

Δημήτρης Λούλος

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΣΥΝΕΞΕΤΑΣΗΣ

Νεοελληνική Γλώσσα & Λογοτεχνία

Υ
ΛΥΚΕΙΟΥ

Ενημερωτικό υλικό & σχετικά κείμενα **38 θεματικών ενοτήτων**
39 κριτήρια αξιολόγησης με ολοκληρωμένες απαντήσεις

Στη γυναίκα μου Βίκη
και στα παιδιά μου Βασίλη και Ιφιγένεια

ISBN 978-960-456-616-7

© Copyright Ιανουάριος 2024, Εκδόσεις ΖΗΤΗ, Δ. Λούλος

Το παρόν έργο πνευματικής ιδιοκτησίας προστατεύεται κατά τις διατάξεις του ελληνικού νόμου (Ν.2121/1993 όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σήμερα) και τις διεθνείς συμβάσεις περί πνευματικής ιδιοκτησίας. Απαγορεύεται απολύτως η άνευ γραπτής άδειας του εκδότη κατά οποιοδήποτε τρόπο ή μέσο αντιγραφή, φωτοανατύπωση και εν γένει αναπαραγωγή, εκμίσθωση ή δανεισμός, μετάφραση, διασκευή, αναμετάδοση στο κοινό σε οποιαδήποτε μορφή (ηλεκτρονική, μηχανική ή άλλη) και η εν γένει εκμετάλλευση του συνόλου ή μέρους του έργου.

Φωτοστοιχειοθεσία

Εκτύπωση

Βιβλιοδεσία

Π. ΖΗΤΗ & Σια ΙΚΕ

18ο χλμ Θεσ/νίκης-Περαίας

Τ.Θ. 4171 • Περαία Θεσσαλονίκης • Τ.Κ. 570 19

Τηλ.: 2392.072.222 - Fax: 2392.072.229 • e-mail: info@ziti.gr



ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ - ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΔΙΑΘΕΣΗ:

Αρμενοπούλου 27, 546 35 Θεσσαλονίκη

Τηλ.: 2310.203.720, Fax: 2310.211.305 • e-mail: sales@ziti.gr

ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ ΑΘΗΝΩΝ - ΠΩΛΗΣΗ ΛΙΑΝΙΚΗ-ΧΟΝΔΡΙΚΗ:

Χαριλάου Τρικούπη 22, 106 79 Αθήνα

Τηλ.-Fax: 210.3816.650 • e-mail: athina@ziti.gr

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ: www.ziti.gr

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Θέλω πρώτα να σας ευχαριστήσω, γιατί επιλέξατε το βιβλίο μου. Στόχος μου είναι να βοηθήσω τους υποψηφίους στην προσπάθεια που καταβάλλουν για την εισαγωγή τους στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση, καθώς και τους διδάσκοντες που αγωνίζονται και αγωνιούν δίπλα τους.

Το βιβλίο προσαρμοσμένο στο νέο πρόγραμμα σπουδών για τη συνεξέταση της Νεοελληνικής Γλώσσας και Λογοτεχνίας περιλαμβάνει:

► **Τριάντα οκτώ (38) θεματικές ενότητες** που καλύπτουν το σύνολο των ενοτήτων στις οποίες αναφέρονται τα σχολικά εγχειρίδια και ορίζονται ως εξεταστέα ύλη για τις πανελλαδικές εξετάσεις. **Κάθε ενότητα περιέχει σε διαγραμματική μορφή αναλυτικό ενημερωτικό υλικό της κύριας και των συγγενών εννοιών.** Για παράδειγμα, στη θεματική ενότητα της Παιδείας γίνεται αναλυτική αναφορά και στην Εκπαίδευση, την Ανώτατη Εκπαίδευση, τη δια βίου Παιδεία, την Ευρωπαϊκή διάσταση της Εκπαίδευσης, την Ανθρωπιστική Παιδεία, την Περιβαλλοντική και τη Διαπολιτισμική Εκπαίδευση, ή στην ενότητα της Μαζοποίησης αναλύονται και οι έννοιες του κομοφορισμού, της κοινωνικοποίησης, της κοινής γνώμης, κ.λπ.

► **Κείμενα (άρθρα, δοκίμια, αποσπάσματα ερευνών ή επιστημονικών κειμένων, κ.λπ.) που σχετίζονται θεματολογικά με τις ανεπτυγμένες έννοιες κάθε θεματικής ενότητας.** Τα κείμενα πλουτίζουν τις γνώσεις των μαθητών και ενισχύουν την επιχειρηματολογική και γλωσσική τους ικανότητα.

Οι διδάσκοντες, από την πλευρά τους, μπορούν να δημιουργήσουν με αυτά δικά τους επιπρόσθετα κριτήρια αξιολόγησης ή να τα χρησιμοποιήσουν ως αφορμή για συζήτηση και γενικότερο προβληματισμό με τους μαθητές τους.

► **Τριάντα εννέα (39) κριτήρια αξιολόγησης συνεξέτασης της Νεοελληνικής Γλώσσας και Λογοτεχνίας, ένα τουλάχιστον για κάθε θεματική ενότητα.** Τα κριτήρια περιέχουν σκόπιμα μεγαλύτερο αριθμό ερωτήσεων σε σχέση με αυτές που δίνονται στις πανελλαδικές εξετάσεις, προσαρμοσμένων πάντα στο πρόγραμμα σπουδών και τις σχετικές οδηγίες του ΙΕΠ, για να ασκούνται περισσότερο οι μαθητές και να εμπεδώνουν την τεχνική των απαντήσεων.

Οι διδάσκοντες, ανάλογα με τις ανάγκες των μαθητών τους, έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν κάποιες από τις ερωτήσεις ή να προτείνουν προς απάντηση ολόκληρο το κριτήριο.

Φρόντισα τα μη λογοτεχνικά κείμενα των κριτηρίων να ανήκουν, κατά το δυνατόν, σε διαφορετικά κειμενικά είδη, να είναι κοντά στην επικαιρότητα και να γεννούν εύλογους προβληματισμούς.

► **Ολοκληρωμένες και αναλυτικές απαντήσεις σε όλες τις ερωτήσεις των κριτηρίων αξιολόγησης.** Οι απαντήσεις διακρίνονται για την πληρότητα και τη μεθοδικότητα. Είναι προσαρμοσμένες στο πνεύμα των οδηγιών για τη διόρθωση των κριτηρίων στις

πανελλαδικές εξετάσεις, όπως αυτό προκύπτει από το πρόγραμμα σπουδών και τις σχετικές οδηγίες του Ινστιτούτου Εκπαιδευτικής Πολιτικής (ΙΕΠ).

Στο **ΘΕΜΑ Δ** παραθέτω σκόπιμα επί των ερωτημάτων υλικό πέραν των τετρακοσίων λέξεων, για να έχει ο μαθητής τη δυνατότητα να επιλέξει εναλλακτικά το υλικό που ταιριάζει περισσότερο στις δικές του απόψεις και να οργανώνει ανάλογα τη δική του απάντηση.

Δημήτρης Λούλος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1η θεματική ενότητα: ΠΑΙΔΕΙΑ – ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Ενημερωτικό υλικό	13
Σχετικά κείμενα	40
1ο κριτήριο αξιολόγησης	43
2ο κριτήριο αξιολόγησης	48

2η θεματική ενότητα: ΒΙΒΛΙΟ

Ενημερωτικό υλικό	53
Σχετικά κείμενα	55
3ο κριτήριο αξιολόγησης	57

3η θεματική ενότητα: ΕΡΓΑΣΙΑ – ΑΝΕΡΓΙΑ

Ενημερωτικό υλικό	61
Σχετικά κείμενα	73
4ο κριτήριο αξιολόγησης	76

4η θεματική ενότητα: ΒΙΑ – ΕΓΚΛΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ενημερωτικό υλικό	80
Σχετικά κείμενα	89
5ο κριτήριο αξιολόγησης	91

5η θεματική ενότητα: ΣΧΟΛΙΚΗ ΒΙΑ (bullying)

Ενημερωτικό υλικό	97
Σχετικά κείμενα	101
6ο κριτήριο αξιολόγησης	103

6η θεματική ενότητα: ΑΝΘΡΩΠΙΝΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ – ΙΔΙΩΤΙΚΟΤΗΤΑ – ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ

Ενημερωτικό υλικό	108
Σχετικά κείμενα	116
7ο κριτήριο αξιολόγησης	118

7η θεματική ενότητα: ΡΑΤΣΙΣΜΟΣ – ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ – ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ – ΑΝΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ – ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΣΗ

Ενημερωτικό υλικό	123
Σχετικά κείμενα	134
8ο κριτήριο αξιολόγησης	136

8η θεματική ενότητα: ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Ενημερωτικό υλικό	141
Σχετικό κείμενο	145
9ο κριτήριο αξιολόγησης	146

9η θεματική ενότητα: ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ

Ενημερωτικό υλικό	150
Σχετικό κείμενο	154
10ο κριτήριο αξιολόγησης	155

**10η θεματική ενότητα: ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
– ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ**

Ενημερωτικό υλικό	160
Σχετικά κείμενα	165
11ο κριτήριο αξιολόγησης	168

11η θεματική ενότητα: ΝΟΜΟΙ – ΠΟΙΝΕΣ – ΘΑΝΑΤΙΚΗ ΠΟΙΝΗ – ΕΥΘΑΝΑΣΙΑ

Ενημερωτικό υλικό	173
Σχετικά κείμενα	182
12ο κριτήριο αξιολόγησης	184

12η θεματική ενότητα: ΕΠΙΣΤΗΜΗ

Ενημερωτικό υλικό	188
Σχετικά κείμενα	193
13ο κριτήριο αξιολόγησης	196

13η θεματική ενότητα: ΕΙΡΗΝΗ – ΠΟΛΕΜΟΣ

Ενημερωτικό υλικό	202
Σχετικά κείμενα	208
14ο κριτήριο αξιολόγησης	211

**14η θεματική ενότητα: ΜΑΖΟΠΟΙΗΣΗ – ΚΟΜΦΟΡΜΙΣΜΟΣ
– ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΣΗ – ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ**

Ενημερωτικό υλικό	216
Σχετικά κείμενα	225
15ο κριτήριο αξιολόγησης	228

15η θεματική ενότητα: ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ – ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ – ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΟΛΙΤΩΝ

Ενημερωτικό υλικό	232
Σχετικά κείμενα	238
16ο κριτήριο αξιολόγησης	240

16η θεματική ενότητα: ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ – ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ

Ενημερωτικό υλικό	244
Σχετικά κείμενα	248
17ο κριτήριο αξιολόγησης	249

17η θεματική ενότητα: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ – ΤΕΧΝΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Ενημερωτικό υλικό	253
Σχετικά κείμενα	257
18ο κριτήριο αξιολόγησης	260

18η θεματική ενότητα: ΦΤΩΧΕΙΑ – ΠΛΟΥΤΟΣ – ΧΡΗΜΑ – ΕΥΤΥΧΙΑ

Ενημερωτικό υλικό	264
Σχετικά κείμενα	272
19ο κριτήριο αξιολόγησης	274

**19η θεματική ενότητα: ΠΑΡΑΔΟΣΗ – ΠΡΟΟΔΟΣ – ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ
– ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΜΝΗΜΗ**

Ενημερωτικό υλικό	279
Σχετικά κείμενα	285
20ό κριτήριο αξιολόγησης	287

20ή θεματική ενότητα: ΤΕΧΝΗ – ΚΡΙΤΙΚΗ ΕΡΓΩΝ ΤΕΧΝΗΣ

Ενημερωτικό υλικό	292
Σχετικά κείμενα	299
21ο κριτήριο αξιολόγησης	301

21η θεματική ενότητα: ΤΑ ΓΛΥΠΤΑ ΤΟΥ ΠΑΡΘΕΝΩΝΑ – ΤΑ ΜΝΗΜΕΙΑ

Ενημερωτικό υλικό	305
Σχετικά κείμενα	308
22ο κριτήριο αξιολόγησης	314

22η θεματική ενότητα: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ενημερωτικό υλικό	319
Σχετικά κείμενα	324
23ο κριτήριο αξιολόγησης	327

23η θεματική ενότητα: ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ – ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ

Ενημερωτικό υλικό	332
Σχετικά κείμενα	338
24ο κριτήριο αξιολόγησης	340

24η θεματική ενότητα: ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ – ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ – ΧΟΥΛΙΓΚΑΝΙΣΜΟΣ – ΝΤΟΠΙΝΓΚ

Ενημερωτικό υλικό	344
Σχετικά κείμενα	355
25ο κριτήριο αξιολόγησης	357

25η θεματική ενότητα: ΛΑΪΚΙΣΜΟΣ

Ενημερωτικό υλικό	362
Σχετικά κείμενα	367
26ο κριτήριο αξιολόγησης	370

26η θεματική ενότητα: ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Ενημερωτικό υλικό	374
Σχετικά κείμενα	379
27ο κριτήριο αξιολόγησης	381

27η θεματική ενότητα: ΓΕΝΕΤΙΚΗ – ΚΛΩΝΟΠΟΙΗΣΗ

Ενημερωτικό υλικό	387
Σχετικά κείμενα	393
28ο κριτήριο αξιολόγησης	395

28η θεματική ενότητα: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ – ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Ενημερωτικό υλικό	400
Σχετικά κείμενα	405
29ο κριτήριο αξιολόγησης	408

29η θεματική ενότητα: ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Ενημερωτικό υλικό	413
Σχετικά κείμενα	417
30ο κριτήριο αξιολόγησης	419

30η θεματική ενότητα: ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ – ΜΗΤΡΟΤΗΤΑ – ΘΗΛΑΣΜΟΣ

Ενημερωτικό υλικό	424
Σχετικά κείμενα	431
31ο κριτήριο αξιολόγησης	433

31η θεματική ενότητα: ΑΝΘΡΩΠΙΣΜΟΣ

Ενημερωτικό υλικό	438
Σχετικά κείμενα	442
32ο κριτήριο αξιολόγησης	445

32η θεματική ενότητα: ΕΘΝΙΚΙΣΜΟΣ – ΠΑΤΡΙΩΤΙΣΜΟΣ – ΕΘΝΙΣΜΟΣ – ΕΘΝΙΚΗ ΑΚΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

Ενημερωτικό υλικό	449
Σχετικά κείμενα	458
33ο κριτήριο αξιολόγησης	460

33η θεματική ενότητα: ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ

Ενημερωτικό υλικό	465
Σχετικά κείμενα	470
34ο κριτήριο αξιολόγησης	472

34η θεματική ενότητα: ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ

Ενημερωτικό υλικό	476
Σχετικά κείμενα	482
35ο κριτήριο αξιολόγησης	484

35η θεματική ενότητα: Ο ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΚΑΙ Η ΦΥΣΗ

Ενημερωτικό υλικό	488
Σχετικά κείμενα	499
36ο κριτήριο αξιολόγησης	501

36η θεματική ενότητα: ΙΣΤΟΡΙΑ – ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΜΝΗΜΗ – ΙΣΤΟΡΙΟΓΝΩΣΙΑ

Ενημερωτικό υλικό	506
Σχετικά κείμενα	510
37ο κριτήριο αξιολόγησης	512

37η θεματική ενότητα: ΓΕΛΙΟ – ΣΑΠΙΡΑ

Ενημερωτικό υλικό	517
Σχετικά κείμενα	521
38ο κριτήριο αξιολόγησης	523

38η θεματική ενότητα: ΕΦΗΒΕΙΑ – ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΝΕΩΝ – ΧΑΣΜΑ ΓΕΝΕΩΝ

Ενημερωτικό υλικό	528
Σχετικά κείμενα	534
39ο κριτήριο αξιολόγησης	535

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1ο κριτήριο αξιολόγησης	543
2ο κριτήριο αξιολόγησης	546
3ο κριτήριο αξιολόγησης	549
4ο κριτήριο αξιολόγησης	552

5ο κριτήριο αξιολόγησης	555
6ο κριτήριο αξιολόγησης	558
7ο κριτήριο αξιολόγησης	561
8ο κριτήριο αξιολόγησης	564
9ο κριτήριο αξιολόγησης	568
10ο κριτήριο αξιολόγησης	570
11ο κριτήριο αξιολόγησης	573
12ο κριτήριο αξιολόγησης	576
13ο κριτήριο αξιολόγησης	579
14ο κριτήριο αξιολόγησης	582
15ο κριτήριο αξιολόγησης	585
16ο κριτήριο αξιολόγησης	588
17ο κριτήριο αξιολόγησης	590
18ο κριτήριο αξιολόγησης	593
19ο κριτήριο αξιολόγησης	595
20ό κριτήριο αξιολόγησης	598
21ο κριτήριο αξιολόγησης	601
22ο κριτήριο αξιολόγησης	604
23ο κριτήριο αξιολόγησης	606
24ο κριτήριο αξιολόγησης	610
25ο κριτήριο αξιολόγησης	613
26ο κριτήριο αξιολόγησης	616
27ο κριτήριο αξιολόγησης	619
28ο κριτήριο αξιολόγησης	621
29ο κριτήριο αξιολόγησης	624
30ό κριτήριο αξιολόγησης	627
31ο κριτήριο αξιολόγησης	630
32ο κριτήριο αξιολόγησης	633
33ο κριτήριο αξιολόγησης	635
34ο κριτήριο αξιολόγησης	639
35ο κριτήριο αξιολόγησης	642
36ο κριτήριο αξιολόγησης	645
37ο κριτήριο αξιολόγησης	648
38ο κριτήριο αξιολόγησης	651
39ο κριτήριο αξιολόγησης	653

Θεματικές ενότητες & κριτήρια αξιολόγησης





Ενημερωτικό Υλικό

► ΟΡΙΣΜΟΣ

- Διαφήμιση είναι η δημιουργία και προβολή με έντυπα και οπτικοακουστικά μέσα πρωτότυπου μηνύματος που αφορά πρόσωπα, υλικά ή πνευματικά δημιουργήματα, με τελικό σκοπό οικονομικά ή άλλα οφέλη.
- Η διαφήμιση ως πολύπλοκη τεχνική δανείζεται στοιχεία από την επιστήμη της Ψυχολογίας, της Κοινωνιολογίας, της Στατιστικής, αντλεί ιδέες από τις Καλές Τέχνες, τη ζωγραφική, το θέατρο, τη λογοτεχνία.

► ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΩΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΠΡΑΞΗΣ

- **Πομπός:** Ο διαφημιστής ή ο φορέας που διαφημίζεται.
- **Δέκτης:** Ο καταναλωτής.
- **Μήνυμα:** Η διαφήμιση ως λόγος (γραπτός ή προφορικός) και ως μορφή.
- **Επικοινωνιακό μέσο/κανάλι:** αφίσα, ηλεκτρονικός τύπος (τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο), έντυπος τύπος (εφημερίδες, περιοδικά).
- **Επικοινωνιακός κώδικας/γλώσσα:** εικόνα, λόγος, ήχος, μεμονωμένα ή συνδυασμένα.
- **Σκοπός:** η πειθώ του αποδέκτη του μηνύματος.

► ΤΡΟΠΟΙ ΠΕΙΘΟΥΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Η μορφή:

- Προσαρμόζεται στον σκοπό που επιδιώκει (τονίζει αυτό που διαφημίζει με δαπανηρά, πολύχρωμα, ελκυστικά διαφημιστικά μέσα, επιδιώκει την ευαισθητοποίηση και τον τονισμό των ενδιαφερόντων του καταναλωτή-δέκτη) καθώς και στο επικοινωνιακό μέσο με το οποίο παρουσιάζεται.
- Προσδίδει ιδιαίτερη ταυτότητα στο προϊόν και συνδέει την εικόνα με τις επιθυμίες, τις ανάγκες ή τις αντιλήψεις του κοινού.
- Επικοινωνεί με τον καταναλωτή μέσω της όρασης και της ακοής.
- Εκμηδενίζει τις αναστολές των καταναλωτών με τη συνεχή προβολή συνθημάτων.
- Απευθύνεται κυρίως στο υποσυνείδητο του καταναλωτή.

Ο λόγος:

- Έξυπνος και σφοδρός, στοχεύει στον εντυπωσιασμό και την ευαισθητοποίηση του ενδιαφερομένου, τα κείμενα είναι σύντομα και περιεκτικά.
- Το διαφημιστικό μήνυμα υπολανθάνει, περνάει μέσα από συμβολισμούς.
- Καθορίζεται από τους νόμους της προσφοράς και της ζήτησης της καταναλωτικής κοινωνίας.
- Είναι φαινομενικά ατημέλητος (λεκτικός πληθωρισμός, δεν έχει συνοχή, ενότητα, ορθόδομη δομή), ενώ στην πραγματικότητα είναι περίτεχνα στημένος.
- Προκαλεί συνειρμό ιδεών.
- Εμπεριέχει λανθάνοντες αξιολογικούς χαρακτηρισμούς.

- Κάνει επίκληση:
 - **στην αυθεντία** (σ' έναν ειδικό, σ' έναν επιστήμονα, σ' ένα δημοφιλές πρόσωπο)
 - **στο συναίσθημα** (προκαλεί φόβο, ενοχή, ευθύνη, ευχαρίστηση)
 - **στη λογική** (επιχειρήματα υπέρ του προϊόντος, σοφιστικά τεχνάσματα).
- ▶ **ΜΟΡΦΗ ΤΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ**
 - Ανεπτυγμένο με άμεσο τρόπο (χωρίς προλόγους και περιττές εξηγήσεις).
 - Αφηγηματικό (αφήγηση ιστορίας με πρωταγωνιστή το προϊόν).
 - Μονολόγου - διαλόγου (μαρτυρία κάποιου ειδικού ή καταναλωτή)
 - Επεξηγεί την εικόνα.
 - Στριγμένο σε τεχνάσματα/ευρήματα (λογοπαίγνια, σχήματα λόγου, σπάνιες και εξεζητημένες λέξεις/φράσεις, χιούμορ, υπερβολή, έκπληξη κτλ.).
 - Με επιχειρήματα (σπανιότερα).
- ▶ **ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**
 - Ελκύει την προσοχή του δέκτη.
 - Προκαλεί το ενδιαφέρον.
 - Δημιουργεί την επιθυμία για αγορά του προϊόντος.
 - Οδηγεί τον καταναλωτή στην αγορά του προϊόντος.
- ▶ **ΛΟΓΟΙ ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**
 - Ο ανταγωνισμός των επιχειρήσεων, προκειμένου να επικρατήσουν στην παγκόσμια αγορά.
 - Η καταναλωτική μανία, το πνεύμα υλισμού και ευδαιμονισμού του σύγχρονου ανθρώπου.
 - Η σύγχρονη υψηλή τεχνολογία, επικουρούμενη από τις επιστημονικές μεθόδους επηρεασμού των συνειδήσεων του ανθρώπου (κοινωνιολογία, ψυχολογία κ.λπ.), οδηγεί στην «πλύση εγκεφάλου».
 - Η γρήγορη μετάδοση των διαφημιστικών μηνυμάτων με τα σύγχρονα τηλεπικοινωνιακά μέσα.
 - Η έλλειψη προσωπικών σχέσεων στα σύγχρονα και υδροκέφαλα αστικά κέντρα ενίσχυσε τον ρόλο της διαφήμισης στη ζωή του ανθρώπου.
 - Η κρατούσα δημοκρατική αντίληψη της ελεύθερης διακίνησης των ιδεών.
- ▶ **ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**
- ♦ **Θετικές**
 1. Ενημερώνονται οι καταναλωτές για την τιμή και τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, με αποτέλεσμα λόγω του ανταγωνισμού να αριστοποιείται η ποιότητα καταναλωτικών προϊόντων.
 2. Επιζητείται συνεχώς το καινούριο και το πρωτότυπο.
 3. Μειώνεται η ανεργία με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, λόγω της αύξησης του καταναλωτισμού και της εμφάνισης νέων επαγγελμαμάτων.
 4. Τονώνεται η οικονομία:
 - με την αύξηση της παραγωγικότητας
 - τη μείωση των τιμών των προϊόντων
 - την άνοδο του εσωτερικού και εξαγωγικού εμπορίου.
 5. Διασφαλίζεται η οικονομική ανεξαρτησία των ΜΜΕ, με αποτέλεσμα την ακηδεμόνευτη έγκυρη ενημέρωση, ενισχύεται η τέχνη και ο αθλητισμός.

