

# Παιδαγωγικά ρεύματα στο Αιγαίο

Τόμ. 12, Αρ. 1 (2021)

Τεύχος 12



## Κριτική Ανάλυση των Οπτικοακουστικών Μέσων: Μεθοδολογίες και Καλές Πρακτικές

Σοφία Παπαδημητρίου, Αλιβίζος Σοφός

doi: [10.12681/revmata.32044](https://doi.org/10.12681/revmata.32044)

Copyright © 2022, Σοφία Παπαδημητρίου, Αλιβίζος Σοφός



Άδεια χρήσης [##plugins.generic.pdfFrontPageGenerator.front.license.cc-by-nc-sa4##](https://plugins.generic.pdfFrontPageGenerator.front.license.cc-by-nc-sa4/#).

### Βιβλιογραφική αναφορά:

Παπαδημητρίου Σ., & Σοφός Α. (2022). Κριτική Ανάλυση των Οπτικοακουστικών Μέσων: Μεθοδολογίες και Καλές Πρακτικές. *Παιδαγωγικά ρεύματα στο Αιγαίο*, 12(1), 92–115. <https://doi.org/10.12681/revmata.32044>

## Κριτική Ανάλυση των Οπτικοακουστικών Μέσων: Μεθοδολογίες και Καλές Πρακτικές

Σοφία Θ. Παπαδημητρίου<sup>1</sup>  
[sofiapapdi@minedu.gov.gr](mailto:sofiapapdi@minedu.gov.gr)

Αλιβίζος Σοφός<sup>2</sup>  
[Isofos@rhodes.aegean.gr](mailto:Isofos@rhodes.aegean.gr)

### Περίληψη

Η εκπαίδευση στα Μέσα έχει ζωτική σημασία όχι μόνο για την καλλιέργεια κριτικής στάσης και δεξιοτήτων δημιουργικής παραγωγής, αλλά για τη δημοκρατική διαδικασία γενικότερα, με τη δημιουργία ενημερωμένων και ενεργών πολιτών. Τα Οπτικοακουστικά (Ο/Α) Μέσα έχουν κυρίαρχο ρόλο στην καθημερινότητα των μαθητών και σήμερα οι ψηφιακές τεχνολογίες προσφέρουν δυνατότητες ανοικτής πρόσβασης, κριτικής προσέγγισης και παραγωγής Ο/Α Μέσων. Η μάθηση στηριζόμενη στα ψηφιακά Ο/Α Μέσα προϋποθέτει ότι οι εκπαιδευτικοί μπορούν να ενθαρρύνουν, συμβουλεύσουν, καθοδηγήσουν και υποστηρίξουν τους μαθητές τους και να συμμετάσχουν σε πιο ανοικτές μορφές εκπαίδευσης και μάθησης. Είναι σημαντικό, οι εκπαιδευτικοί να γνωρίζουν μεθόδους αξιοποίησης των Ο/Α αλλάζοντας τις διδακτικές πρακτικές τους και στοχεύοντας στην ενεργητική μάθηση. Στο άρθρο παρουσιάζονται μεθοδολογίες και καλές πρακτικές κριτικής ανάλυσης, αποκωδικοποίησης μηνυμάτων της γλώσσας των Ο/Α Μέσων, οι οποίες στη συνέχεια εφαρμόστηκαν από εκπαιδευτικούς που συμμετείχαν σε εξ αποστάσεως πρόγραμμα επιμόρφωσης του Πανεπιστημίου Αιγαίου. Στη συνέχεια καταγράφονται τα σχόλια των εκπαιδευτικών από τον αναστοχασμό των εφαρμογών και τα συμπεράσματα από την κριτική προσέγγιση μαθητικών ταινιών, διαφημίσεων και Ο/Α μηνυμάτων καθώς και της στερητικής εμπειρίας από «Μια μέρα μακριά από τα Μέσα».

*Λέξεις-κλειδιά: Οπτικοακουστικά Μέσα, κριτική Ανάλυση, εκπαίδευση στα Μέσα, γραμματισμός στα Μέσα, οπτικός γραμματισμός, ενεργός πολίτης*

### Abstract

Media education is vital not only for cultivating critical attitudes and creative production skills, but for the democratic process in general, by creating informed and active citizens. Audiovisual Media have a dominant role in the daily life of students and today digital technologies offer opportunities for open access, critical approach and production of Audiovisual Media. Learning based on Audiovisual Media presupposes that teachers can encourage, advise, guide and support their students to participate in more open forms of education and learning. It is important for teachers to be aware of methods of utilizing

<sup>1</sup> Καθηγήτρια – Σύμβουλος ΕΑΠ, Προϊστ. Εκπαιδευτικής Ραδιοτηλεόρασης & Ψηφιακών Μέσων, ΥΠΠΕΘ, Μεταδιδακτορική Ερευνήτρια, Πανεπιστημίου Αιγαίου.

<sup>2</sup> Καθηγητής Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης, Πανεπιστημίου Αιγαίου

Audiovisual Media by changing their teaching practices and aiming at active learning. The article presents methodologies and good practices of critical analysis, decoding messages of the language of the Audiovisual Media, which were then implemented by teachers who participated in a distance training program of the University of the Aegean. Then the teacher's comments from the reflection of the applications and the conclusions from the critical approach of student films, advertisements and audiovisual messages as well as the deprivation experience from "A day away from the Media" are recorded.

**Keywords:** *Audiovisual Media, Critical Analysis, Media Education, Media Literacy, Visual Literacy, active citizen*

## 1. Εισαγωγή

Οι ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί, οι εφημερίδες, τα κινητά τηλέφωνα, το Διαδίκτυο, οι διαφημίσεις, τα βιντεοπαιχνίδια καθορίζουν σημαντικά τις γνώσεις για τον πολιτισμό και ευρύτερα τον κόσμο γύρω μας. Τα Μέσα επικοινωνίας και οι πάροχοι πληροφοριών έχουν κεντρική σημασία στη δημοκρατία και την καλή διακυβέρνηση, ως φορείς επικοινωνίας της πληροφορίας, της γνώσης και του δημοκρατικού διαλόγου.

Τα Μέσα λειτουργούν σε εθνικό/τοπικό/κοινωνικό πλαίσιο, στο οποίο αποτελούν κοινωνικούς παράγοντες: επηρεάζονται από την κοινωνία και με τη σειρά τους ασκούν επιρροή σε αυτήν. Σ' έναν κόσμο που κατακλύζεται από ψηφιακά και παραδοσιακά Μέσα, οι πολίτες είναι σημαντικό να μάθουν τη χρήση τους με κριτικό τρόπο, γνωρίζοντας πώς να ερμηνεύουν το μήνυμα/πληροφορία που λαμβάνουν. Χρειάζεται να "αποκτήσουν" γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις ώστε να εμπλέκονται με τα Μέσα και κατ' επέκταση με τις πολιτικές διαδικασίες και τη διακυβέρνηση.

Είναι σημαντικό, οι νέοι να κατανοήσουν τις λειτουργίες των Μέσων και των παρόχων πληροφοριών και να αναζητούν, να αξιολογούν, να χρησιμοποιούν και να δημιουργούν πληροφορία για την εκπλήρωση προσωπικών, κοινωνικών, επαγγελματικών και εκπαιδευτικών στόχων. Είναι σημαντικό επίσης, να κατέχουν βασικές δεξιότητες κριτικής σκέψης, ανάλυσης και χρήσης αυτών για την προσωπική τους έκφραση, ώστε να γίνουν ενημερωμένοι πολίτες και επαγγελματίες και να συμμετέχουν στη διακυβέρνηση και τις δημοκρατικές διαδικασίες την κοινωνίας (UNESCO, 2011:58).

Στην πρώτη ενότητα του άρθρου παρουσιάζεται ο πολιτισμός της εικόνας και ο οπτικός γραμματισμός ενώ στη δεύτερη παρουσιάζονται τα Μέσα επικοινωνίας στην ψηφιακή εποχή, οι δυνατότητες κριτικής διάδρασης, οι πολλαπλοί ρόλοι τους και ιδιαίτερα ο ρόλος τους στη δημιουργία ενημερωμένων και ενεργών πολιτών. Στη συνέχεια περιγράφονται μεθοδολογίες κριτικής ανάλυσης των Ο/Α Μέσων και προτάσεις εφαρμογής τους στη σχολική τάξη. Τα αποτελέσματα από την υλοποίηση των προτάσεων στο πλαίσιο εξ αποστάσεως επιμόρφωσης εκπαιδευτικών παρουσιάζονται στην επόμενη ενότητα και ακολουθούν τα συμπεράσματα για τη σημαντική παιδαγωγική αξία της εκπαίδευσης στην ορθή δημοσίευση, τεκμηρίωση, επιχειρηματολογία και χρήση των Μέσων.

## 2. Ο πολιτισμός της εικόνας

### 2.1 Τα Οπτικοακουστικά (Ο/Α) Μέσα και οι πολλαπλοί ρόλοι τους

Μια μεγάλη κατηγορία Μέσων, τα Οπτικοακουστικά (Ο/Α) διακρίνονται αφενός στα παραδοσιακά όπως η κινηματογραφική ταινία, η φωτογραφία, τα ηχογραφημένα μηνύματα και οι τηλεοπτικές εκπομπές και αφετέρου στα νέα Μέσα, τα οποία αποτελούνται από μια συνεχώς αναπτυσσόμενη πληθώρα Μέσων όπως το βίντεο, η *WebTV*, τα *Webinars* (Διαδικτυακά σεμινάρια), *Web lectures* (ιστοδιαλέξεις / βιντεοδιαλέξεις), *enriched lectures* (εμπλουτισμένες διαλέξεις), *tutorials*, *slide casts* (παρουσιάσεις), *screen casts* (καταγραφές της οθόνης), *virtual classrooms* (εικονικές τάξεις) κ.ά. Νέα Οπτικοακουστικά Μέσα εμφανίζονται με γοργούς ρυθμούς και με την ψηφιακή σύγκλιση των τεχνολογιών Τηλεόρασης και Διαδικτύου, βρισκόμαστε ενόψει της ανάδυσης νεότερων Οπτικοακουστικών Μέσων.

Οι συγγραφείς, οι δημιουργοί εκπαιδευτικού υλικού και βίντεο, οι διαφημιστές, οι δημοσιογράφοι/ρεπόρτερ, οι κινηματογραφιστές χρησιμοποιούν την εικόνα, τον ήχο και τον γραπτό λόγο για να αποτυπώσουν και “επικοινωνήσουν” την πληροφορία γύρω από ένα γεγονός, μια ιστορία ή ένα θέμα. Ζούμε στον πολιτισμό της εικόνας, (UNESCO, 2011:90) και σε καθημερινή βάση κατακλυζόμαστε από Ο/Α μηνύματα/αναπαραστάσεις στους δικτυακούς τόπους, στην τηλεόραση, στις κινηματογραφικές ταινίες, στη μετάδοση των ειδήσεων και στα βιβλία.

Συχνά υπάρχουν περιορισμοί όσον αφορά τον χρόνο, τον χώρο, τις πηγές και άλλα εμπόδια ή όρια των μηνυμάτων προς το κοινό-στόχος. Ως εκ τούτου, στο μήνυμα που θα μεταδοθεί, είναι συχνά αναγκαίο να γίνει μια «αναπαράσταση» των θεμάτων ή των γεγονότων μέσα από αναφορά στα χαρακτηριστικά τους, όπως η εθνότητα, το γένος, η σεξουαλικότητα, η ηλικία ή η κοινωνική τάξη. Αναπόφευκτα, πρέπει να επιλέξουν το περιεχόμενο που θα παρουσιαστεί στο κοινό-στόχος. Η επιλογή είναι συχνά υποκειμενική και μερικές φορές οδηγεί σε στερεοτυπικές και υπεραπλουστευμένες αναπαραστάσεις, οι οποίες μπορεί να χρησιμοποιηθούν για να δικαιολογήσουν στενόμυαλες απόψεις και συμπεριφορές. Αυτή μπορεί να είναι η πρόθεση του δημιουργού, του συγγραφέα ή του δημοσιογράφου/ρεπόρτερ ή να τροποποιείται. Συχνά, όμως είναι η ερμηνεία του αποδέκτη (θεατή, αναγνώστη ή ακροατή) (UNESCO, 2011:58).

