

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

**ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΑ ΤΗΣ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑΣ
ΘΕΡΙΝΑ Γ' ΛΥΚΕΙΟΥ 4.7.2025**

A1. Το κείμενο αναφέρεται στην πίεση που ασκούν τα social media στους χρήστες. Αρχικά, ο συντάκτης υποστηρίζει ότι τα όρια μεταξύ διαδικτυακής και πραγματικής ζωής είναι δυσδιάκριτα και επειδή οι χρήστες δεν ικανοποιούνται από την πραγματικότητα, καταφεύγουν στον διαδικτυακό κόσμο, ενώ κάποιοι νέοι καταργούν ολοκληρωτικά την ιδιωτικότητά τους. Οι περισσότεροι προωθούν στα social media μια εξιδανικευμένη εικόνα για τον εαυτό τους και τη ζωή τους, διαλέγοντας προσεκτικά τις πληροφορίες που μοιράζονται δημόσια. Ο συντάκτης, όμως, παρατηρεί ότι η σύγκριση με τη ζωή των άλλων χρηστών προκαλεί συναισθηματική πίεση και μεγθύνει το αίσθημα της αρνητικής αυτοεικόνας αντί να αναπληρώνει τα εσωτερικά αδιέξοδα.

B1.

α. Σωστό, β. Λάθος, γ. Σωστό, δ. Λάθος, ε. Λάθος.

B2. α) Στο τέλος της 2ης παραγράφου του κειμένου 1 γίνεται χρήση της ερώτησης: «Σε τι βαθμό, λοιπόν, τα social media επηρεάζουν την ψυχολογία του χρήστη;» Η ερώτηση δίνει στον λόγο αμεσότητα και ζωντάνια, εξασφαλίζει θεατρικότητα και εξυπηρετεί την επικοινωνία του συγγραφέα με τον αναγνώστη, αφού δημιουργεί κλίμα διαλόγου μεταξύ τους. Η ερώτηση εκφράζει τον προβληματισμό του συγγραφέα σχετικά με την επιρροή που ασκούν τα social media στην ψυχολογία των χρηστών και ελκύει το ενδιαφέρον του αναγνώστη, που προβληματίζεται επίσης για το ζήτημα και διατηρεί το ενδιαφέρον του αμείωτο να παρακολουθήσει το κείμενο. Η ερώτηση όμως έχει και δομικό ρόλο, καθώς γίνεται στο τέλος της 2ης παραγράφου, λειτουργεί επομένως μεταβατικά, συνδέοντας τον προβληματισμό του συγγραφέα με τα νοήματα του υπόλοιπου κειμένου, όπου και απαντάει αναλυτικά σε ποιο βαθμό και με ποιον τρόπο τα social media επηρεάζουν την ψυχολογία των χρηστών.

B2. β) όμως: αντίθεση, **αυτό σημαίνει ότι:** επεξήγηση, **εξάλλου:** προσθήκη και έμφαση, **προκειμένου να:** σκοπός.

B3. α) Στην 1^η παράγραφο του 2^{ου} κειμένου ο συγγραφέας επιδιώκει να προβληματίσει τον αναγνώστη για τον ρόλο της διαφήμισης. Για τον σκοπό αυτό χρησιμοποιεί ποικίλα εκφραστικά μέσα. Αρχικά, αξιοποιείται η ποιητική λειτουργία της γλώσσας και η **διαφήμιση παρουσιάζεται προσωποποιημένη** σε πολλά σημεία της παραγράφου. Χαρακτηριστικά, στα σημεία «Προβάλλει μια υπόσχεση ικανοποίησης», «Πουλάει όνειρα», «Κατασκευάζει επιθυμίες» η διαφήμιση προσωποποιείται, ώστε να δοθεί έμφαση στη δύναμη που έχει να υπόσχεται την ικανοποίηση, να προωθεί όνειρα, να κατασκευάζει επιθυμίες, με σκοπό να προβληματιστεί ο αναγνώστης για την εξουσία που έχει η διαφήμιση να δημιουργεί στους ανθρώπους ανάγκες και να εμφανίζεται ικανή να τις ικανοποιήσει. Εξάλλου, η προσωποποίηση κάνει τον λόγο ζωνφό και παραστατικό, εξασφαλίζει θεατρικότητα και ελκύει το ενδιαφέρον του αναγνώστη να παρακολουθήσει το κείμενο. Ακόμα, στην παράγραφο **γίνεται χρήση του ασύνδετου σχήματος**. Χαρακτηριστικά, στο σημείο «Η διαφήμιση υπόσχεται πάντα το ίδιο πράγμα: την ευημερία, την άνεση, την αποτελεσματικότητα, την ευτυχία» το ασύνδετο σχήμα δίνει γοργότητα και ένταση στον λόγο και αποτυπώνει με ιδιαίτερο ζωνφό τρόπο το πλήθος όσων υπόσχεται η διαφήμιση, ευημερία, άνεση, αποτελεσματικότητα και ευτυχία στη

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

ζωή. Έτσι, ο αναγνώστης προβληματίζεται για τον ρόλο της, καθώς έχει τη δύναμη να δημιουργεί προσδοκίες στους καταναλωτές για ευτυχία μέσα από την αγορά αγαθών.

ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΕΚΦΡΑΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ:

Υπάρχουν και άλλα σημεία με ασύνδετο σχήμα στην παράγραφο: παρουσιάζει έναν κόσμο σε μόνιμες διακοπές, χαλαρό, χαμογελαστό, ανέμελο / το θαυματουργό προϊόν που θα τους κάνει ωραίους, καθαρούς, ελεύθερους, υγιείς, επιθυμητούς, σύγχρονους.

Ελλειπτικός λόγος: «Έναν κόσμο αθώο, γεμάτο χαμόγελα και φώτα, αισιόδοξο και παραδεισένιο».

Ελλειπτικός λόγος με χρήση ασύνδετου σχήματος υπάρχει και στο χωρίο «Απαλλαγμένο από κάθε τραγωδία, χωρίς υπανάπτυκτες χώρες, χωρίς πυρηνική βόμβα και χωρίς πολέμους».

Ελλειπτικός λόγος: Έναν κόσμο αθώο, γεμάτο χαμόγελα και φώτα, αισιόδοξο και παραδεισένιο.

Η χρήση των αποσιωπητικών: ελεύθερους, υγιείς, επιθυμητούς, σύγχρονους...

B3. β) Στη 2^η παράγραφο του 2^{ου} κειμένου γίνεται χρήση στατιστικών στοιχείων. Συγκεκριμένα, το Ινστιτούτο του Παιδιού εκτιμά σε σχετική του έρευνα ότι περίπου το 45% της οικογενειακής κατανάλωσης επηρεάζεται άμεσα από τις επιθυμίες των παιδιών. Τα στοιχεία αυτά αναφέρονται από τον συγγραφέα με σκοπό να δώσει στον λόγο του σοβαρότητα, αντικειμενικότητα και επιστημονική εγκυρότητα, ώστε να πείσει τους αναγνώστες ότι πράγματι τα παιδιά αποτελούν προνομιακό στόχο της διαφήμισης.

Στην 3^η παράγραφο του 2^{ου} κειμένου ο συγγραφέας αναφέρει τις απόψεις του Φρεντερικ Μπεϊγκμπεντέ σχετικά με τον καθοριστικό ρόλο της διαφήμισης στις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού. Η αναφορά αυτή δίνει στον λόγο επισιμότητα και επιστημονική εγκυρότητα, καθώς ο ειδικός ως αυθεντία υποστηρίζει ότι η διαφήμιση αποτελεί μια μορφή σύγχρονης δικτατορίας, που καταργεί την ελευθερία του ανθρώπου και τον υποτάσσει, διατηρώντας όμως την ψευδαίσθηση της ατομικής βούλησης. Επομένως, ο συγγραφέας επιδιώκει να πείσει τους αναγνώστες ότι η διαφήμιση υποδουλώνει τον άνθρωπο με ευγενικό και ύπουλο τρόπο.

Γ1. Το ποιητικό υποκείμενο βιώνει το αίσθημα του ανικανοποίητου. Αισθάνεται την ανησυχία και την αναστάτωση του ανθρώπου που δεν εκπλήρωσε όσα επιθυμούσε, αδυνατώντας να συμφιλιωθεί με αυτή την πραγματικότητα. Μάλιστα, βιώνει και ένα αίσθημα ασφυξίας, καθώς συνειδητοποιεί ότι βουλιάζει σε όσα έχει ήδη πραγματοποιήσει. Οι επιθυμίες της δεν τελειώνουν ποτέ.