6. Βελτιώνεται το επίπεδο ζωής του ανθρώπου με:

- διαφημίσεις σε θέματα κοινωνικά και υγείας (χρήση ζώνης ασφαλείας στα αυτοκίνητα, μέτρα προστασίας σε επιδημικά φαινόμενα)
- τη δημιουργία προϊόντων που περιορίζουν τον καθημερινό μόχθο.

7. Ευνοείται η πολιτιστική ανάπτυξη με τις διαφημίσεις που αφορούν θέματα πολιτισμού, καλλιεργείται η καλαισθησία.**♦ Αρνητικές****Στον οικονομικό τομέα**

- Επιβαρύνεται η οικονομία με:
 - τη δαπάνη χρημάτων για την κάλυψη των καταναλωτικών και μάλιστα πλασματικών αναγκών
 - την ουσιαστική αύξηση της τιμής των προϊόντων με το κόστος της διαφήμισης.
- Με τη μεγιστοποίηση της παραγωγής εξαντλούνται οι φυσικοί πόροι.
- Οδηγούνται σε μαρασμό οι μικρές επιχειρήσεις, γιατί αδυνατούν να ανταγωνιστούν τη συνεχή διαφημιστική προβολή των μεγάλων πολυεθνικών κολοσσών.

Στον ηθικό τομέα

- Προβάλλονται και τελικά επιβάλλονται νέα πρότυπα ζωής, ιδανικά και αξίες (καταναλωτικός άνθρωπος). Ο άνθρωπος γίνεται υλιστής και δεν καταναλώνει για να ζει, αλλά ζει για να καταναλώνει.
- Ο άνθρωπος μετατρέπεται σε μέσο εξοικονόμησης του μέγιστου κέρδους.

Στον πολιτικό τομέα

- Αποπροσανατολίζει από τα πολιτικά θέματα και στρέφει το ενδιαφέρον αποκλειστικά στην κάλυψη των καταναλωτικών αναγκών.
- Το άτομο υφίσταται πλύση εγκεφάλου, καθίσταται ανίσχυρο στη διαμόρφωση προσωπικής πολιτικής σκέψης και κρίσης και εθίζεται στην αδιαμαρτύρητη αποδοχή των έντεχνα προβαλλόμενων πολιτικών ιδεολογιών.

Στον κοινωνικό τομέα

- Οι πλασματικές ανάγκες αυξάνουν το άγχος και οδηγούν, ιδίως τους νέους και γενικότερα άτομα με μειωμένη ηθική αντίσταση, σε φαινόμενα κοινωνικής παθολογίας και ανομίας, βία, ναρκωτικά, εγκληματικότητα.
- Προσβάλλεται η ανθρώπινη προσωπικότητα και καταρρακώνεται η αξιοπρέπεια της γυναίκας που γίνεται αντικείμενο εκμετάλλευσης, ενώ ευτελίζονται τα ανθρώπινα συναισθήματα και οι ευαισθησίες.
- Απευθυνόμενη στην παιδική ηλικία παραπλανά τα παιδιά και καλλιεργεί τη νοοτροπία του μελλοντικού καταναλωτή.
- Εξαπατάται συχνά ο καταναλωτής σχετικά με την ποιότητα του διαφημιζόμενου προϊόντος.
- Ωραιοποιείται η ζωή και παρουσιάζεται ένας διαστρεβλωμένος, εξωπραγματικός, ψεύτικος κόσμος.
- Περιορίζει, ολοένα και περισσότερο, τον ελάχιστο χρόνο της προσωπικής ζωής, επεκτείνοντας το ωράριο εργασίας, προκειμένου να καλύψει οικονομικά τις αυξημένες πλασματικές ανάγκες.
- Δημιουργεί τον κοινωνικό ρατσισμό ανάμεσα στους έχοντες και τους μη έχοντες.
- Υπερτονίζει τον ατομικισμό σε βάρος των κοινωνικών δραστηριοτήτων.

Στον πνευματικό τομέα. Η διαφήμιση αλλοτριώνει τον άνθρωπο:

- Με την «πλύση εγκεφάλου» που πετυχαίνει με τα καταγιστικά μηνύματα, περιορίζει την ελευθερία βούλησης και πρωτοβουλίας, απονευρώνει το πνεύμα και την κριτική του ικανότητα, καλλιεργεί τον μιμητισμό, αιχμαλωτίζει τη σκέψη, τον παθητικοποιεί και τον μαζοποιεί.
- Οδηγεί στην πνευματική και πολιτιστική υποβάθμιση, αφού δεν υπάρχει χρόνος και κατάλληλη αγωγή για να κινήσουν το ενδιαφέρον του ανθρώπου.
- Υποβαθμίζει την ανθρώπινη αξία, ταυτίζοντας το «έχειν» με το «είναι».
- Κακοποιεί τη γλώσσα με τον λεκτικό πληθωρισμό, τη συνθηματολογία και τη χρήση ξενόφερτων στοιχείων.
- Η αθέμιτη και παραπλανητική διαφήμιση στοχεύει στο υποσυνείδητο, παραπλανά και εξαπατά τον δέκτη.

Στον ψυχολογικό τομέα

- Προκαλεί αισθήματα μειονεξίας, όταν το άτομο αδυνατεί να παρακολουθήσει τις καταναλωτικές επιταγές.
- Δημιουργεί ψευδαισθήσεις και απατηλές προσδοκίες, δημιουργώντας έναν κόσμο ονειρικό και απατηλό, που διαψεύδεται από την πραγματικότητα. Η υλική ευδαιμονία δεν καλύπτει το εσωτερικό κενό.
- Καλλιεργεί και επιτυγχάνει να δημιουργήσει την αντίληψη ότι η ευτυχία του ανθρώπου είναι συνάρτηση των κατεχόμενων καταναλωτικών αγαθών.
- Απευθύνεται στα ένστικτα, στα συμπλέγματα, στις απωθήσεις, στο συμφέρον και περιορίζει τη λογική σκέψη και κρίση.
- Εναποθέτει τη δύναμή του στη δύναμη των πραγμάτων, αποπροσανατολίζεται από τις πραγματικές ανάγκες και υποτάσσεται στις πλασματικές.

Στο φυσικό περιβάλλον

- Ρυπαίνεται το περιβάλλον και αλλοιώνεται το φυσικό τοπίο από την αλόγιστη εξόρυξη των πρώτων υλών.
- Καταστρέφεται η αισθητική αρμονία του χώρου από τις τεράστιες διαφημιστικές πινακίδες.

► ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

1. Παροχή κατάλληλης παιδείας ώστε:

- Οι γονείς με την προσωπική τους στάση να αποτελούν πρότυπα ορθής αντιμετώπισης της διαφήμισης και να διδάσκουν στα παιδιά τους από τη μικρή ηλικία το μέτρο και την εγκράτεια.
- Να καλλιεργείται η κριτική σκέψη για τη διατήρηση της ελεύθερης προσωπικής βούλησης και επιλογής.
- Το άτομο να ιεραρχεί σωστά τις προτεραιότητές του, να αποσυνδέει την ευτυχία από την κατανάλωση και να ενδιαφέρεται για τα ουσιώδη προβλήματα της ζωής.
- Να δημιουργεί πνευματικά ενδιαφέροντα που θα λειτουργούν ως αντίποδας του καταναλωτικού πνεύματος.

2. Η πολιτεία να:

- Παρεμβαίνει ρυθμιστικά για τον περιορισμό της ασύδοτης και ανεξέλεγκτης διαφήμισης.
- Μεριμνά για την αποτελεσματική λειτουργία του Ινστιτούτου Προστασίας Κατανα-

λωτών και την εφαρμογή του σχετικού νομοσχεδίου του Υπουργείου Εμπορίου και όλων των σχετικών φορέων ελέγχου και προστασίας του πολίτη.

3. Η διαφήμιση να:

- Αποφεύγει την υπερβολή.
- Διακρίνεται από ευπρέπεια, καλαισθησία, ήθος, σεβασμό, τήρηση του κώδικα δεοντολογίας.
- Υπηρετεί το γενικότερο συμφέρον του συνόλου.

4. Ο καταναλωτής να:

- Μην είναι ευκολόπιστος και να αντιστέκεται στη διαβρωτική επίδραση της διαφήμισης.
- Βρίσκεται σε συνεχή πνευματική εγρήγορση για κριτική διήθηση των διαφημιστικών μηνυμάτων.
- Συμμετέχει ενεργά σε ενώσεις για την προστασία των καταναλωτών.
- Ιεραρχεί σωστά τις ανάγκες και τις προτεραιότητες στη ζωή του.

ΣΧΕΤΙΚΟ ΚΕΙΜΕΝΟ

Παπαθανασόπουλος Στέλιος, Χειραγωγημένοι καταναλωτές από... κούνια, ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

Η διάκριση ανάμεσα στη διαφήμιση και το πρόγραμμα στην τηλεόραση καθίσταται δυσδιάκριτη. Όλα σχεδόν τα τηλεοπτικά ψυχαγωγικά προγράμματα χρησιμοποιούνται ως πρότυπα συγκεκριμένων τρόπων ζωής, όπως και οι αντίστοιχες διαφημίσεις. Η διαφημιστική διάσταση των τηλεοπτικών θεμάτων έχει, λόγω των στρατηγικών του μάρκετινγκ, αναπτυχθεί ακόμη περισσότερο. Επιπλέον, αυτά τα προγράμματα, σε σταθερή βάση, προωθούν έμμεσα προϊόντα, τα οποία εμφανίζονται στη διάρκειά τους. Η προβολή προϊόντων έχει αποβεί τόσο σημαντική για ένα πρόγραμμα, όσο και το σενάριό του. Καθετί, από το αναψυκτικό που ένας χαρακτήρας πίνει, το τζιν που φορά, το αμάξι που οδηγεί, έχει σχεδιαστεί για να καλλιεργήσει τις προτιμήσεις του καταναλωτή. Μια σημαντική ένδειξη της σύγκλισης των μορφικών στοιχείων της διαφήμισης και του τηλεοπτικού περιεχομένου είναι ότι όλο και περισσότερα προγράμματα σχεδιάζονται για να ανταποκρίνονται σε (ή να διαφημίσουν) συγκεκριμένα προϊόντα. Ωστόσο, για τον Αμερικανό επικοινωνιολόγο Ρίτσαρντ Νταν, το σημαντικό στοιχείο είναι ότι τα οφέλη της τηλεόρασης δεν προκύπτουν άμεσα από το «πλασάρισμα» των αγαθών ή των υπηρεσιών, «αλλά από το πλασάρισμα ενός ασυνήθιστου εμπορεύματος, του χρόνου». Και συνεχίζει: «Ο χρόνος για να

μετατραπεί σε εμπόρευμα, πρέπει να αποκτήσει μια αξία χρήσης. Η πηγή αυτής της αξίας είναι η προσοχή του κοινού, όπως ορίζεται και υπολογίζεται από τις θεαματικότητες. Ο χρόνος ως μια κοινωνικά πεπερασμένη οντότητα, ιδιοποιείται και εμπορευματοποιείται από την τηλεόραση σε συμφωνία με τις ανάγκες και τις συμβάσεις της, μεταποιώντας τις σε αντικείμενα για πώληση, δηλαδή σε προσδιορισμένες ποσότητες ανταλλακτικής αξίας».

Αυτό το φαινόμενο είναι ιδιαίτερα έκδηλο με τη διαφήμιση που απευθύνεται στα παιδιά, ιδίως τα μικρής ηλικίας, τα οποία με δυσκολία μπορούν να ξεχωρίσουν τη διαφήμιση από το πρόγραμμα. Ο Αμερικανός ερευνητής Χολ Χιμελστάιν επισημαίνει ότι τα ευρήματα της έρευνας αναφορικά με τη γνωστική ανάπτυξη των παιδιών και τη διαφήμιση δείχνουν ότι στην ηλικία των πέντε ή έξι ετών, εμφανίζουν δυσκολίες στο να διακρίνουν το φανταστικό από το πραγματικό και τείνουν να πιστεύουν τα ψεύδη. Τα παιδιά δε διακρίνουν τα προγράμματα από τις διαφημίσεις και προτιμούν τις διαφημίσεις από τα προγράμματα. Ανάμεσα στην ηλικία των επτά με δέκα ετών, τα παιδιά είναι περισσότερο επιρρεπή στην «τηλεοπτική χειραγώγηση». Στην ηλικία των επτά ετών, το παιδί συνήθως μπορεί να διακρίνει την πραγματικότητα από τη φαντασία, και στα εν-



νά μπορεί να υποπτευθεί την παραπλάνηση των διαφημιστικών μηνυμάτων. Στην ηλικία των δέκα, το παιδί αρχίζει να αποκτά μια πιο κυνική θέση, ότι οι «διαφημίσεις λένε πάντα ψέματα». Στην ηλικία των ένδεκα με δώδεκα ετών, το παιδί αρχίζει να αποδέχεται και να υπομένει τα ψεύδη των ενήλικων στις διαφημίσεις.

Ένας άλλος ερευνητής, ο Μπράιαν Γιανγκ επισημαίνει ότι λόγω της έλλειψης εμπειρίας, τα παιδιά έχουν λιγότερη αντίσταση στις διαφημίσεις, και μπορεί αυτές να είναι επιζήμιες στην ικανότητά τους να διακρίνουν τη διαφήμιση από τα άλλα τηλεοπτικά προγράμματα. Αλλά το πλαίσιο αναφοράς όσον αφορά την κρίση τους για την «πραγματικότητα» και τη «φαντασία» μπορεί να αλλάξει. Μια άλλη προβληματική περιοχή είναι η τάση της διαφήμισης να βλέπει μόνο τις θετικές πλευρές, να αγνοεί την ασχήμια, τον πόνο και άλλες αρνητικές διαστάσεις της ζωής. Στο σημείο αυτό διαφέρει από τα άλλα περιεχόμενα των ΜΜΕ. Το περιεχόμενο της διαφήμισης έχει υποστεί έντονη κριτική, δημιουργώντας στερεότυπα και ανεβάζοντας τις προσδοκίες των παιδιών. Η εικόνα όμως του παιδιού έχει αλλάξει τόσο στην κοινωνία, όσο και στη διαφήμιση. Στα παλαιότερα χρόνια, τα παιδιά εθεωρούντο ως «γλυκά» και «διαφορετικά» – μη ικανά να δίνουν ενήλικες απαντήσεις. Στις μέρες μας, υπάρχει μια τάση να απεικονίζονται ως έξυπνα, δραστήρια και επιδέξια.

Η σύγχρονη διαφήμιση απευθύνεται στα παιδιά και για άλλους λόγους, καθώς μέσω αυτών οι διαφημιστές αποσκοπούν να καθιερώσουν καταναλω-

τικές τάσεις για όλη την οικογένεια. Αυτό φαίνεται και από το απλό και άμεσα παρατηρήσιμο γεγονός ότι προϊόντα που λογικά απευθύνονται στους ενήλικες (αυτοκίνητα, υπολογιστές, έπιπλα) εμφανίζονται σε ώρες που κατά το πλείστον παρακολουθούνται από τα παιδιά.

Για παράδειγμα, στα πρωινά κυρίως των Σαββατοκύριακων στην ελληνική –κυρίως ιδιωτική– τηλεόραση, ανάμεσα στις διαφημίσεις για ζαχαρωτά, σοκολάτες, δημητριακά και γαριδάκια, παρεμβάλλονται διαφημίσεις για έπιπλα, πλυντήρια, δίσκους, εφημερίδες και περιοδικά, ούισκι, σαμπουάν, ζωοτροφές, βαφές μαλλιών, τηλεφωνικές υπηρεσίες, παυσίπονα και σερβιέτες. Με άλλα λόγια, ένας σημαντικός αριθμός των διαφημίσεων που προβάλλονται στα πρωινά των Σαββατοκύριακων δεν αφορούν τα παιδιά.

Γεγονός πάντως είναι ότι, αν και διεθνώς επιβάλλονται περιορισμοί, αυτοί παρά τους περιορισμούς είναι δύσκολο να τηρηθούν στην πράξη, αφού τα παιδιά αντιπροσωπεύουν μια ιδιαίτερα προσοδοφόρα αγορά για προϊόντα και υπηρεσίες, χωρίς να υπολογίζεται η δυνατότητα επιρροής στις αγοραστικές συνήθειες των γονέων τους. Και επειδή τα παιδιά αντιπροσωπεύουν τους μελλοντικούς ενήλικες καταναλωτές, οι διαφημιστές αναζητούν να τα εξοικειώσουν με τα προϊόντα τους. Δεν είναι λοιπόν παράδοξο ότι διεθνώς η διαφημιστική έρευνα αντιμετωπίζει τα παιδιά, όπως εύστοχα έχει διατυπώσει ο Αμερικανός ερευνητής Τζέιμς Μακνίλ, ως «εκπατευόμενος καταναλωτής». (...)



Κριτήριο Αξιολόγησης

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Κείμενο Ι

Ν. Βαγενάς

Η διαφημιστική βαρβαρότητα της εποχής μας

(Εφημ. «Το Βήμα», 18-06-2000)

Η σημερινή επέκταση των διαφημίσεων σε μian επιφάνεια του κοινωνικού πεδίου, ανόητη μερικές δεκαετίες πριν, και η επιθετικότητα αυτής της επέκτασης, που έχει λάβει τον χαρακτήρα βαθύτατης εισβολής τόσο στον δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό χώρο, μας επιτρέπουν να μιλάμε για διαφημιστική βία.

Η συχνότητα της διακοπής των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών προγραμμάτων από διαφημίσεις· η πυκνότητα της (με ποικίλους τρόπους) συγχρονικής με τη ροή αυτών των προγραμμάτων άμεσης ή έμμεσης διαφήμισης· το πλήθος των εκπομπών με σταθερό διαφημιστικό φόντο· η μετατροπή των ποδοσφαιριστών και των αθλητών (ακόμη και των εθνικών ομάδων) σε κινητές διαφημίσεις· η υπέρογκη μεγέθυνση των διαφημιστικών γιγαντοαφισών και η υπερκάλυψη από αυτές των υπαίθριων χώρων και πολλών δημοσίων χρήσεως κτιρίων· η κατάληψη του μεγαλύτερου μέρους των εφημερίδων και των περιοδικών από διαφημίσεις και η μετατροπή τους, διά των ενθέτων διαφημιστικών φυλλαδίων που μεταφέρουν, σε διαφημιστικά οχήματα· η σύγχυση των ορίων ανάμεσα στην είδηση και στη διαφήμιση· η μετατροπή δημοσιογράφων σε διαφημιστές και διαφημιστών σε δημοσιογράφους· η μεταβάπτιση της διαφημιστικής πράξης σε χορηγική πράξη και των διαφημίσεων σε «μηνύματα των χορηγών»· με λίγα λόγια η ουσιαστική κατάλυση κάθε διαφημιστικής δεοντολογίας δηλώνει την εγκαθίδρυση στον χώρο της διαφήμισης ενός ολοκληρωτικού καθεστώτος, το οποίο επιβάλλει τις βουλήσεις του σ' ένα μεγάλο μέρος της κοινωνικής και ατομικής ζωής. Τα περιστατικά της διαφημιστικής βίας που βιώνουμε καθημερινά, συνθέτουν μια νέα βαρβαρότητα, τη διαφημιστική βαρβαρότητα, που αποτελεί το πλέον περίοπτο στοιχείο της βάρβαρης πλευράς του νεοφιλελεύθερου καπιταλισμού. Και καθώς το στοιχείο αυτό, με την εγγενή (όπως αποδεικνύεται από την καταφανή πλέον αδυναμία ανάσχεσής του) επαυξητική τάση, είναι ένα από τα τεκμήρια εκείνα που φαίνονται να διαψεύδουν τις ελπίδες όσων πιστεύουν ότι ο εξανθρωπισμός του παγκοσμιοποιημένου νεοφιλελευθερισμού είναι εφικτός, το διαφημιστικό μέλλον φαίνεται να διαγράφεται ακόμη ζοφερότερο.

Μιλώ για αδυναμία αναχαίτισης της διαφημιστικής βίας, γιατί μου είναι δύσκολο να συμμεριστώ την αισιοδοξία όσων πιστεύουν ότι η μετάβαση από την εποχή των ΜΜΕ στην εποχή του Διαδικτύου, που τελείται σήμερα, θα μεταβάλει τη φύση της διαφήμισης από «εισβολική» επί του δέκτη της σε «προσδοκώσα» την αναζήτησή της από τον δέκτη. Διότι προαιρετική πρόσβαση του δέκτη στην αποθηκευμένη κάπου περιγραφή και εκθείαση ενός προϊόντος δεν είναι διαφήμιση· σημαίνει απλώς επιθυμία πληροφόρησης, η υλοποίηση της οποίας εξαρτάται αποκλειστικά από τη βούληση του δέκτη, δηλαδή σημαίνει κατάργηση της ίδιας της έννοιας της διαφήμισης, όπως αυτή δηλώνεται από τα δύο συνθετικά του ονόματός της. Το να πιστεύει κανείς ότι η εκδήλωση από τον υποψήφιο αγοραστή της επιθυμίας να πληροφορηθεί για τα διατιθέμενα στην αγορά προϊόντα αρκεί για να ικανοποιήσει την εγγενή τάση του νεοφιλελεύθερου συστήματος για επέκταση των πωλήσεων και κατάκτηση από τους παραγωγούς όσο το δυνατόν μεγαλύτερου μέρους της αγοράς αποτελεί ουτοπική σκέψη, ανάλογη με το αφελές όραμα ορισμένων που πιστεύουν ότι ο κόσμος θα ήταν καλύτερος, αν ήταν εντελώς απαλλαγμένος από τις διαφημίσεις. Και φυσικά το Διαδίκτυο δεν πρόκειται να καταργήσει ως διαφημιστικό χώρο τον έξω από αυτό φυσικό χώρο (υπαίθριο ή στεγασμένο) ή πεδίο (ηχητικό ή τυπογραφικό).

