



08  
επαναληπτικά  
θέματα

Α' ΛΥΚΕΙΟΥ

ΓΛΩΣΣΑ

## ΕΚΦΩΝΗΣΕΙΣ

### A. ΚΕΙΜΕΝΟ

Μια από τις βαθιά ριζωμένες παραδοχές των σύγχρονων κοινωνιών είναι ότι όσο πιο πολύ γνωρίζουμε τόσο ορθολογικότερα μπορούμε να διαχειριστούμε τη ζωή μας. Η σημερινή κοινωνία της πληροφορίας, ιδιαίτερα, είναι η λογική απόληξη ιδεών και πρακτικών που άρχιζαν να εμφανίζονται στην Ευρώπη με τον Διαφωτισμό: η ορθολογική διαχείριση των οικονομικών, κοινωνικών και τεχνολογικών αλλαγών είναι όχι μόνο επιθυμητή αλλά και εφικτή, στο μέτρο που αυξάνουμε τις γνώσεις μας.

Σήμερα, ξέρουμε ότι αυτή η παραδοχή είναι απλοϊκά αισιόδοξη για να είναι ορθή. Η απόκτηση πληροφοριών από μόνη της όχι μόνο δεν αρκεί για να αντιμετωπιστούν τα κοινωνικά προβλήματα, αλλά αντιθέτως ενδέχεται μερικές φορές να τα επιδεινώνει. Αν, λ.χ., είναι γνωστό από τα ΜΜΕ ότι «μόνο όταν ο γιατρός πάρει φακελάκι θα σε φροντίσει καλά», είναι πολύ πιθανόν οι γνώστες αυτής της πληροφορίας είτε να προσέλθουν καχύποπτοι στη συνάντησή τους με τον γιατρό, είτε να του ζητήσουν να δεχτεί το φακελάκι που στατιστικώς (ή, έστω, σύμφωνα με τα ΜΜΕ) ο γιατρός υποτίθεται ότι παίρνει.

Σε ορισμένες περιπτώσεις η άγνοια είναι προτιμότερη από τη γνώση. Αυτή την ανομολόγητη παραδοχή εμπιρεύει η πρόταση νόμου του κ. Α. Λοβέρδου.. να απαγορευτούν οι μετρήσεις τηλεθέασης των δελτίων ειδήσεων. Η πρόταση αυτή αποβλέπει στο να πιασθούν οι ιδιωτικοί τηλεοπτικοί σταθμοί να ανεβάσουν την ποιότητα των σχετικών εκπομπών τους.

Πως θα συμβεί αυτό; Σήμερα, οι μετρήσεις τηλεθέασης των δελτίων ειδήσεων ωθούν τα ιδιωτικά κανάλια να μετέρονται σχεδόν οποιαδήποτε μέθοδο προκειμένου να αυξήσουν την τηλεθέαση. Μεγάλη τηλεθέαση σημαίνει πολλούς θεατές, άρα πολλούς αποδέκτες των ακριβών διαφημιστικών μηνυμάτων, άρα περισσότερες διαφημίσεις, άρα περισσότερα έσοδα για τους τηλεοπτικούς σταθμούς. Αν δεν πραγματοποιούνται μετρήσεις τηλεθέασης, αν δηλαδή οι σταθμοί δε γνωρίζουν τη δημοτικότητα των σχετικών εκπομπών τους, τότε είναι λιγότερο πιθανόν να αποδυσθούν σε έναν φρενήρη ανταγωνισμό μεταξύ τους για την προσέλκυση διαφημίσεων (αφού δεν θα είναι γνωστό το μέγεθος της τηλεθέασης), άρα θα αναγκαστούν να σκέπτονται περισσότερο με τα κριτήρια της κοινής ευπρέπειας, της πολιτικής αγωγής και της δημοσιογραφικής δεοντολογίας, παρά με το κυρίαρχο σήμερα κριτήριο της μεγιστοποίησης του ίδιου οικονομικού συμφέροντος.

