

1. ☒ Ούλωφ Πάλμε & Επάφου & Χρυσίππου 1
Ζωγράφου, ☎ 210 74 88 030
2. ☒ Φανερωμένης 13
Χολαργός, ☎ 210 65 36 551
www.en-dynamei.gr

ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΑ ΣΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΤΗΣ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑΣ Γ' ΛΥΚΕΙΟΥ 4.7.2025

ΚΕΙΜΕΝΟ 1

Στον κόσμο των social media

Μπορεί το φαινόμενο των social media¹ να είναι σχετικά πρόσφατο, σίγουρα, όμως, μπορούμε να έχουμε μία αρχική εικόνα για την επίδρασή τους στην ψυχολογία του χρήστη. Από τη μία πλευρά, υπάρχουν τα κοινωνικά δίκτυα που διασκεδάζουν τον χρήστη, καταργούν την απόσταση, προσφέρουν ελευθερία στη διακίνηση της πληροφορίας και αμεσότητα στην ενημέρωση. Από την άλλη, όμως, ασκούν κοινωνική πίεση λόγω των προτύπων συμπεριφοράς που προωθούν.

Τα social media είναι σημαντικός παράγοντας διαμόρφωσης της συλλογικής ψυχολογίας, με δεδομένη τη μαζική επίδρασή τους στον σύγχρονο χρήστη. Η online² ζώνη έχει εισχωρήσει σε τέτοιο βαθμό στην offline³, με αποτέλεσμα τα όρια μεταξύ της σύνδεσης στο διαδίκτυο και της πραγματικής ζωής να είναι πλέον λεπτά. Σε τι βαθμό, λοιπόν, τα social media επηρεάζουν την ψυχολογία του χρήστη;

Σύγχρονοι αναλυτές και ανθρωπολόγοι υποστηρίζουν πως η ανάγκη για social share⁴ προέρχεται από το συναίσθημα του ανικανοποίητου. Μεγάλα ποσοστά των ανθρώπων που κάνουν κατάχρηση των social media δηλώνουν πως θα προτιμούσαν να έχουν μια διαφορετική ζωή, γι' αυτό και αναζητούν διέξοδο στον online κόσμο. Άλλοι πάλι κάνουν λόγο για τάση των νέων να καταργούν εντελώς την ιδιωτικότητα και να μιλούν δημόσια για κάθε μέρος της προσωπικής τους ζωής σε Instagram, Tik Tok και LinkedIn αντίστοιχα.

Οι περισσότεροι χρήστες παραδέχονται ότι προβάλλουν στα social media μια ωραιοποιημένη εικόνα για τον εαυτό τους και τη ζωή τους, γεγονός που τους κάνει να νιώθουν καλύτερα. Οι φανταχτερές ζωές, όμως, δεν αντικατοπτρίζουν σε καμία περίπτωση τον πραγματικό εαυτό μας. Αντίθετα, τα posts⁵ στα social media προβάλλουν την εικόνα του ιδανικού εαυτού μας, παρουσιάζουν δηλαδή τις πτυχές, τις οποίες επιλέγουμε οι ίδιοι να προβάλλουμε δημόσια. Αυτό σημαίνει πως προτού πατήσουμε το κουμπί του share⁶, φιλτράρουμε και ωραιοποιούμε κάθε πληροφορία που θα εμφανιστεί δημόσια στο profile⁷ μας. Στην πραγματικότητα δεν μοιραζόμαστε κάθε λεπτομέρεια της ζωής μας, αλλά μόνο αυτές που θα θέλαμε οι άλλοι να γνωρίζουν για εμάς.

Εξάλλου, πολλοί νέοι συγκρίνουν τον εαυτό τους και τη ζωή τους με τη ζωή των άλλων χρηστών και καταλήγουν να νιώθουν δυστυχημένοι. Μάλιστα, **προκειμένου να** αναπληρώσουν δικά τους κενά και ανασφάλειες, δημιουργούν έναν φαύλο κύκλο ζήλιας που συντηρεί το αίσθημα της δυστυχίας και της χαμηλής αυτοπεποίθησης.

