

ΚΕΙΜΕΝΟ

Η τηλεόραση, στις μέρες μας, αποτελεί τον μεγαλύτερο κοινό μας τόπο. Κατά τη διάρκεια ενός συνηθισμένου βραδινού, τουλάχιστον ένα εκατομμύριο Έλληνες ανοίγουν την τηλεόρασή τους. Ένα **τηλεοπτικό πρόγραμμα**, σε ένα μεγάλο από πλευράς θεαματικότητας κανάλι, που εκπέμπεται στην ώρα αιχμής της τηλεθέασης, αν προσελκύσει λιγότερους από 200.000 τηλεθεατές θεωρείται αποτυχημένο. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ), και ιδιαίτερα η τηλεόραση, με την ικανότητα που έχουν να μεταδίδουν και να διανέμουν σχεδόν αυτόματα τα μηνύματα, αντιπροσωπεύουν μεταβολές που πολλές φορές δεν τις αντιλαμβανόμαστε άμεσα. Γεγονός, πάντως, είναι ότι κάθε φορά που ένα μέσο υπερτερεί έναντι των άλλων στην ιστορία της μαζικής επικοινωνίας, η παρουσία του δημιουργεί πολλές και έντονα αντικρουόμενες απόψεις γύρω από τη φύση του, το σκοπό και τις επιδράσεις του στο κοινωνικό σύνολο.

Μια σχολή ερευνητών υποστηρίζει ότι οι επιδράσεις των ΜΜΕ είναι ελάχιστες. Η τηλεόραση, όπως και τα άλλα ΜΜΕ, απλώς παρέχει **υπηρεσίες**, που είναι λίγο πολύ χρήσιμες στα μέλη του κοινού. Γι' αυτούς, η τηλεόραση δεν αποτελεί το παντοδύναμο μέσο μετάδοσης μηνυμάτων. Αντίθετα, οι διαπροσωπικές επαφές και συζητήσεις είναι αποδοτικότεροι διάλογοι πειθούς* όσον αφορά στη μεταβολή των στάσεων και αντιλήψεων των ανθρώπων. Τα ΜΜΕ επισημαίνουν ενδεχόμενα προβλήματα τα οποία πρόκειται να αντιμετωπίσουν οι άνθρωποι, έτσι ώστε να είναι σε **θέση** να δραστηριοποιηθούν για να αποφύγουν ανεπιθύμητες καταστάσεις. Σύμφωνα με μια άλλη σχολή, που έχει ιδιαίτερη απήχηση σε πολλούς πανεπιστημιακούς κύκλους, η τηλεόραση έχει άμεση και καταλυτική επίδραση στη ζωή μας. Ο μέσος **άνθρωπος** της εποχής μας, επειδή η τηλεόραση είναι το κυρίαρχο μέσο ενημέρωσης και ψυχαγωγίας του, την εμπιστεύεται και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από αυτά που δείχνει και λέει, καθώς δέχεται, χωρίς ιδιαίτερη αμφισβήτηση, την ειδησεογραφία της, που τη θεωρεί αληθινή. Ακόμα χειρότερα, οι άνθρωποι χάνουν ένα μεγάλο μέρος του **χρόνου** τους παρακολουθώντας το κοινότοπο και χωρίς νόημα περιεχόμενό της. Ο μέσος άνθρωπος δεν έχει την ικανότητα ή το κίνητρο να εκτιμήσει με ένα **κριτικό πνεύμα** τι τελικά εισπράττει από τα τηλεοπτικά προγράμματα και από το περιεχόμενο των υπόλοιπων ΜΜΕ.

Μια τρίτη σχολή θεωρεί ότι η τηλεόραση επιφέρει κάποιες επιδράσεις σε μερικούς τύπους ανθρώπων κάτω από ορισμένες συνθήκες. Τα μέλη της **κοινωνίας** δημιουργούν από μόνα τους τις συνθήκες μέσα στις οποίες αυξάνονται οι πιθανότητες επίδρασης της τηλεόρασης. Με άλλα λόγια, η τηλεόραση από μόνη της δεν επηρεάζει. Ένα παράδειγμα: μια τηλεοπτική