Το πιο ανησυχητικό στο φαινόμενο που προσπαθώ να περιγράψω δεν είναι η βιαιότητα την οποία έχει αναπτύξει σήμερα η διαφήμιση· είναι η ανοχή απέναντι σ' αυτό το βίαιο καθεστώς, η οποία, στον βαθμό που παραμένει σιωπηλή και δεν εκδηλώνει ουσιώδεις τάσεις δυσφορίας, ισοδυναμεί με πλήρη υποταγή. Αν μας έλεγαν πριν από μερικές δεκαετίες ότι η διαφήμιση θα έπαιρνε κάποτε τη μορφή που έχει σήμερα, θα είχαμε θεωρήσει την πρόβλεψη τερατώδη και την ενδεχόμενη επιβεβαίωσή της παραβίαση της ανθρωπι-

νης φυσικότητας. Και όμως σήμερα φαινόμαστε να βιώνουμε αυτή την παραβίαση ως κάτι το φυσικό. Να διαθέτει άραγε ο ανθρώπινος οργανισμός απεριόριστα αποθέματα αντοχής; Ή μήπως βρισκόμαστε στην εποχή της μετάλλαξης του ανθρώπου σε ένα ον διαφορετικό: στη μετάβαση από τον Homo Faber στον Homo Publicitarius;

Κείμενο II



Κείμενο III

Νίκος Δήμου

Αισιοδοξία

(Νίκος Δήμου: Έλληνας συγγραφέας και αρθρογράφος. Ασχολήθηκε επαγγελματικά με τη διαφήμιση και την τηλεόραση. Στον χώρο της λογοτεχνίας παρουσιάζεται με διάφορα λογοτεχνικά είδη. Ασχολήθηκε με το δοκίμιο, την αυτοβιογραφία, την πεζογραφία και την ποίηση. Διακρίνεται για τον ορθολογισμό, τον λυρισμό και τον ρομαντισμό του.)

Κανείς δεν πεθαίνει
στις διαφημίσεις.
Κανείς δεν πονάει
(παρά μόνο για να πάρει παυσίπονο).
Κανείς δεν ουρλιάζει στις διαφημίσεις.
Κανείς δεν είναι μόνος
(εκτός κι αν έχει κακοσμία).

Κανείς δε φοβάται
στις διαφημίσεις.
Όλα πάνε καλά
στις διαφημίσεις.
Όλα
Πάνε
καλά.



Ερωτήσεις

ΘΕΜΑ Α

Να γράψετε την περίληψη των τριών πρώτων παραγράφων του κειμένου Ι με 60-80 λέξεις.

(Μονάδες 20)

ΘΕΜΑ Β

B.1.a. Ποιες από τις παρακάτω προτάσεις αποδίδουν ορθά απόψεις του συντάκτη του κειμένου Ι;

I. Εύκολα διακρίνει κανείς την είδηση από τη διαφήμιση.

II. Η διαφήμιση δεν είναι πραγματική κορηγία.

III. Η ελευθερία της οικονομίας δεν συμπορεύεται με τον σεβασμό της ανθρώπινης αξιοπρέπειας.

IV. Η προσωπική αναζήτηση πληροφοριών για τα προϊόντα της αγοράς είναι μορφή διαφήμισης.

V. Ο άνθρωπος διατηρεί ακόμη την ανεξαρτησία του απέναντι στη διαφήμιση. (Μονάδες 10)

B.1.β. Να τεκμηριώσεις τις προηγούμενες απαντήσεις σου, παραθέτοντας τα σχετικά αποσπάσματα του κειμένου Ι. (Μονάδες 5)

B.2.a. Στη δεύτερη παράγραφο του κειμένου Ι ο συντάκτης διατυπώνει ένα επιχειρήμα για την υποστήριξη της θέσης του. Να το παρουσιάσετε συνοπτικά, να ελέγξετε την πειστικότητά του και να δικαιολογήσετε την απάντησή σας. (Μονάδες 5)

B.2.β. «Μιλώ για αδυναμία ...ή πεδίο (ηχητικό ή τυπογραφικό)» Κείμενο Ι: Ποια νομίζετε ότι είναι η πρόθεση του συγγραφέα στη συγκεκριμένη παράγραφο του κειμένου; Πώς ο τρόπος με τον οποίο επέλεξε να αναπτύξει την παράγραφο υπηρετεί την πρόθεση αυτή; (Μονάδες 5)

B.3.a. Τι, κατά τη γνώμη σας καθιστά επιτυχημένη την γελοιογραφία (60-80 λέξεις). (Κείμενο ΙΙ)

(Μονάδες 7)

B.3.β. Να βάλετε μια λεζάντα στη γελοιογραφία (Κείμενο ΙΙ).

(Μονάδες 3)

ΘΕΜΑ Γ

Να διατυπώσετε το ερμηνευτικό σας σχόλιο για το ποίημα (Κείμενο ΙΙΙ). Πώς το τεκμηριώνετε; Ποια η δική σας στάση απέναντι στο πρόβλημα που θέτει το ποίημα; (150-200 λέξεις). (Μονάδες 15)

ΘΕΜΑ Δ

Ο κατακλυσμός των τηλεοπτικών καναλιών από διαφημίσεις εξεγείρει την αισθητική και τη συνείδησή σας και αποφασίσατε ως μέλη του δεκαπενταμελούς συμβουλίου του σχολείου σας να στείλετε στο ραδιοτηλεοπτικό συμβούλιο ένα κείμενο – διαμαρτυρία για την ποιότητα, την ποσότητα και τη συχνότητα της παρουσίας τους. Στο κείμενό σας αναφέρατε, επίσης, στις επιπτώσεις του φαινομένου στον σύγχρονο άνθρωπο και κυρίως στην πνευματική συγκρότηση των σύγχρονων νέων. (300-400 λέξεις)

(Μονάδες 30)



Ενημερωτικό *U*λικό



Ο Άγγλος λόρδος Τόμας Μπρους, έβδομος λόρδος του Έλγιν, πρώτος Βρετανός πρέσβης στην Οθωμανική αυτοκρατορία, απέσπασε το 1802 από τον Παρθενώνα και μετέφερε στην Αγγλία σημαντικά γλυπτά. Η σκλαβωμένη Ελλάδα δεν υφίστατο ως χώρα και ως εκ τούτου δεν μπορούσε να παρεμποδίσει τον Έλγιν. Άλλωστε, τόσο οι Άγγλοι όσο και οι Γάλλοι είχαν επιδοθεί σ' έναν ανταγωνισμό καταλήστευσης των αρχαιολογικών θησαυρών της σκλαβωμένης Ελλάδας. Η ζωφόρος μαζί με άλλα αρχιτεκτονικά γλυπτά βρίσκονται ακόμη στο Βρετανικό Μουσείο. Η Ελλάδα σταθερά από το 1987 αγωνίζεται για την επιστροφή των γλυπτών στον Παρθενώνα.

► ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΑΓΓΛΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΜΗ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΩΝ ΓΛΥΠΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1. Ο Έλγιν αγόρασε τα έργα από τους Τούρκους, επομένως ανήκουν νόμιμα στους Άγγλους.
2. Ο Έλγιν διέσωσε ουσιαστικά τα γλυπτά, γιατί οι Τούρκοι αδιαφορούσαν για την προστασία τους, ενώ οι Έλληνες τα κατέστρεφαν, για να τα χρησιμοποιήσουν ως ασβέστη, καίγοντάς τα.
3. Οι συνθήκες φύλαξής τους στο Βρετανικό Μουσείο είναι άριστες, γι' αυτό δεν κινδυνεύουν. Αντίθετα, αν ήταν εκτεθειμένα στην αθηναϊκή μολυσμένη ατμόσφαιρα, θα καταστρέφονταν.
4. Το βρετανικό μουσείο επισκέπτονται εκατομμύρια επισκέπτες τον χρόνο, πολύ περισσότεροι από όσους θα τα επισκέπτονταν στην Ελλάδα. Εκεί συνεκτίθενται, άλλωστε, με έργα άλλων λαών. Συμπληρώνουν, δηλαδή, την ταυτότητα του ανθρώπινου πολιτισμού.
5. Οι Άγγλοι δεν προτίθενται να τα επιστρέψουν, όπως συμβαίνει και με άλλα Μουσεία του κόσμου, που κατέχουν μνημεία ξένων χωρών.
6. Οι πολιτισμοί δεν έχουν φυσικούς κληρονόμους. Κληρονόμοι αναδεικνύονται όσοι αξιοποιούν δημιουργικά το κληροδότημα. Και οι Βρετανοί πιστεύουν πως μελέτησαν και γνώρισαν καλά τον ελληνικό πολιτισμό.

► ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΥΠΕΡ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ ΤΩΝ ΓΛΥΠΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1. Οι Άγγλοι ούτε διαφύλαξαν ούτε προστάτησαν, όπως υποστηρίζουν, τα Μάρμαρα του Παρθενώνα. Αντίθετα, προξένησαν σ' αυτά ανεπανόρθωτη βλάβη. Συγκεκριμένα: το 1938 προχώρησαν σε «δραστική επέμβαση καθαρισμού των γλυπτών», περιστατικό που επιβεβαιώνει το ίδιο το Μουσείο και που ήταν γνωστό σε πολλούς αρχαιολόγους. Παρ' όλ' αυτά οι Άγγλοι εξακολουθούσαν να υποστηρίζουν ως πρόσφατα την άποψη ασφαλούς φύλαξης των παρθενώνειων γλυπτών στις εγκαταστάσεις του Μουσείου. Ισχυρίζονταν, μάλιστα, ότι αυτά διέτρεχαν κίνδυνο, αν επέστρεφαν στη ρύπανση της αθηναϊκής ατμόσφαιρας. Η στάση αυτή ήταν και ενοχλητική και πρόδιδε αδικαιολόγητη υπεροψία.

2. Η καταστροφή των γλυπτών το 1938 ακύρωσε όλες τις μελλοντικές πιθανότητες για αρχαιολογική και επιστημονική έρευνα στην έννοια και στην ιστορία των γλυπτών και στις καλλιτεχνικές και γλυπτικές ανάγκες. Παραπλάνησε, μάλιστα, πολλούς ευσυνείδητους αρχαιολόγους, που πίστεψαν ότι είχαν να κάνουν με ανέγγιχτα πρωτότυπα έργα.
3. Το πνεύμα για την επιστροφή των γλυπτών αρχίζει να αλλάζει στη Βρετανία τόσο στο κοινοβούλιο, όσο και στην κοινή γνώμη, ενώ πραγματικά χρειάζεται χρόνος και για τις δύο πλευρές, για να γίνει πράξη το αυτονόητο.
4. Στην Αθήνα ιδρύθηκε και λειτουργεί ήδη το κατά πολύ ανώτερο, ασφαλέστερο και συνδεδεμένο με τον αρχαιολογικό χώρο Μουσείο, ώστε δεν υφίσταται πλέον θέμα προστασίας των Μαρμάρων.
5. Γίνεται, πλέον, συνείδηση στη διεθνή κοινότητα ότι το αίτημα επιστροφής δεν είναι ούτε εθνικιστικό ούτε μισαλλόδοξο. Απλούστατα απορρέει από την κοινή και πολύ κρύα λογική πως δεν μπορεί η Ε.Ε. να συμμετέχει στην αποκατάσταση των Μνημείων της Ακροπόλεως και ταυτόχρονα να δέχεται ότι τα μισά από τα αρχιτεκτονικά μέλη και όχι απλώς ο γλυπτός διάκοσμος των μνημείων θα βρίσκονται στο Λονδίνο και τα άλλα μισά στη Αθήνα. Είναι έργα που συμπληρώνουν το ένα το άλλο και πρέπει να βρίσκονται όλα μαζί δίπλα - δίπλα στα μνημεία, στα οποία ανήκουν. Και σε αυτό δεν υπάρχουν περιθώρια ούτε για εθνικισμούς ούτε για υπεροψίες και πολύ περισσότερο για συναισθηματισμούς.
6. Ο Έλγιν δεν είχε άδεια για να μεταφέρει τα γλυπτά στην Αγγλία. Κανένας δεν είδε το περίφημο φερμάνι, μόνο μια μετάφρασή του. Επίσης, δεν υπάρχει έγγραφο σχετικό σε Οθωμανική βιβλιοθήκη για οποιοδήποτε τέτοιο φερμάνι. Ούτε η μετάφρασή του παρουσιάζεται ως αυθεντική. Το συγκεκριμένο μάλιστα έγγραφο μιλά για μετατόπιση χαραγμένων πλακών και βράχων. Όχι για καταστροφή του μνημείου. Όχι για την αφαίρεση κομματιών από αυτό.
7. Τα γλυπτά πρέπει να επιστρέψουν στην Ελλάδα και κανένας Άγγλος δεν θα αισθανθεί προδομένος. Γιατί εύκολα μπορεί να επισκεφτεί την Αθήνα. Το Βρετανικό Μουσείο μπορεί να εκθέσει τα αντίγραφα, πολλά από τα οποία έγιναν πριν από τη δεκαετία του '30 και πλησιάζουν περισσότερο στα αυθεντικά από τα σημερινά αυθεντικά, γιατί τα εκμαγεία τους δημιουργήθηκαν πάνω στα γλυπτά προτού αυτά ξυστούν.
8. Τα γλυπτά είναι απόκτημα κλοπής, επομένως στα πλαίσια του ηθικού και του δικαίου, οι Άγγλοι οφείλουν να τα επιστρέψουν.
9. Τα γλυπτά του Παρθενώνα δεν είναι απλά αγάλματα. Είναι τμήματα του μοναδικού μνημείου στον κόσμο και το σύμβολο ενός λαού.
10. Τα γλυπτά δεν εκτίθενται σωστά στο Βρετανικό Μουσείο. Γιατί αυτά βρίσκονταν γύρω από το εξωτερικό του ναού. Τώρα βρίσκονται γύρω από το εσωτερικό ενός κτιρίου. Για τους Αρχαίους ο ναός με τα γλυπτά επάνω του ήταν το κέντρο. Σήμερα, ο επισκέπτης είναι το κέντρο και τα γλυπτά γύρω του και μάλιστα όχι με την ίδια ροή που βρίσκονται επάνω στον Παρθενώνα. Στο Βρετανικό Μουσείο δεν αποδίδουν αυτό για το οποίο φτιάχτηκαν.
11. Οι Άγγλοι ενοικιάζουν την αίθουσα με τα γλυπτά του Παρθενώνα για κοινωνικές εκδηλώσεις, πράγμα που προσβάλλει την πολιτισμική τους αξία, γιατί μετατρέπει τον αρχαίο πολιτισμό σε εμπορεύσιμο προϊόν.

► **ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΧΕΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΜΝΗΜΕΙΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ**

Α. Κυριαρχία της οικονομίας:

- Στην κυρίαρχη εργαλειακή λογική του σύγχρονου οικονομικού συστήματος των μεταβιομηχανικών κοινωνιών, ισχύει, κατά τον Γερμανό φιλόσοφο και κοινωνιολόγο Χάμπερμας, η αποικιοποίηση του «βιόκοσμου», η επικράτηση δηλαδή του οικονομικού παράγοντα σε κάθε άλλη έκφραση ζωής του ανθρώπου. Απότοκο αυτής της διαπίστωσης αποτελεί και η γενικότερη εμπορευματοποίηση της Τέχνης και του Πολιτισμού.
- Πολλές οικονομικές δραστηριότητες (π.χ. σχεδιασμός αυτοκινήτων, κοσμημάτων, κ.λπ.) έχουν μια αισθητική/καλλιτεχνική διάσταση.

Β. Απόρριψη όποιας σχέσης οικονομίας και μνημείων πολιτισμού: Η θέση αυτή πηγάζει από τη στεία ξενοφοβία, την αρχαιολατρία και έναν οπισθοδρομικό επαρχιωτισμό, χαρακτηριστικά ενός γενικότερου συντηρητισμού.

Γ. Σωστή σχέση οικονομίας και πολιτισμού:

- Η συνάρθρωση του «οικονομικού» και του «καλλιτεχνικού» στοιχείου σε μια κοινωνία που θέλει να εκσυγχρονιστεί κατά πολυδιάστατο τρόπο και δεν επιτρέπει την αγοροκρατία αλλά την ισορροπία και τον σεβασμό της ιδιαίτερης λογικής του κάθε χώρου.
- Η ενίσχυση των ποιοτικών πολιτισμικών δημιουργιών που αποβλέπουν στην πολιτιστική αγωγή και υπηρετούν αποκλειστικά την τέχνη και ποιοτικούς καλλιτεχνικούς στόχους κι όχι το οικονομικό κέρδος.
- Οι πολιτιστικές δημιουργίες, εφόσον παρουσιάζονται σε αρχαιολογικούς χώρους, πρέπει να τους σέβονται με την ποιότητα του έργου τους και να συμβάλλουν στην προβολή τους και τη δημιουργική σύνδεση του χθες με το σήμερα.

► **Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ**

Στην καλλιέργεια του πνεύματος:

- Αποτελούν ζωντανά δείγματα της ιστορίας και του πολιτισμού ενός λαού και αποτρέπουν κάθε προσπάθεια διαστρέβλωσής του.
- Είναι σημεία αναφοράς και μελέτης για πολλές επιστήμες.
- Η επαφή των μαθητών με τα μνημεία προάγει τη γνώση, καλλιεργεί την αγάπη και τον σεβασμό προς τον μακραίωνα πολιτισμό μας.
- Καλλιεργούν την αισθητική, εμπνέουν τους καλλιτέχνες.

Στον εθνικό τομέα:

- Ενισχύουν την εθνική συνείδηση, τη φιλοπατρία, προκαλούν το ενδιαφέρον και τον θαυμασμό των ξένων.
- Στο πλαίσιο της παγκόσμιας κληρονομιάς ενισχύουν την προσέγγιση των λαών, αλλά και καθιστούν σαφή την εθνική διαφορετικότητα.

Στον ηθικό τομέα:

- Προβάλλουν ηθικές αξίες (φιλοπατρίας, αυτοθυσίας, ανθρωπιάς), πρότυπα μίμησης, ιδιαίτερα στον ηθικά ταραγμένο σημερινό κόσμο.

Στον οικονομικό τομέα:

- Με την προσέλκυση τουριστών ενισχύεται η οικονομία της χώρας.

► **Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΜΝΗΜΕΙΑ**

- Η σχέση του είναι καθαρά πληροφοριακή, περιορίζεται, δηλαδή, αποκλειστικά στη συσώρευση εγκυκλοπαιδικών γνώσεων για τα μνημεία.

- Κυριαρχεί το πνεύμα της «τουριστοκρατίας», της γρήγορης, ανάλαφρης διέλευσης από τα μνημεία.
- Λείπει ο σεβασμός και η συγκίνηση προς αυτά και την ιστορία τους, ο επισκέπτης-τουρίστας δεν είναι «προσκυνητής», δε διαλέγεται με τα μνημεία, απλά θεάται.
- ◆ **Αιτίες της παραπάνω στάσης**
- Το κυρίαρχο τεχνοκρατικό, υλιστικό και καταναλωτικό πνεύμα της παγκοσμιοποιημένης εποχής.
- Η απομάκρυνση από τις ανθρωπιστικές αξίες, τις οποίες στην πλειοψηφία τους εκφράζουν τα μνημεία.
- Η ελλιπής και μονόπλευρα εξειδικευτική εκπαίδευση (γονείς, σχολείο), που δε φέρνει από νωρίς τους νέους σε επαφή με την πολιτιστική τους κληρονομιά.
- Τα ΜΜΕ δεν προβάλλουν τον εθνικό πολιτισμό, καλλιεργούν πνεύμα ξενολατρίας και μιμητισμού.
- Η πολιτεία δε φροντίζει για τη διατήρηση και την αξιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς. Εστιάζει το ενδιαφέρον της αποκλειστικά στην τουριστική αξιοποίησή τους και στο εξ αυτής οικονομικό όφελος.
- ◆ **Τι πρέπει να γίνει:**
- **Η εκπαίδευση** να προσφέρει μια ολιστική προσέγγιση της πολιτισμικής μας κληρονομιάς, να φέρνει σε επαφή τους μαθητές με τα μνημεία: διδασκαλία τοπικής ιστορίας, υιοθέτηση μνημείων, καλλιέργεια σεβασμού και αγάπης σ' ό,τι μας κληροδότησαν οι πρόγονοί μας.
- **Η πολιτεία** να ενδιαφερθεί για την προστασία και προβολή των μνημείων: συντήρηση και φύλαξη τους, οργάνωση σύγχρονων μουσείων, εκστρατεία συνεχούς προβολής τους στο εξωτερικό, ενίσχυση επιστημόνων για μελέτες, έρευνες και αρχαιολογικές ανασκαφές.
- **Τα ΜΜΕ και οι πνευματικοί άνθρωποι** να προβάλλουν σε κάθε ευκαιρία την πολιτιστική μας κληρονομιά.



ΣΧΕΤΙΚΑ ΚΕΙΜΕΝΑ

ΚΕΙΜΕΝΟ 1 Η συγκλονιστική ομιλία της Μελίνας Μερκούρη στο Oxford Union το 1986, για να επιστρέψουν τα Μάρμαρα του Παρθενώνα.

Η Oxford Union είναι μια παγκοσμίου φήμης κοινότητα όπου εκτυλίσσονται ντιμπέιτ. Το 1986, θέμα ήταν η επιστροφή των Γλυπτών του Παρθενώνα από το Βρετανικό Μουσείο στην Αθήνα. Η Μελίνα Μερκούρη, υπουργός πολιτισμού τότε, παίρνει τη θέση υπέρ του αιτήματος επιστροφής.

Ολόκληρη η ομιλία της **Μελίνας Μερκούρη**:

«Κύριε Πρόεδρε, Αξιότιμα Μέλη, Κυρίες και Κύριοι, Καταρχήν επιτρέψτε μου να ευχαριστήσω την Oxford Union που έφερε το θέμα αυτό για συζήτηση και ευχαριστώ που με προσκαλέσατε. Νομίζω ότι θα ήταν

καλό αυτό το βράδυ ν' ακουστεί μια ελληνική φωνή. Μια φωνή έστω με τη φτωχή μου προφορά. Την ακούω και μορφάζω. Θυμάμαι εκείνο που είπε κάποτε ο Brendan Behan για κάποιο εκφωνητή «Μιλάει σαν να 'χει τα Ελγίνεια Μάρμαρα στο στόμα του».

Θα ήθελα να ευχαριστήσω, επίσης, τον μεγάλο αριθμό Βρετανών πολιτών που συνηγόρησαν υπέρ των θέσεων της κυβέρνησης με τα αξιότιμα μέλη και των δύο σωμάτων του κοινοβουλίου που εκδήλωσαν ενδιαφέρον και συμπάθεια για το αίτημα της επιστροφής των μαρμάρων.

Και, βεβαίως, εκφράζω τη βαθιά ευγνωμοσύνη μου στη Βρετανική Επιτροπή για την επιστροφή των Μαρμάρων του Παρθενώνα, για τις προσπάθειές της να αποκαλύψει την αλήθεια στον βρετανικό λαό.

Υπάρχουν τα Μάρμαρα του Παρθενώνα. Δεν υπάρχουν Ελγίνεια Μάρμαρα. Όπως υπάρχει ο Δαβίδ του Michael Angelo,

υπάρχει η Αφροδίτη του Da Vinci,
υπάρχει ο Ερμής του Πραξιτέλη,
υπάρχουν οι Ψαράδες στη θάλασσα του Turner
υπάρχει η Capella Sixtina.

Δεν υπάρχουν Ελγίνεια Μάρμαρα.

Ξέρετε, λένε ότι εμείς οι Έλληνες είμαστε ένας θερμόαιμος λαός. Να σας πω κάτι, είναι αλήθεια. Και είναι γνωστό πως δεν αποτελώ εξαιρεση. Γνωρίζοντας τι σημαίνουν τα γλυπτά αυτά για τον ελληνικό λαό δεν είναι εύκολο να μιλήσω ψύχραιμα για το πώς πάρθηκαν τα Μάρμαρα από την Ελλάδα, αλλά θα προσπαθήσω. Το υπόσχομαι.