Από την άλλη μεριά οι ρόλοι που αναλαμβάνουν τα Μέσα είναι πολλαπλοί. Οι David Considine, Julie Horton και Gary Moorman (2009) “Teaching and Reading the Millennial Generation Through Media Literacy”, απαριθμούν τις “Αρχές των Μέσων ενημέρωσης”:

- Τα Μέσα είναι κατασκευές.
- Οι αναπαραστάσεις των Μέσων «κατασκευάζουν» την πραγματικότητα.
- Τα Μέσα έχουν εμπορικούς σκοπούς.
- Το κοινό διαπραγματεύεται το νόημα των Μέσων.
- Κάθε Μέσο έχει τις δικές του μορφές, συμβάσεις και γλώσσα.
- Τα Μέσα περιέχουν αξίες και ιδεολογία.
- Τα μηνύματα των Μέσων μπορεί να έχουν κοινωνικές συνέπειες ή επιδράσεις.

Τα Μέσα έχουν πολλαπλούς ρόλους (UNESCO, 2011:61):

- Ενεργούν ως κανάλια πληροφορίας και γνώσης, Μέσα από τα οποία οι πολίτες επικοινωνούν μεταξύ τους και λαμβάνουν ενημερωμένες αποφάσεις.
- Προωθούν τον ενημερωμένο διάλογο μεταξύ διαφορετικών κοινωνικών παραγόντων της κοινωνίας.
- Προσφέρουν γνώση για τον κόσμο γύρω μας πέρα από την άμεση εμπειρία.

- Αποτελούν Μέσα εκ των οποίων μια κοινωνία μαθαίνει για τον τρόπο λειτουργίας της και δημιουργούν μία αίσθηση κοινότητας.
- Λειτουργούν ως θεματοφύλακας του κράτους σε όλες του τις μορφές, προωθώντας τη διαφάνεια στην πολιτική ζωή και τον δημόσιο έλεγχο αυτών που βρίσκονται στην εξουσία, αποκαλύπτοντας τη διαφθορά, την κακή διοίκηση και διαχείριση του κράτους.
- Αποτελούν σημαντικούς καταλύτες για τις δημοκρατικές διαδικασίες και εκ των εγγυητών για τη διεξαγωγή ελεύθερων και δίκαιων εκλογών.
- Αποτελούν όχημα πολιτιστικής έκφρασης και συνοχής σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.
- Λειτουργούν ως συνήγορος και εκφραστής της κοινωνίας, σεβόμενα παράλληλα τις αξίες του πλουραλισμού.

## 2.2 Οπτικός γραμματισμός

Τόσο η ταινία όσο και το βίντεο δηλαδή ο συνδυασμός λόγων, ήχων και εικόνων είναι ένα από τα Μέσα που έχει χρησιμοποιηθεί σε διάφορα εκπαιδευτικά πλαίσια για την υποστήριξη της μάθησης (Bates, 1985) ως ένα δυναμικό μέσο οπτικοποίησης, αφήγησης, αφαίρεσης και αναγνώρισης. Το βίντεο ως μέσο καταγραφής οπτικοακουστικού λόγου επιδιώκει τη διατύπωση νοημάτων, τα οποία θα αποκωδικοποιήσει ο θεατής. Με την εξέλιξη της ψηφιακής τεχνολογίας και τη σημαντική μείωση του κόστους αναπαραγωγής και διανομής, το βίντεο μπορεί εύκολα να χρησιμοποιηθεί στην τάξη στοχεύοντας στην καταγραφή και ανάλυση αλληλεπιδράσεων (Pea & Hay, 2002) καθώς και στην ανάπτυξη της κριτικής σκέψης, της δημιουργικότητας και της συνεργατικής μάθησης (BECTA, 2004).

Το βίντεο προσφέρει τη δυνατότητα στον μαθητή να ταξιδέψει σε άλλους τόπους ή άλλους χρόνους, να ανακαλύψει κρυμμένους κόσμους, να αποσαφηνίσει και συσχετίσει αφηρημένες έννοιες, να ζωντανέψει το περιεχόμενο του μαθήματος, να αναδείξει απομακρυσμένες έννοιες, έννοιες δύσκολες να αντιληφθεί, να επιμηκύνει το χρόνο ή να τον συμπύκνει, να κεντρίσει το ενδιαφέρον του για νέα γνώση και γενικά να οδηγήσει σε βελτιωμένο επίπεδο παιδείας, το οποίο χαρακτηρίζεται ως οπτικός γραμματισμός/αλφαβητισμός (visual literacy) (Παπαδημητρίου, 2011).

Το βίντεο μεταφέρει περισσότερο ή λιγότερο φανερά μηνύματα και συμβολισμούς, τα οποία μπορούν να είναι πιο σημαντικά από την ίδια την εικόνα. Μπορεί να προβάλλει διάφορα χαρακτηριστικά της ανθρώπινης συμπεριφοράς όπως οι εκφράσεις του προσώπου, η γλώσσα του σώματος, ο τόνος της φωνής που είναι δύσκολο να περιγραφούν ή να γίνουν κατανοητά εάν αναπαρασταθούν με άλλες μορφές δεδομένων, προσθέτει μία πραγματική διάσταση και αυθεντικότητα στη μαθησιακή διαδικασία, ζωντανεύοντας το περιεχόμενο του μαθήματος (Thornhill, Asencio και Young, 2002). Ο θεατής εκτίθεται στον οπτικοακουστικό λόγο και αναμένεται μετά την πρωτογενή αναγνώριση να προχωρήσει σε σημασιολογική ανάγνωση αυτών που βλέπει και ακούει, να αναστοχαστεί και να συμπληρώσει ή να αναθεωρήσει αυτά που ήδη γνωρίζει και να δημιουργήσει νέα γνωστικά σχήματα.

Κατά τον Messaris (Natharius, 2004), ο οπτικός γραμματισμός στηρίζεται σε τέσσερις τομείς:

- την κατανόηση των οπτικών Μέσων,
- την εξέταση των γνωστικών συνεπειών του οπτικού γραμματισμού,
- τη συνειδητοποίηση της οπτικής χειραγώγησης,
- την αισθητική εκτίμηση.

Στο διδακτικό πλαίσιο οι μαθητές εξασκούνται να αναγνωρίζουν:

- τις οπτικές συμβάσεις εξετάζοντας την αναπαραστατική λειτουργία των εικόνων (ποιοι οι συμμετέχοντες, τι κάνουν κ.λπ.),
- το διαπροσωπικό πλαίσιο (ποιοι οι αποδέκτες, ποιες οι σχέσεις εικονιζόμενων με το κοινό, πλάνο και γωνία λήψης κ.λπ.) και
- το κειμενικό πλαίσιο (στοιχεία της εικόνας, πώς ερμηνεύονται, διάταξη κ.λπ.).
- τις απουσίες (ότι δεν φαίνεται είναι το ίδιο σημαντικό με αυτό που φαίνεται).

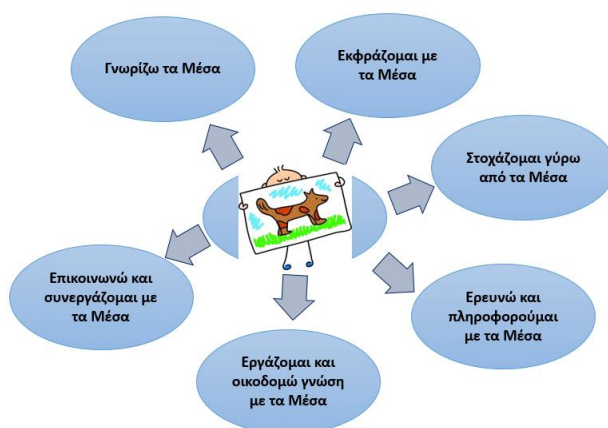
### 3. Εκπαίδευση και Γραμματισμός στα Μέσα

#### 3.1 Τα Μέσα επικοινωνίας στην ψηφιακή εποχή

Τα Μέσα επικοινωνίας στην ψηφιακή εποχή προσφέρουν συνεχώς αυξανόμενες δυνατότητες για κριτική ανάλυση, ανταλλαγή ιδεών, γνώσεων και πληροφοριών σε εκπαιδευτικούς και μαθητές, συνεργασία μεταξύ σχολείων, άνοιγμα στην παγκόσμια εκπαιδευτική κοινότητα, ενεργό συμμετοχή στην παραγωγή της γνώσης και στην πρόσβαση στον παγκόσμιο ανοιχτό ψηφιακό πλούτο των ιδεών και των καινοτομιών.

Η Εκπαίδευση στα Μέσα (*Media Education*) είναι η διαδικασία διδασκαλίας και μάθησης για τα Μέσα, ενώ ο Γραμματισμός στα Μέσα (*Media Literacy*) είναι το αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας, οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι (Buckingham, 2008).

Από την ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας (Sofos 2010) συμπεραίνεται ότι οι κατηγορίες στόχων της Εκπαίδευσης στα Μέσα που διατυπώνονται έχουν ποικίλα σημεία αναφοράς: α) τα αναλυτικά προγράμματα σπουδών που αναφέρονται σε δεξιότητες που θα πρέπει να αποκτήσουν οι μαθητές στο πλαίσιο της σχολικής τους εκπαίδευσης, π.χ. στο ΕΠΠΣ (1997) και το ΔΕΠΠΣ της Πληροφορικής (2003) για την πρωτοβάθμια εκπαίδευση, β) θεωρητικές προσεγγίσεις του μιντιακού γραμματισμού, π.χ. Baacke (1999), Aufenanger (1999), Tulodziecki (1997), Buckingham (2005), Μακράκης (2000), γ) πιλοτικά ερευνητικά προγράμματα πανεπιστημίων και άλλων φορέων, π.χ. (I Curriculum Partnership 2004), δ) εκπαιδευτικούς οργανισμούς και άλλες επιστημονικές ενώσεις, π.χ. (ISTE 2007). Με σημείο αναφοράς την ανάλυση των παραπάνω στόχων της Μιντιακής Εκπαίδευσης (Σοφός 2015) οι στόχοι της Εκπαίδευσης στα Μέσα συστηματοποιούνται σε έξι κατηγορίες στόχων για τον προσανατολισμό των εκπαιδευτικών παρεμβάσεων όπου τα Μέσα προσεγγίζονται ως δυνατότητες κριτικής διάδρασης στο βιόκοσμο των μαθητών:



Σχήμα 1: Κατηγορίες στόχων εκπαιδευτικών παρεμβάσεων - Σοφός, 2015

1. **Γνωρίζω τα Μέσα:** Πρόκειται για την εξοικείωση με τα Μέσα και την απόκτηση λειτουργικών ικανοτήτων και δεξιοτήτων (Skills). Σε αυτά περιλαμβάνονται κατανόηση και αξιολόγηση των εκφραστικών τεχνικών διαμόρφωσης περιεχομένων που στοχεύουν στην επικοινωνία. Οι μαθητές έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν και να συγκρίνουν παραγωγές με διαφορετική κωδικοποίηση (κείμενο, ήχο), τεχνική διαμόρφωσης (Webdesign, στρατηγική πλοήγησης), μορφή ενημέρωσης (ειδήσεις, διαφήμιση) μεταξύ τους και να διαπιστώσουν τις συγκεκριμένες δυνατότητες και τα όρια τους.

2. **Εκφράζομαι με τα Μέσα:** Εδώ προβάλλονται οι ικανότητες και οι δεξιότητες των μαθητών να πειραματιστούν και να εκφράσουν τις απόψεις τους με διαφορετικό τρόπο και να επεξεργαστούν δημιουργικά ήδη υπάρχουσες πληροφορίες σε ένα νέο πλαίσιο ή προϊόν. Μέσα από συγκεκριμένες εκπαιδευτικές δράσεις μπορούν οι μαθητές να κατασκευάσουν παραγωγές με διαφορετικούς τύπους π.χ. ντοκουμέντα φωτογραφίας, animation, ακουστική εκπομπή/mp3, βίντεοφιλμ/YouTube, ραδιοφωνικές εκπομπές, εφημερίδα, ηλεκτρονικές πύλες, ιστοσελίδες, ιστολόγια, ηλεκτρονικά κουίζ κλ.π.