Η συναισθηματική της κατάσταση αποτυπώνεται στο ποίημα με ποικίλα εκφραστικά μέσα. Στην αρχή του ποιήματος (στ. 1-3) **ο μεταφορικός λόγος** αποτυπώνει με ιδιαίτερα ζωνφό τρόπο την αναστάτωση του ποιητικού υποκειμένου για όσα δεν θα αποκτήσει ποτέ. Η δίψα των ανεκπλήρωτων την στοιχειώνει. «Η δίψα» μεταφορικά εκφράζει με ένταση το πάθος που έχει να αποκτήσει όσα δεν θα καταφέρει, ενώ το μεταφορικό ρήμα «στοιχειώνει» δίνει δραματικότητα στον λόγο, γιατί όσα δεν εκπληρώθηκαν την κυνηγούν, την κατατρέχουν, δεν την αφήνουν να ησυχάσει. Στη συνέχεια (στ. 4-6) «πνιγμένη καθώς σέρνομαι στα νερά του έλους των πραγματωμένων» χρησιμοποιείται **μια τολμηρή μεταφορική εικόνα**, καθώς το ποιητικό υποκείμενο νιώθει να πνίγεται μέσα σε όσα έχει ήδη πραγματώσει. Μάλιστα, ο μεταφορικός λόγος που αποδίδει αυτά που έχουν ήδη ικανοποιηθεί δίνει έμφαση στο αίσθημα της ασφυξίας, νιώθει να πνίγεται σε έναν βούρκο, νιώθει να έχει βαλτώσει, να μην ικανοποιείται πια. Η συναισθηματική κατάσταση του ποιητικού υποκειμένου είναι αδιέξοδη. Στο τέλος, **η ρητορική ερώτηση** «Ποιος είπε πως ποτέ τελειώνουν οι επιθυμίες;» αποτελεί και την ουσία της ανησυχίας που εκφράζει το

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

ποίηση. Οι επιθυμίες δεν τελειώνουν ποτέ, ίσως το τέλος τους να σημαίνει και το τέλος της ζωής, με το ουσιαστικό της νόημα.

Η κραυγή αγωνίας που εκφράζει το ποιητικό υποκείμενο με αφορά ως νέο. Είναι πολλά τα όνειρα και οι φιλοδοξίες μου για το μέλλον, που το σύνολο των πραγματωμένων δεν με ικανοποιεί, δεν με καθησυχάζει. Βέβαια, δεν αισθάνομαι ότι με στοιχειώνει η δίψα για όσα ποτέ δεν θα αποκτήσω, αντιθέτως έχω τη δύναμη και την ανάγκη να συνεχίσω, να αγωνιστώ και να ικανοποιήσω νέους στόχους, ώστε να μην βιώσω το αίσθημα του ανικανοποίητου όταν αργότερα στη ζωή μου κάνω τον απολογισμό μου.

Δ1. Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα ασφαλούς πλοήγησης στο διαδίκτυο, ως εκπρόσωπος της τάξης, εκφωνείτε ομιλία προς τους συμμαθητές και τις συμμαθήτριάς 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;

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΘΕΜΑ

- Ο μαθητής εκφωνεί ομιλία προς τους συμμαθητές/-τριες, στα πλαίσια ημερίδας που διοργάνωσε το σχολείο του. Η ομιλία χρειάζεται προσφώνηση και αποφώνηση, ύψος ημιεπίσημο και επικοινωνιακές εκφράσεις στο εσωτερικό του κειμένου.
- Το 1^ο ζητούμενο θα αναπτυχθεί κειμενοκεντρικά, δηλαδή ο μαθητής θα αξιοποιήσει τα μη λογοτεχνικά κείμενα και θα παρουσιάσει σε 1 έως 2 παραγράφους τον τρόπο που προσδιορίζεται η ευτυχία στον κόσμο της διαφήμισης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- Στο 2^ο ζητούμενο ο μαθητής παρουσιάζει βιωματικά τους τρόπους με τους οποίους αξιοποιεί ο ίδιος τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην καθημερινή του ζωή.

1^ο ζητούμενο

Η ευτυχία στη διαφήμιση και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (όπως παρουσιάζεται και από τους συντάκτες των δύο μη λογοτεχνικών κειμένων):

- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνδέουν την ευτυχία με τον ναρκισσισμό. Οι χρήστες κατασκευάζουν ψεύτικες εικόνες για τον εαυτό τους, ψεύτικες ταυτότητες, ψεύτικα προφίλ. Αναρτούν φωτογραφίες που δεν αποδίδουν την πραγματική τους ζωή, τροποποιούν την εμφάνισή τους προκειμένου να αρέσουν, να γοητεύσουν τους οπαδούς, να αποσπάσουν θετικά σχόλια και likes. Το άγχος δεν είναι να εξελίξουν το «είναι» τους, αλλά το «φαίνεσθαι», να αρέσουν σε άλλους χρήστες.
- Οι νέοι ειδικά αντιλαμβάνονται την ευτυχία αποκλειστικά και μόνο όσον αφορά το φαίνεσθαι, την εικόνα, την ομορφιά της εξωτερικής εμφάνισης, σύμφωνα πάντα με τα αισθητικά πρότυπα που επιβάλλει η εικόνα άλλων χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον, αιχμαλωτίζονται στην εικόνα μιας ζωής

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

εξιδανικευμένης, χωρίς προβλήματα, λαμπερής, γεμάτης διασκέδαση και ενθουσιασμό, υπονοώντας ότι αυτή εξασφαλίζεται από την ομορφιά και τα υλικά αγαθά.

