

Κείμενο 1

Τα ΜΜΕ ως πρότυπα και η τυραννία της εικόνας

Απόσπασμα από άρθρο του Ευστράτιου Παπάνη, Επίκουρου Καθηγητή Κοινωνιολογίας Πανεπιστημίου Αιγαίου, πηγή: <https://psychologia.gr.com>, προσπελάστηκε στις 13.10.2022.

Αν και κατά τις προηγούμενες δεκαετίες τα παραδοσιακά ΜΜΕ επηρέαζαν με έμμεσο τρόπο τις αντιλήψεις και τις στάσεις των Ελλήνων, κυρίως στο βαθμό που κατόρθωναν να μεταβάλλουν τις απόψεις των σημαντικών άλλων, όπως του πατέρα, όσων είχαν τελειώσει πανεπιστήμιο, των δασκάλων, των τοπικών πολιτικών και άλλων «influencers» της εποχής, σήμερα η επιρροή τους έχει γίνει άμεση, επειδή ακριβώς το περιεχόμενο παράγεται και αναπαράγεται άκριτα και με ρυθμούς γεωμετρικής προόδου από τους ίδιους τους καταναλωτές του μέσω των social media.

Στην πραγματικότητα είναι πολύ πιο εύκολο για τα ΜΜΕ να εδραιώσουν πεποιθήσεις, παρά να τις μετασχηματίσουν άρδην, να αποκρύψουν αλήθειες, να αλλοιώσουν πληροφορίες, να επιβάλουν μια συνολική κουλτούρα και αυτό διευκολύνεται από την απουσία της διαλεκτικής σχέσης τους με τον ακροατή, τηλεθεατή, αναγνώστη, χρήστη λόγω της αφοπλιστικής αμεσότητας της εικόνας.

Ο λόγος, αντίθετα, στα ΜΜΕ τείνει να γίνει τηλεγραφικός, λανθασμένος, ανάπηρος, συνθηματικός, ακατάληπτος και ο εγκέφαλος έχοντας προσαρμοστεί στον εκφυλισμό της γλώσσας και της λογικής επιχειρηματολογίας, αναζητά με εξαρτητικό τρόπο την ηδονή μιας ανήκεστης πανδημίας: Της απόλυτης κυριαρχίας της εικόνας, των εφήμερων και τεχνητών ειδώλων, των κατασκευασμένων ταυτοτήτων και των μη διασαφηνισμένων ή πολύσημων ανθρωπίνων σχέσεων.

Η εικόνα μεταβάλλεται ευκολότερα σε τυραννία σε αναπτυσσόμενους εγκεφάλους 5 έως 12 ετών, όταν η κριτική ικανότητα καθεύδει και η αφαιρετική σκέψη κινδυνεύει να αναλωθεί σε βιντεάκια του tik tok, ιστορίες του ινσταγκραμ και κανάλια του You Tube. Είναι τόσο απίστευτη η ομογενοποίηση που προωθείται σε αυτά τα μέσα, που νομίζει

κανείς πως οι νέοι αναπαράγουν διαρκώς την ίδια μουσική, τις ίδιες κινήσεις, τα ίδια λόγια, την γύμνια και τα σεξουαλικά υπονοούμενα. Η ίδια η δημιουργικότητα γίνεται στερεοτυπία.

Είναι ελάχιστοι εκείνοι που μπορούν να κατασκευάζουν, διαμορφώνουν, διαμοιράζουν καθοριστικά μηνύματα, κυρίως εταιρείες, κυβερνήσεις και άλλα κέντρα εξουσίας και ακόμα σπανιότεροι όσοι μπορούν να τα διυλίζουν και να αποκρυπτογραφούν τις σημασίες και επιδιώξεις τους. [...]

Κείμενο 2

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΟΙΗΤΗ

Το ποίημα του Τίτου Πατρίκιου ανήκει στη συλλογή «Αντικριστοί καθρέφτες» (1988), βρίσκεται στο βιβλίο Ποιήματα IV (1988 – 2002), εκδ. Κέδρος, Αθήνα: 2007.

Ήταν ευχαριστημένος
που επιτέλους τα βιβλία του κινιόντουσαν
που μέσα σ' έναν χρόνο η τελευταία του συλλογή
είχε πουλήσει πάνω από χίλια αντίτυπα
και ο πυκνός του λόγος είχε αγγίξει
μπορεί και τρεις χιλιάδες άτομα.
Τ' άλλα που διάβαζαν εκατομμύρια άνθρωποι
σ' αμέτρητα έντυπα κάθε λογής
λογάριαζε πως σύντομα ξεχνιούνται.

ΘΕΜΑΤΑ

ΘΕΜΑ 1 (μονάδες 35)

1° υποερώτημα (μονάδες 10)

Σε 50-60 λέξεις να αποδώσεις συνοπτικά το είδος της επιρροής που ασκούν τα ΜΜΕ σήμερα, σε αντίθεση με το παρελθόν, και τους λόγους για τους οποίους συμβαίνει αυτό, σύμφωνα με το Κείμενο 1.

Μονάδες 10

2° υποερώτημα (μονάδες 10)

Στην 1^η παράγραφο του Κειμένου 1 ο συγγραφέας επιλέγει ως τρόπο οργάνωσης την αντίθεση. Να δικαιολογήσεις την παραπάνω επιλογή σε σχέση με το θέμα του κειμένου και την πρόθεσή του.

Μονάδες 10

3° υποερώτημα (μονάδες 15)

Να εντοπίσεις πέντε (5) λέξεις ή φράσεις με μεταφορική λειτουργία της γλώσσας στο Κείμενο 1 (μονάδες 5) και να σχολιάσεις με συντομία το νόημα της καθεμιάς (μονάδες 10).

Μονάδες 15

ΘΕΜΑ 4 (μονάδες 15)

Να ερμηνεύσεις την ψυχική διάθεση του ποιητή, σύμφωνα με το Κείμενο 2, με σχετικές αναφορές. Ποια είναι η γνώμη σου για την εμπορική Τέχνη στην εποχή μας; Να αναπτύξεις την ερμηνεία σου σε 120 -150 λέξεις.

Μονάδες 15