

## Προτάσεις για δουλειά στην τάξη

# Γραμματισμός, Τάξη και ΜΜΕ: Η γλώσσα της εικόνας και η ψηφιακή ηλικία

Νικολέττα Τσιτσανούδη-Μαλλίδη\*

\* Λέκτορας Ελληνικής Γλώσσας και Γλωσσολογίας  
Παιδαγωγικού Τμήματος Νηπιαγωγών Ιωαννίνων

### ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Στο παρόν άρθρο αναδεικνύονται οι δυνατότητες ενσωμάτωσης του γραμματισμού των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας στην καθημερινή προσχολική και πρωτοσχολική διαδικασία. Από τις διάφορες μορφές επικοινωνιακής δραστηριότητας τις οποίες μπορεί να χρησιμοποιεί ο διδάσκων, αναλύονται εκείνες που αφορούν στα έντυπα και ηλεκτρονικά Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας. Όπως επισημαίνεται, η καλλιέργεια του γραμματισμού των ΜΜΕ μπορεί να οδηγήσει τόσο σε βελτίωση της γλωσσικής διδασκαλίας μέσα στην τάξη, όσο και σε εμπύχωση του μαθητή να αξιολογεί κριτικά τα διάφορα μηνύματα τα οποία προσλαμβάνει. Αν και έχουν αναπτυχθεί πολλές μορφές επικοινωνιακής δραστηριότητας στο πλαίσιο του γλωσσικού μαθήματος, όπως η ελεύθερη δραματοποίηση και η αποκωδικοποίηση συμβόλων, το κείμενο εστιάζει σε αυτές που σχετίζονται άμεσα με τον μιντιακό γραμματισμό. Εξάλλου, δεν θα πρέπει να λανθάνει της προσοχής το γεγονός ότι ο γραμματισμός δεν είναι παρά ένα ολόκληρο πλέγμα ιδεολογικών θέσεων, ρητών ή υπόρρητων, στη βάση των οποίων διατυπώνονται πολιτικές, σχεδιάζονται προγράμματα και οργανώνονται τάξεις διδασκαλίας (Baynham, 2000).

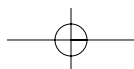
### Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΤΩΝ ΜΜΕ

Μεταξύ των σημαντικότερων σύγχρονων γραμματισμών συγκαταλέγεται ο «γραμματισμός των ΜΜΕ» ο οποίος αφορά στην ικανότητα αξιολόγησης των αναπαραστάσεων της εφημερίδας και των ραδιοηλεκτρονικών μέσων, με στόχο τη δυνατότητα κατασκευής από την πλευρά των αποδεκτών

όσο το δυνατόν περισσότερο αντικειμενικών νοημάτων. Ο όρος "media literacy" μπορεί να εναλλαχθεί με τον όρο «εκπαίδευση στα ΜΜΕ» ("media education") (Buckingham, 2003). Εναλλακτικά, στην ελληνική βιβλιογραφία αντί του όρου «γραμματισμός των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας», απαντώνται και οι όροι «επικοινωνιακή εκπαίδευση» ή «επικοινωνιακός αλφαριθμητισμός» (Κούρτη, 2004) ή «αλφαριθμητισμός στα ΜΜΕ» (Ντάβου, 2001). Ο γραμματισμός των ΜΜΕ συνιστά επιμέρους διάκριση του «πληροφορικού γραμματισμού» ("information literacy").

Συνοπτικά, οι δράσεις για την καλλιέργεια του μιντιακού γραμματισμού αλλά και των ποικίλων μετατυπογραφικών γραμματισμών είναι σκόπιμο να επικεντρώνονται στην ανάπτυξη δεξιοτήτων στα παιδιά, όπως:

- κριτική στάση απέναντι σε κάθε είδους παραγωγή (έντυπα και ηλεκτρονικά κείμενα, άρθρα, βιβλία, οπτικό και ακουστικό υλικό),
- διύλιση των πληροφοριών, δηλαδή επιλογή εκείνων που «αξίζουν» την επεξεργασία από εκείνες που είναι άχρηστες και περιττές,
- εμβάθυνση στο νόημα και στη σημασία των πληροφοριών και όχι περιορισμένα στη μορφή της παρουσίασης/ μετάδοσής τους,
- συσχέτιση των πληροφοριών με τις γνώσεις που ήδη διαθέτει ο μαθητής και αξιολόγησή τους βάσει αυτών των γνώσεων,
- διερεύνηση της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας των πληροφοριών που διακινούνται από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, και,
- εμπιστοσύνη στην προσωπική κρίση και απο-





δοχή του πλουραλισμού και των ιδεών και της γενικότερης ποικιλομορφίας των θέσεων.

