

Κείμενο 1: Η άλλη δημοσιογραφία

Άρθρο του Ηλία Βεργίτη, αρχισυντάκτη στο ειδησεογραφικό τμήμα της διαδικτυακής πύλης in.gr, το οποίο δημοσιεύτηκε στις 24.11.2008 στην ψηφιακή έκδοση της εφημερίδας Το Βήμα. Το κείμενο τροποποιήθηκε κατάλληλα για τις ανάγκες της διδασκαλίας.

Θα μπορούσε να ειπωθεί – με αρκετή δόση ιστορικής αυθαιρεσίας, είναι αλήθεια – ότι ο Θουκυδίδης υπήρξε ο πρώτος δημοσιογράφος της Ιστορίας, διότι κατέγραψε γεγονότα απογυμνωμένα από τα μυθολογικά τους στοιχεία, σε μια γλώσσα λαϊκή και κατανοητή από όλους. [...] Στους 26 αιώνες που μεσολάβησαν από τότε η είδηση πλέον μεταδίδεται σε κλάσματα του δευτερολέπτου και τα περιθώρια για ταυτόχρονη ανάλυσή της ολοένα στενεύουν. Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης αναζητούν νέες διεξόδους μπροστά στις αυξημένες απαιτήσεις ενός νέου είδους κοινού, που απαιτεί γρήγορη, έγκυρη, σαφή και κυρίως «έξυπνη» ενημέρωση. Μπορεί άραγε το διαδίκτυο – αν και βρίσκεται ακόμη στην εφηβική ηλικία – να εκφράσει το εξελισσόμενο αυτό αίτημα; Τι είναι τελικά αυτό που διαφοροποιεί σήμερα τα ιντερνετικά μέσα ενημέρωσης από τα παραδοσιακά;

Η πρώτη διαφορά είναι το κοινό τους. Γνωρίζουμε, λίγο ως πολύ, ότι το target group¹ των εφημερίδων, της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου είναι το σύνολο του πληθυσμού στον χώρο εμβέλειάς τους, ο οποίος κατά κύριο λόγο περιορίζεται εντός εθνικών συνόρων. Στην περίπτωση των διαδικτυακών μέσων τα πράγματα είναι διαφορετικά· καταναλωτές του προϊόντος είναι αναγκαστικά όσοι διαθέτουν την τεχνική δυνατότητα να αποκτήσουν πρόσβαση σε αυτό. Δεύτερο στοιχείο διαφοροποίησης είναι το προφίλ του μέσου «αναγνώστη». **Το προφίλ του αναγνώστη εφημερίδας** διαφοροποιείται σε πολλά σημεία από αυτό του ακροατή ραδιοφώνου και του τηλεθεατή, αλλά στη σκληρή ουσία του πράγματος υπάρχει ένα ενοποιητικό χαρακτηριστικό: η μαζικότητα. Και τα τρία παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης απευθύνονται σε όλους. Από τη νοικοκυρά, τον οδηγό ταξί, τον δημόσιο υπάλληλο ως τον πανεπιστημιακό λειτουργό, τον φοιτητή και τον συνταξιούχο. **Όλοι είναι δυνάμει «πελάτες»**. Στο διαδίκτυο τα πράγματα είναι διαφορετικά. Τα ιντερνετικά μέσα ενημέρωσης απευθύνονται –ακόμη – σε μια «ελίτ» πολιτών: άνθρωποι 20-40 ετών, μέσου ως ανώτερου βιοτικού επιπέδου, συνήθως μορφωμένοι, πολύγλωσσοι και για αυτό πιο απαιτητικοί.

