

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΜΕΣΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ



Μεταπτυχιακή εργασία με θέμα

«Η διαχείριση της πολιτιστικής είδησης
στα πρωτοσέλιδα τριών εφημερίδων:
δομή και χωροθέτηση των τίτλων»

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ: ΚΑΚΑΒΟΥΛΙΑ ΜΑΡΙΑ

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΚΑΡΑΧΑΛΙΟΥ ΡΑΝΙΑ

Περιεχόμενα



Εισαγωγή

σελ.3-6

Α' κεφάλαιο

1. Σύγχρονη εποχή και ΜΜΕ σελ.7
2. Δημοσιογραφικός λόγος και πολυπρόσωπος πομπός σελ. 8-9
3. Δημοσιογραφικός λόγος και πολυμορφικά ακροατήρια σελ.10
4. Διάκριση των εφημερίδων με βάση το ακροατήριο σελ. 11
5. Η εξελικτική πορεία του δημοσιογραφικού κειμένου σελ.12
6. Τίτλοι : γλωσσικά χαρακτηριστικά, λειτουργίες και δομή
- 6.1 Από την πλευρά της ανάλυσης λόγου σελ. 13-15
- 6.2 Από την πλευρά της δημοσιογραφικής πρακτικής σελ. 15-16
- 6.3 Τίτλος και ειδησεογραφία στα πρωτοσέλιδα σελ.17
- 6.4 Το καπέλο σελ.17-18

Β' κεφάλαιο

1. Το υλικό της έρευνας σελ. 19-20
2. Το σύστημα τιτλοδότησης του πρωτοσέλιδου
- 2.1.1. Σύστημα τιτλοδότησης στις εφημερίδες «N» και «ΕΤ». σελ.20-31
- Ενδεικτική αναφορά
- 2.1.2. Σύγκριση της δομικής ανάλυσης των τίτλων στα σελ.31-33
- πρωτοσέλιδα των λαϊκών εφημερίδων
- 2.1.3 Συνεχές δομικής συνθετότητας σελ. 33-35
- 2.2 Σύστημα τιτλοδότησης στην εφημερίδα Καθημερινή. σελ. 35-43
- Ενδεικτική αναφορά.
- 2.3 Σύγκριση της δομικής ανάλυσης στις 3 υπό μελέτη σελ.44-45
- εφημερίδες
3. Η χωροθετική διάταξη του πρωτοσέλιδου
- 3.1 Χωροθετική διάταξη στη «N» και συσχέτιση με τη δομή σελ.46-49
- τίτλων
- 3.2 Χωροθετική διάταξη στην «ΕΤ» και συσχέτιση με τη δομή σελ.50-52
- τίτλων
- 3.3 Χωροθετική διάταξη στην «Κ» και συσχέτιση με τη δομή σελ. 53-56
- τίτλων

Γ' κεφάλαιο

1. Θεματική ταξινόμηση των τίτλων σελ. 57
- 1.1.Η περίπτωση της «N»
- 1.1.1 Ειδήσεις ανά πεδίο χωροθετικής διάταξης σελ.58-59
- 1.1.2 Κατηγορία είδησης ανά τύπο τίτλου σελ. 59-60
- 1.2 Η περίπτωση της «ΕΤ»
- 1.2.1 Ειδήσεις ανά πεδίο χωροθετικής διάταξης σελ. 61-62
- 1.2.2 Κατηγορία είδησης ανά τύπο τίτλου σελ. 62

1.3.	Η περίπτωση της «Κ»	
1.3.1	Ειδήσεις ανά πεδίο χωροθετικής διάταξης	σελ.63-64
1.3.2	Κατηγορία είδησης ανά τύπο τίτλου	σελ.64-65
1.4	Συγκριτική εξέταση των εφημερίδων με βάση τη θεματική κατηγοριοποίηση των τίτλων	σελ.65-67

Δ' κεφάλαιο

1.	Ο πολιτισμός στη «Ν»	
1.1	Η πολιτιστική είδηση στο πρωτοσέλιδο της «Ν»	σελ.68-69
1.2	Οριοθέτηση της πολιτιστικής είδησης	σελ. 69-71
2.	Ο πολιτισμός στην «ΕΤ»	
2.1	Η πολιτιστική είδηση στο πρωτοσέλιδο της «ΕΤ»	σελ.71-72
2.2	Οριοθέτηση της πολιτιστικής είδησης	σελ.72-74
3.	Ο πολιτισμός στην «Κ»	
3.1	Η πολιτιστική είδηση στο πρωτοσέλιδο της «Κ»	σελ. 75-76
3.2	Οριοθέτηση της πολιτιστικής είδησης	σελ. 76-77
4.	Συγκριτική εξέταση των τριών εφημερίδων	σελ. 78
	Επίλογος	σελ.79-80

	Βιβλιογραφία	σελ. 81-82
	Παράρτημα συνεντεύξεων	σελ.83-94

Εισαγωγή

Παρά τη διαρκώς αυξανόμενη χρήση των πολυμέσων στον τομέα της ενημέρωσης, η αναγνωσιμότητα των εφημερίδων εξακολουθεί να κυμαίνεται, σχετικά, σε υψηλά επίπεδα, που επιτρέπουν όχι μόνο τη βιωσιμότητά τους, αλλά και την πρόσκτηση κέρδους¹. Η αγορά και η ανάγνωση της εφημερίδας αποτελεί καθημερινή πρακτική ενός «μαζικού» κι, επομένως, «πολυμορφικού» κοινού. Ο δημοσιογραφικός οργανισμός, αφενός, διαμορφώνει τα θέματα που θα απασχολήσουν τους αποδέκτες-αγοραστές στην καθημερινότητά τους και, αφετέρου, επιλέγει εκείνα τα θέματα που θεωρεί ότι αφορούν άμεσα τον «ιδανικό δέκτη»².

Προκειμένου το ενδιαφέρον του κοινού να παραμένει αμείωτο, η εφημερίδα, ως επιχείρηση, είναι επόμενο να συνάδει με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των αναγνωστών. Η εν λόγω πρακτική γίνεται περισσότερο ορατή στο πρωτοσέλιδο, το οποίο, ως βιτρίνα της εφημερίδας, συμπυκνώνει, κατά μία έννοια, τόσο τις δημοσιογραφικές αξίες που διέπουν τον οργανισμό, όσο και την αντίληψη που έχει ο οργανισμός για το ιδεατό κοινό του. Τα θέματα που εισάγονται στο πρωτοσέλιδο, με τη μορφή τίτλων, είναι εκείνα που θεωρεί η εφημερίδα ότι απασχολούν, πρωτίστως, τον «ιδανικό» δέκτη, ώστε να διασφαλίσουν ότι εκείνος θα οδηγηθεί με μεγαλύτερη ευκολία στον επιδιωκόμενο στόχο, δηλ. στην αγορά του φύλλου.

Τα θέματα που αναδεικνύονται, τόσο στα εσωτερικά φύλλα, όσο και στην πρώτη σελίδα, επιλέγονται σε καθημερινό επίπεδο από μια ευρεία γκάμα ενοτήτων, όπως η πολιτική, η κοινωνία, η οικονομία, ο πολιτισμός, ο αθλητισμός, τα διεθνή ζητήματα και η επιστήμη. Μέσα από την επιλεκτική ιεράρχηση των ειδήσεων από τους διάφορους τομείς, διαμορφώνεται η επικαιρότητα της ημέρας και αποφασίζεται ποιες ειδήσεις θα διοχετευτούν και θα απασχολήσουν το κοινό και ποιες όχι. Μάλιστα, οι τίτλοι ειδήσεων που στεγάζονται στο πρωτοσέλιδο καθορίζουν, ως ένα βαθμό, αν ο αναγνώστης δηλώσει ενδιαφέρον προς αγορά ή όχι.

Η εν λόγω εργασία φιλοδοξεί να ανιχνεύσει την παρουσία της πολιτιστικής είδησης στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων. Πιο συγκεκριμένα, έχοντας ως άξονα τα πρωτοσέλιδα δύο «λαϊκών» εφημερίδων και μιας «ποιοτικής»³, επιχειρούμε να εξετάσουμε αν και σε ποιο βαθμό ο πολιτισμός εντάσσεται, στην πρώτη σελίδα των εφημερίδων υψηλής κυκλοφορίας, είτε σε εκείνες που εμφανίζουν ένα περισσότερο λαϊκό προφίλ, είτε σε εκείνες που απευθύνονται σ' ένα πιο εκλεπτυσμένο κοινό. Το

¹ Π.χ. το Μάρτιο του 2007 -που εξετάζουμε- πωλήθηκαν 3.452.249 φύλλα πρωινών εφημερίδων, 6.684.267 απογευματινών και 5.236.834 κυριακάτικων σύμφωνα με στοιχεία Ε.Ι.Η.Ε.Α.

² Βλέπε σελ. 10 για περαιτέρω

³ Βλέπε σελ. 11 για τη διάκριση

βασικό ζήτημα που τίθεται είναι αν ο πολιτισμός συνιστά ένα θέμα που μπορεί να «κατοικήσει» στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων και υπό ποιες συνθήκες. Μάλιστα, όπως διαπιστώσαμε στην πορεία, η οριοθέτηση της πολιτιστικής είδησης ποικίλει από εφημερίδα σε εφημερίδα, ανάλογα με τις δημοσιογραφικές αξίες που διέπει την κάθε μια. Τα επιμέρους ερωτήματα που τίθενται προς διερεύνηση είναι τα εξής:

- Η συχνότητα εμφάνισης της πολιτιστικής είδησης στο πρωτοσέλιδο διακρίνεται από συστηματικότητα ή χαρακτηρίζεται ως σποραδική; Τι ποσοστό καταλαμβάνει η πολιτιστική είδηση στην πρώτη σελίδα κάθε εφημερίδας;
- Αφού διέλθει τον πρώτο σκόπελο της μετάβασης από τις εσωτερικές σελίδες στο εξώφυλλο, σε ποια σημεία της χωροθετικής διάταξης του πρωτοσέλιδου τοποθετείται η πολιτιστική είδηση και γιατί; Ποιες είναι εκείνες οι δομές τίτλων που επιλέγονται για να την υποστηρίξουν;
- Έχοντας ως άξονα το πρωτοσέλιδο, με ποιο τρόπο οι δημοσιογραφικοί οργανισμοί αντιλαμβάνονται την έννοια της πολιτιστικής είδησης;
- Αν λάβουμε υπόψη μας το γεγονός ότι το πρωτοσέλιδο διαμορφώνεται με βάση το προφίλ των «ιδανικών αποδεκτών», η προβολή της πολιτιστικής είδησης, ή η παραγκώνισή της, σε τι είδους συμπεράσματα μας οδηγεί για την ταυτότητα του ιδεατού αναγνωστικού κοινού της εφημερίδας;

Στο α' κεφάλαιο, επιχειρούμε μια συνοπτική προσέγγιση της εφημερίδας ως γλωσσικού και, ταυτόχρονα, ως κοινωνικού φαινομένου. Αρχικά, ανιχνεύουμε τα κύρια χαρακτηριστικά των ΜΜΕ στη σύγχρονη εποχή και εξετάζουμε το δημοσιογραφικό λόγο σε σχέση με τα βασικά συστατικά της μαζικής επικοινωνίας, τον «πολυπρόσωπο» πομπό και τον «πολυμορφικό» δέκτη. Στη συνέχεια, διακρίνουμε τις εφημερίδες σε δύο κύριες κατηγορίες ανάλογα με το κοινό τους, τις «λαϊκές» και τις «ποιοτικές». Έπειτα, παρακολουθούμε με συντομία την εξελικτική πορεία του δημοσιογραφικού κειμένου και επικεντρώνουμε την προσοχή μας στον τίτλο. Ο τίτλος εκλαμβάνεται ως αυτόνομο μικροκείμενο, όπως ορίζει η Ανάλυση Λόγου, και παρατίθενται τα γλωσσικά χαρακτηριστικά, οι λειτουργίες και τα δομικά στοιχεία του. Τέλος, μελετούμε τον τίτλο σε σχέση με την έντυπη ειδησεογραφία, και ειδικότερα, με το πρωτοσέλιδο της εφημερίδας.

Στο β' κεφάλαιο, εισερχόμαστε στο ερευνητικό κομμάτι της εργασίας μας. Εξετάζουμε συγκριτικά τα πρωτοσέλιδα τριών εφημερίδων ευρείας κυκλοφορίας για τη χρονική περίοδο ενός μήνα, μεταξύ 5/03/2007 και 5/04/2007. Επιλέξαμε να μελετήσουμε το πρωτοσέλιδο δύο απογευματινών λαϊκών εφημερίδων, των Νέων («Ν») και του Ελεύθερου Τύπου («ΕΤ») και μιας πρωινής εφημερίδας «ποιότητας»,

της Καθημερινής («Κ»)⁴. Μελετήθηκαν συνολικά 26 πρωτοσέλιδα για κάθε λαϊκή εφημερίδα (βρέθηκαν 194 και 168 τίτλοι αντίστοιχα, σύνολο 362) και 22 πρωτοσέλιδα της «Κ»⁵ (σύνολο 354 τίτλοι). Αρχικά, διερευνούμε με μικροσκοπική ματιά, τα πρωτοσέλιδα των τριών εφημερίδων, ως προς τη δομή των τίτλων και ως προς τη χωροθετική τους διάταξη και, στη συνέχεια, προβαίνουμε σε συγκρίσεις μεταξύ των τριών εφημερίδων.

Στο γ' κεφάλαιο, προχωρούμε στη θεματική ταξινόμηση των τίτλων, ανάλογα με το περιεχόμενο της είδησης που μεταφέρουν. Έτσι, διακρίνουμε τις κατηγορίες της πολιτικής, της οικονομίας, της κοινωνίας, της διεθνούς ειδησεογραφίας, του πολιτισμού, του αθλητισμού και της επιστήμης. Έπειτα, μελετούμε τις θεματικές ενότητες, αφενός, σε σχέση με τη χωροθετική διάταξη του πρωτοσέλιδου της κάθε εφημερίδας και, αφετέρου, σε σχέση με τη δομή των τίτλων.

Στο δ' κεφάλαιο, εστιάζουμε την προσοχή μας στο θεματικό πεδίο του πολιτισμού. Μάλιστα, με βάση τις παρατηρήσεις μας, επιχειρούμε να προσδιορίσουμε την έννοια της πολιτιστικής είδησης, έτσι όπως την αντιλαμβάνεται κάθε εφημερίδα χωριστά. Τέλος, συνάγουμε συμπεράσματα για το target group της κάθε εφημερίδας.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι, σε διάσπαρτα σημεία της εργασίας, είναι δυνατό να παρατίθενται αποσπάσματα από τις συνεντεύξεις⁶ που μας παραχώρησαν ο κος Παντελής Καψής, εκδότης της «Ν», και ο κος Μιχάλης Κατσίγερας, υπεύθυνος για το πρωτοσέλιδο της «Κ»⁷.

Συνοψίζοντας τα πορίσματα της έρευνάς μας, διαπιστώνουμε ότι, τη χρονική περίοδο που εξετάζουμε, το θεματικό πεδίο του πολιτισμού εμφανίζεται με συστηματικότητα μόνο στο πρωτοσέλιδο της ποιοτικής «Κ». Μάλιστα, η σχετικά υψηλή συχνότητα εμφάνισης (14%) φανερώνει ότι η πολιτιστική είδηση αφορά τον αναγνώστη της «Κ» σε καθημερινό επίπεδο, έστω κι αν δεν κατέχει εξέχουσα θέση στο πρωτοσέλιδο. Σε αντίθεση, τα πρωτοσέλιδα των λαϊκών εφημερίδων χαρακτηρίζονται από χαμηλά ποσοστά εμφάνισης τίτλων περί «πολιτισμού» (κυμαίνονται γύρω στο 5%). Η σποραδική παρουσία της πολιτιστικής είδησης στα πρωτοσέλιδα των «Ν» και «ΕΤ» αποκαλύπτει ότι το πεδίο αυτό την υπό εξέταση χρονική περίοδο δεν εντάσσεται στα ζητήματα που απασχολούν άμεσα τον ιδεατό δέκτη τους, αλλά συγκαταλέγεται στα δευτερεύοντα και περιφερειακά θέματα. Βέβαια, οφείλουμε να επισημάνουμε ότι ο πολιτισμός δε συνιστά το μοναδικό πεδίο

⁴ Το κόστος του κάθε φύλλου είναι το ίδιο και για τις τρεις εφημερίδες (1 ευρώ)

⁵ Η «Κ» εμφανίζει μικρότερο αριθμό πρωτοσέλιδων γιατί δεν εκδίδεται Δευτέρα

⁶ Βλέπε παράρτημα για λεπτομέρειες

⁷ Ο «ΕΤ», λίγο μετά τη συγκέντρωση του υλικού μας άλλαξε ριζικά σελιδοποίηση, οπότε δεν απευθυνθήκαμε σε κάποιο υπεύθυνο πρωτοσέλιδου

που τυγχάνει «θεματικού παραμερισμού» από τις λαϊκές εφημερίδες, καθώς με τον ίδιο τρόπο αντιμετωπίζονται και άλλα περιφερειακά πεδία, όπως ο αθλητισμός και η επιστήμη. Σε κανένα πρωτοσέλιδο του δείγματος μας, το θεματικό πεδίο του πολιτισμού δεν κατόρθωσε να αποτελέσει πρώτη είδηση. Παρ' όλ' αυτά υπάρχουν περιπτώσεις, ιδίως σε πρωτοσέλιδα των «Κ» και «ΕΤ», όπου η πολιτιστική είδηση ευνοείται χωροθετικά και τυπογραφικά, ενώ, παράλληλα, το status της ενισχύεται σημαντικά από τη συνοδεία εικόνας.

Μελετώντας το περιεχόμενο των τίτλων περί πολιτισμού, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι κάθε εφημερίδα αντιλαμβάνεται διαφορετικά τον όρο πολιτιστική είδηση. Πιο συγκεκριμένα

- η «Ν» αντιλαμβάνεται την πολιτιστική είδηση, κυρίως, ως πληροφόρηση για τον τομέα της μόδας και, κατά δεύτερο λόγο, για τον κινηματογράφο. Επομένως, το «δυναμικό ακροατήριο» στο οποίο απευθύνεται, εμφανίζεται ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένο σε θέματα μόδας και lifestyle.
- η «ΕΤ» θεωρεί ότι πυρήνας της «πολιτιστικής είδησης» είναι η πληροφόρηση για ζητήματα που συνδέονται με την αρχαιότητα και τα μουσεία. Το «δυναμικό ακροατήριο» εμφανίζεται να έχει συναίσθηση της ιστορικής πορείας του Ελληνισμού και να ευαισθητοποιείται, ιδιαίτερα, σε θέματα της πολιτιστικής κληρονομιάς
- η «Κ» επιλέγει πολιτιστικές ειδήσεις που αφορούν τη λογοτεχνία, τις εκθέσεις και τα μουσεία, τον κινηματογράφο και τη μουσική, πράγμα που σημαίνει ότι ο ιδανικός δέκτης εμφανίζει ποικίλα πολιτιστικά ενδιαφέροντα, όπως η ανάγνωση βιβλίων, η επίσκεψη εκθέσεων και μουσείων, οι κινηματογραφικές προβολές, οι μουσικές εκδηλώσεις

Τέλος, σε αυτό το σημείο θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον κο Περικλή Πολίτη για τις συμβουλές του και το πολύτιμο υλικό που μας παραχώρησε, καθώς και την κα Κακαβούλια Μαρία για τη στήριξη και την ανεξάντλητη υπομονή της.

Α' Κεφάλαιο

1. Σύγχρονη εποχή και ΜΜΕ

Με τη μαζικοποίηση των μέσων ενημέρωσης κατά το 19^ο αι., εγκαινιάζεται μια νέα εποχή στον τομέα της πληροφόρησης. Οι εφημερίδες και τα περιοδικά αποτελούν, πια, τους «βασικούς δίαυλους της πολιτικής επικοινωνίας» (Πολίτης, 2001α) μεταξύ των κομμάτων και της αστικής τάξης, και απευθύνονται στην πολιτική ταυτότητα του αναγνώστη. Παράλληλα, με την εισβολή της διαφήμισης στον Τύπο, τα μεγάλα πρακτορεία ευθυγραμμίζονται με τους νόμους της αγοράς και της κατανάλωσης, λειτουργώντας ως πεδία προώθησης οικονομικών αγαθών. Η έλευση του ραδιόφωνου και, ειδικότερα, της τηλεόρασης κατά τον 20^ο αι. έδωσε σ' ένα μαζικό κοινό το δικαίωμα πρόσβασης στην ενημέρωση, «εκλαϊκεύοντας» τη μεταδιδόμενη πληροφορία. Πλέον, το μήνυμα εκλαμβάνεται ως προϊόν και οι δέκτες ως δυνητικοί αγοραστές - καταναλωτές.

Ο δημοσιογραφικός λόγος αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο της καθημερινότητάς των κοινωνιών δυτικού τύπου αφού, όπως επισημαίνει ο Lippmann⁸, ό, τι γνωρίζουμε για την κοινωνία μας ή καλύτερα για τον κόσμο τον οποίο ζούμε, το γνωρίζουμε από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Προκειμένου να συμβαδίσει με τις «ορέξεις» του ευρύ κοινού, ο λόγος των ΜΜΕ, σταδιακά, μετατοπίζεται από το πληροφοριακό στοιχείο στο διασκεδαστικό-ψυχαγωγικό. Σύμφωνα με το Fairclough (1995), με τη χρήση του ανεπίσημου και καθημερινού λόγου, η απόσταση μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής σφαίρας αμβλύνεται. Για παράδειγμα, η εφημερίδα, δεν αποτελεί μόνο πεδίο συνύπαρξης ποικίλων κειμενικών ειδών, αλλά, ταυτόχρονα, χαρακτηρίζεται από τη διακειμενική σύντηξή τους, γνωστή με τον όρο *infotainment* (Κακαβούλια:2001). Επιπλέον, έχει παρατηρηθεί ότι ο δημοσιογραφικός λόγος υποχωρεί προς όφελος της εικόνας και της διαφήμισης. Η δημιουργία οπτικών ερεθισμάτων έχει ως επιδίωξη, όχι μόνο να προκαλέσει το ενδιαφέρον του δέκτη, αλλά και να οδηγήσει σε επιθυμητές συμπεριφορές, όπως η αγορά. Βασικά συστατικά στοιχεία των σύγχρονων ΜΜΕ αποτελούν η ύπαρξη ενός πολυπρόσωπου πομπού, από τη μια, και ενός πολυμορφικού κοινού, από την άλλη.

⁸ Lippmann, W. (1988): Κοινή Γνώμη, μτφρ. Καραγιάννης Γιώργος, Αθήνα, εκδ. Κάλβος

2. Δημοσιογραφικός λόγος και πολυπρόσωπος πομπός

Στη σύγχρονη εποχή, ο δημοσιογραφικός λόγος συνιστά πολυσυλλεκτικό προϊόν ενός πολυπρόσωπου πομπού. Πιο συγκεκριμένα, το αρχικό κείμενο του δημοσιογράφου, μέχρι να λάβει την τελική του μορφή, «φιλτράρεται»⁹ από το εκδοτικό επιτελείο, είτε ως προς το περιεχόμενό του, είτε ως προς το ύφος του, προκειμένου να ευθυγραμμίζεται με τις ιδεολογικές επιταγές του εκδότη-ιδιοκτήτη. Το εκδοτικό επιτελείο, συνήθως, απαρτίζεται από τους αρχισυντάκτες, το διευθυντή σύνταξης ή το διευθυντή-εκδότη που επωμίζονται διαφορετικούς ρόλους και ευθύνες. Στην πραγματικότητα, η οργάνωσή του ποικίλει από εφημερίδα σε εφημερίδα. Το τελικό κείμενο, ωστόσο, εμφανίζεται με ενιαία μορφή, χωρίς να φέρει ανιχνεύσιμα ίχνη από τις διαδοχικές παρεμβάσεις. Όπως επισημαίνει χαρακτηριστικά ο Πολίτης (2001^α), ο επαγγελματικός δημοσιογραφικός λόγος ελέγχεται ως διαστρωματωμένος, δηλ. με επανεγγραφές, που υπονοούν ότι το είδωλο της πραγματικότητας που προβάλλεται από τα ΜΜΕ δεν είναι η πραγματικότητα "εκεί πέρα", αλλά η πραγματικότητα που κατασκευάζεται μέσα από κοινωνικές, επαγγελματικές και γλωσσικές πρακτικές της δημοσιογραφίας.

Διατυπώνοντας τη θεωρία παρουσίασης του εγώ (1981), ο Goffman¹⁰ υποστηρίζει ότι, κατά τη διάρκεια των καθημερινών μας επικοινωνιακών αλληλεπιδράσεων, διαπραγματευόμαστε ποικίλες πτυχές του εαυτού μας όπως οι ακόλουθες:

α. το ρόλο του εκφωνητή ή του συγγραφέα, δηλ. εκείνου που εκφέρει τον προφορικό λόγο ή παράγει το γραπτό λόγο

β. το ρόλο του δράστη, δηλ. το χαρακτήρα που ανήκει στο σύμπαν της αφηγούμενης πραγματικότητας

γ. το ρόλο του αυτουργού, δηλ. εκείνου του οποίου προβάλλονται οι ιδεολογικές θέσεις και πεποιθήσεις

Μελετώντας τον πολυφωνικό λόγο των ΜΜΕ, ο Bell (1991) εφαρμόζει το μοντέλο του Goffman στο δημοσιογραφικό λόγο και μάλιστα το επεκτείνει, αναδεικνύοντας το ρόλο του συντάκτη:

⁹ δηλ. εμπλουτίζεται, περικόπτεται ή παραμένει ως έχει

¹⁰ Σημειώσεις από παραδόσεις ανάλυσης λόγου

- στο ρόλο του αυτουργού (principal), τοποθετείται ο δημοσιογραφικός οργανισμός- επιχείρηση που υπηρετεί, πρωτίστως, οικονομικά συμφέροντα και προσβλέπει στην αύξηση του κέρδους. Ο οργανισμός επεμβαίνει ελάχιστα ως καθόλου στην παραγωγή του κειμένου, αλλά θέτει το βασικό πλαίσιο μέσα στο οποίο οφείλουν να κινούνται οι δημοσιογράφοι, καθώς και την κατευθυντήρια γραμμή που πρέπει να ακολουθούν, βάσει συγκεκριμένων ειδησεογραφικών αξιών που αντικατοπτρίζουν το πνεύμα του οργανισμού. Οι οργανισμοί τοποθετούνται πρώτοι στην κλίμακα των «πυλωρών», καθώς ελέγχουν τη ροή των πληροφοριών και αποφασίζουν για τη διέλευση τους (ή μη) από το σύνθετο πλέγμα των ποικίλων επικοινωνιακών αγωγών
- το ρόλο του συγγραφέα (author), επωμίζονται οι δημοσιογράφοι οι οποίοι αναλαμβάνουν τη συγγραφή κειμένων σε καθημερινό επίπεδο. Ωστόσο, όσα γράφουν εμφανίζουν την ιδιομορφία να αποτελούν, κατά μια έννοια, «ετερόφωτα» κείμενα, αφού οι δημοσιογράφοι, σπάνια, τυγχάνει να παρευρίσκονται ως αυτόπτες μάρτυρες στα γεγονότα που εκτυλίσσονται καθημερινά, ώστε να τα καταγράψουν «πρωτογενώς». Στην πραγματικότητα, παραθέτουν, άλλοτε σε μικρότερο κι άλλοτε σε μεγαλύτερο βαθμό, πληροφορίες που συγκεντρώνουν, κατά κύριο λόγο, από βασικές πληροφοριακές πηγές όπως τα διάφορα θεσμοποιημένα πολιτικά όργανα¹¹ ή τα διεθνή και τοπικά πρακτορεία ειδήσεων. Με άλλα λόγια, οι δημοσιογράφοι επιλέγουν τα στοιχεία που θα αξιοποιήσουν μέσα από την πληθώρα πληροφοριών που τους παρέχουν οι διάφορες πηγές και, στη συνέχεια, τα «αναπλαισιώνουν», έχοντας ως βάση το σύστημα αξιών και ιεραρχήσεων που διαπνέει κάθε εφημερίδα. Μάλιστα, συχνά, ενσωματώνουν το λόγο τρίτων στο λόγο τους, λειτουργώντας εν μέρει ως διαμεσολαβητές.
- το ρόλο του συντάκτη (editor), ο οποίος κινείται σε τρεις βασικούς άξονες: α. την παράλειψη, η οποία λαμβάνει χώρα μετά τη δημοσίευση και αφορά την εκ των υστέρων άσκηση κριτικής στα κείμενα β. την επιμέλεια, που επιτελείται πριν το στάδιο της δημοσίευσης με την αξιολόγηση τόσο του περιεχομένου όσο και του ύφους, διαδικασία κατά την οποία το κείμενο είναι δυνατό να υποβάλλεται σε ποικίλες τροποποιήσεις γ. την ερμηνεία, που αφορά την «αξία» που θα λάβει μια πληροφορία ανάλογα με τη θέση που θα τοποθετηθεί και τον τρόπο που θα παρουσιαστεί (τιτλοδότηση, μέγεθος, γραμματοσειρά κ.τ.λ.)
- το ρόλο των εμψυχωτών (animators), που αναλαμβάνουν τη «χειρωνακτική» πλευρά της δημοσίευσης αφού εργάζονται από τεχνολογική σκοπιά για τη μετάδοση της είδησης στο ευρύ κοινό

¹¹ υπουργεία, τοπική αυτοδιοίκηση, οργανισμοί κ.τ.λ.

3. Δημοσιογραφικός λόγος και πολυμορφικά ακροατήρια

Η μαζική επικοινωνία προϋποθέτει ένα πολυπληθές και πολυσύνθετο κοινό. Τα ακροατήρια των ΜΜΕ εμφανίζονται ως ετερόκλητες και μεταβαλλόμενες ομάδες ανθρώπων. Η αναπόφευκτη απόσταση μεταξύ πομπού και δέκτη δεν επιτρέπει την άμεση επικοινωνία, ούτε την ανατροφοδότηση των εμπλεκομένων, όπως συμβαίνει στην κατά πρόσωπο συνομιλία. Η συνθήκη αυτή έχει ως αποτέλεσμα ο πομπός να δημιουργεί μια «ιδεατή» αντίληψη περί κοινού, δηλ. να εφευρίσκει, κατά μία έννοια, ένα «φαντασιακό» συνομιλητή, κάνοντας υποθέσεις για τις κοινωνικές ταυτότητες και τα χαρακτηριστικά του, με συνέπεια να αναφερόμαστε, πλέον, σε «δυνητικά ακροατήρια».

Μόνο από post hoc έρευνες και μετρήσεις, μπορεί να συλλέξει ο δημοσιογραφικός οργανισμός ορισμένα απτά συμπεράσματα για το «ακροατήριό» του. Πιο συγκεκριμένα, ο Bell (1991) διακρίνει τέσσερις κατηγορίες κοινού

- α. το κοινό στο οποίο απευθύνεται η εφημερίδα, το λεγόμενο target group
- β. το κοινό που αναμένεται να διαβάσει την εφημερίδα, αλλά δεν είναι «στοχευμένο»
- γ. το κοινό που δεν αναμενόταν να διαβάσει την εφημερίδα
- δ. το κοινό που αναμενόταν να απέχει

Μάλιστα, θεωρεί ότι ο πομπός, για να είναι αρεστός, προσαρμόζει, πολλές φορές, το λόγο του σε εκείνον του δέκτη (audience design). Επομένως, οι διαφορές που εντοπίζονται στο περιεχόμενο, στις γλωσσικές επιλογές, στη χωροθετική διάταξη, στα οπτικά και τυπογραφικά στοιχεία μεταξύ των εφημερίδων, οφείλονται σε μεγάλο βαθμό, στη διαφορετική αντίληψη που έχει η κάθε μια για το «δυνητικό ακροατήριό» της.

4. Διάκριση των εφημερίδων με βάση το αναγνωστικό κοινό

Σύμφωνα με το βρετανικό πρότυπο¹², οι εφημερίδες, ανάλογα με το ύφος τους και το αναγνωστικό τους κοινό, διακρίνονται σε δύο είδη:

α. τις λαϊκές εφημερίδες (popular, down& mid market), που είναι μικρόσχημες και απευθύνονται στα χαμηλότερα κοινωνικά στρώματα. Χρησιμοποιούν καθημερινή και ευνόητη γλώσσα, έντονη εικονοποίηση και τυπογραφία. Καταφεύγουν, συχνά, στην επίκληση στο συναίσθημα του δέκτη και στον οπτικό εντυπωσιασμό, προκειμένου να δημιουργήσουν συγκινησιακή ατμόσφαιρα. Διακρίνονται από τοπικιστικό πνεύμα και χαρακτηρίζονται από το διαφημιστικό στοιχείο¹³.

β. τις εφημερίδες ποιότητας (quality - upmarket), που διακρίνονται για το κύρος και την αξιοπιστία ενημέρωσης που παρέχουν. Απευθύνονται σε ένα πιο μορφωμένο κοινό που περιλαμβάνει, τόσο τις μεσαίες, όσο και τις ανώτερες κοινωνικές τάξεις. Χρησιμοποιούν επίσημο λόγο και παραθέτουν τις ειδήσεις με λεπτομέρεια. Εμφανίζουν απλή σελιδοποίηση, χωρίς έντονα διακοσμητικά στοιχεία, ενώ είναι μεγάλος σχήμας¹⁴.

Ο Πολίτης (2001^a), με άξονα τον τρόπο που τα ΜΜΕ «σχεδιάζουν» τα ακροατήριά τους, διακρίνει τα μέσα σε

α. σε «έγκυρα», που σχεδιάζονται για μάλλον απαιτητικά "ακροατήρια", στοχεύουν κυρίως τον homopoliticus και προτιμούν μια υψηλή ποικιλία ύφους

β. σε «λαϊκά», που σχεδιάζονται για λιγότερο απαιτητικά "ακροατήρια" και στοχεύουν στην καταγωγήτευση του κοινού μέσα από το στοιχείο της διασκέδασης και την κυριαρχία της εικόνας

¹² Όπως αναφέρεται στο Bell:1991

¹³ Στο δείγμα μας, η «Ν», η «ΕΤ»

¹⁴ Στο δείγμα μας, η «Κ»

5. Η εξελικτική πορεία του δημοσιογραφικού κειμένου

Το δημοσιογραφικό κείμενο χαρακτηρίζεται από πολυτροπικότητα. Ωστόσο, η σελίδα της εφημερίδας, μέχρι να μετουσιωθεί σε μιντιακό κείμενο, γνώρισε ποικίλες μεταβολές που υπαγορεύτηκαν, τόσο από κοινωνικούς, όσο και από τεχνολογικούς παράγοντες. Στη συνέχεια, παρατίθενται περιληπτικά τα χαρακτηριστικότερα σημεία αυτής της σταδιακής πορείας, όπως αναφέρονται από το Lavoinnie (2004).

