

1 ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ

2 ΧΡΗΣΗ ΓΛΩΣΣΑΣ

3 ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

4 ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ

5 ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ

1 ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ**Ερώτημα 1 (5 μονάδες)**

Διαβάσετε σε μια ηλεκτρονική εφημερίδα το παρακάτω κείμενο για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Κάποιες φράσεις όμως δεν φαίνονται. Αφού διαβάσετε το κείμενο, σημειώνετε στον πίνακα που ακολουθεί τον αριθμό του κάθε κενού του κειμένου δίπλα στην κατάλληλη φράση, όπως στο παράδειγμα.

Προσέξτε: οι φράσεις που θα χρησιμοποιήσετε είναι **δέκα (10)** χωρίς το παράδειγμα. Υπάρχουν πέντε φράσεις που δεν ταιριάζουν σε κανένα κενό.

Ηλεκτρονικά παιχνίδια: διασκέδαση ή διαταραχή;

Η διασκέδαση-σήμα κατατεθέν του 21ου αιώνα δεν είναι ο κινηματογράφος, το κλάμπινγκ ή τα ταξίδια. Μοιάζει ελαφρώς περίεργο, όμως ο σύγχρονος άνθρωπος φαίνεται ____0____ αυτών την οικιακή ψυχαγωγία, η οποία καταλαμβάνει όλο και μεγαλύτερο μέρος του ελεύθερου χρόνου του. Αυτό βέβαια σημαίνει κυρίως δύο πράγματα: τηλεόραση (κυρίως διαδικτυακή) και ηλεκτρονικά παιχνίδια. Τα δεύτερα μάλιστα φαίνεται πως είναι τόσο... απολαυστικά ____1____ στάτους εθισμού και διαταραχής, όπως δηλαδή συμβαίνει και με τα περισσότερα ναρκωτικά.

Συγκεκριμένα «Διαταραχή Παιχνιδιού» είναι ο όρος, ____2____ ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας για να περιγράψει την εξάρτηση από τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Αυτή, σύμφωνα με τη διάγνωση, οδηγεί στην έλλειψη ελέγχου πάνω στον χρόνο που καταναλώνεται για το ηλεκτρονικό παιχνίδι αλλά και η προτεραιότητα που αποκτά το τελευταίο ____3____ και τομέων της ζωής ενός ατόμου, όπως η εκπαίδευση, η εργασία και οι ____4____.

Φυσικά οι πρώτες που αντιδρούν σε μια τέτοια κατηγοριοποίηση είναι οι εταιρείες που ____5____ τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Άλλωστε, με παγκόσμιο τζίρο που ξεπερνά τα 110 δισ. δολ., η βιομηχανία του ηλεκτρονικού παιχνιδιού ήταν για το 2017 σχεδόν υπερδιπλάσια από το κινηματογραφικό box office και πολύ πιο κερδοφόρα ____6____. Όπως αντιλαμβάνεται κανείς, το ηλεκτρονικό παιχνίδι δεν είναι μόνο για παιδιά. Εκατομμύρια άνθρωποι όλων των ηλικιών κάθονται κάθε μέρα στον υπολογιστή ή στην κονσόλα, περνώντας μάλιστα εκεί, σε αρκετές περιπτώσεις, πολλές ώρες σε συνθήκες που μπορούν εύκολα ____7____.

Το ζήτημα βέβαια ____8____. Αν, για παράδειγμα, η συγκεκριμένη «διαταραχή» αποκτήσει και συγκεκριμένη θεραπεία, τα ασφαλιστικά προγράμματα ανά τον κόσμο θα είναι πλέον υποχρεωμένα ____9____. Σε κάθε περίπτωση, η σύγχρονη εκδοχή των ηλεκτρονικών παιχνιδιών φαίνεται πως είναι εδώ για να μείνει. Το ίδιο και τα «έξυπνα» τηλέφωνα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ολόκληρος ____10____. Με λίγα λόγια, ο Οργανισμός Υγείας έχει μπόλικη δουλειά.