➤ Η τηλεοπτική και διαδικτυακή διαφήμιση προπαγανδίζουν τον υλιστικό τρόπο ζωής, στον οποίο κυριαρχεί το έχειν και απαξιώνεται το είναι. Τα υλικά αγαθά, οι ανέσεις, ο πλούτος, οι αγορές, η βελτίωση της εξωτερικής εμφάνισης, αποτελούν προτεραιότητα της ζωής, που με τον τρόπο αυτό νοηματοδοτείται και εκπληρώνεται. Έτσι, οι νέοι διδάσκονται να θεωρούν ότι οι ανάγκες, τα όνειρα, οι φιλοδοξίες, η ατομική ευτυχία αλλά και η κοινωνική αναγνώριση εξασφαλίζονται με την αγορά αγαθών και ενθαρρύνονται να αισθάνονται ολοκληρωμένοι, καταξιωμένοι και ευτυχισμένοι όταν αποκτούν και καταναλώνουν.

2^ο ζητούμενο

Τρόποι αξιοποίησης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τον ίδιο τον νέο

- Οι νέοι χρησιμοποιούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να επικοινωνήσουμε με τους φίλους μας, να συνομιλήσουμε, να συναντηθούμε, να κοινωνικοποιηθούμε.
- Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απασχολούμαστε παίζοντας διαδικτυακά παιχνίδια, μόνοι ή με παρέα, εκτονωνόμαστε από την εντατική σχολική καθημερινότητα.
- Ενημερωνόμαστε για την επικαιρότητα, μαθαίνουμε τις εξελίξεις στην πατρίδα μας και στον υπόλοιπο κόσμο.
- Ερχόμαστε σε επαφή με τον κόσμο της μουσικής, του κινηματογράφου, εξοικειωνόμαστε με νέα πολιτιστικά ρεύματα στην τέχνη, τη μόδα, την ψυχαγωγία. Μέσα από τα social media μπορούμε να γνωστοποιήσουμε/διακινήσουμε πολιτιστικές δράσεις, με καλλιτεχνικό, μουσικό, θεατρικό κ.τ.λ ενδιαφέρον.
- Οι νέοι αξιοποιούμε τα social media για να κοινοποιήσουμε ιδέες και δράσεις σχετικά με το φυσικό περιβάλλον, την ενεργειακή κρίση, τη μόλυνση κ.τ.λ., ώστε να ευαισθητοποιήσουμε και άλλους νέους να συμμετέχουν σε εθελοντικές ομάδες για την προστασία του πλανήτη.
- Κοινοποιούμε στα social media ιδέες και δράσεις ανθρωπιστικές, με σκοπό την ενίσχυση του φιλανθρωπικού έργου, την οργάνωση εθελοντικών ομάδων και την παροχή βοήθειας σε συνανθρώπους μας (άνεργοι, άστεγοι, πρόσφυγες, μετανάστες) που το έχουν ανάγκη.
- Τα social media έχουν τη δύναμη να ευαισθητοποιήσουν και άλλους νέους/συνανθρώπους μας για ζητήματα παραβίασης των δικαιωμάτων, να διαδώσουν δράσεις σχετικές με τα δικαιώματα και τις ελευθερίες του ανθρώπου, να συσπειρώσουν ομάδες κ.τ.λ.
- Τα social media ενισχύουν τον δημόσιο διάλογο για κοινωνικά/πολιτικά θέματα, ενισχύουν επομένως την έννοια της συμμετοχικής δημοκρατίας.
- Από το διαδίκτυο μπορούμε να αντλήσουμε πληροφορίες, ώστε να ολοκληρώσουμε μια ερευνητική σχολική εργασία, μια ομαδική σχολική δράση, ένα πρόγραμμα, μια παρουσίαση, μια ημερίδα κ.τ.λ.
- Προγράμματα διαδικτυακής επικοινωνίας των μαθητών/σπουδαστών με μαθητές/σπουδαστές άλλων χωρών, για ανταλλαγή ιδεών/προβληματισμών, για ανάπτυξη ομαδικών εργασιών, ανάληψη δράσεων κ.τ.λ. μπορούν να μας εξοικειώσουν με την κουλτούρα του «παγκόσμιου πολίτη».