ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΕΣ ΠΡΟΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ
Γ΄ ΤΑΞΗΣ ΕΣΠΕΡΙΝΟΥ ΕΝΙΑΙΟΥ ΛΥΚΕΙΟΥ
ΔΕΥΤΕΡΑ 9 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2002
ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑ
ΓΕΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ : ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

ΚΕΙΜΕΝΟ:
Οι κατευθυνόμενες προτιμήσεις

Σε κάθε κριτική για τα κάθε λογής παραστρατήματα των μέσων μαζικής επικοινωνίας, και περισσότερο της τηλεόρασης, οι υπεύθυνοι απαντούν με ένα επιχείρημα που φαίνεται ακαταμάχητο: αυτά μεταδίδουμε γιατί αυτά θέλουν οι θεατές μας και οι δείκτες τηλεθέασης καλούνται να αποδείξουν του λόγου το αληθές. Έτσι απαλλάσσονται από την ευθύνη για την ποιότητα των προγραμμάτων τους ή και για τις κάθε λογής προσβολές της ανθρώπινης προσωπικότητας που συχνά διαπράττονται με τα προγράμματα αυτά, χωρίς μάλιστα η ευθύνη να πέφτει στους ώμους των διαφημιστών ή των πελατών τους. Κι αυτοί, αν τέτοια προγράμματα ζητούν για να τοποθετήσουν τα διαφημιστικά τους μηνύματα, είναι γιατί τέτοια προγράμματα τραβούν την προτίμηση των θεατών. Αυτά θέλει ο λαός, αυτά του προσφέρουμε, ζήτω η δημοκρατία.

Αυτό το λαϊκό άλλοθι των υπευθύνων για τα προγράμματα των μέσων μαζικής επικοινωνίας είναι λιγότερο στερεό απ' όσο φαίνεται. Γιατί το επιχείρημά τους οδηγεί αναγκαστικά στο ερώτημα: πόσο πρωτογενής, πόσο «έμφυτη» είναι η λαϊκή προτίμηση προς τα κακά προγράμματα; Πώς και από ποιον διαμορφώθηκε αυτή η προτίμηση; Και το σπουδαιότερο: ποιος είναι ο ρόλος των μέσων μαζικής επικοινωνίας στη διαμόρφωση των λαϊκών προτιμήσεων, γενικότερα της ηθικής και της αισθητικής του μέσου θεατή;

Τα ερωτήματα θα μπορούσαν να επεκταθούν και να καλύψουν όλη τη λειτουργία των καταναλωτικών κοινωνιών μας. Εδώ υποτίθεται ότι η οικονομία παράγει για να

καλύψει τις ανάγκες των καταναλωτών. Αλλά ποιες ανάγκες; Αυτές που η παραγωγή έχει κατορθώσει να δημιουργήσει με τη διαφήμιση, με το παράδειγμα, με τους τρόπους ζωής που προβάλλει η τηλεόραση. Πρώτα παράγεται (ή σχεδιάζεται) το προϊόν κι ύστερα δημιουργείται η ανάγκη· η προσφορά καθορίζει τη ζήτηση.

Η ίδια μέθοδος εφαρμόζεται και στο εμπόρευμα που λέγεται τηλεοπτικό πρόγραμμα: καλλιεργείς το ενδιαφέρον του κοινού κι ύστερα προσποιείσαι ότι είσαι υποδουλωμένος σ' αυτό. Καμιά φορά μάλιστα καταντάει να είναι κι αλήθεια, όταν το ενδιαφέρον που έχεις καλλιεργήσει φουντώνει τόσο ώστε να βρίσκεσαι αναγκασμένος να το ικανοποιήσεις.

Οι αθλητικές εκπομπές είναι ένα παράδειγμα των τηλεοπτικών προτιμήσεων που καλλιεργούνται από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Εύκολα θα μπορούσε να καταστρωθεί ένας μακρύς κατάλογος αναλόγων θεμάτων από την αναζήτηση συζύγων ή χαμένων συγγενών μέχρι τη σαδομαζοχιστική ανάλυση περιπτώσεων ανθρώπινης δυστυχίας ή τις αμπελοφιλοσοφίες περί μεταφυσικής και εξωγήινων, κατά προτίμηση από πρόσωπα με φανερά δείγματα πνευματικής καθυστέρησης. Στην εποχή μας, το αληθινό όπιο του λαού έχει γίνει η τηλεόραση.

