

1. ☒ Ούλωφ Πάλμε & Επάφου & Χρυσίππου 1 Ζωγράφου , ☎ 210 74 88 030
2. ☒ Φανερωμένης 13 Χολαργός , ☎ 210 6536551
3. ☒ Ευεργέτου Γιαβάση 9 Αγία Παρασκευή, ☎ 210 6000031
www.en-dynamei.gr



**ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΑ ΣΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΤΗΣ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ
ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑΣ 16.3.2025**

Β' ΛΥΚΕΙΟΥ

ΚΕΙΜΕΝΟ 1

Πώς τα social media επηρεάζουν τη ζωή και τις σκέψεις μας

Πόσο αποτελεσματική είναι τελικά η επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη ζωή μας και τι είδους πιέσεις μας ασκούν οι αλγόριθμοι του Tik Tok, Facebook και Instagram; «Οι αλγόριθμοι που ενορχηστρώνουν τις διαφημίσεις, αρχίζουν να ενορχηστρώνουν και τη ζωή μας» είπε κάποτε ο Eli Pariser¹, τονίζοντας έτσι την τρομακτική δύναμη που κρύβεται στο σύμπαν των αλγορίθμων. Ο Pariser ισχυρίζεται ότι μπορούν να προωθήσουν πρότυπα και να επηρεάσουν τις πεποιθήσεις μας σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι πιστεύουμε. [...]

Μελετητές και κοινωνιολόγοι εκφράζουν όλο και μεγαλύτερους προβληματισμούς για την πειθώ που είναι σε θέση να ασκήσουν οι αλγόριθμοι των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνία μας. Η ανησυχία τους είναι ότι μέσω της διαφήμισης είναι ικανοί να τροποποιήσουν τις προσωπικές μας πεποιθήσεις για ζητήματα όπως ποια προϊόντα θα αγοράσουμε, τι θα φορέσουμε, πού θα διασκεδάσουμε ως το ποιο πολιτικό κόμμα είναι καλύτερο για να κυβερνήσει την επόμενη τετραετία.

Ως αποτέλεσμα, οι αλγόριθμοι στα social media προωθούν ιδανικά πρότυπα ομορφιάς, εμφάνισης και επιτυχίας, ασκώντας πίεση για τελειότητα και αποδοχή. Η σύγκριση, όμως, του εαυτού μας με τους άλλους μπορεί να επηρεάσει την ψυχολογική μας κατάσταση, να αυξήσει το άγχος και την αυτο-απορρίπτουσα σκέψη, ενώ, στην προσπάθειά μας να νιώσουμε καλύτερα, παρουσιάζουμε στα social media μόνο τα θετικά και τις επιτυχίες μας, δημιουργώντας μια ιδανική εικόνα του εαυτού μας, κάτι που οι μελετητές ονομάζουν «ψευδαίσθηση της προσωπικότητας». Αυτή η αλλοπρόσαλλη αναπαράσταση της πραγματικότητας μπορεί να δημιουργήσει ανασφάλεια και αίσθημα ανταγωνισμού σε πολλούς χρήστες, ενώ παγιδεύει και εμάς τους ίδιους σε μια ψεύτικη ζωή, σε έναν φαύλο κύκλο φαντασμαγορικών ψεύτικων εικόνων.

Διασκευασμένο άρθρο από το διαδίκτυο

¹ Eli Pariser: ακτιβιστής, συγγραφέας και επιχειρηματίας, που επικεντρώνεται στο πώς να κάνουμε την τεχνολογία και τα μέσα ενημέρωσης να υπηρετούν τη δημοκρατία.

ΚΕΙΜΕΝΟ 2

Αντι-κατανάλωση: Ένας νέος τρόπος ζωής

Η εφημερίδα Le Monde έσκυψε στο ζήτημα, έψαξε τα νούμερα, ρώτησε ειδικούς, και κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι σύγχρονοι άνθρωποι γυρίζουν την πλάτη στην υπερκατανάλωση -όχι γιατί δεν έχουν χρήματα, αλλά γιατί έχουν άλλες παραστάσεις και απαιτήσεις.

