

Κείμενο

[Δημοσιογραφικός λόγος και ρατσισμός]

Ο δημοσιογραφικός λόγος εκφράζει πρακτικές και στερεοτυπικές συμπεριφορές μιας κοινωνίας, μέσα στην οποία παράγεται και στην οποία απευθύνεται. Ο δημοσιογραφικός λόγος σπάνια είναι ανατρεπτικός. Όσες φορές επιχειρεί την ανατροπή στα πλαίσια ενός δημοκρατικού περιβάλλοντος, καταλήγει στην αυτοκατάργησή του ως κοινωνικό γεγονός και ως περιεχόμενο, καθώς ο αριθμός των αποδεκτών του συρρικνώνεται, ενώ ενδέχεται να φτάνει ακόμη και σε μηδενικό επίπεδο.

Τα παραπάνω συμβαίνουν, διότι ο δημοσιογραφικός λόγος είναι προϊόν των μέσων παραγωγής του, που δεν είναι άλλα από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (στο εξής Μ.Μ.Ε.). Τόσο τα κρατικά όσο και τα ιδιωτικά Μ.Μ.Ε. σχετίζονται με το οικονομικό κέρδος και την πολιτική επιρροή, δύο παράγοντες οι οποίοι προϋποθέτουν μεγάλο αριθμό ενεργών αποδεκτών των μηνυμάτων που εκπέμπουν, αυτό που στη γλώσσα των Μ.Μ.Ε. ονομάζεται αναγνωσιμότητα, ακροαματικότητα και τηλεθέαση. Η εξασφάλιση μεγάλου αριθμού αποδεκτών του δημοσιογραφικού λόγου που εκπέμπει ένα Μέσο προϋποθέτει με τη σειρά του την προσαρμογή του παραγωγού του λόγου και των μηνυμάτων που αυτός περιέχει στις επιθυμίες, τις επιδιώξεις, στα στερεότυπα και γενικότερα στην ιδεολογία των αποδεκτών του. Έτσι, μέσω αυτής της προσαρμογής του δημοσιογραφικού λόγου επιτυγχάνονται οι δύο κύριοι στόχοι των Μ.Μ.Ε.: το οικονομικό κέρδος και η πολιτική επιρροή.

Σε ό,τι αφορά την κοινωνική διάκριση και τον ρατσισμό, ο δημοσιογραφικός λόγος ως λόγος μαζικός απευθύνεται σε όλες τις κοινωνικές ομάδες που έχουν τη δυνατότητα να προσλαμβάνουν τον δημοσιογραφικό λόγο. Ο τελευταίος δε θα έπρεπε να έχει την πρόθεση της κοινωνικής διάκρισης και θα έπρεπε να είναι ένας λόγος μορφολογικά και ιδεολογικά αποφορτισμένος από σηματοδοτήσεις κοινωνικής προκατάληψης. Ωστόσο, οι δύο παράγοντες, στους οποίους έγινε αναφορά προηγουμένως, δηλαδή το οικονομικό κέρδος και η πολιτική επιρροή, αποκτούν υπόσταση και σημασία μόνο στα πλαίσια της κυρίαρχης ομάδας-αποδέκτη του δημοσιογραφικού λόγου και των μηνυμάτων που αυτός προσφέρει. Ο δημοσιογραφικός λόγος, λοιπόν, κινούμενος μέσα στα πλαίσια των δεσμεύσεων που του καθορίζουν οι παράγοντες αυτοί διαιωνίζει -και συχνά καλλιεργεί- ρητά και άρρητα **στερεοτυπικές συμπεριφορές και προκαταλήψεις** σχετικές με τις

κοινωνικές διακρίσεις και το ρατσισμό, οι οποίες υφίστανται ή λανθάνουν¹ στην κυρίαρχη ομάδα.

Μια ματιά στον **τρόπο παρουσίασης της ειδησεογραφίας** επιβεβαιώνει την αλήθεια των παραπάνω ισχυρισμών. Ο ελληνικός δημοσιογραφικός λόγος παρουσιάζει τον εορτασμό μιας εθνικής επετείου χρησιμοποιώντας λόγο επίσημο, βαρύγδουπο και πομπώδη, εκφραστικά μέσα αποδεκτά και αναμενόμενα από την κυρίαρχη ομάδα για το συγκεκριμένο εορτασμό και συγκεκριμένη δομή παρουσίασης. Χαρακτηρίζει τον εγκληματία «μεσήλικα Τσιγγάνο», «Αλβανό λαθρομετανάστη», «Ελληνορουμάνο κακοποιό», «μέλος της αλβανικής μαφίας», αλλά το διάσημο επιστήμονα ή καλλιτέχνη «Αμερικανό φυσικό», «Ιταλό μαέστρο» και «Γερμανό μεγαλοεπιχειρηματία». Ο λόγος αυτός δημιουργεί ούτως ή άλλως διαχωριστικές γραμμές μεταξύ του εθνικά ομοιογενούς και ετερογενούς «άλλου».

Σ. Χατζησαββίδης (1999). *Ελληνική γλώσσα και δημοσιογραφικός λόγος. Θεωρητικές και ερευνητικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Gutenberg, 102-104 (διασκευή)

ΘΕΜΑΤΑ

A. (Μονάδες 20)

A. Να αποδώσετε περιληπτικά το κείμενο (70-90 λέξεις).

(μονάδες 20)

B. (Μονάδες 15)

B1. Με ποια επιχειρήματα τεκμηριώνει ο συγγραφέας την άποψη ότι όσες φορές ο δημοσιογραφικός λόγος επιχειρεί την ανατροπή, καταλήγει στην αυτοκατάργησή του; (60-80 λέξεις)

(μονάδες 10)

B2. Ποια είναι η συλλογιστική πορεία (επαγωγική ή παραγωγική) που ακολουθεί ο συγγραφέας στην τέταρτη παράγραφο (Μια ματιά.... «άλλου») του κειμένου; Να αιτιολογήσετε την απάντησή σας.

(μονάδες 5)

¹ λανθάνουν: σοβούν, υπάρχουν χωρίς να είναι άμεσα αντιληπτές.

Γ. (Μονάδες 15)

Γ1. «στερεοτυπικές συμπεριφορές και προκαταλήψεις» και «τρόπο παρουσίασης της ειδησεογραφίας».

Χρησιμοποιώντας τις παραπάνω φράσεις, να δημιουργήσετε μία παράγραφο 50-60 λέξεων.

(μονάδες 10)

Γ2.α. «Η εξασφάλιση μεγάλου αριθμού αποδεκτών του δημοσιογραφικού λόγου που εκπέμπει ένα Μέσο προϋποθέτει [...] την προσαρμογή του παραγωγού του [...] στις επιθυμίες [...] των αποδεκτών του».

Στην παραπάνω περίοδο να εντοπίσετε την ονοματική αναφορική πρόταση και να γράψετε αν είναι προσδιοριστική ή παραθετική/προσθετική.

(μονάδες 3)

Γ2.β. Να αιτιολογήσετε την επιλογή σας.

(μονάδες 2)