**ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ: ΜΜΕ ΚΑΙ ΓΛΩΣΣΑ**

**Χαρακτηριστικά του λόγου των Μ.Μ.Ε.-τηλεόρασης**

* Αδικαιολόγητη/αβασάνιστη χρήση ξένων/δάνειων λέξεων/αγγλισμών⇒ παραγωγή μιας «μεικτής» γλώσσας.
* Κατάχρηση σχημάτων λόγου όπως μεταφορών (*η βουτιά του δείκτη του Χρηματιστηρίου*), μετωνυμίας (*ανησυχία στη Σοφοκλέους*) κ.ά.
* Χρήση αξιολογικών επιθέτων, που εξυπηρετούν τη διατύπωση σχολίου και κρίσεων από πλευράς του δημοσιογράφου (*σημαντικά κέρδη, ιδιαίτερα κρίσιμη συνάντηση*)
* Πλήθος στερεότυπων εκφράσεων/εκφραστικών κλισέ, ως αποτέλεσμα προχειρότητας, ευκολίας και τυποποίησης στην παρουσίαση ειδήσεων (*ραγδαίες εξελίξεις, να βάλουμε μια άνω τελεία*)
* Ελλειπτική διατύπωση, συνθηματικός λόγος
* Χρήση λόγιων λέξεων και ορολογίας για να προσδώσουν τόνο σοβαρότητας και επιστημονικής εγκυρότητας
* Συσσώρευση υπερβολών στην έκφραση-πομπώδες ύφος προς χάριν εντυπωσιασμού και αύξησης της τηλεθέασης (*κατέρρευσε σαν χάρτινος πύργος…)*

**Αρνητική επίδραση του τηλεοπτικού λόγου στη γλώσσα**

* Η δύναμη της εικόνας περιορίζει την ανάγνωση και συρρικνώνει την εμβέλεια της λογοτεχνίας, του επιστημονικού συγγράμματος, του έντυπου Τύπου, τα οποία πλουτίζουν τη γλωσσική έκφραση των νέων.
* Η επιδίωξη του εντυπωσιασμού και της τηλεθέασης οδηγεί σε λόγο συνθηματικό-δυσνόητο-με πλήθος εκφραστικών υπερβολών-πομπώδες ύφος και επιβάλλει έναν τυποποιημένο λόγο με πλήθος στερεότυπες εκφράσεις/κλισέ.
* Η ελλιπής γνώση της ελληνικής από δημοσιογράφους και συντελεστές/παρουσιαστές τηλεοπτικών εκπομπών οδηγεί συχνά σε συντακτικά ή/και γραμματικά σφάλματα.
* Η αδικαιολόγητη/αβασάνιστη χρήση ξένων λέξεων συντελεί στην παραγωγή μιας ιδιότυπης μεικτής γλώσσας, τυποποιεί την έκφραση και απομακρύνει τους νέους από τον πλούτο της μητρικής γλώσσας.

**Κείμενο 1**

**[Ο δημοσιογραφικός λόγος στην ελληνική γλώσσα]**

*Το (διασκευασμένο) κείμενο είναι του εκλιπόντα καθηγητή Γλωσσολογίας Σωφρόνη Χατζησαββίδη («Ο δημοσιογραφικός λόγος σε ελληνική γλώσσα: ρητές γλωσσικές επιλογές και υπόρρητες αναφορές». Μέντορας, Ειδικό Τεύχος 4, 2001).*

Ο δημοσιογραφικός λόγος, δημόσιος και εφήμερος, προσδιορίζεται από ιδιαίτερους επικοινωνιακούς παράγοντες και ιδιαίτερες κοινωνικές προϋποθέσεις. Όμως, θα πρέπει εξαρχής 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. […]

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 υπόρρητα[[1]](#footnote-1) νοήματα.