Ένας από τους διακεκριμένους καθηγητές σας με συμβούλεψε να εξιστορήσω το πώς πάρθηκαν τα μάρμαρα από την Αθήνα και έφθασαν στις βρετανικές ακτές. Ισχυρίστηκα ότι αυτό είναι αρκετά γνωστό, αλλά μου είπε ότι ακόμη και αν υπάρχει και ένα άτομο σ' αυτό το ακροατήριο στο οποίο τα γεγονότα αυτά είναι ασαφή, το ιστορικό πρέπει να ειπωθεί. Έτσι θ' αρχίσω όσο μπορώ σύντομα.

Βρισκόμαστε στα τέλη του 19ου αιώνα. Ο Ναπολέων σκέφτεται να αποπειραθεί να εισβάλει στην Αγγλία. Αποφασίζει να μην το πράξει. Αντί αυτού εισβάλει στην Αίγυπτο αποσπώντας την από την τουρκική κυριαρχία, γεγονός που δυσαρεστεί πολύ τους Τούρκους. Διακόπτουν τις διπλωματικές σχέσεις με τη Γαλλία και κηρύσσουν πόλεμο. Η Βρετανία βρίσκει ότι αυτή είναι μια πρώτης τάξεως στιγμή να διορίσει πρεσβευτή στην Τουρκία.

Τα καθήκοντα αναλαμβάνει ο Λόρδος Elgin. Μόλις έχει παντρευτεί την όμορφη Mary Nisbett και τελειώνει το ωραίο εξοχικό του. Ο αρχιτέκτονας του τού μιλάει για τα θαύματα της ελληνικής αρχιτεκτονικής και γλυπτικής και του λέει πως θα ήταν μια θαυμάσια ιδέα να κάνει αντίγραφα από τα πραγματικά έργα στην Αθήνα. «Θαυμάσιο πράγματι!» λέει ο Elgin. Αρχίζει να συγκροτεί μια ομάδα ανθρώπων που θα μπορούσαν να κάνουν αρχιτεκτονικά σχέδια με επικεφαλής έναν ικανό ζωγράφο που δεν ήταν άλλος από τον

Ιταλό Giovanni Lusieri.

Δεν μπορώ να αντισταθώ στον πειρασμό να μη σας πω ένα ανέκδοτο. Ο Elgin είχε προηγουμένως πλησιάσει τον Turner. Ναι, τον Turner. Ο νεαρός ζωγράφος ενδιαφέρθηκε και ο Elgin θέτει τους παρακάτω όρους. Το κάθε σχέδιο και σκίτσο που θα έκανε ο Turner θα περιερχόταν στην κυριαρχία του και στον ελεύθερο χρόνο θα έκανε μαθήματα σχεδίου στη Λαίδη Elgin. «Okay» λέει ο Turner, «αλλά τότε θα ήθελα 400 λίρες το χρόνο». «Όχι» λέει ο Elgin, «Είναι πολλά, πάρα πολλά». Έτσι έγιναν τα πράγματα χωρίς τον Turner. Τέλος του ανέκδοτου.

Εφημέριος της ομάδας του Elgin ήταν ο Αιδεσιμότατος Philip Hunt. Δεν θα μιλήσω με πολύ σεβασμό γ' αυτόν. Αν είχα να εξαιρέσω τον Λόρδο Elgin ο αρχιαπατεώνας στην υπόθεση, όπως τη βλέπω ήταν ο Αιδεσιμότατος Hunt, αλλά γ' αυτόν θα μιλήσω αργότερα. Οι Elgins γίνονται δεκτοί στην Κωνσταντινούπολη με μεγαλοπρέπεια. Ανταλλάσσονται πλούσια δώρα. Οι άνεμοι του πολέμου είναι ευνοϊκοί για τους Βρετανούς και ο Σουλτάνος είναι ικανοποιημένος. Ας στραφούμε τώρα στην Ελλάδα. Την Ελλάδα εκείνη που για 400 τόσα χρόνια βρίσκεται κάτω από τον Οθωμανικό ζυγό.

Η ομάδα των καλλιτεχνών του Elgin φθάνει στην Αθήνα. Οι Τούρκοι έχουν ορίσει δύο κυβερνήσεις, μια πολιτική και μια στρατιωτική. Πολλά έχουν ειπωθεί και συνεχίζονται να λέγονται για το πόσο λίγο ενδιαφέρον εκδήλωναν οι Τούρκοι για τους θησαυρούς της Ακρόπολης. Εν τούτοις, χρειάστηκαν 6 μήνες για να επιτραπεί η είσοδος στην ομάδα του Elgin. Αλλά τα κατάφεραν με 5 λίρες, στο χέρι του στρατιωτικού κυβερνήτη, για κάθε επίσκεψη. Αυτό εγκαινίασε μια διαδικασία δωροδοκίας και διαφθοράς των αξιωματικών που δεν θα σταματούσε μέχρι να συσκευαστούν και να φορτωθούν τα μάρμαρα για την Αγγλία.

Όμως όταν στήθηκαν οι σκαλωσιές και τα αντίγραφα ήταν έτοιμα να γίνουν, ξαφνικά έφθασαν φήμες για προετοιμασία στρατιωτικής δράσης των Γάλλων. Ο Τούρκος κυβερνήτης διέταξε την ομάδα του Elgin να κατέβει από την Ακρόπολη. Με 5 λίρες την επίσκεψη ή όχι, η πρόσβαση στην Ακρόπολη ήταν απαγορευμένη. Μόνο ένας τρόπος υπήρχε για να τους επιτραπεί η είσοδος ξανά. Να χρησιμοποιήσει ο Elgin την επιρροή του πάνω στο Σουλτάνο στην Κωνσταντινούπολη, ν' αποσπάσει ένα έγγραφο το λεγόμενο φερμάνι που θα διέταζε τις αρχές των Αθηνών να επιτρέψουν τη

συνέχιση των εργασιών.

Ο Αιδεσιμώτατος Hunt πηγαίνει στην Κωνσταντινούπολη να συναντήσει τον Λόρδο Elgin. Ζητά στο έγγραφο να αναφέρεται ότι οι καλλιτέχνες – παρακαλώ προσέξτε το αυτό – είναι αποκλειστικά στην υπηρεσία του Βρετανού Πρεσβευτή. Ο Elgin επισκέπτεται τον Σουλτάνο και αποσπά το φερμάνι. Το κείμενο του εγγράφου είναι μάλλον ύπουλα συντεταγμένο. Επιτρέψτε μου να σας διαβάσω τις εντολές που δόθηκαν από τον Σουλτάνο και που αφορούν τη συζήτησή μας. Παραθέτω...

«Οι καλλιτέχνες να μη συναντήσουν αντίδραση στο να περπατήσουν, να επιθεωρήσουν, να μελετήσουν τις μορφές και τα κτίρια που επιθυμούν να σχεδιάσουν ή να αντιγράψουν, ή στο να τοποθετήσουν σκαλωσιές γύρω από τον αρχαίο ναό, ή στο να αντιγράψουν σε ασβεστόλιθο ή σε γύψο τα αναφερόμενα κοσμήματα και μορφές ή στο να σκάψουν, αν το βρίσκουν αναγκαίο, σε αναζήτηση επιγραφών ανάμεσα στα απορρίμματα. Ούτε να παρεμποδιστούν από το να πάρουν οποιαδήποτε κομμάτια από πέτρες με επιγραφές ή με μορφές». (Η μετάφραση του Hunt που παρουσιάστηκε αργότερα στην Εξεταστική Επιτροπή λέει – *Qualche pezzi di pietra* – μερικά κομμάτια από πέτρα). Οι εντολές αυτές δόθηκαν στους Κυβερνήτες και το σημείο αυτό τονίζεται στο φερμάνι, «χάριν των λαμπρών σχέσεων ανάμεσα στις δύο χώρες» και παραθέτω ξανά: «Ιδιαίτερα αφού δεν βλάπτουν τα αναφερόμενα κτίρια επιθεωρώντας τα, μελετώντας τα και σχεδιάζοντάς τα».

Πριν καλά καλά φθάσει το φερμάνι στην Αθήνα, γίνεται μια φοβερή επίθεση πάνω σ' ένα οικοδόμημα που μέχρι σήμερα θεωρείται από πολλούς, η ευγενέστερη και ωραιότερη από τις ανθρώπινες δημιουργίες.

Όταν έγινε η έφοδος στην πύλη των Καρυάτιδων ο πυρετός ανέβηκε τόσο που ο Αιδεσιμώτατος Hunt έριξε την ιδέα να μετακινηθεί όλο το κτίριο αν από τη Βρετανική πολεμική μηχανή μπορούσε να αποσταλεί ένας άνθρωπος γι' αυτό. Ο Elgin ανατρίχιασε με την ιδέα και ζήτησε να σταλεί ένα καράβι. Το αίτημα δεν θεωρήθηκε εξωφρενικό, αλλά εκείνη τη στιγμή, δεν υπήρχε διαθέσιμο καράβι. (Φαντάζεστε τι θα γινόταν αν υπήρχε).

Για να αφηγηθώ όλη την τερατώδη χρειάζεται αρκετός χρόνος και αρκετή ψυχραιμία. Οι λέξεις «λη-

λασία», «ερήμωση», «αχαλίνωτη καταστροφή», «ασιθρήνητη συντριβή και συμφορά» δεν είναι δικές μου για να χαρακτηριστεί το γεγονός. Ειπώθηκαν από τους σύγχρονους του Elgin. Ο Horace Smith αναφέρεται στον Elgin σαν τον «ληστή των μαρμάρων». Ο Lord Byron τον αποκάλεσε πλιατσικολόγο. Ο Thomas Hardy χαρακτήρισε αργότερα τα μάρμαρα σαν «αιχμάλτους σ' εξορία».

Η κυβέρνησή μου έχει ζητήσει την επιστροφή των μαρμάρων του Παρθενώνα. Μας το αρνήθηκαν. Ας σημειωθεί ότι δεν θα εγκαταλείψουμε ποτέ το αίτημα αυτό. Επιτρέψτε μου να απαντήσω τα μόνιμα επιχειρήματα ενάντια στην επιστροφή και να ασχοληθώ με αυτά ένα προς ένα.

Τα μάρμαρα πάρθηκαν με νόμιμη διαδικασία. Ρωτώ αν η δωροδοκία και εξαχρέωση των αξιωματικών δεν αντιτίθενται στη «νόμιμη διαδικασία». Όταν ορίστηκε η Εξεταστική Επιτροπή, μελετώντας την πρόταση να αγοραστούν τα μάρμαρα, ο Elgin υπέβαλε ένα αναλυτικό πίνακα των δαπανών για τη απόκτησή τους. Παραθέτω απόσπασμα του: «Τα εμπόδια, οι διακοπές και οι αποθαρρύνσεις που δημιουργήθηκαν από τις ιδιοτροπίες και τις προκαταλήψεις των Τούρκων» υποβάλλει κονδύλι 21.902 λιρών για δώρα στις αρχές των Αθηνών. Είναι νόμιμο ποσό. Και βεβαίως θα πρέπει να ρωτήσουμε. Είναι νόμιμο να διαπραγματεύεται με τους Τούρκους για το πιο πολύτιμο από τα ελληνικά υπάρχοντα, όταν η Ελλάδα βρίσκεται κάτω από τουρκικό ζυγό;

Παραμένει ένα δεύτερο επιχείρημα παρά το ότι έχει έκτοτε αμφισβητηθεί από πολλούς Βρετανούς περιηγητές στην Ελλάδα την εποχή αυτή.

«Οι αδαείς και δεισιδαίμονες Έλληνες ήταν αδιάφοροι για την τέχνη και τα μνημεία τους».

Αυτό βέβαια υπονοεί ότι ήταν τυφλοί, ασυνείδητοι και άκαρδοι. Ποιοι; Οί Έλληνες που πολύ μετά τον Περικλή δημιούργησαν τα θαύματα της Βυζαντινής Τέχνης. Οί Έλληνες που, ακόμα και κάτω από την Οθωμανική κατοχή, δημιούργησαν σχολές τέχνης και χειροτεχνίας. Οί Έλληνες που παρά 400 χρόνια τουρκικής κατοχής, διατήρησαν με πείσμα τη γλώσσα και τη θρησκεία τους. Οί ίδιοι Έλληνες που κατά τον αγώνα για την ανεξαρτησία τους έστειλαν στους Τούρκους στρατιώτες βόλια να χρησιμοποιηθούν εναντίον τους. Ναι, εναντίον τους.

Οι Τούρκοι στρατιώτες κλεισμένοι στην Ακρό-

πολη έμειναν από πολεμοφόδια και άρχισαν να καταστρέφουν τις κολώνες για να αφαιρέσουν το μολύβι να κάνουν με αυτό βόλια. Οι Έλληνες τους έστειλαν πολεμοφόδια με το μήνυμα, «Να τα βόλια, μην αγγίξετε τις κολώνες».

Μόλις έγινε ανεξάρτητη η Ελλάδα, ένα από τα πρώτα νομοθετικά διατάγματα που πέρασαν από την ελληνική κυβέρνηση ήταν εκείνο για την προστασία και συντήρηση των εθνικών μνημείων. Είναι αυτό αδιαφορία; Θεωρούμε αυτή την κατηγορία τερατώδη. Θα έχετε σίγουρα ακούσει, αλλά επιτρέψτε μου, να επαναλάβω τι είπε ένας γέρος καρδιοπαθής Έλληνας στον J.C. Hobhouse. «Παίρνετε τους θησαυρούς μας. Σας παρακαλώ να τους φυλάξετε καλά. Μια μέρα θα τους ζητήσουμε πίσω». Μπορούμε να πιστέψουμε ότι ο άνθρωπος αυτός μιλούσε για λογαριασμό του;

Τώρα τελευταία έχει προταθεί μια καινούργια θεωρία. Ωραίο και αυτό. Ο κύριος Gavin Stamp που θα έχω την τιμή να τον συναντήσω απόψε, έχει την άποψη ότι οι σύγχρονοι Έλληνες δεν είναι απόγονοι του Περικλή. Μας πήραν τα μάρμαρα. Ποιος θα διεκδικήσει τα λείψανα των προγόνων μας;

Ως Υπουργός Πολιτισμού προσκαλώ τον κύριο Stamp να έρθει στην Αθήνα. Θα του οργανώσω εκπομπή σε ώρα μεγάλης ακροατικότητας στην τηλεόραση για να μιλήσει στους Έλληνες δημοσιογράφους και τον ελληνικό λαό για την ταυτότητά τους.

Επιχείρημα 3^ο. Αν τα μάρμαρα επιστραφούν, αυτό θα αποτελέσει ένα προηγούμενο που μπορεί να οδηγήσει στην εκκένωση των μουσείων. Συγχωρέστε με, αλλά αυτό είναι κοινή κολακακία. Ποιος πρόκειται να ζητήσει και ποιος πρόκειται να επιτρέψει το άδειασμα των μουσείων;

Επιτρέψτε μου να δηλώσω, για άλλη μια φορά, ότι πιστεύουμε πως οπουδήποτε και αν βρίσκονται τα μουσεία, αποτελούν ζωτική κοινωνική και πολιτιστική ανάγκη και πρέπει να προστατεύονται. Έχω επανειλημμένα δηλώσει ότι ζητούμε ένα αναπόσπαστο μέρος κτιρίου που ακρωτηριάστηκε. Σε όλο τον κόσμο το ίδιο το όνομα της πατρίδας μας είναι άμεσα συνδεδεμένο με τον Παρθενώνα.

Ζητούμε απλώς κάτι μοναδικό, κάτι απαράμιλλο, κάτι ιδιαίτερο της ταυτότητάς μας. Αγαπητοί φίλοι, αν υπήρχε ο παραμικρός κίνδυνος για τα μουσεία, τότε γιατί το Διεθνές Συμβούλιο των Μουσείων πρότεινε μια «ανοιχτόμυαλη στάση» στα μέλη του.

Επιχείρημα 4^ο. Αυτή είναι η πρόσφατη σοδειά. Μόλυνση. Μόλυνση πάνω από την Ακρόπολη. Τι σας λέει αυτό; Όταν το Λονδίνο αντιμετώπιζε το σοβαρό πρόβλημα μόλυνσης, υπήρξαν κραυγές πανικού για τα μάρμαρα; Βεβαίως όχι. Για τον απλούστατο λόγο ότι τα μάρμαρα ήταν στεγασμένα στο Βρετανικό Μουσείο. Εμείς δεν προφασιζόμαστε ότι τα γλυπτά θα επανατοποθετηθούν. Νομίζουμε ότι αυτό δεν γίνεται, αλλά η κυβέρνηση μου έχει διατυπώσει ότι την ημέρα που θα επιστραφούν τα μάρμαρα στην Αθήνα θα υπάρχει έτοιμο να τα δεχθεί ένα όμορφο μουσείο με τα πιο προηγμένα συστήματα ασφάλειας και συντήρησης, δίπλα στην Ακρόπολη. Μπορώ να προσθέσω ότι είμαστε περήφανοι για τις συνεχιζόμενες εργασίες στην Ακρόπολη.

Η δουλειά αυτή παρουσιάστηκε σ' ένα συμβούλιο κορυφαίων αρχαιολόγων απ' όλο τον κόσμο που προσκλήθηκαν στην Αθήνα ειδικά. Ο έπαινος ήταν ομόφωνος και ενθουσιαστικός. Από τότε έχει παρουσιαστεί στις περισσότερες ευρωπαϊκές πόλεις. Με χαρά την υποδέχθηκε και το Βρετανικό Μουσείο. Οι Financial Times αναφέρθηκαν στην ποιότητα της εργασίας αυτής και την παραδειγματική ικανότητα των Ελλήνων συντηρητών. Ζήτησα να υπάρχουν αντίγραφα στη διάθεση όσων από σας ενδιαφέρονται. Το μόνο επιχείρημα των Βρετανών είναι ότι μετακινώντας τα μάρμαρα, τα έσωζαν από τη βαρβαρότητα των Τούρκων. Το να αρνηθώ το βανδαλισμό των Τούρκων θα μ' έβαζε σε δύσκολη θέση, αλλά γεγονός είναι ότι οι Τούρκοι δεν έδωσαν άδεια στο να μετακινηθούν γλυπτά από τα μνημεία και τους τοίχους της Ακρόπολης και ότι με την ευλογία του Αιδεσιμότατου Hunt μετακινήθηκαν κατά βάρβαρο τρόπο. Παραθέτω ένα από τα γράμματα του Lusieri προς τον Elgin: «Έχω την ευχαρίστηση να σας ανακοινώσω την απόκτηση της 6^{ης} μετόπης, εκείνης με τον Κένταυρο που απαγάγει τη γυναίκα. Με το έργο αυτό είχαμε πολλά προβλήματα από κάθε άποψη, και αναγκάστηκα να γίνω λίγο βάρβαρος». Σε άλλο γράμμα ελπίζει ότι, «οι βαρβαρισμοί που ήμουν υποχρεωμένος να διαπράξω ελπίζω να ξεχαστούν». Ο Edward Dodwell έγραψε: «Ένωσα την απεριγραπτή ταπείνωση να είμαι παρών όταν ο Παρθενώνας απογυμνώνονταν από τα λαμπρότερα γλυπτά του. Είδα ορισμένες μετόπες της ακραίας νότιας πλευράς του ναού να σέρνονται κάτω. Ήταν σφηνωμένες ανάμεσα στις τριγλύφους με μια εσοχή και προ-

κειμένου να τις σηκώνουν, ήταν απαραίτητο να ρίξουν στο έδαφος το θαυμάσιο γείσο με το οποίο καλύπτονταν. Η νοτιοανατολική πλευρά του αετώματος μοιράστηκε την ίδια τύχη». Δεν μπορούμε παρά να καταραστούμε το βάρβαρο πνεύμα που τους παρότρυνε να θρυμματίσουν και να ακρωτηριάσουν, να λεηλατήσουν και να ανατρέψουν τα λαμπρά έργα που είχε αναθέσει ο Περικλής και που είχε εκτελέσει η απαρámιλλη μεταλοφυΐα του Ικτίνου και του Φειδία.

Ένας άλλος μάρτυρας ο Robert Smirke γράφει: «Ταράχθηκα ιδιαίτερα όταν είδα την καταστροφή που γινόταν με το γκρέμισμα των ανάγλυφων της ζωοφόρου. Κάθε πέτρα καθώς έπεφτε έσειε το έδαφος με το ασήκωτο βάρος της και ο βαθύς υπόκωφος ήχος που έκανε έμοιαζε σαν αγωνιώδεις βογγητό του πληγωμένου πνεύματος του ναού. Αυτά σχετικά με τη βαρβαρότητα». Το 1816 ορίζεται η Εξεταστική Επιτροπή για να μελετήσει την πρόταση του Elgin. Τα μάρμαρα είχαν ήδη εκτεθεί σε διάφορους χώρους και αποθήκες.

Ο Elgin αντιμετώπιζε δυσκολίες στο να πουλήσει τα μάρμαρα στην Κυβέρνηση. Η Επιτροπή είχε να αποφασίσει:

* Με ποια διαδικασία αποκτήθηκε η συλλογή.

* Κάτω από ποιες προϋποθέσεις εκχωρήθηκε η δικαιοδοσία.

* Ποια ήταν η αξία των μαρμάρων σαν έργα τέχνης.

* Τι ποσό θα έπρεπε να διατεθεί για την πιθανή αγορά τους.

Αν διαβάσετε την έκθεση, θα δείτε ότι το βάρος πέφτει στο πόσο καλά ήταν τα μάρμαρα και τι θα έπρεπε να πληρώσουν για την απόκτησή τους. Αλλά προκειμένου να υποδειχθεί η αγορά τους έπρεπε να βρεθεί μια κομπίνα ότι δηλαδή οι διαδικασίες της συναλλαγής ήταν σωστές και ότι τα μάρμαρα πάρθηκαν από τον Elgin τον ιδιώτη και όχι κάτω από την επιτροπή του ως Βρετανού Πρεσβευτή. Διαβάζω από την έκθεση της Εξεταστικής Επιτροπής.

«Ο Κόμης Aberdeen σε απάντηση στο ερώτημα κατά πόσο το κύρος και η επιρροή μιας δημόσιας θέσης ήταν κατά τη γνώμη του αναγκαία για να πραγματοποιηθεί η μετακίνηση αυτών των μαρμάρων απάντησε ότι δεν νομίζει πως ένας ιδιώτης θα μπορούσε να έχει καταφέρει ότι κατάφερε ο Elgin.» (Ο Κόμης Aberdeen συλλέκτης ο ίδιος, ήταν στην Ελλάδα την εποχή αυτή και σε θέση να γνωρίζει τα πράγματα.)

Διαβάζω από την έκθεση: «Ο Doctor Hunt, καλά πληροφορημένος πάνω σ' αυτό το θέμα, όταν ερωτήθηκε, έδωσε την παρακάτω απάντηση. Ένας βρετανός πολίτης, μη πρεσβευτής, δεν θα μπορούσε να αποσπάσει ένα τέτοιο φιρμάνι με τόσο εκτεταμένες δικαιοδοσίες από την τουρκική κυβέρνηση».

