***Διαδόσεις και κουτσομπολιό***

*Το απόσπασμα προέρχεται από το κείμενο της Jean Seaton με τίτλο «Δημόσιο, ιδιωτικό και μέσα ενημέρωσης» και αντλήθηκε από το βιβλίο «Τα μέσα ενημέρωσης στον 21ο αιώνα» (Επιμέλεια: Στ. Παπαθανασόπουλος, εκδ. Καστανιώτη, 2011).*

Οι αλλαγές στην τεχνολογία των μέσων επικοινωνίας και η επιτάχυνση στην ειδησεογραφική διαδικασία έχουν συμβάλει σε μια άλλη τάση: στη διόγκωση των διαδόσεων. Μια πτυχή αυτής της τάσης είναι η αναφορά «γεγονότων» που, πολύ απλά, δεν είναι αλήθεια, εξαιτίας της πίεσης να διαδοθούν με ταχύτητα παρά να «αναλωθούν» χρόνος και πηγές για να ελεγχθούν τα στοιχεία. Ένα άλλο στοιχείο είναι η κατασκευή ιστοριών που «πουλάνε» και οι οποίες προέρχονται από κομμάτια που μπορεί να είναι ακριβή. Μια σειρά γεγονότων μπορούν να συνδεθούν και να οδηγήσουν σε ένα ψέμα -κι αυτό συμβαίνει συχνά. Οι δημοσιογράφοι εκπαιδεύονται να ελέγχουν την ακρίβεια αυτών που μπορεί να ονομάζουμε «συστατικά» μιας ιστορίας. Αλλά αυτό είναι εντελώς διαφορετικό από το να ρωτάμε εάν η ιστορία είναι μια ακριβής απεικόνιση της πραγματικότητας, η οποία θα αξίζει να της δοθεί χώρος και θα προσελκύσει αναγνώστες και θεατές. Αγνοούν, απορρίπτουν και αποκλείουν με αδίστακτο τρόπο κάθε στοιχείο που δεν υποστηρίζει την ιστορία. **Πράγματι**, ελάχιστοι δημοσιογραφικοί οργανισμοί (και οι περισσότεροι από αυτούς υπό πίεση) έχουν την πολυτέλεια ή την τάση να θέτουν ευρύτερα και πιο γενικά ερωτήματα για τη σημασία των ιστοριών. Και ακόμα και αυτοί οι οργανισμοί υποτάσσουν συνήθως τα ερωτήματά τους αυτά στις απαιτήσεις της αφήγησης μιας ιστορίας που θα είναι εύκολο για το κοινό να την κατανοήσει.

Η ιστορία που για τους δημοσιογράφους είναι συνήθως ελκυστική δεν είναι μια νέα ή δύσκολη ιστορία, αλλά μάλλον ένα εύληπτο αφήγημα που όλοι οι άλλοι συναγωνίζονται να πουν. Πράγματι, από τη στιγμή που θα ξεκινήσει μια τρέλα, μπορεί να τροφοδοτηθεί με κάτι λίγο περισσότερο από μια απλή επανάληψη, ίσως αρκετά αστήρικτη, κάποιων παλαιότερων δημοσιευμάτων του Τύπου. […] Έτσι, καθώς η προσφορά των ειδήσεων αυξάνεται, υπάρχει ένας πιο ανελέητος αγώνας να προσελκύσουν την προσοχή του κοινού μακριά από τον θόρυβο των άλλων μέσων ενημέρωσης -κι άλλων πηγών ψυχαγωγίας-, που αδημονούν να προσελκύσουν μέσα από κραυγές και ψιθύρους τα μέλη του κοινού. Σε ένα τέτοιο καταπιεστικό κλίμα, οι προβλέψιμες και συναρπαστικές ειδήσεις σχετικά με προσωπικές αποτυχίες πουλάνε πιο εύκολα παρά οι πολύπλοκες ατελέσφορες αφηγήσεις. **Συνεπώς**, τα ιδιωτικά παραπτώματα αποτελούν καλύτερες ιστορίες από την πολιτική.

**ΘΕΜΑ 1 [μ. 35]**

**1ο υποερώτημα [μ. 10]**

Πώς κατασκευάζονται από τους δημοσιογράφους οι ιστορίες που «πουλάνε» στο κοινό, σύμφωνα με το Κείμενο 1; Να απαντήσεις σε μία παράγραφο 40-50 λέξεων.

**2ο υποερώτημα [μ. 10]**

**Πράγματι** (παράγραφος 1), **Συνεπώς** (παράγραφος 2):Ποιος είναι ο ρόλος των λέξεων στη συνοχή των νοημάτων (μονάδες 2), ποια νοηματική σχέση εκφράζουν (μονάδες 4) και ποια νοήματα προσδιορίζουν (μονάδες 4);

**3ο υποερώτημα [μ. 15]** Στα παραπάνω χωρία του Κειμένου 1 να εξηγήσεις τη χρήση των σημείων στίξης με κριτήριο την πρόθεση κάθε φορά της κειμενογράφου.

1. … έχουν συμβάλει σε μια άλλη τάση: στη διόγκωση των διαδόσεων (1η παράγραφος)
2. … να «αναλωθούν» (1η παράγραφος)
3. -κι αυτό συμβαίνει συχνά. (1η παράγραφος)
4. (και οι περισσότεροι από αυτούς υπό πίεση) (1η παράγραφος)
5. - κι άλλων πηγών ψυχαγωγίας – (2η παράγραφος)

**ΘΕΜΑ 2 [μ. 30]**

Με αφορμή το κείμενο που διάβασες αποφασίζεις να δημοσιεύσεις άρθρο στην εφημερίδα του σχολείου σου με θέμα τη λειτουργία των ΜΜΕ σήμερα. Σε 350 λέξεις να περιγράψεις την εικόνα που κατά τη γνώμη σου προβάλλουν τα ΜΜΕ για την κοινωνία σήμερα και τις συνέπειες που έχει για την ψυχολογία των νέων της ηλικίας σου.