3. **Επικοινωνώ και συνεργάζομαι με τα Μέσα:** Στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος εστιάζεται η εργασία, η επικοινωνία και η συνεργασία στην ομάδα. Αυτή η διάσταση του μιντιακού γραμματισμού είναι ιδιαίτερα σημαντική, γιατί συνδιαμορφώνει στην εκπαίδευση ανοιχτά, εξ αποστάσεως και συνεργατικά περιβάλλοντα εργασίας και μάθησης με προσανατολισμό την εποικοδομητική προσέγγιση της διδασκαλίας. Σε τέτοια περιβάλλοντα οι μαθητές αναπτύσσουν εσωτερικά κίνητρα που σχετίζονται με ανάγκες κοινωνικού προσανατολισμού, ένταξης σε ομάδες, και επίδειξη ιδιαίτερων ικανοτήτων.

4. **Ερευνώ και πληροφορούμαι με τα Μέσα:** Οι μαθητές χρησιμοποιούν ψηφιακές υπηρεσίες για να αποκτήσουν πρόσβαση σε πηγές πληροφόρησης, να αναπτύξουν στρατηγικές αναζήτησης, να ασκηθούν στην αναζήτηση πληροφοριών και να αναπτύξουν πρακτικές κριτικού γραμματισμού και αξιολόγησης των πηγών.

5. **Εργάζομαι και οικοδομώ γνώση με τα Μέσα:** Οι μαθητές αξιοποιούν τα Μέσα ως εργαλεία οικοδόμησης γνώσης (προσομοίωση, βάση δεδομένων, tutoring, πολυμεσικές εφαρμογές κ.α.) σε ποικίλα περιβάλλοντα (μελέτη περίπτωσης, σχέδιο δράσης, δομημένη ιστοεξερεύνηση κ.α.) με στόχο την αξιοποίηση των πληροφοριών για τον κριτικό μετασχηματισμό των γνωστικών δομών τους.

6. **Στοχάζομαι πάνω στα Μέσα:** Πρόκειται για δραστηριότητες με στόχο την προώθηση της ψηφιακής ιθαγένειας των μαθητών που εστιάζουν: 1) στην αναγνώριση των δομών (οικονομικών, νομικών) των ψηφιακών Μέσων και υπηρεσιών, 2) στην ανάλυση των κοινωνικών και πολιτικών αξιών που προωθούν (π.χ. κοινωνικές διακρίσεις, εικόνα της γυναίκας, ξενοφοβία, ρατσισμός 3.) στην αξιοποίηση υπηρεσιών κοινωνικής δικτύων, π.χ. youtube λαμβάνοντας υπόψη το νομοθετικό πλαίσιο περί πνευματικών δικαιωμάτων και γενικότερα τις κοινωνικές αξίες και προσανατολισμούς, 4.) στις ατομικές ανάγκες που καλύπτει η κατανάλωση μιντιακών παρεχομένων και στις επιδράσεις που αυτά ασκούν, καθώς επίσης και σε τρόπους επεξεργασίας αυτών των επιδράσεων.

Οι πάνω αναφερόμενες κατηγορίες στόχων μπορούν να μετασχηματιστούν σε ανοιχτές εκπαιδευτικές παρεμβάσεις με τη μορφή σχεδίων εργασίας. Η σύγχρονη Εκπαίδευση στα Μέσα πρέπει να είναι με τέτοιο τρόπο οργανωμένη, ώστε να μετατρέπει: α) την παθητική μάθηση σε ενεργητική, β) την πράξη σε σκέψη (νοητική δράση), γ) το βίωμα σε εμπειρία και δ) την πληροφορία σε γνώση.

Η εκπαίδευση στα Μέσα περιλαμβάνει δύο ευρείες στρατηγικές: την κριτική ανάλυση των κοινωνικών, οικονομικών και πολιτισμικών προεκτάσεων των Μέσων και τη δημιουργική

παραγωγή. Ο Buckingham (2008) προτείνει ένα νέο υπόδειγμα σύμφωνα με το οποίο η Εκπαίδευση στα Μέσα δεν θεωρείται τρόπος προστασίας αλλά τρόπος προετοιμασίας των μαθητών, για να ανταποκριθούν στις προκλήσεις και τις δυνατότητες του ψηφιακού κόσμου που τους περιβάλλει. Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι η προσέγγιση του: «δεν έχει ως αφετηρία την άποψη ότι τα Μέσα είναι οπωσδήποτε και αναπόφευκτα επιβλαβή, ούτε ότι οι νέοι είναι απλώς παθητικά θύματα της επιρροής τους. Αντίθετα, υιοθετεί μια προσέγγιση εστιασμένη στους μαθητές, με αφετηρία τις γνώσεις και τις εμπειρίες που οι νέοι έχουν ήδη από τα Μέσα» (Buckingham, 2008:52) με στόχο να τους καταστήσει ικανούς να λαμβάνουν μόνοι τους σύνθετες αποφάσεις.

Η διείσδυση των νέων Μέσων στη σχολική καθημερινότητα και τη μαθησιακή διαδικασία απαιτεί την απόκτηση νέων γνώσεων, την καλλιέργεια νέων δεξιοτήτων και στάσεων συνεπώς οδηγεί στην ανάδυση ενός νέου κατά Kuhn (1981), Εκπαιδευτικού Παραδείγματος. Η σύνδεσή τους με τη σχολική τάξη στοχεύει στην κριτική κατανόηση, την ανάπτυξη της αισθητικής και συναισθηματικής αγωγής των μαθητών και την υποστήριξη της ακαδημαϊκής και επαγγελματικής επικοινωνίας στο εύρος των δυνατοτήτων των νέων και παραδοσιακών Μέσων.

### 3.2 Κριτική προσέγγιση: Δημιουργία ενημερωμένων και ενεργών πολιτών

Η εκπαίδευση στα Μέσα έχει ζωτική σημασία όχι μόνο για την καλλιέργεια κριτικής στάσης και δεξιοτήτων δημιουργικής παραγωγής, αλλά επιπρόσθετα για τη δημοκρατική διαδικασία εν γένει, με τη δημιουργία ενημερωμένων και ενεργών πολιτών.

Σύμφωνα με τον Jenkins (2009) η εκπαίδευση στα Μέσα είναι αναγκαία για τον περιορισμό του ψηφιακού χάσματος, το οποίο σήμερα εξαρτάται λιγότερο από την τεχνολογία και περισσότερο από την καλλιέργεια δεξιοτήτων. Επιπλέον η εκπαίδευση στα Μέσα συνδέεται με το πρόβλημα της διαφάνειας: το περιεχόμενο των Μέσων φτάνει στους αποδέκτες ήδη κατασκευασμένο, επώνυμο, διαμορφωμένο μέσω οικονομικών, πολιτικών, ιδεολογικών διεργασιών.

Ο κυριότερος σκοπός της εκπαίδευσης στα Μέσα, είναι η ανάπτυξη αυτόνομης κριτικής κατανόησης και η κατάκτηση δεξιοτήτων που επιτρέπουν την ικανοποιητική συμμετοχή στην κοινωνική και πολιτική ζωή, ενισχύοντας έτσι την ενεργή πολιτεότητα και την εμπάθυση της δημοκρατίας (Celot, 2011).

Ο γραμματισμός συμβάλλει στη διαφύλαξη της πολυφωνίας και της ανεξαρτησίας στα Μέσα, επιτρέπει τη διατύπωση διαφορετικής γνώμης από διάφορες κοινωνικές ομάδες και προάγει την ανάπτυξη των αξιών της ανοχής και του διαλόγου. Υποστηρίζει και ενδυναμώνει τον πολίτη να αποφύγει την παθητικότητα και την απραξία που απειλούν τις δημοκρατικές αξίες ως σιωπηροί εχθροί. Η εκπαίδευση στα Μέσα (UNESCO, 2011:64):

- παρακινεί τους πολίτες να χρησιμοποιούν τα νέα και παραδοσιακά Μέσα για την προσωπική τους έκφραση, τη δημιουργικότητα και την ευρύτερη συμμετοχή στη δημοκρατία της χώρας τους και το παγκόσμιο δίκτυο πληροφοριών.
- ωθεί τους πολίτες να γίνουν ενεργοί παραγωγοί της πληροφορίας, καινοτόμοι στα προϊόντα των Μέσων και της πληροφορίας, καθώς και κριτικοί και σκεπτόμενοι πολίτες.

Στο πλαίσιο της **εκπαίδευσης στα Μέσα**, χρειάζεται να εξετάσουμε τις εικόνες ή τις αναπαραστάσεις στα Μέσα και να αναλύουμε, όχι μόνον την εικόνα ή το **ίδιο το μιντιακό κείμενο**, αλλά και το **πλαίσιο** το οποίο περιβάλλει την εικόνα, το οποίο μερικές φορές αδυνατούμε να δούμε. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι, παρά το γεγονός ότι τα Μέσα



έχουν μεγάλη δύναμη για να κατευθύνουν και να προκαλέσουν μια κοινωνία, αντανακλούν επίσης μια κοινωνία, προσφέροντας ιστορίες και αναπαραστάσεις που απαιτούμε και αποδεχόμαστε.

Η κριτική παιδαγωγική αποσκοπεί στη διάσπαση των αυτονόητων, στη δημιουργία ενεργών μαθητών και εντέλει ενεργών δημοκρατικών πολιτών. Υπ' αυτό το πλαίσιο, «ο κριτικός γραμματισμός είναι ο ακρογωνιαίος λίθος μιας δημοκρατικής κοινωνίας» (Tyner, 2003). Είναι κομβικής σημασίας τα παιδιά να μάθουν να θέτουν τα ερωτήματα που συνήθως αποφεύγονται. Στις σχολικές τάξεις του κριτικού γραμματισμού (Hobbs & Jensen, 2009):

- ο δάσκαλος σπάνια διατυπώνει στους μαθητές μια προσωπική άποψη σχετικά με ένα συγκεκριμένο κοινωνικό ή πολιτικό θέμα,
- δεν δέχεται μια μοναδική πρόταση ως απάντηση σε ένα ερώτημα,
- ενθαρρύνει την αλληλεπίδραση μεταξύ των μαθητών,
- τα μαθήματα αναπτύσσονται από τις αντιδράσεις των μαθητών και όχι από κάποια προηγουμένως προκαθορισμένη «λογική» δομή.

#### 4. Μεθοδολογίες κριτικής ανάλυσης των Ο/Α Μέσων

##### 4.1 Στοχεύοντας στη δεοντολογία και ενεργή πολιτειότητα

Πολλές βιομηχανίες των Μέσων ενημέρωσης ανά τον κόσμο έχουν αναπτύξει **εθελοντικούς κώδικες ποικιλομορφίας**, για να εξασφαλίσουν ότι η βιομηχανία των Μέσων δεσμεύεται στην παροχή περιεχομένου ποικιλόμορφων πρωτοβουλιών για όλους. Πολλές βιομηχανίες Μέσων ενημέρωσης ακολουθούν επίσης, έναν **κώδικα δεοντολογίας**, ο οποίος απαγορεύει τη χρήση υβριστικού ή ρατσιστικού υλικού βασισμένο στην φυλή, την εθνότητα, την ηλικία, το φύλο, την φυσική ικανότητα ή την οικογενειακή κατάσταση. Βασικές ερωτήσεις-κλειδιά περιλαμβάνουν:

- Ποιος ωφελείται από την αποδοχή ακατάλληλων αναπαραστάσεων στα Μέσα και ποιος ζημιώνεται;
- Πώς οι εικόνες αυτές επηρεάζουν τον τρόπο που βλέπουμε τον εαυτό μας και τους άλλους γύρω μας;
- Πώς επηρεάζουν τη γνώση και αντίληψή μας για τον κόσμο, πέρα από την άμεση προσωπική μας εμπειρία;

Μεθοδολογίες σχετικά με την κριτική ανάγνωση των Ο/Α Μέσων στις διάφορες μορφές τους στοχεύουν στην καλλιέργεια δεξιοτήτων κριτικής κατανόησης και ενισχύουν την ενεργή πολιτειότητα και την εμπάθυνση της δημοκρατίας. Στις επόμενες ενότητες παρουσιάζονται οι μεθοδολογίες