Η αφετηρία της εξελικτικής διαδικασίας τοποθετείται στις έντυπες περιοδικές εκδόσεις του 17^{ου} και 18^{ου} αι., τις λεγόμενες gazettes. Η εμφάνιση της περιοδικότητας σε αυτού του είδους τα έντυπα είχε ως συνέπεια τη σαφή διάκριση από το βιβλίο, αφενός, και, αφετέρου, την «κατάτμηση του φυσικού χρόνου σε κανονικά διαστήματα». Σε ένα αρχικό στάδιο, το οποίο διήρκεσε σχεδόν δύο αιώνες, οι gazettes ακολουθούσαν το επιστολικό πρότυπο, έχοντας ως βασική μονάδα σύνταξης την επιστολή, συνοδευόμενη από τις ενδείξεις τόπου, χρόνου και πηγής. Μάλιστα, η χωροθετική οργάνωση των εντύπων εξαρτάται από τη χρονολογική σειρά των επιστολών, που τηρείται αυστηρά. Ως αποτέλεσμα η είδηση εστιάζεται στο χωροχρόνο του αποστολέα της επιστολής.

Η μετάβαση από τις gazettes στο ενημερωτικό πρότυπο είδησης προϋπέθετε την αλλαγή της αρχιτεκτονικής του «εντύπου», πράγμα που επιτελέστηκε μέσα από τη δημιουργία θεματικών ενότητων, τις λεγόμενες «ρουμπρίκες». Με την εισαγωγή θεματολογίας, εγκαινιάζεται η λογική οργάνωση και η ομαδοποίησή των επιστολών, με βάση την κοινή θεματική. Όσον αφορά τη μορφή, χρησιμοποιούνται καινούργια τυπογραφικά σχήματα, οι στήλες αυξάνονται, ενώ αναδύονται νέες δημοσιογραφικές πρακτικές.

Η πιο σημαντική διαφοροποίηση αποτελεί η εμφάνιση του τίτλου, η οποία επήλθε με βραδείς ρυθμούς μέχρι τη συστηματοποίησή του στα τέλη του 19^{ου} αι. Η παρουσία του τίτλου οπτικοποιεί την είδηση και την καθιερώνει ως βασική μονάδα της εφημερίδας. Η ανάγνωση της σελίδας επιτελείται πάνω σε δύο άξονες

α. τη χωροθετική οργάνωση του λόγου που λαμβάνει χώρα στον κάθετο άξονα, με τη διαδοχή των στηλών

β. την καταγραφή της είδησης μέσα από την εκφορά λόγου στον οριζόντιο άξονα

Πλέον, η ανάπτυξη του οπτικού στοιχείου και η συνύπαρξή του με το λόγο θεωρείται δεδομένη, ενώ η εστίαση του ενδιαφέροντος επικεντρώνεται στον αναγνώστη.

6. Τίτλοι: γλωσσικά χαρακτηριστικά, λειτουργίες και δομή

Αρχικά, η γλώσσα των τίτλων μελετήθηκε από τη θεωρία της λογοτεχνίας. Οι τίτλοι των εφημερίδων δεν είχαν κατορθώσει να προσελκύσουν την προσοχή των γλωσσολόγων, καθώς τους εκλάμβαναν ως υποδεέστερη μορφή γλώσσας, μια «παρέκκλιση» από την πανίσχυρη νόρμα. Παρ' όλ' αυτά, τα τελευταία χρόνια, η έρευνα γύρω από τους τίτλους των εφημερίδων έχει αρχίσει να συστηματοποιείται και, σταδιακά, ν' ακολουθεί ανοδική πορεία. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον προκαλεί η εξέταση της διαχρονικής πορείας των τίτλων, αφού, μέσα από την εξέλιξή τους σε φόρμες με διαφορετικά στοιχεία¹⁵, διαφαίνεται ο δυναμικός τους χαρακτήρας.

6.1. Από την πλευρά της ανάλυσης λόγου

Από την πλευρά της ανάλυσης λόγου, οι τίτλοι συνιστούν «σχετικά αυτόνομα και νοηματικά συμπτωνώμενα μικροκείμενα», καθώς περιλαμβάνουν συγκεκριμένα μορφοσυντακτικά χαρακτηριστικά και λειτουργίες που τα διαφοροποιούν από τα υπόλοιπα είδη λόγου. Σημαντική αποτελεί η συμβολή της Simon-Vandenberg (1981), η οποία καταφεύγοντας σε γλωσσολογικά εργαλεία, κατατάσσει τους τίτλους των εφημερίδων στις «λειτουργικές ποικιλίες»¹⁶. Μάλιστα, τους διακρίνει σε δύο κατηγορίες

α. σε τίτλους «ειδησεογραφικού ύφους» (news style), που μεταφέρουν αμιγώς πληροφοριακό φορτίο

β. σε τίτλους «ελεύθερου ύφους» (free style), που πρωτίστως επιδιώκουν να εντυπωσιάσουν τον αποδέκτη

Συνοψίζοντας τα πορίσματα των επιστημονικών ερευνών (Simon-Vandenberg:1981, Mårdh:1980, Thogmartin:1991, Iarovici & Amel: 1989) συμπεραίνουμε ότι τα βασικά χαρακτηριστικά των τίτλων είναι τα εξής:

- το τηλεγραφικό ύφος, το οποίο πραγματώνεται μέσα από την έλλειψη κάποιου όρου της πρότασης

¹⁵ Π.χ. η τάση προς την οριζοντιοποίηση, η αλλαγή γραμματοσειράς, η εισαγωγή χρωμάτων

¹⁶ Ποικιλίες σύμφωνα με τη χρήση, η χρήση της γλώσσας ανάλογα με τους διαφορετικούς τύπους κοινωνικής δραστηριότητας

- η χρήση καθημερινού λεξιλογίου, ιδιωματικών εκφράσεων, λογοπαίγνιων, παρηχήσεων, μεταφορών και, γενικότερα, κάθε είδους ευρηματικότητα στην τιτλοδότηση
- η χρήση του ιστορικού ενεστώτα που προσδίδει μεγαλύτερη ζωντάνια και 'χρονική αοριστία' στην παρουσίαση μιας είδησης
- η ελευθερία στη σειρά των συντακτικών όρων
- η κυριαρχία των ονοματικών φράσεων
- η παθητικοποίηση
- η εξάρτηση από τυπογραφικούς περιορισμούς όπως περιθώρια, μέγεθος γραμμάτων, θέση, σελιδοποίηση κτλ.

Παράλληλα, ο τίτλος διακρίνεται από πολυλειτουργικότητα, αφού είναι δυνατό

- να εγείρει την προσοχή του δέκτη και να εξάπτει την περιέργειά του, δελεαστική λειτουργία
- να συνοψίζει με περιεκτικό τρόπο το κείμενο στο οποίο αναφέρεται, περιληπτική λειτουργία
- να εμπεριέχει το θεματικό του πυρήνα ή να επικεντρώνεται σε μια μόνο πτυχή της είδησης, πληροφοριακή λειτουργία
- να περιλαμβάνει πληροφορίες για το είδος και τη φύση του κειμένου, μεταγλωσσική- αυτοαναφορική λειτουργία
- να μεταφέρει τη στάση του πομπού είτε με άμεσο είτε με έμμεσο τρόπο, ιδεολογική/ αξιολογική λειτουργία
- να εντάσσεται στην κατευθυντήρια γραμμή του εντύπου και να ενισχύει τη φυσιογνωμία του, ενισχυτική λειτουργία
- να καθοδηγεί το δέκτη σε συγκεκριμένες «οδούς» ανάγνωσης, κατευθυντική- επιλεκτική λειτουργία
- σύμφωνα με τους Iaroneci & Amel (1989), θεμελιώδης λειτουργία του τίτλου αποτελεί η πραγματολογική, η οποία αφορά τη σχέση που συνάπτει με το δέκτη κι έχει ως στόχο την αφύπνιση της αναγνωστικής του περιέργειας μέσα από την ενεργοποίηση του ψυχολογικού μηχανισμού της επιθυμίας

Ωστόσο, οι παραπάνω λειτουργίες δεν επιτελούνται ταυτόχρονα, αλλά κάθε τίτλος είναι δυνατό να ενεργοποιεί μία ή περισσότερες λειτουργίες ανάλογα με το άμεσο ή ευρύτερο του κειμενικό περιβάλλον (Γούτσος & Γεωργακοπούλου:1999)

Όσον αφορά τη δομή, συχνά, ο τίτλος δεν εμφανίζεται με ενιαία γραμμική μορφή, αλλά αποτελείται από επίπεδα (decks). Σύμφωνα με τη Thogmartin (1991), το σύστημα των τίτλων¹⁷ περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες

α. το bandeau, δηλ. τον τίτλο που τοποθετείται στην κορυφή των εσωτερικών σελίδων

β. τον επίτιτλο που τοποθετείται πάνω από τον (κύριο) τίτλο και εισάγει το θέμα ή αναφέρεται σε προηγούμενα «επεισόδια» της ιστορίας

γ. τον (κύριο) τίτλο που εμφανίζει μεγαλύτερο και εντονότερο μέγεθος χαρακτήρων και προσελκύει την προσοχή του δέκτη σε μεγαλύτερο βαθμό από τους «δορυφόρους» του

δ. τον υπότιτλο που παρέχει πρόσθετες πληροφορίες και λειτουργεί στην ουσία όπως το καπέλο/ lead

Ο Lavoinnie (2004:93), επιχειρώντας να εντάξει στο πρότυπό του το καπέλο και να χαρτογραφήσει, συνολικά, το παρακείμενο¹⁸, υποστηρίζει ότι γύρω από την περιοχή του τίτλου, εμφανίζονται δύο είδη εκφοράς λόγου

α. εκείνες που δεν έχουν άλλο τελικό σημείο στίξης, εκτός από εκφραστικά σημεία (,,...,!) και εντάσσονται στο σύστημα τίτλων με τη στενή σημασία του όρου π.χ. τίτλος ρουμπρίκας, τίτλος, υπότιτλος, μεσότιτλοι

β. εκείνες που εμφανίζουν συνηθισμένη τελική στίξη π.χ. το καπέλο¹⁹

6.2 Από την πλευρά της δημοσιογραφικής πρακτικής

Υπάρχουν αρκετά μη-επιστημονικά εγχειρίδια που προσεγγίζουν τους τίτλους, μέσα από την οπτική γωνία των δημοσιογράφων και των εκδοτικών επιτελείων. Όπως

¹⁷ Αναφερόμαστε σε σύστημα τίτλων, γιατί η τιτλοδότηση μιας είδησης δε γίνεται, αποκλειστικά, μ' ένα γραμμικό τίτλο, αλλά μπορεί να εμφανίζει διάφορα επίπεδα στον κάθετο άξονα, όπως θα δούμε στις επόμενες ενότητες

¹⁸ βλέπε σελ. 17

¹⁹ βλέπε σελ. 17-18

θα φανεί παρακάτω, οι οδηγίες που υπαγορεύουν δεν απέχουν πολύ από τα πορίσματα της ανάλυσης λόγου. Τα εν λόγω βιβλία, συνήθως, γράφονται από καταξιωμένους δημοσιογράφους που επιθυμούν να αποτυπώσουν, μέσα από το γραπτό λόγο, την πείρα τους στο χώρο των ΜΜΕ. Στην πλειοψηφία τους περιλαμβάνουν διδακτικού χαρακτήρα οδηγίες προς τους επίδοξους δημοσιογράφους. Παρόλο που δεν πρόκειται για επιστημονικές προσεγγίσεις, κρίνουμε απαραίτητο να εξετάσουμε, έστω και με συντομία, τον τρόπο με τον οποίο αυτά τα εγχειρίδια πραγματεύονται το σύστημα των τίτλων, προκειμένου να σχηματίσουμε μια εικόνα «εκ των έσω». Σύμφωνα με δημοσιογραφικά εγχειρίδια, οι βασικές αρχές που πρέπει να τηρούν οι τίτλοι είναι οι εξής:

- α. να προσελκύει (να αιχμαλωτίζει) την προσοχή του αναγνώστη
- β. να δίνει περιληπτικά το νόημα της είδησης
- γ. να βοηθά τον αναγνώστη να αντιλαμβάνεται το περιεχόμενο της σελίδας
- δ. να αποδίδει τη «διάθεση» του κειμένου
- ε. να ενισχύει το γενικό τόνο της εφημερίδας
- στ. να ανταποκρίνεται στις τυπογραφικές δυνατότητες

Παρατηρούμε ότι τα δημοσιογραφικά εγχειρίδια προσδίδουν ιδιαίτερη έμφαση στην πρόκληση του ενδιαφέροντος του δέκτη και στην «παγίδευσή» του στην ανάγνωση της είδησης. Μάλιστα, εξαίρουν αυτή την παράμετρο των τίτλων με χαρακτηριστικές διατυπώσεις, όπως «η καλύτερη είδηση της ημέρας μπορεί να θαφτεί και οι αναγνώστες να μην την προσέξουν αν ο τίτλος της δεν τραβά την προσοχή και δεν πουλά». Αντίθετα, οι τίτλοι περιληπτικής απόδοσης εκλαμβάνονται ως απλοί πίνακες περιεχομένων που προσανατολίζουν το δέκτη στην επιλογή των ειδήσεων που θα διαβάσει, χωρίς να εμφανίζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον «ένας τίτλος που απλά αποδίδει το νόημα της είδησης ... δεν πρόκειται ποτέ να χειροκροτηθεί». Μάλιστα, θεωρούν ότι η συγγραφή ενός τίτλου συνιστά επίπονη διαδικασία που βασίζεται σε δύο κύρια σημεία

- α. στην επιλογή των λεπτομερειών που θα χρησιμοποιηθούν
- β. στην απόδοση του σωστού νοήματος σε αυτές τις λεπτομέρειες με τη χρήση των αναγκαίων λέξεων στο χώρο που διατίθεται

Παραθέτουν μια σειρά από κανόνες που πρέπει να ακολουθούνται για την επιτυχημένη συγγραφή τους π.χ. «φτιάξτε τον τίτλο σας από λέξεις-κλειδιά», «χρησιμοποιήστε λέξεις που υπάρχουν στην είδηση ή παραφράζοντάς τις», «προσπαθήστε να κερδίσετε το ενδιαφέρον του αναγνώστη», «να είστε σύντομοι», «μη γεμίζετε τις αράδες με περιττές λέξεις» κ.τ.λ.

6.3 Τίτλος και ειδησεογραφία στα πρωτοσέλιδα

Στην παρούσα εργασία, μελετούμε το σύστημα τιτλοδότησης του ειδησεογραφικού λόγου, αποκλείοντας τους τίτλους στα πρωτοσέλιδα που αφορούν τα υπόλοιπα είδη του δημοσιογραφικού λόγου, όπως το ρεπορτάζ, την έρευνα, τη συνέντευξη, το σχόλιο, το κύριο άρθρο, την κριτική κ.τ.λ.. Παράλληλα, δε μας αφορούν, τυχόν, τίτλοι που ανήκουν στο «εμπορικό» κομμάτι της εφημερίδας π.χ. ένθετα, cd, dvd.

Το ειδησεογραφικό κείμενο ακολουθεί το μοντέλο της ανεστραμμένης πυραμίδας, ενώ στην κορυφή του τοποθετείται ο τίτλος. Μάλιστα, πολύ συχνά, ο «ειδησεογραφικός» τίτλος συνοδεύεται από ένα σύντομο κείμενο σε μη πριμοδοτημένη τυπογραφικά μορφή που αποδίδει περιληπτικά την είδηση, το λεγόμενο καπέλο. Ο τίτλος μαζί με το καπέλο συναποτελούν το παρακείμενο («paratexte») του ειδησεογραφικού άρθρου. Για την ακρίβεια, ο όρος παρακείμενο εισήχθη ως λογοτεχνική έννοια από τον Genette (Frandsen, 1992) και δηλώνει το «κατώφλι» που πρέπει να διαβεί ο αναγνώστης προκειμένου να φτάσει στο κείμενο²⁰. Προσαρμοζόμενο στο λόγο των ΜΜΕ, το παρακείμενο απαρτίζεται από μια κορυφή, δηλ. τον τίτλο, και μια βάση, δηλ. το καπέλο.

Η Frandsen (1992), λαμβάνοντας υπόψη ότι ο συντάκτης του τίτλου και του καπέλου διαφέρει από εκείνον του κειμένου, υποστηρίζει ότι το «παρακείμενο» αποτελεί ένα σχετικά αυτόνομο μικροσύστημα που λειτουργεί ως πεδίο μεταξύ του αναγνώστη και του πομπού, και κινείται σε δύο σημειωτικούς άξονες, το γλωσσικό-κειμενικό και το χωροθετικό-τυπογραφικό

6.4 Το καπέλο

Εξετάζοντας το πρωτοσέλιδο, παρατηρούμε ότι το σύστημα των τίτλων, συχνά, «συγκατοικεί» με το καπέλο. Κατά τον Πολίτη, το καπέλο συνιστά ένα «κειμενικό υβρίδιο», το οποίο ακροβατεί μεταξύ του τίτλου και του αντίστοιχου άρθρου. Όσον αφορά την οριοθέτησή του, επικρατεί σύγχυση και ρευστότητα, αφού δε δίνεται ένας σαφής ορισμός που να μας καθοδηγεί με ακρίβεια. Το σημείο στο οποίο συγκλίνουν όλες, σχεδόν, οι έρευνες είναι το γεγονός ότι τοποθετείται σε συγκεκριμένη θέση και αποτελεί εισαγωγική περίληψη του άρθρου. Μάλιστα, η

²⁰ Για παράδειγμα, στην περίπτωση του βιβλίου, θέση παρακειμένου κατέχει ο τίτλος, τα προλογικά-εισαγωγικά σχόλια του συγγραφέα, οι αφιερώσεις κ.τ.λ.



έκτασή του εμφανίζει ποικιλία, καθώς μπορεί να κυμαίνεται από μια πρόταση ως μια σύντομη παράγραφο²¹. Επιπλέον, είναι δυνατό να πριμοδοτούνται τυπογραφικά οι αρχικές προτάσεις ή ακόμα και λέξεις του μητρικού άρθρου σχηματίζοντας το λεγόμενο «ψευδοκαπέλο».

Το καπέλο, που εμφανίζεται ήδη από το 19^ο αι., χαρακτηρίζεται από κανονικότητα στη μορφή, διαφοροποιείται τυπογραφικά από το υπόλοιπο άρθρο και τίθεται σε προκαθορισμένη επιφάνεια στην εφημερίδα. Μάλιστα, το σύστημα των τίτλων συμπεριλαμβάνοντας το καπέλο, αφενός, αποθαρρύνει το δέκτη από τη γραμμική ανάγνωση της σελίδας και, αφετέρου, δημιουργώντας τα κατάλληλα οπτικά ερεθίσματα, τον προσκαλεί σε «σηματοδότης» σε συγκεκριμένες αναγνωστικές οδούς.

Όπως επισημαίνει ο Bell (1991), το καπέλο («lead») αποτελεί το πιο διακεκριμένο είδος του δημοσιογραφικού λόγου. Μάλιστα, απαιτεί ιδιαίτερη συγγραφική δεξιότητα, αφού οφείλει να είναι αναγνωστικά ελκυστικό, εύστοχο και ευνόητο, ευανάγνωστο και σύντομο. Με άλλα λόγια, θα πρέπει να συμπυκνώνει τις βασικές δημοσιογραφικές αξίες στα όρια μιας πρότασης ή μιας παραγράφου.

Ως σύντομη περίληψη, το καπέλο συσχετίζεται άμεσα με το μητρικό του, δηλ. το σώμα του άρθρου. Μάλιστα, περιλαμβάνει εκείνες τις πληροφορίες της είδησης που, ιεραρχικά, εμφανίζουν μεγαλύτερη βαρύτητα κι επιλέγονται για να ενσωματωθούν σε αυτό. Ωστόσο, το καπέλο εμφανίζει σχετική αυτονομία, καθώς δε χρειάζεται να ανατρέξει κανείς στο κύριο άρθρο για να κατανοήσει την είδηση. Παράλληλα, ως συστατικό του παρακειμένου βρίσκεται σε άμεση σχέση με το σύστημα τίτλων που το συνοδεύει, αφού κι οι δυο «μηχανισμοί», αφενός, συνιστούν φορείς ενός κοινού τεμαχίου, δηλ. του πυρήνα της είδησης, και, αφετέρου, είναι δυνατό να μεταφέρουν συγκινησιακό φορτίο, προκειμένου να προσελκύσουν τον αναγνώστη. Ενδιαφέρον εμφανίζουν οι μετασχηματισμοί που επιτελούνται κατά τη μετάβαση από το άρθρο στο καπέλο και από το καπέλο στον τίτλο.

Το καπέλο, ανήκοντας στη ρητορική διάταξη της εφημερίδας, αποτελεί ένα ισχυρό μέσο πειθούς. Διακρίνεται για την παρακινητική γλώσσα που χρησιμοποιεί και, συχνά, καταφεύγει σε στρατηγικές διέγερσης των συναισθημάτων, όπως ο ανθρωποκεντρισμός, το απροσδόκητο, η αξιολόγηση κ.τ.λ.

²¹ συμμετρική με την έκταση του άρθρου, σύμφωνα με ορισμένα εγχειρίδια δημοσιογραφίας

Β' Κεφάλαιο

1. Το υλικό της έρευνας

Όπως προαναφέρθηκε, στη μελέτη μας διερευνούμε τα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων «Ν» και «ΕΤ», ως εκπροσώπους των λαϊκών εφημερίδων, και της «Κ», ως εκπρόσωπο των εφημερίδων ποιότητας, τη χρονική περίοδο μεταξύ 5/3/2007 ως 5/4/2007. Συγκεντρώθηκαν και μελετήθηκαν 26 πρωτοσέλιδα από κάθε λαϊκή εφημερίδα και 22 από την «Κ». Σε αυτό το κεφάλαιο, η προσοχή μας εστιάζεται στους τίτλους ειδήσεων, όσον αφορά τη δομή τους και τη χωροθετική διάταξη, αποκλείοντας τα υπόλοιπα είδη δημοσιογραφικού λόγου π.χ. κριτική, συνέντευξη, σχόλιο. Παρακάτω, παρατίθενται σύντομα ιστορικά στοιχεία για κάθε εφημερίδα (Ψυχγιός:2004).

- η «Ν»

Η απογευματινή μικρόσχημη εφημερίδα «Ν» ανήκει στο Δημοσιογραφικό Οργανισμό Λαμπράκη και κυκλοφόρησε για πρώτη φορά το 1931 με την ονομασία «Αθηναϊκά Νέα» -μετονομάστηκε το 1945 - ως αντίδραση στα σκανδαλοθηρικά έντυπα της εποχής²². Αρχικά, η «Ν» αποτελούσε εφημερίδα που απευθυνόταν στο αθηναϊκό αναγνωστικό κοινό, αλλά, σταδιακά, η εικόνα αυτή ανατράπηκε. Από το 2001, διευθυντής της εφημερίδας διατελεί ο Παντελής Καψής. Το δυναμικό της περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό συντακτών και αρθρογράφων. Άμεσο ανταγωνιστή της συνιστά η εφημερίδα Ελευθεροτυπία. Ιδεολογικά, τάσσεται στο χώρο του Κέντρου και της Κεντροαριστεράς.

- η «ΕΤ»

Εκδόθηκε το 1983 ως πραγματοποίηση του οράματος του Άρη Βουδούρη. Ενώ ξεκινά ως λαϊκή εφημερίδα που κλίνει προς το Πασόκ, στη συνέχεια, μετασχηματίζεται σε ιδιαίτερα μαχητική δεξιά εφημερίδα. Κατά μία έννοια, λειτουργεί ως «ημιεπίσημο» κομματικό όργανο της Νέας Δημοκρατίας. Μετά το θάνατο του Άρη Βουδούρη, η εφημερίδα κληροδοτήθηκε στο ίδρυμα «Λίλιαν Βουδούρη», ενώ σήμερα ανήκει στο ζεύγος Αγγελόπουλου.

²² «...εφημερίς όλων εκείνων που αποστρέφονται... την βάνανσον αισχρογραφίαν με μιαν λέξιν τον αχαλίνωτον κιτρινισμόν, την δημοσιογραφίαν ως ένα οιονδήποτε εμπόριον των τριόδων»

- η «Κ»

Η μεγαλόσχημη πρωινή εφημερίδα «Κ» κυκλοφόρησε για πρώτη φορά το 1919, ως αντιβενιζελική εφημερίδα, υπό τη διεύθυνση του Γεωργίου Α. Βλάχου, ενώ, σήμερα, ανήκει στο μεντιακό οργανισμό Αλαφούζου. Κατά τον Ψυχογιό, αποτελούσε πάντα «το έγκυρο φύλλο του συντηρητικού χώρου». Η καλή ποιότητα του χαρτιού, η ηπιότητα στην τιτλοδότηση, η περιορισμένη χρήση των εικόνων, η «υφολογική» διαφοροποίηση από το λαϊκό τύπο, το ειδικό ένθετο για την οικονομία συνιστούν μερικά από τα ιδιαίτερα γνωρίσματά της.

2. Το σύστημα τιτλοδότησης στο πρωτοσέλιδο

2.1.1. Σύστημα τιτλοδότησης στις εφημερίδες «Ν» και «ΕΤ». Ενδεικτική αναφορά.

Εξετάζοντας το υλικό μας, συμπεραίνουμε ότι οι δομικοί συνδυασμοί που εμφανίζονται στο πρωτοσέλιδο των δύο λαϊκών εφημερίδων είναι οι εξής:

1. τίτλος (Τ)
2. τίτλος-καπέλο (ΤΚ)
3. επίτιτλος-τίτλος (ΕΤ)
4. πλαγιότιτλος-τίτλος (ΠΛΤ)
5. τίτλος-υπότιτλος (ΤΥ)
6. επίτιτλος-τίτλος-καπέλο (ΕΤΚ)
7. τίτλος-υπότιτλος-καπέλο (ΤΥΚ)
8. επίτιτλος-τίτλος-υπότιτλος (ΕΤΥ)
9. πλαγιότιτλος-τίτλος-υπότιτλος (ΠΛΤΥ)
10. επίτιτλος-τίτλος-υπότιτλος-καπέλο (ΕΤΥΚ)
11. κεντρικός τίτλος (ΚΤ)

1. Ο τίτλος (T)

Αποτελείται από ένα μόνο επίπεδο και χαρακτηρίζεται από αυτοτέλεια, αφού δε συνοδεύεται από επί μέρους τίτλους-επίπεδα που, είτε συμπληρώνουν το νόημα του, είτε υποβοηθούν στην «ελκυστικότητα» του. Ο T καλείται, αφενός, να μεταφέρει το βασικό πληροφοριακό φορτίο της είδησης και, αφετέρου, να εγείρει στο δέκτη την προσδοκία ανάγνωσης, άλλοτε εστιάζοντας το βάρος τους στην πληροφορία, άλλοτε στη συγκινησιακή φόρτιση κι άλλοτε στο συνδυασμό και των δύο.

Την περίοδο της ερευνάς μας, ο T εμφανίζεται στη «N» σε ποσοστό 22% (42/194), ενώ στον «ET» καταλαμβάνει το 10% (10/168). Ο T δεν αφορά τις σημαντικότερες ειδήσεις του εντύπου, καθώς συνιστά τη λιγότερο «πριμοδοτημένη» κατηγορία. Μάλιστα, συχνά, εμφανίζονται στην περιφέρεια του πρωτοσέλιδου ή ακόμα και προς το κέντρο, προκειμένου να ευνοηθούν από τη χωροταξική τους τοποθέτηση.

Παράδειγμα:

Τίτλος	Ιστορία: τα ίδια έλεγε και το παλιό βιβλίο	«N» 13/03/07
--------	---	--------------

Στον παραπάνω T, γίνεται λόγος για τη συγγραφή των καινούργιων εκπαιδευτικών βιβλίων ιστορίας και επισημαίνεται η ομοιότητά τους με τα προηγούμενα. Ο αναγνώστης έρχεται απευθείας αντιμέτωπος με τον πληροφοριακό-αξιολογικό πυρήνα της είδησης. Αφού ο T δεν πριμοδοτείται τόσο από τη δομή του, επιλέγεται πλαίσιο και σχετικά μεγάλο μέγεθος γραμματοσειράς

Τίτλος	Η Εθνική της μόδας στο Ζάππειο	«ET» 19/03/07
--------	---------------------------------------	---------------

Με τη χρήση μιας μεταφοράς («εθνική της μόδας») στον T, ο αναγνώστης ενημερώνεται άμεσα, τόσο για την εν λόγω εκδήλωση, όσο και για το αξιόλογον της. Προκειμένου να πριμοδοτηθεί οπτικά, χρησιμοποιείται πλαίσιο και παχιά γραμματοσειρά.

2.Ο τίτλος- καπέλο (TK)

Στην περίπτωση αυτή, ο κύριος τίτλος συνοδεύεται από το καπέλο, που αποτελεί περιληπτική απόδοση της είδησης, και χαρακτηρίζεται από συντομία και σαφήνεια. Ο αναγνώστης διέρχεται από δύο στάδια: αρχικά, από τον κύριο τίτλο²³, που εγείρει την περιέργειά του σχετικά με το θέμα, και εν συνεχεία, από το καπέλο, που τον κατατοπίζει με την παροχή περισσότερων πληροφοριών για το γεγονός. Στο καπέλο, τις περισσότερες φορές, αποφεύγεται κάθε μορφής υπαινικτικότητα ή συνθηματικού λόγου, προκειμένου να ξεδιαλύνονται, τυχόν, απορίες που δημιουργήσε ο τίτλος.

Ως βάση του παρακείμενου, το καπέλο συνιστά φορέα του κεντρικού πληροφοριακού φορτίου της είδησης και εμπεριέχει στοιχεία προσανατολισμού²⁴, ώστε ο αναγνώστης να σχηματίζει μια ευκρινέστερη εικόνα περί τίνος πρόκειται. Μάλιστα, υπάρχει πιθανότητα πληροφορίες που είναι ήδη ενσωματωμένες στον τίτλο να επαναλαμβάνονται στο καπέλο σε μια λεπτομερέστερη μορφή, για να ικανοποιείται η περιέργεια του αναγνώστη. Συχνά, το καπέλο εμφανίζεται απογυμνωμένο από ρητό σχολιασμό ή αξιολόγηση και αποτελείται από ολοκληρωμένες φράσεις, ακόμα και σύνθετες, που είναι δυνατό να συνδέονται υποτακτικά. Επιπλέον, επικρατεί απόδοση της είδησης μέσα από ρηματική φράση, αφού δίνεται έμφαση στην κύρια ενέργεια ή πράξη. Ωστόσο, το καπέλο ενδέχεται να περιλαμβάνει πληροφορίες που δεν αναφέρονται στον τίτλο. Στην πλειοψηφία του υλικού μας, το καπέλο μαρκάρεται με τελική στίξη (.). Στη «N» καταλαμβάνει το 22% (43/194) των τίτλων, ενώ στην «ΕΤ» μόλις το 4% (7/168). Παραδείγματα:

Κύριος Τίτλος	Ανήλικος εμπλέκει και τρεις συγγενείς
Καπέλο	Τρεις ενήλικοι ήξεραν για τη δολοφονία του Άλεξ, υποστήριξε απολογούμενος ο Βορειοηπειρώτης κατηγορούμενος. «N»20/03/07

Στο παραπάνω παράδειγμα, ο κύριος τίτλος συνοψίζει τον κεντρικό πυρήνα της είδησης, χωρίς να αναφέρεται συγκεκριμένα περί τίνος πρόκειται. Η μετάβαση στο καπέλο «διαλευκαίνει» το γεγονός, αφού παρατίθεται η περίπτωση δηλ. η δολοφονία του Άλεξ, ενώ δίδονται περισσότερα στοιχεία της ταυτότητας του δράστη (από τον «ανήλικο» του τίτλου στον «απολογούμενο Βορειοηπειρώτη κατηγορούμενο» του καπέλου) και η κύρια πράξη του (...υποστήριξε). Το γεγονός ότι στο καπέλο δεν

²³ Ο κύριος τίτλος είναι το πιο ευνοημένο τυπογραφικά επίπεδο ενός τίτλου

²⁴ π.χ. ποιος, τι, πού, πότε

αναφέρεται ποιος είναι ο Άλεξ προϋποθέτει ότι η πληροφορία αυτή προϋπάρχει στις γνωστικές αποθήκες του αναγνώστη.

Κύριος Τίτλος	Βόλτα στην Αθήνα με δανεικό ποδήλατο
Καπέλο	Ένα πρόγραμμα... που «τρέχει» με ποδήλατο στους αρχαιολογικούς χώρους από το Θησείο μέχρι τον Κεραμεικό προωθεί η Γραμματεία Νέας Γενιάς και οκτώ Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις. «ΕΤ» 23/03/07

Στον κύριο τίτλο, η είδηση αναφέρεται με γενικό τρόπο, προκειμένου να εγείρει την επιθυμία του αναγνώστη για πιο λεπτομερή πληροφόρηση, η οποία και παρέχεται στο καπέλο.

3. Ο επίτιτλος-τίτλος (ΕΤ)

Στην προκειμένη κατηγορία, το σύστημα τιτλοδότησης περιλαμβάνει δύο επίπεδα, τον επίτιτλο και τον κύριο τίτλο. Ο επίτιτλος τοποθετείται πάνω από τον κύριο τίτλο και εισάγει τον αναγνώστη στην είδηση, παρέχοντας είτε γενικές πληροφορίες για το τι πρόκειται να ακολουθήσει, είτε συγκεκριμένα στοιχεία που αφορούν τα εμπλεκόμενα πρόσωπα ή το χωροχρονικό πλαίσιο της είδησης. Για παράδειγμα, όταν ο κύριος τίτλος αποτελεί απόσπασμα λόγου, στον επίτιτλο τίθεται ο παραγωγός του. Κατά συνέπεια, το πληροφοριακό υλικό που προκρίνεται στον επίτιτλο, είτε καθοδηγεί το δέκτη προς μια γενική θεώρηση της είδησης, είτε τον εντάσσει σε ορισμένες πτυχές της, λειτουργώντας ως ένα είδος προϊδεασμού.

Ο επίτιτλος, σε μεγάλο βαθμό, εμφανίζεται ως φορέας πληροφοριακού φορτίου αποκλειστικά, χαρακτηρίζεται από ηπιότητα στην έκφραση, δεν περιλαμβάνει περιττά στοιχεία ενώ, τις περισσότερες φορές στο υλικό μας, είναι μονολεκτικός. Ενδιαφέρον εμφανίζει το γεγονός ότι στο δείγμα των τριών εφημερίδων, ο επίτιτλος τίθεται πάντα σε κεφαλαία γράμματα.