Τι θα μπορούσε να είχε γίνει, αν η καλλιέργεια του λαϊκού ενδιαφέροντος είχε αποβλέψει σε άλλους τομείς; Αν, με τη βοήθεια των μέσων μαζικής επικοινωνίας, στο επίκεντρο των ασχολιών μας βρίσκονταν οι επιστημονικές επιδόσεις, η λογοτεχνική και καλλιτεχνική δημιουργία, τα μεγάλα προβλήματα της παιδείας, της οικονομίας, της ευρωπαϊκής ενοποίησης, της εξωτερικής πολιτικής, του δημόσιου βίου γενικά, παρουσιασμένα βέβαια με τρόπο ζωντανό, προσιτό στο ευρύτερο κοινό;

Βεβαίως, η απήχηση (η «τηλεθέαση») δεν θα ήταν η ίδια. Άλλες μορφωτικές προϋποθέσεις απαιτούνται για το ένα κι άλλες για το άλλο. Κι αυτό εξηγεί απολύτως γιατί οι υπεύθυνοι των μέσων μαζικής επικοινωνίας αναζητούν την απήχηση σε ορισμένους τομείς ενδιαφέροντος κι όχι σε άλλους.

Το κακό είναι ότι όλοι κατά κάποιον τρόπο (δηλαδή χωρίς αίσθηση κοινωνικής ευθύνης) τη δουλειά τους κάνουν, κυνηγώντας το μεγαλύτερο δυνατό κέρδος: και οι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί και οι διαφημιστές και οι διαφημιζόμενοι, ενώ οι προθύμως αποβλακωνόμενοι τηλεθατές απλώς προτιμούν τον κατήφορο από τους ανήφορους.

Για το μέλλον θα μπορούσε κανείς να φαντασθεί δύο τρόπους ενδεχόμενης θεραπείας, με αβέβαιη αποτελεσματικότητα, αλλά άξιους να δοκιμασθούν αφού δεν φαίνεται να υπάρχουν καλύτεροι. Ο ένας θα ήταν η καθιέρωση (και η εφαρμογή!) κάποιων κανόνων ώστε να αποτρέπουν τα χειρότερα, τουλάχιστον όσα φανερά προσβάλλουν τους νόμους και κάποια δεοντολογία. Και ο δεύτερος τρόπος θα ήταν η απαλλαγή των κρατικών καναλιών από το άγχος της διαφήμισης και η στροφή τους από το κυνήγι της ακροαματικότητας στο κυνήγι της ποιότητας. Κάποια δείγματα προγραμματισμού στα κανάλια δημιουργούν την ελπίδα ότι αυτό κάπως γίνεται. Αλλά γιατί να μη γίνει και πιο συστηματικά, με υψηλούς ποιοτικούς στόχους που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως μέτρο σύγκρισης και, ίσως, ως μαγνήτης. Καμιά φορά μεταδοτικό είναι και το καλό παράδειγμα.

(Από τον Ημερήσιο Τύπο - διασκευή)

Σαδομαζοχιστής: Αυτός που βρίσκει ευχαρίστηση στο να βασανίζει άλλο πρόσωπο, αλλά και να βασανίζεται από αυτό.

ΘΕΜΑΤΑ

Α. Να γράψετε στο τετράδιό σας την περίληψη του κειμένου που σας δόθηκε, χωρίς δικά σας σχόλια, σε 90-110 λέξεις.

Μονάδες 25

Β.1. «Στην εποχή μας, το αληθινό όπιο του λαού έχει γίνει η τηλεόραση.»

Να αναπτύξετε την παραπάνω άποψη του αρθρογράφου σε 50-60 λέξεις.

Μονάδες 5

Β.2.α) Να επιλέξετε τρεις παραγράφους, να γράψετε στο τετράδιό σας την αρχή και το τέλος της καθεμιάς και να δώσετε για καθεμιά από έναν πλαγιότιτλο.

Μονάδες 6

β) Να γράψετε την αρχή και το τέλος μιας παραγράφου του κειμένου σας που αναπτύσσεται με παραδείγματα.

Μονάδες 4

Β.3. ***διαπράττονται, προτίμηση, διαμόρφωση, προσφορά, υποδουλωμένος.***

Να γράψετε από μια δική σας πρόταση, χρησιμοποιώντας καθεμιά από τις παραπάνω λέξεις, ώστε να φαίνεται η σημασία της λέξης. (Οι λέξεις υπογραμμίζονται στο κείμενό σας και μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε οποιοδήποτε τύπο).

Μονάδες 5

Β.4.α) Να μετατρέψετε τη σύνταξη στις παρακάτω περιόδους από παθητική σε ενεργητική.

«Πώς και από ποιον διαμορφώθηκε αυτή η προτίμηση;»

«Πρώτα παράγεται (ή σχεδιάζεται) το προϊόν κι ύστερα δημιουργείται η ανάγκη.»

Μονάδες 5

Γ. Με βάση το κείμενο που σας δόθηκε και την εμπειρία σας να γράψετε μια επιστολή προς τους υπεύθυνους των Μ.Μ.Ε., στην οποία να αναπτύξετε τους λόγους για τους οποίους τα Μ.Μ.Ε. πρέπει να στραφούν από το κυνήγι της τηλεθέασης στο κυνήγι της ποιότητας.

(400-500 λέξεις).

Μονάδες 50