σε πλατιές μάζες του λαού, δημιουργήθηκαν νέα μορφοσυντακτικά σχήματα, εμπλουτίστηκε ο νεοελληνικός λόγος με νέα υφολογικά σχήματα και με νέους τρόπους γραφής.

Στον ελληνικό δημοσιογραφικό λόγο τα στοιχεία με τα οποία πραγματώνεται ο προφορικός λόγος είναι η χρήση λέξεων του καθημερινού προφορικού λόγου (π.χ. χρήση του ρήματος *κάνω*), η χρήση (ή υπόδειξη στον έντυπο Τύπο) της επιτόνισης, οι ελλείψεις, οι επαναλήψεις, οι στερεότυπες εκφράσεις του προφορικού λόγου (π.χ. «σκότωσε την ώρα του»). Επίσης, χαρακτηριστικά του αποτελούν το οικείο ύφος, τα γεμίσματα (π.χ. λοιπόν, βασικά), οι ανακολουθίες, η χωρίς αιτία αλλαγή προσώπου κατά την εκφορά του λόγου, η αναφορά σε πράγματα και αντικείμενα που είναι παρόντα κατά την εκφορά του λόγου. Ακόμη, στον προφορικό λόγο συνηθίζονται η καθυστερημένη συμπλήρωση ή διόρθωση, η παρέκβαση, η απότομη αλλαγή από τον

πλάγιο στον ευθύ λόγο, η έλλειψη αυστηρής κειμενικής δομής κ.ά. Αντίθετα, τα κύρια στοιχεία που **συγκροτούν** τον γραπτό λόγο είναι η αυστηρή κειμενική δομή, η αυστηρή σύνταξη, το λόγιο λεξιλόγιο, τα συμπυκνωμένα νοήματα, τα σημεία στίξης κ.ά. Στο πλαίσιο αυτό από τον δημοσιογραφικό λόγο έχουν δημιουργηθεί νέα υποείδη λόγου ή έχει ενσωματώσει άλλα, στα οποία η προφορικότητα και η γραπτότητα διαπλέκονται άλλοτε σε μικρό και άλλοτε σε μεγάλο βαθμό. Άλλωστε, ο ανταγωνισμός του έντυπου Τύπου με τον ηλεκτρονικό έχει επιφέρει τα τελευταία χρόνια στον πρώτο ορισμένες αλλαγές όσον αφορά στη μορφή του δημοσιογραφικού λόγου.

Επιπλέον, ο ειδησεογραφικός λόγος χαρακτηρίζεται από λόγο λιτό με υψηλό βαθμό πληροφοριακού φορτίου, χωρίς όμως να περιέχει λεπτομέρειες, οι οποίες άλλωστε δεν ενδιαφέρουν τον μέσο δέκτη. Χρησιμοποιείται αυστηρή σύνταξη, χωρίς ελλείψεις, κυριαρχεί η τριτοπρόσωπη παθητική σύνταξη, η οποία **προσδίδει** στο κείμενο μια απόσταση του συντάκτη από τα περιγραφόμενα γεγονότα και μια ουδετερότητα. Συχνά χρησιμοποιούνται στερεότυπες εκφράσεις (κλισέ), οι οποίες επανέρχονται σε πολλές ειδήσεις. Στο λεξιλόγιο προσιδιάζει κατά κανόνα το λεξιλόγιο του γραπτού λόγου. Γενικά, το ειδησεογραφικό κείμενο είναι ένα αντιπροσωπευτικό κείμενο γραπτού λόγου.

Οπωσδήποτε, ο δημοσιογραφικός λόγος είναι δημόσιος λόγος με την έννοια ότι τον ενδιαφέρουν τα σημαντικά και είναι πληροφοριακός. Συχνά παρουσιάζεται ιδεολογικά φορτισμένος. Άλλοτε είναι πειθαναγκαστικός, σπάνια επιστημονικός και πιο σπάνια λογοτεχνικός. Επίσης, αποφεύγει την πολυσημία, είναι ακριβολόγος, σαφής, σύντομος, ενώ υπακούει στους κανόνες της κοινωνικά αποδεκτής μορφής της γλώσσας. Η δομή του δημοσιογραφικού κειμένου είναι προσανατολισμένη προς την αποτελεσματική πρόσληψή του από τον δέκτη. Τέλος, η πρόσφατη ιστορία της ελληνικής γλώσσας και η έντονη πολιτικοποίηση και κομματικοποίηση αρκετών μέσων μαζικής ενημέρωσης έχουν ως αποτέλεσμα την προσφορά πολλών γλωσσικών επιλογών, τις οποίες εκμεταλλεύεται ο δημοσιογραφικός λόγος σε ελληνική γλώσσα, για να προσδώσει ορισμένα υπόρρητα¹ νοήματα.

Σ. Χατζησαββίδης (2001). Ο δημοσιογραφικός λόγος σε ελληνική γλώσσα: ρητές γλωσσικές επιλογές και υπόρρητες αναφορές. *Μέντορας*, Ειδικό Τεύχος 4, 214-221 (διασκευή).

¹ Νοήματα που δεν είναι φανερά

ΘΕΜΑΤΑ

A. (Μονάδες 20)

A. Να αποδώσετε περιληπτικά το κείμενο (80-100 λέξεις).

(μονάδες 20)

B. (Μονάδες 15)

B1. Ποια είναι, σύμφωνα με τον συγγραφέα, τα χαρακτηριστικά του ελληνικού δημοσιογραφικού προφορικού λόγου; (60 – 80 λέξεις).

(μονάδες 10)

B2.α. Να επισημάνετε με ποια διαρθρωτική λέξη επιτυγχάνεται η συνοχή ανάμεσα στην τρίτη (Στον ελληνικό ... λόγου) και στην τέταρτη (Επιπλέον, ο ειδησεογραφικός... λόγου) παράγραφο του κειμένου.

(μονάδες 2)

B2.β. Ποια σχέση συνοχής εκφράζει η συγκεκριμένη διαρθρωτική λέξη;

(μονάδες 3)

Γ. (Μονάδες 15)

Γ1. Να γράψετε μία πρόταση για καθεμιά από τις λέξεις του κειμένου με **έντονη γραφή**, λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία τους στο κείμενο: **ποικίλες, συνειδήσεις, όροι, συγκροτούν, προσδίδει**. (Μπορείτε να διαφοροποιήσετε τους γραμματικούς τύπους ως προς την πτώση, τον αριθμό, το γένος, το πρόσωπο κ.λπ.).

(μονάδες 10)

Γ2.«... τα νοήματα που παράγονται μέσω της κατανάλωσης του δημοσιογραφικού προϊόντος...»

Γ2.α. Να δηλώσετε αν η χρήση της γλώσσας στην παραπάνω πρόταση είναι κυριολεκτική/δηλωτική ή μεταφορική/συνυποδηλωτική.

(μονάδες 2)

Γ2.β. Να αιτιολογήσετε την απάντησή σας.

(μονάδες 3)