



ΣΑΒΒΑΤΟ 22 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2022

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΑΤΟΣ
ΝΕΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ Γ' ΕΠΑΛ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΝΕΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ: ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΧΡΗΣΤΑΚΗ
ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΑΤΟΣ: ΜΩΥΣΙΔΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

A. ΜΗ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΚΟ ΚΕΙΜΕΝΟ

A1.

1. Λάθος «Η προπαγάνδα...ανθρώπινου γένους.»
2. Λάθος «Αυτό συμβαίνει...ανταγωνισμού.»
3. Σωστό «Οι τεχνικές...πολύπλευρες.»
4. Λάθος «Από τη μία...κατά περιπτώσεις.»
5. Σωστό «Ουσιαστικά...διαφορετικό σκοπό.»

A2. Στην πρώτη παράγραφο του κειμένου χρησιμοποιείται επίκληση στη λογική με τη χρήση λογικών επιχειρημάτων και τεκμηρίων. Ειδικότερα, το κείμενο ξεκινάει με μία **αλήθεια** («Η προπαγάνδα... γένους.»), για να επισημανθεί ότι η προπαγάνδα αποτελεί διαχρονικό φαινόμενο. Επίσης, διατυπώνονται **λογικά επιχειρήματα** («Στη σύγχρονη εποχή...εσωτερικών υποθέσεων.») για να παρουσιαστούν οι λόγοι που καθιστούν την προπαγάνδα αναγκαία στη σύγχρονη εποχή. Στη συνέχεια, χρησιμοποιεί ως τεκμήριο **παράδειγμα** από μία περίπτωση στην οποία έχει γίνει χρήση προπαγάνδας στο πρόσφατο παρελθόν («Χαρακτηριστικό παράδειγμα... Κόλπου.»). Συνεχίζει με μία αλήθεια για τη χρήση της μεθόδου σε θρησκευτικό επίπεδο («Συνάμα ... συμπεριφορών.») Τέλος, χρησιμοποιείται επίκληση στην αυθεντία, καθώς παρατίθενται οι απόψεις δύο ειδικών για την προπαγάνδα και τον τρόπο λειτουργίας της («Εξάλλου...της κατάστασης.»).

A3. «αντιμετώπιση» : η λέξη χρησιμοποιείται μεταφορικά και δηλώνει ειρωνεία όσον αφορά τον τρόπο που διαχειρίστηκαν τα ΜΜΕ την πανδημία του κορονοϊού

«η προπαγάνδα είναι πολιτική, κοινωνική, εμπορική. Είναι σκληρό σφυροκόπημα που επιδιώκει να επιβάλει ένα προϊόν οποιασδήποτε μορφής. Αυτό μπορεί να είναι μια πίστη, μια κοινωνική οργάνωση, ένα πολιτικό καθεστώς ή ένα είδος της καθημερινής χρήσης». : παρατίθενται αυτούσια τα λόγια του Ι.Μ. Παναγιωτόπουλου, προσδίδοντας στο κείμενο εγκυρότητα και αξιοπιστία.

A4. Επικοινωνιακό Πλαίσιο : άρθρο

Τίτλος : Παραπληροφόρηση : πώς προκαλείται & τι προκαλεί;

Πρόλογος : Ο 21^{ος} αιώνας είναι ο αιώνας της πληροφορίας, δεδομένου ότι η τεχνολογική εξέλιξη έχει αλλάξει την πρόσβαση και τον τρόπο διάδοσης της πληροφορίας σε όλα τα επίπεδα. Ωστόσο, όλη αυτή εξέλιξη στον τομέα των ΜΜΕ έχει αναδείξει περισσότερο από ποτέ το πρόβλημα της

παραπληροφόρησης. Είναι, λοιπόν, απαραίτητο να εξετάσει κανείς τόσο τα αίτια αυτού του φαινομένου, όσο και τις συνέπειες του.