**ΘΕΜΑ 1 (μονάδες 35)**

**1ο υποερώτημα (μονάδες 10)**

Τι πρέπει να εννοούμε με τον όρο «δημοσιογραφικός λόγος», σύμφωνα με τον συγγραφέα του Κειμένου 1, και σε ποιους χώρους κάνει αισθητή την παρουσία του; Να απαντήσεις σε 50-60 λέξεις.

**2ο υποερώτημα (μονάδες 10)**

Βρες στο Κείμενο 1 μία διαρθρωτική λέξη ή φράση που εκφράζει καθεμία από τις παρακάτω νοηματικές σχέσεις: Προσθήκη νοήματος, βεβαιότητα, αντίθεση, επεξήγηση και συμπέρασμα.

**3ο υποερώτημα (μονάδες 15)**

«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.»: στο παραπάνω χωρίο της 1ης παραγράφου του Κειμένου 1 να αντικαταστήσεις κάθε υπογραμμισμένη λέξη με μια συνώνυμη λέξη ή φράση προσέχοντας ώστε να μην αλλάξει το νόημα.

**Η ΓΛΩΣΣΑ ΤΩΝ ΜΜΕ - Γιάννης Μπασλής, Μ.Μ.Ε. και γλώσσα**

**Εισαγωγικό σημείωμα:***Ο Γιάννης Μπασλής είναι εκπαιδευτικός, καθηγητής Πανεπιστημίου με αντικείμενο την Κοινωνιογλωσσολογία. Το κείμενο προέρχεται από το περιοδικό “Νέα Παιδεία”.*

Κάθε τρεις και μία δημοσιεύονται σε εφημερίδες και περιοδικά άρθρα στα οποία υποστηρίζεται πως η γλώσσα «χαλάει» ή μπορεί να έχει κιόλας χαλάσει. Η γλώσσα βέβαια δεν είναι τυρί, για να χαλάσει. Αυτό που εννοούν είναι ότι οι χρήστες, εμείς δηλαδή, δε χρησιμοποιούμε όπως θα έπρεπε τη γλώσσα. Στην προφορική / γραπτή επικοινωνία μας είτε παραβιάζουμε μορφολογικούς ή συντακτικούς κανόνες της γλώσσας είτε χρησιμοποιούμε πολλές ξένες λέξεις, χωρίς αυτές να έχουν προσαρμοστεί στη μορφολογία της νέας ελληνικής. Η λέξη βέβαια «ξένος» σημαίνει «αγγλικός» (ξένη μουσική = αγγλική μουσική, ξένες λέξεις = αγγλικές λέξεις).

Αλλά και στην τηλεόραση / ραδιόφωνο καλούνται διάφοροι «γλωσσολογούντες», που με δογματικό σχεδόν τρόπο αποφαίνονται πως η γλώσσα «χάλασε» και οι νέοι ιδιαίτερα αδυνατούν ν’ αρθρώσουν νεοελληνικό λόγο (ενώ ο λόγος των ενηλίκων, ως γνωστόν, είναι άψογος, πρότυπο – μοντέλο για τους νεότερους!…)

Το φαινόμενο βέβαια των κινδυνολόγων και θρηνωδών της γλώσσας μας δεν είναι νέο. Είναι διαχρονικό κι έχω πολλές φορές γράψει γι’ αυτό. Θα ήθελα να επισημάνω όμως μια ουσιώδη διαφορά ανάμεσα στους παλιούς “κινδυνολόγους”αρθρογράφους και στους σύγχρονους. Οι παλιοί ταυτόχρονα με τις θρηνωδίες τους προσπαθούσαν να χρησιμοποιούν στα άρθρα τους μόνον ελληνικές λέξεις. Λέξεις μάλιστα που δεν υπήρχαν στην ελληνική, όπως επιστημονικοί όροι κλπ., τις απέδιδαν με ελληνικές, μεταφράζοντάς τες ή πλάθοντας καινούριες από άλλες ελληνικές π.χ. ραδιόφωνο, δορυφόρος, αεροπλάνο, σιδηρόδρομος. Όλοι οι τίτλοι εφημερίδων και περιοδικών ήταν ελληνικοί. Εφημερίδες και περιοδικά ήταν οι φορείς και μεταφορείς του εμπλουτισμού του νεοελληνικού λεξιλογίου και της κάθαρσής του από ξένες, προπαντός τούρκικες, λέξεις.