Η έγκαιρη και συστηματική περιγραφή, ερμηνεία και αξιολόγηση των περιεχομένων των ΜΜΕ (γραμματική και συντακτικό των τηλεοπτικών εκπομπών, εκμάθηση γραπτών, οπτικών, προφορικών κωδίκων, επαγγελματικών κωδίκων κ.ά.) θεωρείται ότι επιτρέπει στα παιδιά να ανακαλύπτουν τους μηχανισμούς της τηλεοπτικής γλώσσας, της ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας, της πολιτικής επικοινωνίας και της διαφήμισης, αλλά και να εξοπλίζονται με κριτικές δεξιότητες τηλεθέασης. Ειδικά σε ό,τι αφορά στην τηλεοπτική γλώσσα, θεωρείται σκόπιμη η αποκάλυψη των γλωσσικών «ρεπερτορίων» που χρησιμοποιούνται στον τηλεοπτικώς εκφερόμενο δημοσιογραφικό λόγο, προκειμένου να εξυπηρετούνται άλλοτε εμπορικοί και άλλοτε ιδεολογικοί ή και τα δύο ταυτόχρονα σκοποί.

Ακολουθώντας, κατατίθενται ορισμένες πειραματικές προτάσεις οι οποίες αφορούν σε συγκεκριμένες δράσεις τις οποίες μπορεί να σχεδιάζει και να οργανώνει ο/η νηπιαγωγός και ο/η δάσκαλος των πρώτων τάξεων του δημοτικού σχολείου. Ο στόχος αυτών των δράσεων είναι διπλός: Αφενός να εντάσ-

σονται δημιουργικά τα ΜΜΕ στη σχολική διαδικασία, χωρίς ο δάσκαλος να αγνοεί τις «τηλεοπτικές εμπειρίες» των παιδιών. Αφετέρου οι πρωτοβουλίες αυτές να βοηθούν και να συντείνουν στην οικοδόμηση του λεγόμενου κριτικού αλφαριθμητισμού απέναντι στα media, αλλά και τα πολυειδή συστήματα εξουσίας με τα οποία έρχονται αντιμέτωπα τα παιδιά καθώς μεγαλώνουν.

## ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

### 1. Η γνωριμία με τα έντυπα μέσα

Μία ημέρα πριν την πραγματοποίηση της δραστηριότητας, ο δάσκαλος ζητά από τα παιδιά να φέρουν από το σπίτι τους εφημερίδες. Με τον τρόπο αυτό οξύνει το ενδιαφέρον τους και την περιέργειά τους, ώστε να συμμετέχουν ενεργά στη δραστηριότητα. Τα παιδιά χωρίζονται σε ομάδες των τεσσάρων ατόμων και γίνονται «ντετέκτιβ» ή «κυνηγοί» εφημερίδων. Κάθε ομάδα παίρνει από μία εφημερίδα. Ακολούθως, απευθύνει ερωτήσεις στα παιδιά, με στόχο να οικειοποιηθούν ή τουλάχιστον να προιδαστούν για ορισμένες από τις τεχνικές και τις πρακτικές οι οποίες χρησιμοποιούνται κατά την τελική διαμόρφωση του κάθε φύλλου εφημερίδας. Τέτοιες ερωτήσεις μπορεί να είναι οι ακόλουθες:

- Γιατί κάποια γράμματα είναι πιο μεγάλα από τα άλλα;
- Τι χρώματα έχουν;
- Οι διαφημίσεις που εντοπίσαμε πώς σας φαίνονται από πλευράς εικόνας, γραμμάτων;
- Είναι αλήθεια όλα αυτά που γράφουν;

Ιδιαίτερη έμφαση μπορεί να δώσει ο δάσκαλος στην ανάγνωση ενός άρθρου στα παιδιά και στην πρόκληση συζήτησης γύρω από αυτό αναφορικά με τη χρησιμοποιούμενη γλώσσα, τα σημαινόμενα/σημασίες των λέξεων που έχουν κάνει εντύπωση στους μαθητές και γενικότερα την ιδεολογία του κειμένου. Ο απώτερος στόχος του δεν θα είναι άλλος από την καλλιέργεια της κριτικής ματιάς στα παιδιά τα οποία θα κληθούν να συμμετέχουν σε μια συζήτηση αναφορικά με την αξιοπιστία του κειμένου, το κύρος του γράφοντα, το στοιχείο του αδέσμευτου της εφημερίδας και διάφορα άλλα θέματα που σε μία ελεύθερη συζήτηση προκύπτουν.

