



ΚΥΡΙΑΚΗ 19 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2021

ΤΑΞΗ: Β' ΓΕΝΙΚΟΥ ΛΥΚΕΙΟΥ

ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑ: Ν. ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ

Συντονίστρια: ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΧΡΗΣΤΑΚΗ

Υπεύθυνη καθηγήτρια: ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΚΑΡΑΒΑΣΙΛΑ

Κριτήριο από την Τράπεζα Θεμάτων

Κείμενο 1

Η ενημέρωση, το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Το παρακάτω διασκευασμένο άρθρο δημοσιεύθηκε στις 9 Ιανουαρίου 2017 στον ιστότοπο της εφημερίδας «Καθημερινή» και υπογράφεται από τους Αντώνη Καλογερόπουλο, Νίκο Παναγιώτου και Δήμητρα Δημητράκοπούλου. Παρουσιάζει τα ευρήματα έρευνας από 26 χώρες για την ενημέρωση των πολιτών.

Ο τρόπος με τον οποίο διαβάζουμε ειδήσεις αλλάζει διαρκώς, σύμφωνα με τα αποτελέσματα του 5ου ετήσιου Digital News Report του Ινστιτούτου Reuters για τη Μελέτη της Δημοσιογραφίας του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης, που διενεργήθηκε σε 26 χώρες και σε δείγμα 50.000 ατόμων. Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα, η απήχηση των τηλεοπτικών ειδήσεων αρχίζει να μειώνεται, ιδιαίτερα στις νεαρές ηλικιακές ομάδες, ενώ σε κρίση φαίνεται να βρίσκονται τόσο ο έντυπος Τύπος όσο και τα υπόλοιπα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης σε αρκετές από τις χώρες που μελετώνται. Αντιθέτως, όλο και περισσότεροι ενημερώνονται από το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Οι δυναμικές αυτές είναι ακόμη πιο έντονες στην ελληνική κοινωνία, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της οποίας αλληλεπιδρούν με τις τεχνολογικές εξελίξεις, δημιουργώντας ένα αβέβαιο περιβάλλον για τα ελληνικά μέσα. Ειδικότερα, παρατηρούμε πολύ μεγάλη έλλειψη εμπιστοσύνης στις ειδήσεις και στους δημοσιογράφους, **τους οποίους οι Έλληνες εμπιστεύονται σε μικρότερο βαθμό** από ό,τι οι κάτοικοι όλων των άλλων χωρών του δείγματος. Παράλληλα, στη συντριπτική τους πλειονότητα θεωρούν πως τα μέσα ενημέρωσης δεν είναι ανεξάρτητα από αθέμιτες πολιτικές και επιχειρηματικές επιρροές. Η απαξίωση των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης συνοδεύεται με υψηλή χρήση του Διαδικτύου για ενημέρωση στην Ελλάδα σε σχέση με άλλες χώρες. Όμως ο τρόπος με τον οποίο οι Έλληνες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για ενημέρωση, όπως

αποτυπώνεται στην έρευνα, δημιουργεί προκλήσεις για τη βιωσιμότητα και των διαδικτυακών μέσων ενημέρωσης.

Οι Έλληνες ενημερώνονται από τα κοινωνικά δίκτυα σε μεγαλύτερο βαθμό από τους κατοίκους άλλων χωρών, με πρώτη επιλογή το Facebook. Είναι ενδεικτικό πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι το κύριο σημείο πρόσβασης των Ελλήνων στις ειδήσεις στο Διαδίκτυο και όχι οι ενημερωτικοί ιστότοποι όπως σε αρκετές άλλες χώρες. Παράλληλα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιθυμούν να αυξήσουν τον χρόνο παραμονής των χρηστών στις πλατφόρμες τους, όπως για παράδειγμα το Facebook, το οποίο προωθεί την ανάγνωση άρθρων (instant articles) και την παρακολούθηση βίντεο μέσα στην πλατφόρμα του. Οι εξελίξεις αυτές ασκούν αυξανόμενες πιέσεις στην επισκεψιμότητα των ενημερωτικών ιστοτόπων.[...]