ΠΗΓΗ

<https://www.kathimerini.gr/947402/article/tecnologia/games/hlektronika-paixnidia-diaskedash-h-diataraxh>, Αιμίλιος Χαρμπής, 7/02/2018 [απόσπασμα]

να προκρίνει αντί (παράδειγμα)	0	όλες οι μορφές αυτές	
που λειτουργούν για όλα		να περιγραφούν ως λειτουργικές	
εις βάρος δραστηριοτήτων		να τη λάβουν υπόψη	
που αποκτούν πια		κάθε είδους ανθρώπινες σχέσεις	
υπέρ των δραστηριοτήτων		καταλήγει ξανά οικονομικό	
δημιουργούν αυτού του είδους		ο διασυνδεδεμένος πλανήτης	
από εκείνη της μουσικής		να χαρακτηριστούν εθιστικές	
τον οποίο χρησιμοποίησε πρόσφατα		να την επαναλάβουν	

1 ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ**Ερώτημα 2 (5 μονάδες)**

Καθώς αντιγράφατε ένα κείμενο που βρήκατε στο διαδίκτυο, μερικά αποσπάσματά του μπερδεύτηκαν και μπήκαν σε λανθασμένη σειρά. Το πρώτο μέρος τους βρίσκεται στον πρώτο πίνακα. Βρίσκετε το δεύτερο μέρος των αποσπασμάτων στον δεύτερο πίνακα και σημειώνετε το γράμμα κάθε δεύτερου μέρους δίπλα στον αριθμό του κατάλληλου πρώτου μέρους, όπως στο παράδειγμα.

Προσέξτε: τα αποσπάσματα των κειμένων που λείπουν είναι **δέκα (10)** χωρίς το παράδειγμα. Υπάρχουν τρία αποσπάσματα στον δεύτερο πίνακα που δεν θα χρησιμοποιήσετε.

Γιατί μια αρχαία χτένα των Βίκινγκ ενθουσίασε τους αρχαιολόγους**Πρώτος πίνακας**

0	Όταν μία ομάδα αρχαιολόγων από το πανεπιστήμιο του Ώρχους έφερε στο φως μία κοκάλινη χτένα από την «αυγή» των Βίκινγκ, κανείς δεν ενθουσιάστηκε περισσότερο από τον Δανό καθηγητή Σόρεν Σίντμπεκ. [...]
1	Η «παιδαριώδης» ρουνική γραφή εξηγούσε τα αυτονόητα, καθώς στη μία πλευρά της διαβάζει κανείς τη λέξη «χτένα» και στην άλλη «χτένισμα». Γιατί να το κάνουν αυτό οι Βίκινγκ; [...]
2	Βρισκόμαστε στη απαρχή των Βίκινγκ, λίγα χρόνια πριν τη λεηλασία της μονής Λίντισφαρν στη βορειοανατολική Αγγλία (793 μ.Χ.) και στην πόλη Ρίμπε, η γλώσσα υπόκειται σε αργές αλλαγές. [...]
3	Εδώ και δεκαετίες, οι αρχαιολόγοι πασχίζουν να εντοπίσουν τη χρονική περίοδο αυτής της απότομης μετάβασης, θέλοντας να φωτίσουν τις κοινωνικές και εμπορικές συγκυρίες που οδήγησαν στην άνοδο των Βίκινγκ. [...]
4	Η μυθολογική παράδοση αποδίδει τους ρούνους στους θεούς και οι αρχαιολόγοι εξηγούν πως η υποτιθέμενη αυτή προέλευση «δείχνει» ότι η δημιουργία του νέου αλφάβητου προέκυψε από ένα μικρό κύκλο ατόμων με εκπαίδευση και εξουσία. [...]
5	Έτσι, η χρήση των ρουνικών συμβόλων ως μέσο καταγραφής και απομνημόνευσης των εννοιών και των δοξολογιών παρέμενε για χρόνια σε έναν κλειστό ιερατικό κύκλο. [...]
6	Ο ερευνητής Χένρικ Γουίλιαμς από το πανεπιστήμιο της Ουψάλα στην Σουηδία δεν βιάζεται να ενθουσιαστεί όπως ο Σίντμπεκ, γιατί θεωρεί ότι ενδεχομένως να ήταν παιχνίδι ή μέσο εκμάθησης για μικρά παιδιά. [...]
7	Μία άλλη θεωρία προτείνει ότι οι Βίκινγκ χάραζαν ακόμα και καθημερινά αντικείμενα με το «θεϊκό τους αλφάβητο», επειδή απέδιδαν μαγικές, προστατευτικές ιδιότητες στα σύμβολα αυτά. [...]
8	Το πολύτιμο υλικό πάντως είναι ενδεικτικό κάποιας ιερατικής ή τελετουργικής χρήσης του πιάτου και πιθανόν να πρόκειται για αποχαιρετιστήριο δώρο σε κάποιον αγαπημένο νεκρό. [...]
9	Το πότε ακριβώς έγινε αυτή η μαζική στροφή στη γραφή μένει ακόμα να αποδειχθεί. [...]
10	Όλες οι εξηγήσεις που προτείνουμε παραμένουν υποθέσεις, παραδέχεται ο Γουίλιαμς. [...]

