

Κείμενο 1

Το τέλος των social media (όπως τα ξέραμε)

Απόσπασμα από άρθρο του Θοδωρή Γεωργακόπουλου, δημοσιευμένο στην εφημερίδα «Καθημερινή» στις 07/01/2023. Πηγή: <https://www.kathimerini.gr/opinion/562216426/to-telos-ton-social-media-opos-ta-xerame>.

Αυτή τη στιγμή συμβαίνει μια σημαντική στροφή στον τρόπο με τον οποίο παράγεται και καταναλώνεται η πληροφορία στο ίντερνετ – μια μετάβαση εξίσου σημαντική με την εμφάνιση των μέσων «κοινωνικής δικτύωσης» που ξεκίνησε πριν από περίπου 20 χρόνια.

Τότε, όπως ίσως θυμάστε οι μεγαλύτεροι, άρχισαν να εμφανίζονται online πλατφόρμες με ονόματα όπως Friendster, MySpace, Hi5, LinkedIn, Facebook, Orkut, Bebo, Twitter ή Tumblr. Όλες αυτές οι εφαρμογές κυκλοφόρησαν την πενταετία 2002-2007 και είχαν ως κοινό χαρακτηριστικό το ότι «άνοιγαν» την δυνατότητα δημοσίευσης κειμένων, φωτογραφιών και αργότερα και βίντεο στον οποιονδήποτε. Όσοι συμμετείχαν σε αυτές ως καταναλωτές περιεχομένου, ήταν και δυνητικοί παραγωγοί περιεχομένου. Στην αρχή εκείνες οι πλατφόρμες ονομάστηκαν «κοινωνικά δίκτυα», καθώς βασιζόνταν στη δημιουργία δικτύων φίλων, συγγενών και γνωστών που μοιράζονταν λόγια, εικόνες, ιδέες και ευχές μεταξύ τους. Ο χρήστης έβλεπε μόνο όσα αναρτούσαν οι «φίλοι» που ακολουθούσε, και τότε η έμφαση ήταν λιγότερο στο περιεχόμενο καθαυτό και περισσότερο στο «δίκτυο». Αυτή ήταν η μεγάλη καινοτομία, κι εκεί θεωρούσαν ότι βρίσκεται η αξία: στην ίδια τη σύνδεση μεταξύ των ανθρώπων. Οι πλατφόρμες αυτές έβλεπαν τον εαυτό τους περισσότερο ως δίκτυα, επιπλέον, επειδή ένιωθαν και την ανάγκη να αυτοπροσδιοριστούν ως κάτι νέο, σε αντιδιαστολή με κάτι προϋπάρχον (τα παραδοσιακά ΜΜΕ, τα blogs, ή το πρότερο «μονόδρομο» Web 1.0). Σταδιακά, όμως, αυτό άλλαξε. Τα «κοινωνικά δίκτυα» μετατράπηκαν σε «social media» – κυριολεκτικά σε ΜΜΕ. Η αλλαγή αυτή ήρθε μετά από δύο σημαντικές τεχνολογικές αλλαγές: την έλευση των smart phones και την ανάπτυξη αλγόριθμων για τη βελτιστοποίηση του περιεχομένου που εμφάνιζαν τα «δίκτυα».

Οι λιγοστές εταιρείες που κυριάρχησαν σταδιακά στο χώρο, στην πορεία τροποποίησαν το μοντέλο τους. Άρχισαν να συλλέγουν και να εκμεταλλεύονται εμπορικά κάθε είδους δεδομένα από τους ανύποπτους χρήστες (καθώς κανείς ποτέ δεν διαβάζει τους όρους χρήσης) και να χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο τεχνικά μέσα για να κρατήσουν αυτούς τους χρήστες για όσο το δυνατό περισσότερο χρόνο στην πλατφόρμα, ώστε να βλέπουν και να κλικάρουν όσο το δυνατό περισσότερες διαφημίσεις. Στην πορεία, ο αλγόριθμος κάθε πλατφόρμας (με μικρές διαφορές σε κάθε περίπτωση) άρχισε να αποφασίζει ολοένα και περισσότερο το τι θα βλέπουμε και

τι όχι σε όλα αυτά τα social media, και μάλιστα με μόνο κριτήριο το τι είναι πιο πιθανό να διαβάσουμε, να κλικάρουμε, να σχολιάσουμε και, εδώ που τα λέμε, να μας κάνει έξαλλους. Παρ' όλα αυτά, πάντα στον πυρήνα κάθε πλατφόρμας υπήρχε το «δίκτυο». Αυτό έθετε το πλαίσιο μέσα στο οποίο ο κάθε αλγόριθμος έκανε τη δουλειά του.

Στο Tik Tok, όμως, η σημασία του «κοινωνικού δικτύου» έχει πλέον σχεδόν εκμηδενιστεί. Οι περισσότεροι χρήστες της εφαρμογής περνούν τον περισσότερο χρόνο τους στη σελίδα «For You», όπου ο αλγόριθμος επιλέγει και εμφανίζει αλλεπάλληλα βίντεο επιλεγμένα από ολόκληρο το περιεχόμενο που έχει ανέβει στην πλατφόρμα από όλους τους χρήστες σε όλο τον κόσμο, ανεξαρτήτως του ποιους ακολουθούν. Γιατί κοιτάζει τόσοσ κόσμος περιεχόμενο από ανθρώπους που δεν γνωρίζει και τους οποίους δεν έχει επιλέξει να παρακολουθεί; Επειδή ο αλγόριθμος που έχει αναπτύξει η εταιρεία στην οποία ανήκει το Tik Tok μπορεί να διαπιστώνει πάρα πολύ γρήγορα –σχεδόν μαγικά– το τι αρέσει στον κάθε χρήστη της υπηρεσίας ξεχωριστά και να του το δείχνει. [...]