- Το “Τρίγωνο των Μέσων” (Andersen, 2014),
- Ερωτήσεις κριτικής ανάλυσης (McDougall & Potamitis, 2010· Thoman & Jolls, 2004· Scheibe, 2004)

Επιπλέον, παρουσιάζονται οι μελέτες περίπτωσης/εφαρμογές:

- Το πείραμα της στερητικής εμπειρίας των Μέσων (Mastrolia, 1997)

- Κριτική ανάλυση ενημερωτικών ιστοσελίδων, τηλεοπτικών ειδήσεων: ιεράρχηση, ρόλοι, αφηγηματικές συμβάσεις, οικονομικοί παράγοντες (Masterman, 2001· Buckingham, 2008· Hobbs, 2004)
- Ανάλυση διαφημίσεων (Hobbs, He & Robbgrieco, 2014)

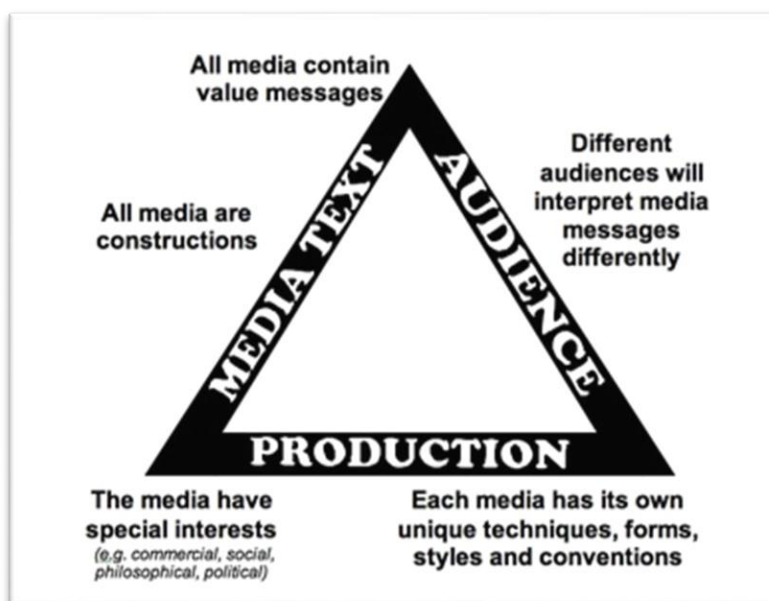
#### 4.2 Το Τρίγωνο των Μέσων

Ένα από τα πιο διαδεδομένα μοντέλα κριτικής ανάλυσης των Μέσων είναι το «Τρίγωνο των Μέσων». Andersen, (2014) - *Media Triangle* ή *T.A.P. model*, των Considine, Horton and Moorman (Considine & Considine, 2014).

Το «Τρίγωνο των Μέσων» αποτελεί ένα εργαλείο για κριτική ανάλυση, όπου τίθενται ερωτήματα σε 3 άξονες: το κείμενο, το κοινό και την παραγωγή. Κάθε επικοινωνιακό προϊόν πρέπει:

- να εξετάζεται ως κείμενο που επικοινωνεί,
- να συνδέεται με τη διαδικασία παραγωγής και διανομής και
- να μελετάται η σχέση του με το κοινό.

Οι μαθητές φαντάζονται το προϊόν/νόημα στο κεντρικό μέρος του τριγώνου και στη συνέχεια το εξερευνούν μέσα από τρεις οπτικές γωνίες. Ως παράδειγμα εφαρμογής του «Τριγώνου των Μέσων» δίνεται η κριτική ανάλυση μιας διαφήμισης δημητριακών στη διεύθυνση: <https://prezi.com/zrcfpx7od9s/media-studies-triangle/>



Σχήμα 2: Media Triangle ή T.A.P. model Considine, Horton and Moorman (Considine & Considine, 2014)



Σχήμα 3, 4, 5: Ανάλυση Τριγώνου των Μέσων (Media Triangle)

#### 4.3 Ερωτήσεις κριτικής ανάλυσης

Η **Scheibe**, (2004) εστιάζει σε έξι ερωτήσεις για την ανάλυση ενός μιντιακού κειμένου από μαθητές:

1. Ποιος το έκανε, ποιος χρηματοδοτεί το μήνυμα και ποιος είναι ο σκοπός του;
2. Ποιο είναι το υπό στόχευση κοινό και πώς το μήνυμα προσαρμόστηκε σ' αυτό;
3. Ποιες είναι οι διάφορες τεχνικές που χρησιμοποιούνται για να ενημερώσουν, πείσουν, διασκεδάσουν και προσελκύσουν την προσοχή;
4. Ποια μηνύματα επικοινωνούνται (και/ή υπνοούνται) σχετικά με συγκεκριμένους ανθρώπους, τόπους, γεγονότα, συμπεριφορές, τρόπους ζωής κ.λπ.
5. Πόσο έγκαιρες, έγκυρες και αξιόπιστες είναι οι πληροφορίες στο μήνυμα;
6. Τι έχει μείνει έξω από το μήνυμα το οποίο μπορεί να είναι σημαντικό να γνωρίζουμε;

Οι **McDougall & Potamitis**, (2010) προτείνουν ένα πλαίσιο δέκα ερωτήσεων, τις οποίες πρέπει να θέτουν οι μαθητές διακόπτοντας τη ροή πληροφόρησης για αναστοχασμό:

1. Ποιος είναι ο συγγραφέας;
2. Ποια είναι η εξειδικευμένη γνώση του συγγραφέα;
3. Ποια αποδεικτικά στοιχεία χρησιμοποιεί;
4. Τι είδος κειμένου είναι;
5. Χρηματοδοτείται από κάποιον;
6. Ποια επιχειρήματα παρουσιάζονται;
7. Πότε δημιουργήθηκε;
8. Γιατί δημιουργήθηκε σ' αυτό το σημείο της ιστορίας;
9. Ποιο είναι το κοινό αυτών των πληροφοριών;
10. Τι δεν συζητείται και ποιες είναι οι συνέπειες της απουσίας αυτής;

Οι **Thoman & Jolls**, (2004) προτείνουν πέντε ερωτήσεις-κλειδιά για την ανάλυση ενός μιντιακού κειμένου από μαθητές:

1. Ποιος δημιούργησε το μήνυμα;
2. Ποιες τεχνικές χρησιμοποιούνται για να προσελκύσουν την προσοχή;
3. Πώς γίνεται διαφορετικοί άνθρωποι να καταλαβαίνουν το ίδιο μήνυμα διαφορετικά;
4. Ποιες αξίες και οπτικές παρουσιάζονται ή παραλείπονται από το μήνυμα;
5. Γιατί αποστάλθηκε το μήνυμα;

Η αξιολόγηση των μιντιακών κειμένων και των οπτικοακουστικών πηγών, με τις οποίες οι μαθητές έρχονται καθημερινά σε επαφή είναι καλό να ξεκινάει από την αρχή της σχολικής χρονιάς ως μια συνήθης πρακτική. Ο Masterman (2001) έχει υποστηρίξει την χρησιμότητα της εκπαίδευσης στα Μέσα σε διάφορα γνωστικά αντικείμενα. Για παράδειγμα, η Γεωγραφία και η Ιστορία είναι μαθήματα πλούσια σε οπτικά ερεθίσματα (φωτογραφίες, χάρτες, πίνακες, O/A αρχεία, βίντεο).

## 5. Εφαρμογή: Βλέποντας κριτικά τις εικόνες

### 5.1 Πλαίσιο αναφοράς

Κατά τη διάρκεια του σχολικού έτους 2018-19, σαράντα (40) εκπαιδευτικοί πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης επιμορφώθηκαν στην κριτική ανάλυση των Ο/Α Μέσων στο πλαίσιο εξ αποστάσεως επιμόρφωσης από το Κέντρο Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης (ΚΕΔΙΒΙΜ) του Πανεπιστημίου Αιγαίου για την αξιοποίηση των Ο/Α Μέσων στη διδασκαλία. Παρουσιάστηκαν βέλτιστες ή καλές πρακτικές ή βέλτιστα σενάρια διδασκαλίας καλλιέργειας δεξιοτήτων κριτικής προσέγγισης Ο/Α πόρων, ανάπτυξης αυτόνομης κριτικής κατανόησης ενισχύοντας έτσι την ενεργή πολιτότητα και την εμπάθυνση της δημοκρατίας. Οι συμμετέχοντες εκπαιδευτικοί κλήθηκαν να εφαρμόσουν, επεκτείνουν ή προσαρμόσουν τα σενάρια στην τάξη τους. Ειδικότερα, προτάθηκε στους εκπαιδευτικούς η εφαρμογή στις τάξεις τους, των καλών πρακτικών του Ευρωπαϊκού έργου MIL/peer:

- K1: “Η δική μου γνώμη” In My Own View <https://milpeer.eu/documents/309/>,  
 K2: “Μήνας εκπαίδευσης στα Μέσα” <https://milpeer.eu/documents/130/> και  
 ιδιαίτερος τις επιμέρους πρακτικές:  
 K2α: Κριτική ανάλυση διαφημίσεων  
 K2β: Κριτική ανάλυση τηλεοπτικών ειδήσεων  
 K2γ: Μία μέρα μακριά από τα Μέσα  
 K2δ: Η αγαπημένη εκπομπή των παιδιών  
 K2ε: Λεξιλόγιο των Μέσων

Οι συγκεκριμένες καλές πρακτικές αξιοποιούν τις μεθοδολογίες κριτικής ανάλυσης των Ο/Α Μέσων της προηγούμενης ενότητας. Κατά τη διάρκεια των εφαρμογών, οι μαθητές ενθαρρύνονται να σχολιάσουν, να κρίνουν και να απαντήσουν σε συγκεκριμένα ερωτήματα σχετικά με Ο/Α υλικό που παρακολούθησαν όπως βραβευμένες μαθητικές ταινίες (“Η δική μου γνώμη”), ψηφιακές διαφημίσεις, τηλεοπτικές ειδήσεις (“Μήνας εκπαίδευσης στα Μέσα”) αναπτύσσοντας επιχειρηματολογία και κριτική τεκμηρίωση. Συμμετέχουν σε μια δημιουργική και δομημένη συζήτηση για θέματα που τους αφορούν, αναπτύσσοντας επιχειρήματα και απόψεις με στόχο να καλλιεργήσουν δεξιότητες οπτικοακουστικής παιδείας.

### 5.2 Στόχοι και Προσδοκώμενα Μαθησιακά Αποτελέσματα

Σύμφωνα με τις 6 κατηγορίες στόχων εκπαιδευτικών παρεμβάσεων (Σοφός, 2015), οι στόχοι της εφαρμογής αφορούν την 1η κατηγορία “Γνωρίζω τα Ο/Α Μέσα Ερευνώ και πληροφορούμαι για τα Μέσα”, την 4η “Ερευνώ και πληροφορούμαι για τα Μέσα” και την 6η “Στοχάζομαι (κριτικά) πάνω στα Ο/Α Μέσα”. Τα αντίστοιχα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα, είναι:

#### 1<sup>η</sup> Κατηγορία: Γνωρίζω τα Μέσα

- A3: να γνωρίζουν και να μπορούν να χειριστούν Ο/Α Μέσα ως πηγές πληροφόρησης,
- A5: να εντοπίζουν τις δυνατότητες και τα όρια των Ο/Α Μέσων και των ψηφιακών τεχνολογιών.

#### 4<sup>η</sup> Κατηγορία: Ερευνώ και πληροφορούμαι για τα Μέσα

- Δ2: να εντοπίζουν και να αξιολογούν την αξία και την ποιότητα των πληροφοριών, δηλαδή νοητικός και φυσικός εντοπισμός πηγών, πρώτη εκτίμηση ποιότητας, ποσότητας και αξίας των πληροφοριών, εξέταση των πληροφοριών, π.χ. πατρότητα, οργανισμός, διαγώνια ανάγνωση, κατά εκτίμηση επανάληψη της διαδικασίας με άλλη μεθοδολογία και να αξιολογούν πληροφορίες από διαφορετικές πηγές
- Δ4: να συνθέτουν τις πληροφορίες σε νέο περιβάλλον, π.χ. οργάνωση των στοιχείων για την παρουσίαση σε άλλους, επιλογή αποδοτικού τρόπου παρουσίασης, αυτόνομη υποστήριξη των θέσεων και διάλογος,
- Δ5: να αξιολογούν την ποιότητα της παραγωγής, π.χ. αξιολόγηση του νέου προϊόντος. π.χ. ποιότητα, αποδοτικότητα, αξιολόγηση της διαδικασίας αναζήτησης και στρατηγικής.

