

**Μάθημα:** Νεοελληνική Γλώσσα & Λογοτεχνία

**Τάξη:** Γ' Λυκείου

**Ημερομηνία:** 10 Ιανουαρίου 2021

**Καθηγητές:** Ομάδα Φιλολόγων Φροντιστηρίων Φάσμα

**Ονοματεπώνυμο:**

### **Κείμενο Ι: Σάββας Σαλπιστής, «Διαδικτυακές σχέσεις»**

Ο Σάββας Ν. Σαλπιστής είναι Κλινικός ψυχολόγος-ψυχοθεραπευτής. Έχει έντονη επιστημονική και συγγραφική δραστηριότητα. Είναι διδάκτωρ Παιδαγωγικών επιστημών του Τμήματος Επιστημών Προσχολικής Αγωγής και Εκπαίδευσης του ΑΠΘ.

Από τη στιγμή που υπάρχουν τόσο πολλοί άνθρωποι που είναι μόνοι ή νιώθουν φόβο, συστολή και ανασφάλεια για κάθε είδους άμεση επαφή με άλλους, γενικά, και με το αντίθετο φύλο ειδικότερα, δεν προκαλεί πλέον ιδιαίτερη εντύπωση η επιλογή της διαδικτυακής αναζήτησης επαφής με άλλους, είτε φιλικά είτε ερωτικά.

Τα παραπάνω αποτελούν μια πρώτη ανάγνωση αυτής της τόσο διαδεδομένης τα τελευταία χρόνια τάσης δημιουργίας διαδικτυακών σχέσεων. Υπάρχουν, όμως, και άλλες αναγνώσεις. Οι ουσιαστικές σχέσεις πολλών από εμάς έχουν συρρικνωθεί και χάνει σε ποιότητα, συχνότητα, διάρκεια και βάθος, σε βαθμό που, σε συνδυασμό με την ολοένα και μεγαλύτερη καταναλωτική διάθεση και τη στάση ζωής μας γενικότερα, έχουμε αρχίσει να βιώνουμε και να διαχειριζόμαστε -τουλάχιστον ασυνείδητα- ακόμα και τον ίδιο μας τον εαυτό ως εμπόρευμα ...

Αυτό φαίνεται σε πολλούς τομείς της πολύπλοκης πλέον καθημερινότητάς μας -όπου σχεδόν παντού πρέπει να καταθέτουμε βιογραφικά και να λανσάρουμε όσο καλύτερα γίνεται τον εαυτό μας-, αλλά ίσως ακόμα περισσότερο στην αναζήτηση του έρωτα μέσα από διαδικτυακές σχέσεις ή τη διαδικτυακή επικοινωνία. Όσο αποτελεσματικότερα καταφέρνει κάποιος να λανσάρει τον εαυτό του -ως να ήταν εμπόρευμα-, τονίζοντας τα θετικά και καλύπτοντας ταυτόχρονα τα όποια αρνητικά του στοιχεία, όπως ακριβώς γίνεται και στη διαφήμιση κάθε εμπορεύματος, τόσο μεγαλύτερες είναι και οι πιθανότητές του να βρει αυτό που αναζητά.

Η πληθώρα των ιστοσελίδων αναζήτησης ερωτικού συντρόφου εξοικειώνει τους «καταναλωτές» με τη νέα αυτή συνήθεια και χρήση, από τη στιγμή που μειώνουν το όποιο άγχος τους για το νέο και επομένως άγνωστο. Οι ιστοσελίδες του «έρωτα», είναι εκτός των άλλων, και ένα είδος «οικονομικού συστήματος», που καθορίζεται από την εκάστοτε υφιστάμενη προσφορά και ζήτηση. Αυτό σημαίνει πως οι συμμετέχοντες θα πρέπει να είναι ευέλικτοι και να μπορούν να προσαρμόζονται στις εκάστοτε απαιτήσεις του «καταναλωτικού» κοινού, που, ως τέτοιο, είναι σχεδόν πάντα αδηφάγο.