Εξετάζοντας τα δεδομένα μας, διαπιστώνουμε ότι ως στόχος του επίτιτλου δεν προκρίνεται, τόσο η αιχμαλώτιση της προσοχής, όσο η μύηση του δέκτη στην είδηση και η ένταξη του σε ένα ευρύτερο νοητικό πλαίσιο, προκειμένου να μεταβεί με ασφάλεια και περισσότερη ευκολία στον κύριο τίτλο. Η εν λόγω λειτουργία του επίτιτλου μας παραπέμπει, κατά μια έννοια, στους τίτλους εξωφορικής αναφοράς,

όπως τους «βαφτίζει» ο Mouillad.²⁵ Αυτή η κατηγορία τίτλων ενεργοποιεί ένα σύνολο γνώσεων από τις γνωστικές αποθήκες του δέκτη που «αφορούν μια κατάσταση του εξωτερικού κόσμου», χωρίς να επηρεάζουν ή να καθορίζουν τη γλωσσική πραγμάτωση του τίτλου. Συνιστούν μια πράξη διευθέτησης της πραγματικότητας και μοιάζουν να αποτελούν ένα είδος τιτλοδότησης των τίτλων. Στη «N» εμφανίζεται σε ποσοστό 27% (52/194), ενώ στην ET καταλαμβάνει 15% (25/168).

Παράδειγμα:

Επίτιτλος	ΑΥΣΤΡΙΑ
Κύριος Τίτλος	Ψήφος και... στους 16άρηδες «ET» 15/03/07

Στο παραπάνω παράδειγμα, ο επίτιτλος εμφανίζει διττή λειτουργία: αφενός, προσανατολίζει το δέκτη σχετικά με το γεωγραφικό εντοπισμό της είδησης και, αφετέρου, τον ενημερώνει ότι πρόκειται για είδηση που αφορά τη «διεθνή ειδησεογραφία»

Ωστόσο, αν και λιγοστές, δε λείπουν οι περιπτώσεις που ο επίτιτλος μπορεί να λειτουργήσει ως δέλεαρ²⁶, προκαλώντας την απορία του αναγνώστη κι εξάπτοντας την περιέργεια του. Με τη χρήση μεγάλοστομων εκφράσεων και την εστίαση στο συγκινησιακό φορτίο, ο πομπός προκαταλαμβάνει το ενδιαφέρον του δέκτη και, κατά μια έννοια, διαβεβαιώνει, εκ των προτέρων, ότι ο κύριος τίτλος που ακολουθεί συμπυκνώνει μια είδηση, άξια να μονοπωλήσει το ενδιαφέρον του.

Παράδειγμα:

Επίτιτλος	ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΦΩΤΙΑ
Κύριος Τίτλος	Η Ακρόπολις διοικούσε το Ταμείο «N» 28/03/07

Η επιτελεστική πράξη «κατάθεση» συμπληρώνεται από τη μεταφορική χρήση της λέξης «φωτιά», προσδιορισμός που προδικάζει ότι η είδηση δεν αποτελεί μια

²⁵ Mouillad: «Γραμματική και ιδεολογία του τίτλου της εφημερίδας» ανέκδοτη μτφρ. του Π.Πολίτη

²⁶ η λειτουργία αυτή συναντάται στις λαϊκές εφημερίδες

συνηθισμένη πράξη, αλλά αφορά μια αξιολογή κατάθεση που εμφανίζει ιδιαίτερη βαρύτητα. Με αυτό τον τρόπο, η είδηση επενδύεται με σημαντικότητα, προκειμένου να αιχμαλωτίσει την προσοχή του δέκτη και να τον πείσει να τη διαβάσει.

4. Ο πλαγιότιτλος-τίτλος (ΠΛΤ)

Ο ΠΛΤ εμφανίζεται, αποκλειστικά, στη «Ν» σε ποσοστό 3% (5/194). Αποτελεί αντίστοιχη κατηγορία με τον ΕΤ, μόνο που στην προκειμένη περίπτωση, ο επίτιτλος τίθεται στα αριστερά του τίτλου, εξ ου και πλαγιότιτλος. Ο πλαγιότιτλος λειτουργεί ακριβώς, όπως ο επίτιτλος.

5. Ο τίτλος-υπότιτλος (ΤΥ)

Εντοπίστηκε μια περίπτωση ΤΥ στη «Ν», κατ' αποκλειστικότητα. Ο ΤΥ αποτελεί περισσότερο ευνοημένη κατηγορία από τον Τ, ενώ απολαμβάνει το ίδιο status προμοδότησης με τις υπόλοιπες «διστρωματικές» δομές (ΕΤ, ΤΚ). Οι λαϊκές εφημερίδες δεν εμφανίζουν ιδιαίτερη προτίμηση στη χρήση του υπότιτλου, με εξαίρεση την περίπτωση του ΚΤ (βλ. παρακάτω). Παραθέτουμε το μοναδικό παράδειγμα:

Κύριος Τίτλος	Νυχτερινή επιδρομή της ΔΕΗ
Υπότιτλος	ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΣΕ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΚΑΙ ΝΥΧΤΕΡΙΝΟ ΡΕΥΜΑ ΚΑΙ ΣΤΑ ΤΕΛΗ ΣΥΝΔΕΣΗΣ «Ν» 27 /03/07

Ο υπότιτλος, αφενός, αποσαφηνίζει τη μεταφορά «νυχτερινή επιδρομή» που περιλαμβάνει ο τίτλος (αυξήσεις... σε νυχτερινό ρεύμα) και, αφετέρου, παρέχει πρόσθετες πληροφορίες (... σε βιομηχανικό... και στα τέλη σύνδεσης)

6. Ο επίτιτλος-τίτλος-καπέλο (ΕΤΚ)

Ο ΕΤΚ συνιστά ένα συνδυασμό των κατηγοριών ΕΤ και ΤΚ, καθώς ο κύριος τίτλος συνοδεύεται από δύο «δορυφόρους». Η κατηγορία αυτή είναι πιο πριμοδοτημένη από τις προηγούμενες, αφού η είδηση «ξετυλίγεται» μέσα από τρία επίπεδα ανάγνωσης (τριστηρωματική): τον επίτιτλο, που εισάγει τον αναγνώστη σε ένα γενικότερο πλαίσιο, τον τίτλο που εξάγει το πληροφοριακό-αξιολογικό στίγμα της είδησης και ασκεί τη μεγαλύτερη οπτική «έλξη» στο δέκτη και, τέλος, στο καπέλο που παρέχει περισσότερες και πιο συγκεκριμένες πληροφορίες για το γεγονός. Η δομή αυτή εντοπίστηκε στη «Ν» σε ποσοστό 2% (4/194), ενώ στην ΕΤ καταλαμβάνει το 51% (85/168)

Παραδείγματα:

Επίτιτλος	Πασόκ
Τίτλος	Μεταδοτικός ο ιός Παγκάλου
Καπέλο	Νέο κρούσμα ανταρσίας στο Πασόκ. Ο Ντίνος Βρεττός συμφώνησε με τον Θόδωρο Πάγκαλο, τον οποίο προηγουμένως είχε αδειάσει ο Γιώργος Παπανδρέου. «ΕΤ» 15/03/07

Με τον επίτιτλο, παρέχονται πληροφορίες του πλαισίου της είδησης και, πιο συγκεκριμένα, ποιο «δράστη» αφορά. Ο κύριος τίτλος χρησιμοποιεί μια μεταφορά από την υγεία-ιατρική, για να αποδώσει χαρακτηριστικά της πολιτικής ζωής, προκειμένου να εξάψει την περιέργεια του αναγνώστη. Στο καπέλο, ωστόσο, η αναγνωστική «περιπέτεια» του δέκτη ολοκληρώνεται, καθώς το μυστήριο εξιχνιάζεται και το σημαινόμενο του τίτλου αποκαλύπτεται. Ιδιαίτερη αίσθηση προκαλεί η χρήση του ανεπίσημου καθημερινού λόγου («είχε αδειάσει»)

Επίτιτλος	ΣΗΜΑΔΙΑ ΕΚΤΟΝΩΣΗΣ
Κύριος Τίτλος	Η περιφρούρηση έδιωξε τους κουκουλοφόρους
Καπέλο	Οι φοιτητές περιφρούρησαν την πορεία απομακρύνοντας τους κουκουλοφόρους και η Αστυνομία απέφυγε αυτή τη φορά τα χημικά. «Ν» 16/03/07

Στο συγκεκριμένο παράδειγμα, ο επίτιτλος περιλαμβάνει ένα αξιολογικό σχόλιο που προϋποθέτει προηγούμενη γνώση (για να επέλθει εκτόνωση, έχει προηγηθεί ένταση).

Ο κύριος τίτλος συνοψίζει την πιο σημαντική διάσταση του γεγονότος χωρίς, ωστόσο, να αναφέρεται στο συγκεκριμένο συμβάν αυτό καθαυτό, ιδρύοντας μια σχέση αίτιου-αιτιατού (...περιφρουρήθηκε με συνέπεια να αποφευχθούν οι κουκουλοφόροι), από τη μία, και, από την άλλη, προκαλώντας ορισμένες εύλογες απορίες π.χ. τι ακριβώς ήταν αυτό που περιφρουρήθηκε, ποιος ήταν αυτός που το περιφρούρησε κ.λπ. Τέλος, στο καπέλο αποκαλύπτεται το κύριο συμβάν («πορεία») και οι δράστες («φοιτητές»), επαναλαμβάνεται το πληροφοριακό φορτίο του τίτλου σε ρηματική μορφή και δίδεται μια πρόσθετη παράμετρος- αξιολογικό σχόλιο του γεγονότος (*η Αστυνομία απέφυγε αυτή τη φορά τα χημικά*). Βοηθητικά, λειτουργεί και η εικόνα.

7. Ο τίτλος-υπότιτλος-καπέλο (ΤΥΚ)

Εμφανίζεται, αποκλειστικά, στην «ΕΤ» σε ποσοστό 3%. Και σε αυτή την περίπτωση, ο δέκτης καλείται να διέλθει από έναν τίτλο που διαθλάται σε τρία επίπεδα πληροφόρησης. Αρχικά, έρχεται αντιμέτωπος με τον έντονο τυπογραφικά τίτλο που αιχμαλωτίζει την προσοχή του, εγείρει την περιέργειά του και προκρίνει την ουσία του γεγονότος, όπως την αντιλαμβάνεται η εφημερίδα. Ακολουθεί ο υπότιτλος που οδηγεί τον αναγνώστη σε μια πιο κατατοπιστική παράμετρο της είδησης. Ο υπότιτλος χαρακτηρίζεται από πολυλειτουργικότητα, αφού είναι δυνατό να παρέχει πληροφορίες για ποικίλες πτυχές του γεγονότος (π.χ. το δράστη, το χωροχρονικό πλαίσιο), να δηλώνει το σκοπό του συμβάντος, να εμπλουτίζει την είδηση με αξιολογικά σχόλια, να επεξηγεί τον τίτλο με ρηματική δομή ή να αποκωδικοποιεί την υπαινικτικότητα του. Σε ορισμένες περιπτώσεις, μάλιστα, δίνει την εντύπωση ότι αποτελεί επέκταση του τίτλου. Τέλος, «καταφθάνει» στο καπέλο, όπου πληροφορείται για το συμβάν μέσα από μια πιο περιεκτική οπτική γωνία.

Παράδειγμα:

Κύριος τίτλος	Εμφύλιος στην Αριστερά
Υπότιτλος	ΚΚΕ κατά ΣΥΝ και άγριο ξύλο στις σχολές
Καπέλο	Απέρριψε η κ. Αλέκα Παπαρήγα την πρόταση του κ. Αλέκου Αλαβάνου να συζητήσουν τις εξελίξεις στα πανεπιστήμια, κατηγορώντας τον για μικροπολιτικές σκοπιμότητες. Αλλά και ο κ. Νίκος Κωνσταντόπουλος άφησε χτες εναντίον του αιχμές. «ΕΤ» 14/03/07

Ο κύριος τίτλος δίνει το γενικό πυρήνα της είδησης κι εγείρει την περιέργεια του δέκτη χρησιμοποιώντας μια μεταφορά από το πεδίο του πολέμου («εμφύλιος») προσαρμοσμένη στην πολιτική. Ο υπότιτλος, αποσαφηνίζοντας την αοριστία της μεταφοράς, παραθέτει τα δύο αντίπαλα «στρατόπεδα» («ΚΚΕ κατά ΣΥΝ») κι ένα πρόσθετο αξιολογικό-πληροφοριακό στοιχείο που δεν αναλύεται περαιτέρω («άγριο ξύλο στις σχολές»). Το καπέλο εξειδικεύει την είδηση με περισσότερες λεπτομέρειες, σχετικά με τη διαμάχη και τα εμπλεκόμενα πρόσωπα. Παρατηρούμε ότι το πληροφοριακό φορτίο από τον τίτλο στο καπέλο ακολουθεί αύξουσα πορεία.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η κατηγορία αυτή δεν παρουσιάζει υψηλή συχνότητα εμφάνισης, θα λέγαμε ότι ο υπότιτλος και το καπέλο δεν αρέσκονται τόσο στη «συγκατοίκηση» αφού, σε μεγάλο βαθμό, επιτελούν κοινές λειτουργίες και συνιστούν, κατά μία έννοια, αντικρουόμενα στοιχεία.

8. Ο επίτιτλος-τίτλος-υπότιτλος (ETY)

Εντοπίζεται, αποκλειστικά, στη «Ν» σε ποσοστό 2% (4/194). Αποτελεί και αυτή περίπτωση «τριστρωματικής» κατηγορίας, όπου ο δέκτης καλείται να διέλθει από τρία επίπεδα ανάγνωσης: αρχικά, μέσω του επίτιτλου, εισάγεται στο γενικότερο «πνεύμα» του γεγονότος ή πληροφορείται σχετικά με ένα στοιχείο προσανατολισμού, στο επόμενο στάδιο, μέσω του τίτλου, έρχεται αντιμέτωπος με το θεματικό κέντρο της είδησης και, τέλος, μέσω του υπότιτλου, ολοκληρώνεται η αναγνωστική «πορεία» του με πιο λεπτομερείς πτυχές της είδησης

Παράδειγμα:

Επίτιτλος	ΔΙΟΙΚΗΤΗΣ
Κύριος τίτλος	Αποπομπή με παρασκήνιο για τα ομόλογα
Υπότιτλος	ΓΑΛΑΖΙΕΣ ΒΟΛΕΣ ΚΑΙ ΣΕ ΚΑΡΑΜΑΝΛΗ

«Ν» 7/03/07

Στον επίτιτλο, σημειώνεται ο δράστης, ενώ στον κύριο τίτλο αναφέρεται το κύριο συμβάν («αποπομπή... για τα ομόλογα») με εξωτερικό αξιολογικό σχόλιο («με παρασκήνιο») που ενεργοποιεί το ενδιαφέρον του δέκτη για περαιτέρω ενημέρωση. Ο υπότιτλος προεκτείνει την πληροφοριακό φορτίο της είδησης.

9. Ο πλαγιότιτλος-τίτλος-υπότιτλος (ΠΛΤΥ)

Στην περίπτωση της «N» αποκλειστικά, είναι δυνατό να εμφανίζεται ο ΠΛΤΥ, όταν ο επίτιτλος τίθεται στην αριστερή πλευρά του τίτλου. Καταλαμβάνει το 2% του συνόλου των τίτλων (3/194) και λειτουργεί όπως η κατηγορία ΕΤΥ.

10. Ο επίτιτλος-τίτλος-υπότιτλος-καπέλο (ΕΤΥΚ)

Ο ΕΤΥΚ συνιστά την πιο πριμοδοτημένη μορφή τιτλοδότησης, καθώς ο πομπός, προκειμένου να παρουσιάσει την είδηση, εκμεταλλεύεται όλες τις δυνατές μορφές κι επίπεδα τίτλου σε συνδυασμό με το καπέλο. Εμφανίζεται σε ειδήσεις της «περιφέρειας»²⁷ του πρωτοσέλιδου που χαρακτηρίζονται από αυξημένη βαρύτητα.

Παράδειγμα

Επίτιτλος	ΝΕΑ ΚΑΤΑΘΕΣΗ
Κύριος τίτλος	Ξέραμε από πριν για τη μάχη
Υπότιτλος	Στη φυλακή ο πρώτος πρόεδρος Συνδέσμου
Καπέλο	Ονόματα και διευθύνσεις έδωσε στην κατάθεσή του ανήλικος χούλιγκαν για το έγκλημα της Παιανίας. Χθες έγινε η πρώτη προφυλάκιση ενώ οι έρευνες συνεχίζονται «ΕΤ» 3/04/07

Στο παραπάνω παράδειγμα, ο αναγνώστης καλείται να διέλθει από τέσσερα επίπεδα ανάγνωσης. Στον επίτιτλο, αναφέρεται η κύρια επιτελεστική πράξη συνοδευόμενη από τον πληροφοριακό-αξιολογικό προσδιορισμό «νέα» που εστιάζει στην ειδησεογραφική αξία της επικαιρότητας και προϋποθέτει την ύπαρξη προηγούμενων καταθέσεων, χωρίς να αναφέρεται με σαφήνεια η περίσταση. Στον κύριο τίτλο, επιλέγεται ένα απόσπασμα λόγου από την κατάθεση που εξαίρει την τραγική

²⁷ Περιφέρεια του πρωτοσέλιδου συνιστούν οι χώροι γύρω από τον κεντρικό τίτλο

διάσταση του συμβάντος και στοχεύει στη συναισθηματική διέγερση. Ο υπότιτλος περιλαμβάνει μια επιμέρους παράμετρο του συμβάντος, ενώ στο καπέλο αποκαλύπτεται το πλαίσιο («έγκλημα της Παιανίας») και παρέχονται περαιτέρω λεπτομέρειες.

11. Ο Κεντρικός Τίτλος (ΚΤ)

Η κατηγορία αυτή χρησιμοποιείται, κατά συντριπτική πλειοψηφία, για να αποδώσει τη σημαντικότερη είδηση του πρωτοσέλιδου²⁸. Καταλαμβάνει το 13% των τίτλων της «Ν» (26/194), ενώ στην «ΕΤ» κατέχει το 15% (26/168). Ο ΚΤ εμφανίζεται, κατά κύριο λόγο, ως μια σύνθετη μορφή ΕΤΥΚ και, ως φορέας της «ηγέτιδας» είδησης του πρωτοσέλιδου, κι επομένως του εντύπου, καταλαμβάνει τη μεγαλύτερη έκταση, το μεγαλύτερο μέγεθος και πάχος γραμματοσειράς. Οι υπόλοιποι τίτλοι μπροστά του μοιάζουν υποδεέστεροι και ήσσονος σημασίας. Μάλιστα συνοδεύεται από έντονη εικονοποίηση και, συχνά, περιλαμβάνει ένα σύνθετο πλέγμα υπότιτλων. Με άλλα λόγια, οι υπότιτλοι του ΚΤ μπορεί να εμφανίζουν σύνθετη δομή, αφού είναι δυνατό να αποτελούνται από διστρωματικές ή τριστρωματικές δομές τίτλων π.χ. τύπου ΕΤ, ΤΥ κ.τ.λ. Ο ΚΤ, μέσα από αυτό τον καταγισμό οπτικών ερεθισμάτων, προσελκύει και παγιδεύει την προσοχή του αναγνώστη ενώ, παράλληλα, αναδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο ο δημοσιογραφικός οργανισμός αντιλαμβάνεται και ιεραρχεί την επικαιρότητα.

Παράδειγμα:

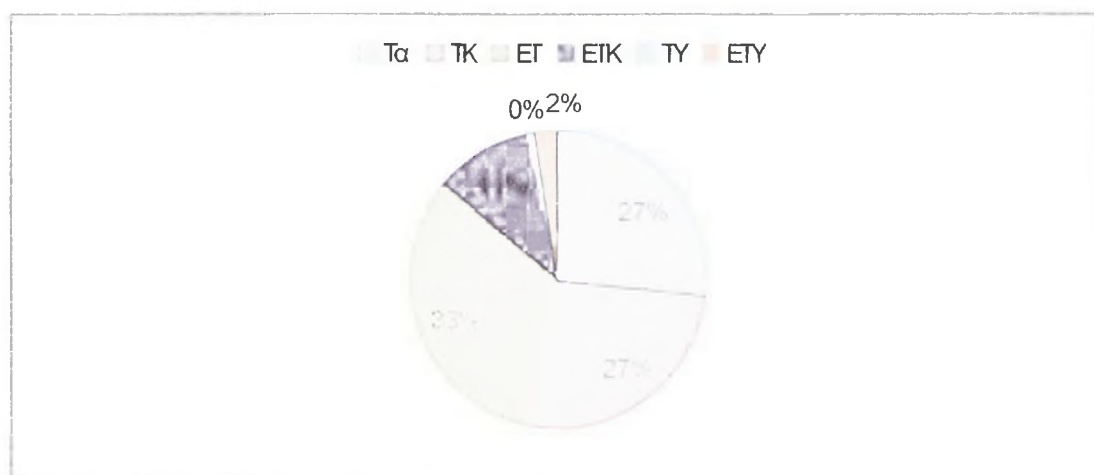
Επίτιτλος	Στημένο παιχνίδι οξύτητας καταγγέλλει το Πασόκ
Κύριος τίτλος	Χέρι, χέρι Πολύδωρας, κουκουλοφόροι
Καπέλο	Σε κόλαση μετατράπηκε το κέντρο της Αθήνας, με τους κουκουλοφόρους να δρουν ανενόχλητοι και την ΕΛ. ΑΣ. να ξυλοκοπεί ανηλεώς... διαδηλωτές και συνδικαλιστές
Πλέγμα υπότιτλων	1. Το μεγαλύτερο συλλαλητήριο στιγματίστηκε από την προβοκάτσια (Τ) 2. Β. ΠΟΛΥΔΩΡΑΣ Το σχέδιο πέτυχε (ΕΤ) 3. Γ. ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ Να φύγει ο επικίνδυνος και ακατάλληλος υπουργός (ΕΤ) «Ν» 9/03/07

Στο παραπάνω παράδειγμα, ο ΚΤ περιλαμβάνει τέσσερα επίπεδα. Αρχικά, εισάγεται με τον επίτιτλο, που εκφράζει μια επιτελεστική πράξη («καταγγέλλει») και

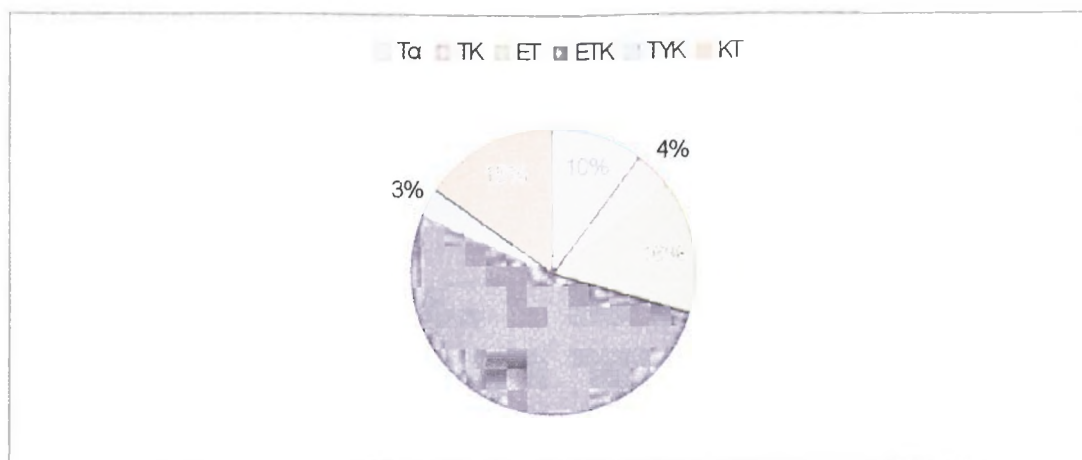
²⁸ Εμφανίζεται ένας ΚΤ ανά πρωτοσέλιδο

ενέχει αξιολόγηση του συμβάντος εκ μέρους του Πασόκ («στημένο παιχνίδι οξυτήτας»). Ακολουθεί ο κύριος τίτλος –μεγάλου μεγέθους και έντονης, παχιάς γραμματοσειράς- που δηλώνει με συνθηματικό τρόπο το περιεχόμενο της καταγγελίας, το οποίο φαίνεται να συμβαδίζει με τη γραμμή της εφημερίδας και συνιστά την πρώτη είδηση της ημέρας. Στο καπέλο, δίδονται οι βασικές πτυχές του συμβάντος, συνοδευόμενες από αξιολόγηση («σε κόλαση», «δρουν ανενόχλητοι», «ξυλοκοπεί ανηλεώς...»). Το πλέγμα των υπότιτλων αποτελείται από έναν Τ και δύο ΕΤ. Ο υπότιτλος-τύπου Τ επαναλαμβάνει τον αξιολογικό πυρήνα της είδησης με άλλη διατύπωση, ενώ οι υπότιτλοι-ΕΤ περιλαμβάνουν αποσπάσματα λόγου, που κρίνουν ότι αναδεικνύουν την κατάσταση. Ο ΚΤ καταλαμβάνει το μεγαλύτερο χώρο του πρωτοσέλιδου και συνοδεύεται από έντονη εικονοποίηση, με αποτέλεσμα να προσελκύει, πρώτος από τους υπόλοιπους τίτλους, το βλέμμα του αποδέκτη.

2.1.2 Σύγκριση της δομικής ανάλυσης των τίτλων στα πρωτοσέλιδα των λαϊκών εφημερίδων



Εικόνα 1 Δομική ανάλυση στους τίτλους της «N»



Εικόνα 2 Δομική ανάλυση στους τίτλους της «ET»

Εξετάζοντας, συγκριτικά, τη δομική κατανομή των τίτλων στα λαϊκά έντυπα, συμπεραίνουμε ότι²⁹

- το πρωτοσέλιδο της «N», κατά μέσο όρο, περιλαμβάνει περισσότερους τίτλους ειδήσεων από την «ET» (βρέθηκαν 194 τίτλοι έναντι 168 για τη χρονική περίοδο ενός μήνα, δηλ. 7,5 τίτλοι κατά μέσο όρο ανά πρωτοσέλιδο και 6,4 τίτλοι αντίστοιχα). Επομένως, στην «ET» προτιμάται οι τίτλοι να καταλαμβάνουν μεγαλύτερη έκταση, παρά να εμφανίζουν μεγαλύτερο πλήθος αν και η διαφορά δεν είναι, ιδιαίτερα, υψηλή.
- η «N» εκφράζει προτίμηση για τη δομική κατηγορία ET (27%, 43/194), και ακολουθούν ο TK (22%, 43/194) και ο T (22%, 42/194). Σε αντίστιξη, η «ET» προκρίνει, σε μεγάλο βαθμό, τη δομική κατηγορία ETK (51%, 85/168), ενώ έπεται, σε σχετικά μεγάλη απόσταση, η ET (15%, 25/168).
- παρατηρούμε ότι η «N» χρησιμοποιεί, στην περιφέρεια, τόσο τίτλους που εισάγονται με επίτιτλο (44%, 74/168), όσο και τίτλους που δε συνοδεύονται από επίτιτλο (56%, 94/168). Σε αντίθεση, η «ET» προσδίδει ιδιαίτερη βαρύτητα στην παρουσίαση της είδησης με επίτιτλο, αφού η συντριπτική πλειοψηφία των τίτλων (80%, 114/142) εισάγεται με τις δομές ET, ETK, ETY, ETYK. Θα λέγαμε ότι η προτίμηση αυτή υποδεικνύει ότι η «ET» θεωρεί

²⁹ Παρατίθεται ο αναλυτικός πίνακας

	T	TK	ET	ETK	TY	TYK	ETY	KT	ETYK	ΠΛΤ.(Υ)	Σύνολο
«ET»	15	7	23	89		5		26	4		168
«N»	42	43	32	17	1		4	26	1	8	194

σημαντική την παρουσία του επίτιτλου ως δομικού συστατικού, που προσελκύει τον αποδέκτη, προετοιμάζοντας κατάλληλα το «έδαφος» για τον κύριο τίτλο και καθοδηγώντας τον στην ανάγνωση της είδησης.

- η συχνότητα εμφάνισης του T στη «N» κυμαίνεται στο 22% (42/194), ενώ στην «ET» δεν ξεπερνάει το 10% (16/168), πράγμα που σημαίνει ότι η «N» θεωρεί την εν λόγω κατηγορία «ικανή» να αποτελέσει αυτόνομο φορέα είδησης, σε αντίθεση με την «ET», που, συχνά, αποφεύγει να της αναθέσει αυτό το «βάρος». Βέβαια, η προτίμηση αυτή, όπως προαναφέρθηκε, προέρχεται από το γεγονός ότι η «N» δεν πριμοδοτεί τόσο τους περιφερειακούς τίτλους από δομική άποψη, σε αντίθεση με την «ET» που διαθέτει περισσότερη έκταση για κάθε τίτλο ειδήσεων.
- οι μορφές ETY και TY απουσιάζουν εντελώς στην «ET», ενώ στη «N» χαρακτηρίζονται από αμελητέα, σχεδόν, συχνότητα εμφάνισης. Συνεπώς, οι κατηγορίες που εμφανίζουν πολύ μικρά ποσοστά εμφάνισης και στις δύο εφημερίδες είναι εκείνες που συνδυάζονται με υπότιτλο, εκτός από τον KT (δηλ. οι κατηγορίες TY, ETY, TYK). Αν λάβουμε υπόψη μας ότι καπέλα και υπότιτλοι αποτελούν, κατά μία έννοια, ανταγωνιστικά στοιχεία, στην άτυπη μάχη μεταξύ τους -με εξαίρεση τον KT- παρατηρούμε ότι υπερισχύουν τα καπέλα που μεταφέρουν περισσότερες και πιο αναλυτικές πληροφορίες. Η προτίμηση σε συνδυασμούς τίτλων με καπέλο καθιστά ευδιάκριτη μια τάση αντικατάστασης του υπότιτλου από το δυναμικό καπέλο.

2.1.3 Συνεχές δομικής συνθετότητας

Συνολικά, θα μπορούσαμε να εντάξουμε τις κατηγορίες δομικής ανάλυσης των τίτλων των λαϊκών εφημερίδων σε ένα συνεχές δομικής συνθετότητας, ανάλογα με τα επίπεδα δομής που εμφανίζουν. Στο αριστερό άκρο του συνεχούς, τοποθετείται η κατηγορία του T που εμφανίζει την απλούστερη δομή στο σύστημα τιτλοδότησης ενώ, στο δεξί άκρο, η κατηγορία του KT, που εμφανίζει την πιο σύνθετη δομή. Ενδιάμεσα, κατατάσσονται διαδοχικά – από αριστερά προς δεξιά – οι διστρωματικές δομές TK, ET, TY, ΠΑΤ, οι τριστρωματικές ETK, ETY, TYK, ΠΑΤΥ και η πολυστρωματική ETYK.

T TK.ET.TY.ΠΛΤ ETK.ETY. TYK. ΠΛΤΥ ETYK KT

Μονοστρω- διστρωματικές τριστρωματικές πολυστρωματικές
ματική

συνεχές δομικής συνθετότητας

	Μονοστρωματική	διστρωματικές	τρিসτρωματικές	πολυστρωματικές	Σύνολο
«ΕΤ»	16 (9,5%)	32 (19%)	90 (54%)	30 (18%)	168
«Ν»	42 (22%)	189 (32%)	23 (12%)	27 (14%)	194

Παρατηρούμε ότι στην «ΕΤ», την πρωτοκαθεδρία κατέχουν οι τριστρωματικές δομές, ενώ στη «Ν» οι διστρωματικές. Πιο συγκεκριμένα, στο πρωτοσέλιδο της «ΕΤ» η τριστρωματική κατηγορία ETK συνιστά τη μορφή με την πιο υψηλή συχνότητα εμφάνισης (51%), ενώ ακολουθεί η κατηγορία ET σε μικρότερο ποσοστό (15%). Θα λέγαμε ότι η «ΕΤ», μετά το κύριο δέλεαρ του ΚΤ, επιδιώκει να προσελκύσει το αναγνωστικό κοινό μέσα από μία σταδιακή «μύηση» στο σύμπαν της είδησης: από τη γενίκευση του επίτιτλου, στο «μερικό μέρος» του τίτλου και, από τον τίτλο, στο «ολικό μέρος» του καπέλου. Θα λέγαμε ότι, στο πρωτοσέλιδο, η «Ν» δεν ευνοεί ιδιαίτερα, τους περιφερειακούς τίτλους ειδήσεων, από πλευράς δομής, αφού καταφεύγει, κυρίως, σε διστρωματικά και μονοστρωματικά δομικά σχήματα. Η «απόσταση» μεταξύ των περιφερειακών τίτλων και του «ΚΤ» καθιστά σαφέστερη την ηγεμονία της πρώτης είδησης. Ως εκ τούτου, ο δέκτης, από πλευράς δομής τιτλοδότησης, προσανατολίζεται στην ανάγνωση του ΚΤ. Αντίθετα, η «ΕΤ» χρησιμοποιεί, σε μεγάλο βαθμό, τις τριστρωματικές δομικές κατηγορίες (54% έναντι 12% της «Ν»), οι οποίες βρίσκονται εγγύτερα στον ΚΤ στο συνεχές δομικής συνθετότητας. Μάλιστα, έστω και σε πολύ μικρό ποσοστό εμφάνισης, εντοπίζεται η χρήση πολυστρωματικών δομών, πέρα από τον ΚΤ (2% έναντι 0,5% της «Ν»). Επομένως, οι δομικές επιλογές στην περιφέρεια του πρωτοσέλιδου της «ΕΤ» -που δεν απέχουν από τον «ΚΤ», όσο εκείνες της «Ν»- προσδίδουν περισσότερο εύρος, πληροφοριακό ή αξιολογικό, στην είδηση που μεταφέρουν, παρέχοντας στον αναγνώστη τη δυνατότητα να αντλήσει περισσότερα στοιχεία για την κάθε είδηση.

Θα λέγαμε ότι η «Ν» ενδιαφέρεται να προσελκύσει το δυνητικό ακροατήριο, κατά πρώτο λόγο, μέσα από τη διαχείριση της πρώτης είδησης, θεωρώντας ότι ο ιδανικός δέκτης εστιάζει, πρωτίστως, την προσοχή του στο κύριο γεγονός της ημέρας. Αντίθετα, η «ΕΤ», χωρίς να λειτουργεί εις βάρος της κυρίαρχης παρουσίας του ΚΤ,

δίνει το δικαίωμα στον αναγνώστη να ενημερωθεί με μεγαλύτερη ευρύτητα και για την υπόλοιπη επικαιρότητα.

2.2 Σύστημα τιτλοδότησης στην εφημερίδα «Κ». Ενδεικτική αναφορά

Η «Κ» ανήκει στις έγκυρες-επίσημες εφημερίδες, καθώς απευθύνεται σε ένα κοινό που, σύμφωνα με έρευνες, επιδεικνύει οικονομική ευρωστία και υψηλό επίπεδο μόρφωσης. Ως μεγάλοςχημη ποιοτική εφημερίδα, απέχει σημαντικά από τη δομική κατηγοριοποίηση των δύο λαϊκών εντύπων που εξετάσαμε. Το σύστημα τιτλοδότησης δεν εμφανίζει ιδιαίτερη ποικιλία, αλλά διακρίνεται, γενικότερα, από σταθερότητα και επαναληψιμότητα στις δομές.

