

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Η Διδασκαλία της Ελληνικής Γλώσσας

(ως πρώτης/μητρικής, δεύτερης/ξένης)

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

4 - 6 Σεπτεμβρίου 2009 • Νυμφαίο Φλώρινας

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΝΗΠΙΑΓΩΓΩΝ
ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΓΛΩΣΣΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΓΛΩΣΣΙΚΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Η Διδασκαλία
της Ελληνικής Γλώσσας
(ως πρώτης/μητρικής, δεύτερης/ξένης)

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΝΥΜΦΑΙΟ ΦΛΩΡΙΝΑΣ
4, 5 και 6 Σεπτεμβρίου 2009

ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Πρόεδρος:

Τομπαΐδης Δημήτριος
Ομότιμος Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Μέλη:

Δαμανάκης Μιχάλης, καθηγητής ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Κρήτης
Ιορδανίδου Άννα, αν. καθηγήτρια ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Πάτρας
Καλλογήρου Τζίνα, αν. καθηγήτρια ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Αθήνας
Καμαρούδης Σταύρος, επίκ. καθηγητής ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας
Καψάλης Γεώργιος, καθηγητής ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων
Κουτσογιάννης Δημήτρης, επίκ. καθηγητής Φιλοσοφικής,
Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
Ματσαγγούρας Ηλίας, καθηγητής ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Αθήνας
Μήτσος Ναπολέων, καθηγητής ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
Μπερελής Πέτρος, σύμβουλος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου
Νάκας Αθανάσιος, καθηγητής ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Αθήνας
Ντίνας Κώστας, αν. καθηγητής ΠΤΝ, Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας
Παπαδογιαννάκης Νικόλαος, καθηγητής ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Κρήτης
Σουλιώτης Μίμης, καθηγητής ΠΤΝ, Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας
Τσιάκαλος Γιώργος, καθηγητής ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
Χατζηπαναγιωτίδη Άννα, επίκ. καθηγήτρια ΠΤΔΕ, Πανεπιστήμιο Frederick Κύπρου
Χατζησαββίδης Σωφρόνης, καθηγητής ΤΕΑΠΗ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Πρόεδρος

Κώστας Δ. Ντίνας

Γραμματέας

Άννα Βακάλη

Ταμίας

Άννα Χατζηπαναγιωτίδη

Μέλη

Αναστασία Στάμου
Τριαντάφυλλος Κωτόπουλος

Γραμματεία

Έφη Γώτη
Ευδοξία Τραϊανού
Δημήτρης Χασανίδης
Ελένη Παπαϊωάννου
Στεφανία Τσακιροπούλου

Πλήρης βιβλιογραφική αναφορά άρθρου:

Ντίνας, Κ., Χατζηπαναγιωτίδη, Α., Βακάλη, Α., Κωτόπουλος, Τ. & Στάμου, Α. (επιμ.) 2010. Πρακτικά Πανελλήνιου Συνεδρίου με διεθνή συμμετοχή "Η Διδασκαλία της Ελληνικής Γλώσσας (ως πρώτης/μητρικής, δεύτερης/ξένης)", βλ. <http://linguistics.nured.uowm.gr/Nimfeo2009/praktika> ημερομηνία πρόσβασης ηη/μμ/εε

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Ανάπτυξη κριτικού γραμματισμού σε μαθητές πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης μέσα από διαφημίσεις καπνιστικών προϊόντων

Γιώργος Ανδρουλάκης, Κωνσταντίνα Χατζημίχου

ΠΜΣ «Σύγχρονα περιβάλλοντα μάθησης και παραγωγή διδακτικού υλικού»,
Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Abstract

This paper presents the design, the organization and the results of implementing an innovative didactic intervention in the 6th class of primary school. The topic was the critical analytical approach of print advertisements. Particular emphasis was given to exploring the function of the message in ads for smoking products. The new type of constructive learning environment aimed at the acquiring of functional knowledge by the children, which they could apply in everyday situations while adopting the habits of a healthy life. For the achievement of the above objective, new communicative and collaborative activities were developed, PowerPoint and navigation to specific websites were used. The results showed that the children discovered and created a complex of knowledge concerning the management of the message of advertising in general, and of the cigarette in particular, drawing on all cognitive areas that the children themselves had identified so that the cognitive objective was achieved, but in a pleasant and playful way. Although it is about a small scale action research and its results can not be generalized, without more experiments and more data, it has become clear that educational interventions of this kind can lead to encouraging/promising and useful results in the future.