«Ακόμη και η εποχή της μπλόγκερ μόδας περνάει σιγά σιγά», διαπιστώνει. Σήμερα, στα social media δεν προκαλεί κάποιος αίσθηση γεμίζοντας τα ντουλάπια του, αλλά αδειάζοντάς τα. Η διασημότερη Γαλλίδα μπλόγκερ αυτής της τάσης είναι η 33χρονη Laetitia Birbes, η οποία έγινε γνωστή βάζοντας δημόσια στοίχημα να μην αγοράζει πλέον ρούχα. «Ετυχε να πληρώνω ως 500 ευρώ για ρούχα την ημέρα και δεν έβλεπα να υπάρχει πρόβλημα σε αυτό. Μόλις είχα κάποιο πρόβλημα στη σχέση μου, όταν έχανα στις εξετάσεις ή όταν έπληττα,

1. ☒ Ούλφ Πάλμε & Επάφου & Χρυσίππου 1 Ζωγράφου , ☎ 210 74 88 030
 2. ☒ Φανερωμένης 13 Χολαργός , ☎ 210 6536551
 3. ☒ Ευεργέτου Γιαβάση 9 Αγία Παρασκευή, ☎ 210 6000031
- www.en-dynamei.gr



αγόραζα ρούχα. Είχα τόσο πολύ εσωτερικεύσει το μήνυμα των διαφημιστών, που μπέρδευα τα προϊόντα με τα συναισθήματά μου». Η νεαρή γυναίκα αρχίζει, λοιπόν, να πετάει την εντυπωσιακή γκαρνταρόμπα της χαρίζοντας ό,τι ξεχειλίζει από τα ντουλάπια της. «Τώρα ζω με δύο παντελόνια και μπλούζες, τρία εσώρουχα και ένα ζευγάρι κάλτσες», λέει η Laetitia Birbes.

Δεν πρόκειται για μια μεμονωμένη περίπτωση, γιατί όλο και περισσότεροι Γάλλοι παίρνουν τον δρόμο της αντι-κατανάλωσης. Εξαιτίας αυτής της νέας τάσης, η Γαλλία γνώρισε για πρώτη φορά την πτώση της κατανάλωσης κατά 0,1%. «Εδώ και δέκα χρόνια η κατανάλωση ανέβαινε κατακόρυφα, τώρα πέφτει συνεχώς», δηλώνει στην εφημερίδα ο ειδικός στις αγορές μεγάλης επιφάνειας Jacques Dupré. «Η αντι-κατανάλωση είναι εμφανώς ένα κίνημα με βάθος», αναφέρει η Gaëlle Le Floch, αναλύτρια της Kantar Worldpanel, ενός ινστιτούτου που μελετά τις συνήθειες των νοικοκυριών.

Άρθρο σε απόσπασμα από τον ημερήσιο τύπο

ΚΕΙΜΕΝΟ 3

Σιγά μην κλάψω

Μου λεν αν φύγω από τον κύκλο θα χαθώ
Στα όριά του μοναχά να γυροφέρνω
Και πως ο κόσμος είν' ανήμερο θεριό
Κι όταν δαγκώνει εγώ καλά είναι να σωπαίνω
Κι όταν φοβούνται πως μπορεί να τρελαθώ
μου λεν να πάω κρυφά κάπου να κλάψω
Και να θυμάμαι πως αυτό το σκηνικό
είμαι μικρός, πολύ μικρός για να τ' αλλάξω

Μα εγώ μ' ένα άγριο περήφανο χορό
σαν αετός πάνω απ' τις λύπες θα πετάξω
Σιγά μην κλάψω σιγά μη φοβηθώ
Σιγά μην κλάψω σιγά μη φοβηθώ
Θα πάω να χτίσω μια φωλιά στον ουρανό
θα κατεβαίνω μόνο αν θέλω να γελάσω
Σιγά μην κλάψω σιγά μη φοβηθώ
Σιγά μην κλάψω σιγά μη φοβηθώ (...)

«Σιγά μην κλάψω»

Στίχοι-Μουσική: Γιάννης Αγγελάκας, από το Άλμπουμ «Από δω και πάνω», 2005

1. ☒ Ούλωφ Πάλμε & Επάφου & Χρυσίπου 1 Ζωγράφου , ☎ 210 74 88 030
2. ☒ Φανερωμένης 13 Χολαργός , ☎ 210 6536551
3. ☒ Ευεργέτου Γιαβάση 9 Αγία Παρασκευή, ☎ 210 6000031
www.en-dynamei.gr



ΘΕΜΑΤΑ

ΘΕΜΑ Α

A1. Να αποδώσετε συνοπτικά τα νοήματα της 2^{ης} – 3^{ης} παραγράφου του **Κειμένου 1** σε 60-80 λέξεις.