Το πρωτοσέλιδο περιλαμβάνει τίτλους οι οποίοι μπορεί να συνοδεύονται από εκτενείς αναφορές - περιληπτικά κείμενα, που περιγράφουν λεπτομερώς πτυχές της είδησης που προαναγγέλλουν οι τίτλοι. Τα κείμενα αυτά διαφέρουν από το καπέλο γιατί

α. δε χαρακτηρίζονται από συντομία, αλλά είναι εκτεταμένα

β. δε λειτουργούν με σχετική αυτονομία, αφού εξαρτώνται από το μητρικό άρθρο που τοποθετείται στο εσωτερικό της εφημερίδας (δε συνιστούν δηλ. τμήμα του παρακειμένου, αλλά κομμάτι του άρθρου που «τυγχάνει» να βρίσκεται στο πρωτοσέλιδο, επειδή πληρούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις). Παράλληλα, είναι δυνατό να εμφανίζουν παραγράφους.

Οι δομικές κατηγορίες στις οποίες εντάσσονται οι τίτλοι της «Κ» είναι οι εξής:

1. Τίτλος-Περίληψη (ΤΠ)
2. Τίτλος – Λεζάντα (ΤΛ)
3. Τίτλος-Υπότιτλος-Περίληψη (ΤΥΠ)
4. Κεντρικός Τίτλος (ΚΤ)
5. Επίτιτλος-Τίτλος-Περίληψη (ΕΤΠ)
6. Επίτιτλος- Τίτλος- Καπέλο (ΕΤΚ)
7. Καπέλο (Κ)

1. Ο τίτλος-περίληψη (ΤΠ)

Όταν ο τίτλος συνοδεύεται από ένα εκτεταμένο κείμενο-περίληψη της είδησης. Η περίληψη δεν καταλαμβάνει την ίδια έκταση ή τον ίδιο βαθμό λεπτομέρειας με εκείνο του αντίστοιχου άρθρου στις εσωτερικές σελίδες αλλά, εντούτοις, συνιστά ένα κείμενο που παρέχει μια περιεκτική πληροφόρηση για το συμβάν και κατατοπίζει τον αναγνώστη. Καταλαμβάνει το 3% του συνόλου των τίτλων (10/354)

Παράδειγμα:

Τίτλος	Γκρίζοι λύκοι στο πιλοτήριο
Περίληψη	«Εμείς βάζουμε τους κανόνες στο Αιγαίο», είναι το σύνθημα των πιλότων της 192 Μοίρας της τουρκικής αεροπορίας με έδρα το Μπαλικεσίρ. Οι πιλότοι της επιμένουν να λειτουργούν ως «Γκρίζοι λύκοι στο πιλοτήριο» και να αγνοούν επικίνδυνα κάθε κανόνα πλησιάζοντας τα ελληνικά αεροσκάφη πέρα από κάθε όριο ασφαλείας και εκτελώντας βίαιους ελιγμούς που αυξάνουν δραματικά τον κίνδυνο ατυχήματος. Η 192 Μοίρα, στην οποία ανήκε και το αεροσκάφος που συγκρούστηκε με εκείνο του ηρωικού σμηναγού Ηλιάκη, ενεργεί υπό τις άμεσες ευλογίες του αρχηγού της τουρκικής Αεροπορίας που επιμένει να μην συμμερίζεται τη γενικότερη διμερή προσπάθεια για μείωση της έντασης στο Αιγαίο. «Κ» 10/03/07

Ο τίτλος, που αντλείται αυτολεξεί από την περίληψη, δίνει το γενικό περίγραμμα της είδησης μέσα από μια μεταφορά, ενώ η περίληψη επεξηγεί τον τίτλο και παρέχει στοιχεία προσανατολισμού με λεπτομέρεια (ποιος, πού, τι, επιπτώσεις, σύνδεση με τα ελληνικά δεδομένα) για να κατατοπιστεί ο αποδέκτης.

2. Ο τίτλος-λεζάντα (ΤΛ)

Στην προκειμένη περίπτωση, οι τίτλοι ειδήσεων συνοδεύονται από εκτενή, ενίοτε, κείμενα-λεζάντες των εικόνων που παρατίθενται. Οι λεζάντες θα μπορούσαν

να ενταχθούν στην κατηγορία των περιλήψεων, καθώς συνιστούν κείμενα-φορείς πληροφοριακού φορτίου, αλλά, επειδή περιλαμβάνουν μεταγλωσσικά σχόλια που επεξηγούν ή συσχετίζονται με την εικόνα σαν να ήταν, κατά κάποιο τρόπο, και η εικόνα μέρος της είδησης, τις εντάσσουμε σε ξεχωριστή κατηγορία³⁰. Η δομή αυτή εμφανίζει δύο επίπεδα εξάρτησης α. με το μητρικό της κείμενο που βρίσκεται απομακρυσμένο στις εσωτερικές σελίδες και β. την εγγύς φωτογραφία. Ειδικά, όταν πρόκειται για τη μεγαλύτερη φωτογραφία του πρωτοσέλιδου, η εικόνα μοιάζει να είναι το κυρίαρχο στοιχείο και το κείμενο, απλά, συνοδευτικό- προσθετικό. Η δομή αυτή εμφανίζεται στο πρωτοσέλιδο της «Κ» σε ποσοστό 9% (35/354).

Παράδειγμα:

Τίτλος	«Οι γυναίκες στην εξουσία!»
Λεζάντα	Παγκόσμια ημέρα της γυναίκας σήμερα και η Νάνσι Πελόσι, όπως και οι Αγκέλα Μέρκελ, Σεγκολέν Ρουαγιάλ και Χίλαρι Κλίντον, δίνουν σάρκα, οστά και χαμόγελα στο σύνθημα της φωτογραφίας: «Οι γυναίκες στην εξουσία!» «Κ» 8/03/07

Ο τίτλος, που αντλείται αυτολεξεί από τη λεζάντα, δίνει τον κύριο θεματικό άξονα της είδησης. Η λεζάντα μας πληροφορεί για το χωροχρονικό πλαίσιο, αναφέρει παραδείγματα και λειτουργεί ως συνδετικός κρίκος του αναγνώστη με την εικόνα.

3. Ο τίτλος-υπότιτλος-περίληψη (ΤΥΠ)

Σε αυτή την κατηγορία, ο τίτλος αποτελείται από δύο επίπεδα και ταυτόχρονα, συνοδεύεται από εκτεταμένο κείμενο-περίληψη. Ο υπότιτλος τίθεται σε μικρότερη γραμματοσειρά από τον τίτλο, χωρίς έντονα γράμματα, και λειτουργεί όπως στις λαϊκές εφημερίδες (βλ. σελ.25) . Καταλαμβάνει το 21% των τίτλων (75/354)

Παράδειγμα:

Τίτλος	Οργή στη Σερβία για ανεξαρτησία Κοσόβου
Υπότιτλος	Η Ρωσία ζήτησε συνέχιση διαπραγματεύσεων και αντικατάσταση του μεσολαβητή
Περίληψη	Οργή προκάλεσε στο Βελιγράδι χθεσινό δημοσίευμα της γαλλικής «Μοντ», ότι ο διεθνής μεσολαβητής για το Κόσοβο, Μάρτι

³⁰ οφείλουμε να σημειώσουμε ότι οι περιλήψεις και οι λεζάντες δεν υπάγονται στο σύστημα τιτλοδότησης, αλλά τις εντάσσουμε «καταχρηστικά» στην ταξινόμησή μας λόγω της ιδιαιτερότητας του πρωτοσέλιδου της «Κ»

	Αχτισάρι προτείνει στην τελική του έκθεση για το καθεστώς της επαρχίας «ανεξαρτησία υπό διεθνή εποπτεία». Οιαδήποτε μορφή ανεξαρτησίας είναι απαράδεκτη, ήταν η πρώτη τοποθέτηση της Σερβίας. Η διαρροή στη «Μοντ» επιβεβαιώνει την πρόσφατη δήλωση του πρωθυπουργού του Κοσσυφοπεδίου, Αγκίμ Τσέκου, ότι η πρόταση «είναι ακριβώς όπως περιμέναμε», δηλαδή ικανοποιητική για τα αλβανικά αιτήματα. Πέραν της Σερβίας, πάντως, έντονα διαμαρτυρήθηκε για την κυοφορούμενη ανεξαρτησία και η Μόσχα, η οποία ζήτησε συνέχιση των διαπραγματεύσεων και αντικατάσταση του Αχτισάρι. Εν τω μεταξύ, το Βελιγράδι και την Πρίστινα επισκέπτεται ο πρόεδρος του Πασόκ Γ. Παπανδρέου με την ιδιότητά του ως πρόεδρος της Σοσιαλιστικής Διεθνούς. «Κ» 21/03/07
--	--

Ο τίτλος παρέχει τον πυρήνα της είδησης, ενώ ο υπότιτλος επισημαίνει μια σημαντική πτυχή της. Η περίληψη επεξηγεί τον τίτλο (70 λέξεις περίπου) και τον υπότιτλο (20 λέξεις περίπου). Η τελευταία παράγραφος της περίληψης δεν υπονοείται από τον τίτλο, αλλά, συνδυετικά, ενημερώνει για την επίσκεψη Γ. Παπανδρέου στις εμπλεκόμενες χώρες

4. Ο Τίτλος-Υπότιτλος-Περίληψη-Ενδιάμεσος Τίτλος (ΤΥΠΕ)

Εντοπίστηκαν ελάχιστες περιπτώσεις ΤΥΠ (0,6%), όπου το κείμενο της περίληψης διακόπτεται από έναν ενδιάμεσο τίτλο, μικρότερης γραμματοσειράς, που υποτάσσεται στον κύριο τίτλο. Ο ενδιάμεσος τίτλος δίνει έμφαση σε μια σημαντική πτυχή της είδησης, η οποία δεν κατόρθωσε να ενταχτεί στον τίτλο.

5. Ο Κεντρικός Τίτλος (ΚΤ)

Στο πρωτοσέλιδο της «Κ», ο ΚΤ εμφανίζεται με τη μορφή ΤΥΠ, αλλά, τυπογραφικά, συνιστά τον πιο διακεκριμένο τίτλο. Ο κύριος τίτλος τίθεται στη μεγαλύτερη γραμματοσειρά, μ' έντονα γράμματα, ενώ η περίληψη καταλαμβάνει τη μεγαλύτερη έκταση από τις υπόλοιπες του πρωτοσέλιδου. Ο ΚΤ, ένας ανά πρωτοσέλιδο, αποτελεί φορέα της πιο σημαντικής είδησης της ημέρας και αποκαλύπτει με ποιο τρόπο ο δημοσιογραφικός οργανισμός ιεραρχεί την επικαιρότητα. Βρέθηκαν περιπτώσεις ΚΤ (6/22 ΚΤ, 27%) που η περίληψη

διακόπτεται από έναν ενδιάμεσο τίτλο, ο οποίος συνοδεύεται από αντίστοιχο καπέλο (ΚΤΕ).

Παράδειγμα

Τίτλος	Ποιο είναι το εύρος του σκανδάλου των Ταμείων;
Υπότιτλος	Πιλάβιος: Παραβατική συμπεριφορά και από άλλες χρηματιστηριακές
Περίληψη	Αδιευκρίνιστη παραμένει η έκταση του σκανδάλου με τη διαχείριση των αποθεματικών των ασφαλιστικών Ταμείων. Ο πρόεδρος της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς, Αλέξης Πιλάβιος, ενημερώνοντας χθες στη Βουλή, αποκάλυψε ότι έχουν διαπιστωθεί παραβατικές συμπεριφορές, και από άλλες –πλην της «Ακρόπολις»- χρηματιστηριακές εταιρείες. Αν και αρνήθηκε να προβεί σε περισσότερες λεπτομέρειες, επικαλούμενος το απόρρητο των ερευνών, διαβεβαίωσε ότι «αν χρειαστεί, θα υπάρξουν και άλλες μηνυτήριες αναφορές», ενώ ανέφερε ότι οι συναλλαγές της «Ακρόπολις» με Ταμεία υπερβαίνουν τα 2 δις.ευρώ. Νέες διαστάσεις στο σκάνδαλο προσδίδουν και στοιχεία από τα οποία προκύπτει ότι την τελευταία διετία ευρεία χρήση των σύνθετων ομολόγων έχουν κάνει κατ' επανάληψιν συγκεκριμένα Ταμεία, αλλά και ότι άλλα επένδυσαν αποθεματικά σε εταιρικά θυγατρικών, που σύμφωνα με το νόμο απαγορεύεται. Η κυβέρνηση, πάντως, παρά το γεγονός ότι είναι προβληματισμένη για το εύρος που μπορεί να έχει η υπόθεση, επιμένει στη θέση ότι δεν υπάρχουν πολιτικές ευθύνες. Μιλώντας στη Βουλή, ο Υφυπουργός Οικονομίας Πέτρος Δούκας εξαπέλυσε δριμύτατη επίθεση κατά του ΠΑΣΟΚ και υπερασπίστηκε ως ιδιαίτερος επωφελές το ομολογιακό δάνειο των 280 εκατ. Ευρώ. Τόνισε επίσης ότι «η διαχείριση των αποθεματικών είναι αποκλειστική ευθύνη των διοικήσεων των Ταμείων».
Ενδ. Τίτλος	Τέλος προθεσμίας
Καπέλο	Εκπνέει σήμερα η προθεσμία που έχει δώσει η Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς στις 65 εγχώριες χρηματιστηριακές εταιρείες, προκειμένου να αποστείλουν τις συναλλαγές που έχουν πραγματοποιήσει εκτός της Ηλεκτρογενούς Δευτερογενούς Αγοράς Τίτλων σε ομόλογα από τις 1/1/2002 «Κ» 30/03/07

Ο τίτλος, με μια ρητορική ερώτηση, δίνει το στίγμα της είδησης. Ο υπότιτλος αναφέρει ένα απόσπασμα λόγου, το οποίο πιστοποιεί τις περαιτέρω προεκτάσεις του σκανδάλου. Η εκτενής περίληψη δίνει το πλαίσιο της είδησης με λεπτομέρεια. Ο ενδιάμεσος τίτλος χαρακτηρίζεται από ασάφεια, η οποία ξεδιαλύνεται στο καπέλο. Σε

αυτή την περίπτωση, θα λέγαμε ότι, κατά μία έννοια, ο ενδιαμέσος τίτλος λειτουργεί ως υπότιτλος του υπότιτλου.

6. Ο επίτιτλος-τίτλος-περίληψη (ΕΤΠ)

Σε αυτήν την περίπτωση, το σύστημα τίτλων είναι διστρωματικό, αφού ο κύριος τίτλος συνοδεύεται από επίτιτλο. Ο επίτιτλος τίθεται σε κεφαλαία γράμματα και λειτουργεί όπως στις λαϊκές εφημερίδες (βλ. σελ. 23). Καταλαμβάνει το 10% των τίτλων (36/354)

Παράδειγμα:

Επίτιτλος	ΜΕ ΤΟ ΑΥΡΙΑΝΟ ΣΥΛΛΑΛΗΤΗΡΙΟ
Τίτλος	Κορυφώνεται η σύγκρουση για την Παιδεία
Περίληψη	Όλα κατατείνουν ότι στο αυριανό συλλαλητήριο στο κέντρο των Αθηνών κορυφώνεται η σύγκρουση με άξονα τον νόμο για τα ΑΕΙ που ψηφίστηκε χθες από τη Βουλή. Την ώρα που η υπουργός Παιδείας Μαριέττα Γιαννάκου στέλνει μήνυμα ότι η πλειοψηφία τάσσεται υπέρ των ανοιχτών πανεπιστημίων και των αλλαγών, η Σύγκλητος του ΕΜΠ ζητεί απόσυρση του νόμου κρίνοντάς τον «ανεφάρμοστο». Ο σχεδιασμός της ΕΛ.ΑΣ για το συλλαλητήριο προβλέπει την ανάπτυξη περίπου 5.000 αστυνομικών με οδηγίες για αυτοσυγκράτηση και ψυχραιμία. Ένα πρόσθετο πρόβλημα για τις δυνάμεις της τάξεως είναι η ταυτόχρονη παρουσία και οι μετακινήσεις του προέδρου της Ρωσίας, Βλαντιμίρ Πούτιν, μεταξύ Ηρώδου Αττικού και Χίλτον. «Κ» 14/03/07

Ο επίτιτλος πληροφορεί για το χρόνο και το γεγονός, ενώ ο κύριος τίτλος για τις συνέπειες. Μοιάζει ότι επίτιτλος και τίτλος συναποτελούν μια πρόταση που κατατμήθηκε σε δύο επίπεδα. Η περίληψη μας πληροφορεί για το πλαίσιο και τις εκφάνσεις της είδησης με λεπτομέρεια.

7. Ο επίτιτλος-τίτλος-καπέλο (ETK)

Σε αυτή την κατηγορία, το σύστημα τίτλων εμφανίζει διστρωματική μορφή (ET) και συνοδεύεται από το καπέλο, που συναντήσαμε και στις λαϊκές εφημερίδες (βλ. σελ.22). Το καπέλο δεν είναι τόσο εκτεταμένο, ούτε υπεισέρχεται σε λεπτομερή απόδοση της είδησης, όσο η περίληψη. Καταλαμβάνει μόλις το 0,6% των τίτλων (2/354)

Παράδειγμα

Επίτιτλος	ΚΙΝΗΣΗ ΚΑΛΗΣ ΘΕΛΗΣΗΣ ΑΠΟ ΛΕΥΚΩΣΙΑ
Τίτλος	Χωρίς τοίχο η οδός Λήδρας
Καπέλο	Σε μια εκδήλωση καλής θέλησης η κυπριακή κυβέρνηση προχώρησε αιφνιδιαστικά προχθές το βράδυ στην κατεδάφιση του τοίχου του φυλακίου της Εθνικής Φρουράς στην οδό Λήδρας. «Κ» 10/03/07

Όπως παρατηρούμε, ο επίτιτλος αξιολογεί το γεγονός, ενώ ο τίτλος αναφέρει το γεγονός. Το καπέλο επεξηγεί τι συνέβη με συντομία.

8. Το καπέλο (Κ)

Το καπέλο που εμφανίζεται στο πρωτοσέλιδο της «Κ», ως φορέας είδησης, χαρακτηρίζεται από ιδιομορφία, καθώς δε συνοδεύεται από τίτλο, αλλά αποτελεί το ίδιο τόσο τη βάση όσο και την κορυφή του παρακειμένου. Εντοπίζονται δύο υποκατηγορίες καπέλου

α. καπέλα με άνω κάτω τελεία-colon (Κc)

Σε αυτήν την περίπτωση, το καπέλο διακρίνεται σε δύο μέρη με διαχωριστικό σημείο την άνω κάτω τελεία (colon). Η φράση πριν το σημείο στίξης πριμοδοτείται τυπογραφικά από έντονα στοιχεία, ώστε να τραβά την προσοχή του αναγνώστη. Είναι δυνατό να λειτουργεί, άλλοτε, να ανακοινώνει στον αναγνώστη τη θεματική ενότητα της είδησης και, άλλοτε, ως επίτιτλος, περιλαμβάνοντας πτυχές της είδησης όπως τον

πρωταγωνιστή, τον τόπο ή αξιολογικά σχόλια. Μάλιστα, μπορεί να επιτελεί, ταυτόχρονα, παραπάνω από μία λειτουργίες. Αποτελεί την επικρατούσα δομική κατηγορία, αφού εμφανίζεται σε ποσοστό 43% (151/354).

Παράδειγμα

Kc	Πορτογαλία: την άρση της μονιμότητας των δημοσίων υπαλλήλων εξετάζει η σοσιαλιστική κυβέρνηση του πρωθυπουργού Ζοζέ Σόκρατες «K» 9/03/07
----	--

Ο αναγνώστης ενημερώνεται για τη γεωγραφική τοποθέτηση της είδησης, ενώ, παράλληλα, την εντάσσει στη θεματική ενότητα «διεθνής ειδησεογραφία»

β. καπέλα με έντονη γραφή (bold) της αρχικής λέξης ή φράσης (Kb)

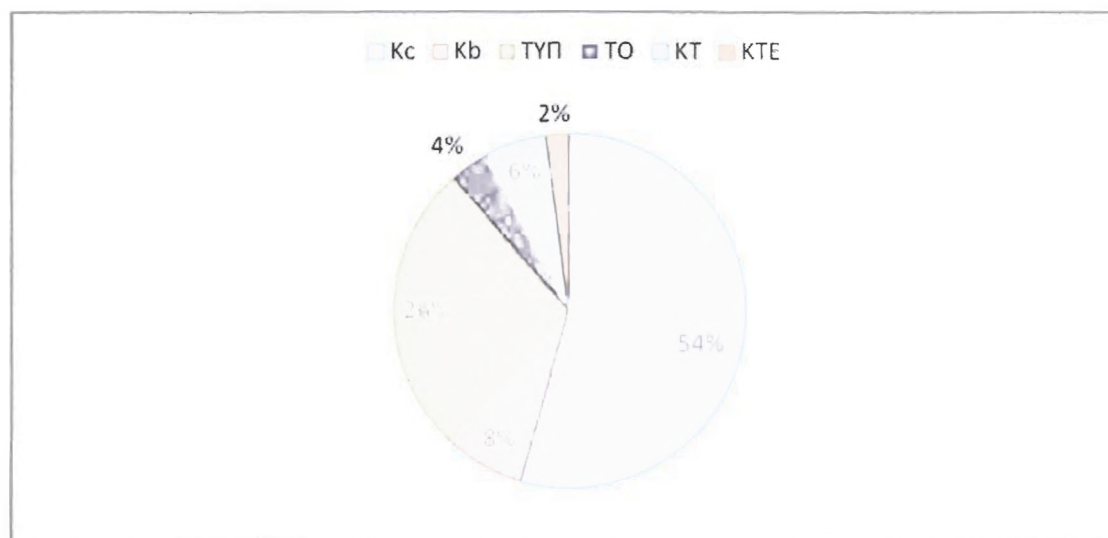
Σε αυτή την υποκατηγορία, χωρίς να υπάρχει διαχωρισμός με άνω κάτω τελεία, παρατηρείται η τυπογραφική προμοδότηση των πρώτων λέξεων με έντονη γραφή, προκειμένου να προσελκύσουν το δέκτη και να τον καθοδηγήσουν στην ανάγνωση του κειμένου. Καταλαμβάνει το 6% (21/354)

Παράδειγμα

Kb	Η Άγκυρα ανακοίνωσε χτες ότι θα προχωρήσει άμεσα στις έρευνες πετρελαίου στις «μεσογειακές της ακτές», ακόμα και έξω από τα 12 μίλια που θεωρεί ως χωρικά της ύδατα K» 30/03/07
----	---

Παρατηρούμε ότι το προμοδοτημένο στοιχείο, αφενός, κατατοπίζει το δέκτη για τη θεματική ενότητα που αφορά, καθώς το καπέλο μαρκάρεται ως φορέας μιας είδησης που αφορά τη γείτονα χώρα Τουρκία και, αφετέρου, παγιδεύει το βλέμμα του και το ωθεί να «γλιστρήσει» ανεμπόδια στο υπόλοιπο κείμενο.

Εξετάζοντας τις παραπάνω μορφές, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι στα καπέλα που παρατίθενται χωρίς να συνοδεύονται από την κορυφή του παρακειμένου δηλ. τον τίτλο, ανιχνεύεται μία τάση δημιουργίας τίτλου «εκ των έσω». Με άλλα λόγια, τμήμα από το ήδη υπάρχον υλικό του καπέλου ευνοείται τυπογραφικά, προκειμένου να υποκαταστήσει, κατά μία έννοια, το ρόλο του τίτλου. Αυτή την περίπτωση, δεν μπορούμε να τη θεωρήσουμε ως κατηγορία τίτλου αλλά, πλέον, αναφερόμαστε σε καπέλα με «ψευδοτίτλο».



Εικόνα 3 δομική ανάλυση στους τίτλους της "Κ"

Σε γενικές γραμμές³¹, θα λέγαμε ότι το πρωτοσέλιδο της «Κ», στη δεξιά πλευρά ευνοεί, ιδιαίτερα, τη μορφή ΤΥΠ, ενώ στην αριστερή, δηλώνει σαφή προτίμηση στον τύπο Kc. Μάλιστα, όπως έχει αναφερθεί, ο ΚΤ, ανήκει στην κατηγορία των ΤΥΠ, αλλά εμφανίζει πριμοδοτημένα τυπογραφικά και χωροθετικά στοιχεία π.χ. ο κύριος τίτλος διακρίνεται για την έντονη και μεγάλη σε μέγεθος γραμματοσειρά, μακροσκελή περίληψη κ.τ.λ. Η «επιμονή» της «Κ» στον ΤΥΠ για την παρουσίαση των πιο σημαντικών ειδήσεων του φύλλου στο κοινό, αναδεικνύει ότι η δομή αυτή κρίνεται από την εφημερίδα ως η πιο κατάλληλη για την προσέγγιση του αποδέκτη. Παράλληλα, όσον αφορά τις σύντομες ειδήσεις που στεγάζονται στη στήλη «Σήμερα», πιο κατάλληλο κρίνεται το «όχημα» του Kc.

31

	ΤΠ	ΤΥΠ	ΤΥΠΕ	ΚΤ	ΚΤΕ	ΤΑ	ΕΤΠ	ΕΤΚ	Kc	Kb	Σύνολο
«Κ»	10 (3%)	75 (21%)	2 (0,6%)	16 (4,5%)	6 (1,6%)	35 (9%)	36 (10%)	2 (0,6%)	151 (43%)	21 (6%)	354

2.3 Σύγκριση της δομικής ανάλυσης στις 3 υπό μελέτη εφημερίδες

Όπως διαπιστώνουμε από τα ποσοτικά συμπεράσματα, τα δύο «αντίπαλα στρατόπεδα» καταφεύγουν σε διαφορετικές στρατηγικές δόμησης του συστήματος των τίτλων. Κατά συνέπεια, συμπεραίνουμε ότι, αφενός, αντιλαμβάνονται με διαφορετικό τρόπο την τιτλοδότηση των ειδήσεων και, αφετέρου, διέπονται από διαφορετική στοχοθεσία.

Μια γενικότερη διαπίστωση είναι ότι τα πρωτοσέλιδα των «λαϊκών» εφημερίδων περιλαμβάνουν έντονη εικονοποίηση και τυπογραφική πριμοδότηση, ενώ η «Κ», χωρίς να παραγνωρίζει τη σημασία της εικόνας³², δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στο κείμενο. Αποφεύγοντας τη χρήση επιτηδευμένων τρόπων προσέλκυσης, ακολουθεί έναν πιο παραδοσιακό τρόπο σελιδοποίησης, που στοχεύει περισσότερο στο δέκτη ως αναγνώστη και όχι ως θεατή. Πιο συγκεκριμένα

- οι «λαϊκές» εφημερίδες χρησιμοποιούν ποικιλία δομικών συνδυασμών, σε αντίθεση με την «Κ», που μένει σταθερή σε λιγοστά και επαναλαμβανόμενα δομικά μοτίβα
- οι «λαϊκές» εφημερίδες θεωρούν, ιδιαίτερα, σημαντική την παρουσία του επίτιτλου στην τιτλοδότηση της είδησης (44% στη «Ν», 84% στην «ΕΤ»), σε αντίστιξη με την «Κ», που καταφεύγει στην εν λόγω δομή στη στήλη «Σήμερα» και, αποκλειστικά, στην «αναγγελία» των πρώτων ειδήσεων (10,6%) που εμφανίζονται πιο πριμοδοτημένες. Η «Κ», από την άλλη, δίδει ιδιαίτερη βαρύτητα στην παρουσία του υπότιτλου (το 53% των τίτλων του δεξιού μέρους περιλαμβάνουν υπότιτλο), σε αντίθεση με τις «λαϊκές» εφημερίδες, οι οποίες αν εξαιρέσουμε τον ΚΤ, πριμοδοτούν ελάχιστα τις κατηγορίες με υπότιτλο (μόλις το 4%). Στην πάλη μεταξύ καπέλου και υπότιτλου, στην περίπτωση της «Κ» υπερισχύει ο υπότιτλος. Το καπέλο απουσιάζει, ενώ τη «θέση» κάτω από τον τίτλο καταλαμβάνουν εκτενείς περιλήψεις, που παρέχουν περισσότερες πληροφορίες για το συμβάν και παραπέμπουν στα άρθρα των εσωτερικών σελίδων. Στις «λαϊκές» εφημερίδες, το καπέλο εμφανίζεται πάντα ως η βάση του παρακείμενου, ενώ, στην κορυφή

³² Όπως αναφέρει ο κος Κατσίγερας, Η Καθημερινή», δεν παραγνωρίζει την σημασία του εικαστικού στοιχείου, ιδιαίτερα στην εποχή της εικόνας, και στην πρώτη σελίδα της ιδιαίτερα της φωτογραφίας. Για το λόγο αυτό, κατά την τελευταία δεκαετία έχει καθιερώσει την καταχώρηση μεγάλης (συνήθως τετράστηλης) φωτογραφίας στο επάνω μισό της σελίδας, ενώ ο συνολικός αριθμός των φωτογραφιών της σελίδας αυτής είναι, κατά μέσον όρο τρεις, ενώ τα θέματα είναι περίπου είκοσι.

- του, τίθεται το σύστημα των τίτλων. Σε αντίθεση, η «Κ» εντάσσει στη στήλη «Σήμερα» καπέλα, χωρίς τη συνοδεία τίτλων.

Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ότι η ιδιαιτερότητα στο σχήμα του πρωτοσέλιδου παρέχει στην «Κ» το πλεονέκτημα να περιλαμβάνει, από τη μια, πλήθος τίτλων ειδήσεων, οι οποίοι εντοπίζονται, κυρίως, στη στήλη «Σήμερα» και, από την άλλη, να αφιερώνει αρκετή έκταση σε κάθε είδηση που εντάσσεται στη δεξιά πλευρά. Θα λέγαμε ότι η «Κ» παρέχει στον αναγνώστη μια πιο λεπτομερή πληροφόρηση για τα γεγονότα, ήδη από το πρωτοσέλιδο, ενώ οι λαϊκές εφημερίδες επιλέγουν να παρουσιάζουν μόνο τον πυρήνα της είδησης, προκειμένου ο αναγνώστης, αναζητώντας πρόσθετη πληροφόρηση, να οδηγηθεί στις εσωτερικές σελίδες.

Η διαφοροποίηση αυτή έγκειται, ενδεχομένως, στη διαφορετική αντίληψη που έχουν οι δημοσιογραφικοί οργανισμοί για την αναγνωστική διαδικασία του πρωτοσέλιδου. Οι «λαϊκές» εφημερίδες αφιερώνουν περισσότερο χώρο στον ΚΤ, ενώ οι υπόλοιποι τίτλοι ειδήσεων χαρακτηρίζονται από συντομία και μικρή έκταση. Ο «ιδανικός δέκτης» των λαϊκών εφημερίδων φαίνεται να προτιμά να ενημερώνεται από το πρωτοσέλιδο με πιο εκτενή τρόπο για τη σημαντικότερη είδηση της ημέρας, ενώ για την υπόλοιπη επικαιρότητα πληροφορείται σπερματικά, χωρίς πολλές λεπτομέρειες. Το εξώφυλλο των λαϊκών εφημερίδων θα λέγαμε ότι συστεγάζει μια σειρά τίτλων- διαφημιστικών σποτ που διαφημίζουν τις εσωτερικές σελίδες, με σαφή κυρίαρχο αυτόν που αναφέρεται στην πρώτη είδηση. Αντίθετα, το πρωτοσέλιδο της «Κ» παρέχει στον αναγνώστη τη δυνατότητα να ενημερωθεί με περιεκτικότερο τρόπο για την κάθε είδηση, παρατείνοντας την αναγνωστική διαδικασία, προς όφελος της σφαιρικότερης ενημέρωσης. Η εν λόγω επιλογή της «Κ», θα λέγαμε εντείνει την προσδοκία ανάγνωσης, όχι μέσα από την «απόκρυψη» πληροφοριών, αλλά μέσα από το φανέρωμά τους. Οι «ιδανικοί» δέκτες της «Κ» φαίνεται να αφιερώνουν χρόνο στην ανάγνωση του πρωτοσέλιδου, απολαμβάνοντας την τέρψη της ανάγνωσης. Σε αντίστιξη, εκείνοι των λαϊκών εφημερίδων, συγχρονισμένοι, ενδεχομένως, με τους γρήγορους ρυθμούς της καθημερινότητας, μοιάζουν να «βιάζονται» να διαβάσουν το πρωτοσέλιδο.

3. Η χωροθετική διάταξη του πρωτοσέλιδου

Κάθε πρωτοσέλιδο εμφανίζει τη δική του ιδιαίτερη ταυτότητα και αποτυπώνει το δικό του προσωπικό στίγμα σε κάθε αναγνώστη. Ωστόσο, μέσα από μια συγκριτική εξέταση των δεδομένων μας, διαπιστώνουμε ότι το πρωτοσέλιδο χαρακτηρίζεται από ορισμένα σημεία χωροθεσίας που επαναλαμβάνονται, θα λέγαμε, ως μοτίβα και μας επιτρέπουν να ομαδοποιήσουμε, ως ένα βαθμό, τις πρακτικές διάταξης και οριοθέτησής του που ακολουθεί κάθε εφημερίδα. Με τον όρο χωροθεσία, εννοούμε τις διάφορες θέσεις που είναι δυνατό να καταλαμβάνουν οι κατηγορίες τίτλων στο πρωτοσέλιδο, σε οριζόντια ή κάθετη διάταξη. Με άλλα λόγια, επιχειρούμε να συσχετίσουμε το «χωροθετική» διάταξη του πρωτοσέλιδου με τη δομή του συστήματος τιτλοδότησης, προκειμένου να ανιχνεύσουμε η δομή ενός τίτλου υπαγορεύει τη θέση του ή αντίστροφα.