Έχουν άραγε τον ίδιο στόχο τα σημερινά Μ.Μ.Ε., στα οποία προστέθηκαν το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και το διαδίκτυο; Είναι εύκολο ν’ απαντήσουμε πως όχι. Μόνο οι τίτλοι των εφημερίδων και περιοδικών, των ένθετων περιοδικών των εφημερίδων, οι επωνυμίες των τηλεοράσεων και οι τίτλοι των εκπομπών τους δείχνουν πως, ενώ θρηνολογούν για την «κατάντια» της γλώσσας, τα Μ.Μ.Ε. αποτελούν όχι μόνον τους κύριους φορείς παραγωγής υποκουλτούρας αλλά και διάβρωσης της ελληνικής με τη χρήση ενός «φραγκολεβαντίνικου»**1** νεοελληνικού ιδιώματος.

Ας δούμε μερικούς τίτλους:

* τηλεοπτικών καναλιών: *Alpha, Alter, Antenna, Channel 9, Extra Channel, Eurosport, Filmnet, High TV, Mad, Magic, Mega, Sky, Star.*
* εφημερίδων: *Espresso, City press, Metro, Traffic, Goal, Sport κλπ.*
* περιοδικών: *Icons, Status, Men, Women κλπ.*
* Όλα σχεδόν τα περιοδικά που πρωτοεκδόθηκαν μετά το 1990 έχουν αγγλικό κυρίως τίτλο ένθετων των παραδοσιακών και με μεγάλη κυκλοφορία και επιρροή εφημερίδων:

*Βήμα: BHmagazino, Vmen, Popular Science, TV guide, Βήμαdonna, κλπ., Ελευθεροτυπία: On/Off, Gourmet, Grazia, Real-estate, κλπ., Θέμα: Business stories, big fish κλπ.*

* Τηλεοπτικών εκπομπών: *remake, rewind, top stories* κλπ

Δε χρειάζεται νομίζω να προσθέσω περισσότερα παραδείγματα. Η απορία μου είναι αν οι ιδιοκτήτες, διευθυντές και δημοσιογράφοι των Μ.Μ.Ε. έχουν συνείδηση ότι είναι οι κύριοι «μαστροχαλαστές» της ελληνικής γλώσσας.

Είναι αυτοί που, ενώ θρηνολογούν για την «κατάντια» της ελληνικής, κατηγορώντας το σχολείο, τους εκπαιδευτικούς, τα βιβλία, τις μεθόδους διδασκαλίας κλπ., αποτελούν τους κύριους υπονομευτές της γλώσσας μας. Πάσχουν βέβαια οι άνθρωποι από γλωσσικό σνομπισμό. Γι’ αυτό και πιστεύουν πως με τη χρήση αγγλικών όρων, τίτλων κλπ. αναβαθμίζονται πολιτισμικά και κοινωνικά τόσο οι ίδιοι όσο και το Μ.Μ.Ε. που ελέγχουν ή υπηρετούν. Καιρός είναι να συνειδητοποιήσουν ότι αυτή η πολιτική τους οδηγεί στη διάβρωση της ελληνικής γλώσσας, που υποκριτικά ισχυρίζονται ότι προσπαθούν να καλλιεργήσουν. Υπονομεύουν με το χειρότερο τρόπο το έργο του σχολείου, που αγωνίζεται να διδάξει στα παιδιά την ελληνική κι όχι το φραγκολεβαντίνικο ιδίωμα των Μ.Μ.Ε. Οφείλουν, λοιπόν, το γρηγορότερο ν’ αλλάξουν ρότα.