### 2. Η «αποκαθήλωση των μιντιανθρώπων»

Ο δάσκαλος μαζεύει τα παιδιά στη γωνιά της

«παρεούλας», όπου συζητά για το επάγγελμα του δημοσιογράφου. Σε χαλαρή ατμόσφαιρα υποβάλλει στα παιδιά διερευνητικές ερωτήσεις του τύπου:

- Τι κάνει ένας δημοσιογράφος;
- Πού εργάζεται;
- Τι προβλήματα αντιμετωπίζει;
- Μας λέει πάντα την αλήθεια ή λέει και μερικά 'ψεματάκια' για να μας προξενεί την προσοχή και να τον θαυμάσουμε ή να τον προσέχουμε;
- Τι άλλο θέλουμε να τον ρωτήσουμε;

Καταγράφει σε ένα χαρτί τις γνώσεις των παιδιών καθώς και τις ερωτήσεις τις οποίες πιθανόν θέλουν να διατυπώσουν μπροστά σε ένα δημοσιογράφο. Στη συνέχεια, ανακοινώνει την επίσκεψη του δημοσιογράφου στο σχολείο και παροτρύνει τα παιδιά να του κάνουν τις ερωτήσεις τους, με άλλα λόγια να του πάρουν μία συνέντευξη ώστε να επιλυθούν οι απορίες τους. Η μετάκληση και επίσκεψη του φορέα του δημοσιογραφικού λόγου στο σχολείο μπορεί να έχει σημαντικές θετικές επιδράσεις για τα παιδιά. Πρωτίστως, ο ηρωοποιημένος και ενίοτε μεγεθυμένος στο γυαλί δημοσιογράφος «συστήνεται» ως φυσική παρουσία στα παιδιά, τα οποία και τον αντικρίζουν στις πραγματικές του διαστάσεις απομυθοποιώντας το είδωλο. Τα βαρίδια της απόστασης και της υπερβολής αποτινάσσονται και οι μαθητές εξοικειώνονται με το διαμεσολαβητή της ενημέρωσης.

### 3. Οι μαθητές δημιουργοί ή και "performers"

Ο νηπιαγωγός ή ο δάσκαλος προτείνει στα παιδιά να φτιάξουν τη δική τους εφημερίδα. Προτρέπει τους μαθητές να σκεφτούν και να συζητήσουν μεταξύ τους τι υλικά θα χρησιμοποιήσουν για την έκδοση. Ο εκπαιδευτικός, αφού ακούσει προσεκτικά τις ιδέες των παιδιών, τα χωρίζει σε ομάδες και προτείνει στην κάθε ομάδα να προετοιμάσει το θέμα το οποίο θα προβάλλει στην εφημερίδα. Κάποιοι μαθητές μπορούν να ασχοληθούν και με το διαφημιστικό σκέλος και να προτείνουν διάφορα διαφημιστικά κείμενα τα οποία θα δημοσιευτούν στην εφημερίδα. Σε αυτό το στάδιο θα κατανοήσουν και το στοιχείο της υπερβολής το οποίο χαρακτηρίζει τη διαφήμιση. Οι ομάδες καλούνται να

εντοπίσουν με τη βοήθεια του εκπαιδευτικού και των γονιών διάφορες πηγές πληροφοριών, όπως βιβλία, περιοδικά, άλλες εφημερίδες, διαδίκτυο. Αφού συλλέξουν τις πληροφορίες που απαιτούνται, συζητούν και σκέφτονται κριτικά για το ποια μηνύματα επιθυμούν να μεταδώσουν στους αναγνώστες της εφημερίδας. Έπειτα, οργανώνουν τη δομή της εφημερίδας και μοιράζονται οι ρόλοι στα μέλη της ομάδας τους. Τέλος, η κάθε ομάδα προχωρά στην υλοποίηση του σχεδίου το οποίο έχει αναλάβει.

### 4. Τα παιδιά «απέναντι» στις εκπομπές και τις διαφημίσεις

Με στόχο τη συμμετοχή των παιδιών σε διάλογο και εξοικείωση με στοιχειώδεις πληροφορίες για τη λειτουργία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, ο δάσκαλος ή νηπιαγωγός αναπαριστά μια παιδική εκπομπή υπό τη μορφή κουκλοθεάτρου. Αφού αναγνωρίσουν τα παιδιά το «δρώμενο» ως εκπομπή, ο νηπιαγωγός τα ενθαρρύνει σε μια συζήτηση γύρω από τις εκπομπές που παρακολουθούν τα παιδιά στην τηλεόραση. Ορισμένες από τις ερωτήσεις τις οποίες μπορεί να θέσει στα παιδιά είναι και οι ακόλουθες: «Ποιες από τις εκπομπές της τηλεόρασης σας αρέσουν και γιατί;», «Έχετε παρακολουθήσει ποτέ ειδήσεις;», «Αν ναι, έχετε ζητήσει από τους γονείς σας να σας διαβάσουν τον τίτλο μιας ειδήσης;», «Η τηλεόραση τι μας προσφέρει;», «Έχετε ζητήσει ποτέ από τους γονείς σας, την ώρα που διαβάζουν εφημερίδα, να σας πουν τι γράφει ή σε τι αναφέρεται μια εφημερίδα;». Έπειτα, αναφέρουμε στα παιδιά ότι η τηλεόραση, οι εφημερίδες και τα περιοδικά ανήκουν στην ίδια κατηγορία, δηλαδή έχουν ως στόχο να μας ενημερώσουν και να μας ψυχαγωγήσουν. Στη συνέχεια, ο εκπαιδευτικός εμφα-



νίζει στην τάξη ένα βιντεοσκοπημένο δελτίο ειδήσεων το οποίο παρακολουθεί με τα παιδιά και τους ζητά να βρουν τους τίτλους των ειδήσεων και σε ποιο σημείο της οθόνης αναγράφονται.