Διαβάζω από την έκθεση: «Οι επιτυχίες του βρετανικού στρατού στην Αίγυπτο και η αναμενόμενη απόδοση της επαρχίας αυτής στην Πύλη, είχε ως αποτέλεσμα μια πολύ θετική μεταστροφή προς το έθνος μας στις συνειδήσεις όλου του κόσμου». Κι ακόμα, ακούστε αυτό το πόρισμα της Εξεταστικής Επιτροπής: «Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο Λόρδος Elgin έβλεπε τον εαυτό του σ' έναν ρόλο τελείως διαφορετικό από εκείνον της επίσημης θέσης του. Αλλά το κατά πόσο η κυβέρνηση από την οποία απέσπασε την άδεια τον έβλεπε ή όχι έτσι, είναι ερώτημα που μπορεί ν' απαντηθεί μόνο με εικασίες μη έχοντας συγκεκριμένη μαρτυρία». (Αν αυτό δεν είναι διφορούμενος λόγος τότε τί είναι;) Απουσία συγκεκριμένης μαρτυρίας;

Παραθέτω απόσπασμα εγγράφου του Λόρδου Elgin προς την Επιτροπή: «Είχα να διαπραγματευθώ με τις μεγαλύτερες προσωπικότητες του κράτους». Μπορούσε πράγματι η Επιτροπή να πιστεύει ότι ένας απλός πολίτης μπορούσε να φτάσει στο να διαπραγματευτεί με τις μεγαλύτερες προσωπικότητες του τουρκικού κράτους; Ο Λόρδος Elgin μιλάει στην Επιτροπή για την ευγνωμοσύνη που αισθάνθηκε επειδή του παραχωρήθηκε πλοίο της Αυτού Μεγαλειότητος για τη μεταφορά των κιβωτιών με τα μάρμαρα. Μπορούσε ένας απλός πολίτης να έχει στη διάθεσή του ένα βασίλειο σπλιταγωγό; Ερώτηση της Επιτροπής προς τον Αιδεσιμώτατο Hunt: «Φαντάζεστε ότι το φιρμάνι έδωσε την άδεια να μετακινηθούν μορφές και τμήματα γλυπτών από τους ναούς ή θα πρέπει να 'ταν θέμα ιδιωτικής διαπραγμάτευσης με τις τοπικές αρχές»; Ο Hunt απαντά: «Αυτή ήταν η ερμηνεία που υποχρεώθηκε να δώσει ο κυβερνήτης των Αθηνών.» Πείσθηκε από ποιόν; Από έναν ιδιώτη; Απουσία συγκεκριμένης μαρτυρίας; Από έναν ιδιώτη ή από έναν Πρεσβευτή; Λοιπόν ας δούμε το ίδιο το φιρμάνι. Η άδεια δόθηκε στον Λόρδο Elgin. Παραθέτω: «Χάριν της φιλίας ανάμεσα στην Υψηλή και Αιώνια Οθωμανική Αυλή και εκείνη της Αγγλίας».

Κύριε Πρόεδρε, Αξιότιμα Μέλη, Κυρίες και Κύριοι.

Με όλο τον σεβασμό, νομίζω ότι η απόφαση της

Επιτροπής ότι ο Λόρδος Elgin έδρασε σαν ιδιώτης είναι είτε πολύ αφελής είτε αμφίβολης πίστης. Όμως αυτό έγινε πριν 170 χρόνια.. Αυτή είναι μια διαφορετική Αγγλία. Διαφορετικές είναι οι αντιλήψεις για τις έννοιες Αυτοκρατορία και κατάκτηση. Επικρατεί διαφορετική ηθική. Θα 'ταν ενδιαφέρον να ξέραμε ποιο θα ήταν το πόρισμα μιας Εξεταστικής Επιτροπής σήμερα, αν λαβαίναμε υπόψη τη μαρτυρία εκείνων που κλήθηκαν να καταθέσουν ενώπιόν της και τις κρίσεις εκείνων που δεν κλήθηκαν. Θα έβαζα ένα μικρό στοίχημα, ακόμα και μεγάλο, ότι το πόρισμα θα ήταν διαφορετικό.

Έχω πάρει πολύ χρόνο και ξέρω πως η συζήτηση είναι αυτή που θα αγγίξει τις συνειδήσεις. Ελπίζω η συζήτηση να προκαλέσει μερικές ερωτήσεις. Θέτω μερικές από αυτές.

* Τα μάρμαρα πάθθηκαν κακώς; Και αν κακώς πάθθηκαν, είναι σωστό να κρατούνται;

* Ακόμα, αν είναι σωστό το ότι πάθθηκαν, είναι λάθος να επιστραφούν;

* Τι βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στο επιχείρημα ότι αν δεν τα είχε πάρει ο Elgin, άλλος Άγγλος ή Γάλλος θα τα είχε πάρει;

* Πειράζει που το 95% του ελληνικού λαού μπορεί

ποτέ να μη δει τα λαμπρότερα έργα της ελληνικής δημιουργίας;

* Είναι δυνατόν μια ελεύθερη Ελλάδα να είχε επιτρέψει τη μετακίνηση των μαρμάρων; Η Αγγλία και η Ελλάδα είναι φίλες χώρες. Αγγλικό αίμα έτρεξε στα ελληνικά χώματα στη διάρκεια του πολέμου κατά του φασισμού. Και οι Έλληνες έδωσαν τη ζωή τους για να προστατεύσουν του Άγγλους πιλότους.

Πρέπει να καταλάβετε τι σημαίνουν για μας τα μάρμαρα του Παρθενώνα. Είναι η υπερηφάνεια μας, είναι οι θυσίες μας. Είναι το ευγενέστερο σύμβολο τελειότητας. Είναι φόρος τιμής στη δημοκρατική φιλοσοφία. Είναι οι φιλοδοξίες μας και το ίδιο τ' όνομα μας. Είναι η ουσία της ελληνικότητας. Είμαστε έτοιμοι να πούμε ότι θεωρούμε όλη την πράξη του Elgin σαν άσχετη προς το παρόν. Λέμε στην Βρετανική Κυβέρνηση: Κρατήσατε αυτά τα γλυπτά για δύο σχεδόν αιώνες. Τα φροντίσατε όσο καλύτερα μπορούσατε, γεγονός για το οποίο και σας ευχαριστούμε. Όμως τώρα στο όνομα της δικαιοσύνης και της ηθικής παρακαλώ δώστε τα πίσω. Ειλικρινά πιστεύω ότι μια τέτοια χειρονομία εκ μέρους Μεγάλης Βρετανίας θα τιμούσε πάντα τ' όνομά της. Ευχαριστώ.»

ΚΕΙΜΕΝΟ 2 Τα λόγια του Αλ. Ραγκαβή, στη συνεδρίαση της Αρχαιολογικής Εταιρείας, στις 12 Μαΐου 1842, που έγινε εμπρός στην ανατολική πλευρά του Παρθενώνα.

Τι θα έλεγε φρικιώντας η Ευρώπη, αν εύρισκε κανείς πίνακα του Ραφαήλ ή του Απελλή και αδυνατώντας να τον μεταφέρει έκοβε από αυτόν τα πόδια των μορφών ή τα κεφάλια; Η φίλη των μεγάλων πράξεων Αγγλία, αν δεν μπορεί να μεταφέρει ολόκληρο αυτόν τον ναό στη γη της και μαζί του να μεταφέρει και τον βαθυκύανο ουρανό, στον οποίο κατάλευκος διαγράφεται και τη διάφανη ατμόσφαιρα στην οποία λούζεται και τον λαμπρό ήλιο μας που τον επιχρυσώνει,

στο υπερβόρειο κλίμα της, τότε, όπως άλλοτε βασιλιάδες και λαοί σεμνύνονταν στέλνοντας από της οικουμένης τα πέρατα αφιερώματα ευλάβειας στον Παρθενώνα και την Ακρόπολη, ας στείλει και αυτή, ως δείγμα σεβασμού στο λίκνο του πολιτισμού, τα κοσμήματά του που αρπάχτηκαν και που μακριά του έχουν μόνο μικρή και μερική αξία, όπως κι αυτός χωρίς εκείνα μένει κολοβός και άμορφος.

ΚΕΙΜΕΝΟ 3 Χρήστος Γιανναράς, Επαναπατρισμός σε μη-πατρίδα; «Καθημερινή», 17.11.2002

Ποια λογική έχει το αίτημα: να επιστραφούν στο σημερινό ελλαδικό κράτος όσα γλυπτά του Παρθενώνα κατέχει και εκθέτει το Βρετανικό Μουσείο; Η αυθόρμητη απάντηση της συντριπτικής νομίζω πλειονότητας των σημερινών Ελλήνων θα ήταν τα

γλυπτά αυτά μας ανήκουν. Είναι έργα των προγόνων μας, έκφραση της Ιστορίας μας, οι Βρετανοί τα έκλεψαν από τη δική μας πατρίδα.

Υποθέτω και τις αντιρρήσεις των Βρετανών, κυρίως τις ενδόμυχες (πριν από την ευγενική διαμόρ-

φωση της διατύπωσης): Οι πολιτισμοί δεν έχουν φυσικούς κληρονόμους, κληρονόμοι αναδειχονται όσοι αξιοποιούν δημιουργικά το κληροδότημα. Τα γλυπτά του Παρθενώνα ανήκουν στους λαούς που έχουν την καλλιέργεια να κατανοήσουν τη διαχρονική αξία και σημασία τους για τη σύνολη ανθρωπότητα – ανήκουν στους λαούς που αναδείχθηκαν εκ των πραγμάτων κληρονόμοι του αρχαιοκλασικού πολιτισμού.

Τέτοιοι είναι, εδώ και αιώνες, μόνο οι λαοί της ευρωπαϊκής Δύσης, πιστεύουν οι Βρετανοί. Αυτοί καλλιέργησαν τα κλασικά γράμματα, σπούδασαν την αρχαιοελληνική τέχνη, εξέδωσαν και ερμήνευσαν τα κείμενα της αρχαιοελληνικής γραμματείας, μετέφεραν με τον νεοκλασικισμό στα πέρατα της γης τον ρυθμό και την αισθητική της Αρχαίας Ελλάδας.

Φαντάζομαι τους Βρετανούς να αντιτάσσουν τον ίδιο τον δικό μας Κοραή, που δεχόταν, όπως όλοι οι Δυτικοευρωπαίοι, ότι οι νεότεροι Γραικοί δεν έχουμε σχέση με τους αρχαίους Έλληνες. Ότι μόνο με τον εκδυτικισμό μας οι Γραικοί θα μπορέσουμε να ξαναγίνουμε Έλληνες, αφού η ελληνικότητα διασώθηκε ιστορικά μόνο στη Δύση και όχι στην ποικιλότροπα αλλοτριωμένη γεωγραφική Ελλάδα. Τι καταλαβαίνετε σεις από ελληνικότητα, θα ήθελαν να μας πουν οι Βρετανοί, και επομένως με ποιους τίτλους διεκδικείτε τα γλυπτά του Παρθενώνα; Βάλτε τον μέσο διανοούμενο Γραικό της σήμερα ή τις πολιτικές μας ηγεσίες να απαντήσουν στο ερώτημα: γιατί ο Παρθενώνας είναι σημαντικότερο έργο τέχνης από τον πύργο του Άιφελ – μετρήστε αν έχετε το κουράγιο, το μέγεθος της κατά κεφαλήν πολιτιστικής και μορ-

φωτικής σας υπανάπτυξης.

Αφού την αττική γη, που σας χαρίστηκε να κατοικείτε, την ατιμάσατε βάναυσα εκβαρβαρώνοντας την ιερή ομορφιά της – τα Γλυπτά του Παρθενώνα σάς μάραναν; Η αλήθεια του Παρθενώνα μένει ανερμήνευτη δίχως την αλήθεια του αττικού τοπίου και αυτήν τη δεύτερη αλήθεια την κάνατε τσιμεντένια λέπρα γυφτιάς, βρωμιάς και έσχατης ασήμιας. Στον πιο εγκληματικό βανδαλισμό της Ιστορίας, στην τριτοκοσμική γραικική σας πρωτεύουσα, δώσατε το όνομα της πόλης των Αθηνών, πώς να σας εμπιστευθούμε λείμματα τέχνης ανυπέρβλητης;

Τόσο σεβασμό έχετε για την Αρχαία Ελλάδα, φαντάζομαι να συνεχίζουν απαντώντας στο αίτημα μας οι Βρετανοί, ώστε αρνηθήκατε και το μοναδικό λώρο ζωής που θα μπορούσε να σας δένει μαζί της: τη γλώσσα. Καταργήσατε, παρά τις ψευδαισθητικές επιφάσεις, τη διδασκαλία των αρχαίων στα σχολεία σας, πετσοκόψατε τη γλώσσα σας από τις ρίζες της, για αυτό και τα σημερινά σας γραικικά είναι κωμικά ανάπηρα, συμπλεγματικά. Η νεολαία σας σήμερα, οι ηλικίες κάτω των τριάντα ετών, δεν καταλαβαίνουν πια όχι την «κοινή» ελληνική, αλλά ούτε και πρόσφατους συγγραφείς σας, όπως ο Παπαδιαμάντης και ο Ροΐδης. Πόσο ποσοστό του πληθυσμού σας έχει διαβάσει έστω και τρεις αράδες του Αριστοτέλη, του Πλάτωνα, του Θουκυδίδη; Από πού λοιπόν αντλείτε το θράσος να ονομάζετε προγόνους σας τους αρχαίους Έλληνες και να διεκδικείτε κατ' αποκλειστικότητα τα όσα αυτοί κληροδότησαν στην ανθρωπότητα;



Κριτήριο Αξιολόγησης

ΓΛΥΠΤΑ ΤΟΥ ΠΑΡΘΕΝΩΝΑ

Κείμενο I

Ο Τζορτζ Κλούνεϊ

υποστηρίζει την επιστροφή των Μαρμάρων του Παρθενώνα στην Ελλάδα

(Εφημ. «The Guardian», 9-2-2014,

<https://www.theguardian.com/film/2014/feb/09/george-clooney-parthenon-marbles>)

Ο Τζορτζ Κλούνεϊ θεωρεί ότι η Βρετανία θα πρέπει να επιστρέψει τα Μάρμαρα του Παρθενώνα στην Ελλάδα. Είναι μια ευρέως διαδεδομένη και απόλυτα σεβαστή άποψη – σίγουρα δεν είναι μια «χιτλερική ατζέντα» για τους πολιτιστικούς θησαυρούς του

Λονδίνου, όπως το έθεσε ο Μπόρις Τζόνσον. Είναι όμως έτσι;

Υπάρχουν σίγουρα πολλοί λόγοι για την επιστροφή των Μαρμάρων. Ο ένας είναι ότι ο Λόρδος Έλγιν, ο Βρετανός πρέσβης στην οθωμανική αυτοκρατορία στις αρχές του 19^{ου} αιώνα, απογύμνωσε τον Παρθενώνα από τα περισσότερα γλυπτά του ανήθικα, ή ακόμα και παράνομα. Φαίνεται, βεβαίως, ότι είχε εκμεταλλευτεί το φερμάνι ή την άδεια από τον Σουλτάνο, για να αφαιρέσει τις «πέτρες με επιγραφές ή με μορφές» από το κτίσμα, με έναν ενθουσιασμό που πρόσεξαν πολλοί σύγχρονοι παρατηρητές.

Όταν ο Έλγιν αναγκάστηκε από τις δυσχερείς οικονομικές συνθήκες να πουλήσει τη λεία του και το βρετανικό κοινοβούλιο ψήφισε το 1816 να δεχθεί την έκθεση μιας επίλεκτης επιτροπής, ότι τα είχε νομίμως αποκτήσει, πριν αγοράσει τα μάρμαρα για το Βρετανικό Μουσείο, χρησιμοποιήθηκε μια στενά νομική άποψη του θέματος, που δεν ήταν καθολικά αποδεκτή εκείνη την εποχή, ακόμα και στη βουλή: κατά τη διάρκεια της συζήτησης, ο βουλευτής Hugo Hammersley πρότεινε να επιστραφούν στην Αθήνα.

Αλλά δεν μπορούμε να καθορίσουμε το σωστό πράγμα που πρέπει να κάνουμε τώρα, αποκλειστικά με βάση το ότι κάποιος έκανε το λάθος πράγμα στο παρελθόν – είτε είναι ο ίδιος ο Λόρδος Έλγιν, είτε η κυβέρνηση, που ενέκρινε τις ενέργειές του, ή το προσωπικό του Βρετανικού Μουσείου, που κατέστρεψε τα γλυπτά μέσα από τον υπερ-ενθουσιώδη καθαρισμό τους στη δεκαετία του 1930. Αυτό δε σημαίνει ότι τα θεσμικά όργανα και τα κράτη, και ίσως ακόμη και οι οικογένειες, δεν θα πρέπει να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις παρούσες συνέπειες των προηγούμενων ενεργειών τους, ακόμη και αν κανένας από τους ανθρώπους που εμπλέκονται άμεσα ή επηρεάζονται δε ζει πλέον. Όμως, η διόρθωση αυτών των σφαλμάτων του παρελθόντος ποτέ δεν είναι τόσο απλή ή φθηνή, όπως και η αντιστροφή της αρχικής πράξης.

Ένας άλλος λόγος είναι ότι τα μάρμαρα ανήκουν στην Ελλάδα. Ο ναός χτίστηκε τον 5^ο αιώνα π.Χ. από την πόλη-κράτος της Αθήνας για την Αθηνά, την προστάτιδα θεά της, και στέγασε τα αφιερώματα που οι Αθηναίοι λάμβαναν από τις άλλες πόλεις-κράτη που υπέκειντο σ' αυτήν: σχεδόν ένα σύμβολο της ελληνικής δημοκρατίας ή μιας παρόμοιας αίσθησης. Η Αθήνα έπαψε να υπάρχει ως μια ελληνική πόλη τον 6^ο αιώνα μ.Χ., πάνω από χίλια χρόνια προτού ο έβδομος κόμης του Έλγιν αφαιρέσει τα γλυπτά από την Οθωμανική αυτοκρατορία. Το έθνος της Ελλάδας χρονολογείται από το 1830, είκοσι χρόνια, αφού ο Έλγιν τελείωσε τη βρώμικη δουλειά του και δεκατέσσερα χρόνια, αφότου το βρετανικό κράτος τα παρέδωσε στο Βρετανικό Μουσείο, του οποίου οι θεματοφύλακες θεωρούνται πλέον οι νόμιμοι ιδιοκτήτες των γλυπτών. Είναι δύσκολο να δούμε πραγματικά τι πρέπει να κάνουν τα σύγχρονα εθνικά κράτη της Ελλάδας και του Ηνωμένου Βασιλείου, ή τι πρέπει να γίνει με το ζήτημα της ιδιοκτησίας, σχετικά με το πού εκτίθενται καλύτερα τα γλυπτά του Παρθενώνα.

Αλλά υπάρχει ένας πολύ κακός λόγος για τη μη επιστροφή των μαρμάρων, καθώς η πράξη της επιστροφής θα δημιουργούσε προηγούμενο. Αυτό εξαρτάται πλήρως από ό,τι έγινε. Η επιστροφή των μαρμάρων στην Ελλάδα θα έδειχνε πράγματι ότι τα πολιτιστικά αγαθά θα πρέπει κατά κανόνα να αποστέλλονται στο σύγχρονο έθνος-κράτος που καταλαμβάνει τη γη πάνω στην οποία χτίστηκαν ή βρέθηκαν. Αλλά, αν η κατευθυντήρια αρχή είναι ότι η παγκόσμια πολιτιστική μας κληρονομιά ανήκει σε όλους μας και θα πρέπει να είναι διαθέσιμη σε όσο περισσότερους από εμάς είναι δυνατόν, τότε πρέπει να ληφθούν πιο δύσκολες αποφάσεις.

Σε αυτή την περίπτωση, υπάρχει το πειστικό επιχείρημα ότι οι άνθρωποι πρέπει να έχουν την ευκαιρία να δουν τα μάρμαρα δίπλα στην Ακρόπολη όπου ανεγέρθηκαν εξ αρχής. Στο νέο Μουσείο της Ακρόπολης, ο Παρθενώνας είναι ορατός μέσα από τα παράθυρα της αίθουσας στην οποία τα μάρμαρα θα εκτίθενται μαζί με τις αρχαιότητες που έμειναν στην Αθήνα. Τα γλυπτά που σήμερα είναι χωρισμένα –συμπεριλαμβανομένων μιας αποκεφαλισμένης θεάς και μιας μεγάλης πομπής που εξαφανίζεται στα μισά– θα επανενωθούν και, επιτέλους, θα προσφέρουν όλη την αίσθησή τους. Η Αθήνα δεν είναι λιγότερο προσβάσιμη από το Λονδίνο στον υπόλοιπο κόσμο και το να δούμε και να σκεφτούμε αυτό τον ναό και σχεδόν το σύνολο των γλυπτών στο ίδιο πρωινό, κάτω από τον ίδιο αττικό ουρανό, θα είναι ένα προνόμιο και μια χαρά.

Έτσι, ίσως ο Τζορτζ Κλούνεϊ να έκανε λάθος και η Βρετανία δεν θα έπρεπε να επιστρέψει τα μάρμαρα του Παρθενώνα στην Ελλάδα. Αλλά υπάρχει μια περίπτωση, το Βρετανικό Μουσείο να πρέπει να τα στείλει στο Μουσείο της Ακρόπολης στην Αθήνα, αναθέτοντας την ιδιοκτησία τους σε ένα ίδρυμα που δεν θα συνδέεται με κανέναν οργανισμό ή κράτος. Το γεγονός ότι αυτή η λύση θα ήταν μη αποδεκτή, τόσο από τους Έλληνες όσο και από την βρετανική κυβέρνηση, είναι ένα πρόβλημα του σύγχρονου εθνικισμού και όχι της αρχαίας γλυπτικής.

Κείμενο II



Έλληνες μαθητές τραγουδούν το «Τζιβαέρι μου» στην «ξενιτεμένη» Καρυάτιδα στο Βρετανικό Μουσείο,

(Πληροφοριακό υλικό: οι στίχοι του τραγουδιού)

Αχ, η ξενιτιά το χαίρεται, τζιβαέρι μου,
το μοσχολούλουδό μου
σιγανά, σιγανά, σιγανά και ταπεινά.
Αχ, εγώ ήμουνα που το 'στειλα, τζιβαέρι μου,
με θέλημα δικό μου
σιγανά, σιγανά, σιγανά πατώ στη γη.

*Αχ, πανάθεμά σε ξενιτιά, τζιβαέρι μου,
εσέν' και το καλό σου
σιγανά, σιγανά, σιγανά και ταπεινά.
Αχ, που πήρες το παιδάκι μου, τζιβαέρι μου,
και το 'κανες δικό σου
σιγανά, σιγανά, σιγανά πατώ στη γη.)*

Κείμενο III

Άθως Δημουλάς

Στο μουσείο

(«Σονέτα», 1953)

Το ακέφαλο άγαλμα, στημένο
στη μέση της αίθουσας κοιτάζω.
Απ' τα πόδια ως το λαιμό, σπουδάζω
τις λεπτομέρειες: το λυγισμένο

κάπως γόνατο, το τεντωμένο
χέρι, τους μυς του στήθους. Αλλάζω
θέση κι απόσταση. Θαυμάζω
στο σύνολο το σώμα. Και προσμένω

από τη μια στιγμή ως την άλλη
(της φαντασίας η δύναμη μεγάλη
όταν σε τούτο η τέχνη βοηθεί),

ασύγκριτα προσθέτοντας κάλλη,
στη θέση, απ' όπου λείπει, να φανεί
υπέροχο, απολλώνιο, το κεφάλι.

Ερωτήσεις



ΘΕΜΑ Α

Να γράψετε σε 80-100 λέξεις τα επιχειρήματα που παρουσιάζονται στο κείμενο Ι για την επιστροφή των γλυπτών του Παρθενώνα από το βρετανικό μουσείο στην Αθήνα. (Μονάδες 20)

ΘΕΜΑ Β

B.1.a. Ποιες από τις παρακάτω προτάσεις αποδίδουν ορθά απόψεις του συγγραφέα του κειμένου;

- i. Ο Έλγιν με την έγκριση του βρετανικού κοινοβουλίου «απέσπασε» τα γλυπτά από τον Παρθενώνα.
- ii. Οι απόγονοι του Έλγιν δεν έχουν καμιά ευθύνη για τις ενέργειες εκείνου.
- iii. Τα γλυπτά του Παρθενώνα είναι σύμβολα του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού.
- iv. Το αισθητικό αποτέλεσμα ενισχύει την επιχειρηματολογία για επιστροφή των γλυπτών στην Αθήνα.
- v. Ο εθνικισμός της Αγγλίας και της Ελλάδας δεν επηρεάζει μια λύση του προβλήματος.