3.1 Χωροθετική διάταξη στη «Ν» και συσχέτιση με τη δομή τίτλων

Ο τίτλος-ταυτότητα της εφημερίδας τίθεται στο κέντρο της κορυφής της σελίδας. Αναγράφεται με μπλε παχιά κεφαλαία γράμματα σε λευκό πλαίσιο και διαχωρίζεται από την υπόλοιπη σελίδα με μια ευθεία κόκκινη γραμμή. Στα αριστερά του, τοποθετείται η ημερομηνία έκδοσης και το κόστος της εφημερίδας³³. Στην περιοχή γύρω από τον τίτλο-ορόσημο, κατά κανόνα, δεν τοποθετούνται τίτλοι ειδήσεων³⁴, πράγμα που δίνει την εντύπωση ότι πρόκειται για χώρο που χαρακτηρίζεται από ένα είδος «ιερότητας». Ωστόσο, είναι δυνατό να «παραβιάζεται» άλλοτε λιγότερο και άλλοτε περισσότερο -κυρίως στα Νέα Σαββατοκύριακο- από εικόνες που αφορούν τα ένθετα της εφημερίδας ή ειδικά αφιερώματα π.χ. «Ανακαλύψτε την Ελλάδα», «Τα Νομικά Νέα», «Auto Νέα»

Το πρωτοσέλιδο της «Ν» εμφανίζει έντονη διάκριση μεταξύ αριστερού και δεξιού μέρους. Μάλιστα, το αριστερό τμήμα καλύπτει το 1/5 σχεδόν της σελίδας, ενώ η δεξιά πλευρά περιλαμβάνει τα 4/5³⁵. Το μεγαλύτερο τμήμα του δεξιού μέρους καταλαμβάνεται από τον ΚΤ. Ο ΚΤ εμφανίζει πολυσύνθετη δομή, αφού, κατά πλειοψηφία, αποτελείται από επίτιτλο, έντονα προμοδοτημένο κύριο τίτλο, καπέλο

³³ Με μοναδική εξαίρεση στο δείγμα μας, το φύλλο της 30/03/07, όπου τα στοιχεία αυτά εμφανίζονται στο δεξιό μέρος

³⁴ Με μοναδική εξαίρεση στο δείγμα μας, το φύλλο της 26/03/07, που στο χώρο αυτό εντοπίζεται ένας τίτλος για το σεισμό στην Κεφαλονιά, ενδεχομένως το πρωτοσέλιδο είχε ήδη σχεδιαστεί και προσκολλήθηκε σαν είδηση-σφήνα σε μη κατειλημμένο χώρο, χάριν της επικαιρότητας

³⁵ Προσωπικές παρατηρήσεις

και, τουλάχιστον, δύο υπότιτλους, οι οποίοι είναι δυνατό να χαρακτηρίζονται από σύνθετη δομή. Παράλληλα, ο ΚΤ συνοδεύεται από έντονη εικονοποίηση και, συχνά, από κάποιο σκίτσο του Κώστα Μητρόπουλου³⁶. Μάλιστα, ο κύριος τίτλος μαζί με τον επίτιτλο καλύπτει, σχεδόν, κατά το ήμισυ το χώρο που καταλαμβάνει ολόκληρος ο ΚΤ. Θα λέγαμε ότι ο ΚΤ συνιστά, ταυτόχρονα, δομική και χωροθετική κατηγορία.

Πάνω από τον ΚΤ, κατά κύριο λόγο, θα λέγαμε ότι εδράζεται η εμπορική πλευρά της εφημερίδας, αφού εκεί τοποθετούνται πληροφορίες³⁷ για τα «δώρα-προσφορές» ή ακόμα και στοιχεία που σχετίζονται με τα ένθετα. Στο «σύνορο» του ΚΤ, τοποθετείται ως διαχωριστικό σημείο μεταξύ επάνω και κάτω μέρους, ένας Τ σε μπλε πλαίσιο, που τίθεται πάντα σε μικρά γράμματα και σε σχετικά μεγάλη γραμματοσειρά³⁸. Κάτω από αυτό το διαχωριστικό σημείο, τοποθετούνται τουλάχιστον τρεις τίτλοι ειδήσεων. Παράλληλα, υπάρχει πιθανότητα να τοποθετείται υπό του διαχωριστικού ορίου το σκίτσο ή ακόμα και κάποια διαφήμιση π.χ. για το Πάμε Στοίχημα ή για το Τζόκερ του ΟΠΑΠ

Στην αριστερή κάθετη στήλη, τοποθετούνται τίτλοι ειδήσεων -κατά μέσο όρο περιλαμβάνει 2,5 τίτλους- που είναι δυνατό να ανήκουν στις δομικές κατηγορίες: ΕΤ, ΕΤΥ, ΤΥ, ΤΚ, Τ. Μάλιστα, ο πρώτος σε σειρά τίτλος της στήλης ανήκει στην κατηγορία ΕΤ και τίθεται σε διακεκριμένο πλαίσιο, ενώ εκείνοι που έπονται έχουν μορφή ΤΚ ή Τ. Αξίζει να σημειώσουμε ότι αν τοποθετηθεί τίτλος της κατηγορίας ΕΤ στην περιοχή αυτή, δεν εμφανίζεται ποτέ ενδιάμεσα ή στο κάτω μέρος, αλλά σε όλες τις περιπτώσεις θα «ηγείται» των άλλων. Η αριστερή στήλη, κατά πλειοψηφία, εκτείνεται σε όλο το ύψος της σελίδας, ενώ, λίγες φορές, «παραβιάζεται» από μια εικόνα³⁹ ή έναν τίτλο που ανήκει στο δεξί μέρος. Παράλληλα, η περιοχή αυτή συνιστά σημαντική εστία της εμπορικής πτυχής της εφημερίδας καθώς στεγάζει ενημερωτικές «διαφημίσεις» για τα ένθετα και τις προσφορές cd, dvd, βιβλίων κτλ. Μάλιστα, στα Νέα του Σαββατοκύριακου καταλαμβάνεται εξ ολοκλήρου από την προβολή του εκάστοτε βιβλίου που διατίθεται προαιρετικά, ενώ οι ειδησεογραφικοί τίτλοι τοποθετούνται με βάση τη διάκριση στον κάθετο άξονα και «στριμώχνονται» στο δεξί μέρος.

Τέλος, αξίζει να αναφέρουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των πρωτοσέλιδων τίτλων, ακόμα κι αν ανήκει στην κατηγορία του Τ, συνοδεύεται από εικονοποίηση ποικίλου μεγέθους⁴⁰. Ανάλογα με την ειδησεογραφική βαρύτητα κάθε τίτλου, αυξάνεται αντίστοιχα και η έκταση της εικόνας, με εντονότερη αυτή του ΚΤ.

³⁶ Σε ποσοστό 50%

³⁷ Σε ποσοστό 58%

³⁸ Δεν εμφανίζεται στα φύλλα του Σαββατοκύριακου

³⁹ βρέθηκαν δυο περιπτώσεις εικόνων που ανήκουν στο αθλητικό δελτίο

⁴⁰ βρέθηκαν μόνο 4 Τ και 2 ΕΤ χωρίς συνοδεία εικονιδίου

ΔΕΥΤΕΡΑ
26 ΜΑΡΤΙΟΥ 2007
ΕΥΡΩ 1,00

ΤΑ ΝΕΑ

ΣΕΙΣΜΟΙ
5,9R
τρώμε τον
την Κεφαλονιά

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ



**Η απεργία
έφυγε, οι (μισές)
κατολήψεις
μένουν**
ΣΕΛΙΔΑ 18



Ξεπαγώνουν το Ευρωσύσταγμα

Μέσα σε δύο χρόνια η Ευρώπη θα ψηφίσει για να το Σύσταγμα, ανσυνέως η κοινοβουλευτική Αγγλική Μέρκη.

ΣΕΛΙΔΕΣ 50-51



Κραυγή για τα παιδιά χωρίς πατρίδα

Τα παιδιά των μεταναστών δεν παίρνουν την ελληνική ιδιότητα παρά μόνον όταν γίνουν 18 χρόνων.

ΣΕΛΙΔΕΣ 14-15



Έφυγε ο Νέστορας της Αριστεράς

Κηδεύεται το Σάββατο στο Ναύπλιο το ηγετικό στέλεχος και διασημότης της Αριστεράς Γρηγόρης Φαράκος.

ΣΕΛΙΔΑ 13

ΚΑΡΙΕΡΕΣ



ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Ευθανασία Τι φοβούνται οι Έλληνες

ΕΙΔΙΚΟ ΕΙΝΑΙ

ΤΑ ΝΟΜΙΚΑ ΝΕΑ



20 ημέρες σωτηρία από το υπουργείο Οικονομικών

Γαλάζια ομερτά για το κρυφό ομόλογο



Του Κώστα Μπαρταλιού

ΛΗΓΕΤΕΥΟΝΤΑΙ ΤΑΜΕΙΑ,
ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΣΑΝΤΑΙ ΥΠΟΥΡΓΟΙ
ΚΑΙ ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΙ
ΚΑΙ ΞΕΠΛΕΝΟΝΤΑΙ ΜΙΣΕΣ!
ΤΙ ΚΑΝΟΥΜΕ ΠΡΟΕΔΡΕΣ!

ΖΑΠΗΛΗΣ!

Δηλώνουν... άγνοια για το κερδοσκοπικό του ταξίδι

Λέει δεν αφήνει να ξεφύγει η κυβέρνηση για το κρυφό, γαλάζιο, ομόλογο και το κερδοσκοπικό μονοήμερο ταξίδι του ενώ σήμερα καλεί για... ενημέρωση και τον πρώην εισαγγελέα κ. Γ. Ζαρηπά.

ΣΕΛΙΔΕΣ 8-9



Δυσφορία Ζορηπά για τη σύσκεψη Αλογοσκούφη

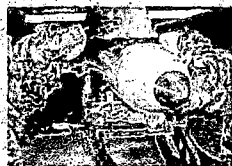
ΚΑΙ ΚΡΙΤΙΚΗ
ΑΠΟ ΤΟ ΠΑΣΟΚ

ΟΜΟΛΟΓΑ ΥΨΗΛΟΥ ΡΙΣΚΟΥ
Ζημία 415 εκατ. ευρώ
για 15 Ταμεία από τον τζόγο



Μόδα πράσινη και οικολογική

ΣΕΛ. 29



ΕΡΕΥΝΑ

Οι ατομικές βόμβες του Αράξου

ΣΕΛΙΔΑ 16

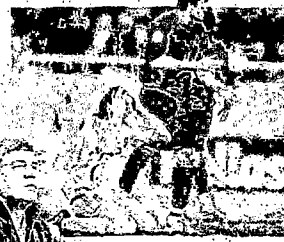
ΟΠΑΔΑ

Στο παιχνίδι της πρόκρισης παρά τον διασυρμό

ΑΔΙΑΙΤΗΤΕΣ ΣΤΙΣ ΕΞΕΔΡΕΣ

Η Τουρκία «σπάζει» την Εθνική αλλά μετά τη νίκη της Εθνικής ομάδα μας παραμένει ζωντανή.

ΣΕΛ. 29-34 ΚΑΙ ΡΟΤΗΣ (ΣΕΛ. 3)



ΣΕΛΙΔΑ 29

- Κατανομή τίτλων με βάση τη χωροθετική τους διάταξη

	T	TK	ET	ETK	TY	ETY	ETYK	KT	ΠΛΤ	ΠΛΤΥ	Σύνολο
Αριστερή στήλη	10	43	5		1	4					63
KT								26			26
Επί KT	4		1	1					5	3	14
Υπό KT	11		46	16			1				74
Διαχ. Σημ.	17										17
Σύνολο	42	43	52	17	1	4	1	26	5	3	194

Σύμφωνα με τα παραπάνω ποσοτικά δεδομένα, προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

- η πλειοψηφία των τίτλων εδρεύει στην περιοχή κάτω από τον KT (38%, 74/194) και στην αριστερή στήλη (32%, 63/194). Με άλλα λόγια, ένας τίτλος ειδήσεων είναι πιθανότερο να τοποθετηθεί στο αριστερό ή στο κάτω μέρος του πρωτοσέλιδου παρά στην περιοχή επί του KT (7%, 14/194).
- στο χώρο πάνω από τον KT, δεσπόζουν οι κατηγορίες με πλαγιότιτλο (57%, 8/14) και ο T (29%, 4/14)
- οι κατηγορίες που περιλαμβάνουν υπότιτλο⁴¹ τίθενται στην περιφέρεια του πρωτοσέλιδου και εμφανίζουν χαμηλό ποσοστό εμφάνισης (5%, 9/194)
- η αριστερή στήλη καταλαμβάνει, κατά συντριπτική πλειοψηφία, τίτλους με μορφή TK (68%, 43/63), ενώ στην περιοχή υπό του KT κυριαρχεί η παρουσία ET (62%, 46/74). Επομένως, η χωροθετική διάταξη των παραπάνω τίτλων επηρεάζει, ως ένα βαθμό, τη μορφή τους –ή το αντίστροφο, καθώς οι δομές TK και TY εμφανίζονται στην αριστερή στήλη, κατ' αποκλειστικότητα, ενώ το 88% (46/52) των ET τοποθετείται στο χώρο υπό του KT
- η σύνθετη δομική κατηγορία ETYK εμφανίζεται μόνο μια φορά στην περιοχή κάτω από τον KT, ενώ η χρήση των τριστρωματικών δομών, καταλαμβάνει μόλις το 12% (24/194) και εντοπίζεται, κυρίως, στην περιοχή υπό του KT.

⁴¹ εξαιρώντας τον KT



3.2 Χωροθετική διάταξη στην «ΕΤ» και συσχέτιση με τη δομή τίτλων

Ο τίτλος-ταυτότητα τοποθετείται στην κορυφή της σελίδας, στο άκρο της αριστερής πλευράς, μέσα σε κόκκινο πλαίσιο. Η λέξη «Ελεύθερος» τίθεται σε κεφαλαία, ενώ η λέξη «τύπος» σε μικρά γράμματα εντός μπλε πλαισίου, σε πολύ πιο πριμοδοτημένη μορφή, όσον αφορά το μέγεθος και το πλάτος της γραμματοσειράς. Στο κάτω μέρος του πλαισίου, εντάσσονται περαιτέρω πληροφορίες, όπως ο αριθμός φύλλου, η ημερομηνία έκδοσης, το κόστος και το σύνολο των σελίδων. Ωστόσο, σε αντίθεση με τις «Κ» και «Ν», η περιοχή αυτή δε διακρίνεται τόσο για την αυτονομία ή τον «άβατο» χαρακτήρα της, αφού, στα δεξιά της, τοποθετούνται είτε τίτλοι ειδήσεων είτε πληροφορίες για τα ένθετα και τα διάφορα «δώρα» του φύλλου.

Στο πρώτο επίπεδο, που καταλαμβάνει σχεδόν το 1/6 της σελίδας, τοποθετούνται τίτλοι ειδήσεων που ανήκουν, κυρίως, στις δομικές κατηγορίες ΕΤΚ, ΤΥΚ, και σπανιότερα στις Τ, ΕΤΥΚ. Επίσης, εκεί εδράζεται ο τίτλος της μόνιμης, σχεδόν, στήλης «ΑΡΘΡΟ Χρ. Πασαλάρη». Ωστόσο, ο χώρος αυτός, κατά το μεγαλύτερο ποσοστό⁴², στεγάζει την εμπορική πλευρά της εφημερίδας, καθώς είτε προβάλλονται τα ένθετα (π.χ. το ένθετο η Αγορά Εργασίας, τα προγνωστικά για το στοίχημα, ελληνική γη) είτε γίνεται η παρουσίαση των προσφορών cd, dvd, βιβλίων κ.λπ.

Η περιοχή υπό του πρώτου επιπέδου διακρίνεται σε αριστερή πλευρά, η οποία καταλαμβάνει το 1/4 του χώρου, και σε δεξιά, η οποία καταλαμβάνει τα 3/4. Η αριστερή πλευρά περιλαμβάνει μια κάθετη στήλη, η οποία είτε εκτείνεται ως το τέρμα της σελίδας είτε διακόπτεται στα όρια του μεσαίου επιπέδου από την εισβολή «διαφημίσεων». Περιλαμβάνει ποικίλες δομικές κατηγορίες, ενώ το πάνω μέρος της είναι δυνατό να καταλαμβάνεται από την παρουσίαση του εκάστοτε ένθετου.

Η δεξιά πλευρά χωρίζεται σε δύο επίπεδα: στον ΚΤ που καλύπτει σχεδόν τα 3/6 του χώρου⁴³ και το επίπεδο υπό του ΚΤ που αποτελείται, κατά κύριο λόγο, από τίτλους ειδήσεων ή ακόμα και διαφημίσεις π.χ. ΟΠΑΠ- Στοίχημα, Heineken-Champions League.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι στην «ΕΤ», δεν είναι απαραίτητο κάθε τίτλος να συνοδεύεται από αντίστοιχο εικονίδιο, σε αντίθεση με την τακτική που ακολουθεί η «Ν». Τέλος, οι διάφορες δομικές κατηγορίες τίτλων δε φαίνονται να εμφανίζουν κάποια σαφή προτίμηση στη χωροθετική τους διάταξη

⁴² Σε ποσοστό 58%

⁴³ Βρέθηκαν λιγιστές περιπτώσεις στις οποίες ο ΚΤ εκτείνεται σε ολόκληρη τη δεξιά πλευρά ή ακόμα και σε ολόκληρο το χώρο κάτω από το πρώτο επίπεδο

ΤΟ ΦΑΓΟΠΟΤΙ ΣΤΑ ΤΑΜΕΙΑ

Η ώρα του εισαγγελέα για τα ομόλογα

Στον εισαγγελέα παραπέμπουν οι ελεγκτές αρχές το σκεπτικό για τα κρατικά ομόλογα που αγοράσαν τα ασφαλιστικά ταμεία από την «Ακρόπολη». Τα ποσά της υποθέσεως διερευνά ε-ξουσιοδοτημένα ο επικεφαλής της Αρχής Ελέγχου του δημόσιου κλήματος κ. Γ. Ζερμπάς. ΣΕΛΙΔΑ 11



ΕΥΡΩΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ

Η Ελλάδα παραπέμπεται για τα νερά

Στο σκαμνί με δύο νέες κατηγορίες

ΣΕΛΙΔΑ 10

ΑΡΘΡΟ ΧΡ. ΠΑΣΑΛΑΜΗ: ΕΠΟΜΕΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥΣ Ο ΙΔΙΟΣ Ο ΚΑΡΑΜΑΝΛΗΣ ΣΕΛΙΔΑ 64

ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ ΒΕΡΟΛΙΝΟΥ



Ορόσημο το 2009 για την Ευρώπη

Νέα ώθηση στη δράση της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης έλασαν χθες οι Ευρωπαίοι ηγέτες με την υπογραφή της Διακήρυξης του Βερολίνου. ΣΕΛΙΔΕΣ 20, 21, 22

ΨΙΛΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ

Τραπεζίτες σε νευρική κρίση

Θα αυξησουμε τα επιτόκια αν...

ΣΕΛΙΔΑ 48

ΚΟΣΜΗΜΑ ΤΟΥ 6000 π.Χ.



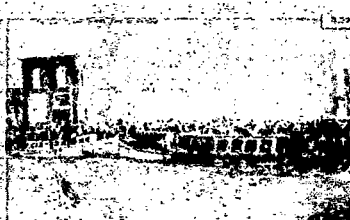
Θησαυρός μέσα στα ορυχεία

Χίλιαδες ευρήματα, όπως το σπάνιο χρυσό κοσμήμα της φωτογραφίας, φέρνει στο φως η αρχαιολογική σκαπάνη στα λαγυμωσμένα της ΔΕΗ ορυχεία Πιλομερίδα. ΣΕΛΙΔΑ 48

ΔΙΟΡΘΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΒΙΒΛΙΟ ΤΗΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΜΕΤΑ ΤΟ ΘΟΡΥΒΟ

Αποσύρουν το «συνωστισμό»

Το ημερήσιο κείμενο από το βιβλίο της ιστορίας της ΣΤ' Δημοτικού υ-πολογίζει τώρα η κυβέρνηση, καθώς διευρύνεται το μέ-τρο αυτών που ζουν την απόσπαση του. Υπό την πίε-ση των αντιδράσεων, η συγ-γραφέας του βιβλίου κυρία Μαρία Ρεπούση κοιτάζει τις διορθωτικές της προτάσεις. Στη νέα έκδοση, μεταξύ άλλων, θα φύγει η περιβόητη ορθογ-νη «συνωστισμού» με την ο-ποία επικριρόταν να συνο-ψιστεί η τραγωδία της Μικρο-ασιακής Καταστροφής. Η ΕΚΔΟ-ΜΟΣ ΣΕΛΑ 2, ΣΕΛΙΔΕΣ 4, 5, 6



1922 ο ελληνικός λαός, ύψιστος στη Ευρώπη, χύνει το αίμα του για την Ελευθερία. Η φωτογραφία αυτή, που είναι από τις πρώτες που τραβήχτηκαν μετά την καταστροφή, θα αφαιρεθεί από την έκδοση.

■ Νέες αντιδράσεις από Εκκλησία, υπουργούς και βουλευτές της Ν.Δ.

■ Η Ακαδημία επισημαίνει παραλείψεις, δεν εισηγείται όμως απόσυρση

■ Πώς διδάσκουν οι Τούρκοι το '21

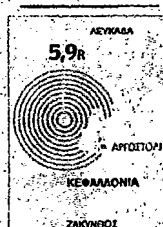


ΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΤΑ ΤΟΝ ΑΓΩΝΑ ΜΕ ΤΗ ΜΑΛΤΑ

Το τέλος της αυταπάτης

Ποινή αποκλειστικό 2 αγωνιστικών της έλξης στην Ελλάδα. Στη φασά, η άγρια συμπεριφορά στο ημίχρονο του Γ. Κοροϊωμένου, Αλδώνη και ο Ρεζάγκι. Μετά η ΕΠΟ. Βολές κατά του Γερμανού από πολιτικούς, Αρμένιους αλλά και πατριώτες Τύπου. Η βαριά απώλεια της ηττημένης Ελλάδας. Ο δρόμος, πάντως, προς το Ευρώ 2008 παραμένει ανοικτός με... βοσκικά βοδάρια ΤΥΠΟΣ ΕΡΩΤΗ

ΜΝΗΜΕΣ ΤΟΥ '53



Αγωνία μετά τα 5,9 ρίχτερ

Με ψυχραιμία αντιμετώπισαν οι Κεφαλονίτες το σεισμό των 5,9 ρίχτερ με επί-κεντρο 15 χιλιόμετρα από τις ακτές του νοτίου. Εγινε σι-σθητική σκεδών στη μετέ-Ελλά-δα και προκάλεσε μόνο υλι-κές ζημιές. ΣΕΛΙΔΑ 2

- Κατανομή τίτλων με βάση τη χωροθετική διάταξη

	T	TK	ET	ETK	ΕΤΥΚ	ΚΤ	ΤΥΚ	Σύνολο
«Σήμερα»	6	1	6	47	2			62
ΚΤ						26		26
Επί ΚΤ				11	1		3	15
Υπό ΚΤ	10	6	19	27	1		2	64
Σύνολο	16	7	25	85	4	26	5	168

Εξετάζοντας τα ποσοτικά δεδομένα του πίνακα, καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα:

- η πλειοψηφία των «περιφερειακών» τίτλων ειδήσεων⁴⁴ συγκεντρώνονται τόσο στο κάτω μέρος της σελίδας (38%, 64/168), όσο και στην αριστερή στήλη (37%, 62/168)
- ο T, που καταλαμβάνει το 10% των τίτλων (16/168), «στεγάζεται», κυρίως, στην περιοχή υπό του ΚΤ (63%, 10/16) ενώ, σε μικρότερο βαθμό, στην αριστερή στήλη (37%, 6/16)
- ο TK, που χαρακτηρίζεται από χαμηλή συχνότητα εμφάνισης (4%, 7/168) εντοπίζεται, κατά κύριο λόγο, υπό του ΚΤ (86%, 6/7)
- ο ET, που ανέρχεται σε ποσοστό 15% (25/168), εμφανίζεται, κυρίως, στην περιοχή υπό του ΚΤ (76%, 19/25)
- η χωροθεσία της αριστερής στήλης και της περιοχής επί του ΚΤ προτάσσει, κατά συντριπτική πλειοψηφία, την κατηγορία ETK (70%, 47/62, 73%, 11/15 αντίστοιχα). Ενδεχομένως, επειδή η αριστερή στήλη και ο χώρος επί του ΚΤ δεν είναι χωροθετικά τόσο ευνοημένοι, οι τίτλοι εμφανίζουν μεγαλύτερη δομική συνθετότητα, προκειμένου να ανακτήσουν κύρος. Μάλιστα στις περιοχές αυτές, εμφανίζεται η πλειοψηφία της πολυστρωματικής κατηγορίας ΕΤΥΚ (75%, 3/4)
- ο ΤΥΚ, που καταλαμβάνει μόλις το 3% των τίτλων (5/168), εμφανίζει προτίμηση για τις περιοχές πάνω ή κάτω από τον ΚΤ

⁴⁴ δηλ. πέρα από την ηγετική παρουσία του ΚΤ

Ο Ουγγρος ναυαγισμένος συλλαβιστής διαβάζει τα
 λόγια του του Αλφίνο να λέει κάπως με τον ήχο
 του να τον περνούσαν ανεξέλεγκτα ταυισμένοι και γενοί
 νεώτεροι του συλλαβιστή η Ήσπερ της Ουγγαρίας. Ο
 συλλαβιστής, που ονομάζεται 7 Μαίηλο, θα έλεγε
 καλλίαι ο καλός της Μαίηλο, Μαίηλο, καίηλο, καίηλο
 περνούσε, καίηλο, καίηλο και την παιδί ήσπερ της
 συλλαβιστικής ούλης να τον συλλαβιστή αφηρημένως
 να περνούσε καίηλο να περνούσε καίηλο καίηλο
 και να αμείνει λέγοντας καίηλο καίηλο καίηλο
 περνούσε τον ούληλο της καίηλο 12 καίηλο
 και περνούσε τον ούληλο 25 καίηλο καίηλο και τον 50 π
 και τον η συλλαβιστική καίηλο. (Σελ. 15)

Η διάταξη του πρωτοσέλιδου της «Κ» διαφέρει σημαντικά από τις δύο λαϊκές εφημερίδες. Η πιο εμφανής διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι είναι μεγάλοςχημη (broadsheet), δηλ. πωλείται με τσάκισμα στη μέση που τη χωρίζει σε δύο ίσα μέρη.

Ο τίτλος-ταυτότητα βρίσκεται στην κορυφή της σελίδας με μεγάλα κεφαλαία γράμματα. Μάλιστα, πλαισιώνεται αριστερά από το σύμβολο-έμβλημα της, ενώ δεξιά από τον αριθμό έκδοσης. Πέρα από το όνομά της, η «Κ» με ένα αυτοαναφορικό σχόλιο, συστήνεται ως «ημερήσια πολιτική και οικονομική εφημερίδα». Στην επόμενη γραμμή αναγράφεται το έτος, ο αριθμός φύλλου, ο ιδρυτής, η πόλη και η ημερομηνία έκδοσης.

Όσον αφορά τη χωροθετική διάταξη, όπως παρατηρήσαμε⁴⁵, το πρωτοσέλιδο διακρίνεται σε δύο μέρη, το αριστερό και το δεξί. Το αριστερό μέρος αποτελείται από μια διακεκριμένη κάθετη στήλη που καλύπτει το 1/5 της σελίδας. Στην κορυφή της στήλης, απεικονίζεται το ένθετο του κάθε τεύχους, αν υπάρχει, ενώ ακολουθεί μια σειρά από σύντομες ειδήσεις, αντλημένες από ποικίλα θεματικά πεδία, υπό το γενικό τίτλο «ΣΗΜΕΡΑ». Τέλος, στο κάτω μέρος της στήλης, τοποθετούνται σχετικές ιστοσελίδες του site της Καθημερινής.

Η δεξιά πλευρά, που καταλαμβάνει τα 4/5 της σελίδας, χωρίζεται σε τρία οριζόντια επίπεδα Α, Β, Γ, τα οποία διακρίνονται μεταξύ τους από ευθείες συνεχόμενες ή διακεκομμένες γραμμές. Το επίπεδο Α περιλαμβάνει

- τον ΚΤ, ο οποίος τοποθετείται, κατά πλειοψηφία, στο δεξιότερο μέρος του επιπέδου και ευνοείται από το μεγάλο μέγεθος των χαρακτήρων. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι πολλές φορές δε συνοδεύεται από εικόνα.
- την κεντρική φωτογραφία της σελίδας⁴⁶, η οποία τοποθετείται στο κέντρο και συνοδεύεται από έναν τίτλο με την αντίστοιχη επεξηγηματική λεζάντα που, συνήθως, συνιστά ένα εκτενές κείμενο
- ενίοτε έναν ΤΥΠ που τίθεται στα αριστερά της εικόνας

Ιεραρχικά, θα λέγαμε ότι το επίπεδο Α συγκεντρώνει τις πιο σημαντικές ειδήσεις της «Κ» αφού, στην ουσία, αποτελεί το «εξώφυλλο» του μεγάλοςχημου πρωτοσέλιδου και τίθεται πρώτο στην αναγνωστική οδό.

Το επίπεδο Β διακρίνεται σε δύο «άνισα» μέρη, το αριστερό που καλύπτει τα 3/4 της εν λόγω περιοχής και το δεξί που καταλαμβάνει το 1/4. Στην αριστερή πλευρά, τοποθετούνται σε οριζόντια ή κάθετη διάταξη τουλάχιστον τρεις τίτλοι,

⁴⁵ Προσωπικές εμπειρικές παρατηρήσεις που διευκολύνουν την έρευνά μας

⁴⁶ δηλ. αυτή που εμφανίζει το μεγαλύτερο μέγεθος

συνήθως, της κατηγορίας ΤΥΠ, που, ενδέχεται, να συνοδεύονται από μία ή δύο φωτογραφίες. Το δεξί τμήμα καταλαμβάνεται από τη μόνιμη στήλη «κύριο άρθρο», που δεν εντάσσεται στη μελέτη μας.

Το επίπεδο Γ εμφανίζει δύο αλληλοαποκλειόμενες δομές:

α. την ενιαία, κατά την οποία ολόκληρος ο χώρος καταλαμβάνεται από τη μόνιμη στήλη «Σχόλιο» (υπογράφεται είτε από τον Αλέξη Παπαχελά είτε από τον Παντελή Μπουκάλα ή το Μιχάλη Κατσίγера)

β. τη διμερή, που διακρίνεται σε αριστερό και δεξί τμήμα (καλύπτουν τα $\frac{3}{4}$ και το $\frac{1}{4}$ αντίστοιχα). Το αριστερό «κατοικείται» από το «Σχόλιο», ενώ το δεξί είναι δυνατό να περιλαμβάνει μια εικόνα με την αντίστοιχη λεζάντα-κείμενο σε πλαίσιο ή διαφημιστικά μηνύματα (π.χ. «ΟΠΑΠ Πάμε Στοίχημα»). Η έκδοση του Σαββάτου αφιερώνει μεγαλύτερο χώρο στις διαφημίσεις και στην παρουσίαση των ένθετων.

- Κατανομή τίτλων με βάση τη χωροθετική διάταξη

	ΤΠ	ΤΥΠ	ΤΥΠΕ	ΚΤ	ΚΤΕ	ΤΛ	ΕΤΠ	ΕΤΚ	Κε	Κb	Σύνολο
Α' επ/δο		8	2	16	6	18					50
Β' επ/δο	10	67				3					80
Γ' επ/δο						14					14
Σήμερα							36	2	151	21	210
Σύνολο	10	75	2	16	6	35	36	2	151	21	354

Ο παραπάνω πίνακας συσχετίζει τη χωροθετική διάταξη του πρωτοσέλιδου (στήλες) με τη δομή του συστήματος τιτλοδότησης (γραμμές). Όσον αφορά το επίπεδο Α, καταλήγουμε στα ακόλουθα συμπεράσματα:

- δε συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό ειδησεογραφικών τίτλων, καθώς ο καθένας καταλαμβάνει αρκετή έκταση του διατιθέμενου χώρου (κατά μέσο όρο 2,3 τίτλοι ανά φύλλο)
- η υψηλή συχνότητα εμφάνισης της δομής ΤΛ (18/50, 36%) αποκαλύπτει τη σημασία της εικόνας στο «εξώφυλλο» του πρωτοσέλιδου και της «τιτλοδότησης» της. Η εικόνα προσδίδει αξιοπιστία στην είδηση, αφού οι αναγνώστες «ιδίοις όμμασι» βλέπουν το γεγονός ή κάποια πτυχή του. Παράλληλα, ο λόγος που τη συνοδεύει τοποθετεί την εικόνα σε συγκεκριμένα συμφραζόμενα και σχολιάζει τις πτυχές που αξιολογεί ως σημαντικότερες

- η τιτλοδότηση των υπόλοιπων ειδήσεων⁴⁷ ανήκει στην κατηγορία των ΤΥΠ και καταλαμβάνει το 20% των τίτλων του Α' επιπέδου (10 ΤΥΠ-Ε / 50)

Όσον αφορά το επίπεδο Β, διαπιστώνουμε ότι

- η συντριπτική πλειοψηφία των τίτλων (84%, 67/80) εμφανίζει τη μορφή ΤΥΠ
- η κατηγορία ΤΛ παρουσιάζει πολύ χαμηλό ποσοστό εμφάνισης (4%, 3ΤΛ/80)
- συγκεντρώνει τον υψηλότερο αριθμό «τίτλων» της δεξιάς πλευράς του πρωτοσέλιδου (4,4 τίτλους, κατά μέσο όρο, ανά τεύχος)

ενώ, σχετικά με το επίπεδο Γ, όταν εμφανίζει διμερή μορφή παρατηρούμε ότι

- χαρακτηρίζεται από χαμηλό ποσοστό εμφάνισης τίτλων ειδήσεων ανά φύλλο, πράγμα που οφείλεται στο γεγονός ότι ο μεγαλύτερος χώρος (δηλ. τα $\frac{3}{4}$) του επιπέδου Γ καλύπτεται από τη μόνιμη στήλη «Σχόλιο»
- χρησιμοποιεί, κατ' αποκλειστικότητα, τη δομική κατηγορία ΤΛ, προσδίδοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στην παρουσία της εικόνας

Συνολικά, θα λέγαμε ότι στη δεξιά πλευρά του πρωτοσέλιδου κυριαρχεί η δομή ΤΥΠ (53%, 77 ΤΥΠ-Ε/144) -ακόμα και ο ΚΤ εμφανίζεται με τη συγκεκριμένη δομή- ενώ ακολουθεί η δομή ΤΛ (24%, 35ΤΛ/144).

Όσον αφορά τη στήλη «Σήμερα», που καταλαμβάνει την αριστερή πλευρά του πρωτοσέλιδου, καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα:

- το 59% του συνόλου των τίτλων ειδήσεων (210/354) που εντοπίστηκαν στο πρωτοσέλιδο της Καθημερινής εμφανίζεται στη στήλη «Σήμερα», πράγμα που συνεπάγεται ότι το πλήθος του είναι αρκετά υψηλό, ενώ η έκταση που καταλαμβάνουν μικρή (10 τίτλοι, κατά μέσο όρο, ανά φύλλο)
- η συντριπτική πλειοψηφία της τιτλοδότησης στη στήλη «Σήμερα» εμφανίζει τη μορφή Κc (72%, 151Κc/210)
- η παρουσία των δομών που περιλαμβάνουν επίτιτλο καλύπτει μόλις το 18% (38/210)⁴⁸

⁴⁷ Δηλ. εκτός ΚΤ και εικόνας

⁴⁸ δεν καταφεύγουμε στη διαμόρφωση ενός συνεχούς δομικής συνθετότητας, γιατί η «Κ» εμφανίζει σταθερότητα στις μορφές, αν σχηματίζαμε αυθαίρετα ένα θα περιελάμβανε μόνο τους πόλους, θα απουσίαζαν οι ενδιάμεσες μορφές

π.χ. για τη στήλη Σήμερα αριστερό άκρο : Κc, Kb

δεξί άκρο: ΕΤΠ (Κ)

για τη δεξιά πλευρά του πρωτοσέλιδου

αριστερό άκρο: ΤΠ

δεξί άκρο: ΤΥΠ, ΚΤΕ

Γ' κεφάλαιο

1.Θεματική ταξινόμηση των τίτλων

Οι ειδήσεις που «ποζάρουν» στο πρωτοσέλιδο προκύπτουν μέσα από μια διαδικασία επιλογών και ιεραρχήσεων, ανάμεσα στην πληθώρα των ειδήσεων που εμφανίζονται στις εσωτερικές σελίδες. Η «πάλη» αυτή αναδεικνύει ως νικήτριες εκείνες τις πληροφορίες που, συγκριτικά με τις υπόλοιπες, συγκεντρώνουν τις περισσότερες ειδησεογραφικές αξίες και συνάδουν με το πνεύμα του δημοσιογραφικού οργανισμού. Ο αρχισυντάκτης καλείται να επιλέξει τις πιο «σημαντικές» ειδήσεις μέσα από μια ευρεία γκάμα θεμάτων. Η ανάδειξη των θεματικών ενοτήτων που προκρίνονται να «κατοικήσουν» το πρωτοσέλιδο συνιστά σημαντική πτυχή της μελέτης μας, προκειμένου να συνάγουμε συμπεράσματα για τη θεματική προέλευση των πρωτοσέλιδων ειδήσεων και, ιδιαίτερα, του πολιτισμού.