1. Εισαγωγή

Η αναγκαιότητα πραγμάτευσης του συγκεκριμένου θέματος, στο πλαίσιο του γλωσσικού μαθήματος, είναι στις μέρες μας περισσότερο επιτακτική παρά ποτέ, καθώς τελευταίες έρευνες έδειξαν ότι το κάπνισμα στη χώρα μας έχει λάβει σχεδόν μορφή επιδημίας. Σύμφωνα με τη μελέτη Cardio 2000 του Ελληνικού Ιδρύματος Καρδιολογίας (ΕΛ.Ι.ΚΑΡ.) εκτιμάται ότι δεκάδες χιλιάδες άτομα πεθαίνουν κάθε χρόνο εξαιτίας του καπνίσματος και ότι η έναρξη του καπνίσματος γίνεται κυρίως κατά

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ

την παιδική και εφηβική ηλικία¹ και ένα ποσοστό υιοθέτησε την κακή συνήθεια του καπνίσματος διότι επηρεάστηκε από διαφημίσεις.

Ο ρόλος των Μ.Μ.Ε. σ' αυτή τη διαδικασία είναι καθοριστικός, διότι μέσω αυτών και της διαφήμισης αναπλάθεται το πραγματικό και κατασκευάζεται ένας κόσμος εικονικός, που διαδραματίζει καθοριστικό τρόπο στην κοινωνικοποίηση των παιδιών και δημιουργεί στάσεις, αξίες και τρόπους ζωής². Ειδικότερα, η διαφήμιση καπνιστικών προϊόντων παρουσιάζει θετικές και γοητευτικές εικόνες που απευθύνονται όλο και περισσότερο στους νέους κι έχουν ως κύριο σκοπό να δημιουργηθεί ένα θετικό κλίμα κοινωνικής αποδοχής για το κάπνισμα.

Από την άλλη, οι ραγδαίες αλλαγές στην οικονομία, την κοινωνία και την τεχνολογία, είναι το κύριο χαρακτηριστικό της σημερινής εποχής³. Η δημιουργία πολυπολιτισμικών κοινωνιών, ανήγαγε την εικόνα σε σημαντικότερο από το λόγο επικοινωνιακό μέσο, συμβάλλοντας στην άκριτη υιοθέτηση από τους πολίτες παγκοσμιοποιημένων ιδεολογικών προτύπων και συμπεριφορών. Η επιστήμη της επικοινωνίας στις μέρες μας στρέφει την προσοχή μας στους κώδικες της μη γλωσσικής επικοινωνίας, όχι μόνο λόγω του ειδικού βάρους της τηλεόρασης, αλλά και λόγω της πλατιάς χρήσης της εικόνας στη διαφήμιση, στα σύμβολα κάθε είδους και στις νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας⁴. Συνεπώς, η γλώσσα πρέπει να προσεγγιστεί στο πλαίσιο του γραμματισμού⁵, αλλά και μέσα από τους πολυγραμματισμούς⁶ και, βέβαια, ως κοινωνικό και πολιτισμικό φαινόμενο (*γλωσσική επίγνωση*⁷). Πρόκειται για δεξιότητα που βασίζεται λιγότερο στην καθοδήγηση του δασκάλου⁸ και περισσότερο στην πρωτοβουλία και την προσωπική παρατήρηση του μαθητή.