(Μονάδες 10)

B.1.β. Να τεκμηριώσεις τις παραπάνω απαντήσεις σου, παραθέτοντας σχετικά αποσπάσματα από το κείμενο. (Μονάδες 5)

B.2.α. «Η επιστροφή των μαρμάρων στην Ελλάδα θα έδειχνε πράγματι ότι τα πολιτιστικά αγαθά θα πρέπει κατά κανόνα να αποστέλλονται στο σύγχρονο έθνος-κράτος που καταλαμβάνει τη γη πάνω στην οποία χτίστηκαν ή βρέθηκαν». Να υπερασπιστείτε την παραπάνω θέση του κειμένου I με 80-90 λέξεις. (Μονάδες 5)

B.2.β. «Ένας άλλος λόγος είναι ότι... τα γλυπτά του Παρθενώνα»: Ποια νομίζετε πως είναι η πρόθεση του συγγραφέα στη συγκεκριμένη παράγραφο του κειμένου I; Πώς ο τρόπος με τον οποίο αναπτύσσει την παράγραφο υπηρετεί αυτή την πρόθεση; (Μονάδες 5)

B.3.α. Να δικαιολογήσετε τη χρήση των παρακάτω σημείων στίξης στο κείμενο I:

- I. Είναι μια ευρέως διαδεδομένη και απόλυτα σεβαστή άποψη – σίγουρα δεν είναι μια «χιτλερική ατζέντα» για τους πολιτιστικούς θησαυρούς του Λονδίνου, όπως το έθεσε ο Μπόρις Τζόνσον. Είναι όμως έτσι; **Το ερωτηματικό** (1^η παρ.)
- II. «πέτρες με επιγραφές ή με μορφές»: **τα εισαγωγικά**. (2^η παρ.)
- III. ... από τις άλλες πόλεις-κράτη που υπέκειντο σ' αυτήν: σχεδόν ένα σύμβολο της ελληνικής δημοκρατίας ή μιας παρόμοιας αίσθησης: **την άνω και κάτω τελεία**. (5^η παρ.)
- IV. Τα γλυπτά που σήμερα είναι χωρισμένα –συμπεριλαμβανομένων μιας αποκεφαλισμένης θεάς και μιας μεγάλης πομπής που εξαφανίζεται στα μισά– θα επανενωθούν και επιτέλους θα προσφέρουν όλη την αίσθησή τους: **τις δύο παύλες**. (7^η παρ.) (Μονάδες 4)

B.3.β. Να γράψετε το δικό σας σχόλιο σε 60-80 λέξεις με βάση το κείμενο II. (Μονάδες 6)

ΘΕΜΑ Γ

Ποιο είναι το θέμα του ποιήματος (κείμενο III) και ποια η θέση του ποιητικού υποκειμένου σ' αυτό; Να τεκμηριώσετε τις απόψεις σας αναφερόμενοι στο ποίημα (100-150 λέξεις). (Μονάδες 15)

ΘΕΜΑ Δ

Τι πιστεύετε πως πρέπει να γίνει σήμερα, για να αναπτύξουν οι Έλληνες μια βιωματική σχέση με την πολιτιστική κληρονομιά του παρελθόντος; Να αναπτύξετε τις θέσεις σας σε ένα άρθρο που θα δημοσιευτεί σε μια εφημερίδα. (300-400 λέξεις) (Μονάδες 30)



Ενημερωτικό Υλικό



► ΟΡΙΣΜΟΣ

Η κοινωνική δικτύωση «social networking sites», είναι νέος τρόπος ηλεκτρονικής επικοινωνίας, που χρησιμοποιείται όχι μόνον από τους νέους αλλά και από τους μεγαλύτερους ηλικιακά χρήστες του διαδικτύου.

► ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

1. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αφορούν τους χρήστες του Διαδικτύου. Οι υπηρεσίες τους απευθύνονται σε ποικίλες ομάδες χρηστών, αλλά χρησιμοποιούνται κατά κύριο λόγο από παιδιά και νέους.
2. Αποτελούν εικονικές, α-τοπικές κοινότητες· τα μέλη τους δημιουργούν μια εικονική ταυτότητα και έχουν τη δυνατότητα επικοινωνίας και συνομιλίας (chat) μέσω της ιστοσελίδας.
3. Στόχος είναι η δημιουργία μιας παγκόσμιας διαδικτυακής κοινότητας για ηλεκτρονική ανταλλαγή πληροφοριών.
4. Ο κάθε ιστόχωρος δίνει τη δυνατότητα στα μέλη του να αναρτούν στοιχεία της προσωπικής τους ζωής (φωτογραφίες, βίντεο, προσωπικά ενδιαφέροντα, κ.λπ.).
5. Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να μοιράζονται με τα μέλη προσωπικές δημιουργίες (νέος τρόπος κοινωνικής διαδραστικότητας και συμμετοχής).

► ΤΑ ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Facebook

Ξεκίνησε τον Φεβρουάριο του 2004 από τον Mark Zuckerberg, φοιτητή του πανεπιστημίου του Harvard. Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μέσω μηνυμάτων με τις επαφές τους. Αναρτούν σχόλια, τα οποία μοιράζονται με άλλα άτομα, αναπτύσσουν ηλεκτρονικό διάλογο, χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα σύμβολα. Ανεβάζουν αγαπημένα βίντεο. Πολλοί διαφημίζουν την εργασία τους και αναζητούν υποψήφιους πελάτες. Συμμετέχουν σε πολλά παιχνίδια. Το προφίλ του κάθε μέλους μπορεί να είναι ψεύτικο.

Twitter (από το 2023 «X»)

Δημιουργήθηκε τον Μάρτιο του 2006 στο Σαν Φρανσίσκο των ΗΠΑ από τον Jack Dorsey. Ο χρήστης μπορεί να επικοινωνεί με τους φίλους του, μέσω σύντομων μηνυμάτων οποιαδήποτε στιγμή μπορεί να συνομιλεί με την οικογένειά του και τους φίλους του, να μοιράζεται μαζί τους video και φωτογραφίες. Και εδώ το προφίλ μπορεί να είναι ψεύτικο.

Skype

Η αρχική του ονομασία ήταν «Sky peer-to-peer». Δημιουργήθηκε από τους Niklas Zennstrom και Janus Friis, και ανήκει στη Microsoft από το 2011. Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν με φίλους με τη φωνή, βίντεο και άμεσων μηνυμάτων μέσω του διαδικτύου. Μέσω της υπηρεσίας οι δικαιούχοι έχουν δωρεάν τηλεφωνικές κλήσεις, ενώ οι κλή-

σεις προς σταθερά και κινητά τηλέφωνα χρεώνονται μέσω χρεωστικού συστήματος. Μέσω του Skype υπάρχει δυνατότητα μεταφοράς αρχείων και τηλεδιάσκεψης.

► ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Στον κοινωνικό τομέα:

- Δίνουν τη δυνατότητα επικοινωνίας με «φίλους». Τα μέσα αυτά αντικατέστησαν άλλους τρόπους επικοινωνίας, όπως την τηλεφωνική και το e-mail.
- Αναζήτηση και επανασύνδεση σχέσεων με παλιούς γνωστούς. Αυτό ικανοποιεί ιδιαίτερα τα παιδιά των μεγαλουπόλεων που δεν έχουν τη δυνατότητα διατήρησης μακροχρόνιων σχέσεων και φιλίας, εξαιτίας των αποστάσεων και των συχνών αλλαγών τόπου κατοικίας που επιβάλλει ο σύγχρονος εργασιακός τρόπος ζωής των γονέων τους.
- Δημιουργία νέων φίλων μέσα από τους κοινωνικούς ιστούς. Τα χρησιμοποιούν ιδιαίτερα όσοι δεν έχουν αρκετό ελεύθερο χρόνο ή δεν τα καταφέρνουν στις πραγματικές σχέσεις.
- Οι άνθρωποι επιθυμούν να ενταχθούν σε μια τέτοια κοινότητα για λόγους κοινωνικής αποδοχής, αυτοεκτίμησης και διεύρυνσης των ενδιαφερόντων τους.
- Κοινωνικοποίηση των ατόμων με την ανταλλαγή θέσεων, πληροφοριών και απόψεων όχι μόνο με νέους της χώρας τους αλλά και με αλλοεθνείς (γνώση ηθών, εθίμων, ξένων πολιτισμών), με επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο μέσω υπηρεσιών άμεσων μηνυμάτων, chat room ή forum. Έτσι, αποκτούν την αίσθηση του παγκόσμιου ανθρώπου.
- Σ' έναν κόσμο που χαρακτηρίζεται από την έλλειψη ή τη δυσκολία ουσιαστικής επικοινωνίας, την απομόνωση, τη μοναξιά και την κοινωνική αποσύνδεση, το διαδικτυακό σύμπαν προσφέρει ίσως μια διέξοδο. Καλυπτόμενοι από την εικονική ταυτότητα οι χρήστες εκφράζουν στους συνομιλητές τους ακόμη και τα βαθύτατα προσωπικά προβλήματα.
- Χρησιμοποιούνται από πολλούς για επικοινωνία με φιλικά ή συγγενικά πρόσωπα που ζουν μακριά.

Στον πνευματικό τομέα:

- Ανταλλάσσονται πληροφορίες και ιδέες για κάθε είδους θέματα (κοινότητες μάθησης).
- Παγκόσμια γενική ή στοχευμένη ειδησεογραφική ενημέρωση με άμεση μετάδοση των ειδήσεων από τους πολίτες.
- Οι μαθητές συνεργάζονται για την καθημερινή σχολική τους προετοιμασία στα μαθήματα αλλά και για τις εξετάσεις.
- Σήμερα προτείνονται νέες μέθοδοι διδασκαλίας με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- Επιστήμονες οργανώνουν συνομιλίες με συναδέλφους τους για θέματα της αρμοδιότητάς τους.

Στον πολιτικό τομέα:

- Οι πολιτικοί κοινοποιούν τις πολιτικές και κομματικές τους επιλογές. Έτσι έχουν και οι απλοί πολίτες τη δυνατότητα να τους κρίνουν και να τους κατακρίνουν (πολιτικός δικτυακός διάλογος, ηλεκτρονική δημοκρατία).
- Ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποδείχτηκε ιδιαίτερα σημαντικός από πολιτικής πλευράς στις αραβικές χώρες (στη λεγόμενη αραβική επανάσταση), στις οποί-

ες μέσω των κοινωνικών ιστών οργανώθηκε το κίνημα που εξελίχθηκε σε επανάσταση εναντίον των απολυταρχικών καθεστώτων στην Αίγυπτο, τη Συρία, κ.λπ.

Στον ψυχολογικό τομέα:

- Ικανοποίηση της ανάγκης για προβολή της ταυτότητας και της προσωπικότητας με την ανάρτηση προσωπικών στοιχείων (φωτογραφίες, προτιμήσεων σε μουσική, κινηματογράφο, αθλητισμό, κ.λπ.).
- Συγκρότηση ομάδων με κοινά ενδιαφέροντα για ανταλλαγή πληροφοριών, που δημιουργεί ένα αίσθημα δύναμης και αυτοπεποίθησης.
- Η κάλυψη της ανάγκης, των νέων ιδίως, αλλά και η «μαγεία» για μια προσωπική μυστική ζωή, έστω κι αν αυτή είναι εικονική.
- Οι μαθητές το χρησιμοποιούν συχνά για διάλειμμα από τη μελέτη τους.
- Τρόπος ψυχαγωγίας με την παρακολούθηση βίντεο και τη συμμετοχή σε ομαδικά διαδικτυακά παιχνίδια.

► ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Στον κοινωνικό τομέα:

- Εκτίθενται στοιχεία της προσωπικής ζωής και προσωπικά δεδομένα, τα οποία εκμεταλλεύονται λόγω ανωνυμίας άγνωστοι και αδιάστακτοι επιτήδειοι εγκληματίες, προκειμένου να εκβιάσουν και να χρησιμοποιήσουν προς όφελός τους αυτά τα στοιχεία. Συχνό είναι το φαινόμενο της παιδικής πορνογραφίας.
- Σήμερα, λειτουργούν εταιρείες που ασχολούνται με το λεγόμενο «Profiling», τη συγκέντρωση δηλαδή στοιχείων σχετικά με διάφορες δραστηριότητες ενός χρήστη, είτε από όσα ο ίδιος έχει δημοσιεύσει σε διάφορες ιστοσελίδες, είτε από όσα έχουν δημοσιεύσει άλλοι για αυτόν, αλλά και από όσα προκύπτουν για το χρήστη από το υπάρχον δημοσιευμένο υλικό. Ταυτόχρονα, το υλικό αυτό δε διαγράφεται εύκολα, ενδεχομένως και καθόλου. Από τη στιγμή που κάποιος δημοσιεύσει μια φωτογραφία στο Facebook, αυτή ταξιδεύει με χίλιους τρόπους, ακόμη κι αν τη σβήσει ο ίδιος από το προφίλ του ή ακόμη κι αν κάποιος σβήσει το προφίλ του από την υπηρεσία, τα όσα έχει δημοσιεύσει δε χάνονται.
- Περιορίζεται ο διάλογος μεταξύ των μελών της οικογένειας. Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προτιμούν την απρόσωπη επαφή μέσω του υπολογιστή. Έτσι, η επίλυση των ενδεχόμενων οικογενειακών προβλημάτων, που απαιτεί συναισθηματική εμπλοκή, μετατίθεται, με αποτέλεσμα να προστίθενται ακόμα περισσότερα οικογενειακά προβλήματα στα ήδη υπάρχοντα. Ως αποτέλεσμα, τα μέλη της οικογένειας αποξενώνονται και η σχέση μεταξύ τους καταλήγει αδιάφορη ή αντιπαραθετική.

Στον οικονομικό τομέα:

- Τα προσωπικά στοιχεία αναζητούν οι εργοδότες, προκειμένου να διαμορφώσουν πληρέστερη εικόνα για το μελλοντικό συνεργάτη τους. Επίσης, τα στοιχεία αυτά τα χρησιμοποιούν διαφημιστικές εταιρείες, προκειμένου να προωθήσουν διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες με επιλεκτικό τρόπο σε επιμέρους ομάδες χρηστών.
- Στους χρήστες των δικτύων αυτών παρατηρείται χαμηλή συμμετοχή σε δημιουργική αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου τους.

Στον ψυχολογικό τομέα:

- Η ανωνυμία επιτρέπει την υποκρισία και το ψεύδος, αφού οι συνομιλητές δε γνωρίζο-

νται προσωπικά και δεν έχουν τη δυνατότητα να αξιολογήσουν τον συνομιλητή τους από πρόσθετα στοιχεία, όπως τη γλώσσα του σώματος, τις άμεσες αντιδράσεις στα λόγια του συνομιλητή, κ.λπ.

- Συχνά παρατηρούνται φαινόμενα ψυχολογικής πίεσης και καθοδήγησης προς τους νέους από διεστραμμένους χαρακτήρες, οι οποίοι ενισχύουν στους νέους, αυτοκτονικές τάσεις ή άλλες απονενομημένες ενέργειες. Οι νέοι, λόγω της ευπιστίας και της απειρίας τους, εξαπατώνται και γίνονται συχνά θύματα εγκληματιών.
- Στις ιστοσελίδες αυτές ενδημεί το φαινόμενο της ενδοσχολικής βίας και γενικότερα ο διαδικτυακός εκφοβισμός.
- Η πολύωρη χρήση τους προκαλεί μια σχέση εξάρτησης. Ο χρήστης είναι προσκολλημένος, ακόμη και όταν δεν είναι συνδεδεμένος.
- Έχει αρνητική επίδραση στην προσωπικότητα του νέου. Αυτό καταδεικνύεται από το γεγονός ότι πολλοί έχουν περισσότερους από έναν λογαριασμούς, στους οποίους εμφανίζουν διαφορετικό πρόσωπο. Λειτουργούν όπως οι διχασμένες προσωπικότητες.
- Αναπτύσσεται ένας ανταγωνισμός για το ποιος θα προσελκύσει περισσότερους φίλους.
- Γεννιέται η ψευδαίσθηση της επικοινωνίας ή της κοινωνικότητας, ενώ στην πραγματικότητα οι σχέσεις είναι εντελώς επιφανειακές και ο νέος μένει μόνος, όταν κλείσει τον ηλεκτρονικό του υπολογιστή.
- Στα άτομα αυτά παρουσιάζεται άγχος, μεγάλη δυσκολία έως και αδυναμία λεκτικής έκφρασης των συναισθημάτων τους καθώς και αδυναμία σύνδεσης μεταξύ τους.

Στον πνευματικό τομέα:

- Η πολύωρη απασχόληση στα δίκτυα έχει επιπτώσεις στη σχολική επίδοση των μαθητών.
- Αρνητική είναι η επίδραση στη γλώσσα, γιατί χρησιμοποιείται ένα συνονθύλευμα αγγλικών, ελληνικών, κ.λπ. στοιχείων (Greeklish).
- Μετάδοση και επαφή με επικίνδυνο ηλεκτρονικό περιεχόμενο, όπως κακόβουλο λογισμικό, πορνογραφικό υλικό, υλικό προσηλυτισμού, υλικό εθισμού σε επικίνδυνες ουσίες, υλικό με θέμα τη βία, ρατσιστικό περιεχόμενο, κ.ά.
- Ο βομβαρδισμός με διαφημιστικά μηνύματα από τις σελίδες του ιστοτόπου.

Στον πολιτικό τομέα:

- Στην «ηλεκτρονική δημοκρατία» των δικτύων ο καθένας έχει δικαίωμα λόγου και διαθέσιμο βήμα. Ωστόσο, επικρατεί μια ψευδαίσθηση για την ισότητα και τη δυναμικότητα του καθενός. Αυτή καθορίζεται από τον αριθμό των εικονικών φίλων και τις «επαφές» που έχει ο καθένας.

► ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

1. Θέσπιση ενός νομοθετικού πλαισίου προστασίας στο διαδίκτυο.
2. Ίδρυση και καθιέρωση μιας «αξιόπιστης αρχής κεντρικής διαχείρισης», από όπου οι χρήστες θα επιλέγουν πού θα δίνουν τις πληροφορίες και σε ποιους θα τις δίνουν, ενώ παράλληλα θα έχουν τη δυνατότητα να σβήσουν ό,τι επιθυμούν.
3. Ανεύρεση της ισορροπίας ανάμεσα στην ελευθερία που προσφέρει η ανωνυμία του χρήστη και την ευθύνη που προκύπτει από τις πράξεις του στο Διαδίκτυο.

4. Επιλογή των πληροφοριών που παρέχει κανείς σε άλλους. Διατήρηση των προσωπικών δεδομένων σημαίνει διατήρηση και έλεγχο της ιδιωτικής του ζωής.

Η στάση των γονέων στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τα παιδιά:

1. Ένδειξη ενδιαφέροντος για τη χρήση των κοινωνικών δικτύων από τα παιδιά. Η στάση τους πρέπει να είναι θετική αλλά ελεγκτική, ανάλογη με τη στάση τους για τους πραγματικούς φίλους.
2. Ανάπτυξη διαλόγου, ενημέρωση, με στόχο την καλλιέργεια της κριτικής σκέψης του παιδιού, ώστε να προληφθούν μελλοντικά προβλήματα.
3. Επισήμανση για τη μη κοινοποίηση προσωπικών δεδομένων στο διαδίκτυο.
4. Ενημέρωση των παιδιών για ασφαλή χρήση των νέων μέσων διαδραστικής επικοινωνίας, ενίσχυση της δυνατότητας για αυτοπροστασία από κάθε μορφής διαδικτυακής παρενόχλησης με:
 - άμεση ενημέρωση των γονιών
 - προσφυγή στη διεύθυνση του σχολείου, σε περιπτώσεις ενδοσχολικής ηλεκτρονικής βίας (cyber bullying)
 - καταγγελία κάθε προσπάθειας παρενόχλησης σε ειδικά αστυνομικά site.

Η στάση του σχολείου:

1. Το σχολείο να ενημερώνει τους μαθητές για τη χρήση των δικτύων στο σχολικό περιβάλλον, με σκοπό την εξοικείωση των μαθητών για την ασφαλή χρήση τους.
2. Ενημέρωση για τους κινδύνους που εγκυμονεί η χρήση των δικτύων αυτών.
3. Πληροφόρηση για τους τρόπους αυτοπροστασίας αλλά και άμεσης καταγγελίας σε περίπτωση εμφάνισης τέτοιων κρουσμάτων.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΚΕΙΜΕΝΑ

ΚΕΙΜΕΝΟ 1 **Τ. ΜΠΑΪΛΑ, Κοινωνικά δίκτυα, συν και πλην**, Διαδικτυακό περιοδικό Thinkfree, 21.8.2012 (διασκευή).