Κυρίως Θέμα :

1^η § τα αίτια της παραπληροφόρησης :

- Η εξάρτηση των ΜΜΕ από το ιδιωτικό κεφάλαιο : όταν τα ΜΜΕ χρηματοδοτούνται από τους οικονομικά ισχυρούς, τότε αυτόματα ελέγχονται και κατευθύνονται από μια μορφή εξουσίας και επομένως εξυπηρετούν τα συμφέροντά τους.
- Η εξάρτηση των ΜΜΕ από την εκάστοτε πολιτική ηγεσία ή από διάφορους πολιτικούς φορείς: όταν τα ΜΜΕ υπηρετούν κομματικά συμφέροντα και πολιτικές σκοπιμότητες, παρουσιάζουν διαστρεβλωμένη την αλήθεια και παραποιούν την πραγματικότητα με σκοπό να χειραγωγήσουν τον πολίτη.
- Η υπερπληροφόρηση : ο καταγισμός πληροφοριών που δέχεται ο άνθρωπος καθημερινά δεν του επιτρέπει να κρίνει και να αξιολογήσει αυτές τις πληροφορίες.
- Η έλλειψη ήθους από τους λειτουργούς των φορέων πληροφόρησης, δηλαδή από τους δημοσιογράφους που παραβιάζουν τον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας.
- Η έλλειψη παιδείας του σύγχρονου ανθρώπου που έχει ως αποτέλεσμα την έντονη αδιαφορία του για την κοινωνική πραγματικότητα, την έλλειψη κοινωνικής ευθύνης και κριτικής σκέψης του ατόμου.

2^η § οι συνέπειες της παραπληροφόρησης :

- **Σε ατομικό επίπεδο :** το άτομο μαζοποιείται, γίνεται άβουλος και παθητικός δέκτης της πληροφορίας, αποπροσανατολίζεται από τα φλέγοντα κοινωνικά ζητήματα, χειραγωγείται με αποτέλεσμα να τροποποιούνται οι αντιλήψεις και οι ιδέες του.
- **Σε κοινωνικό επίπεδο :** καλλιεργούνται και προωθούνται ακραίες ιδεολογίες, φανατισμός και ρατσιστικές αντιλήψεις – διαδίδονται εύκολα και ανεξέλεγκτα φήμες, τρομολαγνεία, κινδυνολογία – δημιουργούνται προκαταλήψεις και επιφυλακτικότητα στις κοινωνικές σχέσεις των μελών της
- **Σε πολιτικό επίπεδο :** διαστρεβλώνεται και υπονομεύεται η αλήθεια – παραβιάζεται η φιλελεύθερη και πλουραλιστική λειτουργία των ΜΜΕ – καταπατούνται βασικά ανθρώπινα δικαιώματα, όπως το δικαίωμα της ελευθερίας του λόγου και της ελευθερίας της σκέψης – υπονομεύεται η δημοκρατία – επηρεάζονται και χειραγωγούνται οι λαϊκές μάζες – επιβάλλονται στη συνείδηση του λαού νέα πολιτικά πρόσωπα και εξυπηρετούνται οικονομικά και σκοτεινά πολιτικά σχέδια

Επίλογος : Συμπερασματικά, η παραπληροφόρηση είναι ένα σύγχρονο πρόβλημα με πολλές αιτίες, αλλά με ακόμη περισσότερες συνέπειες. Είναι αλήθεια ότι η αλλαγή στην πληροφόρηση και η τεχνολογική εξέλιξη των ΜΜΕ προσφέρουν αναρίθμητες δυνατότητες στους πολίτες. Ωστόσο, είναι επίσης αλήθεια ότι εγείρουν έντονο προβληματισμό και μπορούν να προκαλέσουν πολλούς κινδύνους. Είναι, λοιπόν, στο χέρι του κάθε ατόμου να επιλέξει τον τρόπο που θα ενημερωθεί.