#### 6<sup>η</sup> Κατηγορία: Στοχάζομαι (κριτικά) πάνω στα Μέσα

- ΣΤ1: να γνωρίσουν και να εξερευνήσουν διάφορες μιντιακές δομές (τηλεόραση, WebTV) και διάφορα εργαλεία των Νέων Τεχνολογιών με έμφαση στην κριτική οπτική των εικόνων π.χ., κινηματογράφο, τηλεοπτικές εκπομπές.
- ΣΤ2: να μπορούν να περιγράφουν, να αναλύουν και να αξιολογούν τα μιντιακά μηνύματα, την επιδωκόμενη επίδραση των ενεργειών τους με τα μιντιακά τους προϊόντα π.χ. τηλεοπτικές διαφημίσεις και ειδήσεις.

#### 5.3 Γενική Μεθοδολογία

Η προτεινόμενη γενική μεθοδολογία για την κριτική προσέγγιση των Ο/Α Μέσων ήταν η εξής:

#### Παρακολούθηση Ο/Α υλικού όπως:

- βραβευμένες μαθητικές ταινίες μικρού μήκους με θέμα τις σχέσεις και τις αγωνίες των μαθητών (Κ1),
- βραβευμένες μαθητικές ταινίες μικρού μήκους με θέματα επικαιρότητας και τους τρόπους με τους οποίους προσεγγίζονται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Κ1)
- ψηφιακές διαφημίσεις που βλέπουν σε διάφορες ιστοσελίδες, έμμεσες διαφημίσεις (Κ2α) (*advertorials: ADVERTising in ediTORIAL*)<sup>3</sup>
- τηλεοπτικές ειδήσεις (Κ2β)

**Κριτική ανάλυση:** Ενθάρρυνση των μαθητών να συμμετέχουν, σχολιάσουν, κρίνουν και απαντήσουν σε συγκεκριμένα ερωτήματα πάνω στο Ο/Α υλικό που παρακολούθησαν σχετικά με την υποκειμενικότητα, αντικειμενικότητα, αμεροληψία, αλήθεια, οπτική γωνία, υπόρρητα μηνύματα, αυτορρύθμιση, λογοκρισία ακολουθώντας τις μεθοδολογίες κριτικής ανάλυσης Ο/Α Μέσων.

**Προώθηση της επιχειρηματολογίας και της κριτικής τεκμηρίωσης** με έκφραση προσωπικών σκέψεων και προβληματισμών

**Απάντηση σε ερωτηματολόγιο - ψηφοφορία και/ή γραπτή κριτική.**

<sup>3</sup> συνδυάζει αρθρογραφία με διαφήμιση - "πληρωμένο άρθρο"

**Πηγές και εργαλεία:** Βραβευμένα μαθητικά βίντεο από την πλατφόρμα μαθητικής δημιουργίας [www.i-create.gr](http://www.i-create.gr), Ιστοσελίδες, Τηλεοπτικές Ειδήσεις από WebTV *πχ Προγράμματα επεξεργασίας ήχου, εικόνας και βίντεο.*

**Προετοιμασία:** Ο εκπαιδευτικός πρέπει να έχει αναζητήσει και επιλέξει τα κατάλληλα βίντεο και να έχει μελετήσει το υποστηρικτικό υλικό για τις ερωτήσεις κριτικής ανάλυσης. Ο ρόλος του είναι επικοινωνιακός, ενθαρρυντικός, υποστηρικτικός, και συμβουλευτικός.

#### Εκπαιδευτικό Υλικό - πηγές:

- <https://issuu.com/karposcentreofeducationandintercult>, <http://emels.eu/>,
- Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals, <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf>,
- Buckingham, D. (2008). Εκπαίδευση στα ΜΜΕ. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα,
- Masterman, L. (1985). Teaching the Media. Routledge

#### 5.4 Κ1: Η δική μου γνώμη

Οι μαθητές παρακολουθούν ταινίες σε κινηματογραφική προβολή σε σκοτεινή αίθουσα με οθόνη. Σε ομάδες των 3-4 συμπληρώνουν ερωτηματολόγια που αφορούν τις ταινίες που παρακολούθησαν. Οι μαθητές συζητούν στην τάξη και τεκμηριώνουν τις απόψεις τους. Προαιρετικά, όσοι μαθητές θέλουν γράφουν την κριτική τους για μια ταινία που έχουν επιλέξει. Στόχος είναι η καλλιέργεια μιας σειράς από χαρακτηριστικά της ιδιαίτερης κουλτούρας ενός θεατή κινηματογραφικών ταινιών, όπως:

- η έννοια της κινηματογραφικής προβολής
- η έννοια της ευρείας διανομής των ταινιών και της κοινής εμπειρίας που συνδέει διαφορετικά άτομα: σειρά προβολών των ίδιων ταινιών σε διαφορετικούς τόπους και σε κοινό θεατών με διαφορετικά τοπικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά
- η εμπειρία συμμετοχής σε «φεστιβαλική προβολή», καθώς οι ταινίες που προβάλλονται δεν είναι ταινίες τρέχουσας εμπορικής κυκλοφορίας
- η ανάπτυξη κριτικού λόγου και η διατύπωση επιχειρημάτων που προκύπτουν από την προσπάθεια αιτιολόγησης των επιλογών.

#### 5.5 Κ2α: Κριτική ανάλυση διαφημίσεων - Media Education Month

Οι μαθητές έρχονται σε επαφή με την ανάλυση περιεχομένου. Αρχικά εντοπίζουν και κατηγοριοποιούν τις ψηφιακές διαφημίσεις που βλέπουν σε διάφορες ιστοσελίδες και στη συνέχεια παρατηρούν τον νέο χαρακτήρα των διαφημίσεων στον ψηφιακό χώρο (διαδραστικότητα, εξατομίκευση, πολυτροπικότητα κ.λπ.). Μετά την παρουσίαση των ευρημάτων ακολουθεί προβληματισμός και συζήτηση γύρω από τα πιο κάτω ενδεικτικά σημεία:

- Χαρακτηριστικά διαφημίσεων (πλούσια οπτικά ερεθίσματα, περιορισμένη χρήση λέξεων κ.λπ.)
- Έκταση χώρου που παραχωρείται στις ιστοσελίδες για διαφημίσεις
- Διαφημιστικοί κώδικες (αναλογία εικόνας-κειμένου, χρώματα, πρωταγωνιστές, φύλο, στερεότυπα, λεκτικές συμβάσεις κ.λπ.)
- Έμμεσες διαφημίσεις (advertorials)
- Σκιαγράφηση των διαφημιζομένων
- Είναι σημαντικό να συζητηθούν κριτικά και να συναποφασιστούν τα σημαντικά στοιχεία των διαφημίσεων (προϊόν, εικόνα, χρώματα, πλάνο, σλόγκαν/ατάκες, ηχητικά εφέ κ.λπ.).

Στη συνέχεια οι μαθητές μπορούν να περάσουν στο στάδιο της παραγωγής, όπου θα δημιουργήσουν τις δικές τους Ο/Α διαφημίσεις ατομικά ή σε ομάδες π.χ. ηχητική για ραδιόφωνο, οπτικοακουστική για την τηλεόραση χρησιμοποιώντας εφαρμογές επεξεργασίας ήχου (Audacity) ή βίντεο (VivaVideo ή άλλα). Στο τέλος, οι μαθητές αξιολογούν την ατομική τους διαδικασία σκέψης και εργασίας, αλλά και των υπολοίπων ομάδων.

#### 5.6 Κ2β: Κριτική ανάλυση τηλεοπτικών ειδήσεων - Media Education Month

Οι μαθητές παρακολουθούν ένα σύντομο τηλεοπτικό δελτίο ειδήσεων στην τάξη. Ταυτόχρονα, προχωρούν σε ανάλυση περιεχομένου σημειώνοντας τη θεματολογία, την ιεράρχηση, τους πρωταγωνιστές και τους ρόλους τους, τις χώρες/περιοχές που διαδραματίζονται οι ειδήσεις κ.λπ. Μελετούν, επίσης, τα πλάνα, τα γραφικά, τη μουσική, τους τίτλους που πλαισιώνουν τις ειδήσεις, τον παρουσιαστή (π.χ. ύφος, εμφάνιση, τόνος φωνής). Είναι βασικό να δουν τις ειδήσεις με άλλη οπτική γωνία, «ως ένα αφήγημα του τελευταίου εικοσιτετραώρου με συγκεκριμένες συμβάσεις» (Ζαρίντας, 2015).

Στη συνέχεια, οι μαθητές διαβάζουν διάφορους τίτλους ειδήσεων. Συζητούν στις ομάδες τους και ιεραρχούν τις ειδήσεις ανάλογα με τη σπουδαιότητα που τις αποδίδουν. Επιλέγουν τις πέντε κατά τη γνώμη τους κυριότερες ειδήσεις και μετά γυρίζουν βίντεο προσομοίωσης σύντομου δελτίου ειδήσεων βάσει της ατζέντας που συναποφάσισαν. Αξίζει να σημειωθεί ότι η παραγωγή μιντιακού περιεχομένου είναι μια χρονοβόρα διαδικασία ωστόσο, ο σκοπός δεν είναι να παραχθεί ένα επαγγελματικό έργο, «αλλά να δοθεί η δυνατότητα στους μαθητές να γίνουν δημιουργικοί και κριτικοί μέσα από μια ευχάριστη δραστηριότητα» (Ζαρίντας, 2015).

Στο τέλος, οι μαθητές παρουσιάζουν τα έργα τους, αιτιολογούν τις επιλογές τους και αξιολογούν τόσο τη δική τους διαδικασία σκέψης και εργασίας, όσο και των υπολοίπων μαθητών/ομάδων.

#### 5.7 Κ2γ: Πείραμα της στερητικής εμπειρίας των Μέσων: μία μέρα μακριά από τα Μέσα - Media Education Month

Οι μαθητές καλούνται να μην χρησιμοποιήσουν Μέσα για ένα 24ωρο (Ραδιόφωνο, Τηλεόραση, Διαδίκτυο). Στην τάξη παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της «Ημέρας χωρίς Μέσα». Εκφράζουν τα συναισθήματα που βίωσαν, αναγνωρίζουν τους παράγοντες επιτυχίας ή αποτυχίας και συζητούν για το ρόλο που κατέχουν τα Μέσα στη ζωή τους.

## 6. Αξιολόγηση της εφαρμογής

Η αξιολόγηση της εφαρμογής έγινε με ερωτηματολόγιο, σχολιασμό στο φόρουμ και ημιδομημένη συνέντευξη μετά την ολοκλήρωσή της.

Οι εκπαιδευτικοί στο μεγαλύτερο ποσοστό θεωρούν ότι χρειάζεται εμβάθυνση, προετοιμασία, συνεργασία με τους γονείς προκειμένου να υλοποιηθεί η πρόταση διδασκαλίας. Οι προτεινόμενες δραστηριότητες χαρακτηρίστηκαν από σαφήνεια, επάρκεια, πολυτροπικότητα, αμεσότητα, με «φρέσκια προσέγγιση στα Ο/Α Μέσα», ευελιξία, πληθώρα πηγών και υλικού, κατατοπιστικές δραστηριότητες, ποικιλία και απλότητα.

Ένα ποσοστό 66,5% των εκπαιδευτικών απάντησαν ότι η στάση των μαθητών ήταν θετική κατά την εφαρμογή «πάρα πολύ», 25% κατά «πολύ» και 8,5% «λίγο». Ομοίως 66,5% των εκπαιδευτικών, απάντησαν ότι υπήρξε ενεργός συμμετοχή των μαθητών κατά την εφαρμογή «πάρα πολύ», 25% «πολύ» και 8,5% «λίγο». Σχετικά με τη συνεργασία των μαθητών, ένα ποσοστό 56,7% των εκπαιδευτικών απάντησαν ότι υπήρξε «πάρα πολύ» κατά την εφαρμογή, 21,5% «πολύ» και 21,5% «λίγο». Σχετικά με τα προβλήματα κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας, 56,7% των εκπαιδευτικών ανέφεραν «λίγα» και 43,3% «καθόλου».