Είναι γεγονός αναντίρρητο ότι η κοινωνική δικτύωση αποτελεί έναν νέο τρόπο επικοινωνίας ευρύτατα διαδεδομένο, ο οποίος αποκτά όλο και μεγαλύτερες διαστάσεις. Επί δεκαετίες ο άνθρωπος αναζητούσε τρόπους να αλλάξει την προσωπική του οπτική σε ό,τι αφορούσε τις κοινωνικές του σχέσεις, και το διαδίκτυο στάθηκε το προσφορότερο έδαφος για κάτι τέτοιο. Σημαντικό είναι να δούμε κατά πόσο και σε ποιον βαθμό τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να γίνουν πόλοι έλξης μεταξύ των ανθρώπων, για ποιους λόγους κάποιος συμμετέχει σε αυτά, ποιοι δεσμοί συνεργασίας αναπτύσσονται διαδικτυακά και, τέλος, πόσο επηρεάζεται ο ατομικός αυτοπροσδιορισμός, όταν ο άνθρωπος λειτουργεί ως μέλος ενός ευρύτερου οργανισμού που διαρκώς αλλάζει και αποκτά γιγαντιαίες διαστάσεις. Οι

δεσμοί που αναπτύσσονται σε αυτούς τους κοινωνικούς ιστούς, οικογενειακοί, επαγγελματικοί ή φιλικοί, συνδέουν ομάδες ατόμων με διαφορετικά συναισθήματα, πολιτικές πεποιθήσεις και οικονομική κατάσταση. Ακόμη, οι κοινωνικοί ιστοί μπορούν να λειτουργήσουν και ως αγωγοί ιδεών, αλτρουιστικών πράξεων, σκέψεων, επιθυμιών, καθώς είναι ικανοί να μεταλαμπαδεύσουν στον διαφορετικό ορίζοντα ενός άλλου ατόμου ανάλογες αξίες και να προκαλέσουν συμπεριφορές. Φυσικά, υπάρχουν βασικοί κανόνες λειτουργίας ενός κοινωνικού δικτύου, όπως η σύνδεση, ο δεδομένος και προαπαιτούμενος δεσμός ανάμεσα στα μέλη μιας ομάδας, και η μετάδοση μιας πληροφορίας, η οποία σχετίζεται κυρίως με την ταχύτητα και την αμεσότητα. Η ανθρώπινη αλληλεπίδραση, ο γρήγορος συντονισμός συναισθημάτων, η

ικανότητα της μαζικής αντίδρασης μπορούν να λάβουν επιδημικές διαστάσεις μέσα στο διαδικτυο και να φορτίσουν ή να αποφορτίσουν ανάλογα μια συγκεκριμένη αντίδραση, θετική ή αρνητική. Ένας ακόμη παράγοντας που επηρεάζεται από τα κοινωνικά δίκτυα είναι το προσωπικό συναίσθημα της ικανοποίησης που πηγάζει από το γεγονός ότι υπάρχουν «δίπλα» μας άλλοι άνθρωποι, υπάρχουν «φίλοι». Εικονικοί έστω, αλλά φίλοι. Είναι γεγονός ότι ο άνθρωπος διακρίνεται και από το εγγενές γνώρισμα της επιζήτησης κοινωνικών σχέσεων, επομένως είναι δεδομένη η ευχαρίστηση που νιώθει στον εικονικό, έστω, κόσμο της φιλίας που αναπτύσσει ο ίδιος μέσα σε ένα πολυοργανικό σώμα, όπως είναι κάποιο κοινωνικό δίκτυο. Όμως, στον αντίποδα αυτής της πραγματικότητας υπάρχει πάντα το τεράστιο κοινωνικό φαινόμενο των ημερών, εκείνο της μοναξιάς, το οποίο δημιουργεί η εικονική διασύνδεση. Η βασική ανάγκη για οικειότητα και κοινωνία σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων και η σύγχρονη, αστική κυρίως, μοναξιά λειτουργούν ως προωθητική δύναμη διασύνδεσης. Τα άτομα με πολλούς εικονικούς φί-

λους νιώθουν αμβλυμένο αυτό το συναίσθημα, μια και η εγγύτητα τροφοδοτείται συνεχώς και είναι σαφές ότι ο μοναχικός άνθρωπος τείνει να προσδεθεί πιο σφιχτά στα δίκτυα κοινωνικής διασύνδεσης, απαλύνοντας ταυτόχρονα και άλλες αρνητικές ψυχολογικές καταστάσεις, όπως είναι το άγχος, η απόρριψη, ο θυμός, η θλίψη και η κατάθλιψη. Τα κοινωνικά δίκτυα είναι πολύπλοκοι και πολυεπίπεδοι οργανισμοί, οι οποίοι διαρκώς εξελίσσονται, διογκώνονται, αναπροσαρμόζονται ή περιορίζονται. Συχνά ο άνθρωπος, καθώς είναι συνδεδεμένος σε κάποιον κοινωνικό ιστό, στερείται αναγκαστικά ένα μέρος της ατομικότητάς του. Επομένως, η μεγάλη πρόκληση για όλους μας είναι να βρούμε τη χρυσή τομή ανάμεσα στην ατομική συμπεριφορά και στη συμπεριφορά που εκδηλώνεται ως αποτέλεσμα σύνδεσης σε κάποιο δίκτυο. Βέβαια, θα πρέπει να έχουμε κατά νου ότι, όπως σε όλα τα πράγματα, έτσι και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης η επωφελής ή επιβλαβής χρήση εναπόκειται στις δικές μας επιλογές και στη δική μας κρίση.

ΚΕΙΜΕΝΟ 2 **Μ. ΣΑΒΡΑΜΗ (2008). Αναπαραστάσεις της φιλίας στην πραγματική και στη διαδικτυακή ζωή: Η περίπτωση του Facebook.** Μεταπτυχιακή έρευνα. Πανεπιστήμιο Αθήνας: Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (διασκευή).

Το συμπέρασμα στο οποίο καταλήγουν ερευνητικές μελέτες για τις αναπαραστάσεις της φιλίας στην πραγματική και τη διαδικτυακή ζωή είναι ότι δεν μπορούμε να μιλάμε για φιλία, όταν αναφερόμαστε στα κοινωνικά δίκτυα και συγκεκριμένα στο Facebook. Οι αναπαραστάσεις της φιλίας στην καθημερινή μας πραγματικότητα διαφέρουν ουσιαδώς από τις αναπαραστάσεις της «φιλίας» στο Facebook. Οι λόγοι που οδηγούν σ' αυτό το συμπέρασμα αναλύονται παρακάτω. Συγκεκριμένα, από τις σχέσεις που αναπτύσσονται στο Facebook απουσιάζουν τα βασικά στοιχεία που ορίζουν τις φιλικές σχέσεις στην εκτός δικτύου πραγματικότητα. Το πρώτο βασικό στοιχείο είναι η απουσία ουσιαστικής επικοινωνίας. Η επικοινωνία που αναπτύσσεται στο περιβάλλον του Facebook χαρακτηρίζεται ως «σχολιασμός» και «συμπλήρωμα της εκτός δικτύου επικοινωνίας». Επίσης, οι σχέσεις αυτές χαρακτηρίζονται από την

έλλειψη οικειότητας, εμπιστοσύνης, συναισθήματος, ψυχολογικής υποστήριξης και αμοιβαιότητας, στοιχείων τα οποία είναι απαραίτητα για τις φιλικές σχέσεις εκτός δικτύου. Το Facebook αποτελεί ένα πρόσωπο περιβάλλον, όπου η έκφραση βαθύτερων συναισθημάτων καθίσταται αδύνατη, καθώς οτιδήποτε διατυπώνεται βρίσκεται δημόσια εκτεθειμένο. Επιπλέον, η αμφιβολία μεταξύ προσώπου ή προσωπείου, δηλαδή η αμφιβολία για την πραγματική ταυτότητα των χρηστών, δεν αφήνει περιθώρια, για να έρθουν δύο άνθρωποι πιο κοντά και να μπορέσουν να αναπτύξουν μια ουσιαστική, φιλική σχέση. Μία ακόμη αιτία προβληματισμού για τη χρήση του όρου «φιλία» σχετίζεται με το γεγονός ότι οι περισσότεροι παράγοντες που θεωρούνται βασικοί για τη διαμόρφωση φιλικών σχέσεων είναι απόντες από το Facebook. Ο α-τοπικός χαρακτήρας των διαδικτυακών κοινοτήτων δεν επιτρέπει τη φυσική εγ-

γύτητα, η οποία κατά γενική ομολογία είναι απαραίτητο στοιχείο για τη διατήρηση μιας φιλικής σχέσης. Ακόμα και αν μια φιλία είναι δυνατό να διατηρηθεί εξ αποστάσεως, αυτό προϋποθέτει ότι η φυσική συνάντηση των ατόμων έχει προϋπάρξει της απομάκρυνσης και υπάρχει πάντα η προσδοκία της επιστροφής. Το Facebook, όπως και οποιαδήποτε άλλη διαδικτυακή κοινότητα, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να αντικαταστήσει την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή. Αυτό που μπορεί να κάνει είναι να υποκαταστήσει ως μέσο επικοινωνίας τη φυσική απουσία του άλλου και αυτό είναι ίσως μία από τις σημα-

ντικότερες λειτουργίες του, ιδιαίτερα αν ληφθούν υπόψη οι γρήγοροι ρυθμοί του σύγχρονου τρόπου ζωής. Μπορούμε, επομένως, να ισχυριστούμε ότι το Facebook δεν είναι ένα περιβάλλον που προσφέρεται για την ανάπτυξη φιλικών σχέσεων, με την έννοια που έως τώρα τους αποδίδαμε στην εκτός διαδικτύου ζωή. Είναι ένα περιβάλλον το οποίο μέσω της κοινωνικής ανταλλαγής μπορεί απλώς να αναπληρώσει την αίσθηση της κοινότητας, αίσθηση που τείνει να εξαφανιστεί μέσα στην ανωνυμία των σύγχρονων μεγαλουπόλεων.

Κριτήριο Αξιολόγησης

ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ



Κείμενο I

Ευστράτιος Παπάνης

Εικονική Πραγματικότητα και Ψυχολογία του Διαδικτύου

(Από το διαδίκτυο)

Η επικοινωνία στο διαδίκτυο έχει τόσο πολλές ιδιαιτερότητες, που μπορούμε, πλέον, να μιλάμε για μια διαφορετική διάστασή της με ποιοτικά, αλλά και ποσοτικά κριτήρια. Όσο πολύπλοκο κι αν είναι το πολυμεσικό περιβάλλον ενός παιχνιδιού, μιας διαδικτυακής κοινότητας, μιας ομάδας συζήτησης με βίντεο κ.λπ. και παρά τα πολύπλοκα γραφικά, αυτό που μεταβάλλεται καθοριστικά είναι η μη λεκτική επικοινωνία, η γλώσσα του σώματος. Η έμφαση δίνεται κυρίως στον γραπτό λόγο, με τις διαφορετικές γνωστικές λειτουργίες της κωδικοποίησης και αποκωδικοποίησης, που αυτό συνεπάγεται. Τα χτυπήματα στον ώμο, η βόλτα με τον φίλο, οι εκφράσεις του προσώπου, η στάση του κορμιού, η όσφρηση, η αφή, ακόμα και η γεύση χάνουν το σημαντικό ρόλο, που έχουν στην πραγματική ζωή.

Ένα ανησυχητικό στοιχείο είναι το αίσθημα κενού, που συνεπάγεται η πολύωρη χρήση των διαδικτυακών παιχνιδιών, του facebook, των «chat rooms» και των άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης: σχέσεις επιφανειακές, φρενήρεις, στιγμιαίες δημιουργούνται, μεταλλάσσονται και διαγράφονται με ένα κλικ. Νεαρά άτομα που εφευρίσκουν πολλαπλά προσωπεία, ανάλογα με την πλευρά του εαυτού, που θέλουν να παρουσιάσουν. Χρήστες που καπηλεύονται και οικειοποιούνται προφίλ άλλων ατόμων. Έκφραση κάθε συναισθήματος, παρόρμησης ή ενστίκτου χωρίς κανένα πρόσχημα. Επικοινωνία στην οποία, ακόμα και η χρήση κάμερας, αποκρύπτει τη γλώσσα του σώματος, αποδυναμώνοντας την αποκωδικοποίηση των μηνυμάτων.

Η πραγματική ζωή φαντάζει ανιαρή, αργή, πληκτική, ανούσια. Οι σχέσεις, με τα τυπικά και τους κανόνες που επιβάλλει η κοινωνία, απαράδεκτες. Το αίσθημα κενού καθώς ο χρήστης επαναφέρεται στην πραγματικότητα, ανήκεστο. Η νέα γενιά που βίωσε την πα-

γίωση του διαδικτύου μετά το 1995, που ανατράφηκε με online παιχνίδια και internet καφέ, που μέσα από το κινητό μπορεί να συνεχίσει **απρόσκοπτα** ό,τι άρχισε στον υπολογιστή, παρατείνοντας ακόμα περισσότερο τις ώρες χρήσης, έχει πρόβλημα συνεννόησης με τις υπόλοιπες γενιές, που δεν κατανοούν την ελκυστικότητα του ιντερνέτ. Η επικοινωνία και οι σχέσεις στην πραγματική ζωή απαιτούν διαπραγμάτευση, ρίσκο, υπομονή, επένδυση χρόνου και συναισθήματος. Η έκβασή τους πολλές φορές αμφίβολη. Αυτός που τις επιχειρεί δε δέχεται άμεση ενίσχυση, όπως συμβαίνει στο διαδίκτυο, ειδικά σε μια κοινωνία που η συλλογικότητα **φθίνει** και ο ατομισμός ανακηρύσσεται σε πρώτιστη αξία. Οι σημερινοί νέοι, που μεγαλώνουν γνωρίζοντας άριστα την ηδονή του «social networking», που χρησιμοποιούν το facebook περισσότερο από πέντε ώρες την ημέρα, αποδίδουν στις πραγματικές τους ταυτότητες λιγότερη αξία σε σύγκριση με τις διαδικτυακές και δεν μπορούν να λειτουργήσουν αποτελεσματικά στον αληθινό κόσμο. Νιώθουν κατάθλιψη για την ανικανότητα αυτή, αδυνατούν να αντλήσουν ευχαρίστηση από μη ακραίες καταστάσεις, όπως αυτές των ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Για τον λόγο αυτό τις **επιζητούν** και στην πραγματική ζωή, με αποτέλεσμα πολλές φορές να φέρονται αντικοινωνικά.

Η φιλία και η επικοινωνία επανανοηματοδοτείται. Ο «άλλος», ο συνομιλητής σε ένα chat room δεν είναι ένα **αμιγώς** πραγματικό πρόσωπο, αλλά ένα προσωπίο, ένα κράμα από αληθινές ιδιότητες και φαντασιακές προβολές. Οι αισθητηριακές αναπαραστάσεις μηδαμινές. Ο χρήστης μιλά σε ένα πρόσωπο που ο ίδιος κατασκευάζει. Προβάλλει επάνω του τις επιθυμίες του, τις ελλείψεις του, τις προσδοκίες του και τις φαντασιώσεις του. Ο «άλλος» ανάγεται σε μορφή ιδεατή. Η απογοήτευση είναι το κυρίαρχο χαρακτηριστικό, όσων αποφασίζουν να συναντηθούν στην πραγματική ζωή.

Στο Facebook ο κόσμος είναι αταξικός. Ο πλούτος, το φύλο, η ηλικία, η καταγωγή, η εθνικότητα, το παρελθόν, τα επιτεύγματα δεν έχουν καμιά σημασία. Εξάλλου, καθένας μπορεί να προσποιηθεί οτιδήποτε. Η διαπραγμάτευση γίνεται επί ίσοις όροις, αλλά με τον διαρκή κίνδυνο να αποδειχθεί **φενάκη**. Οι περισσότεροι νέοι εκφράζουν αποτροπιασμό και θλίψη, όταν επιχειρούν να μεταφέρουν αυτή την εμπειρία στην πραγματική ζωή. Βυθίζονται έτσι ακόμα περισσότερο στην επίπλαστη κατάσταση των διαδικτυακών κοινοτήτων. Και είναι αυτή η αναντιστοιχία ανάμεσα στη ζωή και την εικονική πραγματικότητα που τελικά οδηγεί στην κατάθλιψη.

Κείμενο II

Μάριον Κυπραίου

Εγώ και ο άλλος μου εαυτός στο facebook, στα social media

(Το κείμενο προέρχεται από τον ιστότοπο <http://www.monologies.com>)

Τι είμαι εγώ στην πραγματικότητα, εσύ και όλοι μας οι φίλοι; Ανοίγοντας λογαριασμό σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ανακαλύπτουμε τον εαυτό μας ξανά, δημιουργούμε μία εικόνα. Όλα για το φαίνεσθαι και το «μου αρέσει» ή «like», όπως θέλει τα λέει ο καθένας. Οι ειδοποιήσεις κόκκινα σημάδια, ότι κάποιος μας σκέφτηκε. Πόσο ανάγκη έχουμε να νιώθουμε ξεχωριστοί, είδωλα ανάμεσα στα μέλη της μικρής μας κοινότητας;

Αυταπάτες οι κοινοποιήσεις μας, για να προσελκύσουμε και να σαγηνεύσουμε τους φίλους μας. Κυνηγοί της αγάπης τους, μπροστά και πίσω από τον φακό. Θα πρέπει να στα-

θούμε καλύτερα την επόμενη φορά στην κάμερα, να ανεβάσουμε κάποιο πιο ψαγμένο φιλοσοφικό απόφθεγμα. Γιατί έτσι επιδεικνύουμε το πόσο ενδιαφέροντες είμαστε, πόσο βάθος έχουμε. Το χρονολόγιο λειτουργεί ως λευκός καμβάς, εμείς οι ζωγράφοι.

Πόσο σαθρό το οικοδόμημα που εμείς οι ίδιοι χτίσαμε! Είναι πραγματικά τραγική ειρωνεία, αλλά και ένδειξη μιας εποχής που το ψηφιακό αποτύπωμα μετράει περισσότερο από το ίδιο μας το στίγμα σε πραγματικές περιστάσεις. Εταιρίες πριν καν προσλάβουν, «συμβουλευονται» και ρίχνουν μια ματιά σε μας, στο προφίλ μας λες και γνωρίζουν ποιοι είμαστε εμείς και αποφασίζουν. Το δικαίωμα, ποιος το δίνει αναρωτιέμαι, όταν βγάζουμε εμείς οι ίδιοι τα άπλυτά μας δημόσια; Γιατί μην γελιέστε μπορεί το προφίλ να είναι μία πτυχή του εαυτού μας, ωστόσο δεν είμαστε εμείς. Το προφίλ είναι απλώς μια στιγμή μας, τόσο χαρακτηριστική του ποιοι είμαστε όσο είναι η αγαπημένη μας τσίχλα. Μασάς και πετάς. Το πρόβλημα βέβαια δεν είναι ούτε το facebook, ούτε οι δυνατότητες αυτού. Το πρόβλημα στην πραγματικότητα είμαστε εμείς οι ίδιοι. Παρασυρμένοι από τη μαζική συμπεριφορά, υιοθετούμε πρότυπα ξένα σε εμάς, μη συνεπή και ενδεικτικά του χαρακτήρα μας, μόνο και μόνο για να γίνουμε αρεστοί. Η επιβεβαίωση που προσδοκούμε μέσα από τα social media, μαρτυρά την αδυναμία μας να αποδεχτούμε το εγώ μας. Έχουμε καταντήσει πολλοί από εμάς να θεωρούμε ως πιο σημαντική την άποψη που έχουν οι άλλοι για εμάς, απ' ό,τι εμείς οι ίδιοι για εμάς. Και όλα αυτά γιατί στην ψηφιακή μας κοινωνία, ο μιμητισμός είναι το Α και το Ω στο υποσυνείδητο.

Γκρίζες ζώνες τα προφίλ, δεν χρειάζεται να τα χαρακτηρίσουμε άδικα μαύρα όλα ή άσπρα. Σημασία έχει να λειτουργούμε με πλήρη συνείδηση, χωρίς να λογαριάζουμε τι θα συμβεί μετά. Έχει άραγε τόση σημασία να ανεβεί ο αριθμός των «like», μετά από μία δημοσίευση μας; Στο κάτω κάτω της γραφής, ποιος ενδιαφέρεται αν ο χρήστης «X» αισθάνεται «ευλογημένος» ή ότι «τον αγαπούν», πίνοντας καφέ στο Μικρολίμανο; Σοβαρά τώρα ποιος αισθάνεται έτσι; Για ποιο λόγο μια ολόκληρη γενιά χρηστών έχει μπει σε όλη αυτή τη διαδικασία να ενημερώνει για κάθε της κίνηση; Που πήγε το μυστήριο; Η ανάγκη για ιδιωτικότητα και για απόλαυση της ζωής σε πραγματικούς όρους και όχι σε ψηφιακούς;

Μέρα την ημέρα, αφήνουμε όλο και περισσότερα σημάδια της καθημερινότητας μας, εγκαταλείποντας ένα κομμάτι της ελευθερίας μας. Δίνουμε με τη δική μας, ελεύθερη βούληση την άδεια σε μηχανές αναζήτησης, σε εταιρίες μάρκετινγκ και διαφήμισης να στοιχειοθετούν ένα προφίλ για εμάς που το χρησιμοποιούν μετέπειτα ως εργαλείο για να μας παγιδεύσουν σε ένα φαύλο κύκλο κατανάλωσης νέων προϊόντων. Μας δημιουργούν ανάγκες, κατασκευασμένες για εμάς από εμάς, στον βωμό του κέρδους. Γινόμαστε ένα στατιστικό νούμερο, εργαλείο για να εξάγουν οι μεγάλες πολυεθνικές συμπεράσματα για το πώς να χειραγωγούν τα πλήθη, πώς να δίνουν σε μας ό,τι νομίζουμε ότι χρειαζόμαστε. Ενώ στην πραγματικότητα αυτά που τους παραχωρούμε είναι πολλά περισσότερα.

Πόσο δύσπεπτα όλα αυτά, αν αναλογιστεί κανείς πόσο «ελαφρά τη καρδία» χρησιμοποιούμε το facebook. Σκεφτείτε το.



Κείμενο III

Μάνος Ελευθερίου "Ένας-ένας στην άβυσσο

(«Ο καιρός των χρυσανθέμων», Αθήνα, 2004)

Χτυπούν την πόρτα σου – μιαν άλλη πόρτα. Δεν είναι το δικό σου σπίτι. Εσύ δεν είχες. **Κ**ι έχεις αλλάξει τόσα σπίτια, που τώρα δεν ξέρεις ούτε εσύ πού μένεις. Ξεκινάς και πάντα στέκεις ανάμεσα σε δέκα σπίτια και δεν θυμάσαι πού μένεις. Αλλά οι άλλοι, που φορούν κατάσαρκα τη νύχτα, πώς σε βρίσκουν;

Βάζεις το κλειδί σε μια πόρτα. Δεν ανοίγει. Κάνεις θόρυβο. Την ανοίγουν οι νοικοκυραίοι και σε ρωτούν τι θέλεις. Τίποτε δεν θέλεις. «Και πώς με το κλειδί;» σου λένε. «Τι είναι αυτό; Θα φωνάξουμε την αστυνομία». Πώς να εξηγήσεις; Όταν επιτέλους βρεις το σπίτι σου, θέλεις να ξαπλώσεις. Κανένας εδώ δεν θα φωνάξει την αστυνομία. Προς τι άλλωστε; Δεν τη φώναξαν γιατί σε λυπήθηκαν.

Σε είδαν έτσι παραδαρμένο, με μπογιές στο πρόσωπο, δήτην ντυμένο Άμλετ, «κάτι διαφημίζει αυτός», έτσι άκουσες. Κι έτσι τη γλίτωσες.

Σταματημένα καράβια στη μέση του πελάγου είναι οι φίλοι σου. Σάπια καράβια, έρμια της βροχής και των κυμάτων. Κουβαλώντας βαλίτσες με άχρηστα ρούχα από ρόλους ανθρώπων που ποτέ δεν έπαιξαν ή έπαιξαν κι έφαγαν τα μούτρα τους, με τα παιδικά τους κοντά, βελούδινα παντελονάκια –για γούρι– τυλιγμένα προσεκτικά. Αποκόμματα εφημερίδων. Χαρτιά της αστυνομίας. Αφίσες με το ερειπωμένο τους πρόσωπο επιχρωματισμένο. Ξύλινα κουτιά που κρύβουν ψεύτικα βυζαντινά στέμματα, ζώνες, παραμάνες, καρφίτσες, βελόνες, κουμπιά, κόπιτσες, κλωστές. Και πολλά τσίγκινα κουτάκια με πούδρες και μπογιές για το πρόσωπο. Περούκες, πομάδες και αρώματα. Κι ακόμη τα σκηνικά μιας μελλοντικής ευτυχίας σε ταλαιπωρημένα θεατρικά έργα.

Μια γυναίκα. Μόλις ανασαίνει η φωτογραφία της στο ρημαγμένο πορτοφόλι. Διπλωμένη σαν παλιά συνταγή για κάποιο φάρμακο. Οι φίλοι σου είναι το εισιτήριο για να μπεις σε μια πόλη. Να μπεις σ' ένα θέατρο και σ' ένα ιπποδρόμιο. Μοιάζουν να χάνονται σιγά σιγά, όπως αν αφήσεις τη φωτογραφία πολύ καιρό στον ήλιο. Αυτούς τους φίλους δεν θα τους ξαναβρεις. Αν έρθουν, θα κρατούν περγαμηνές και χρυσόβουλα. Θα 'ναι ντυμένοι με ιερατικά άμφια, κεντημένα με διαμαντικά, και θα σου αναγγείλουν την απέραντη μοναξιά που σε περιμένει, όσο ζεις σ' αυτή την άρρωστη πόλη του χαμού.