Μια άλλη σχετική δραστηριότητα θα μπορούσε να είναι η εξής: αρχικά, ο εκπαιδευτικός μαζεύει τα παιδιά στη «γωνιά της συζήτησης» και κουβεντιάζει μαζί τους για τις διαφημίσεις, το στοιχείο της υπερβολής που τις διακρίνει και τη διαμόρφωση των προτιμήσεων των καταναλωτών. Θέτει ερωτήσεις όπως: «Ποιες από τις διαφημίσεις της τηλεόρασης σας αρέσουν και γιατί;», «Η διαφήμιση τι μας προσφέρει;» κ.ά. Έπειτα, τους δείχνει εικόνες και φωτογραφίες από διάφορες διαφημίσεις. Στη συνέχεια, αφήνει για λίγο χρονικό διάστημα τα παιδιά να παρατηρήσουν και να επεξεργαστούν διάφορα διαφημιστικά έντυπα και επαναφέρει τη συζήτηση εξελίσσοντάς τη.

**Άλλη παρεμφερής πρόταση:** Ο δάσκαλος έχει βιντεοσκοπήσει ορισμένες διαφημίσεις της τηλεόρασης οι οποίες αναφέρονται σε βασικά και οικεία για τα παιδιά καταναλωτικά αγαθά, λ.χ. γάλα, χυμούς κ.ά. Φέρνει αυτό το υλικό στην τάξη. Συγκεντρώνει τα παιδιά στη «γωνιά της συζήτησης» και όλοι μαζί παρακολουθούν τις μαγνητοσκοπημένες διαφημίσεις. Στη συνέχεια, ρωτά τα παιδιά εάν πιστεύουν ότι το περιεχόμενο των διαφημίσεων είναι αληθινό. Είναι πράγματι τα προϊόντα τόσο καλά όσο τα διαφημίζουν; Τα παιδιά εκφράζουν τις απόψεις τους. Ακολούθως, δείχνει στα παιδιά τις συσκευασίες των προϊόντων που έχει φέρει μαζί του και τους διαβά-

ζει το κείμενο της συσκευασίας. Ότι δεν είναι κατανοητό το εξηγεί με απλά λόγια. Αφού τελειώσει, ζητά από τα παιδιά να κάνουν μια σύγκριση ανάμεσα σ' αυτά που είδαν στη διαφήμιση και σ' αυτά που εκείνος διάβασε από τις συσκευασίες. Επιχειρεί να αναπτύξει έναν προβληματισμό αναφορικά με την υπερβολή της διαφημιστικής γλώσσας και ενθαρρύνει τα παιδιά να εκφράσουν ελεύθερα τις απόψεις τους.

## 5. Η αναγνώριση του παθητικοποιημένου τηλεθεατή/αναγνώστη

Με στόχο τον εφοδιασμό του παιδιού με κριτικές δεξιότητες ανάγνωσης του τηλεοπτικού λόγου, ο δάσκαλος ζητά από τα παιδιά να αφηγηθούν την καθημερινότητά τους, να εξιστορήσουν ακριβώς τι κάνουν όταν βρίσκονται στο σπίτι, μετά το σχολείο ή τα Σαββατοκύριακα. Εντοπίζεται το κοινό στοιχείο των ποικίλων αφηγήσεων με έντονα ερμηνευτική και αναλυτική διάθεση από την πλευρά του εκπαιδευτικού. Αρκετά παιδιά ίσως αναφέρουν ως «ασχολία» την παρακολούθηση της τηλεόρασης ή ενός dvd με παιδικό θέμα. Για παράδειγμα, βλέπουν τηλεόραση ενώ τρώνε, μιλάνε στα πρόσωπα της τηλεόρασης, αλλάζουν κανάλια με το τηλεκοντρόλ κ.ά. Ο δάσκαλος πολύ προσεκτικά και χωρίς να προκαταλάβει το περιεχόμενο και την ουσία των απαντήσεων των παιδιών επιδιώκει να εκμαιεύσει το τι κάνουν τα νήπια όταν παρακολουθούν τηλεόραση και εάν, λόγου χάρη, σκέφτονται την ώρα που ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα τα καθηλώνει μπροστά στο

δέκτη. Στη συνέχεια, τους ζητά να ζωγραφίσουν τον εαυτό τους την ώρα που παρακολουθούν τηλεόραση. Ο εκπαιδευτικός είτε έρθει αντιμέτωπος με την απεικόνιση και την αναπαράσταση ενός παθητικού ή παρατηρητή είτε με διαφορετικές εικόνες καλείται να μην χάσει την ευκαιρία, αλλά να αξιοποιήσει στο επίπεδο του διαλόγου όλα εκείνα τα ερεθί-