Δεύτερος πίνακας

Χ	<i>Όντας αρχαιολόγος τα τελευταία 20 χρόνια της ζωής του, ο Σίντμπεκ δεν ενθουσιάζεται εύκολα από αντικείμενα καθημερινής χρήσης – ακόμα και όταν αυτά έχουν ηλικία 1.000 ετών.</i>
α	Οι αρχαιολόγοι από το Ώρχους βρήκαν λοιπόν ένα πιάτο φτιαγμένο από ελεφαντόδοντο πάνω στο οποίο είχαν χαραχτεί ρούντοι, αλλά δυστυχώς είχε καταστραφεί σε τέτοιο βαθμό που η γραφή δεν είναι αναγνώσιμη.
β	Από κει και πέρα, εντελώς ξαφνικά παρατηρείται μία κατακόρυφη και οριζόντια διάδοσή τους στις περιοχές που έχουν υπό τον έλεγχό τους οι Βίκινγκ.
γ	Εκτός από τις κοινωνικές και εμπορικές συγκυρίες, αυτή η χτένα ενδεχομένως να κρύβει τη λύση στο μυστήριο της γέννησης της νέας γραφής.
δ	Εκτός από αυτό το υλικό, την προηγούμενη χρονιά είχαν ανακαλυφθεί δύο ακόμη ευρήματα με ρούντους: ένα μεταλλικό εργαλείο και ένα ανθρώπινο κρανίο, χαραγμένο με μία επίκληση στον θεό Όντιν.
ε	Δεν υπήρχαν σχολεία τότε και η διδασκαλία των παιδιών γινόταν στο σπίτι με αντικείμενα του νοικοκυριού.
στ	Για να καταλάβουμε πόσο σημαντική είναι πιθανότατα αυτή η ανακάλυψη για τους αρχαιολόγους, θα πρέπει να ταξιδέψουμε νοητά στα τέλη του 8ου μ.Χ.
ζ	Εντελώς ξαφνικά, το αλφάβητο αλλάζει για να ακολουθήσει τις επίσης ραγδαίες αλλαγές στον προφορικό λόγο των θαλασσοπόρων.
η	Όμως με κάθε νέο εύρημα συμπληρώνουμε και ένα κομμάτι του παζλ των Βίκινγκ.
θ	Μακρόστενα και λιτά, τα σύμβολα χαρακτηρίζονται πλέον από γραμμές που είναι εύκολο να χαραχτούν σε ξύλινες και πέτρινες επιφάνειες, παρατηρεί ο Σίντμπεκ.
ι	Υπάρχει ένας πλεονασμός εδώ, όπως αυτή η αναγραφή, η εξήγηση και η αντιστοιχία των νέων λέξεων με γνωστά αντικείμενα.
κ	Δεν είναι τυχαίο άλλωστε πως η λέξη ρούνος σημαίνει «ψίθυρος, μυστικό» και οφείλεται στην πρωταρχική, προφορική χρήση των ρούνων που μεταδιδόταν από τον εκάστοτε δρυΐδη στον μαθητευόμενο του και μόνο.
λ	Ήταν κι αυτό συνώνυμο του τρόμου για τους γύρω λαούς.
μ	Όποτε όμως κι αν σημειώθηκε, είναι σίγουρο ότι ώθησε το εμπόριο των ελεγχόμενων περιοχών, προσφέροντας μία κοινή βάση γραπτής επικοινωνίας.

ΠΗΓΗ

<https://www.lifo.gr/now/culture/177403/i-tsatsara-ton-vikingk> με πληροφορίες από το National Geographic, Lifoteam, 21.1.2018

Πρώτος πίνακας	Δεύτερος πίνακας		
0	Χ (παράδειγμα)	5	
1		6	
2		7	
3		8	
4		9	
		10	

1 ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΓΡΑΠΤΟΥ ΛΟΓΟΥ**Ερώτημα 3 (5 μονάδες)**

Διαβάσετε σε μια ηλεκτρονική εφημερίδα το παρακάτω άρθρο για τον καταναλωτισμό. Σημειώνετε με ✓ σε καθένα από τα ερωτήματα που έχετε μπροστά σας την απάντηση (α,β,γ,δ) που θεωρείτε ότι είναι σωστή, όπως στο παράδειγμα.