*Γιάννης Μπασλής, περιοδικό «Νέα Παιδεία», τεύχος 125 (2008)*

**1 *Φραγκολεβαντίνοι****ή απλώς****λεβαντίνοι****(*[*τουρκικά*](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%BA%CE%B9%CE%BA%CE%AC)*: levantenler) ονομάζονταν οι δυτικοί από την Ευρώπη και αργότερα και την Αμερική που είχαν μεταναστεύσει και ζούσαν μόνιμα στην*[*Οθωμανική Αυτοκρατορία*](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9F%CE%B8%CF%89%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%91%CF%85%CF%84%CE%BF%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1)*για οικονομικούς και κυρίως εμπορικούς λόγους.*

**ΘΕΜΑΤΑ**

**Θέμα 1ο**

**α.** Να χαρακτηρίσετε τις προτάσεις που ακολουθούν, γράφοντας δίπλα  στο  γράμμα που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση, τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση συμφωνεί με το νόημα του κειμένου, ή τη λέξη Λάθος, αν δε συμφωνεί.

*Ο αρθρογράφος:*

*α) υποστηρίζει ότι η  στάση των ανθρώπων των ΜΜΕ απέναντι στη γλώσσα είναι υποκριτική.*

*β) συμμερίζεται τις ανησυχίες των «γλωσσολογούντων» για την κατάσταση της γλώσσας μας.*

*γ) βρίσκει ομοιότητες και διαφορές ανάμεσα στους παλιούς και τους σύγχρονους κινδυνολόγους.*

*δ)  θεωρεί ως βασική αιτία της διάβρωσης της γλώσσας μας την ξενομανία των ανθρώπων του τύπου.*

*ε) παραθέτει τίτλους διαφόρων μέσων ενημέρωσης και εκπομπών ως ένδειξη του ενδιαφέροντος των ΜΜΕ για την ελληνική γλώσσα.*

**β.**Να παρουσιάσετε σε ένα περιληπτικό κείμενο τις απόψεις που διατυπώνει ο αρθρογράφος για τη στάση των ανθρώπων των σημερινών ΜΜΕ απέναντι στην ελληνική γλώσσα (60 – 70 λέξεις).

**Θέμα 2ο**

**i)**Στο κείμενο είναι συχνή η χρήση παραδειγμάτων. Τι επιδιώκει ο αρθρογράφος με αυτή την επιλογή σε καθένα από τα παρακάτω αποσπάσματα;

**α.**«Λέξεις μάλιστα που δεν υπήρχαν… σιδηρόδρομος».

**β.**«Έχουν άραγε τον ίδιο στόχο τα σημερινά Μ.Μ.Ε… Δε χρειάζεται να προσθέσω περισσότερα παραδείγματα».

**ii)** «(ενώ ο λόγος των ενηλίκων, ως γνωστόν, είναι άψογος, πρότυπο – μοντέλο για τους νεότερους!…)»

Στο παραπάνω απόσπασμα υπάρχει ειρωνικό σχόλιο του αρθρογράφου. Να εξηγήσετε το περιεχόμενό του. Από ποιες εκφραστικές επιλογές διαφαίνεται ο ειρωνικός τόνος;

**iii)** Να εξηγήσετε τη χρήση των σημείων στίξης στα παρακάτω αποσπάσματα:

**Εισαγωγικά**

1. η λέξη βέβαια «ξένος» σημαίνει…

2. καλούνται διάφοροι «γλωσσολογούντες»

3. αποφαίνονται πως η γλώσσα «χάλασε»

**Παρένθεση**

4. (ξένη μουσική = αγγλική μουσική, ξένες λέξεις = αγγλικές λέξεις).