Ισχυρά στοιχεία των δραστηριοτήτων κριτικής προσέγγισης θεωρήθηκαν η σύγχρονη οπτική γωνία, η δυνατότητα που δόθηκε στους μαθητές να αναπτύξουν κριτικό πνεύμα, η «απαραίτητη κριτική προσέγγιση σε μια περίοδο που υπάρχει καταϊγισμός ψηφιακών ερεθισμάτων» καθώς και η «προδιάθεση που δημιουργείται με την παρακολούθηση του κατάλληλου οπτικοακουστικού υλικού και τη επεξήγηση διαφόρων θετικών και αρνητικών για τα μέσα». Σχετικά με τη βελτίωση προτάθηκε «να γίνεται σιγά σιγά και σε βάθος χρόνου, ώστε να υιοθετηθεί η συνήθεια της λιγότερης ενασχόλησης με τα μέσα στους μαθητές».

### 6.1 Κριτική προσέγγιση μαθητικών ταινιών

Οι εκπαιδευτικοί αξιοποίησαν σε μικρό βαθμό την καλή πρακτική «Η δική μου γνώμη». Εκπαιδευτικός εφάρμοσε την πρακτική στο πλαίσιο των Αγγλικών ΣΤ' Δημοτικού, προβάλλοντας την ταινία του Δημοτικού Σχολείου Γενναδίου Ρόδου με τίτλο «Ο τοίχος»<sup>4</sup> διάρκειας 18 λεπτών, που πραγματεύεται θέματα ρατσισμού και αλληλεγγύης. Αναφέρει σχετικά με την εφαρμογή:

*Χώρισα σε ομάδες 4 ατόμων και έδωσα ένα ερωτηματολόγιο 11 ερωτήσεων στην κάθε ομάδα. Οι ερωτήσεις αφορούσαν την πλοκή, το μήνυμα, και τις τεχνικές/καλλιτεχνικές δομές της ταινίας. Στο ερωτηματολόγιο ενσωμάτωσα και κάποιους κινηματογραφικούς όρους στα Αγγλικά. Οι μαθητές επεξεργάστηκαν τις ερωτήσεις σε επίπεδο ομάδας και έπειτα αντάλλαξαν απόψεις και συγκρίναν τις απαντήσεις τους μεταξύ των ομάδων. Ο δικός μου ρόλος ήταν επεξηγηματικός και διευκρινιστικός σε σχέση με το νόημα των ερωτήσεων, αφού τα παιδιά είχαν αρκετές απορίες.*

*Επόμενο βήμα ήταν μια πιο ελεύθερη συζήτηση με τα παιδιά, στην οποία αναλύσαμε περισσότερο την ταινία και αναφερθήκαμε σε λεπτομέρειες. Τα παιδιά είπαν την άποψή τους και τους προβληματισμούς τους σε σχέση με τα μηνύματα που εντόπισαν, μίλησαν για πράγματα που τους άρεσαν ή όχι και έκαναν προτάσεις για το τι θα άλλαζαν ή πώς θα παρουσίαζαν τα ίδια θέματα που πραγματεύεται η ταινία.*

*Μια δραστηριότητα που επέλεξα να κάνουμε στην τάξη για να προβληματίσω και να βάλω τα παιδιά να σκεφτούν θετικά, ήταν τα συννεφάκια της αρνητικής και της θετικής ανθρώπινης συμπεριφοράς. Σχηματίσαμε στον πίνακα δύο συννεφάκια: Το πρώτο συμπληρώθηκε από τα παιδιά με λέξεις που περιγράφουν αρνητικές συμπεριφορές και το δεύτερο, σε αντιδιαστολή, συμπληρώθηκε με θετικές συμπεριφορές, τόσο στα Ελληνικά όσο και στα Αγγλικά. Π.χ. στις έννοιες: ρατσισμός-racism ή αδιαφορία-indifference αντιπαραβάλλαμε αξίες όπως: αλληλεγγύη-solidarity ή ανθρωπισμός-humanism.*

*Στο κομμάτι της δημιουργίας τα παιδιά έγραψαν μια παράγραφο, στην οποία έκαναν μια κριτική της ταινίας κι εξέφρασαν τα συναισθήματα που τους δημιούργησε.*

*Η εμπειρία ήταν πολύ θετική και για τα παιδιά, που έβλεπαν άλλα παιδιά κοντά στην ηλικία τους να συνεργάζονται σε μια τόσο δημιουργική προσπάθεια και για μένα που μου δόθηκε η ευκαιρία να εξερευνήσω τις απόψεις, τα συναισθήματα και τη διάθεση για κριτική σκέψη των μαθητών μου. Επισημαίνω σαν αρνητικό αυτής της δραστηριότητας τη διατύπωση των ερωτήσεων που μοίρασα στα παιδιά, εκτιμώ πως θα έπρεπε να χρησιμοποιήσω πιο απλές και κατανοητές λέξεις.*

<sup>4</sup> <https://youtu.be/61Y0tk3Bc6k>

## 6.2 Κριτική προσέγγιση διαφημίσεων και Ο/Α μηνυμάτων

Οι εκπαιδευτικοί αξιοποίησαν σε μεγάλο βαθμό την καλή πρακτική της κριτικής προσέγγισης διαφημίσεων και Ο/Α μηνυμάτων. Οι μαθητές ξεχώρισαν ιδιαίτερα τις δραστηριότητες κριτικής προσέγγισης των διαφημίσεων και Ο/Α μηνυμάτων (Κ2α, Κ2β) και ζήτησαν (καθώς επίσης και οι γονείς τους) να συνεχίσουν αυτού του τύπου τις δραστηριότητες. Οι δραστηριότητες που υλοποιήθηκαν στο ΔΣ Χίου έχουν αναρτηθεί στη διεύθυνση: <https://www.slideshare.net/secret/88vtTDtRyCTyti>.

Εφαρμόζοντας την πρακτική «Κριτική ανάλυση διαφήμισης» Κ2α, καταγράφονται τα πιο κάτω σχόλια από διαφορετικούς εκπαιδευτικούς:

*Αρχικά ενημέρωσα τα παιδιά ότι θα προσπαθήσουμε να γίνουμε "κριτικοί βίντεο" για να τους προσελκύσω το ενδιαφέρον και να τα παρωθήσω να γίνουν πιο παρατηρητικοί με το βίντεο. Δεν αναφέρθηκαν, ωστόσο, στο "κρυφό" μήνυμα που σχετίζεται με τον ρόλο της ΕΥΔΑΠ, κάτι που συζητήσαμε στη συνέχεια, συνδέοντάς το με τον παραγωγό και τον σκοπό του μηνύματος Όλο το σχέδιο διήρκεσε ένα δίωρο, αλλά στην πραγματικότητα αισθανθήκαμε ότι θα μπορούσαμε να το διευρύνουμε κι άλλο, κάτι που αναφέρθηκε κι από τα παιδιά για μελλοντικές δράσεις, καθώς αισθάνθηκαν πιεσμένα από τη στενότητα του χρόνου. [...] Εν κατακλείδι, θεωρώ το "πείραμα" πετυχημένο και πιστεύω ότι στάθηκε αφορμή να αρχίσει η ... "εκπαίδευση" των παιδιών πάνω στα Μέσα, με μελλοντικές δράσεις στα ... σκαριά!*



Εικόνα 1: Κριτική προσέγγιση διαφημίσεων

Στόχος ήταν η καλλιέργεια κριτικής σκέψης, προβληματισμού γύρω από αυτό που βλέπουν αλλά κυρίως το να δουν πέρα από την εικόνα και να διαπιστώσω κατά πόσο μπορούν να σκεφτούν για το τι κρύβεται πίσω από αυτή και κατά πόσο συνειδητοποιούν την κατασκευασμένη και κατευθυνόμενη πραγματικότητα.

Το σημαντικό ήταν ότι κατάφεραν, ύστερα βέβαια από κατευθυνόμενες ερωτήσεις να προσεγγίσουν κριτικά την εικόνα και να κατανοήσουν το άρρητο μήνυμα που αυτή ήθελε να περάσει. Μετά από τη συζήτηση που είχαμε διαπίστωσα ότι τα μισά παιδιά της τάξης είτε δεν κατάλαβαν ακριβώς τι τους ζήτησα είτε δεν προσπάθησαν καν να τα καταφέρουν.

Διαπιστώσαμε τη μεγάλη δύναμη που έχει η διαφήμιση και την τεράστια επιρροή που ασκεί στα παιδιά! Για την κάθε μια ερώτηση ζητούνταν πάρα πολλές εξηγήσεις, σχεδόν καμιά από τις

ερωτήσεις δεν τους είχε απασχολήσει ποτέ, το πιο χαρακτηριστικό είναι με το *the voice* όπου θεωρούσαν απόλυτα φυσιολογικό τον τρόπο ζωής που προβάλλεται (ο στόχος κάποιου πρέπει να είναι επιτυχημένος, διάσημος, με πολλά χρήματα. Κανείς δεν ανέφερε για βοήθεια, συμπαράσταση σε αδύναμα άτομα, γιατρούς χωρίς σύνορα). Θεωρούσαν επίσης φυσιολογικό οι "κακοί" να είναι κατώτερου οικονομικού και πολιτιστικού επιπέδου ή τάξης κλπ. Γενικά όλα τα στερεότυπα σχετικά με τα φύλα, τις οικονομικές και πολιτιστικές διαφορές τις θεωρούσαν φυσιολογικές. Βέβαια μέσα από τη συζήτηση φάνηκαν να προβληματίζονται κάποιοι αλλά και πάλι μάλλον κάπως επιδερμικά το αντιμετώπισαν.[...] Σαν μια γενική κριτική θα μπορούσα να πω ότι παρόλο που αναφέρθηκαν όλες οι παραπάνω διαστάσεις που έχει η κριτική μιας ταινίας, δεν έχω την αίσθηση ότι προβληματίστηκαν ιδιαίτερα. Η αντιμετώπισή τους ήταν μάλλον επιδερμική και χωρίς να ιδιαίτερη έμφαση στα μηνύματα και τα στερεότυπα που προβάλλονται. Τροφή για σκέψη και προβληματισμό.

Σε άλλο σχολείο, η εκπαιδευτικός σχολιάζει για την ομαδική εργασία κατά τη δημιουργία της πρακτικής Κ2α: "Στο στάδιο της παραγωγής συνεργάστηκαν ως «διαφημιστές» σε ομάδες και δημιούργησαν μια αφίσα για να διαφημίσουν ένα φανταστικό προϊόν λαμβάνοντας υπόψη τις συμβάσεις των διαφημίσεων που συζητήσαμε την προηγούμενη μέρα".

Για τη συμμετοχή των μαθητών καταγράφηκαν τα πιο κάτω σχόλια:

- Πάρα πολύ ωραία εμπειρία - άρεσε στα παιδιά, θέλουν να το ξανακάνουν. Συμμετείχε όλη η τάξη σε ομάδες.
- Δημιουργήθηκε ένα πολύ ζεστό κλίμα στην τάξη: Όλες αυτές οι δραστηριότητες μας δένουν σαν ομάδα, μικρότερες εντάσεις, έχουν γίνει ομάδα, έρχονται πιο κοντά στη φύση τους.
- Συνδέουν την πραγματικότητά τους με το σχολείο.
- Το καταχαρήκανε!
- Πολύ δυνατό: η εμπλοκή των μαθητών σε σύγχρονες δραστηριότητες.
- Μάθηση με νόημα: το υποστήριζαν καλά.
- Η κριτική εβδομάδα είναι κάτι πολύ καινούργιο! Το τμήμα της Ε' στην κριτική εβδομάδα, με ρωτάνε πότε θα το ξανακάνουμε;
- Τώρα ξέρω πώς θα κάνω το μάθημα ελκυστικό στα παιδιά - βαριόντουσαν όταν διδάσκαμε τα Μέσα από το κείμενο.
- Τα παιδιά ενθουσιάστηκαν με τις βιωματικές δραστηριότητες, είχαν τροφή για σκέψη.
- Ήταν ευχάριστη έκπληξη η θετική ανταπόκριση των παιδιών.