Το καταναλωτικό «σύνδρομο» προσπαθεί να αποτρέψει τον καταναλωτή από τη διατήρηση των όσων αγοράζει. Κινητά, υπολογιστές, αντικείμενα ένδυσης, σχεδόν τα πάντα -έμφυχα και άψυχα- πρέπει να αντικαθιστώνται το συντομότερο δυνατόν, ώστε να αποτραπεί μια βαθύτερη σχέση εξάρτησης από αυτά. Για τον λόγο αυτό, η διάρκεια ζωής όλων των

προϊόντων έχει μειωθεί δραματικά. Ζούμε σε έναν κόσμο όπου η κουλτούρα του «φθείρω και πετώ στον κάλαθο των αχρήστων» μάς κάνει να νιώθουμε μια σχεδόν άγρια χαρά, όταν πετάμε οτιδήποτε χρησιμοποιημένο, αντικαθιστώντας το με κάτι νέο, είτε πρόκειται για αντικείμενο είτε για... άτομο!!!...

Η δυνατότητα που δίνει το διαδίκτυο για νέες γνωριμίες και επικοινωνία με άλλους μπορεί να οδηγήσει πολλούς χρήστες στην ανάγκη δημιουργίας όχι μόνο μίας, αλλά πολλών νέων εκδοχών «εικονικής» ή «διαδικτυακής» ταυτότητας, δηλαδή μιας διαφορετικής κάθε φορά προσωπικής αίσθησης για τον εαυτό, ίσως και παντελώς διαφορετικής από αυτήν που έχει στην πραγματικότητα ο εκάστοτε χρήστης για τον εαυτό του. Οι συνέπειες αυτού του ενδεχομένου μπορεί να είναι έως πολύ σοβαρές, ιδιαίτερα αν το άτομο έχει ευάλωτη ή και μη ολοκληρωμένη ψυχική δομή, όπως για παράδειγμα οι έφηβοι.

Σίγουρα, ο διαδικτυακός τρόπος επικοινωνίας δεν μπορεί να έχει μόνο μειονεκτήματα που ισχύουν για τον καθένα και για την κάθε περίπτωση. Τα μειονεκτήματα ενδεχομένως να υπερτονίζονται μέχρι στιγμής, γιατί, όπως οτιδήποτε νέο ή άγνωστο, γεννά -δικαιολογημένα ως έναν βαθμό- επιφύλαξη και φόβο. Για τον λόγο αυτό, και επειδή «παν μέτρον άριστον», μέχρι να διερευνηθούν περισσότερο οι επιπτώσεις της νέας αυτής μορφής επικοινωνίας, νομίζω πως είναι επιβεβλημένη μια πιο συνετή και ειλικρινής αξιοποίησή της από τον καθένα που θα ήθελε να τη χρησιμοποιήσει.

Σάββας Ν. Σαλπιστής (διασκευή)

## **Κείμενο II: Χρήστος Χωμενίδης «Δεν ζουν. Φωτογραφίζουν»**

Ο Χρήστος Χωμενίδης έχει γράψει πολλά μυθιστορήματα και έχει βραβευτεί πολλές φορές. Έχει αρθρογραφήσει σε δεκάδες εφημερίδες και περιοδικά.

[...]Θυμάμαι ως παιδί τις μηχανές να παίρνουν φιλμ - είκοσι τεσσάρων ή τριάντα έξι ποζών. Φωτογραφίζαμε με σχετική φειδώ, για να μην τις σπαταλήσουμε. Κάθε φορά πριν πατήσουμε το κουμπί, ρυθμίζαμε προσεκτικά την ταχύτητα και το βάθος πεδίου. Όσοι είχαν λεφτά αγόραζαν τηλεφακούς, ευρυγώνιους, φλας. Όσοι ήταν πολύ μερακλήδες, έφτιαχναν μες στο σπίτι τους αυτοσχέδιους σκοτεινούς θαλάμους.