Β. ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΚΟ ΚΕΙΜΕΝΟ

Β1. Στο ποίημα αναφέρονται δύο αντίπαλες, αντικρουόμενες δυνάμεις, η αλήθεια και το ψέμα. Το ποιητικό υποκείμενο παρουσιάζει αυτές τις δύο αντίθετες έννοιες να συγκρούονται και να αλληλεπιδρούν. Στην πρώτη στροφή, λοιπόν, το ποιητικό υποκείμενο υπογραμμίζει τη δύναμη που έχει η αλήθεια, η οποία είναι τόσο σαρωτική και καταλυτική, ώστε μπορεί να υπερνικήσει

κάθε ψέμα, όσο καλοφτιαγμένο και αν είναι («Τόση δύναμη έχει η αλήθεια...καλοστημένο ψέμα.»). Στη δεύτερη στροφή, αντιθέτως, η δύναμη του ψέματος βρίσκεται στο επίκεντρο της προσοχής του ποιητικού υποκειμένου. Έτσι, υποστηρίζει ότι το ψέμα έχει και αυτό τη δύναμή του, αφού, όσες φορές και να εξοντωθεί από την αλήθεια, μπορεί και επανέρχεται στο προσκήνιο και πείθει τους ανθρώπους για την αυθεντικότητά του, παριστάνοντας εκ νέου ότι είναι αλήθεια («Τόση δύναμη έχει το ψέμα...νέα αλήθεια»).

B2. Αντίθεση : ψέμα ≠ αλήθεια : παρουσιάζονται δύο αντίθετες έννοιες με σκοπό να παρουσιαστεί ο διαφορετικός τρόπος που λειτουργούν και να τονιστεί το περιεχόμενό τους. Συμβάλλει στη δομή και στην οργάνωση του ποιήματος, αφού το διαχωρίζει σε δύο διαφορετικές θεματικές ενότητες.

Επανάληψη : «τόση δύναμη έχει»· η φράση επαναλαμβάνεται στην αρχή της πρώτης και της δεύτερης στροφής για να δώσει έμφαση, να τονίσει το πόση δύναμη έχουν τόσο η αλήθεια, όσο και το ψέμα.

Προσωποποίηση : προσωποποιείται η αλήθεια, η οποία παρουσιάζεται ως ένας άνθρωπος που έχει δύναμη και νικάει σε μια σύγκρουση το ψέμα. Με τη συγκεκριμένη προσωποποίηση το ποιητικό υποκείμενο προσδίδει ανθρώπινα χαρακτηριστικά και δυνατότητες στην αλήθεια και ο λόγος αποκτά ζωντάνια, αμεσότητα και παραστατικότητα.

B3. Η ενημέρωση των πολιτών συνδέεται άμεσα με τις έννοιες της αλήθειας και του ψέματος και τον τρόπο που λειτουργούν σύμφωνα με το ποίημα. Σήμερα, υπάρχει άμεση και ανεξέλεγκτη πρόσβαση στην πληροφορία και τα ΜΜΕ έχουν τη δυνατότητα να πληροφορούν, αλλά και να παραπληροφορούν. Από τη μια πλευρά, η ορθή πληροφόρηση έχει στο επίκεντρό της την αλήθεια και την αντικειμενική παρουσίαση της πραγματικότητας και αποσκοπεί στην ενημέρωση, στην αφύπνιση και στην καλλιέργεια της κριτικής σκέψης των πολιτών. Στον αντίποδα της ορθής πληροφόρησης βρίσκεται η παραπληροφόρηση, η οποία βασίζεται στην παραποιημένη παρουσίαση της πραγματικότητας και στη διαστρέβλωση της αλήθειας, δηλαδή στη διάδοση ψευδών πληροφοριών με απώτερο στόχο τον αποπροσανατολισμό και τη χειραγώγηση της κοινής γνώμης. Άρα, είναι προφανές ότι τα σημερινά ΜΜΕ μεταχειρίζονται την αλήθεια και το ψέμα, ανάλογα με τον απώτερο σκοπό τους. Εντούτοις, η ορθή πληροφόρηση μπορεί να εξασφαλιστεί, υπό την προϋπόθεση ότι αφενός το άτομο θα λαμβάνει την κατάλληλη παιδεία, ώστε να αντιμετωπίζει τα ΜΜΕ με κριτική σκέψη και να είναι σε θέση να αξιολογεί τόσο τις πληροφορίες, όσο και τις πηγές τους και ότι αφετέρου τα ΜΜΕ και οι δημοσιογράφοι θα σέβονται τον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας και θα ασκούν το λειτουργήμα τους με συνέπεια και συναίσθηση.
(198 λέξεις)