Η θεματική ταξινόμηση που ακολουθούμε περιλαμβάνει τις εξής βασικές κατηγορίες: «πολιτική», «κοινωνία», «οικονομία», «πολιτισμός», «αθλητισμός», «διεθνής ειδησεογραφία» και «επιστήμη».

Μερικά από τα κύρια γεγονότα που μονοπώλησαν το ενδιαφέρον των εφημερίδων τη χρονική περίοδο που εξετάζουμε είναι τα εξής: οι αποκαλύψεις περί ομολόγων, η δολοφονία ενός νεαρού στην Παιανία από χούλιγκαν, τα φοιτητικά συλλαλητήρια για το άρθρο 16 και η επέμβαση της αστυνομίας, οι αντιδράσεις για το βιβλίο ιστορίας κ.λπ. Από τα σημαντικά γεγονότα που καταγράφηκαν στην πολιτιστική ειδησεογραφία είναι ο «επαναπατρισμός» του χρυσού στεφανιού και της Κόρης από το μουσείο Γκετί και οι κινηματογραφικές πρεμιέρες

1.1.Η περίπτωση της «Ν»

1.1.1 Ειδήσεις ανά πεδίο χωροθετικής διάταξης στο πρωτοσέλιδο της «Ν»

	ΚΤ	Διαχ. Σημ.	Υπό ΚΤ	Επί ΚΤ	Αρ. στήλη	Σύνολο
Πολιτική	8		5	5	13	31
Κοινωνία	4	8	39	6	31	88
Οικονομία	14	5	8	3	8	38
Πολιτισμός		4	2		3	9
Αθλητισμός			11			11
Διεθνή			2		6	8
Επιστήμη			7		2	9
Σύνολο	26	17	74	14	63	194

Μελετώντας τον παραπάνω πίνακα, εύκολα διαπιστώνουμε ότι στο πρωτοσέλιδο της «Ν» η κατηγορία «κοινωνία» αποτελεί την επικρατούσα κατηγορία θεματικής προέλευσης αφού καταλαμβάνει το 45% των τίτλων (88/194). Ωστόσο, δε θα πρέπει να μας παραπλανά ο μεγάλος αριθμός των τίτλων ειδήσεων κοινωνικού περιεχομένου αφού, στην ουσία, η οικονομία συνιστά εκείνη την κατηγορία που καταλαμβάνει χωροθετικά το μεγαλύτερο τμήμα του πρωτοσέλιδου, πριμοδοτείται με τα πιο έντονα τυπογραφικά στοιχεία και συνοδεύεται από εικονοποίηση. Πιο συγκεκριμένα, το 54% των ΚΤ (14/26) εντάσσονται στην «οικονομία», το 31% στην πολιτική (8/26) και, μόλις, το 15% (4/26) αφορά την κοινωνία. Συνεπώς, διαπιστώνουμε ότι, ενώ οι περισσότεροι «διάσπαρτοι» στην περιφέρεια του πρωτοσέλιδου τίτλοι αφορούν κοινωνικά ζητήματα, η έμφαση του εντύπου δίδεται στην οικονομία, ιεραρχώντας το ως ένα πεδίο που την τρέχουσα περίοδο – κατά την οποία ξέσπασε το σκάνδαλο με τα ομόλογα- απασχολεί το αναγνωστικό κοινό σε μεγαλύτερο βαθμό από τα υπόλοιπα. Όσον αφορά τη χωροταξική διάταξη των ειδήσεων, παρατηρούμε ότι

- η πλειοψηφία των τίτλων που αφορούν την κοινωνία (44%, 39/88), τον αθλητισμό (100%, 11/11) και την επιστήμη (78%, 7/9) τοποθετούνται στην περιοχή κάτω από τον ΚΤ
- τα κοινωνικά θέματα εντοπίζονται κυρίως υπό του ΚΤ (44%, 39/88) και στην αριστερή στήλη (35%, 31/88)

- η πολιτική εμφανίζει προτίμηση για την αριστερή στήλη (31%, 13/31), τον ΚΤ (26%, 8/31) και, λιγότερο, για τις περιοχές πάνω και κάτω από τον ΚΤ (16% αντίστοιχα, 5/31), ενώ δε «στεγάζεται» ποτέ στο διαχωριστικό σημείο
- οι θεματικές ενότητες πολιτισμού, αθλητισμού, διεθνούς ειδησεογραφίας και επιστήμης δεν τίθενται στην περιοχή του ΚΤ, καθώς δε συγκεντρώνουν τις ανάλογες ειδησεογραφικές αξίες την τρέχουσα περίοδο
- στην περιοχή πάνω από τον ΚΤ εμφανίζονται τίτλοι ειδήσεων που ανήκουν, αποκλειστικά, στις θεματικές ενότητες της κοινωνίας (43%, 6/14), της πολιτικής (36%, 5/14) και της οικονομίας (21%, 3/14)
- οι θεματικές ενότητες των διεθνών ειδήσεων και της επιστήμης εντοπίζονται μόνο κάτω από τον ΚΤ (25%, 2/8 και 78%, 7/9 αντίστοιχα) και στην αριστερή στήλη (75%, 6/8 και 22%, 2/9 αντίστοιχα)

Συνεπώς, θα λέγαμε ότι οι θεματικές ενότητες που εμφανίζουν υψηλή συχνότητα εμφάνισης, δηλ. η οικονομία, η πολιτική και η κοινωνία, τοποθετούνται σε όλους, σχεδόν, τους χώρους του πρωτοσέλιδου. Ιδιαίτερα, η μονοπώληση του ΚΤ από αυτές αναδεικνύει την εξέχουσα σημασία τους, πράγμα που μαρτυρά τον τρόπο με τον οποίο ο δημοσιογραφικός οργανισμός ιεραρχεί την επικαιρότητα και πώς η ιεράρχηση αυτή συνάδει με τις επιθυμίες του δυνητικού αναγνωστικού κοινού. Η «Ν», προκρίνει το παραπάνω θεματικό τρίπτυχο, γιατί θεωρεί ότι απασχολεί περισσότερο το κοινό της το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Αντίθετα, εκείνες που εμφανίζονται σποραδικά, δηλ. οι ενότητες του πολιτισμού, του αθλητισμού, των διεθνών ειδήσεων και της επιστήμης, περιορίζονται σε συγκεκριμένες περιοχές, κυρίως, κάτω από τον ΚΤ και στην αριστερή στήλη. Οι τίτλοι ειδήσεων που καταλαμβάνουν τις θέσεις αυτές απολαμβάνουν μικρότερο χωροθετικό status⁴⁹ και, ιεραρχικά, τίθενται σε δεύτερη μοίρα.

1.1.2 Κατηγορία είδησης ανά τύπο τίτλου

	Τ	ΤΚ	ΕΤ	ΕΤΚ	ΤΥ	ΠΛΤ	ΕΤΥ	ΕΤΥΚ	ΚΤ	Σύνολο
Πολιτική	5	7	4	1		3	3		8	31
Κοινωνία	20	22	27	12		2	1		4	88
Οικονομία	8	5	5	2	1	3			14	38
Πολιτισμός	5	2	2							9
Αθλητισμός	3		6	1				1		11
Διεθνή		6	2							8
Επιστήμη	1	1	6	1						9
Σύνολο	42	43	52	17	1	8	4	1	26	194

⁴⁹ Από εκείνους που εμφανίζονται στον ΚΤ

Συσχετίζοντας τις θεματικές ενότητες με τις δομικές κατηγορίες τίτλων, καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα:

- οι τίτλοι ειδήσεων που εντάσσονται στην «κοινωνία», παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία σε σχέση με τα δομικά είδη τίτλων και, μάλιστα, σε υψηλό ποσοστό εμφάνισης σε μερικά από αυτά (48% 20/42 στο σύνολο των Τ, 51% 22/43 στο σύνολο των ΤΚ, 52% 27/52 στο σύνολο των ΕΤ, 71% 12/17 στο σύνολο των ΕΤΚ).
- οι τίτλοι ειδήσεων που αφορούν την πολιτική εμφανίζουν μεγάλη διασπορά, αφού είναι δυνατό να εκφέρονται με ΚΤ (26%, 8/31), με ΤΚ (23%, 7/31), με Τ (16%, 5/31), ΕΤ (13%, 4/31)
- η πλειοψηφία των ειδήσεων που αφορούν την κοινωνία (31%, 27/88), τον αθλητισμό (55%, 6/11), και την επιστήμη (67%, 6/9) εκφέρονται με τη δομική κατηγορία ΕΤ
- η δομική κατηγορία ΤΚ εμφανίζεται δεύτερη σε συχνότητα στις θεματικές κατηγορίες πολιτικής, κοινωνίας και πολιτισμού
- η μοναδική περίπτωση ΕΤΥΚ αφορά τη θεματική κατηγορία του «αθλητισμού»

Όπως έχει προαναφερθεί⁵⁰, το πρωτοσέλιδο της «Ν» προτάσσει στην περιφέρειά του τις μονοστρωματικές και διστρωματικές δομές τίτλων, για να αναδεικνύεται η κυριαρχία του ΚΤ. Όσον αφορά τις τριστρωματικές δομές, παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία τους (59%, 13/22) καταλαμβάνεται από το θεματικό πεδίο της κοινωνίας. Επομένως, συμπεραίνουμε ότι η είδηση κοινωνικού περιεχομένου, πέρα από το μεγάλο ποσοστό εμφάνισης στην περιφέρεια του πρωτοσέλιδου, ευνοείται και από δομικής πλευράς.

⁵⁰ Βλέπε ενότ. Συνεχές δομικής συνθετότητας

1.2 Η περίπτωση της «ΕΤ»

1.2.1 Ειδήσεις ανά πεδίο χωροθετικής διάταξης στο πρωτοσέλιδο της «ΕΤ»

	ΚΤ	Υπό ΚΤ	Επί ΚΤ	Αρ. Στήλη	Σύνολο
Πολιτική	7	12	4	13	36
Κοινωνία	15	21	4	22	62
Οικονομία	4	10	4	11	29
Πολιτισμός		6	1	3	10
Αθλητισμός		4		6	10
Διεθνή		12	2	5	19
Επιστήμη				2	2
Σύνολο	26	65	15	62	168

Όπως διαπιστώνουμε από τον παραπάνω πίνακα, στα πρωτοσέλιδα της «ΕΤ», επιλέγονται τίτλοι ειδήσεων που αφορούν, πρωτίστως, την κοινωνία (37%, 62/168), την πολιτική (21%, 36/168) και την οικονομία (17%, 29/168). Μάλιστα, εφόσον ο ΚΤ απασχολεί, κυρίως, θέματα κοινωνικά (58%, 15/26) και λιγότερο πολιτικά ζητήματα (27%, 7/26), συμπεραίνουμε πως η εφημερίδα, την υπό εξέταση περίοδο, απευθύνεται σε ένα «δυσνητικό ακροατήριο», ιδιαίτερα, ευαισθητοποιημένο στα κοινωνικά ζητήματα. Έπονται οι «περιφερειακού» τομείς της διεθνούς ειδησεογραφίας (11%, 19/168) του πολιτισμού του αθλητισμού (6%, 10/168) και της επιστήμης (2%, 2/168). Παρατηρούμε ότι, όπως στην περίπτωση της «Ν», οι τίτλοι του πρωτοσέλιδου επιλέγονται, κατά κύριο λόγο, από τρεις κυρίαρχες θεματικές ενότητες δηλ. την κοινωνία, την πολιτική και την οικονομία (75%, 127/168), οι οποίες μπορούν να υποστηρίξουν τον ΚΤ, και από τέσσερα περιφερειακά θεματικά πεδία που εμφανίζονται σποραδικά (25%, 41/168) γύρω από τον ΚΤ, χωρίς να καταλαμβάνουν ποτέ τη θέση του.

Πιο συγκεκριμένα, διαπιστώνουμε ότι

- οι κυρίαρχες θεματικές ενότητες κατανέμονται σε όλες τις διαθέσιμες περιοχές του πρωτοσέλιδου, σε αντίθεση με τις περιφερειακές που συναντώνται, κυρίως, στην περιοχή υπό του ΚΤ και στην αριστερή στήλη
- η θεματική της διεθνούς ειδησεογραφίας εμφανίζει προτίμηση στο χώρο υπό του ΚΤ (63%, 12/19)
- η πλειοψηφία των τίτλων που ανήκουν στους τομείς της πολιτικής (13/36, 36%), της κοινωνίας (22/62, 35%), της οικονομίας (11/29, 38%), του

αθλητισμού (6/10,60%) και της επιστήμης (2/2, 100%) τοποθετούνται στην αριστερή στήλη

- στο χώρο πάνω από τον ΚΤ τοποθετούνται, κυρίως, τίτλοι που ανήκουν στις κυρίαρχες θεματικές ενότητες (12/15, 80%)

1.2.2 Κατηγορία είδησης ανά τύπο τίτλου

	T	TK	ET	ETK	TY	TYK	ETY	KT	ETYK	Σύνολο
Πολιτική	1	1	5	19		3		7		36
Κοινωνία	5	1	13	26		1		15	1	62
Οικονομία	7		2	15				4	1	29
Πολιτισμός	1		1	7					1	10
Αθλητισμός	1	2		5		1			1	10
Διεθνή	1	2	4	12						19
Επιστήμη		1		1						2
Σύνολο	16	7	25	85		5		26	4	168

Όσον αφορά τη δομή των τίτλων, καταλήγουμε στα παρακάτω συμπεράσματα

- η δομική κατηγορία ETK κατέχει την πλειοψηφία σε σχέση με τις άλλες μορφές (51%, 85/168), δε διακρίνεται για κάποια θεματική προτίμηση, αλλά καταλαμβάνει την πρώτη θέση εμφάνισης σε όλα τα θεματικά πεδία
- η δομική κατηγορία ET έρχεται δεύτερη σε συχνότητα εμφάνισης (15%, 25/168) στην περιφέρεια του πρωτοσέλιδου και παρουσιάζει προτίμηση στα κοινωνικά ζητήματα (13/25, 52%)
- η παρουσία του επίτιτλου θεωρείται σημαντική, καθώς όλες οι θεματικές ενότητες εκφράζουν μια προτίμηση προς τις δομές με επίτιτλο (110/168,77%)
- εμφανίστηκαν τέσσερις περιπτώσεις ETYK, οι οποίες αντλούνται από τις θεματικές ενότητες «κοινωνία», «οικονομία», «αθλητισμός» και «πολιτισμός»
- οι T δε χαρακτηρίζονται από υψηλό ποσοστό εμφάνισης (10%, 16/168), ενώ εκφράζουν προτίμηση προς τα θεματικά πεδία της οικονομίας (44%, 7/16) και της κοινωνίας (31%, 5/16)
- οι δομές με υπότιτλο σε τίτλους, πέραν του ΚΤ, γενικά αποφεύγονται από όλα τα θεματικά πεδία (5%, 9/168)

Η αριθμητική υπεροχή της κατηγορίας ETK και η κυριαρχία της σε όλα τα θεματικά πεδία αποκαλύπτει ότι το πρωτοσέλιδο της «ΕΤ», από δομικής πλευράς, δεν προκρίνει συγκεκριμένες θεματικές ενότητες στην περιφέρεια του πρωτοσέλιδου

1.3 Η περίπτωση της «Κ»

1.3.1 Ειδήσεις ανά πεδίο χωροθετικής διάταξης στο πρωτοσέλιδο της «Κ»

	Επ/δο Α	Επ/δο Β	Επ/δο Γ	Σήμερα	Σύνολο
Πολιτική	13	6		20	39
Κοινωνία	7	21		46	74
Οικονομία	10	10		41	61
Πολιτισμός	5	6	12	26	49
Αθλητισμός				9	9
Διεθνή	14	26	2	63	105
Επιστήμη	1	11		5	17
Σύνολο	50	80	14	210	354

Όσον αφορά την ιεράρχηση των θεματικών ενοτήτων, η πρωτοκαθεδρία των τίτλων ανήκει στη διεθνή ειδησεογραφία (30%, 105/354), ενώ ακολουθούν οι θεματικές ενότητες της κοινωνίας (21%, 74/354), της οικονομίας (17%, 61/354), του πολιτισμού (14%, 49/354), της πολιτικής (11%, 39/354), της επιστήμης (5%, 17/354) και του αθλητισμού (2%, 9/354). Οφείλουμε να σημειώσουμε πως ο ΚΤ καταλαμβάνεται, αποκλειστικά, από τους τομείς της πολιτικής και της οικονομίας (36%), της κοινωνίας (18%) και της διεθνούς ειδησεογραφίας (10%), που συνιστούν τα κυρίαρχα θεματικά πεδία στο πρωτοσέλιδο της «Κ». Όπως έχει προαναφερθεί, οι μορφές τίτλων που τοποθετούνται στο επίπεδο Α' είναι λιγότερες σε αριθμό από το επίπεδο Β', αλλά ιεραρχικά, πιο σημαντικές –αφού προκρίνονται στο «εξώφυλλο» του πρωτοσέλιδου- και καταλαμβάνουν μεγαλύτερη έκταση. Στο επίπεδο Β' κατατάσσονται οι δεύτερες πιο σημαντικές ειδήσεις της επικαιρότητας, οπότε καταλαμβάνουν μικρότερο χώρο και είναι περισσότερες αριθμητικά. Ωστόσο, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ότι οι τίτλοι που υπάγονται στη στήλη «Σήμερα» είναι πολυπληθέστεροι, αλλά λιγότερο προνοημένοι από εκείνους που τοποθετούνται στο δεξί μέρος του πρωτοσέλιδου. Επομένως, αν εστιάσουμε την προσοχή μας στη δεξιά πλευρά του εξώφυλλου, συμπεραίνουμε ότι

- στο Α' επίπεδο, που αποτελεί το πιο σημαντικό μέρος του πρωτοσέλιδου, καθώς στεγάζει τον ΚΤ και αποτελεί, κατά μια έννοια, το «εξώφυλλο» του πρωτοσέλιδου, κυριαρχεί η διεθνής ειδησεογραφία (28%, 14/50) κι ακολουθούν, με μικρή διαφορά, οι θεματικές ενότητες «πολιτική» (22%, 13/50), «οικονομία» (20%, 10/50), «κοινωνία» (14%, 7/50) και «πολιτισμός» (10%, 5/50). Η παρουσία της θεματικής ενότητας του πολιτισμού, έστω και σε ποσοστό 10%, καθίσταται σημαντική, καθώς το επίπεδο Α, καταλαμβάνοντας την πρώτη θέση στο «αναγνωστικό μονοπάτι», επιφορτίζεται με ιδιαίτερη βαρύτητα.

- στο επίπεδο Β', συγκεντρώνεται το υψηλότερο πλήθος ειδήσεων της δεξιάς πλευράς (3,5 τίτλοι ανά φύλλο). Σε αυτό το πεδίο, το μεγαλύτερο ποσοστό των τίτλων αφορά τη διεθνή ειδησεογραφία (33%), ακολουθεί η κοινωνία (26%), η επιστήμη (14%) και η οικονομία (13%)
- στο επίπεδο Γ⁵¹, το σκηνικό αλλάζει σημαντικά, αφού, πάλι στη μόνιμη στήλη, οι τίτλοι ειδήσεων αντλούνται, κατά συντριπτική πλειοψηφία, από τη θεματική ενότητα του πολιτισμού (86%). Όσον αφορά την αριστερή πλευρά που καταλαμβάνεται από τη στήλη «Σήμερα» και συνιστά την πολυπληθέστερη «περιοχή» σε αριθμό τίτλων. Η επικρατούσα θεματική ενότητα εξακολουθεί να είναι η «διεθνής ειδησεογραφία» (30%), ακολουθεί η κοινωνία (22%), η οικονομία (20%), ο πολιτισμός (12%) και η πολιτική (10%).

1.3.2 Κατηγορία είδησης ανά τύπο τίτλου

	ΤΥΠ	ΤΥΠΕ	ΚΤ	ΚΤΕ	ΤΠ	ΤΛ	ΕΤΠ	ΕΤΚ	Κc	Κb	Σύνολο
Πολιτική	9	2	5	3			9	1	10		39
Κοινωνία	21		4		2	1	9		33	4	74
Οικονομία	12		6	2			13		24	4	61
Πολιτισμός	2				3	18	1		23	2	49
Αθλητισμός									7	2	9
Διεθνή	24		1	1	1	15	3	1	51	8	105
Επιστήμη	7				4	1	1		3	1	17
Σύνολο	75	2	16	6	10	35	36	2	151	21	354

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, συμπεραίνουμε ότι

- η πλειοψηφία των τίτλων διεθνούς ειδησεογραφίας (56%, 59/105), αθλητισμού (100%, 9/9), πολιτισμού (51%, 25/49), οικονομίας (46%, 28/61), πολιτικής (26%, 10/39) και κοινωνίας (45%, 37) εκφέρονται με τις κατηγορίες Κc ή Κb
- η δομή ΤΛ συνιστά φορέα του πολιτισμού (51%, 18/35) και των διεθνών ζητημάτων (43%, 15/35), αυτά τα θεματικά πεδία ευνοούνται από την παρουσία της εικόνας
- η δομή ΕΤΠ εμφανίζει σαφή προτίμηση για τα κυρίαρχα θεματικά πεδία (86%, 31/36)
- η διστρωματική δομή ΤΠ εμφανίζει προτίμηση για τα περιφερειακά θεματικά πεδία της επιστήμης και του πολιτισμού (4/10, 40%, 3/10, 30%)

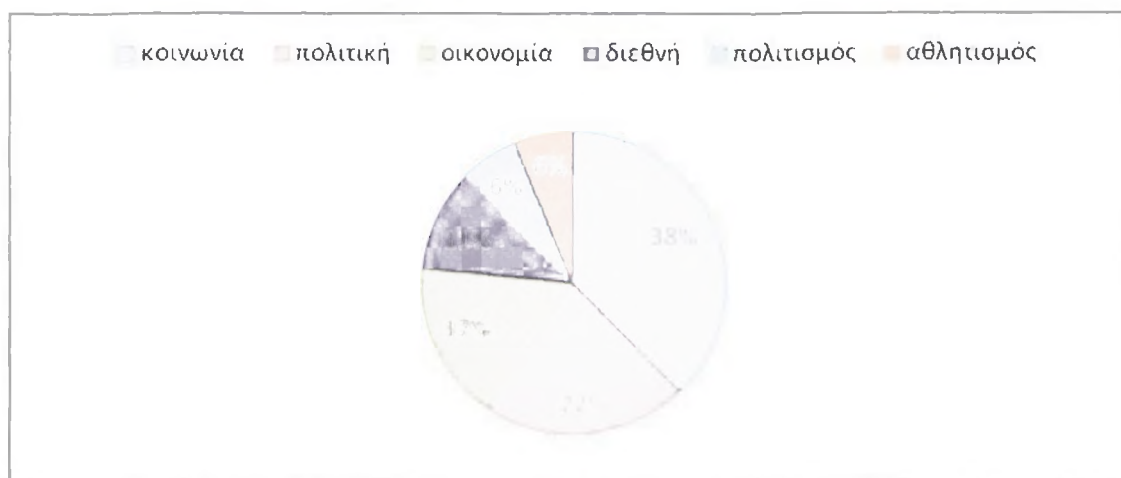
⁵¹ Όταν εμφανίζει διμερή μορφή

- η δομή ΤΥΠ εμφανίζει σαφή προτίμηση για τα κυρίαρχα θεματικά πεδία (76%, 57/75)
- η δομή Κε συνιστά την πιο συχνά εμφανιζόμενη δομική κατηγορία τίτλου και, μάλιστα, απολαμβάνει τη συντριπτική πλειοψηφία (73%). Οι κατηγορίες που τοποθετούνται στο πάνω μέρος της στήλης και εμφανίζουν τις δομές ΕΤΠ και ΕΤΚ επιλέγουν να πριμοδοτήσουν τις κυρίαρχες θεματικές ενότητες της οικονομίας, της πολιτικής και της κοινωνίας.
- η θεματική ενότητα του αθλητισμού δεν ευνοείται ιδιαίτερα στο πρωτοσέλιδο της «Κ» αλλά όταν εμφανίζεται, ανήκει στη μορφή Κε.

1.4 Συγκριτική εξέταση των εφημερίδων με βάση τη θεματική κατηγοριοποίηση των τίτλων



Εικόνα 4 θεματική ταξινόμηση στο πρωτοσέλιδο της "Ν"⁵²



Εικόνα 5 θεματική ταξινόμηση στο πρωτοσέλιδο της "ΕΤ"⁵³

⁵² «Ν»: κοινωνία 48% (88/194), οικονομία 20% (38/194), πολιτική 17% (31/194), αθλητισμός 6% (11/194), πολιτισμός – επιστήμη 5% (9/194), διεθνής ειδησεογραφία 4% (8/194)

«δυνητικό ακροατήριο» που δεν ενδιαφέρεται μόνο για τα πολιτικά και κοινωνικά δρώμενα της χώρας του, αλλά και για το τι συμβαίνει στη διεθνή σκηνή. Η «Κ» απευθύνεται σε εκείνους τους «ιδανικοί δέκτες» που θεωρούν ότι η ενημέρωση δεν πρέπει να περιορίζεται στα σύνορα της χώρας, αλλά να χαρακτηρίζεται από οικουμενικότητα. Όπως επισημαίνει ο κος Κατσίγερας, «δεν υπάρχει αριθμητικός προκαθορισμός του θεματικού είδους των ειδήσεων που θα καταχωρηθούν, είναι, όμως, απαραίτητο για την «Κ», ακόμα και αν δεν προκύπτει κάτι σημαντικό, να υπάρχει είδηση ή ειδήσεις από τον διεθνή χώρο, μεγαλύτερη σε έκταση από ό, τι ένα «σύντομο» της στήλης Σήμερα». Σε αντίστιξη, οι λαϊκές εφημερίδες στοχεύουν, πρωτίστως, στον αναγνώστη-κάτοικο της Ελλάδας, εκφράζοντας την προτίμησή τους για τα «εγχώρια» πολιτικά, κοινωνικά και οικονομικά ζητήματα, ενώ θέτουν το διεθνή χώρο σε δεύτερη μοίρα λειτουργώντας, κατά μια έννοια, με πιο «τοπικιστικά» κριτήρια. Ο κος Καψής, επιβεβαιώνοντας τα παραπάνω, αναφέρει χαρακτηριστικά «εμείς θεωρούμε ότι όσο πιο τοπικές είναι οι ειδήσεις, τόσο πιο ενδιαφέρον έχουν για τον κόσμο» και προσθέτει ότι «η δουλειά μας σα δημοσιογράφοι είναι να είναι να βάζουμε τη δική μας οπτική και σε θέματα που έχουν άμεση συνάφεια με τους δικούς μας αναγνώστες».

Δ' κεφάλαιο

1. Ο πολιτισμός στη «N»

1.1 Η πολιτιστική είδηση στο πρωτοσέλιδο της «N»

Στο πρωτοσέλιδο της «N», η πολιτιστική είδηση χαρακτηρίζεται από χαμηλή συχνότητα εμφάνισης, αφού μόλις 9 από τους 194 τίτλους ειδήσεων αφορούν τον πολιτισμό. Το θεματικό πεδίο του πολιτισμού καταλαμβάνει την προτελευταία θέση μαζί με εκείνο της επιστήμης ενώ, σε απόσταση αναπνοής, έπεται η διεθνής ειδησεογραφία. Συμπεραίνουμε ότι, τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, η πολιτιστική είδηση δεν κερδίζει εύκολα μια θέση στο πρωτοσέλιδο της «N», καθώς το «δυνητικό ακροατήριο» του δημοσιογραφικού οργανισμού φαίνεται να μη δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον πολιτισμό, τουλάχιστον σε ένα πρώτο επίπεδο. Αναφέρει χαρακτηριστικά ο κος Καψής, «δε θεωρούμε ότι κάθε μέρα πρέπει να έχουμε ένα πολιτιστικό θέμα... πιστεύω ότι επειδή ακριβώς είμαστε μια εφημερίδα που απευθύνεται σε ευρύτερο κοινό προσπαθούμε να αποφεύγουμε ζητήματα που έχουν μειοψηφική απήχηση στο κοινό μας.... το να έρθει ένας μεγάλος τραγουδιστής είναι ένα γεγονός που θα καλύψουμε στο πολιτιστικό μας ένθετο αλλά δεν είναι ένα θέμα που θα απασχολήσει όλη την Ελλάδα». Συνεπώς, ο πολιτισμός αποτελεί ένα δευτερεύον, περιφερειακό θεματικό πεδίο που, ελάχιστες φορές, κατορθώνει να μεταβεί από τις εσωτερικές σελίδες στο πρωτοσέλιδο, σε αντίστιξη με την υπόλοιπη επικαιρότητα που αφορά κοινωνικά, οικονομικά και πολιτικά ζητήματα.

Ωστόσο, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ο πολιτισμός δε συνιστά το μοναδικό περιφερειακό πεδίο, αλλά υπό το ίδιο «καθεστώς» τελούν και οι θεματικές ενότητες του αθλητισμού, της επιστήμης και της διεθνούς ειδησεογραφίας. Επομένως, θα λέγαμε ότι η «N» ευνοεί περισσότερο την παρουσία των κοινωνικών, οικονομικών και πολιτικών θεμάτων στο πρωτοσέλιδο, αφού θεωρεί ότι προβληματίζουν και προσελκύουν περισσότερο την προσοχή του «ιδανικού δέκτη».

Όσον αφορά τη χωροθετική διάταξη, ο τίτλος της πολιτιστικής είδησης τοποθετείται στο διαχωριστικό σημείο (44%, 4/9), στην αριστερή στήλη (33%, 3/9) και στην περιοχή υπό του ΚΤ (23%, 2/9). Η θέση επί του ΚΤ, που θεωρείται χωροθετικά ευνοημένη, καταλαμβάνεται μόνο από τα κυρίαρχα θεματικά πεδία.

	ΚΤ	Διαχ. Σημ.	Υπό ΚΤ	Επί ΚΤ	Αρ. στήλη	Σύνολο
Πολιτισμός		4	2		3	9

Όσον αφορά τη δομική κατηγοριοποίηση, η πολιτιστική είδηση εκφέρεται, αποκλειστικά, με τις κατηγορίες Τ (56%), ΤΚ (22%) και ΕΤ (22%).

	Τ	ΤΚ	ΕΤ	ΕΤΚ	ΤΥ	ΠΛΤ	ΕΤΥ	ΕΤΥΚ	ΚΤ	Σύνολο
Πολιτισμός	5	2	2							9

Κατά συνέπεια, διαπιστώνουμε ότι το πεδίο του πολιτισμού δεν ευνοείται από το δομικό σύστημα τιτλοδότησης, αφού εκφέρεται είτε με μονοστρωματικές δομές είτε με διστρωματικές, που τοποθετούνται στο αριστερό μέρος του συνεχούς δομικής συνθετότητας.

1.2 Οριοθέτηση της πολιτιστικής είδησης από τους τίτλους του πρωτοσέλιδου

Οι λιγостоί τίτλοι πολιτιστικών ειδήσεων που εντοπίσαμε στο πρωτοσέλιδο της «Ν» αφορούν κινηματογραφικές πρεμιέρες⁵⁵, τον τομέα της μόδας και την πολιτιστική κληρονομιά. Πιο συγκεκριμένα, εντοπίστηκαν οι εξής τίτλοι

Μονοστρωματικοί

Τίτλος	
1. Τα Οσκαρ έβγαλαν μόδα	5/03/07
2. Καρτούν πολλών αστέρων στην Αθήνα	14/03/07
3. Ελληνικό το πιο αρχαίο κρασί	19/03/07
4. Μόδα πράσινη και οικολογική	26/03/07
5. Υψηλό ντιζάιν σε χαμηλή τιμή	2/04/07

Διστρωματικοί ΤΚ

6.

Τίτλος	«300» και «Εντουαρτ» στις οθόνες
Καπέλο	Οι εντυπωσιακοί «300» του Λεωνίδα συναντούν τον βραβευμένο «Εντουαρτ» της Αγγελικής Αντωνίου στους κινηματογράφους. 8/03/07

⁵⁵ δε συμπεριλαμβάνονται περιπτώσεις τίτλων κριτικής κινηματογράφου, θεάτρου κ.λπ. καθώς δεν ανήκουν στο είδος της ειδησεογραφίας

7.

Τίτλος	Παρισινή μόδα για όλα τα γούστα
Καπέλο	Φοιτητικό στυλ, τονισμένοι ώμοι, στενές φούστες, οι Γάλλοι σχεδιαστές έφεραν το...tutti frutti στις παρισινές πασαρέλες. 12/03/07

ET

8.

Επίτιτλος	ΤΑΣΕΙΣ
Τίτλος	Μέρες ελληνικής μόδας 15/03/07

9.

Επίτιτλος	ΤΑΣΕΙΣ
Τίτλος	Εβδομάδα ελληνικής μόδας 19/03/07

Παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των τίτλων-φορέων των πολιτιστικών ειδήσεων (6/9, 67%), αφορούν τον τομέα της μόδας. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι η λέξη «μόδα» εμφανίζεται, σα βασικό μοτίβο ή λέξη-κλειδί, σε όλους τους σχετικούς τίτλους⁵⁶. Δεύτερη στη σειρά θεματικής κατάταξης, κατατάσσεται η αναφορά στις κινηματογραφικές προβολές (2/9, 22%). Μάλιστα, ο τίτλος 1 συνδυάζει τον κινηματογράφο με τη μόδα. Τέλος, εμφανίζεται ένας τίτλος που αναφέρεται στον αρχαίο πολιτισμό (1/9, 11%).

