

19. tétel: A publicisztikai stílus sajátosságai

Szóbeli érettségi – nyelvtan

publicisztikai: sajtóban megjelenő. Sokfajta szöveg tartozik ide, pl. **cikk, hír, interjú, riport, összefoglaló, stb.** Nagyon **sokszínű stílusréteg – sok műfajban él** (pl. sport, közélet, politika, bulvár, tudományos, kulturális sajtó, stb.)

→ A megfogalmazások is sokrétűek lehetnek; emiatt közel áll az irodalmi, tudományos, néha a társalgási stílushoz is.

A sajtó feladata:

- bemutatja az élet nagy jelenségeit és alakítja a közvéleményt. → tájékoztatás + meggyőzés
- Közérdekű dolgokról szól, sokszor személyes meggyőződéssel. **A hírközlő sok esetben nem tud objektív maradni**, a „sorok között” kijön, hogy ő hogyan értékeli azt, amiről ír, de előfordul, hogy nyíltan kommentálja a szerző az információt. Ez nem csak írásban, hanem a szóbeli műfajokban (pl. híradó) is így van.
- **A publicisztikai szövegekben kétfajta elv érvényesül:**
 1. **Tükörelv:** Az a fontos, hogy a szöveg **tükrözze a mai nyelvhasználatot**
pl. sokszor használ divatszavakat, állandósult szókapcsolatokat, aktuálisan élő kifejezéseket; sokszor szinte előbeszédhez hasonló az írott cikk.
 2. **Mintaelv:** A fontos, hogy a szöveg **formálja a nyelvhasználatot** – mintaadó legyen, igényes. Szépen megfogalmazott szöveg, nincs zavaró szóismétlés, helyes nyelvhasználat, hosszabb mondatok, sokszor irodalmi/tudományos stílushoz hasonló

→ Általában az egyik elv erősebben érvényesül egy szövegben.

A publicisztikai szövegek jellemzői:

- A nyelvi igényesség, **helyesírás, helyes nyelvhasználat** elvárás! (sajnos nem mindig valósul meg)
- **Írásképpel** is kifejez valamit – a fontosabb részek jobban ki vannak emelve; változó betűtípusok, betűméret, betűszín, képek, ábrák
- Nagyon **jól tagolt** szövegek:

minden új gondolat új bekezdésbe kerül;

hatásos a szöveg indítása és zárása

- Nagyon fontos a **találó, érdeklődést keltő cím**.

Mindig **nagy betűvel** van kiemelve, elválasztva a szövegtől.

Sokszor használnak a sajtóban kiegészítő / összefoglaló alcímeket is.

A címek fajtái: **témajelölő** (az adott témát jelöli meg),
címkeszerű (csak egy szó, mintha felcímkéznénk a szöveget),
reklámszerű (figyelemfelkeltő, szójátékos)
+ **információközlő** (nagyon gyakori a sajtóban: gyakorlatilag egy mondatban előre elmondja a cikk tartalmi lényegét)

Szemponatok a szövegelemzéshez a szóbelin:

- ➔ *Milyen a cím? Van-e alcím?*
- ➔ *Milyen a tagolása a szövegnek – van-e bevezetés, lezárás, az új gondolatok el vannak-e különítve?*
- ➔ *Milyen az írásképpel? - betűméret, kiemelések, van-e kép, ábra, stb.*
- ➔ *A szerző véleménye kijön-e a cikkből? Hol? Milyen szavakból érezhető? Kommentálja-e a szerző a cikket? (Humoros, érkező, bíráló kommentek vannak-e) Vagy tárgyilagos / személytelen marad?*
- ➔ *Milyen jellegű a szöveg? (cikk, riport, interjú, stb.) Milyen műfajba tartozik az adott szöveg? (közélet, kultúra, sport, bulvár, stb.)*
- ➔ *Mi a cikk témája röviden?*
- ➔ *Melyik elv érvényesül benne? (tükörelv / mintaelv vagy mindkettő) → használ-e divatszavakat, mai kifejezéseket, lazább stílusban ír-e, van-e benne szleng elem; → igényes-e a nyelvhasználat, hosszabb, szépen megfogalmazott mondatok vannak-e, stb.*