σματα τα οποία έχει πάρει. Με ιδιαίτερο ενδιαφέρον αναδεικνύει περιπτώσεις εικόνων και αναπαραστάσεων από τις οποίες μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι αποτυπώνουν την παθητικότητα, την απόλαυση, την επιφύλαξη, την αποστροφή ή και την άρνηση του παιδιού απέναντι στα διάφορα τηλεοπτικά προγράμματα. Τέλος, ο δάσκαλος ή ο νηπιαγωγός ενθαρρύνει κι εγκαρδιώνει τα παιδιά να μιλήσουν για τις εικόνες τις οποίες έχουν ζωγραφίσει και γενικότερα να ανταλλάξουν σκέψεις και εντυπώσεις οι οποίες έχουν ως αφετηρία και κεντρικό τους θέμα τον τηλεοπτικό δίαυλο και τη θέση του στην οικογενειακή ρουτίνα.

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΑ

Στην εργασία αυτή η τηλεόραση αντιμετωπίστηκε ως ένα «μαθησιακό περιβάλλον» και με βάση μια τέτοια θεώρηση επιχειρήθηκε να αναδειχτούν οι δυνατότητες τις οποίες αυτή μπορεί να προσφέρει στη μαθησιακή διαδικασία. Με την ενσωμάτωση τεχνικών και βασικών αρχών της επικοινωνιακής εκπαίδευσης το παραδοσιακό σχολείο καλείται σήμερα να εμβαθύνει στην κριτική ανάλυση των κειμένων –και των κειμένων των μέσων– και ταυτόχρονα να εκσυγχρονίζεται. Πρόκειται για μια ενδιαφέρουσα άποψη η οποία συμπεριλαμβάνει στην έννοια της εκπαίδευσης τα μέσα επικοινωνίας και τη χρήση τους ως εποπτικών μέσων της διδασκαλίας. Ο εκμοντερνισμός του σχολείου και ο συντονισμός με τις νέες μεθόδους διάχυσης της γνώσης που χρησιμοποιούν τα μέσα αξιολογείται ως απαραίτητος, στο βαθμό μάλιστα που οι δασκαλοκεντρικές και γραφοκεντρικές μέθοδοι θεωρούνται ξεπερασμένες.

Επιπλέον, είναι κοινά αποδεκτό σήμερα ότι οι εκπαιδευτικοί βρίσκονται αναπόδραστα μπροστά σε ζωηρότατες επικοινωνιακές προκλήσεις, γεγονός το οποίο συντελεί σε μια εξελικτική πορεία από τη λογοκεντρική διαδικασία και τους παραδοσιακούς τρόπους μετάδοσης της γνώσης στη διδασκαλία και τη χρήση των τεχνολογιών της πληροφορίας και των επικοινωνιών. Η ενίσχυση της θετικής στάσης απέναντι στις νέες τεχνολογίες και στην εικόνα, η συγκροτημένη οργάνωση του τρόπου της διδασκαλίας με τη δημιουργία «εύκρατων» περιβαλλόντων ατομικής και ομαδικής μάθησης μπορούν να σηματοδοτήσουν μια διαφορετική από αυτή που γνωρίζαμε εμπάθυση στο ρόλο του εκπαιδευτικού.

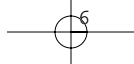
Όλοι οι τρόποι που παραπάνω περιγράφηκαν θα πρέπει να σχεδιάζονται και να εκτελούνται με μεγάλη προσοχή, για το λόγο ότι είναι πολύ εύκολο



ορισμένες φορές αντί να απαξιώνεται ένα χαρακτηριστικό, μέσα από μία λανθασμένη προβολή, τελικά να διαφημίζεται και να ενδυναμώνεται. Η πλειάδα των προτάσεων οι οποίες κατατέθηκαν αφορούν στην ανάπτυξη πολυειδών projects μέσα στη σχολική αίθουσα τα οποία στοχεύουν στην εξοικείωση των παιδιών με το τηλεοπτικό μέσο και στην τελική ένταξη του στην εκπαιδευτική δραστηριότητα.

Πιο συγκεκριμένα, οι δράσεις οι οποίες παρουσιάστηκαν επικεντρώνονται στην ενημέρωση και την εξοικείωση των παιδιών με τη γλώσσα της εικόνας και της τηλεόρασης, τη διάκρισή της από τον πληθωρικό και αξιολογικό διαφημιστικό λόγο, αλλά και την αναγνώριση των διάφορων «τερτιπιών» της διαφήμισης υπέρ της κατανάλωσης και των ποικίλων συμφεροντολογικών κινήτρων.