Μονάδες 20

ΘΕΜΑ Β

B1. Να χαρακτηρίσετε τις παρακάτω προτάσεις με την ένδειξη **Σωστό ή Λάθος**, λαμβάνοντας υπόψη τα νοήματα των **Κειμένων 1 και 2** (δεν χρειάζονται αναφορές στα Κείμενα):

- α.** Τα νοήματα του **Κειμένου 1** διαψεύδουν το περιεχόμενο του τίτλου του.
β. Στο **Κείμενο 1** ο συντάκτης επικαλείται τις απόψεις του Eli Pariser με σκοπό να ενισχύσει τη θέση του.
γ. Οι επιδράσεις που ασκούν οι αλγόριθμοι στο **Κείμενο 1** είναι δυνατό να περιοριστούν.
δ. Στο **Κείμενο 2** η έλλειψη χρημάτων οδηγεί τους καταναλωτές να μειώσουν την κατανάλωση.
ε. Η γλώσσα στην 1^η παράγραφο του **Κειμένου 2** αξιοποιείται κυρίως με τη μεταφορική της λειτουργία.

Μονάδες 10

B2. α) Με ποιον τρόπο επέλεξε να οργανώσει το επιχειρήμά του ο συντάκτης του **Κειμένου 1** στην 3^η παράγραφο («Ως αποτέλεσμα...ψεύτικων εικόνων»); Ποια θέση του προσπαθεί να στηρίξει με τον τρόπο αυτό;

Μονάδες 8

B2. β) Τι επιδιώκει να πετύχει ο συντάκτης του **Κειμένου 2** με την αναφορά στη μαρτυρία της Γαλλίδας μπλόγκερ Laetitia Birbes;

Μονάδες 7

B3. Να εξηγήσετε τη χρήση των παρακάτω σημείων στίξης στο **Κείμενο 1**:

1. Της ερώτησης στην 1^η παράγραφο: Πόσο αποτελεσματική είναι τελικά η επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη ζωή μας και τι είδους πιέσεις μας ασκούν οι αλγόριθμοι του Tik Tok, Facebook και Instagram;

Μονάδες 6

2. Των εισαγωγικών στην 3^η παράγραφο: «ψευδαίσθηση της προσωπικότητας»

Μονάδες 4

1. ☒ Ούλωφ Πάλμε & Επάφου & Χρυσίππου 1 Ζωγράφου , ☎ 210 74 88 030
 2. ☒ Φανερωμένης 13 Χολαργός , ☎ 210 6536551
 3. ☒ Ευεργέτου Γιαβάση 9 Αγία Παρασκευή, ☎ 210 6000031
- www.en-dynamei.gr
-



ΘΕΜΑ Γ

Γ1. Ποια στάση ζωής απορρίπτει το ποιητικό υποκείμενο στο **Κείμενο 3** και ποιον δρόμο επιλέγει τελικά να ακολουθήσει; Να απαντήσετε με αναφορά σε τρεις (3) κειμενικούς δείκτες. Συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την επιλογή του και γιατί; (150-200 λέξεις)

Μονάδες 15

ΘΕΜΑ Δ

Δ1. Τι επιρροές πιστεύετε ότι ασκούν σε εσάς τους νέους οι διαφημίσεις που παρακολουθείτε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Ποιες άμυνες θα μπορούσατε να αναπτύξετε, ώστε να αντισταθείτε στις επιρροές αυτές; Να υποστηρίξετε τεκμηριωμένα τις απόψεις σας σε 350-400 λέξεις, αξιοποιώντας δημιουργικά και τα Κείμενα αναφοράς (Κείμενα 1, 2).

Υποθέστε ότι το κείμενό σας αποτελεί εισήγηση που κάνετε στους συμμαθητές και τις συμμαθήτριάς σας, με αφορμή ένα αφιέρωμα της τάξης σας με θέμα «Διαδίκτυο - Μηχανισμοί Διαφήμισης και Πρότυπα ζωής».

Μονάδες 30