Το ζητούμενο είναι να καταργηθεί η ανατροφοδότηση του τηλεοπτικού παραγωγού με τις πληροφορίες για τα αποτελέσματα της δράσης του. Η άγνοια, εν προκειμένω, είναι δύναμη- δύναμη όχι για τον παραγωγό αλλά για την ευνομούμενη κοινωνία. Οι ειδησεογραφικές εκπομπές δε συνιστούν απλώς ένα εμπόρευμα αλλά, συγχρόνως, ένα από τα ισχυρότερα μέσα για

την ενημέρωση και τη διαμόρφωση της γνώμης των πολιτών σε μια δημοκρατία- το πολίτευμα που κατ' εξοχήν νομιμοποιείται από τη γνώμη των πολιτών. Οι μετρήσεις τηλεθέασης επιτείνουν την εμπορευματοποίηση του δελτίου ειδήσεων, αφού οι σχετικές πληροφορίες χρησιμοποιούνται από τους σταθμούς για να προωθηθεί το «προϊόν» στην αγορά διαφημιστικού χρόνου.

Τα δελτία ειδήσεων των ιδιωτικών σταθμών απευθύνονται σε δυο κύριες αγορές: στους τηλεθεατές και στους διαφημιζόμενους. Απώστερώντας τους σταθμούς από τη γνώση για τον βαθμό δημοτικότητας του «προϊόντος» τους, μειώνουμε τη δυνατότητά τους να το διακινούν στη διαφημιστική αγορά. Τους στερούμε, κατά συνέπεια, το δικαίωμα να το ευτελίζουν αναζητώντας την εντυπωσιοθηρία, προκειμένου να αυξήσουν τα ποσοστά τηλεθέασης.

Παραδόξως, σε μερικές περιπτώσεις, όσο λιγότερο γνωρίζουμε τόσο περισσότερο ωφελούμαστε. Οι φιλόσοφοι του Διαφωτισμού θα έφριτταν βέβαια στην ιδέα ότι η γνώση ενδέχεται να μην είναι πάντοτε δύναμη ότι η άγνοια μπορεί μερικές φορές να είναι προτιμότερη. Ωστόσο, όπως πολύ καλά γνώριζε ο Αριστοτέλης, όταν η γνώση παύσει να είναι κοινωνικό γεγονός, όταν η λειτουργικότητά της δεν βεβαιώνεται «κατά λόγον» και «κατ' αρετήν», τότε αδυνατεί να οδηγήσει στην «ευπραξία»- το αληθεύειν- γίνεται ιδιωτική υπόθεση, αποσυνδέεται από το κοινωνείν.

(Χαρίδημος Τσούκας, Το Βήμα)

## **B. ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ**

- A.** Να πυκνώσετε την περίληψη του κειμένου σε 80- 100 λέξεις.  
(μονάδες 25)
- B.1** Να εντοπίσετε τα δομικά στοιχεία της δεύτερης παραγράφου του κειμένου και να προσδιορίσετε τον τρόπο με τον οποίο έχει αναπτυχθεί.  
(μονάδες 5)
- B.2.** Να δώσετε ένα συνώνυμο για καθέναν από τους υπογραμμισμένους όρους.  
(μονάδες 5)
- B.3.** Να εντοπίσετε τέσσερις λέξεις με δηλωτική και συνυποδηλωτική σημασία στην πρώτη παράγραφο του κειμένου.  
(μονάδες 5)
- B.4.** «Μια από τις βαθιά ριζωμένες παραδοχές των σύγχρονων κοινωνιών είναι ότι όσο πιο πολύ γνωρίζουμε τόσο ορθολογικότερα μπορούμε να διαχειριστούμε τη ζωή μας». Να αναλύσετε το περιεχόμενο της παραπάνω θέσης σε 60-80 λέξεις.  
(μονάδες 10)

- Γ. Να συντάξετε ένα άρθρο για το σχολικό περιοδικό στο οποίο θα παρουσιάζετε τις προϋποθέσεις μέσω των οποίων θα εξασφαλιστεί η θετική λειτουργία των ΜΜΕ, καθώς και τη στάση που θα πρέπει να διαμορφώνουν οι πολίτες ως πομποί και δέκτες των πληροφοριών, σε 400- 500 λέξεις.

(μονάδες 50)

Φροντιστήριο  
Κ. Τούμπα  
Αξιώτη