Ερωτήσεις

ΘΕΜΑ Α

Να παρουσιάσετε σε 70-90 λέξεις τα αίτια που οδηγούν τους σύγχρονους ανθρώπους στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σύμφωνα με το κείμενο II. (Μονάδες 20)

ΘΕΜΑ Β

Β.1. Ποιες από τις παρακάτω προτάσεις αποδίδουν ορθά τις απόψεις του συγγραφέα του κειμένου I; (Σ ή Λ). Να τεκμηριώσεις κάθε απάντησή σου, παραθέτοντας σχετικά αποσπάσματα από το κείμενο.

- α. Στο διαδίκτυο γίνεται ισοδύναμη χρήση του γραπτού λόγου και της γλώσσας του σώματος.
- β. Στη διαδικτυακή επικοινωνία η χρήση της κάμερας δε συγκαλύπτει τη γλώσσα του σώματος.
- γ. Μέσα από τη διαδικτυακή επικοινωνία ενισχύεται η ικανότητα των χρηστών να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τις απαιτήσεις στην πρακτική τους καθημερινότητα.
- δ. Η βία είναι αποτέλεσμα της προσομοίωσης της διαδικτυακής ζωής με την πραγματικότητα.
- ε. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν τον ρατσισμό. (Μονάδες 15)

B.2.α. «Ένα ανησυχητικό ... αποκωδικοποίηση των μηνυμάτων» (Κείμενο I): Να χαρακτηρίσετε τη συλλογιστική πορεία της δεύτερης παραγράφου του κειμένου I και να δικαιολογήσετε την άποψή σας. (Μονάδες 3)

B.2.β. «Πόσο σαθρό ...μασάς και πετάς»: Να παρουσιάσετε την οργάνωση του επιχειρήματος στην τρίτη παράγραφο του κειμένου II (π.χ. Ισχυρίζεται ... και στηρίζει τον ισχυρισμό του με τη χρήση ενός... και στη συνέχεια την άποψή του, κ.λπ.). (Μονάδες 2)

B.3.α. Να χρησιμοποιήσετε τις κατάλληλες διαρθρωτικές λέξεις, για να πετύχετε την καλύτερη συνοχή στις παραγράφους του κειμένου I. (Μονάδες 4)

B.3.β. Να εντοπίσετε διαφορές στη γλώσσα και στο ύφος των δύο κειμένων και να αιτιολογήσετε τις διαφορές αυτές. (Μονάδες 6)

B.3.γ. απρόσκοπτα, φθίνει, επιζητούν, αμιγώς, φενάκη (Κείμενο I): Να γράψετε ένα συνώνυμο για καθεμιά από τις παραπάνω λέξεις. (Μονάδες 5)

ΘΕΜΑ Γ

Αναφέροντας κειμενικά στοιχεία του κειμένου III να συσχετίσετε τους φίλους που παρουσιάζει ο Μάνος Ελευθερίου με τους «φίλους» των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε 150-200 λέξεις.

(Μονάδες 15)

ΘΕΜΑ Δ

Σ' ένα άρθρο, που θα δημοσιευτεί στην ιστοσελίδα του σχολείου σας, να παρουσιάσετε τις απόψεις σας σχετικά με τους λόγους συμμετοχής ενός μεγάλου ποσοστού ανθρώπων και ιδιαίτερα νέων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και το θέμα της ασφάλειας και της αξιοπιστίας των πληροφοριών που προέρχονται από αυτά. (300-400 λέξεις) (Μονάδες 30)

Ολοκληρωμένες απαντήσεις στα κριτήρια αξιολόγησης



ΚΡΙΤΗΡΙΟ 1ο (ΠΑΙΔΕΙΑ)

ΘΕΜΑ Α

Τα κείμενα αναφέρονται στον ζητούμενο κοινωνικό ρόλο των πανεπιστημίων. Στο πρώτο κείμενο προτείνεται η κοινωνική δραστηριοποίησή τους σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, η ενημέρωση του κοινωνικού συνόλου για το παραγόμενο επιστημονικό έργο και η δραστηριοποίηση των πανεπιστημιακών στην τοπική και εθνική ανάπτυξη. Στο δεύτερο κείμενο, προτείνεται η ενίσχυση των ανθρωπιστικών επιστημών, η καταπολέμηση της κοινωνικής παθολογίας, η έρευνα και προβολή της εθνικής κληρονομιάς, η προστασία των ανθρωπιστικών και δημοκρατικών αξιών μέσα από τη λογοτεχνία, τη γλώσσα, τη θρησκεία. Αυτά θα υλοποιηθούν με αγώνα για ειρήνη, πρόοδο, ηθική και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.

ΘΕΜΑ Β

B.1.α. 1. → Λ, 2. → Λ, 3. → Σ, 4. → Σ, 5. → Σ.

B.1.β.

- «Η αξιολόγηση ενός σύγχρονου πανεπιστημίου, διαδικασία ζωτικής σημασίας για την εξέλιξη του θεσμού, βασίζεται πάνω σε δύο τουλάχιστον κριτήρια. Κατ' αρχήν πρέπει το πανεπιστήμιο να έχει τη δυνατότητα να προσελκύει τους καλύτερα καταρτισμένους επιστήμονες (διδασκτικό και ερευνητικό προσωπικό), φοιτητές και πόρους για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων του, εκπαιδευτικών και ερευνητικών», «ο δεύτερος εξίσου σημαντικός ρόλος...κοινωνικό σύνολο» (κείμενο I, παρ. 1^η), «Ο κλασικός ρόλος...έρευνας» (κείμενο I, παρ. 2^η).
- «Το ελληνικό πανεπιστήμιο ασφαλώς αποτελεί μέρος του ευρωπαϊκού χώρου των ΑΕΙ, οφείλει, όμως, παράλληλα να προβάλλει και τη δική του μοναδικότητα και ιδιαιτερότητα» (Κείμενο II, παρ. 1^η). «Πρέπει να μετέχουμε ενεργά...τη γλώσσα μας» (Κείμενο II, παρ. 3^η).
- «Θα ήταν, επίσης, εξαιρετικά δυσάρεστο για την εξέλιξη των επιστημών, και συνεπώς τη δυναμική των κοινωνιών, να παραβλέψουμε, από άποψη χρηματοδότησης και στήριξης, επιστήμες, όπως για παράδειγμα τις ανθρωπιστικές» (κείμενο I, παρ. 7^η). «Το ελληνικό πανεπιστήμιο...πολιτεύματος» (κείμενο II, παρ. 1^η). «Οφείλει χωρίς παρωπίδες και προκαταλήψεις να ενισχύει την έρευνα σε όλα τα γνωστικά αντικείμενα, περιλαμβανομένων των κοινωνικών και ανθρωπιστικών επιστημών, των φυσικών επιστημών, των μαθηματικών, της πληροφορικής και των τεχνών» (κείμενο II, παρ. 2^η)

4. «Οι δραστηριότητες ενός πανεπιστημίου που θέλει να προσφέρει υπηρεσίες, επεκτείνονται συνήθως πέραν των παραδοσιακών σχολών, σε επαγγελματικά προγράμματα προσαρμοσμένα στις ανάγκες της αγοράς, σε μεταπτυχιακά μαθήματα ή συμπληρωματική επαγγελματική κατάρτιση μικρής διάρκειας και, βέβαια, σε ερευνητικές δραστηριότητες» (κείμενο I, παρ. 6^η).

«Η θέση αυτή μπορεί να προβληθεί με παράλληλη διεκδίκηση της ποιοτικής αναβάθμισης των προπτυχιακών και μεταπτυχιακών σπουδών των πανεπιστημίων μας». (κείμενο II, παρ. 2^η)

5. «Ο δεύτερος εξίσου σημαντικός ρόλος ...εθνικά αλλά και σε διεθνές επίπεδο» (κείμενο I, παρ. 1^η).

«Τρίτον...δίκτυα»: (κείμενο I, παρ. 3^η).

«Ο διάλογος για την ανώτατη παιδεία ...παιδεία και έρευνα» (κείμενο I, παρ. 7^η).

«Το ελληνικό πανεπιστήμιο ασφαλώς αποτελεί μέρος του ευρωπαϊκού χώρου των ΑΕΙ, οφείλει, όμως παράλληλα να προβάλλει και τη δική του μοναδικότητα και ιδιαιτερότητα...πολιτεύματος» (κείμενο II, παρ. 1^η).

«Πρέπει να μετέχουμε...την εθνική μας ταυτότητα» (κείμενο II, παρ. 3^η).

B.2.α.

I. Δύο είναι τα κριτήρια αξιολόγησης ενός σύγχρονου πανεπιστημίου: Η δυνατότητα προσέλκυσης καταρτισμένων επιστημόνων και οικονομικών πόρων για ερευνητική δράση καθώς και ο κοινωνικός του ρόλος σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

II. Οι κίνδυνοι που απορρέουν από την ιδιωτική χρηματοδότηση των πανεπιστημίων είναι η εξάρτησή τους από «εξωτερικούς πόρους», η εμπορευματοποίηση της εκπαίδευσης και της έρευνας, η επικέντρωση του επιστημονικού ενδιαφέροντος σε τομείς που προσελκύουν εύκολα πόρους και, τέλος, η εμμονή στον τεχνολογικό τομέα, με αποτέλεσμα τον παραγκωνισμό των ανθρωπιστικών επιστημών.

B.2.β. Πράγματι και τα δύο κείμενα είναι κείμενα επιχειρηματολογίας και συγκεκριμένα άρθρα. Οι συντάκτες τους επιχειρούν να παραθέσουν τις απόψεις τους για τον ρόλο των πανεπιστημίων στην εποχή μας, υποστηρίζοντας τις θέσεις τους με σειρά επιχειρημάτων. Ο κυρίαρχος, επομένως, τρόπος πειθούς είναι η επίκληση στη λογική με τη χρήση επιχειρημάτων και τεκμηρίων.

Στο πρώτο κείμενο:

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της χρήσης των επιχειρημάτων στη δεύτερη παράγραφο. Σ' αυτή σκο-

πός της αρθρογράφου είναι να **ενημερώσει** για τον τρόπο λειτουργίας των πανεπιστημίων, προκειμένου αυτά να συνδεθούν με το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον και να ανταποκριθούν στις σύγχρονες επιστημονικές και οικονομικές απαιτήσεις και να **πείσει** για την ορθότητα των απόψεών της. Για την αποτελεσματικότερη πειθώ στην παραπάνω θέση παραθέτει ως τεκμήριο τους τέσσερις στόχους του σύγχρονου πανεπιστημίου στην τρίτη παράγραφο: «Οι στρατηγικοί στόχοι ...εθνικής ανάπτυξης». Χρησιμοποιεί, επίσης, την αναφορική λειτουργία της γλώσσας, για να αποτυπώσει με ύφος σοβαρό και λιτό την πραγματικότητα στον πανεπιστημιακό χώρο.

Στο δεύτερο κείμενο:

Στο απόσπασμα του δεύτερου κειμένου κυριαρχεί η επίκληση στη λογική με τη χρήση επιχειρημάτων αλλά και τεκμηρίων. Ενδεικτικά επισημαίνεται η χρήση του επιχειρήματος στη δεύτερη παράγραφο, για να πείσει για την κατεύθυνση προς την οποία πρέπει να κινηθεί το Ελληνικό Πανεπιστήμιο. Αναφέρει, μάλιστα, ως παραδείγματα ορισμένους τομείς (κοινωνικές και ανθρωπιστικές επιστήμες, φυσικές επιστήμες, μαθηματικά, πληροφορική, τέχνες κ.λπ.) προς τους οποίους, κυρίως, πρέπει να στραφεί. Με τα επιχειρήματα και τα τεκμήρια ο αρθρογράφος μάς ενημερώνει για τις απόψεις του και επιχειρεί να μας πείσει για την ορθότητα των θέσεών του. Χρησιμοποιεί, κατά κανόνα, την αναφορική λειτουργία της γλώσσας, για να αποτυπώσει με ύφος σοβαρό και λιτό την άποψή του για τον προσανατολισμό λειτουργίας του Ελληνικού Πανεπιστημίου. Υπάρχουν, βέβαια, και οι συνυποδηλώσεις στην τελευταία παράγραφο, με την μεταφορά στο χωριό των Γαλατών.

B.3.

A. Μεταφορές: «Η διαμόρφωση...σημαντικοί». Ο αρθρογράφος χρησιμοποιεί τον όρο «παγκόσμιο χωριό» αντί για τον όρο πλανήτη ή παγκόσμια κοινωνία, τον όρο «χωριό των Γαλατών» αντί του όρου «κράτος» ή «η χώρα μας», την έκφραση «ξύλινο τείχος» αντί «τα σύνορά μας», τον όρο «ρωμαϊκές λεγεώνες» αντί των λέξεων «νεωτερισμός, καινοτομίες». Οι μεταφορές προσδίδουν συναισθηματική φόρτιση και συμβάλλουν με την παραστατικότητα των εικόνων στην καλύτερη και σαφέστερη κατανόηση της έντονης διαφοράς και των κινδύνων που εγκυμονεί η εμμονή των δικών μας Πανεπιστημίων στα αποκλειστικά τοπικά και εθνικά ενδιαφέροντα και η υποβάθμιση ή αδιαφορία για την παγκόσμια πραγματικότητα.

B. Ασύνδετο σχήμα: «οι σκέψεις για τον ανθρωπιστικό...και το περιβάλλον». Με την ασύνδετη παράθεση του εύρους του περιεχομένου της επιστήμης που θε-

ωρείται ξεπερασμένο από τους υποστηρικτές της παγκοσμιοποίησής της, ο αρθρογράφος προσδίδει στο κείμενο ταχύτητα, ρυθμό, ροή, ρητορισμό, ένταση, έμφαση και ζωντάνια. Παράλληλα γίνεται κατανοητή η πολύπλευρη ωφελιμότητα της επιστήμης για τον άνθρωπο και επιτείνεται η μεγάλη αξία της.

Γ. Αντίθεση: αποδίδεται με τις λέξεις «το μαύρο και το άσπρο». Με την αντίθεση ο αρθρογράφος κάνει πιο έντονη και εναργή τη διπολική/μανιχαϊστική αντίληψη των οπαδών της θεωρίας «του γαλατικού χωριού» που θεωρούν ωφέλιμο ό,τι εντάσσεται στην αποκλειστική εσωτερική πραγματικότητα, ενώ ό,τι ξεφεύγει από αυτή και σχετίζεται ή προέρχεται από τη διεθνή πραγματικότητα, εκλαμβάνεται ως εχθρικό.

ΘΕΜΑ Γ

Με το συμβολικό αυτό ποίημα ο Παλαμάς εκθέτει το όραμά του για την εκπαίδευση και την Επιστήμη. Με τις επαναλαμβανόμενες προστακτικές των ρημάτων (χτίστε, ανοίχτε) προτρέπει για μια πλατιά και με γερές βάσεις εκπαίδευση, απαλλαγμένη από τη μιζέρια, τον συντηρητισμό και τον σχολαστικισμό του παρελθόντος («λιτά χτίστε τα, απλόχωρα, μεγάλα»), («νάρχεται ο κυρ Ήλιος διαφεντευτής», προσωποποίηση, κ.λπ.). Οι μεταφορές («μακριά...χτίστε») και οι παρομοιώσεις («και τα βιβλία...είναι») παρουσιάζουν με τον καλύτερο τρόπο την ελευθερία που οραματίζεται για τη σύγχρονη και ανοιχτή σε όλα τα ρεύματα και τις νέες επιστημονικές αντιλήψεις εκπαίδευση. Σαν τον ζωοδότη Ήλιο η γνώση να εισβάλλει, να φωτίζει και να ζωογονεί και σαν τον φρέσκο αέρα να πλημμυρίζει με νέες γνώσεις το πνεύμα. Βλέπει την Επιστήμη και την Τέχνη σαν ένα τραγούδι (παρομοίωση) που θα διαμορφώνει και θα ομορφαίνει τις ψυχές των μαθητών («Στη γη της ομορφιάς, αρματωμένη την Επιστήμη, η Ομορφιά, χαρά της! Αρχή της σοφίας»). Ο δάσκαλος να είναι «ποιητής», πλάστης και παιδαγωγός ψυχών και τα βιβλία τα μέσα που με τη σοφία τους θα ομορφαίνουν τη ζωή των μαθητών. Στόχος όλων πρέπει να είναι η αναζήτηση και η κατάκτηση του εξαιρέτου. Η γλώσσα είναι απλή, το ύφος λυρικό και πλεονάζουν οι εικόνες, τα ασύνδετα και άλλα σχήματα.

ΘΕΜΑ Δ

Επικοινωνιακό πλαίσιο: Το κείμενο που ζητείται είναι ομιλία. Απαιτείται **προσφώνηση** στην αρχή και **επιφώνηση** στο τέλος. **Πρόλογος:** αφορμή της ομιλίας, ιδιότητα ομιλητή, θέμα, προσωπική θέση. **Πρόσωπα ρημάτων:** όλα τα πρόσωπα των ρημάτων (πρώτο ενικό για προσωπική θέση, δεύτερο ενικό και πληθυντικό για επικοινωνιακότητα, τρίτο ενικό, πρώτο και τρίτο πληθυντικό για αντικειμενικότητα). **Γλώσ-**

σα: Αναφορική αλλά και συνυποδηλωτική. **Ύψος:** οικείο, επιτρέπεται κάποιος ρητορισμός (ασύνδετο σχήμα, επανάληψη προσφώνησης, τονισμός). **Τρόποι πειθούς:** όλοι οι τρόποι, κυρίως επίκληση στη λογική και στο συναίσθημα.

Ενδεικτικός Πρόλογος

Κύριε Διευθυντή, σεβαστοί καθηγητές, αγαπητοί συμμαθητές, Κυρίες και Κύριοι,

Η γνώση, η πληροφορία και η επικοινωνία αποτελούν τους βασικούς πυλώνες της εποχής μας. Η σύγχρονη πραγματικότητα αξιώνει την κατάρτιση της γνώσης, προκειμένου οι πολίτες να είναι σε θέση να παρακολουθούν τις ραγδαίες εξελίξεις. Με αφορμή τη σημερινή εκδήλωση του σχολείου μας, θα ήθελα ως τελειόφοιτος, συμβάλλοντας στον ευρύτερο προβληματισμό για το θέμα της Παιδείας, να αναφερθώ στους στόχους που πρέπει να έχει η σύγχρονη ανώτατη εκπαίδευση, πιστεύοντας πως ο ρόλος της είναι καταλυτικός για τους νέους και τη χώρα μας γενικότερα.

Κύριο Μέρος

Οι Στόχοι της ανώτατης εκπαίδευσης

Στον Πνευματικό τομέα:

- Να πείθει, να κινητοποιεί, να διδάσκει, να δείχνει τον δρόμο, να προβληματίζει και, προπάντων, να εμπνέει διδάσκοντες και διδασκομένους, πολίτες και πολιτεία, ιδιαίτερα σε δύσκολους καιρούς, όπως η περίοδος της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η χώρα μας.
- Να παρέχει σύγχρονη εξειδικευμένη και υψηλής ποιότητας επιστημονική γνώση, που θα ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες και έντονα ανταγωνιστικές ανάγκες της εποχής μας, δίνοντας την ίδια βαρύτητα στο περιεχόμενο των θετικών και των ανθρωπιστικών επιστημών.
- Παράλληλα με τη συστηματική διδασκαλία να πραγματοποιεί και να προάγει την επιστημονική έρευνα, που θα ανοίγει νέους δρόμους με ευρύτερες κοινωνικές διαστάσεις.
- Να μορφώνει και να διαμορφώνει τους δασκάλους όλων των βαθμίδων της εκπαίδευσης και γενικότερα να προετοιμάζει επιστημονικό δυναμικό ικανό να χρησιμοποιεί τις νέες τεχνολογίες και να αναπτύσσει δίκτυα επικοινωνίας με πανεπιστήμια άλλων χωρών.
- Να αποφεύγει τη μονομέρεια και τη στεία εξειδικευτική γνώση και να προάγει γενικότερα τον πολιτισμό, τα γράμματα και τις τέχνες, διαπλάθοντας επιστήμονες με ευαισθησίες, ευρύτερη μόρφωση και πολιτισμό.
- Να καλλιεργεί την κριτική και αυτοκριτική ικανότητα, υιοθετώντας την αξιολόγηση και την αυτοαξι-

ολόγηση των πανεπιστημίων, ώστε να δίνουν το παράδειγμα του θεσμού που επιδιώκει την αξιοκρατία, τον έλεγχο, την ποιότητα, την καταξίωση της αριστείας και των αξιολογικών κρίσεων.

Στον Κοινωνικό τομέα:

- Να μελετά τους κοινωνικούς θεσμούς και να αξιοποιεί τα πορίσματα στην καθημερινή ζωή.
- Το περιεχόμενο και οι προσανατολισμοί της να λαμβάνουν υπόψη τη διεθνή θέση της χώρας, ώστε να ανταπεξέλθει στο ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον που διαμορφώνει η παγκοσμιοποίηση.
- Οι επιστήμονες να πλαισιώνουν τις κάθε είδους μη κυβερνητικές και άλλες οργανώσεις και να συντρέχουν κάθε φορά χώρες και περιοχές που χρήζουν άμεσης βοήθειας.
- Να στοχεύει στην ανάπτυξη συνεργιών σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων αλλά και με εργοδότες, συνδικάτα και άλλους εταίρους.
- Να ενθαρρύνει την κινητικότητα, ιδιαίτερα μέσω της πρωτοβουλίας Erasmus.

Στον πολιτικό τομέα:

- Ως ζωντανός και δημιουργικός χώρος του πνεύματος, το πανεπιστήμιο να καλλιεργεί το σύστημα των κοινωνικών και πολιτικών αρχών και αξιών (δημοκρατία, δικαιοσύνη, αξιοκρατία, ελευθερία, ισότητα, ηθική, αξιοπρέπεια, ανθρώπινα δικαιώματα, σεβασμό στους νόμους, δικαιώματα του πολίτη).
- Να στρατεύεται στον αγώνα για την επικράτηση της ειρήνης σ' ολόκληρο τον κόσμο. Οι επιστήμονες ως πνευματικοί ηγέτες να δίνουν το παράδειγμα σε κυβερνήσεις και λαούς.
- Να μη συνδέεται ποτέ ολοκληρωτικά με τα συμφέροντα μιας κυρίαρχης κοινωνικής τάξης.

Στον ηθικό τομέα:

- Να αναφέρεται, παράλληλα με την καλλιέργεια και τη μετάδοση της επιστήμης, στις ηθικές αρχές που διέπουν την επιστημονική γνώση και τις εφαρμογές της και να καλλιεργεί ανάλογο ήθος στον νέο επιστήμονα: όχι στο δόγμα «η επιστήμη για την επιστήμη» αλλά η επιστήμη στην υπηρεσία του ανθρώπου.

Στον οικονομικό τομέα:

- Με την εξειδίκευση και τη σύγχρονη γνώση να κατάρτιζει επιστήμονες με επαρκή γνώση, ώστε να έχουν επαγγελματική αποκατάσταση σε εθνικό αλλά και παγκόσμιο επίπεδο.
- Να δημιουργεί προϋποθέσεις για την εξασφάλιση της διά βίου μάθησης (με σεμινάρια, βραχύχρονα προγράμματα μετεκπαίδευσης, μεταπτυχιακά, ανοιχτά πανεπιστήμια, κ.λπ.), ώστε να αποφεύγεται η ανεργία των πτυχιούχων.