**Ερωτηματικό**

5. Έχουν άραγε τον ίδιο στόχο τα σημερινά Μ.Μ.Ε., στα οποία προστέθηκαν το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και το διαδίκτυο;

**Θέμα 3ο**

Στο μάθημα της Νεοελληνικής Γλώσσας η ομάδα σου έχει αναλάβει μια εργασία για την επίδραση του τηλεοπτικού λόγου στη γλώσσα των νέων. Στο πλαίσιο αυτής της δραστηριότητας, αναλαμβάνεις να συντάξεις ένα άρθρο για τη σχολική εφημερίδα στο οποίο να αναφερθείς στις θετικές και αρνητικές επιδράσεις της γλώσσας των μέσων ενημέρωσης στον προσωπικό λόγο. Στο άρθρο να αξιοποιήσεις ιδέες από το παραπάνω κείμενο του Γ. Μπασλή.

(300 -350 λέξεις)

**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ** (Επισημαίνεται ότι οι απαντήσεις που προτείνονται για τα θέματα είναι ενδεικτικές. Κάθε άλλη απάντηση, κατάλληλα τεκμηριωμένη, είναι αποδεκτή.)

**ΘΕΜΑ 1 (μονάδες 35)**

**1ο υποερώτημα (μονάδες 10)**

Τι πρέπει να εννοούμε με τον όρο «δημοσιογραφικός λόγος»:

• όχι μόνο η γλωσσική μορφή που χρησιμοποιείται στη δημοσιογραφία,

• νοήματα που παράγονται μέσω της κατανάλωσης του δημοσιογραφικού προϊόντος (ανάγνωση, ακρόαση),

• κοινωνικά συμφραζόμενα που παράγονται από τα νοήματα που παράγει ο δημοσιογραφικός λόγος, Χώροι όπου κάνει αισθητή την παρουσία του ο «δημοσιογραφικός λόγος»:

• πολλά και ποικίλα μέσα παρουσίας → κυρίαρχος δημόσιος λόγος

**2ο υποερώτημα (μονάδες 10)**

Προσθήκη νοήματος: Επίσης (3η παράγραφος)

Βεβαιότητα: Οπωσδήποτε (3η παράγραφος)

Αντίθεση: Όμως (1η παράγραφος)

Επεξήγηση: Ειδικά (1η παράγραφος)

Συμπέρασμα: σε τελευταία ανάλυση (1η παράγραφος)

**3ο υποερώτημα (μονάδες 15)**

«Θεωρείται το κεντρικό/κύριο σημείο στο οποίο συναντιούνται, παραποιούνται/ διαστρέφονται/ αλλοιώνονται, αλλά και φανερώνονται/ δηλώνονται/εκφράζονται πολλές φορές το ψέμα και η αλήθεια, η ένταση/εμπάθεια/απολυτότητα και η μετριοπάθεια, η υπερβολή και η ψυχραιμία/ ηρεμία, η ελαφρότητα και η σοβαρότητα, ο πυκνός και ο χαλαρός λόγος.»