Όπως προκύπτει από το πρωτοσέλιδο, η «N» αντιλαμβάνεται την πολιτιστική είδηση ως ενημέρωση για το χώρο της μόδας, πρωτίστως, και, κατά δεύτερο λόγο, για τον κινηματογράφο. Η στάση αυτή αποκαλύπτει ότι το «δυναμικό ακροατήριο» στο οποίο απευθύνονται οι πολιτιστικές ειδήσεις, την υπό εξέταση περίοδο, εμφανίζεται, ιδιαίτερα, ευαισθητοποιημένο σε θέματα μόδας, όπως επιτάσσει το lifestyle της εποχής.

Η συντριπτική πλειοψηφία των τίτλων αποτελούν ονοματικές φράσεις, ενώ, στα καπέλα, κυριαρχούν ρηματικές φράσεις, όπως είναι αναμενόμενο. Συχνά χρησιμοποιείται το αξιολογικό στοιχείο, προκειμένου να προκαλέσει το ενδιαφέρον του κοινού π.χ. οι προσδιορισμοί «εντυπωσιακού», «βραβευμένος», «πολλών αστέρων»). Τέλος, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι οι πολιτιστικοί τίτλοι δεν

⁵⁶ οι τίτλοι 8 και 9 διαφέρουν μόνο σε μία λέξη

πριμοδοτούνται ιδιαίτερα από το οπτικό στοιχείο (δηλ. την εικόνα που τους συνοδεύει) ή την τυπογραφία του πρωτοσέλιδου

2. Ο πολιτισμός στην «ΕΤ»

2.1. Η πολιτιστική είδηση στο πρωτοσέλιδο της «ΕΤ»

Ο τομέας του πολιτισμού καλύπτει το πρωτοσέλιδο της «ΕΤ» σε χαμηλό ποσοστό (6%), αφού βρέθηκαν μόλις 10 τίτλοι πολιτιστικών ειδήσεων σε σύνολο 168 τίτλων. Μάλιστα, το πεδίο του πολιτισμού μοιράζεται την προτελευταία θέση με εκείνο του αθλητισμού. Επομένως, ο πολιτισμός συνιστά μια δευτερεύουσα θεματική ενότητα που, λίγες φορές, κατορθώνει να κερδίσει μια θέση στο πρωτοσέλιδο. Η «ΕΤ» επιδιώκει να προσελκύσει τον «ιδανικό δέκτη», εστιάζοντας την προσοχή της στην ενημέρωση για κοινωνικά, πολιτικά και οικονομικά ζητήματα. Κατά συνέπεια, όποιος αναγνώστης ενδιαφέρεται να ενημερωθεί για τον πολιτισμό, θα πρέπει να ανατρέξει στις εσωτερικές σελίδες ή στα σχετικά ένθετα, και όχι στη «βιτρίνα» της εφημερίδας.

Εντούτοις, όταν μια πολιτιστική είδηση κατορθώνει να κερδίσει μια θέση στο πρωτοσέλιδο, η πλειοψηφία των τίτλων-φορέων της (70%, 7/10) ευνοείται δομικά, αφού εκφέρεται με την τριστρωματική κατηγορία ΕΤΚ.

	T	TK	ET	ETK	TY	TYK	ETY	KT	ETYK	Σύνολο
Πολιτισμός	1		1	7					1	10

Η δομή ΕΤΚ, που τοποθετείται στη μέση του συνεχούς δομικής συνθετότητας, αφιερώνει στην είδηση μεγαλύτερο αριθμό λέξεων και έκταση τις μονοστρωματικές και διστρωματικές δομές. Ωστόσο, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ότι η δομή ΕΤΚ δεν εμφανίζει ιδιαίτερη προτίμηση στην πολιτιστική είδηση, αλλά χρησιμοποιείται, κατά πλειοψηφία, σε όλο τα θεματικά πεδία στην περιφέρεια του πρωτοσέλιδου της «ΕΤ».

Ενδιαφέρον στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι εντοπίστηκε μια περίπτωση «πολιτιστικού» τίτλου, που εκφέρεται με την πολυστρωματική κατηγορία ΕΤΥΚ. Με την επιλογή του συγκεκριμένου δομικού σχήματος η πολιτιστική είδηση τοποθετείται δεύτερη σε σειρά σημαντικότητας- μετά τον ΚΤ- στην αναγνωστική οδό, που χαράσσεται σε συνδυασμό με τη χωροθετική διάταξη του πρωτοσέλιδου. Μια σπάνια, αλλά σημαντική «νίκη» του πολιτισμού.

Αξίζει να σημειώσουμε πως στο πρωτοσέλιδο της «ΕΤ», οι «πολιτιστικοί» τίτλοι προμοδοτούνται τόσο από το οπτικό στοιχείο, αφού, συχνά, συνοδεύονται από έντονη εικονοποίηση, όσο και από τον τυπογραφικό παράγοντα, αφού είναι δυνατό να καταλαμβάνουν μεγάλη έκταση, να έχουν μεγάλο μέγεθος γραμματοσειράς κ.λπ. και, τις περισσότερες φορές, έρχονται δεύτεροι στην αναγνωστική οδό

	ΚΤ	Υπό ΚΤ	Επί ΚΤ	Αρ. Στήλη	Σύνολο
Πολιτισμός		6	1	3	10

Όσον αφορά τη χωροθετική διάταξη, οι πολιτιστικές ειδήσεις εμφανίζονται κατά κύριο λόγο, στην περιοχή υπό τον ΚΤ (60%, 6/10) και στην αριστερή στήλη (30%, 3/10). Η μοναδική εμφάνιση τίτλου πάνω από τον ΚΤ, στο «μπαλκόνι δηλ. του πρωτοσέλιδου, επιβεβαιώνει ότι η «ΕΤ» δε «διστάζει» να τοποθετήσει μια τέτοια είδηση σε ιδιαίτερα ευνοημένες θέσεις. Επομένως, το θεματικό πεδίο του πολιτισμού, όταν προωθείται στο πρωτοσέλιδο, εμφανίζεται να ενδιαφέρει σημαντικά το «δυνητικό ακροατήριο» της «ΕΤ», αφού, συχνά, τοποθετείται δεύτερο ιεραρχικά, μετά το βασικό θέμα της ημέρας.

2.2 Οριοθέτηση της πολιτιστικής είδησης

Μονοστρωματικοί

1.

Τίτλος	Η Εθνική Μόδας στο Ζάππειο «Ν»19/03/07
--------	--

Διστρωματικοί

2.

Επίτιτλος	Ο ΑΠΡΙΑΗΣ ΕΙΝΑΙ ART
Τίτλος	Οι δέκα πιο hot ανοιξιάτικες εκδηλώσεις

Τριστρωματικοί

ΕΤΚ

3.

Επίτιτλος	ΣΥΝΩΣΤΙΣΜΟΣ
Τίτλος	300.000 πήγαν να δουν τους «300»
Καπέλο	Ο σύγχρονος Λεωνίδας με τους 300 του συγκέντρωσε στις κινηματογραφικές αίθουσες 300.000 θεατές σε τέσσερις μέρες 12/3/07

4.

Επίτιτλος	ΛΕΣΧΕΣ ΒΙΒΛΙΟΥ
Τίτλος	Η ανάγνωση «φτιάχνει» παρές!
Καπέλο	Πάνω από 60 Λέσχες Ανάγνωσης βρίσκονται στο ξεκίνημά τους σε όλη την Ελλάδα. Στη Βουλιαγμένη, η εγγονή του Στρατή Μυριβήλη, κυρία Χριστίνα Αγγελοπούλου (φωτό), έκανε το σπίτι της στέκι αναγνωστών. 17/3/07

5.

Επίτιτλος	ΕΙΚΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ
Τίτλος	Βόλτα στην Αρχαία Αγορά
Καπέλο	Εικονικό ταξίδι στην Αρχαία Αγορά της Αθήνας μας προσφέρει ο «Ελληνικός Κόσμος» της οδού Πειραιώς. Η διαδραστική περιήγηση περιλαμβάνει συμμετοχή στις δημοκρατικές διαδικασίες της αρχαιότητας και... εξοστρακισμούς πολιτικών. 21/3/07

6.

Επίτιτλος	ΚΟΣΜΗΜΑ ΤΟΥ 6000 π.Χ.
Τίτλος	Θησαυρός μέσα στα ορυχεία
Καπέλο	Χιλιάδες ευρήματα, όπως το σπάνιο χρυσό κόσμημα της φωτογραφίας, φέρνει στο φως η αρχαιολογική σκαπάνη στα ληνιτωρυχεία της ΔΕΗ στην Πτολεμαΐδα 26/3/07

7.

Επίτιτλος	ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΕ ΝΟΗΜΑ ΣΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΜΙΚΡΑΣΙΑΤΙΚΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
Τίτλος	Ο Καραμανλής μπροστά στο «συνωστισμό»
Καπέλο	Ο πρωθυπουργός μπροστά στη φωτογραφία της φλεγόμενης Σμύρνης, στα εγκαίνια του Μουσείου Μικρασιατικού Πολιτισμού «Φιλώ Χαϊδεμένου». Μήνυμα ότι δεν συμφωνεί με το χαρακτηρισμό «συνωστισμός» του βιβλίου της ΣΤ' Δημοτικού για τις τουρκικές ακρότητες

8.

Επίτιτλος	ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΦΩΤΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ ΣΤΗΝ ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ
Τίτλος	Η πόρτα άνοιξε 18 αιώνες μετά
Καπέλο	Έναν ασύλητο ρωμαϊκό τάφο, με όψη κτιρίου, που η θύρα του ανοιγοκλείνει όπως στην αρχαιότητα, αντίκρισαν με συγκίνηση οι αρχαιολόγοι στο Φισκάρδο. Η αρχαιολογική σκαπάνη έφερε ακόμη στο φως ένα μοναδικό για τα Επτάνησα αρχαίο θέατρο και πολλά σημαντικά κινητά ευρήματα 5/4/07

9.

Επίτιτλος	ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΑ ΣΤΟ ΜΟΝΑΧΟ
Τίτλος	Κειμήλια του '21 με 20.000 ευρώ
Καπέλο	Χειρόγραφα του Κωλέττη και του Νοταρά, επιστολές του Μαυροκορδάτου αλλά και το ημερολόγιο της πολιορκίας του Μεσολογγίου περιλαμβάνονται στα κειμήλια του 1821 που θα δημοπρατηθούν στις 8 Μαΐου στο Μόναχο 2/4/07

Πολυστρωματικός

10.

Επίτιτλος	ΑΠΟ ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΓΚΕΤΙ
Τίτλος	Επιστροφή στην πατρίδα
Υπότιτλος	Το χρυσό μακεδονικό στεφάνι και η αρχαϊκή Κόρη
Καπέλο	Παρουσία του πρωθυπουργού κ. Κώστα Καραμανλή η Πολιτεία υποδέχεται σήμερα το μεσημέρι, στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, το χρυσό μακεδονικό στεφάνι και την αρχαϊκή Κόρη που επαναπατρίστηκαν από το Μουσείο Πολ Γκετί. Σύντομα αναμένεται η επιστροφή και άλλων αρχαιοτήτων 29/03/07

Εξετάζοντας τους παραπάνω τίτλους, συμπεραίνουμε ότι, κατά τη χρονική περίοδο που εξετάζουμε, οι πολιτιστικές ειδήσεις που επιλέγονται να ενταχθούν στο πρωτοσέλιδο της «ΕΤ» αφορούν, πρωτίστως, την πολιτιστική κληρονομιά και αρχαιότητα και τα μουσεία (6/10)⁵⁷. Οι υπόλοιποι τίτλοι αναφέρονται στις πολιτιστικές εκδηλώσεις του μήνα, στο βιβλίο, στη μόδα, στις πρεμιέρες κινηματογράφου. Κατά συνέπεια, θα λέγαμε ότι η «ΕΤ», όπως αναδεικνύεται από το πρωτοσέλιδο, θεωρεί ότι η πληροφόρηση για ζητήματα που συνδέονται με την αρχαιότητα και τα μουσεία συνιστά τον πυρήνα της «πολιτιστικής είδησης». Το «δυναμικό ακροατήριο» της «ΕΤ» φαίνεται να έχει συνείδηση της ιστορικής πορείας του Ελληνισμού και να εκδηλώνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για θέματα της πολιτιστικής κληρονομιάς.

3. Ο πολιτισμός στην «Κ»

3.1 Η πολιτιστική είδηση στο πρωτοσέλιδο της «Κ»

Όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, στο πρωτοσέλιδο της «Κ», το θεματικό πεδίο του πολιτισμού ανέρχεται σε ποσοστό 14% (βρέθηκαν 49 τίτλοι πολιτιστικών ειδήσεων σε σύνολο 354 τίτλων). Ο πολιτισμός κατατάσσεται τέταρτος στη «θεματική ιεραρχία», δηλ. μετά τις κυρίαρχες ενότητες της διεθνούς ειδησεογραφίας, της οικονομίας και της κοινωνίας, πράγμα που φανερώνει πως, κατά το χρονικό διάστημα που εξετάζουμε, το «δυναμικό ακροατήριο» της «Κ» εμφανίζει σταθερό ενδιαφέρον για την ενημέρωση περί πολιτισμού.

	Επ/δο Α	Επ/δο Β	Επ/δο Γ	Σήμερα	Σύνολο
Πολιτισμός	5	6	12	26	49

	ΤΥΠ	ΚΤΕ	ΤΠ	ΤΑ	ΕΤΠ	Κε	Κb	Σύνολο
Πολιτισμός	2		3	18	1	23	2	49

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, η πλειοψηφία των «πολιτιστικών» τίτλων (53%, 26/49) συγκεντρώνεται στην αριστερή στήλη «Σήμερα». Η συγκεκριμένη τοποθεσία μπορεί να μην είναι ιδιαίτερα ευνοημένη χωροθετικά⁵⁸, αλλά το γεγονός ότι η πολιτιστική είδηση εμφανίζεται με συστηματικότητα ενισχύει την παρουσία της. Όπως αναφέρει ο κος Κατσίγερας, είναι απαραίτητο για την «Κ» να υπάρχουν καλλιτεχνικές... ειδήσεις (έστω και μία) στο «Σήμερα» ακριβώς για ενημερώνεται ο αναγνώστης «σφαιρικά» και, βεβαίως να αντανακλάται στην πρώτη

⁵⁷ Το δείγμα μας είναι πολύ μικρό για εξάγουμε γενικά συμπεράσματα

⁵⁸ αφού χαρακτηρίζεται από μικρή έκταση και ήπια τυπογραφία

σελίδα ο θεματικός πλούτος της εφημερίδας. Μάλιστα, βρέθηκε μια περίπτωση τίτλου με τη μορφή ΕΤΠ, πράγμα που σημαίνει ότι η πολιτιστική είδηση προωθείται στην κορυφή της στήλης, δηλ. στην πιο προνομιούχνη θέση του αριστερού μέρους.

Το 24% (12/49) των τίτλων πολιτιστικής είδησης εδράζεται στο επίπεδο Γ', αποκλειστικά, με τη μορφή ΤΛ. Τα πολιτιστικά γεγονότα, παρουσιάζονται, τόσο μέσα από την εικόνα, όσο και μέσα από το λόγο, παγιδευοντας, κατά μία έννοια, την προσοχή του δέκτη. Δεν αρκεί, μόνο, ο ιδανικός δέκτης να διαβάσει περί πολιτισμού, αλλά και να δει. Συνολικά, θα λέγαμε ότι, στο πρωτοσέλιδο της «Κ», το επίπεδο Γ' συνιστά μια «κοιτίδα» πολιτισμού, αφού το 86% των τίτλων που τοποθετούνται εκεί αφορούν τον πολιτισμό. Παρόλο που η πολιτιστική είδηση, σε αυτή την περίπτωση, κατοικεί στο κάτω μέρος της σελίδας, το γεγονός ότι βρίσκεται στη δεξιά πλευρά, συνοδεύεται από εικόνα και καταλαμβάνει περισσότερο χώρο, εξαίρει την παρουσία της.

Το επίπεδο Β' συγκεντρώνει το 12% (6/49) των τίτλων πολιτιστικών ειδήσεων. Σε αυτό το χώρο, η πολιτιστική είδηση εμφανίζεται με τις μορφές ΤΠ (50%, 3/6), ΤΥΠ (33%, 2/6) και ΤΛ (16%, 1/6). Το επίπεδο Β' βρίσκεται στο μεταίχμιο μεταξύ του «εξώφυλλου» του πρωτοσέλιδου και του επιπέδου Γ'. Η παρουσία του πολιτισμού εκεί καθίσταται σημαντική γιατί «φλερτάρει» με το επίπεδο Α'. Παράλληλα, ο αναγνώστης ενημερώνεται μέσω της περίληψης-λεζάντας για τα πολιτιστικά θέματα με περιεκτικό τρόπο.

Όσον αφορά το επίπεδο Α', η παρουσία της πολιτιστικής είδησης με τη μορφή ΤΛ, αναδεικνύει πως η «Κ» δε διστάζει να τοποθετήσει τον πολιτισμό στο «εξώφυλλο» του πρωτοσέλιδου και να αποτελέσει τη δεύτερη σημαντικότερη είδηση μετά τον ΚΤ, έστω και σε μικρό ποσοστό 10% (5/49). Μάλιστα, η συνοδεία μιας σχετικής τετράστηλης εικόνας, προσελκύει την προσοχή του δέκτη και εγείρει την προσδοκία ανάγνωσης της είδησης. Όπως σημειώνει χαρακτηριστικά ο κος Κατσίγερας, «θέματα καλλιτεχνικά...κατά κανόνα τοποθετούνται κάτω από το οριζόντιο μέσον της σελίδας, εκτός αν, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, η σημασία τους - αυτή που έχουν ή αυτή που τους αποδίδει η εφημερίδα ή και τα δύο μαζί- επιβάλλει την ανάδειξή τους στην πρώτη θέση ή κοντά σε αυτήν.» Κατά τη χρονική περίοδο της έρευνάς μας, η «Κ» έκρινε ότι το θεματικό πεδίο του πολιτισμού παρόλο που δεν κατόρθωσε να καταλάβει ποτέ τη θέση του ΚΤ, μπορεί να εισέλθει στις πιο ευνοημένες θέσεις του πρωτοσέλιδου.

3.2 Οριοθέτηση της πολιτιστικής είδησης

Όσον αφορά την έννοια της πολιτιστικής είδησης, η «Κ» φαίνεται να επιλέγει ειδήσεις που αφορούν το βιβλίο, την ποίηση και τη λογοτεχνία γενικότερα, σε ποσοστό 27% (13/49), τις εκθέσεις και τα μουσεία σε ποσοστό 22% (11/49), τον κινηματογράφο σε ποσοστό 16% (8/49), τη μουσική σε ποσοστό 12% (6/49), τα

αρχαιολογικά ευρήματα σε ποσοστό 10% και σε μικρότερο βαθμό, τη φιλοσοφία, την αρχιτεκτονική, την ιστορία και το θέατρο. Επομένως, σκιαγραφώντας το προφίλ του «ιδανικού δέκτη», θα λέγαμε ότι εμφανίζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την ανάγνωση βιβλίων, για την επίσκεψη εκθέσεων και μουσείων, για τις κινηματογραφικές προβολές, για τη μουσική και τις αρχαιολογικές ανασκαφές. Παράλληλα, σ' ένα δεύτερο επίπεδο, ενημερώνεται για θέματα περί αρχιτεκτονικής, ιστορίας και θεάτρου. Μάλιστα, οι ειδήσεις μουσεία, έργα τέχνης, αρχαιολογικά ευρήματα και τη λογοτεχνία έχουν κατορθώσει να εισέλθουν στο επίπεδο Α' .

Τομείς πολιτισμού	Τίτλοι
Λογοτεχνία	13
Κινηματογράφος	8
Αρχαιολογικά ευρήματα	5
Εκθέσεις, μουσεία	11
Μουσική	6
Θέατρο	1
Φιλοσοφία	1
Αρχιτεκτονική	2
Ιστορία	1
Σύνολο	49

Η συντριπτική πλειοψηφία των τίτλων περί λογοτεχνίας (69%, 9/13), κινηματογράφου (63%, 5/8), μουσικής (50%, 3/6), αρχιτεκτονικής, φιλοσοφίας, αρχιτεκτονικής, ιστορίας, (100%) συγκεντρώνεται στη στήλη «Σήμερα» και εκφέρεται με τη μορφή Κε. Η μοναδική περίπτωση εμφάνισης της ευνοημένης μορφής ΕΤΠ αφορά την υποκατηγορία «εκθέσεις και μουσεία». Η πλειοψηφία των τίτλων περί εκθέσεων και μουσείων (36%, 4/11), καθώς και περί αρχαιολογικών ευρημάτων (60% 3/5) εντοπίζεται στο επίπεδο Γ', πράγμα που σημαίνει ότι αυτές οι υποκατηγορίες πριμοδοτούνται από τη συνοδεία αντίστοιχης εικόνας. Στο επίπεδο Β', κατοικούν πολιτιστικές ειδήσεις που σχετίζονται με τον κινηματογράφο, τη λογοτεχνία, τη μουσική και την ιστορία. Στο επίπεδο Α', που ηγείται των υπόλοιπων επιπέδων, κατορθώνουν να ενταχθούν τίτλοι πολιτιστικής είδησης, που αφορούν εκθέσεις και μουσεία (60%, 3/5), αρχαιολογικά ευρήματα (20%, 1/5) ή τη λογοτεχνία (20%). Οι εν λόγω θεματικές υποκατηγορίες του πολιτισμού, που μπόρεσαν να «κατοικήσουν» το «εξώφυλλο» του πρωτοσέλιδου, φαίνεται ότι, τη χρονική περίοδο που εξετάσαμε, απασχόλησαν άμεσα το δέκτη και προωθήθηκαν στην «κορυφή» της χωροθετικής ιεραρχίας

4. Συγκριτική εξέταση των τριών εφημερίδων

Όσον αφορά τον πολιτισμό, διαπιστώνουμε ότι κατατάσσεται στα περιφερειακά θεματικά πεδία και από τις τρεις εφημερίδες, καθώς, τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, δε μεταφέρει τις επαρκείς και αναγκαίες ειδησεογραφικές αξίες για να τεθεί στον κεντρικό τίτλο. Στις λαϊκές εφημερίδες, ο πολιτισμός διακρίνεται για την πολύ χαμηλή συχνότητα εμφάνισης, όπως και τα υπόλοιπα περιφερειακά πεδία. Οφείλουμε να σημειώσουμε ότι στην περίπτωση της «ΕΤ» ο πολιτισμός, αν και εμφανίζεται ελάχιστες φορές, προβάλλεται πιο πλεονεκτικά τόσο από πλευράς δομής, όσο χωροθεσίας και τυπογραφίας.

Στην «Κ», ωστόσο, ο πολιτισμός αποτελεί την κυρίαρχη περιφερειακή θεματική ενότητα, εμφανίζεται σε καθημερινό επίπεδο και καταλαμβάνει ποσοστό διπλάσιο ή τριπλάσιο από εκείνο των λαϊκών εφημερίδων. Επομένως, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η πολιτιστική είδηση μεταβαίνει με περισσότερη ευκολία από τις εσωτερικές σελίδες στο πρωτοσέλιδο της «Κ», παρά σε εκείνο της «Ν» ή της «ΕΤ». Κατά συνέπεια, η «Κ» αναγνωρίζει το πολιτιστικό αίσθημα και ενδιαφέρον του δυνητικού αναγνωστικού κοινού και το «ανταμείβει» με τις ανάλογες ειδήσεις. Αντίθετα, οι λαϊκές εφημερίδες δεν παρέχουν σε μεγάλο βαθμό πολιτιστικά «ερεθίσματα», καθώς θεωρούν ότι αυτά δεν απασχολούν, ιδιαίτερα, τους αναγνώστες τους.

Όσον αφορά την οριοθέτηση της πολιτιστικής είδησης, η «Ν» φαίνεται να την αντιλαμβάνεται, κυρίως, ως πληροφόρηση για τον τομέα της μόδας και, κατά δεύτερο λόγο, για τον κινηματογράφο. Επομένως, το «δυνητικό ακροατήριο» στο οποίο απευθύνεται εμφανίζεται ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένο σε θέματα μόδας και lifestyle. Η «ΕΤ» θεωρεί ότι πυρήνας της «πολιτιστικής είδησης» είναι η πληροφόρηση για ζητήματα που συνδέονται με την αρχαιότητα και τα μουσεία. Το «δυνητικό ακροατήριο» εμφανίζεται να έχει συναίσθηση της ιστορικής πορείας του Ελληνισμού και να το απασχολούν, ιδιαίτερα, θέματα της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η «Κ» επιλέγει πολιτιστικές ειδήσεις που αφορούν τη λογοτεχνία, τις εκθέσεις και τα μουσεία, τον κινηματογράφο και τη μουσική, πράγμα που σημαίνει ότι ο ιδανικός δέκτης εμφανίζει ποικίλα πολιτιστικά ενδιαφέροντα, όπως η ανάγνωση βιβλίων, η επίσκεψη εκθέσεων και μουσείων, οι κινηματογραφικές προβολές, οι μουσικές εκδηλώσεις

Επίλογος

Ολοκληρώνοντας την περιδιάβασή μας στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων, θεωρούμε απαραίτητη την αναφορά στα πιο βασικά σημεία - συμπεράσματα της εργασίας μας.

Το πρωτοσέλιδο, ως βιτρίνα της εφημερίδας, χαρακτηρίζεται από δυναμικότητα και προκαλεί με ποικίλους τρόπους την προσοχή του ιδεατού δέκτη. Μάλιστα, οι διαφορετικές επιλογές στο σύστημα τιτλοδότησης και στη χωροθετική διάταξη της πρώτης σελίδας, αποκαλύπτουν τη διαφορετική στοχοθεσία του κάθε δημοσιογραφικού οργανισμού.

Οι λαϊκές εφημερίδες «Ν» και «ΕΤ» διακρίνονται από έντονη εικονοποίηση και τυπογραφία, ενώ η «Κ» φαίνεται να δίδει μεγαλύτερη έμφαση στο κείμενο, χωρίς να παραγκωνίζει, ωστόσο, τα εικαστικά στοιχεία. Θα λέγαμε ότι η «Κ» παρέχει στον αναγνώστη μια πιο λεπτομερή πληροφόρηση για τα γεγονότα, ήδη από το πρωτοσέλιδο, ενώ οι λαϊκές εφημερίδες επιλέγουν να παρουσιάζουν μόνο τον πυρήνα της είδησης, προκειμένου ο αναγνώστης, αναζητώντας πρόσθετη πληροφόρηση, να οδηγηθεί στις εσωτερικές σελίδες. Οι «ιδανικοί» δέκτες της «Κ» φαίνεται να αφιερώνουν χρόνο στην ανάγνωση του πρωτοσέλιδου, απολαμβάνοντας την τέρψη της ανάγνωσης. Σε αντίστιξη, εκείνοι των λαϊκών εφημερίδων, συγχρονισμένοι, ενδεχομένως, με τους γρήγορους ρυθμούς της καθημερινότητας, μοιάζουν να «βιάζονται» να διαβάσουν το πρωτοσέλιδο.

Όσον αφορά τη δομική ανάλυση τίτλων, διαπιστώσαμε ότι η «Ν» καταφεύγει, κυρίως, σε διστρωματικά και μονοστρωματικά δομικά σχήματα των περιφερειακών τίτλων, πράγμα που ενδυναμώνει την κυρίαρχη παρουσία του ΚΤ. Θα λέγαμε ότι επιδιώκει να προσελκύσει τον ιδανικό, προβάλλοντας, κυρίως, την πρώτη είδηση της ημέρας. Σε αντίστιξη, η «ΕΤ», μετά το κύριο δέλεαρ του ΚΤ, ευνοεί, ιδιαίτερα, τις τριστρωματικές δομές με αποτέλεσμα να παρέχεται η δυνατότητα μεταφοράς, μέσω των τίτλων, μεγαλύτερου πληροφοριακού-αξιολογικού φορτίου για κάθε είδηση. Η «Κ» χαρακτηρίζεται από σταθερότητα και επαναληψιμότητα, ενώ καταφεύγει σε παραδοσιακούς τρόπους σελιδοποίησης. Σε αντίθεση με τις λαϊκές εφημερίδες, ευνοεί την παρουσία του υπότιτλου, ενώ, παράλληλα, κάθε τίτλος συνοδεύεται από μια εκτενή περίληψη – αναφορά στο συμβάν. Η «Κ» φαίνεται να παρέχει στον αναγνώστη μια πιο λεπτομερή πληροφόρηση για τα γεγονότα, ήδη από το πρωτοσέλιδο, ενώ οι λαϊκές εφημερίδες επιλέγουν να παρουσιάζουν μόνο το στίγμα της είδησης, προκειμένου ο αναγνώστης να οδηγηθεί με μεγαλύτερη ευχέρεια στις εσωτερικές σελίδες. Το εξώφυλλο των λαϊκών εφημερίδων θα λέγαμε ότι συστεγάζει μια σειρά τίτλων, σα διαφημιστικά σποτ που διαφημίζουν τις εσωτερικές σελίδες, με σαφή κυρίαρχο αυτόν που αναφέρεται στην πρώτη είδηση. Αντίθετα, το πρωτοσέλιδο

της «Κ» παρέχει στον αναγνώστη τη δυνατότητα να ενημερωθεί με περιεκτικότερο τρόπο για την κάθε είδηση, παρατείνοντας την αναγνωστική διαδικασία, προς όφελος της σφαιρικότερης ενημέρωσης.

Όσον αφορά τη θεματική ταξινόμηση των τίτλων στο πρωτοσέλιδο, διαπιστώνουμε ότι κάθε εφημερίδα - δημοσιογραφικός οργανισμός αξιολογεί διαφορετικά την επικαιρότητα. Οι λαϊκές εφημερίδες εμφανίζουν παρόμοια θεματική ιεράρχηση, αφού και οι δύο συγκαταλέγουν ανάμεσα στις «ισχυρές» θεματικές ενότητες την κοινωνία, την οικονομία και την πολιτική. Αντίθετα, η «Κ» αναδεικνύει ως επικρατέστερη θεματική ενότητα τη διεθνή ειδησεογραφία. Το δυνητικό ακροατήριο της δεν ενδιαφέρεται μόνο για τα πολιτικά και κοινωνικά δρώμενα της χώρας του, αλλά και για το τι συμβαίνει στο διεθνές πλαίσιο. Οι λαϊκές εφημερίδες απευθύνονται, πρωτίστως, στον αναγνώστη-κάτοικο της Ελλάδας, εστιάζοντας στα εσωτερικά πολιτικά, κοινωνικά και οικονομικά ζητήματα κι εντάσσοντας τα διεθνή στα δευτερεύοντα θεματικά πεδία. Επομένως, θα λέγαμε πως η «Κ» αντιλαμβάνεται τον κόσμο περισσότερο, σαν ένα μεγάλο πλανητικό χωριό, ενώ οι λαϊκές εφημερίδες διέπονται από «τοπικιστικό» πνεύμα.

Όσον αφορά το θεματικό πεδίο του πολιτισμού, παρατηρούμε ότι οι λαϊκές εφημερίδες χαρακτηρίζονται από χαμηλά ποσοστά εμφάνισης και τον κατατάσσουν στα μη κυρίαρχα πεδία, ενώ η παρουσία του στην «Κ» διέπεται από μια σχετική συστηματικότητα. Η πολιτιστική είδηση, μάλιστα, συνιστά μια ρευστή έννοια η οποία οριοθετείται με διαφορετικό τρόπο, ανάλογα τις αξίες που διέπουν κάθε εφημερίδα - δημοσιογραφικό οργανισμό. Πιο συγκεκριμένα, από το δείγμα μας συμπεραίνουμε ότι η «Ν» αντιλαμβάνεται την ενημέρωση περί πολιτισμού, κατά κύριο λόγο, ως πληροφόρηση για τον τομέα της μόδας και, σε δεύτερο πλάνο, για τον κινηματογράφο. Επομένως, το «δυνητικό ακροατήριο» στο οποίο απευθύνεται εμφανίζεται ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένο σε θέματα μόδας, όπως επιτάσσει το lifestyle της εποχής. Η «ΕΤ» θεωρεί ότι πυρήνας της «πολιτιστικής είδησης» είναι η πληροφόρηση για ζητήματα που συνδέονται με την αρχαιότητα και τα μουσεία. Το «δυνητικό ακροατήριο» εμφανίζεται να έχει συναίσθηση της ιστορικής πορείας του Ελληνισμού και ενδιαφέρεται, ιδιαίτερα, για θέματα της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η «Κ» εμφανίζει μεγαλύτερη ευρύτητα στην οριοθέτηση της πολιτιστικής είδησης, καθώς επιλέγει θέματα που αφορούν τη λογοτεχνία, τις εκθέσεις και τα μουσεία, τον κινηματογράφο και τη μουσική. Σε αυτή την περίπτωση, ο ιδανικός δέκτης εμφανίζει ποικίλα πολιτιστικά ενδιαφέροντα, όπως η ανάγνωση βιβλίων, η επίσκεψη εκθέσεων και μουσείων, οι κινηματογραφικές προβολές, οι μουσικές εκδηλώσεις.

Τέλος, οφείλουμε να σημειώσουμε ότι τα παραπάνω διαπιστώσεις δε μας επιτρέπουν να προβούμε σε γενικεύσεις ή καθολικά συμπεράσματα, καθώς εμφανίζουν περιστασιακό χαρακτήρα. Ωστόσο, παρέχουν ένα αντιπροσωπευτικό στίγμα της πολιτιστικής είδησης στα πρωτοσέλιδα των τριών εφημερίδων κατά τη χρονική περίοδο μεταξύ 5/03/07 και 5/04/07.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ξενόγλωσση

Bell, A. (1991). *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell.

Bell, Al. & Garrett, P. (1998): *Approaches to media discourse*. Oxford, U.K. Blackwell Publishers. .

Fairclough, N. (1995): *Language and Power*. London & Arnold.

Frandsen, F. (1992): "News discourse The paratextual structure of news texts", *Text and discourse*: 147-157.

Iarovici, E. & R. Amel (1989): "The strategy of the headline.". *Semiotica* 77(4): 441-459.

Mårdh, I., (1980): *On the Grammar of English Front Page Headlines*. Lund: CWK Gleerup.

Peytard, J. (1975): 'Lecture(s) d'une "aire scripturale": la page de journal'. *Langue française* 28: 39-59.

Simon-Vandenberghe A.M., (1981): *The Grammar of Headlines in The Times 1870-1970*. Brussel: Paleis der Academiën.

Thogmartin, C., (1991): "The pragmatics of French newspaper headlines". In J. Verschueren (ed.) *Levels of Linguistic Adaptation. Selected Papers of the 1987 International Pragmatics Conference. Vol. II*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 249-266.

- Ελληνική

Αρχάκης, Α. (2002), Παραδόσεις Ανάλυσης Λόγου, Πανεπιστήμιο Πατρών

Γεωργακοπούλου, Α. και Δ. Γούτσος (1999, β' έκδοση): *Κείμενο και Επικοινωνία*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Κακαβούλια, Μ. (2001) : «Αφηγηματικές τεχνικές στον ειδησεογραφικό λόγο», *Γλωσσολογία* 13, σελ. 71-102.