Το γεγονός είναι ότι, μέχρι την επέλαση της ψηφιακής τεχνολογίας, μετρημένες στιγμές από τη ζωή του μέσου ανθρώπου αποτυπώνονταν σε ακίνητες - πόσω δε μάλλον σε κινούμενες - εικόνες ή ηχογραφούνταν από κάποιο μαγνητόφωνο. Είχαμε στα σαλόνια, κορνιζαρισμένα, τα πορτρέτα του παππού και της γιαγιάς, καθώς και τη γαμήλια φωτογραφία των γονιών μας. Είχαμε οικογενειακά άλμπουμ, τον μπαμπά μας φαντάρο, τη μαμά με τις φιλενάδες της σε σχολική εκδρομή. Είχαμε κι εκείνη την μπομπίνα, με την αφεντιά μας τριών ετών να τραγουδάει «στου γιαλού τα βοτσαλάκια» και τους μεγάλους να ξεκαρδίζονται. Είχαμε κυρίως τη μνήμη μας, προσωπική ή παραδομένη. [...]

Αφήστε κάτω τις κάμερες! Σταματήστε να ποζάρετε και να τραβάτε την κάθε σας στιγμή, εμμονικά, νευρωτικά, λες και φοβάστε πως αν δεν έχετε αποδείξεις ότι βρεθήκατε εκεί, ότι κάνατε εκείνο είτε το άλλο, δεν θα μπορέσετε να πείσετε ούτε τους ίδιους σας τους εαυτούς! Η μνήμη σας είναι πολύ πιο ισχυρή, ασύγκριτα πιο αξιόπιστη, από τη μνήμη του κινητού σας. Οι εμπειρίες δεν καταξιώνονται όταν γίνονται megabytes ούτε όταν ανεβαίνουν στο facebook. Στις μέρες μας, το δίλημμα καταντάει άτεγκτο: Ή φωτογραφίζεις. Ή ζεις.

Χρήστος Χωμενίδης, εφημ. «Τα Νέα», 2016

### Κείμενο III, Βασίλης Καραβίτης, «Σχέδιο επιβιώσεως»

Ο ποιητής και πεζογράφος Βασίλης Καραβίτης (1934-2016) σπούδασε στη Νομική Σχολή του Πανεπιστημίου Αθηνών. Στα ελληνικά γράμματα εμφανίστηκε το 1950. Ανήκει στους ποιητές της δεύτερης μεταπολεμικής γενιάς. Υπήρξε από τα ιδρυτικά μέλη της Εταιρείας Συγγραφέων και για πολλά χρόνια από τους τακτικούς συνεργάτες του περιοδικού Διαγώνιος στη Θεσσαλονίκη.

Φθάνουν απλά πράγματα για σένα:  
Ένα επάγγελμα για μέτριο βιοπορισμό  
Ένα πατρώνυμο για την περίπτωση συνωνυμίας  
Ένα βιβλιάριο ασθενείας για τις άσχημες μέρες  
Λίγες καλές γνωριμίες, χρήσιμες επαφές  
Τετράγωνη σκέψη, σωστές κουβέντες  
Μετρημένη εμφάνιση  
Κι ένα ευχάριστο κλίμα με τους γύρω  
Να αισθάνονται ελεύθερα μαζί σου  
Να μην καταλαβαίνουν πως αγαπάς την μόνωση  
Κι αρχίζουν να σ' αποφεύγουν.

(Εν τω μεταξύ αποβλέπεις πάντοτε  
Σ' ωραίους, μυστικούς στόχους,  
Κι αν δεν υπάρχουν, τους επινοείς).

Για την επιτυχία αυτού του σχεδίου  
Να διατηρήσεις την αισιοδοξία σου  
Σε υψηλά επίπεδα.

Βασίλης Καραβίτης, «Το παιχνίδι της επαφής»  
εκδ. Διαγώνιος, 1973

#### ΘΕΜΑ Α

**A1.** Να αποδώσετε συνοπτικά το περιεχόμενο της τρίτης και της τέταρτης παραγράφου («Αυτό φαίνεται ... πάντα αδηφάγο») του **Κειμένου I** (50-60 λέξεις).

**Μονάδες 15**

#### ΘΕΜΑ Β

**B1.** Να επαληθεύσετε ή να διαψεύσετε, με βάση το **Κείμενο I**, τις παρακάτω προτάσεις, γράφοντας στο τετράδιό σας δίπλα στο γράμμα που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση τη λέξη **Σωστό** ή **Λάθος**. Να τεκμηριώσετε την απάντησή σας με αναφορές στα κείμενα.