Οι διαφορές όμως γίνονται σαφέστερες σε ό,τι αφορά την αμεσότητα και τη διεισδυτικότητα της είδησης. Ο Τύπος – είναι σαφές – ενημερώνει για τα γεγονότα με μια καθυστέρηση τουλάχιστον έξι ωρών, δίνοντας όμως τη δυνατότητα στον αναγνώστη να εμβαθύνει στην είδηση, προσφέροντας την ανάλυσή της σε έναν πεπερασμένο χώρο χαρτιού. Το ραδιόφωνο είναι ευέλικτο και ενημερώνει άμεσα για γεγονότα που μόλις συνέβησαν, χωρίς όμως να έχει τη δυνατότητα να συνδέσει με τα προηγούμενα που οδήγησαν σε αυτά και χωρίς να δίνει στον ακροατή μια σφαιρική εικόνα της κατάστασης, όπως θα έκανε μια εφημερίδα. Η δε τηλεόραση είναι άμεση όσο και το ραδιόφωνο αλλά παραμένει δέσμια της εικόνας, δηλαδή του εντυπωσιασμού: γεγονότα με καλή εικόνα γίνονται βασικές και ουσιαστικές ειδήσεις. Ειδήσεις χωρίς εικόνα «θάβονται» σε μερικά δευτερόλεπτα στο τέλος των δελτίων. Το ίντερνετ είναι το μοναδικό μέσο που λειτουργεί με όλα τα πλεονεκτήματα των υπολοίπων και με τα επιπλέον που του δίνουν τα τεχνικά χαρακτηριστικά του. Ο αναγνώστης ενημερώνεται άμεσα – μέσα σε ελάχιστα λεπτά – για την είδηση που αυτός επιθυμεί, πληροφορείται για προηγούμενα γεγονότα, έχει στη διάθεσή του απεριόριστο οπτικοακουστικό υλικό, αναλύσεις από άπειρες πηγές, αρθρογραφία και, κυρίως, όλα αυτά παραμένουν στη διάθεσή του θεωρητικά για πάντα, αποθηκευμένα κάπου στο Διαδίκτυο.

¹ ομάδα-στόχος

ΘΕΜΑ 1

1^ο υποερώτημα

Να χαρακτηρίσεις τις παρακάτω προτάσεις ως Σ (Σωστές) ή Λ (Λάθος) σύμφωνα με το περιεχόμενο του Κειμένου.

1. Η ταχύτητα στη μετάδοση των ειδήσεων συμβάλλει στην καλύτερη ερμηνεία τους.
2. Κοινό χαρακτηριστικό όλων των μέσων ενημέρωσης είναι η μαζικότητα του κοινού τους.
3. Η εικόνα παρέχει στη τηλεόραση ένα σημαντικό πλεονέκτημα συγκριτικά με τα άλλα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης.
4. Ο Τύπος ενημερώνει γρήγορα, σφαιρικά και σε βάθος τους αναγνώστες.
5. Η διαδικτυακή ενημέρωση προϋποθέτει ειδικό κοινό.

2^ο υποερώτημα

- α) Να εντοπίσεις τη δομή της 2ης παραγράφου του κειμένου
β) Να παρουσιάσεις τον τρόπο που αναπτύσσεται αυτή η παράγραφος τεκμηριώνοντας την απάντησή σου με στοιχεία του κειμένου
γ) Να εξηγήσεις με συντομία τι επιτυγχάνεται με αυτό το τρόπο ανάπτυξης

3^ο υποερώτημα

α) που απαιτεί γρήγορη, έγκυρη, σαφή και κυρίως «έξυπνη» ενημέρωση. (1^η παράγραφος)

Να αντικαταστήσετε το ρήμα, τα επίθετα και το επίρρημα με άλλες λέξεις, χωρίς να αλλάζει το νόημα του κειμένου.

β) Να μετατρέψεις την ποιητική λειτουργία της γλώσσας στις παρακάτω φράσεις σε αναφορική λειτουργία της γλώσσας, χωρίς να αλλοιώνεται η σημασία τους.

«Το προφίλ του αναγνώστη εφημερίδας» (2^η παράγραφος)

«Όλοι είναι δυνάμει «πελάτες» (2^η παράγραφος)

4^ο υποερώτημα

Να εξηγήσεις τη λειτουργία των σημείων στίξης στη παρακάτω περίοδο του κειμένου:

[Τα ιντερνετικά μέσα ενημέρωσης απευθύνονται – ακόμη – σε μια «ελίτ» πολιτών: άνθρωποι 20-40 ετών, μέσου ως ανώτερου βιοτικού επιπέδου, συνήθως μορφωμένοι, πολύγλωσσοι και για αυτό πιο απαιτητικοί.] (2^η παράγραφος)

ΘΕΜΑ 2 (άσκηση για το σπίτι)

Να παρουσιάσετε σε 100 περίπου λέξεις τις διαφορές μεταξύ των παραδοσιακών ΜΜΕ και του Διαδικτύου, σύμφωνα πάντα με τον συγγραφέα του κειμένου.