Παράλληλα, παρατηρούμε πως στο Διαδίκτυο το ενδιαφέρον διαχέεται σε μια πληθώρα νέων μέσων, γεγονός που συνδέεται και με την έλλειψη εμπιστοσύνης στα παραδοσιακά μέσα. Ενώ στις περισσότερες χώρες του δείγματος οι πρώτες σε χρήση ενημερωτικές ιστοσελίδες στο Διαδίκτυο είναι οι ιστότοποι μέσω του παραδοσιακού τοπίου ενημέρωσης **(εφημερίδες και τηλεοπτικοί σταθμοί)**, στην Ελλάδα παρατηρείται κατακερματισμός σε πολλά είδη δικτυακών τόπων. Εκτός από τους ιστοτόπους παραδοσιακών μέσων, στη λίστα με τους πρώτους σε χρήση ιστοτόπους περιλαμβάνονται μέσα που έχουν δημιουργηθεί από δημοσιογράφους που αναδείχθηκαν από τα κυρίαρχα παραδοσιακά μέσα, αλλά και ανώνυμα ιστολόγια που συχνά φιλοξενούν θεωρίες συνωμοσίας και **ανυπόστατες ειδήσεις**.

Τα ευρήματα αυτά είναι ιδιαίτερα ανησυχητικά για τη βιωσιμότητα αλλά και την ποιότητα της ενημέρωσης στην Ελλάδα. Η έλλειψη εμπιστοσύνης στις ειδήσεις, η πεποίθηση πως **οι διαδικτυακές διαφημίσεις είναι ενοχλητικές**, σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση που έχει πλήξει και τους πολίτες αλλά και τα ίδια τα μέσα ενημέρωσης, έχουν συμβάλει στην καθέρωση της κουλτούρας της δωρεάν διαδικτυακής ενημέρωσης. **Οι τάσεις αυτές καταδεικνύουν την ανάγκη αναθεώρησης πολλών από τις υπάρχουσες πρακτικές, προκειμένου τα ΜΜΕ να ανταποκριθούν σε ένα ολοένα συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον.**[...]

Κείμενο 2

Η τηλεόραση

Το παρακάτω ποίημα είναι από τη συλλογή «Ο καθρέφτης του Πρωτέα» (1986) του Γιάννη Υφαντή. Σε αυτό ο ποιητής ειρωνεύεται τη σχέση του Νεοέλληνα με την τηλεόραση.

Το να 'χαμε τάρανδους μες στα σπίτια μας δεν πήγαινε. Θα μούγκριζαν μέσα στον ύπνο μας, θα κόπριζαν πάνω στα έπιπλά μας και προπάντων

μ' εκείνα τα πελώρια κέρατά τους θα ξεσχίζαν τις κουρτίνες μας, θα γκρέμιζαν τ' αγάλματά μας, τα βιβλία μας, τα πιάτα μας. Δεν πήγαινε. Όμως, η τηλεόραση, τι ζώο!

Έχει τα σιδερένια κέρατά της στην ταράτσα ενώ ήσυχη κάθεται στο σαλόνι μας και μόνο αν βάλουμε στην πρίζα τον ομφάλιο λώρο της ξυπνά. Ήσυχο ζώο. Και τι όμορφο. Μοιάζει με έντομο πελώριο, αστρικό.

Μοιάζει με τον πλανητικό προπάππο μας, τον Βεελζεβούλ¹ που 'λεγε ιστορίες κι αποκοιμιόμασταν.

¹ σατανάς, διάβολος

ΘΕΜΑΤΑ

ΘΕΜΑ 1 (μονάδες 35)

1^ο υποερώτημα (μονάδες 10)

Σε 60-70 λέξεις να παρουσιάσεις συνοπτικά το θέμα στο οποίο αναφέρεται το Κείμενο 1 και τις απόψεις που διατυπώνονται σχετικά με αυτό.

Μονάδες 10

2^ο υποερώτημα (μονάδες 10)

Στην πρώτη παράγραφο του Κειμένου 1 γίνεται αναφορά στα ευρήματα μιας έρευνας. Γράψε δύο λόγους για τους οποίους οι συντάκτες του άρθρου επιλέγουν αυτό τον τρόπο εισαγωγής στο θέμα.