### 6.3 Μια μέρα μακριά από τα Μέσα

Πολύ μεγάλο ποσοστό εκπαιδευτικών (σχεδόν 75%) επέλεξαν τη δραστηριότητα της πρακτικής Κ2γ "Μία μέρα μακριά από τα Μέσα". Αναφέρει χαρακτηριστικά μια εκπαιδευτικός, "Αυτό που μου κέντρισε περισσότερο το ενδιαφέρον ήταν το "Πείραμα της στερητικής εμπειρίας των Μέσων: μία μέρα μακριά από τα Μέσα" αναφέρει χαρακτηριστικά μια εκπαιδευτικός.

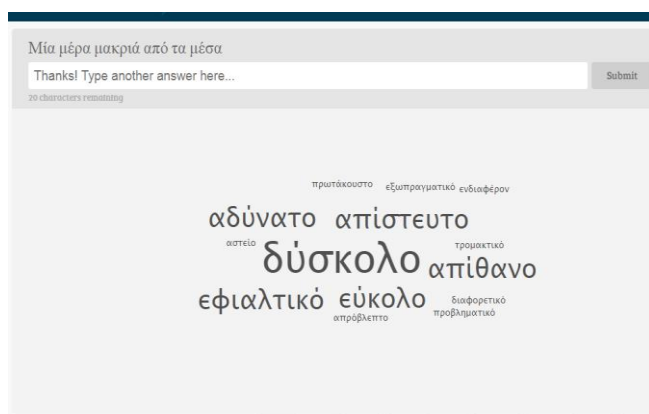
Ενδεικτικά σχόλια εκπαιδευτικών μετά την εφαρμογή των δραστηριοτήτων της Κ2γ σχετικά με την αποχή για μια μέρα από τα Μέσα, παρατίθενται σε αυτήν την υπο-ενότητα:

Καθώς τους αποχαιρετούσα για το Σαββατοκύριακο τους υπενθύμισα πως θα ... έπρεπε να κρατηθούν μακριά από κάθε είδους ηλεκτρονικού μέσου για μια ολόκληρη μέρα, όποια ήθελαν! Αυτό που μου έκανε τρομερή εντύπωση ήταν τα λόγια μιας μαθήτριας : "Θα πεθάνω, κυρία! Εφιαλτικό αυτό που ζητάτε!" Φυσικά είχε προηγηθεί πολλή συζήτηση σχετικά με το θέμα αυτό.

Την επόμενη Δευτέρα συνεχίσαμε την κουβέντα. Τους είχα ζητήσει να μου γράψουν ένα μικρό κείμενο με τις εναλλακτικές ιδέες που τους βοήθησαν να ...επιβιώσουν της στέρησης! Με χαρά διαπίστωσα πως υπάρχουν κάποια παιδιά που δεν εντάσσονται στην κατηγορία των ήδη εξαρτημένων! Οι σκέψεις των υπολοίπων τους έδωσαν κάποια ερεθίσματα και κίνητρα να αποτολμήσουν τον περιορισμό της χρήσης των μέσων!

Σε συνεννόηση με τους γονείς-οι οποίοι και επικρότησαν την αποστολή που ανέθεσα στα παιδιά!- καταλήξαμε πως είναι καλό να καθιερώσουμε και να πραγματοποιούμε συχνά μια τέτοια ξεχωριστή μέρα!

Μερικά από τα παιδιά ανέφεραν πως δεν είχαν ιδιαίτερο πρόβλημα που δεν άνοιξαν τον υπολογιστή τους και πέρασαν τον χρόνο τους παίζοντας επιτραπέζια ή έξω στο χωριό. Με την τηλεόραση όμως, αν και αρκετοί προσπάθησαν, δεν τα πήγαν και τόσο καλά. Πιο συγκεκριμένα, αν και είχαν την θέληση, επειδή συνήθως η τηλεόραση στο σπίτι παραμένει για ώρες ανοιχτή, πολλοί από αυτούς δεν άντεξαν και αθέτησαν τον στόχο που είχαμε βάλει από κοινού. Γενικότερα εκφράστηκε η άποψη ότι είναι πολύ δύσκολο να περάσουν μία ολόκληρη μέρα μακριά από τα Μέσα. Αυτό ισχύει περισσότερο για την τηλεόραση και λιγότερο για τον υπολογιστή.



Εικόνα 2, 3: Συννεφολέξα μαθητών από τη δραστηριότητα «Μια μέρα χωρίς Μέσα»

Επομένως γίνεται κατανοητό πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν στη ζωή των παιδιών, κι όχι μόνο, τα μέσα και την καθοριστική σημασία που έχουν στην καθημερινότητά μας. Αφού ολοκληρώθηκε η απαραίτητη αυτή προετοιμασία, τους ζήτησα να μείνουν μακριά από τα μέσα για τα δύο επόμενα απογεύματα στο σπίτι τους, με σκοπό να καταγράψουμε τα συναισθήματα και τη διάθεση που είχαν, εκτελώντας αυτή την προτροπή.

Αξιοσημείωτη και η διαπίστωση ότι τα υπόλοιπα παιδιά που έκαναν χρήση υπολογιστή ή tablet ήταν κάτω από αυστηρούς κανόνες από την πλευρά των γονέων τους. Γενικώς, αντιλήφθηκε μια προτροπή αποχής από τα Μέσα προερχόμενη από την πλευρά των γονέων, σύμφωνα πάντα με τα λεγόμενα των παιδιών.

Τα τελευταία δέχτηκαν να κάνουμε το «πείραμα» ως μια μικρή άσκηση αυτοσυγκράτησης και αποχής από τα μέσα, για να εκφράσουν στη συνέχεια τα συναισθήματα που βίωσαν και να αναγνωρίσουν τους παράγοντες επιτυχίας ή αποτυχίας. Κάποιοι μαθητές δήλωσαν ότι δεν

κατάφεραν να αντισταθούν και άνοιξαν το διαδίκτυο για να παίζουν κυρίως παιχνίδια ενώ κάποιοι δεν κατάφεραν να αντισταθούν στην αγαπημένη τους σειρά στην τηλεόραση. Ακολούθησε συζήτηση, η οποία ενεργοποίησε την κριτική σκέψη των παιδιών για το ρόλο που κατέχουν τα Μέσα στη ζωή τους.

Γίνεται αντιληπτό το πόσο δύσκολο είναι για τον σημερινό άνθρωπο (παιδί και ενήλικα) να παραμείνει χωρίς ενημέρωση, διαφήμιση, διασκέδαση, συντροφιά. Διότι τα μέσα σύμφωνα και με τη γνώμη των παιδιών επιτελούν όλους αυτούς τους ρόλους. Η αξιολόγηση και η ποιότητα της εκάστοτε πληροφορίας είναι ένα διαφορετικό ζήτημα.

Από τους υπόλοιπους, οι περισσότεροι όντως τα κατάφεραν και δεν είδαν τηλεόραση ολόκληρη την ημέρα, σε συνδυασμό με εξωσχολικές δραστηριότητες και χρήση άλλων ψυχαγωγικών μέσων.

Εκπαιδευτικός σχολιάζει για την ψηφιακή δημιουργία από τη δραστηριότητα της ενότητας: «Το μικρό εγχείρημα να πειραματιστούμε στην αποχή από τα Μέσα έκλεισε με τη δημιουργία ενός συννεφολέξου (Tagul). Επέλεξα το σχήμα της τηλεόρασης, αφού στα παιδιά της τάξης μου αναδείχτηκε το πιο διαδεδομένο και το πιο δημοφιλές μέσο»

Ως δυνατά στοιχεία της πρακτικής Κ2 αναφέρθηκαν:

- Η δυνατότητα για ανάπτυξη κριτικής σκέψης.
- Η συνεργατική μάθηση και το γεγονός ότι άπτεται της εμπειρίας των παιδιών και αυτό την καθιστά ελκυστική και ενδιαφέρουσα
- Η αμεσότητα
- Η ενεργή συμμετοχή και προσωπική έκφραση
- Η πρωτοτυπία
- Ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της σύγχρονης κοινωνίας, αυθεντικό πλαίσιο μάθησης, προωθεί την ενεργό συμμετοχή των μαθητών.
- Είναι δραστηριότητες σύγχρονες, κοντά στα ενδιαφέροντα των μαθητών, με επίκαιρη θεματολογία.

Ως τρόποι βελτίωσης της πρακτικής Κ2, προτάθηκαν οι εξής:

- Κάποιο Ο/Α παράδειγμα υλοποίησης μιας ανάλογης δραστηριότητας.
- Ένταξη σε εκπαιδευτικό σενάριο.
- Να υπήρχε περισσότερος χρόνος για να μπορέσουμε να εφαρμόσουμε πιο πολλές από αυτές τις προτεινόμενες δραστηριότητες σε σχολικά πλαίσια.
- Ίσως να χρειαζόμασταν περισσότερο χρόνο για συζήτηση με το σχετικό θέμα και πιο μικρές ομάδες μαθητών (πχ δυάδες).
- Τρόπους ένταξης στο ξενόγλωσσο μάθημα.

## 7. Συμπεράσματα

Οι μεθοδολογίες «κριτικής ανάλυσης», αποκωδικοποίησης μηνυμάτων του Τύπου και της γλώσσας των Ο/Α Μέσων που προτάθηκαν για εφαρμογή, αξιοποιούν μεθοδολογίες και καλές πρακτικές/σενάρια διδασκαλίας από τη διεθνή βιβλιογραφική επισκόπηση του πεδίου «γραμματισμός στα Μέσα». Μεγάλο ποσοστό εκπαιδευτικών εφάρμοσε δραστηριότητες

κριτικής προσέγγισης/ανάλυσης των Μέσων κυρίως διαφημίσεων, τηλεοπτικών ειδήσεων και μαθητικών ταινιών σε μικρότερο βαθμό.

Η εφαρμογή τους στην τάξη είχε πολύ θετικό αντίκτυπο στους μαθητές/τριες, οι οποίοι/ες εργάστηκαν ομαδικά και ζήτησαν να επαναληφθεί σε επόμενα μαθήματα. Αρκετοί εκπαιδευτικοί «εξεπλάγησαν» θετικά με το υψηλό επίπεδο συμμετοχής και επιτυχίας των δραστηριοτήτων κριτικής προσέγγισης. Η αξιοποίηση των μεθόδων κριτικής προσέγγισης Ο/Α μηνυμάτων δίνει τη δυνατότητα ενεργητικής και συνεργατικής μάθησης, καλλιέργει τη συμμετοχή και τη δημιουργικότητα μέσα σε αυθεντικά περιβάλλοντα μάθησης καθώς και τον οπτικοακουστικό γραμματισμό.

Οι εκπαιδευτικοί σε πολύ υψηλό ποσοστό επέλεξαν να εφαρμόσουν την καλή πρακτική «*Μια μέρα μακριά από τα Μέσα*», ζητώντας την αποχή από τα παραδοσιακά και νέα Μέσα για μια ημέρα και κατέγραψαν πολύ αξιόλογα αποτελέσματα. Οι μαθητές δεν είχαν πρόβλημα στην απουσία ραδιοφώνου, δυσκολεύτηκαν να μην δουν τηλεόραση αλλά σε μεγάλο βαθμό το κατάφεραν, ωστόσο ήταν σχεδόν αδύνατον να μείνουν μακριά από το Διαδίκτυο.

«Σήμερα είναι αναγκαίο περισσότερο από ποτέ να εφοδιαστούν οι νέοι με την ικανότητα να κατανοούν και να συμμετέχουν ενεργά στη μιντιακή κουλτούρα που τους περιβάλλει» (Buckingham, 2008). Στην «*Εποχή της Πληροφορίας μιας Δικτυωμένης Κοινωνίας*» (Castells, 1996) όλοι δημοσιεύουν και επικοινωνούν με αναρίθμητους τρόπους και Μέσα, συνεπώς η εκπαίδευση στην ορθή δημοσίευση, τεκμηρίωση, επιχειρηματολογία και χρήση των Μέσων έχει σημαντική παιδαγωγική αξία. Ο ο ψηφιακός γραμματισμός σε Ο/Α Μέσα προσφέρει ερευνητικές, ψηφιακές και κριτικές δεξιότητες, καθώς και γνώσεις και εννοιολογικά πλαίσια που απαιτούνται στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων ως καταναλωτών, ενημερωμένων και ενεργών πολιτών, μελών οικογενειών και κοινοτήτων.