|  |
| --- |
| **1a Οδηγίες για απάντηση:** |
| α. Σωστό. β. Λάθος. γ. Σωστό. δ. Σωστό. ε. Λάθος. |
| **1b Οδηγίες για απάντηση:** |
| Ο αρθρογράφος επικρίνει την υποκριτική στάση των ανθρώπων των σημερινών ΜΜΕ: Παρουσιάζονται να θρηνούν για την «κατάντια» της γλώσσας μας και τις ανεπάρκειες της γλωσσικής εκπαίδευσης, ενώ στην πραγματικότητα είναι οι κύριοι υπεύθυνοι για τη διάβρωσή της.  Δεν έχουν στόχο τον εμπλουτισμό και την κάθαρση της γλώσσας μας από ξένες λέξεις, κάτι που επιβεβαιώνεται από τα ξενικά ονόματα της μεγάλης πλειονότητας των σημερινών μέσων και των εκπομπών.  Εξαιτίας αυτής της ξενομανίας τους καθίστανται οι «μαστροχαλαστές» της ελληνικής γλώσσας, για την οποία παρουσιάζονται ότι μεριμνούν. |
| **2i Οδηγίες για απάντηση:** |
| **α.** Επιδιώκει να επεξηγήσει και τεκμηριώσει την άποψή του για τη μέριμνα των παλαιότερων δημοσιογράφων όσον αφορά την αποφυγή ξένων λέξεων (και έτσι να καταστήσει καθαρή την αντίθεση με τους σημερινούς ανθρώπους του τύπου) **β.** Με τη χρήση οικείων στον αναγνώστη παραδειγμάτων –τίτλων τηλεοπτικών εκπομπών, καναλιών, περιοδικών, ένθετων εφημερίδων- ο αρθρογράφος επιδιώκει να τεκμηριώσει τη θέση του ότι τα σημερινά ΜΜΕ είναι *«φορείς παραγωγής υποκουλτούρας αλλά και διάβρωσης της ελληνικής με τη χρήση ενός “φραγκολεβαντίνικου”νεοελληνικού ιδιώματος».* |
| **2 ii Οδηγίες για απάντηση:** |
| Ο αρθρογράφος ειρωνεύεται τους ενήλικους που αβασάνιστα κατηγορούν τους νέους για τη γλώσσα που χρησιμοποιούν χωρίς οι ίδιοι να κοιτούν πρώτα τη δική τους έκφραση και γλώσσα, η οποία απέχει από το να θεωρείται πρότυπο για τους νέους.  Η ειρωνεία διαφαίνεται: στη φράση «ως γνωστόν» στα σημεία στίξης (θαυμαστικό και αποσιωπητικά) που δηλώνουν ειρωνεία, αμφισβήτηση.  στη χρήση λέξεων που εμπεριέχουν κάποια δόση υπερβολής («άψογος, πρότυπο – μοντέλο») και επιτρέπουν να εννοηθεί ότι ισχύει το αντίθετο από αυτό που δηλώνουν. |
| **2 iii Οδηγίες για απάντηση:** |
| **Εισαγωγικά**: όρος  ειρωνεία αυτούσια μεταφορά λέξης που χρησιμοποιούν οι «γλωσσολογούντες» **Παρένθεση**: επεξήγηση της σημασίας με την οποία χρησιμοποιείται ο όρος  «ξένος» **Ερωτηματικό** Προβληματισμός / αμφισβήτηση |

**3. σημειώσεις**

Συχνά υποστηρίζεται ότι τα ΜΜΕ υιοθετούν φτωχή και τυποποιημένη γλώσσα, επειδή αυτές τις εκφράσεις καταλαβαίνει το κοινό *(«Ο αναγνώστης καταλαβαίνει εκείνο που συμβαίνει μόνο αν του πεις είμαστε με την πλάτη στον τοίχο, η κυβέρνηση αναγγέλλει δάκρυα και αίμα…»)*.  Στην πραγματικότητα συμβαίνει το αντίστροφο. Οι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν έναν στερεότυπο λόγο με κλισέ, λάθη και εκφραστικές ακρότητες για λόγους ευκολίας, βιασύνης, ταχύτητας ενημέρωσης και τυποποίησης των ειδήσεων ή επαγγελματικής συνήθειας. Καθώς το κοινό είναι εκτεθειμένο καθημερινά σε αυτόν τον στερεότυπο λόγο για αρκετές ώρες, είναι αναμενόμενο να τον υιοθετεί και να τον αναμένει στην καθημερινή του ενημέρωση *(«ο αναγνώστης περιμένει αυτές τις εκφράσεις, έτσι τον έμαθαν όλες οι εφημερίδες»)*. Έτσι  η γλώσσα των ΜΜΕ καθίσταται η γλώσσα του καθημερινού ανθρώπου.

1. έμμεσα διατυπωμένα, αυτά που δεν λέγονται, αλλά εννοούνται [↑](#footnote-ref-1)