διαφήμιση μπορεί να επηρεάσει κάποιους τηλεθεατές να αγοράσουν μια οδοντόπαστα ή ένα αποσμητικό, υπενθυμίζοντάς τους κάποιο προσωπικό τους πρόβλημα. Αλλά αυτό το πρόβλημα το έχουν αυτοί που αποφασίζουν να αγοράσουν το εν λόγω προϊόν. Η διαφήμιση δε θα ήταν αποδοτική χωρίς τη δική τους ανάγκη. Τα ΜΜΕ έχουν περιστασιακά κάποιες σημαντικές ή δευτερεύουσες επιδράσεις σε συγκεκριμένους τύπους ανθρώπων. Για παράδειγμα, τα παιδιά που είναι ζωνηρά ή έχουν επιθετική διάθεση και εκτίθενται σε βίαια τηλεοπτικά προγράμματα, είναι δυνατό να ενθαρρυνθούν να κάνουν το ίδιο. Επίσης, τα άτομα που είναι απομονωμένα από το υπόλοιπο κοινωνικό περιβάλλον εξαρτώνται όλο και περισσότερο για την ενημέρωσή τους από τα ΜΜΕ.

Η θέση μας είναι ότι όλες οι μορφές επικοινωνίας μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο βλέπουμε τον εαυτό μας, τους γύρω μας, ακόμα και τον τρόπο με τον οποίο σχεδιάζουμε τις πράξεις μας και διαμορφώνουμε την καθημερινή μας ζωή. Ορισμένες από τις επιρροές αυτές μπορούμε να τις ελέγξουμε και κάποιες άλλες είναι πέρα από τον έλεγχό μας. Ποιες είναι αυτές οι επιδράσεις; Απλούστατα, εκείνες που δεν συνειδητοποιούμε και τις εκλαμβάνουμε ως δεδομένες.

Στέλιου Παπαθανασόπουλου, *Η Δύναμη της Τηλεόρασης*, Αθήνα 1997, διασκευή

* διάλογοι πειθούς: τρόποι ή μέσα πειθούς

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

A. Να γράψετε περίληψη του κειμένου που σας δόθηκε, σε 100 - 120 λέξεις.

Μονάδες 25

B.1. «Τα ΜΜΕ επισημαίνουν ενδεχόμενα προβλήματα τα οποία πρόκειται να αντιμετωπίσουν οι άνθρωποι, έτσι ώστε να είναι σε θέση να δραστηριοποιηθούν για να αποφύγουν ανεπιθύμητες καταστάσεις».

Σε μια παράγραφο 60-70 λέξεων, να σχολιάσετε τη συγκεκριμένη άποψη αναφέροντας τρία (3) παραδείγματα.

Μονάδες 12

B.2. α. Να γράψετε ποια είναι τα δομικά στοιχεία της παραγράφου: «**Μια τρίτη σχολή θεωρεί ... εξαρτώνται όλο και περισσότερο για την ενημέρωσή τους από τα ΜΜΕ**». Να τεκμηριώσετε την άποψή σας, με αναφορές στην παράγραφο.

Μονάδες 4

β. Να γράψετε έναν τίτλο για τη συγκεκριμένη παράγραφο.

Μονάδες 3

B.3. α. Χωρίς να αλλάξετε το μέρος του λόγου των παρακάτω λέξεων ή ονοματικών συνόλων, να σχηματίσετε από μία δική σας πρόταση:

τηλεοπτικό πρόγραμμα

υπηρεσίες

κριτικό πνεύμα

διαφήμιση

Μονάδες 4

β. Να γράψετε δύο σύνθετα για κάθε μία από τις ακόλουθες λέξεις:

θέση

άνθρωπος

χρόνου

κοινωνίας

Μονάδες 4

B.4. Να ξαναγράψετε τις παρακάτω περιόδους μετατρέποντας την ενεργητική σύνταξη σε παθητική:

α. «**η παρουσία του δημιουργεί πολλές και έντονα αντικρουόμενες απόψεις γύρω από τη φύση του**».

β. «**Μια σχολή ερευνητών υποστηρίζει ότι οι επιδράσεις των ΜΜΕ είναι ελάχιστες**».

Μονάδες 8

Γ. Στο κείμενο που διαβάσατε, παρουσιάζονται διάφορες απόψεις για την επίδραση που ασκούν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στην κοινωνία. Σε ένα άρθρο σας, που το προορίζετε για την ηλεκτρονική σελίδα ή την εφημερίδα του σχολείου σας, να εκθέσετε τις απόψεις σας

για τον θετικό και αρνητικό ρόλο του διαδικτύου, κυρίως στη ζωή των νέων ανθρώπων (400-500 λέξεις).

Μονάδες 40

Πανελλαδικές εξετάσεις Δ΄ Εσπερινών 2009