1. Η αναζήτηση ερωτικού συντρόφου μέσω του διαδικτύου είναι αποτέλεσμα του φόβου και της ανασφάλειας που αισθάνονται κάποιοι άνθρωποι.
2. Οι ανθρώπινες σχέσεις σήμερα έχουν χάσει την ποιότητά τους, αφού αντιμετωπίζουμε τον εαυτό μας ως εμπόρευμα.
3. Το καταναλωτικό «σύνδρομο» αποτρέπει τις σχέσεις εξάρτησης με «έμψυχα» όντα και «άψυχα» αντικείμενα.
4. Οι διαδικτυακές σελίδες του «έρωτα» υπόκεινται στον νόμο της προσφοράς και της ζήτησης.
5. Οι έφηβοι χρήστες των διαδικτυακών σελίδων γνωριμιών δημιουργούν «εικονικές»/«διαδικτυακές» ταυτότητες, με πολύ σοβαρές συνέπειες για τον ψυχισμό τους.

**Μονάδες 15**

**B2. α.** Στην πέμπτη παράγραφο του **Κειμένου I** («Το καταναλωτικό “σύνδρομο”... άτομο!!!...») ο συγγραφέας θέλει να προβληματίσει τον αναγνώστη. Να τεκμηριώσετε την απάντησή σας με αναφορές σε τρεις κειμενικούς δείκτες. (Μονάδες 9)

**β.** Το απόσπασμα του **Κειμένου II** («Αφήστε κάτω... Ή ζεις») έχει τη μορφή των οδηγιών. Να εντοπίσετε δύο γλωσσικές επιλογές που επιβεβαιώνουν αυτόν τον χαρακτηρισμό. (Μονάδες 6)

**Μονάδες 15**

**B3. α.** Στο **Κείμενο I** κυριαρχεί ο μακροπερίοδος λόγος. Να εντοπίσετε και να καταγράψετε δύο σχετικά παραδείγματα. (Μονάδες 2). Ποια χαρακτηριστικά προσδίδει στο ύφος του κειμένου αυτή η επιλογή του συγγραφέα. (Μονάδες 3)

**Μονάδες 5**

**β.** «Αφήστε κάτω... Ή ζεις». Να εντοπίσετε τα δύο είδη τροπικότητας στο απόσπασμα του **Κειμένου II** και να αναφέρετε τι εκφράζουν σε κάθε περίπτωση ;

**Μονάδες 5**

### **ΘΕΜΑ Γ**

**Γ1.** Ποιο θεωρείτε ότι είναι το κεντρικό θέμα που θίγεται στο ποίημα (**Κείμενο III**); Να γράψετε την άποψή σας σε ένα ερμηνευτικό σχόλιο 200 περίπου λέξεων, λαμβάνοντας υπόψη τρεις κειμενικούς δείκτες

**Μονάδες 15**

### **ΘΕΜΑ Δ**

**Δ1.** Ο αρθρογράφος του **Κειμένου I** υποστηρίζει τη θέση ότι: «Όσο αποτελεσματικότερα καταφέρνει κάποιος να λανσάρει τον εαυτό του -ως να ήταν εμπόρευμα-, τονίζοντας τα θετικά και καλύπτοντας ταυτόχρονα τα όποια αρνητικά του στοιχεία, όπως ακριβώς γίνεται και στη διαφήμιση κάθε εμπορεύματος, τόσο μεγαλύτερες είναι και οι πιθανότητές του να βρει αυτό που αναζητά».

Με αφορμή το **Κείμενο I**, αποφασίζετε να καταθέσετε, ως νέοι και χρήστες των διαδικτυακών μέσων, την προσωπική σας εμπειρία στο ιστολόγιο του σχολείου σας για το πώς έχει επηρεάσει η ψηφιακή τεχνολογία τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνείτε, εκφράζετε και εξωτερικεύετε τα συναισθήματά σας. Να τεκμηριώσετε τις απόψεις σας. (300-350 λέξεις).

**Μονάδες 30**

**Ευχόμαστε Επιτυχία!!!**