Τελικά, τα social media δημιουργήθηκαν για να διασκεδάζουν ή για να τραυματίζουν τον χρήστη;

Άρθρο δημοσιευμένο στο διαδίκτυο, 22.3.2021 (απόσπασμα σε διασκευή)

¹social media: μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ² online: σε κατάσταση σύνδεσης στο διαδίκτυο, ³offline: σε κατάσταση αποσύνδεσης από το διαδίκτυο, ⁴social share: το μοίρασμα στο διαδίκτυο, ⁵posts: αναρτήσεις στο διαδίκτυο, ⁶share: το μοίρασμα, ⁷profile: η ταυτότητα ενός χρήστη στο διαδίκτυο, ειδικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

1. ☒ Ούλωφ Πάλμε & Επάφου & Χρυσίππου 1
Ζωγράφου, ☎ 210 74 88 030
2. ☒ Φανερωμένης 13
Χολαργός, ☎ 210 65 36 551
www.en-dynamei.gr

ΚΕΙΜΕΝΟ 2

Εργοστάσιο επιθυμιών

Η διαφήμιση υπόσχεται πάντα το ίδιο πράγμα: την ευημερία, την άνεση, την αποτελεσματικότητα, την ευτυχία και την επιτυχία. Προβάλλει μια υπόσχεση ικανοποίησης. Πουλάει όνειρα, προτείνει συμβολικούς σύντομους δρόμους για μια γρήγορη κοινωνική άνοδο. Κατασκευάζει επιθυμίες και παρουσιάζει έναν κόσμο σε μόνιμες διακοπές, χαλαρό, χαμογελαστό, ανέμελο, που κατοικείται από ευτυχισμένα πρόσωπα που κατέχουν επιτέλους το θαυματουργό προϊόν που θα τους κάνει ωραίους, καθαρούς, ελεύθερους, υγιείς, επιθυμητούς, σύγχρονους... Απέναντι σε έναν αγχωμένο κόσμο, η διαφήμιση επικαλείται έναν κόσμο ιδανικό. Απαλλαγμένο από κάθε τραγωδία, χωρίς υπανάπτυκτες χώρες, χωρίς πυρηνική βόμβα και χωρίς πολέμους. Έναν κόσμο αθώο, γεμάτο χαμόγελα και φώτα, αισιόδοξο και παραδεισένιο.

Σωρευτικά, οι διαφημίσεις επαναλαμβάνουν και επιβεβαιώνουν τους μεγάλους μύθους της εποχής μας: μοντερνισμός, νιάτα, ευτυχία, ψυχαγωγία, αφθονία... Η γυναίκα, για παράδειγμα, δεν αναγνωρίζεται παρά ως αντικείμενο επιθυμίας ή υπηρετικό προσωπικό. Την κυνηγούν και την ενοχοποιούν, την καθιστούν υπεύθυνη για τη βρομιά του σπιτιού ή των ρούχων, για τη γήρανση του δέρματός της και του σώματός της, για την υγεία των παιδιών και για το στομάχι του συζύγου και τις οικονομίες του νοικοκυριού. Τα παιδιά, από την άλλη, είναι ένας προνομιακός στόχος. Το Ινστιτούτο του Παιδιού εκτιμά σε σχετική του έρευνα ότι περίπου το 45% της οικογενειακής κατανάλωσης επηρεάζεται άμεσα από τις επιθυμίες των παιδιών.

Σχετικά με όλα αυτά, ο Φρεντερίκ Μπεϊγκμπεντέ παρατηρεί: «Οι παλιές δικτατορίες φοβούνταν την ελευθερία της έκφρασης, λογόκριναν τις διαμαρτυρίες, φυλάκιζαν τους συγγραφείς, έκαιγαν τα επίμαχα βιβλία. Για να σκλαβώσει την ανθρωπότητα, η διαφήμιση διάλεξε τους χαμηλούς τόνους, την ελαστικότητα, την πειθώ. Ζούμε στο πρώτο σύστημα κυριαρχίας του ανθρώπου ενάντια στο οποίο ακόμη και η ελευθερία είναι αδύναμη. Αντίθετα, το σύστημα βασίζει τα πάντα στην ελευθερία, εκεί βρίσκεται η μεγαλύτερη ανακάλυψή του. Κάθε κριτική το φέρνει σε πλεονεκτική θέση, κάθε προκήρυξη ενισχύει την ψευδαίσθηση της μελίχχιας ανοχής του. Μας υποτάσσει ευγενικά».

Ignacio Ramonet

ΚΕΙΜΕΝΟ 3

Ανικανοποίητο

Το ποίημα της Λένας Παππά προέρχεται από τη συλλογή «Βραδυφλεγής», Τα Ποιήματα, Τόμος Β', εκδόσεις Αρμός, Αθήνα, 1997.

Η δίψα εκείνων που ποτέ
δε θ' αποκτήσω
με στοιχειώνει,
πνιγμένη
καθώς σέρνομαι στα νερά
του έλους των πραγματοποιμένων¹.

Ποιος είπε πως ποτέ
τελειώνουν οι επιθυμίες;

¹ των πραγματοποιμένων: αυτών που έχουν πραγματοποιηθεί, που έχουν γίνει

1. ☒ Ούλωφ Πάλμε & Επάφου & Χρυσίππου 1
Ζωγράφου, ☎ 210 74 88 030
2. ☒ Φανερωμένης 13
Χολαργός, ☎ 210 65 36 551
www.en-dynamei.gr

ΘΕΜΑΤΑ

ΘΕΜΑ Α

A1. Με βάση τις πληροφορίες του 1^{ου} **Κειμένου**, να παρουσιάσετε περιληπτικά τη σχέση των χρηστών με τα social media (παράγραφοι 2-5) σε 70-80 λέξεις.