Το αποτέλεσμα: σήμερα το Tik Tok είναι η πλατφόρμα στην οποία οι χρήστες των social media περνούν τον περισσότερο χρόνο – περισσότερο κι από ό,τι στο Instagram ή στο YouTube.

Αυτή η μετάβαση είναι σημαντική, όχι μόνο επειδή αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο πολύς κόσμος παρακολουθεί περιεχόμενο, αλλά και επειδή αλλάζει και τη δυναμική με την οποία παράγεται αυτό το περιεχόμενο. Μπροστά στον αλγόριθμο οι διασημότητες ή οι influencers με τους πάρα πολλούς ακολούθους δεν έχουν ανυπολόγιστα μεγαλύτερη ισχύ από οποιονδήποτε άγνωστο «creator» με ένα κινητό που έχει κάτι το αξιοσημείωτο να πει στην κάμερα. Ο πιο επιτυχημένος λογαριασμός στο Tik Tok δεν ανήκει σε κάποια ηθοποιό ή κάποιον ποδοσφαιριστή, αλλά σε έναν Σενεγαλέζο μετανάστη που ζει στην Ιταλία κι άρχισε να ανεβάζει βιντεάκια όταν έχασε τη δουλειά του στην αρχή της πανδημίας. Ο αλγόριθμος τούς αντιμετωπίζει όλους λίγο-πολύ το ίδιο, και τους θέτει καθημερινά, αυτόματα και διαρκώς προς αξιολόγηση, απαιτώντας μόνο την αέναη παραγωγή νέου, ευφάνταστου, πιασάρικου και σύντομου περιεχομένου, σε όλο και μεγαλύτερες ποσότητες, για να γεμίζει τις ατέλειωτες, αχόρταγες «For You» σελίδες ολοένα και περισσότερων εκατοντάδων εκατομμυρίων χρηστών. [...]

Κείμενο 2

Από το ραγισμένο τους γυαλί

Ποίημα του Χρήστου Τουμανίδη από τη συλλογή «Οι ελεγείες της Ανατολής», εκδ. Κουκίδα, Αθήνα, 2014 (αναδημοσίευση στο Ημερολόγιο 2023 από τις εκδόσεις «Σοκόλη», σ. 124).

Στα πρωτοσέλιδα και στα δελτία των οκτώ

οι «κραταιοί» μοιράζουν υποσχέσεις.

Από το ραγισμένο τους γυαλί,

«νέα» εξαγγέλλουν μέτρα.
Νομοθετώντας στον αέρα.
-Τι μετανάστες και τι πρόσφυγες, λένε,
σημεία είναι των καιρών και θα περάσουν...
Κι εμείς; Καθένας στις σκοτούρες του,
παραιτημένοι και άβουλοι και ανασφαλείς, σαν πάντα,
παρακολουθούμε απλώς τα τεκταινόμενα.
Και τη στιγμή που είναι να εισβάλουν μες στα σπίτια μας
οι τύψεις, οι αμφιβολίες, ο θυμός – πάμε για ύπνο.
Πέφτουμε στο κρεβάτι του Προκρούστη.
Κοιμόμαστε ή καιγόμαστε, μες στις αυριανές φωτιές μας.

ΘΕΜΑΤΑ

ΘΕΜΑ 1 (μονάδες 35)

1^ο υποερώτημα (μονάδες 10)

Να αποδώσεις με δικά σου λόγια τη διαφορά ανάμεσα στα παλαιότερα κοινωνικά δίκτυα και στα σύγχρονα κοινωνικά μέσα, όπως παρουσιάζεται στη δεύτερη παράγραφο του Κειμένου 1 (περίπου 40 λέξεις).

Μονάδες 10

2^ο υποερώτημα (μονάδες 10)

Εστιάζοντας στις υπογραμμισμένες διαρθρωτικές λέξεις της τέταρτης παραγράφου του Κειμένου 1 («Στο Tik Tok, όμως, η σημασία του «κοινωνικού δικτύου» ... το τι αρέσει στον κάθε χρήστη της υπηρεσίας ξεχωριστά και να του το δείχνει») να σχολιάσεις τον τρόπο με τον οποίο συνδέονται τα επιμέρους νοήματα.

Μονάδες 10

3^ο υποερώτημα (μονάδες 15)

α. Να επιλέξεις από το Κείμενο 1 τρεις λέξεις ή φράσεις που βρίσκονται σε εισαγωγικά και να εξηγήσεις τον ρόλο των εισαγωγικών σε αυτές (μονάδες 9).

β. Στο Κείμενο 1 εμφανίζονται αρκετές ξένες λέξεις. Για ποιους λόγους ο αρθρογράφος χρησιμοποιεί ξένες λέξεις στο κείμενό του; (μονάδες 6)

Μονάδες 15

ΘΕΜΑ 4 (μονάδες 15)

Στο Κείμενο 2 παρατηρείται μια αντίθεση ανάμεσα στο «Εμείς» και το «Αυτοί». Να παρουσιάσεις την αντίθεση αυτή και ειδικότερα να αναλύσεις τη στάση της κάθε κατηγορίας προσώπων απέναντι στην πραγματικότητα, η οποία αναπαρίσταται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Η απάντησή σου να εκτείνεται σε 100-150 λέξεις.

Μονάδες 15