Μονάδες 10

3^ο υποερώτημα (μονάδες 15)

Να επιλέξεις τη σωστή απάντηση σε καθεμιά από τις παρακάτω προτάσεις, οι οποίες βασίζονται στο Κείμενο 1 (μια μόνο από τις τέσσερις προτεινόμενες απαντήσεις είναι σε κάθε περίπτωση ορθή):

1. Η πρόταση «τους οποίους οι Έλληνες εμπιστεύονται σε μικρότερο βαθμό» (παράγραφος 2) είναι :

- α. αναφορική προσδιοριστική και αποτελεί αναγκαίο προσδιορισμό της προηγούμενης περιόδου.
- β. αναφορική παραθετική και δεν αποτελεί αναγκαίο προσδιορισμό της προηγούμενης περιόδου.

γ. αναφορική προσδιοριστική και δεν αποτελεί αναγκαίο προσδιορισμό της προηγούμενης περιόδου.

δ. αναφορική επιρρηματική και συμπληρώνει το νόημα του ρήματος της προηγούμενης πρότασης.

2. Στην παράγραφο 4 η παρένθεση (εφημερίδες και τηλεοπτικοί σταθμοί)

δηλώνει:

- α. παραπομπή σε κείμενο
- β. σχόλιο
- γ. επεξήγηση
- δ. παράθεση πρόσθετων πληροφοριών

3. Στη φράση «ανυπόστατες ειδήσεις» (παράγραφος 4) η λέξη «ανυπόστατες» στο παραπάνω γλωσσικό περιβάλλον έχει ως συνώνυμή της τη λέξη:

- α. ανακρίβειες
- β. ανυπόληπτες
- γ. αβάσιμες
- δ. ανεπιτήδευτες

4. Στη φράση «οι διαδικτυακές διαφημίσεις είναι ενοχλητικές» (παράγραφος 5) υπάρχει:

- α. μεταφορά
- β. υπερβολή
- γ. ειρωνεία
- δ. παρομοίωση

5. «Οι τάσεις αυτές καταδεικνύουν την ανάγκη αναθεώρησης πολλών από τις υπάρχουσες πρακτικές, προκειμένου τα ΜΜΕ να ανταποκριθούν σε ένα ολοένα συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον» (παράγραφος 5): στην παραπάνω περίοδο εκφράζεται:

- α. βεβαιότητα
- β. πιθανότητα
- γ. αναγκαιότητα
- δ. υπόθεση

Μονάδες 15

ΘΕΜΑ 2 (μονάδες 30)

Σύμφωνα με το περιεχόμενο του κειμένου 1 οι νέοι της Ελλάδας επιλέγουν για την ενημέρωσή τους το Διαδίκτυο. Ποιοι είναι οι λόγοι της προτίμησής τους αυτής; Ποιες πιστεύετε ότι θα ήταν οι ωφέλειες, αν για την ενημέρωσή τους στρέφονταν και σε έναν πιο παραδοσιακό τρόπο ενημέρωσης όπως τον Τύπο; Το κείμενό σας θα αποτελέσει ομιλία

350-400 λέξεων, που θα εκφωνηθεί σε πανελλήνιο μαθητικό συνέδριο για τις εφαρμογές της τεχνολογίας στην καθημερινή ζωή.

Μονάδες 30

ΘΕΜΑ 3 (μονάδες 20)

1^ο υποερώτημα (μονάδες 10)

Τι επιτυγχάνει το ποιητικό υποκείμενο με τη χρήση α' πληθυντικού προσώπου στο κείμενο 2;

Μονάδες 10

2^ο υποερώτημα (μονάδες 10)

Να εντοπίσετε στο κείμενο 2 μια προσωποποίηση και μια παρομοίωση και να σχολιάσετε σύντομα τον ρόλο τους.

Μονάδες 10

ΘΕΜΑ 4 (μονάδες 15)

Ποια στάση εκφράζει το ποιητικό υποκείμενο αναφορικά με την τηλεόραση; Ποια είναι η προσωπική σου τοποθέτηση στο θέμα του Κειμένου 2; Να αναπτύξεις σε 80 – 200 λέξεις την απάντησή σου.

Μονάδες 15

Ευχόμαστε επιτυχία!!!