Με αφορμή τον διάλογο που έχει ξεκινήσει σε διεθνές επίπεδο για τον καθορισμό της έννοιας της *ψηφιακής πολιτειότητας (digital citizenship)* (Hobbs & Jensen, 2009· Jones & Mitchell, 2016), τη διερεύνηση τρόπων ανάπτυξης δεξιοτήτων ψηφιακού γραμματισμού (Simsek & Simsek, 2013) και την ορθή και υπεύθυνη χρήση των ψηφιακών μέσων (Ribble, Bailey & Ross, 2004· Ribble, 2011), θεωρείται σημαντική η ανάγκη επιμόρφωσης των εκπαιδευτικών, ώστε να μπορούν να:

- ενημερωθούν για καλές πρακτικές κριτικής προσέγγισης των Ο/Α Μέσων,
- συνδέσουν την κριτική προσέγγιση των Ο/Α Μέσων με τη δημιουργία ενημερωμένων και ενεργών πολιτών,
- εφαρμόσουν, επεκτείνουν, προσαρμόσουν στην τάξη τους, μεθόδους κριτικής προσέγγισης των Ο/Α Μέσων (τηλεοπτικές εκπομπές όλων των ειδών, ειδήσεις, ρεπορτάζ, σειρές, εμπορικές και πολιτικές διαφημίσεις, reality shows και μουσικά βιντεοκλίπ, βίντεο στο διαδίκτυο, βιντεοπαιχνίδια).

Στο πλαίσιο της επιμόρφωσης προτείνονται (Παπαδημητρίου & Σοφός, 2019· Andriopoulou et al., 2015· Ζαρίντας, 2019):

- Η σκιαγράφηση βασικών εννοιών κριτικής προσέγγισης των Ο/Α Μέσων και σύνδεσή τους με τη δημιουργία ενημερωμένων και ενεργών πολιτών.
- Η παρουσίαση εννοιών της πειθούς, της προπαγάνδας και του κατασκευασμένου περιεχομένου των Μέσων όταν φτάνει στους αποδέκτες, διαμορφωμένου μέσω οικονομικών, πολιτικών, ιδεολογικών διεργασιών.

- Η διερεύνηση μεθοδολογιών για τον εντοπισμό και αναγνώριση ψευδών ειδήσεων, οι οποίες πολλαπλασιάζονται εκθετικά και για ζητήματα πειθούς και προπαγάνδας,
- Η διερεύνηση τρόπων δημιουργίας και προστασίας της ψηφιακής ταυτότητας και του ψηφιακού αποτυπώματος, καθώς και προστασίας των ψηφιακών πνευματικών δικαιωμάτων.
- Η εστίαση στις αξίες της πολυφωνίας και της ανεξαρτησίας στα Μέσα, της διαφορετικής γνώμης από διάφορες κοινωνικές ομάδες, της ανοχής και του διαλόγου.
- Καλές πρακτικές ή σενάρια διδασκαλίας καλλιέργειας δεξιοτήτων κριτικής προσέγγισης Ο/Α Μέσων, ανάπτυξης αυτόνομης κριτικής κατανόησης ενισχύοντας έτσι την ενεργή πολιτεότητα και την εμπάθνηση της δημοκρατίας.

Για τους εκπαιδευτικούς αποτελεί πρόκληση να γνωρίσουν την αξία και τις ευκαιρίες των ψηφιακών Ο/Α Μέσων και να κατανοήσουν ότι αποτελούν ισχυρά, καινοτόμα και δημιουργικά στοιχεία που εμπλουτίζουν τη διδασκαλία και τη μάθηση (Bijnens et al., 2004). Απαντώντας θετικά σε αυτήν την πρόσκληση, οι εκπαιδευτικοί «καλούνται» να τολμήσουν την αλλαγή στις διδακτικές πρακτικές τους αξιοποιώντας τον πλούτο των διαθέσιμων ανοικτών Ο/Α πόρων, σεναρίων και μεθοδολογιών μάθησης ώστε να ανταποκριθούν στις ανάγκες των σημερινών μαθητών.

## Βιβλιογραφία

- Andersen, N. (2014). *Media Literacy Education in Ontario*. Στο B. De Abreu, & P. Mihailidis, *Media Literacy Education in Action* (σσ. 20-26). New York: Routledge.
- Andriopoulou, I., Papadimitriou, S., & Kourti, E. (2014). *Media and Information Literacy Policies in Greece (2013)*, ANR TRANSLIT and COST Transforming Audiences/Transforming Societies, Paris. Retrieved on 29 November, 2015, from [http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/GREECE\\_2014.pdf](http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/GREECE_2014.pdf)
- Bates A. W. (1985) Using video in higher education Institute of Educational Technology. *IET Paper on Broadcasting* No. 243.
- BECTA, (2004). *Digital video technologies*. Ανακτήθηκε στις 5 Μάιου, 2007 από <http://foi.becta.org.uk>
- Buckingham, D. (2008). *Εκπαίδευση στα ΜΜΕ*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα
- Castells, M. (1996). *The Information Age: Economy, society and culture: The rise of the networked society* (Vol. 1). Oxford, UK: Blackwell.
- Celot, P. (2011). Findings from the 2009 EAVI Studies on Media Literacy in 27 EU Countries in *Media literacy: Ambitions, policies and measures*, ed. S Livingstone, COST ISO906 - Transforming Audiences/Transforming Societies - Council of Europe, London.
- Considine, D., & Considine, M. (2014). Media Literacy Preparation in Undergraduate Teacher Training: An American and Australian Perspective. Στο B. De Abreu, & P. Mihailidis, *Media Literacy Education in Action* (σσ. 203-212). New York: Routledge.
- Ζαρίντας, Π. Α. (2015). Προκλήσεις και Προβληματισμοί από την Εισαγωγή της Παιδείας στα Μέσα (Media Literacy) στη Δημοτική Εκπαίδευση: Έρευνα-Δράση σε Κυπριακό Δημόσιο Σχολείο. Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών



- Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών «Επικοινωνία και Νέα Δημοσιογραφία». Λάρισα, 2015.
- Ζαρίντας (2019). ΣΕΛΙΔΑ ΑΦΙΕΡΩΜΕΝΗ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ. Ανακτήθηκε 1 Δεκεμβρίου, 2019 από: <http://medialiteracy-education.blogspot.com/>
- Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education* (1), 1-11.
- Hobbs, R. (2004). A Review of School-Based Initiatives in Media Literacy Education. *American Behavioral Scientist*, 42-59.
- Hobbs, R., He, H., & Robbgrico, M. (2014). Seeing, Believing, and Learning to Be Skeptical: Supporting Language Learning Through Advertising Analysis Activities. *TESOL Journal*, 1-29.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. United States of America: The MIT Press.
- Kuhn, Th. (1981). *Η δομή των επιστημονικών επαναστάσεων*. Σύγχρονα Θέματα, Αθήνα 1981.
- Masterman, L. (2001). *Teaching the Media*. London: Routledge.
- Mastrolia, B. A. (1997). The media deprivation experience: Revealing mass media as both message and massage. *Communication Education*, 203-210.
- McDougall, J., & Potamitis, N. (2010). *The Media Teacher's Book*. London: Hodder Education.
- Natharius, D. (2004). The More We Know, the More We See: The Role of Visuality in Media Literacy. *American Behavioral Scientist*, 238-247.
- Ντάβου, Μ. (2007). Αγωγή και εκπαίδευση στα Μέσα Επικοινωνίας. *Ζητήματα Επικοινωνίας*, σσ.5-12.
- Παπαδημητρίου, Σ. (2011). Ο ρόλος της Εκπαιδευτικής Ραδιοτηλεόρασης στην υποστήριξη της σχολικής εκπαίδευσης την εποχή του Διαδικτύου στο Α.Λιοναράκης (ed.) *Open Education - The Journal for Open and Distance Education and Educational Technology* Volume 7, Number 2, 2011 Section one. *Open Education* ISSN: 1791-9312 Ανακτήθηκε στις 10 Δεκεμβρίου 2019 από <http://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/openjournal/article/view/9780>
- Παπαδημητρίου, Σ., & Σοφός, Α. (2019). Πρόγραμμα εξ αποστάσεως επιμόρφωσης Εκπαιδευτικών Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης «Ψηφιακός Γραμματισμός στα Οπτικοακουστικά Μέσα σε Διαδικτυακά Περιβάλλοντα Μάθησης»: Αποτελέσματα και Προτάσεις από την Πιλοτική Εφαρμογή. Στο *Λιοναράκης, Α. (Επιμ.) Ανοικτή Εκπαίδευση: το περιοδικό για την Ανοικτή και εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση και την Εκπαιδευτική Τεχνολογία*, 15(1), 73-91. doi:<http://dx.doi.org/10.12681/jode.19773>.
- Pea, R. & Hay, K. (2002). Report to the National Science Foundation on the CILT Workshop on *Digital Video Inquiry in Learning and Education*. Ανακτήθηκε στις 1 Φεβρουαρίου, 2004 από [www.cilt.org/seedgrants/community/Pea\\_Final\\_Report\\_2002.pdf](http://www.cilt.org/seedgrants/community/Pea_Final_Report_2002.pdf)
- Ribble, M. (2011). *Digital Citizenship in Schools*. International Society for Technology in Education. (ISTE), 2nd edition, ISBN 978-1-56484-301-2
- Ribble, M. Bailey, R. & Ross. T. (2004). *Digital Citizenship, Addressing Appropriate Technology Behavior*- ISTE. *Learning & Leading with Technology*. Retrieved on 23 December 2019 from: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ695788.pdf>



- Scheibe, C. (2004). A Deeper Sense of Literacy: Curriculum-Driven Approaches to Media Literacy in the K-12 Classroom. *American Behavioral Scientist*, 60-68.
- Simsek, E., & Simsek, A. (2013). New Literacies for Digital Citizenship. *Contemporary Educational Technology*, 4(2), 126-137. Available at: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1105529.pdf>
- Rieber, L. R. (1990). Using computer animated graphics in science instruction with children. *Journal of Educational Psychology*, 82. 135-140.
- Sofos, A., (2010). Digital Literacy as a Category of Media competence and Literacy – an Analytical Approach of Concepts and Presuppositions for Supporting Media Competence at School. In: Bauer, P., Hoffmann, H. & Mayrberger, K. (Ed.), *Fokus Medienpädagogik – Aktuelle Forschung- und Handlungsfelder*. (pp. 62-82). München: kopaed.
- Σοφός, Α. (2010). Εκπαίδευση στα Μέσα και κατηγορίες στόχων του μιντιακού γραμματισμού και ικανότητας., Στο: *ΕΕΕΠ-ΔΤΠΕ (Επιμ.). Το μέλλον της μάθησης. Πειραιάς, 30-31 Οκτωβρίου 2010. Πρακτικά του 7ου Πανελληνίου Συνεδρίου* (σελ. 218-229), ΕΕΕΠ-ΔΤΠΕ
- Σοφός, Α. (2015). *Σχεδιάζοντας σενάρια διδασκαλίας για την πρακτική άσκηση των φοιτητών. Ολιστικό μοντέλο διερευνητικής και στοχαστικής πρακτικής για την ενίσχυση του ψηφιακού γραμματισμού στο πλαίσιο της μεντορείας*. Αθήνα: Γρηγόρης
- Thoman, E., & Jolls, T. (2004). Media Literacy-A National Priority for a Changing World. *American Behavioral Scientist*, 18-29.
- Tyner, K. (2003). *Beyond Boxes and Wires: Literacy in Transition. Television & New Media*, 371-388.
- Thornhill, S., Asensio, M., & Young, C. (2002). (eds.) *Video Streaming, a guide for educational development, "Click and go video" project* [ISBN 0 9543804-0-1](https://www.isbn.org/9780954380401).
- UNESCO, (2011). Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών: *Οδηγός Σπουδών των Εκπαιδευτικών Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία*, Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong, Chi-Kim Cheung, © ISBN 978-92-3-001242-7. Ανακτήθηκε 15 Δεκεμβρίου, 2019 από: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971GRE.pdf>