Προσέξτε: για κάθε ερώτημα υπάρχει μόνο **μία (1)** σωστή απάντηση.

Το ντόπινγκ του καταναλωτισμού

Καθημερινός ενημερωτικός βομβαρδισμός για εβδομάδα εκπτώσεων, άνοιγμα καταστημάτων και την Κυριακή και συνεχή διαφημιστικά μηνύματα για καταναλωτικά αγαθά και προσφορές κάθε είδους. Ένα φαινόμενο που αιχμαλωτίζει το αγοραστικό κοινό στο πάθος της σπατάλης, ερεθίζοντας τις αγοραστικές του επιθυμίες και φενακίζοντάς το με διάφορα μέσα και τεχνικές, ώσπου το εγκλωβίζει σε έναν κυκεώνα άχρηστων και περιττών αγορών.

Πράγματι, τα περισσότερα άτομα και κυρίως οι γυναίκες, που θεωρούνται καλύτεροι καταναλωτές, αδυνατούν να αντισταθούν στις πιέσεις, στα μέσα και στις τεχνικές που μετέρχονται οι διαφημιστές, οι οποίοι με ύπουλο και συνάμα διακριτικό τρόπο, πουλάνε όνειρα και κατασκευάζουν επιθυμίες, πετυχαίνοντας να ασκήσουν ψυχολογική πίεση στον καταναλωτή, αφού του προκαλούν «πλύση εγκεφάλου» και τον οδηγούν σε σύγχυση.

Δεν είναι όμως μόνο τα διαφημιστικά κόλπα και οι τεχνικές υποβολής του υποσυνειδήτου που συντείνουν στην ενίσχυση αυτής της καταναλωτικής μανίας που διακρίνει τον σύγχρονο άνθρωπο, αλλά και η ανάγκη ορισμένων να γεμίσουν την άδεια τους ζωή, το εσωτερικό τους έλλειμμα και το υπαρξιακό τους κενό με κάποια υποκατάστατα υλισμού. Είναι και μια ωνιομανία (ψυχαναγκαστική καταναλωτική συμπεριφορά) που οδηγεί σε έναν φαύλο κύκλο καταναλωτικής υστερίας και φρενίτιδας. Και δεν είναι τίποτε άλλο από μια εμμονή και μια εξάρτηση που οφείλεται εκτός των άλλων σε μια αίσθηση πλασματικής συναισθηματικής πληρότητας και εφήμερης ευτυχίας που επαναλαμβάνεται ασυνείδητα στο διηνεκές του χρόνου.

Πρόσφατες έρευνες, έδειξαν πως η υπερκατανάλωση είναι μια εναλλακτική μέθοδος προκειμένου να υπερκεράσουμε τα βαθύτερα προβλήματά μας, ενώ τα υλικά αγαθά αποτελούν παρηγορητικά υποκατάστατα της πραγματικής ανάγκης μας για επικοινωνία και ουσιαστική επαφή. Το υπερκαταναλωτικό άτομο αντιμετωπίζει κάθε αγορά του σαν ένα βάλσαμο παρηγοριάς και ανακούφισης ή σαν τον καταλύτη της στρεσογόνου κατάστασης που βιώνει στην ανιαρή καθημερινότητά του. Γιατί, όντως, η «αγοραθεραπεία» προκαλεί μια έντονη και ηδονική ευφορία που ναρκώνει κάθε μηχανισμό αντίστασης στον άκρατο καταναλωτισμό.

Επίσης, ξεγελιόμαστε πως η κατοχή υλικών αγαθών ενισχύει την αυτοεικόνα μας, καλύπτει την ανάγκη για επίδειξη και προσδιορίζει την κοινωνική μας ταυτότητα. Και ως μικρονοϊκοί αλαζόνες κατακλυζόμαστε από την ιδεοληψία πως η υπερβολική κατοχή υλικών αγαθών εξασφαλίζει την απόλυτη ευτυχία προσωπική και οικογενειακή προκαλώντας παράλληλα μια αίσθηση υπεροχής έναντι αυτών που δεν διαθέτουν ισάξιο υλικό πλούτο και ανάλογη οικονομική ευχέρεια.