Πολίτης, Περ. : «Το καπέλο του δημοσιογραφικού άρθρου, Από το περικείμενο στο κείμενο».

Πολίτης, Π. (2001α): «Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης: το επικοινωνιακό πλαίσιο και η γλώσσα τους». Στο Α.-Φ. Χριστίδης (επιμέλεια), *Εγκυκλοπαιδικός Οδηγός για τη Γλώσσα*, 114-120. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας.

Πολίτης, Π. (2001β): Η στίξη στον τύπο: από τη γραμματική της πρότασης στη ρητορική του μικροκειμένου. *Εφαρμοσμένη Γλωσσολογία*, 17, 79-94.

Τσελίγκα, Θ.: «Μορφή και λειτουργία των τίτλων ηλεκτρονικών εφημερίδων: η διαδικτυακή έκδοση του «Έθνους»», υπό έκδοση.

Τσιτσανούδη- Μαλλίδη, Νικ. (2006): *Η λαϊκή γλώσσα των ειδήσεων, μια στάση απατηλής οικειότητας*. Αθήνα, εκδ. Εμπειρία Εκδοτική.

Ψυχογιός, Δημ. Κ. (2004): *Τα έντυπα μέσα επικοινωνίας από τον πηλό στο δίκτυο*. Αθήνα: εκδ. Καστανιώτης.

Flusser, V. (2003): *Η γραφή. έχει μέλλον το γράφειν;*. Αθήνα: εκδ.Ποταμός.

Lavoinnie, Yv. (2004): «Η γλώσσα των μέσων ενημέρωσης» Θεσσαλονίκη Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών, Ίδρυμα Μανόλη Τριανταφυλλίδη 2

Lippmann, W. (1988): *Κοινή Γνώμη*, μτφρ. Καραγιάννης Γιώργος, Αθήνα, εκδ. Κάλβος

Mouillad: «Γραμματική και ιδεολογία του τίτλου της εφημερίδας» ανέκδοτη μτφρ. του Π.Πολίτη

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

A.

Η «συνέντευξη» με τον κο Μιχάλη Κατσίγερα, επιμελητή του πρωτοσέλιδου της «Κ», πραγματοποιήθηκε ηλεκτρονικά, με αποστολή ερωτηματολογίου και προαιρετική επιλογή απαντήσεων.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Περιγραφή των βασικών σταδίων της εργασίας σας. (π.χ. διαβάσετε τις εσωτερικές σελίδες του εντύπου και ύστερα αποφασίζετε ποιες ειδήσεις θα καταχωρηθούν στο πρωτοσέλιδο? Συνθέτετε τους τίτλους? Υπάρχουν προκαθορισμένες θέσεις για τις ειδήσεις π.χ. σήμερα θα έχουμε 6 πολιτικές 2 αθλητικές κ.τ.λ.)

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ

1. Τα βασικά στάδια της εργασίας μου ως επιμελητή της πρώτης σελίδας της «Καθημερινής» είναι τρία, το προπαρασκευαστικό, το εκτελεστικό και το ελεγκτικό.

Η προπαρασκευή

1.1.1 Το προπαρασκευαστικό στάδιο αρχίζει από το φύλλο που έχει ήδη εκδοθεί και κυκλοφορήσει. Έπειτα από την ανάγνωση σχεδόν του μεγαλύτερου μέρους του φύλλου, επιχειρώ μία ταχεία συγκριτική ανάγνωση της πρώτης σελίδας της «Κ» με τις πρώτες σελίδες των άλλων 4-5 σημαντικών εθνικής κυκλοφορίας ημερησίων πολιτικών αθηναϊκών εφημερίδων. Εξετάζω τις θεματικές επιλογές των άλλων, τις λύσεις που έδωσαν στο πρόβλημα των τίτλων, τις εικαστικές τους τεκμηριώσεις. Στο διάστημα αυτό παρακολουθώ ένα βασικό ραδιοφωνικό δελτίο ειδήσεων καθώς και συνήθως, αλλά όχι πάντα, ρίχνω μια ματιά στα κύρια θέματα των ηλεκτρονικών εκδόσεων της Le Monde και της Corriere della Sera.

1.1.2. Το κύριο και σημαντικότερο μέρος του προπαρασκευαστικού σταδίου είναι η συμμετοχή μου στην υπό τον διευθυντή κεντρική σύσκεψη (ώρα 16:00) των

διευθυντών συντάξεως και αρχισυντακτών ή επικεφαλής τμημάτων της «Κ» όπου παρουσιάζονται και συζητούνται αξιολογικά οι ειδήσεις της ημέρας, ενώ γίνεται και μία πρώτη ιεράρχησή τους. Οι σημειώσεις μου στη σύσκεψη αυτή διευκολύνουν την εργασία μου κατά το εκτελεστικό στάδιο.

1.1.3. Ακολουθεί η θεώρηση και αξιολόγηση του εικαστικού υλικού, κυρίως φωτογραφιών που στέλνουν τα πρακτορεία, ελληνικά και ξένα.

Η εκτέλεση

1.2.1. Το εκτελεστικό στάδιο αρχίζει με την υπό τον διευθυντή «στενή» σύσκεψη για την πρώτη σελίδα όπου γίνεται μια δεύτερη επαναξιολόγηση των κυριότερων ειδήσεων και σχεδιάζεται η διάταξη των θεμάτων (κειμένων και φωτογραφιών και κάποτε και γραφημάτων ή πινάκων) στη σελίδα ή μάλλον στον δημοσιογραφικά ωφέλιμο χώρο της, καθώς οι τυχόν διαφημιστικές καταχωρήσεις, που έχει συμφωνήσει το εμπορικό τμήμα της επιχείρησης, είναι υποχρεωτικές και ως προς την έκταση και ως προς την θέση τους στη σελίδα.

1.2.2. Μετά τον σχεδιασμό της σελίδας, παραγγέλλονται τα κείμενα στους επικεφαλής των τμημάτων σε συγκεκριμένο το καθένα αριθμό λέξεων, ενώ σε συνεργασία με τον υπεύθυνο του φωτογραφικού αρχείου, παραγγέλλονται οι συγκεκριμένες φωτογραφίες, τα μεγέθη τους και το τυχόν «κροπάρισμά» τους στους ειδικούς τεχνικούς του τμήματος επεξεργασίας φωτογραφιών.

1.2.3. Τα κείμενα αρχίζουν σταδιακά να αποθηκεύονται στον υπολογιστή μου. Τα ελέγχω, ζητώ από τον επικεφαλής του αντιστοίχου τμήματος ή από τον συντάκτη τους τυχόν διευκρινίσεις, διασαφήσεις ή προσθήκες και κατόπιν τιτλοφορούνται από εμένα, ενώ οι τίτλοι των κυριότερων θεμάτων υποβάλλονται στον διευθυντή πριν από την αποστολή τους στην διόρθωση η οποία τα μεταβιβάζει διορθωμένα στον σελιδοποιό. Εννοείται ότι ο τίτλος του πρώτου θέματος συντάσσεται σε συνεργασία με τον διευθυντή, ο οποίος έχει και την άμεση εποπτεία της όλης πρώτης σελίδας.

1.2.3.α. Δεν υπάρχουν αυστηρά προκαθορισμένες θέσεις για τα κείμενα της πρώτης σελίδας ανάλογα με την θεματική τους. Εξαιρέση αποτελεί το «Σχόλιο» που είναι πάντα στη βάση της σελίδας, ως ιστορικός απόγονος των επιφυλλίδων της παλαιάς «Κ». Εκ των πραγμάτων όμως, σε μια πολιτική και οικονομική εφημερίδα όπως η «Κ» -με βασίμως εικαζόμενες, από ειδικές μετρήσεις, των προτιμήσεων και ενδιαφερόντων των αναγνωστών της- οι ειδήσεις από την σφαίρα της πολιτικής, της οικονομίας ή της διεθνούς ζωής έχουν προτεραιότητα έναντι των άλλης θεματικής ειδήσεων και είναι εν προκειμένω χαρακτηριστικό ότι θέματα καλλιτεχνικά ή αθλητικά, κατά κανόνα τοποθετούνται κάτω από το οριζόντιο μέσον της σελίδας, εκτός αν, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, η σημασία τους -αυτή που έχουν ή αυτή που

τους αποδίδει η εφημερίδα ή και τα δύο μαζί- επιβάλλει την ανάδειξή τους στην πρώτη θέση ή κοντά σε αυτήν.

1.2.3.β. Δεν υπάρχει αριθμητικός προκαθορισμός του θεματικού είδους των ειδήσεων που θα καταχωρηθούν. Είναι όμως απαραίτητο για την «Κ», ακόμα και αν δεν προκύπτει κάτι σημαντικό, να υπάρχει είδηση ή ειδήσεις από τον διεθνή χώρο, μεγαλύτερη σε έκταση από ό, τι ένα «σύντομο» της στήλης «Σήμερα». Και ακόμα να υπάρχουν καλλιτεχνικές, αθλητικές ή επιστημονικές ειδήσεις (έστω και μία) στο «Σήμερα» ακριβώς για ενημερώνεται ο αναγνώστης «σφαιρικά» και βεβαίως να αντανακλάται στην πρώτη σελίδα ο θεματικός πλούτος της εφημερίδας.

1.2.3.γ. Από τα προαναφερθέντα στο σημείο 1.2.1. είναι σαφές ότι για την επιλογή των ειδήσεων της πρώτης σελίδας δεν περιμένουμε την διαμόρφωση των μέσα σελίδων. Άλλωστε, η «κατασκευή» των κυριωτέρων εξ αυτών γίνεται ταυτόχρονα με εκείνη της πρώτης σελίδας.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Ποιες είναι εκείνες οι δημοσιογραφικές αξίες που πρέπει να πληρούν οι ειδήσεις προκειμένου να «κερδίσουν» μια θέση στο πρωτοσέλιδο? Ακόμα κι αν κερδίσουν μια θέση στο πρωτοσέλιδο τι είναι αυτό που θα τις εντάξει στο δεξί μέρος του πρωτοσέλιδου ή στη στήλη «Σήμερα»;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

ΚΡΙΤΗΡΙΑ

2.1. Με την στενή έννοια του όρου «δημοσιογραφικές αξίες», το κυριώτερο κριτήριο είναι το πόσο ενδιαφέρουσα μπορεί να είναι μια είδηση για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο αριθμό αναγνωστών της συγκεκριμένης εφημερίδας. Επειδή όμως από γεννήσεως του Τύπου οι εφημερίδες είναι όργανα γνώμης, βασικό επίσης κριτήριο είναι το τι θέλει μια εφημερίδα να προβάλει περισσότερο, κατά τις αξίες της.

2.2. Στην πρώτη σελίδα της «Κ», όπως αυτή διαμορφώνεται κατά την τελευταία δεκαπενταετία, η τοποθέτηση μιας ειδήσεως στο «Σήμερα» μπορεί να της δίνει μεγάλη προβολή, αν π.χ. είναι πρώτη στη στήλη και με τίτλο τριών αράδων ή να την προβάλλει λιγότερο αν η θέση της βρίσκεται χαμηλά στη στήλη. Τα κριτήρια, είναι τα ίδια με αυτά του σημείου 2.1., αν και π.χ. μια είδηση για τον Ολυμπιακό μπορεί να ενδιαφέρει πολλούς περισσότερους αναγνώστες της «Κ», όχι όμως με την

ίδια ένταση που μπορεί να ενδιαφέρει, λιγότερους αναγνώστες της, μια είδηση για το Χρηματιστήριο. Η τυπογραφική έμφαση στην πρώτη λέξη των «συντόμων» του «Σήμερα» λειτουργεί συντακτικά ως τίτλος και αισθητικά ως στοιχείο σπασίματος της μονοτονίας.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Οι λαϊκές εφημερίδες συστήνονται μόνο με το όνομά τους ενώ η Καθημερινή αυτοσυστήνεται ως Ημερήσια Πολιτική και Οικονομική Εφημερίδα, θεωρείτε σημαντικό αυτό το αυτοαναφορικό σχόλιο και γιατί?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Η ΑΥΤΟΣΥΣΤΑΣΗ

3. «Η Καθημερινή» προσέθεσε το «Ημερήσια Πολιτική και Οικονομική Εφημερίδα» το 1993 (συγκεκριμένα από το φύλλο της 14ης Απριλίου) ακριβώς για να υπογραμμίσει ότι -εκτός από κυρίως πολιτική, όπως ήταν στην μέχρι το 1988 ιστορία της, έτος κατά το οποίο πέρασε στην ιδιοκτησία του κ. Αριστεΐδη Αλαφούζου και ανανεώθηκε εκ βάθρων - είναι και οικονομική, με την προσθήκη της «Οικονομικής Καθημερινής» από το 1989.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Σε αντίθεση με την άλωση των πρωτοσέλιδων των λαϊκών εφημερίδων από την εικόνα και την τυπογραφική πριμοδότηση, η Καθημερινή φαίνεται να προσδίδει ιδιαίτερη βαρύτητα στο κείμενο και όχι στα «διακοσμητικά στοιχεία». Ποια πιστεύετε ότι είναι τα υπέρ και τα κατά αυτής της τακτικής?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

ΤΑ ΕΙΚΑΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

4. «Η Καθημερινή», δεν παραγνωρίζει την σημασία του εικαστικού στοιχείου, ιδιαίτερα στην εποχή της εικόνας, και στην πρώτη σελίδα της ιδιαίτερα της φωτογραφίας. Για το λόγο αυτό, κατά την τελευταία δεκαετία έχει καθιερώσει την καταχώρηση μεγάλης (συνήθως τετράστηλης) φωτογραφίας στο επάνω μισό της σελίδας, ενώ ο συνολικός αριθμός των φωτογραφιών της σελίδας αυτής είναι, κατά μέσον όρο τρεις, ενώ τα θέματα είναι περίπου είκοσι.

Ερωτήματα που δεν απαντήθηκαν:

Σε τι θεωρείτε ότι διαφέρει μια είδηση η οποία αναφέρεται στο πρωτοσέλιδο με τίτλο και περίληψη από εκείνη που αναφέρεται με τίτλο, υπότιτλο και περίληψη?

Ομοίως, στη στήλη «Σήμερα» σε τι διαφέρει μια είδηση που παρουσιάζεται με τη μορφή επίτιτλου, τίτλου και περίληψης από εκείνη που παρουσιάζεται μόνο με περίληψη

Σε τι εξυπηρετεί η τυπογραφική πριμοδότηση των πρώτων λέξεων στις ειδήσεις που εκφέρονται με περίληψη- καπέλο (στήλη Σήμερα)

Στο δείγμα μου, η Καθημερινή φαίνεται να ιεραρχεί ως πιο σημαντική την ενότητα της διεθνούς ειδησεογραφίας και ύστερα ακολουθεί η κοινωνία η οικονομία και η πολιτική ενώ τα Νέα και ο Ελεύθερος Τύπος εκφράζουν την προτίμησή τους για τα πολιτικά και κοινωνικά ζητήματα της Ελλάδας θέτουν σε δεύτερη μοίρα το διεθνές πλαίσιο. Για ποιο λόγο η Καθημερινή εστιάζει το ενδιαφέρον της στα διεθνή? Θεωρείται ότι σχετίζεται με το προφίλ των αναγνωστών?

Η Καθημερινή εμφανίζει το υψηλότερο ποσοστό εμφάνισης ειδήσεων που αφορούν τον πολιτισμό Θεωρείται ότι είναι αρκετό το ποσοστό? Πώς θα ιεραρχούσατε τις ενότητες πολιτική, κοινωνία, οικονομία, πολιτισμός, αθλητισμός, διεθνή, επιστήμη?

Β. Η συνέντευξη με τον κο Παντελή Καψή, διευθυντή έκδοσης των Νέων έλαβε χώρα στα γραφεία της εφημερίδας με ηχογράφηση των απαντήσεων.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Θεωρείτε ότι τα Νέα αποτελούν λαϊκή εφημερίδα ή απευθύνονται σε πιο εκλεπτυσμένο κοινό? Σε ποιο αναγνωστικό κοινό απευθύνονται? Πιστεύετε ότι το target group επηρεάζει το προφίλ της εφημερίδας κι αν ναι, με ποιο τρόπο?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Τα Νέα είναι μια εφημερίδα που απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό. Δεν ξέρω τι θα πει εκλεπτυσμένο κοινό. Σίγουρα, όμως, τα Νέα απευθύνονται σε όλες τις κατηγορίες πολιτών και αυτό είναι το ενδιαφέρον μιας εθνικής εφημερίδας ευρείας κατανάλωσης, ότι ακριβώς έχει μια ευρεία γκάμα κοινού, ακριβώς όπως είναι η κοινωνία μας και η δημοκρατία μας. Αυτό συνεπάγεται ότι μια εφημερίδα πρέπει να μπορεί, ταυτόχρονα, να απευθύνεται και στον πολίτη ο οποίος δεν έχει ειδικές γνώσεις αλλά και στον πολίτη ο οποίος προσπαθεί να δει μερικά θέματα σε μεγαλύτερο βάθος και αυτό ακριβώς είναι δυνατό σε μια εφημερίδα η οποία δεν πρέπει να είναι συνέχεια στο μέσο όρο. Έχει κάποιες στήλες οι οποίες είναι πιο προχωρημένες, κάποιες άλλες οι οποίες είναι πιο ειδησεογραφικές. Δείτε το σαν ένα τεράστιο μενού ενός υπολογιστή απ' το οποίο μπαίνεις από διαφορετικά σημεία σε διαφορετικούς χώρους. Προφανέστατα, το ποιους θεωρούμε ότι είναι το κοινό μας καθορίζει και το προφίλ της εφημερίδας και την πολιτική θέση της εφημερίδας και το πώς γράφονται τα κείμενα. Όλη η εφημερίδα, ουσιαστικά, είναι προσανατολισμένη σε αυτό που θεωρεί ιδεατά ότι είναι το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Στη σύγχρονη εποχή η εφημερίδα αντιμετωπίζεται ως προϊόν και το πρωτοσέλιδο ως η βιτρίνα του. Ποια λειτουργία θεωρείτε ότι επιτελεί πρωτίστως το πρωτοσέλιδο?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Ναι, το πρωτοσέλιδο είναι η βιτρίνα της εφημερίδας. Τι θέλουμε να κάνουμε; Να δείχνει ακριβώς όλη αυτή την παλέτα των θεμάτων τα οποία υπάρχουν μέσα. Η εφημερίδα έχει πάρα πολλά πράγματα απ' τα πολιτικά, τα χρηστικά ζητήματα, ελεύθερο ρεπορτάζ, τα καλλιτεχνικά. Προσπαθούμε η εφημερίδα να δίνει όλο αυτόν τον πλούτο των θεμάτων και, ταυτόχρονα, κυρίως, μέσα από τον πρώτο τίτλο να δίνει το στίγμα της εφημερίδας, τη θέση της. Αυτά είναι τα δύο βασικά.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Ως υπεύθυνος για το εξώφυλλο, περιγράψτε τα βασικά στάδια – βήματα για τη δημιουργία του πρωτοσέλιδου (υπάρχει μια τυπογραφική φόρμα «καλούπυ» σταθερή ? προκαθορισμένες θέσεις ή όχι?)

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Ναι, έχει μία αισθητική. Είναι ένα σχέδιο, ένα πρότυπο το οποίο υπάρχει και ακολουθούμε. Άμα παρατηρήσετε την εφημερίδα έχει μερικά standards στοιχεία το οποίο πια υπακούει σε τεχνικές: ποια είναι η καλύτερη δομή ενός πρωτοσέλιδου πώς μπορείς να προσελκύσεις καλύτερα τον αναγνώστη... Υπάρχουν διαφορετικές αντιλήψεις και απόψεις αλλά το βασικό του στοιχείο είναι ακριβώς αυτό το πράγμα, ότι έχει μια συγκεκριμένη αισθητική και λειτουργία ώστε να βοηθήσει τον αναγνώστη να μπει πιο εύκολα σε ό, τι υπάρχει μες στην εφημερίδα. Τα βασικά στάδια. Υπάρχει μια σύσκεψη μεγάλη που έρχονται όλοι οι δημοσιογράφοι οι οποίοι λένε τα θέματα τους. Έχουν προηγηθεί, φυσικά, άλλες που παραγγέλλουν τα θέματα. Το βράδυ μαζεύουμε όλα τα θέματα που μπαίνουν στην εφημερίδα. Από αυτά τα θέματα, γίνεται η επιλογή αυτών που θα πάνε στην πρώτη σελίδα και του θέματος που θα γίνει πρώτο. Το πρώτο έχει μια ειδική διαδικασία, ποιο είναι το θέμα που θεωρούμε ότι ενδιαφέρει περισσότερο. τα υπόλοιπα μπορεί να μην είναι τα πιο ενδιαφέροντα αλλά μπαίνουν για να δείξουν τον πλούτο που έχει μέσα η εφημερίδα.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Στην πάλη μεταξύ των εσωτερικών σελίδων και του πρωτοσέλιδου, ποιες δημοσιογραφικές αξίες- προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν οι ειδήσεις προκειμένου να κερδίσουν μια θέση στην πρώτη σελίδα?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Η λειτουργία της πρώτης σελίδας δεν είναι το ποια είναι η πιο σημαντική είδηση- κι αυτό είναι μια τεράστια συζήτηση- αλλά ακριβώς προσπαθείς να δείξεις όλη την ευρύτητα που υπάρχει από πίσω.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Από τη στιγμή που οι ειδήσεις εντάσσονται στο πρωτοσέλιδο ως τίτλοι, με ποια κριτήρια τοποθετούνται στο κέντρο, στην αριστερή στήλη στο πάνω ή στο κάτω μέρος?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Δεν αναφερόμαστε στο πρώτο θέμα. Στα θέματα που είναι στο κάτω μέρος που έχεις τη δυνατότητα μεγαλύτερης φωτογραφίας προσπαθείς να δώσεις κάποια ζητήματα που να έχουν και μία εικαστική απόδοση. Τεχνικά πια, τελείως, όπου το format που έχουμε εκεί προβλέπει φωτογραφίες πιο εύκολα θα μπει ένα αθλητικό θέμα, ένα ελεύθερο θέμα, μία έκρηξη, ένα ατύχημα μεγάλο που έχει φωτογραφικό υλικό. Στο μπαλκόνι προσπαθούμε να βάζουμε κάποια από τα ένθετα, ή ακόμα κι ένα δεύτερο σημαντικό θέμα.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Επικρατεί η άποψη ότι τα πρωτοσέλιδα έχουν υποστεί *σημειωτική άλωση από εικόνες "που μιλάνε από μόνες τους" και λέξεις ή φράσεις που καμώνονται τις εικόνες*» (Πολίτης). Στο πρωτοσέλιδο των Νέων, κάθε τίτλος συνοδεύεται από μια σχετική εικόνα με κορυφαία εκείνη του κεντρικού τίτλου. Ποια είναι τα υπέρ και τα κατά αυτής της τακτικής?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Δεν έχει καμία σχέση, δεν το βλέπω αυτό στην εφημερίδα. Δεν ξέρω που τα βλέπει. στις εφημερίδες η εικόνα είναι τεταρτεύον στοιχείο, οι περισσότεροι πρώτοι τίτλοι δεν έχουν εικόνα καν, αναγκάζομαστε και βάζουμε κεφάλια του πρωθυπουργού, ενός υπουργού, για να έχει κάποια εικόνα. Δεν υφίσταται το θέμα άλωση από την εικόνα, Το αντίθετο, η εικόνα μπαίνει εντελώς υποστηρικτικά για να μην είναι ξερό και να έχει κάποια απεικόνιση. Θα έχουμε ένα φωτογραφικό θέμα, θα υπάρχει μία φωτογραφία αλλά αυτό είναι ακριβώς για να μην έχεις την αίσθηση ότι αυτό είναι ένα βαρύ πράγμα που δεν έχει κανένα άνοιγμα, η εικόνα βοηθάει και χαλαρώνει το πρωτοσέλιδο αλλά το πρώτο θέμα ιδίως σπανιότατα έχει εικόνα. Αν δείτε τα Νέα πώς ήταν πριν 15 χρόνια και πώς είναι σήμερα έχουν μειωθεί πολύ σε ένταση, έχουμε πολύ μικρότερα γράμματα από ότι είχαμε στο παρελθόν. Αυτό θα το δείτε, είναι πολύ διαφορετικό. Παλιά, υπήρχαν τίτλοι με 7 γράμματα, τώρα πια έχουν μειωθεί. Αυτό δεν ξέρω αν είναι καλό ή κακό είναι συνάρτηση ενδεχομένως και πολλών άλλων πραγμάτων, γιατί οι εφημερίδες έχουν χάσει κοινό μπορεί να περιορίζονται σε ένα κοινό το οποίο να έχει υψηλό ενδιαφέρον για την πολιτική και τα κοινά και άρα να είναι λιγότερο προσεγγίσιμο μέσα από διάφορα συναισθηματικά τρικ, αυτό είναι καλό ή κακό? Σπάνια είναι εικόνα, είναι πρόσωπα περισσότερο, αυτό διευκολύνει τον αναγνώστη, σου τραβά πιο πολύ το ενδιαφέρον κάτι το οποίο έχει εικόνα παρά ένας σκέτος τίτλος. Χρησιμοποιείς εικαστικά ότι μπορείς για να διευκολύνεις τον αναγνώστη να μπει στο θέμα σου αλλά ότι η εικόνα υποκαθιστά τον τίτλο θα το έβρισκα υπερβολή.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Ο κεντρικός τίτλος συνοδεύεται συχνά από σκίτσο σε αντίθεση με τις υπόλοιπες δύο εφημερίδες, σε τι νομίζετε ότι ωφελεί η παρουσία του?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Το σκίτσο είναι ένα από τα στοιχεία που έχουμε σαν εφημερίδα και το θεωρούμε σημαντικό. Πολλές φορές, σχεδόν κάθε μέρα, έχουμε το Μητρόπουλο ο οποίος λειτουργεί ανεξάρτητα αλλά επειδή ακριβώς σχολιάζει την επικαιρότητα πάρα πολλές φορές μπορεί και μπαίνει στο πρώτο θέμα ή μερικές φορές μπαίνει ανεξάρτητα. Είναι ένα σχόλιο πάνω στην επικαιρότητα, με δυο λέξεις κι ένα σκίτσο. Εμείς παραδοσιακά έχουμε ένα σκίτσο στην πρώτη σελίδα. Οι εφημερίδες δεν είναι αυτονόητο ότι αγοράζονται από τους αναγνώστες. Πρέπει να τους κερδίζουμε και τους κερδίζεις με πάρα πολλούς τρόπους. Πρέπει να τους ικανοποιεί, η ανάγνωση είναι μια απόλαυση, πρέπει να τους κλείνεις το μάτι με το σκίτσο, να τους ευχαριστεί αισθητικά, να τους διευκολύνει το διάβασμα. Δεν είναι ένα βιβλίο το οποίο παίρνουμε κάθε μέρα και διαβάζουμε ψυχαναγκαστικά. Όλο αυτό το πράγμα είναι μια συνειδητή επιλογή και αυτό πρέπει η εφημερίδα να το διευκολύνει αλλιώς θα μείνουμε μόνο με την τηλεόραση.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Όσον αφορά τη δομική ανάλυση των τίτλων, διαπιστώνουμε ότι διαφορετικοί τύποι τίτλων καταλαμβάνουν διαφορετικές «περιοχές» στη χωροθετική διάταξη του πρωτοσέλιδου π.χ. η μορφή τίτλος καπέλο εμφανίζεται αποκλειστικά στην αριστερή κάθετη στήλη ενώ η μορφή επίτιτλου-τίτλου στην περιοχή κάτω από τον κεντρικό τίτλο. Θεωρείτε ότι αυτές οι επιλογές είναι τυπικές της φόρμας ή λαμβάνουν νοηματικές αποχρώσεις? (π.χ. γιατί οι μορφές με υπότιτλο-εξαιρώντας τον κεντρικό τίτλο- διακρίνονται από χαμηλή συχνότητα εμφάνισης?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Οι τίτλοι τι είναι; Περιγράφουν το περιεχόμενο αυτού που μένει να διαβάσει. Δεν έχει καμία διαφορά στο δικό μου το μυαλό, είναι εντελώς αισθητική. Γρήγορα τιτλάκια από θέματα που δεν είναι ικανά για να είναι πρώτα, τα βάζουμε ένα σύντομο τιτλάκι με δυο λόγια από κάτω εδώ είναι ένα θέμα πιο φωτογραφικό αλλά δεν έχει στην ουσία διαφορά, επειδή πιάνει μεγαλύτερο χώρο έχει μεγαλύτερες διαβαθμίσεις, γρήγορο θεματάκι και ενδιάμεσο τίτλος. Αφορά το σχεδιασμός σελίδας, όλη η

τυπογραφία κι όλη έννοια του σχεδιασμού της σελίδας υπακούει στη λογική διευκόλυνσης του αναγνώστη. Δεν έχει κάποιο ειδικό νόημα. Προφανώς, βγάζει μια ιεράρχηση, μπορείς να συμπεράνεις διάφορα πράγματα για την εφημερίδα πώς ιεραρχεί διάφορα θέματα. Δεν είναι αυτή χαμηλότερη σημασίας στήλη από αυτή. Η διάκριση, συνήθως, αφορά το φωτογραφικό. Το να βγάλεις ένα τίτλου με τόσες λέξεις είναι πιο δύσκολο απ' το να βγάλεις έναν τίτλο με πολύ περισσότερες λέξεις, μερικές φορές αυτή η δυσκολία μας κάνει ένα θέμα που δεν μπορούμε να το πούμε με τρεις ατάκες δηλ. είναι πρακτικά ζητήματα που διαμορφώνουν τελικά μια ισορροπία σε όλο αυτό το πράγμα. Δεν είναι κάποια περίεργη ιεράρχηση, κατ' ανάγκη, δεν μπορείς να πεις σε μια αράδα, έχει να κάνει με το πώς αποδίδεται το θέμα, με τη φωτογραφία. Δεν είναι κάτι άλλο φοβερό. Εδώ θεωρούμε ότι προβάλλεται λίγο παραπάνω, όταν είναι κρεμασμένες οι εφημερίδες, άρα εδώ θα βάλουμε ένα σοβαρό θέμα κι εδώ ασφαλώς προβάλλεται παραπάνω όποιο θέμα βάζουμε ψηλά. Άρα, στο πάνω μέρος της εφημερίδας προσπαθούμε να βάζουμε σημαντικά θέματα αλλά αυτό δε σημαίνει ότι άμα αφιερώσουμε ένα μεγάλο κομμάτι κάτω

ΕΡΩΤΗΣΗ

Όσον αφορά τις θεματικές ενότητες, παρατηρούμε ότι τα Νέα ενώ προκρίνουν θέματα πολιτικής, κοινωνίας και οικονομίας θέτουν σε δεύτερη μοίρα τη διεθνή ειδησεογραφία σε αντίθεση με την Κ. Για ποιο λόγο θεωρείτε συμβαίνει αυτό? Σχετίζεται με το προφίλ του αναγνωστικού κοινού?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Εμείς θεωρούμε ότι είναι μια από τις αρχές της δημοσιογραφίας, ότι όσο πιο τοπικές είναι οι ειδήσεις τόσο πιο ενδιαφέρον έχουν για τον κόσμο, εμείς σαν εφημερίδα που απευθυνόμαστε σε μεγάλο κοινό θεωρούμε ότι δε θα βάζουμε διεθνή θέματα για να βάλουμε διεθνή θέματα. Έχουμε αυξήσει τις σελίδες μας στα διεθνή. Μέχρι το 2000 ήταν τέσσερις σελίδες την ημέρα, τώρα είναι απαράβατα πέντε συν διάφορες άλλες στήλες. Άρα πιστεύουμε ότι δίνουμε μια καλή ενημέρωση για το τι γίνεται στον κόσμο. Από κει και πέρα δε θεωρούμε ότι πρέπει σώνει και καλά να βάζουμε ένα θέμα για να λέμε ότι έχουμε διεθνές θέμα. Μόνο τα θέματα που θεωρούμε βάζουμε ένα θέμα μόνο που ενδιαφέρουν το κοινό μας βάζουμε στην πρώτη σελίδα. Είναι χαρακτηριστική η συζήτηση που γινόταν για το κυπριακό, αν δεν ήθελες να χάσεις φύλλα έβαζες πρώτο θέμα το κυπριακό. Δεν πας να επιβάλλεις στον άλλον αυτά που

θεωρείς εσύ σημαντικά, ακολουθείς αυτό που πιστεύει. Η Καθημερινή έχει μια λογική και βάζει διεθνή ειδησεογραφία αλλά άμα βγείτε από την Αθήνα δεν την αγοράζει κανείς. Άμα κάνεις διεθνή ειδησεογραφία είναι πολύ εύκολο, παίρνεις από τα διεθνή πρακτορεία τα σοβαρά θέματα και τα βάζεις μες στην εφημερίδα, αυτό είναι η δουλειά μας σα δημοσιογράφοι. Όχι, είναι να βάζουμε τη δική μας οπτική, τη δική μας οπτική και σε θέματα που έχουν άμεση συνάφεια με τους δικούς μας αναγνώστες κι έτσι εμείς το αποφεύγουμε Άλλες εφημερίδες κάνουν επιλογές άλλες.

ΕΡΩΤΗΣΗ

Το ίδιο χαμηλό ποσοστό απολαμβάνει και ο τομέας του πολιτισμού, που εκφέρεται κυρίως με τη μορφή μονού τίτλου. Θεωρείτε ότι είναι αρκετό το ποσοστό? Πώς θα ιεραρχούσατε τις ενότητες πολιτική, κοινωνία, οικονομία, πολιτισμός, αθλητισμός, διεθνή, επιστήμη?

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Εμείς έχουμε ένα καθημερινό ένθετο για τον πολιτισμό. Προβάλλονται πολιτιστικά έντονα ζητήματα τα οποία θα είχαν την ευρύτητα της απήχησης που έχει η εφημερίδα. Δε μιλάω αριθμητικά, μιλάω θεματικά δηλ. το να έρθει ένας μεγάλος τραγουδιστής είναι ένα γεγονός που θα καλύψουμε στο πολιτιστικό μας ένθετο αλλά δεν είναι ένα θέμα που θα απασχολήσει όλη την Ελλάδα. Άρα κι αυτό γίνεται με κάποια δοσολογία. Δε λέω ότι δε βάζουμε πολιτιστικά θέματα αλλά δε θεωρούμε ότι κάθε μέρα πρέπει να έχουμε ένα πολιτιστικό θέμα για να λέμε ότι έχουμε ένα πολιτισμικό θέμα. Είναι μια ιεράρχηση που κάνουμε. Πιστεύω ότι επειδή ακριβώς είμαστε μια εφημερίδα που απευθύνεται σε ευρύτερο κοινό προσπαθούμε να αποφεύγουμε ζητήματα που έχουν μειοψηφική απήχηση στο κοινό μας, αλλά αυτά είναι ζητήματα συζήτησης και διαλόγου



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Τηλ. 210 - 92 01 001

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ

ΠΑΝΤΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ



002000087100