Εκτιμάται ότι οι προτάσεις αυτές ενδεχομένως παρουσιάζουν εκπαιδευτικό και ευρύτερα κοινωνικό ενδιαφέρον. Η ένταξη και ο χειρισμός των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ) και γενικότερα των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στη μαθησιακή διαδικασία με αφετηρία την προ-



σχολική και την πρωτοσχολική ηλικία αποτελούν σήμερα ένα επίκαιρο ζητούμενο. Η επίτευξη μιας αποτελεσματικής οργάνωσης της επικοινωνιακής δραστηριότητας, σε επίπεδο τάξης, αλλά και η καθοδήγηση των μαθητών στην κριτική σκέψη και αναζήτηση, με βάση αρχές του αυθεντικού κριτικού αλφαριθμητισμού και της Κριτικής Ανάλυσης Λόγου, προσπαθούν τη γνώση της λειτουργίας των ΜΜΕ από την πλευρά του διδάσκοντα. Ο δάσκαλος καλείται σε υπηρέτηση και ολοκληρωμένη υποστήριξη της παρουσίασης και της κριτικής αξιολόγησης του αυθεντικού υλικού και οδήγησης των μαθητών σε μια συστηματική άσκηση και εκμετάλλευση των δυνατοτήτων του γλωσσικού κώδικα.

Άλλωστε, ο σκοπός και οι στόχοι της εκπαίδευσης επικεντρώνονται στην ανάπτυξη πρωτίστως της κριτικής ικανότητας των μαθητών, στην απόκτηση του λεγόμενου «κριτικού αλφαριθμητισμού» ή «κριτικού γραμματισμού». Η έκθεση του μαθητικού και νεανικού πληθυσμού σε ότι παράγεται ή κυρίως μεταδίδεται από τα ραγδαίως εξελισσόμενα ΜΜΕ απαιτεί ειδικό σχεδιασμό και αναπροσαρμογή των προγραμμάτων σπουδών, έτσι ώστε να συμπεριληφθούν μαθήματα «επικοινωνιακής εκπαίδευσης», στο πλαίσιο των οποίων θα προβλέπονται συγκεκρι-

μένες δραστηριότητες από πλευράς των μαθητών.

Τέλος οι πιλοτικές προτάσεις ή για την ακρίβεια ένα μέρος τους που παραπάνω περιγράφηκε θα πρέπει να συμπληρώνονται με διηλεκτική κατάρτιση του εκπαιδευτικού σε θέματα όπως η συγκρότηση του κριτικού και ενεργού τηλεθεατή, η παιδευτική διάσταση της γλώσσας των ΜΜΕ, η ενσωμάτωση του πολυμεσικού επικοινωνιακού γραμματισμού στη γλωσσική διδασκαλία, η επίδραση των νέων τεχνολογιών στις λειτουργίες της γλώσσας, η θωράκιση της παιδικής ηλικίας από τη διαφημιστική δολιότητα, οι βαθμοί ευαισθητοποίησης των εκπαιδευτικών απέναντι στα σχετικά ζητήματα κ.ά.

Εν κατακλείδι, με την ενίσχυση του σχολικού, του οικογενειακού και του κοινωνικού περιβάλλοντος, ο αναδυόμενος γραμματισμός είναι δυνατό να μετεξελίσσεται σε πολλαπλούς επιμέρους γραμματισμούς, οι οποίοι καλύπτουν το μέγεθος και την πολυπλοκότητα των σύγχρονων αναγκών που δημιουργούν οι νέες τεχνολογίες, η εμπορευματοποίηση και οι διάφορες πτυχές του παγκοσμιοποιημένου συστήματος. Πρόκειται για πρόταγμα το οποίο σήμερα αποκτά ιδιαίτερη σημασία λόγω των σύνθετων αναγκών που διαρκώς προκύπτουν.

## ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνόγλωσση

**Aguaded-Gomez, J.I.** (2007), «Οι προκλήσεις της εκπ-επικοινωνίας στην οπτικοακουστική κοινωνία». Στο *Ζητήματα Επικοινωνίας*, Αθήνα, Καστανιώτης, τ. 6.

**Ανδρουτσόπουλος, Γ.** (2001), «Γλωσσολογικές προσεγγίσεις στο δημοσιογραφικό λόγο: Είδη, ποικιλότητα και ιδεολογία». Στο Μπουκάλας, Π. & Μοσχονάς, Σ. (επιμ.), *Δημοσιογραφία και Γλώσσα*, πρακτικά συνεδρίου (15-16 Απριλίου 2000) του Μορφωτικού Ιδρύματος της ΕΣΗΕΑ, Αθήνα, 167-183.

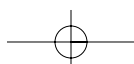
**Baynham, M.** (2002), *Πρακτικές γραμματισμού*, μτφρ. Μ. Αραποπούλου, Αθήνα, Μεταίχμιο.