Οφείλουμε όμως να συνυπολογίσουμε τις συνέπειες, οι οποίες είναι επιζήμιες για το άτομο και την κοινωνία και συχνά μη αναστρέψιμες. Καταρχάς, οι οικονομικές αντοχές ασφυκτιούν με άμεση απόρροια τον εργασιακό εγκλωβισμό και κατ' επέκταση τον σωματικό, ψυχικό και ηθικοπνευματικό εξανδραποδισμό μας. Το σημαντικότερο, όμως, είναι πως επιδιδόμενοι σε ένα ξέφρενο κυνήγι ύλης δεν μας μένει πλέον χρόνος για μια ουσιαστική ακρόαση και επαφή με τον διπλανό μας, ένα χαμόγελο στον συνάνθρωπό μας, μια αγκαλιά στα αγαπημένα μας πρόσωπα, αλλά παραμένουμε καταδικασμένοι σε έναν ασφυκτικό

κλειό απομονωτισμού. Μοναδική λύση για να βγούμε από τους λαβύρινθους του καταναλωτισμού είναι να ανακαλύψουμε τους κρουνοί της πραγματικής ευτυχίας, ως αντίδοτο στην καταναλωτική φρενίτιδα και να απεξαρτηθούμε από το σύνδρομο του καταναλωτισμού, ώστε να μην εξαντλούμαστε στο αέναο παιχνίδι του υλικού ευδαιμονισμού. Να αντισταθούμε στις στρατηγικές της διαφήμισης και να συνειδητοποιήσουμε πως είναι αδύνατον με την αγορά ενός προϊόντος να οικειοποιηθούμε και το ιδανικό περιβάλλον που έμμεσα μας υπόσχεται.

Οφείλουμε να ιεραρχήσουμε τις ανάγκες μας και να διακρίνουμε τις πραγματικές από τις πλασματικές, θέτοντας όρια στο αίσθημα ανικανοποίητου που μας διακρίνει.

ΠΗΓΗ

<https://www.tovima.gr/2014/11/06/opinions/to-ntopingk-toy-katanalwtismoy/> Πετροπούλου Μαρία, 6/11/2014

0	Το φαινόμενο του καταναλωτισμού (παράδειγμα)	
α	είναι καθημερινό και συνηθισμένο, καθώς με εξαίρεση την Κυριακή, προσπαθεί να παρασύρει τον καταναλωτή σε άσκοπες αγορές.	
β	αναγκάζει τα καταστήματα να ανοίξουν την Κυριακή, ενώ τα πολλά διαφημιστικά μηνύματα κάνουν τους καταναλωτές να θέλουν να ψωνίζουν συνεχώς.	
γ	κάνει τους διαφημιστές ύπουλους, καθώς προσπαθούν να ασκήσουν μεγαλύτερη πίεση στις γυναίκες, οι οποίες είναι ο πιο εύκολος στόχος.	
δ	παρασύρει το αγοραστικό κοινό με διάφορους τρόπους και το παγιδεύει σε άσκοπες αγορές.	✓

1	Η ψυχαναγκαστική καταναλωτική συμπεριφορά, που είναι και γνωστή ως ωνιομανία	
α	κάνει τους ανθρώπους εμμονικούς και τους ωθεί να συμπεριφέρονται περίεργα αλλά και παρορμητικά.	
β	είναι ουσιαστικά κάτι ψεύτικο και εφήμερο που δημιουργεί την ψευδαίσθηση της συναισθηματικής ολοκλήρωσης.	
γ	συντελεί στο να γεμίζει θετικά το υπαρξιακό κενό πολλών ανθρώπων και για αυτό πολλοί καταφεύγουν σε υποκατάστατα υλισμού.	
δ	επαναλαμβάνεται συνειδητά, καθώς περνάει ο χρόνος και έτσι δημιουργείται ένας φαύλος κύκλος ακραίων αντιδράσεων.	

2	Το υπερκαταναλωτικό άτομο βρίσκει παρηγοριά και ανακούφιση στα υλικά αγαθά, επειδή	
α	δεν υπάρχουν άλλα υποκατάστατα που να δρουν τόσο καταλυτικά στην ανάγκη του ανθρώπου για ουσιαστική επικοινωνία.	
β	με αυτόν τον τρόπο μπορεί να επιλύσει ουσιαστικά κάθε πρόβλημα που προκύπτει εξαιτίας της έλλειψης επικοινωνίας.	
γ	μέσα από την αγοραθεραπεία νιώθει μεγάλη ευφορία που το βοηθά να δαμάζει τον υπερβολικό καταναλωτισμό.	
δ	αυτά δρουν καταλυτικά στον τρόπο που αντιμετωπίζει αγχώδεις καταστάσεις της βαρετής καθημερινής του ζωής.	