Μονάδες 20

ΘΕΜΑ Β

B1. Να χαρακτηρίσετε τις παρακάτω προτάσεις με τη λέξη **Σωστό** ή **Λάθος**, στηριζόμενοι στα νοήματα του 1^{ου} **Κειμένου** (δεν χρειάζεται να αναφερθείτε σε χωρία του κειμένου):

- α. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διασκεδάζουν τους χρήστες.
β. Η online ζώνη έχει αντικαταστήσει πλήρως την offline επικοινωνία των χρηστών.
γ. Τα πρότυπα που προωθούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν ψυχολογικά τους χρήστες.
δ. Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μοιράζονται κάθε λεπτομέρεια της πραγματικής τους ζωής με άλλους χρήστες.
ε. Ο αρθρογράφος καταλήγει με βεβαιότητα στο συμπέρασμα ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχεδιάστηκαν για να τραυματίζουν τους χρήστες.

Μονάδες 10

B2. α) Σε τι βαθμό, λοιπόν, τα social media επηρεάζουν την ψυχολογία του χρήστη; (**Κείμενο 1**)

Να εξετάσετε τη λειτουργία της ερώτησης στο τέλος της 2^{ης} παραγράφου του **Κειμένου 1** ως προς την αντίδραση του αναγνώστη (μονάδες 4) και ως προς την οργάνωση του λόγου (μονάδες 3).

Μονάδες 7

B2. β) Να γράψετε τι φανερώνουν οι διαρθρωτικές λέξεις/φράσεις με έντονη γραφή στο **Κείμενο 1** (χωρίς να αιτιολογήσετε την απάντησή σας με αναφορές στα νοήματα του κειμένου): **όμως, αυτό σημαίνει ότι, εξάλλου, προκειμένου να.**

Μονάδες 4

B3. α) Στην 1^η παράγραφο του 2^{ου} **Κειμένου** («Η διαφήμιση υπόσχεται πάντα...αισιόδοξο και παραδεισένιο») ο συγγραφέας επιδιώκει να προβληματίσει τον αναγνώστη για τον ρόλο της διαφήμισης. Να βρείτε δύο (2) διαφορετικά εκφραστικά μέσα που χρησιμοποιεί για τον σκοπό αυτό (μονάδες 4) και να εξηγήσετε τη λειτουργία τους στα αντίστοιχα σημεία του κειμένου (μονάδες 8).

Μονάδες 8

1. ☒ Ούλωφ Πάλμε & Επάφου & Χρυσίππου 1
Ζωγράφου, ☎ 210 74 88 030
2. ☒ Φανερωμένης 13
Χολαργός, ☎ 210 65 36 551
www.en-dynamei.gr

B3. β) «Σωρευτικά, οι διαφημίσεις επαναλαμβάνουν... Μας υποτάσσει ευγενικά». Να μελετήσετε το απόσπασμα που σας δόθηκε από το **2^ο Κείμενο** και να εξηγήσετε τι επιδιώκεται με τη χρήση στατιστικών στοιχείων στη 2^η παράγραφο (μονάδες 3) και τι με την αναφορά στις απόψεις του Φρεντερίκ Μπεϊγκμπεντέ στην 3^η παράγραφο (μονάδες 3).

Μονάδες 6

ΘΕΜΑ Γ

Γ1. Ποια φαίνεται να είναι η συναισθηματική κατάσταση του ποιητικού υποκειμένου στο **Κείμενο 3** και γιατί; Να βρείτε τρία (3) εκφραστικά μέσα με τα οποία αυτή αποτυπώνεται. Σε ποιο βαθμό ταυτίζεστε ή διαφοροποιείστε με τον προβληματισμό του κειμένου; (150-200 λέξεις)

Μονάδες 15

ΘΕΜΑ Δ

Δ1. Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα ασφαλούς πλοήγησης στο διαδίκτυο, ως εκπρόσωπος της τάξης, εκφωνείτε ομιλία προς τους συμμαθητές και τις συμμαθήτριές σας (350-400 λέξεις) στα πλαίσια ημερίδας που διοργάνωσε το σχολείο σας.

α) Σύμφωνα με τα **Κείμενα 1 και 2**, ποια πρότυπα ευτυχίας προωθούν η διαφήμιση και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

β) Εσείς, ως νέοι, με ποιους τρόπους αξιοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην καθημερινή σας ζωή;

Μονάδες 30