**Γεωργακοπούλου, Α.-Γούτσος, Δ.** (1999), *Κείμενο και Επικοινωνία*, Αθήνα, Ελληνικά Γράμματα.

**Cummins, J.** (2002), *Ταυτότητες υπό διαπραγμάτευση*, μτφρ. Σουζάνα Αργύρη, Αθήνα, Gutenberg.

**Ιορδανίδου, Α. & Φτερνιάτη, Α.** (2000), *Επικοινωνιακές διδακτικές προτάσεις για το γλωσσικό μάθημα στο Δημοτικό Σχολείο*, Αθήνα, Πατάκης.

**Κούρτη, Ε.** (2003), «Ο αλφαριθμητισμός στα ΜΜΕ στο Νηπιαγωγείο». Στο *Πρακτικά Επιστημονικού Συ-*



νεδρίου «Γλώσσα και Μαθηματικά στην προσχολική ηλικία», Πανεπιστήμιο Κρήτης, Σχολή Επιστημών Αγωγής, Παιδαγωγικό Τμήμα Προσχολικής Εκπαίδευσης. Ρέθυμνο, 22-23 Νοεμβρίου 2002, 148-159. Έκδ. Π.Τ.Π.Ε. Πανεπιστημίου Κρήτης.

**Κούρτη, Ε.** (2004), «Εκπαίδευση και τηλεόραση». Στο Λεβεντάκος, Δ. (επιμ.), *Τηλεόραση και Ελληνική Κοινωνία*, Αθήνα, Εικόν, 113-133.

**Κωνσταντινίδου, Χ.** (2006), «Το ζήτημα της αγωγής στα ΜΜΕ σε ιστορική προοπτική. Από τον παθητικό αποδέκτη στον ενεργό επιτελεστή». Στο *Ζητήματα Επικοινωνίας*, Αθήνα, Καστανιώτης, τ. 4, 18-40.

**Κωστοπούλου, Μ.** (2000), *Η προστασία των ανηλίκων στα οπτικοακουστικά μέσα. Συγκριτική μελέτη του θεσμικού πλαισίου στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, Αθήνα, ΙΟΜ, ΓΓΝΓ.

**Lemish, D.** (2009), *Παιδιά και τηλεόραση - Μια παγκόσμια προοπτική*, επιστ. επιμ. Ε. Κούρτη, μτφρ. Α. Γολέμη, Αθήνα, Τόπος.

**Μήτσης, Ν.** (2004), *Η διδασκαλία της γλώσσας υπό το πρίσμα της επικοινωνιακής προσέγγισης*, Αθήνα, Gutenberg.

**Μπαμπινιώτης, Γ.** (1994), *Ελληνική Γλώσσα. Παρελθόν-Παρόν-Μέλλον*, Αθήνα, Gutenberg.

**Ντάβου, Μπ.** (2001), «Ο αλφαριθμητισμός στα ΜΜΕ και η σχέση δασκάλου-μαθητή». Στο **Χαραμής, Π.** (επιμ.), *Η αξιοποίηση των ΜΜΕ στο Σχολείο*, Αθήνα, Εκδόσεις Ι.Μ. Παναγιωτόπουλου, 35-45.

**Οικονομίδης, Β.** (2005), «Τηλεοπτικές συνήθειες παιδιών ηλικίας 5,5-6,5 ετών». Στο *Ερευνώντας τον κόσμο του παιδιού*, Παγκόσμια Οργάνωση Προσχολικής Αγωγής - Ελληνική Επιτροπή, Αθήνα, Ελληνικά Γράμματα, τ. 6, 103-119.

**Παπούλια-Τζελέπη, Π.** (2004), «Γραμματισμός ή γραμματισμοί: η πρόκληση του 21ου αιώνα». Στο Παπούλια-Τζελέπη, Π. & Τάφα, Ε. (επιμ.), *Γλώσσα και Γραμματισμός στη νέα χιλιετία*, Αθήνα, Ελληνικά Γράμματα, 19-24.

**Τσιτσανούδη-Μαλλιδή, Ν.** (2006), *Η λαϊκή γλώσσα των ειδήσεων. Μια στάση απατηλής οικειότητας*, Αθήνα, Εμπειρία Εκδοτική.

**Τσιτσανούδη-Μαλλιδή, Ν.** (2008), «Η συμβολή της ανάπτυξης των προσθετικών σχέσεων μέσα στην τάξη στη διαμόρφωση ενεργών επιτελεστών της επικοινωνίας». Στο **Γεωργογιάννης, Π.** (επιμ.) *Πρακτικά 2ου Διεθνούς Συνεδρίου «Νέο εκπαιδευτικό υλικό του ΥΠΕΠΘ – Αξιολόγηση και Διοίκηση Α΄θμιας και Β΄θμιας Εκπαίδευσης»*, Κέντρο Διαπολιτισμικής

Εκπαίδευσης Π.Τ.Δ.Ε.- Πανεπιστήμιο Πατρών, Άρτα, 14-16 Μαρτίου, τόμ. 2, 404-411.

Τσιτσανούδη-Μαλλιδή, Ν., «Η απατηλή οικειότητα του σύγχρονου τηλεοπτικού λόγου», στο *Βήμα των Ιδεών*, Το Βήμα, 2/05/08, 27.

**Τσιτσανούδη-Μαλλιδή, Ν.** (2008), «Γραμματισμός και μέσα μαζικής επικοινωνίας: Προτάσεις για εκπαιδευτικές εφαρμογές». Στο *Πρακτικά 2ου Διεθνούς Εκπαιδευτικού Συνεδρίου «Το σχολείο του μέλλοντος και το μέλλον του σχολείου»*, Εκπαιδευτήρια Δούκα, υπό την αιγίδα του Υπουργείου Παιδείας, Αθήνα, 298-301.

**Τσιτσανούδη-Μαλλιδή, Ν.** (2011), *Η γλώσσα των ΜΜΕ στο σχολείο*. Αθήνα: Λιβάνη.

**Χαραλαμπόπουλος, Αγ. & Κωστούλη, Τρ.** (2000), *Διδασκαλία λειτουργικής χρήσης της γλώσσας - Γλωσσικές δραστηριότητες για το Δημοτικό Σχολείο*, Θεσσαλονίκη, Κώδικας.

**Χαραλαμπόπουλος, Αγ. & Χατζησαββίδης, Σ.** (1997), *Η διδασκαλία της λειτουργικής χρήσης της γλώσσας: θεωρία και πρακτική εφαρμογή*, Θεσσαλονίκη, Κώδικας.

**Χαραμής, Π.** (2001), «Αλφαριθμητισμός και εκπαίδευση στα ΜΜΕ: Παιδαγωγικές διαστάσεις ενός σύγχρονου προβλήματος». Στο Χαραμής, Π. (επιμ.), *Η αξιοποίηση των ΜΜΕ στο Σχολείο. Δυνατότητες-Όρια-Προοπτικές*, Αθήνα, Εκδόσεις της Σχολής Ι.Μ. Παναγιωτόπουλου, 195-205.

## Ξενογλωσση

**Brown, D.H.** (1994), *Teaching by principles. An interactive approach to language pedagogy*, New Jersey, Prentice-Hall.

**Buckingham, D.** (1994), *Children talking television. The making of television literacy*, London, The Palmer Press.

**Buckingham, D.** (2003), *Media Education. Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge, Polity.

**Coupland, N. & Giles, H.** (1988), "Communication Accomodation Theory: Recent Developments". Στο *Language and Communication 8*.

**Cross, D.** (1992), *A practical handbook of language teaching*, New York, Prentice Hall.

**Fairclough, N.** (2003), *Analysing Discourse*, New York, Routledge.

**Goodlad, J.L.** (1984), *A place called school: Prospects for the future*, New York, McGraw-Hill.

**Heath, S.B.** (1986), "Sociocultural contexts of language development". Στο California State Department of Education (ed.), *Beyond language: Social and cultural factors in schooling language minority students*, Los Angeles, Evaluation, Dissemination and Assessment Center.

**Heins, M., Cho, C.** (2003), "Media literacy: An alternative to censorship". Στο *Free Expression Policy Project (FEPP)*, Democracy Program, Brennan Center for Justice at NYU School of Law.

**Johnson, K. & Morrow, K.** (1981), *Communication in the classroom*, Harlow, Longman.

**Kozol, J.** (1991), *Savage inequalities: Children in America's schools*, New York, Crown Publishers.

**Littlewood, W.** (1981), *Communicative language teaching: An introduction*, Cambridge University Press.

**Livingstone, S. & Bovill, M.** (2001), *Children and their Changing Media Enviroment*, Mahwah, N.J., Erlbaum.

**Masterman, L.** (1997), "A rationale for media education". Στο Kubey, R.(ed.), *Media literacy in the information age: Current perspectives, information and behavior*, New Brunswick, NJ., Transaction, τ. 6, 80-134.

**Norman, D., Levihn, U. & Hedenquist, J.A.** (1986), *Communicative ideas. An approach with classroom activities*, London, LTP.

**Potter, W.J.** (2004), *Theory of media literacy. A cognitive approach*, Thousand oaks, CA, London, New Delhi, Sage.

**Semali, L.** (2001), "Defining new literacies in curricular practice". Στο *Reading Online*, 5, 4, [www.readingonline.org](http://www.readingonline.org).

**Tsitsanoudis-Mallidis, N.** (2011), "The transformation of television journalistic discourse into an object of commercial dealing. The Greek case". Στο *International Journal of Instructional Media*, University of Connecticut, U.S.A., Vol 38, No 2 (υπό έκδοση).

**UNESCO** (2001), *Youth Media Education Survey. Final report*. United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, Sector of communication and information, England, Institute of Education, London University.

**Widdowson, H.G.** (1978), *Teaching language as communication*, Oxford University Press.