Παρ' όλα αυτά, τα σχολεία και το εκπαιδευτικό σύστημα ευρύτερα δεν υιοθετεί συγκεκριμένες δράσεις ώστε να μπορέσουν τα παιδιά να επιβιώσουν σε έναν κόσμο παγκόσμιου καταναλωτισμού και να αντισταθούν στην επιρροή της διαφήμισης. Η αναθεώρηση του ρόλου της εκπαίδευσης αποτελεί κρίσιμη κοινωνική προτεραιότητα⁹.

¹. Piperakis et al. 2008.

². Πβ. Dyer 1993.

³. Βλ. σχετικά Kress 2003.

⁴. Βλ. Χοντολίδου 1999.

⁵. Πβ. Baynham 2005.

⁶. Πβ. Χατζησαββίδης 2003.

⁷. Byram 1997, 39.

⁸. Συμβατικά, για λόγους οικονομίας κειμένου (αλλά καταχρηστικά από άποψη γλωσσικής ισότητας των φύλων), χρησιμοποιούμε μόνο το αρσενικό των ουσιαστικών.

⁹. Πβ. Cohen, Manion & Morrison 1996.

Ο κριτικός γραμματισμός, ως εργαλείο κριτικής σκέψης και επίγνωσης μπορεί να βοηθήσει στην επίτευξη αυτού του στόχου καθώς παρέχει τη δυνατότητα στους μαθητές να αποκτήσουν πρόσβαση στη διερεύνηση του νοήματος του κειμένου, του σκοπού του και των κινήτρων του δημιουργού, να τους οδηγήσει στην κατανόηση ότι τα κείμενα αντιπροσωπεύουν ιδιαίτερες απόψεις, ότι αποσιωπούν άλλες, καθώς και στη συνειδητοποίηση των πρακτικών με τις οποίες μπορούν αυτά να κατασκευαστούν¹⁰. Τα νοήματα «με ισχύ» δεν είναι «φυσικά» αλλά κατασκευασμένα, και άρα μπορούν να γίνουν αντικείμενο αμφισβήτησης και ανακατασκευής¹¹. Η διαφήμιση ικανοποιεί αυτόν το στόχο, που φαίνεται πως είναι ένα από τα επερχόμενα στοιχεία της γλωσσικής διδασκαλίας. Συνιστά τόπο και πηγή τόσο της επικοινωνίας, όσο και του πολιτισμού, και μπορεί να αξιοποιηθεί για τη βελτίωση της δεξιότητας που σχετίζεται με την πολιτισμική πληροφορία¹².

Όταν λοιπόν θέλουμε να μελετήσουμε και να αναλύσουμε ένα κείμενο σήμερα, δεν εστιάζουμε μόνον στα γλωσσικά του στοιχεία αλλά εξίσου και στα μη γλωσσικά. Τα μηνύματα ενός κειμένου, ενός graffiti ή μιας διαφήμισης, τα οποία μπορούν να κατανοηθούν από τους φυσικούς του αποδέκτες, δομούνται με τη γλώσσα (γραπτή και προφορική), το είδος των εικόνων που το συνοδεύουν, τη θέση και την έκταση που αυτές καταλαμβάνουν, το είδος της γραμματοσειράς που επιλέγεται, τα χρώματα που χρησιμοποιούνται, τις κιναισθητικές πράξεις (χειρονομίες, κινήσεις, πόζες, χειρισμούς αντικειμένων) κλπ.¹³. Το σχολείο θα όφειλε να ανοίξει τους ορίζοντές του στη συστηματική πλέον διδασκαλία και ανάλυση των πολυτροπικών κειμένων και θα καθιστούσε τόσο τους εκπαιδευτικούς όσο και τους μαθητές πιο συνειδητοποιημένους στην επικοινωνία μεταξύ τους (αλλά και με τους άλλους) και θα τους διευκόλυνε στην πρόσληψη και αποκωδικοποίηση της πραγματικότητας που βιώνουν. Κατά συνέπεια, θα έκανε την εκπαίδευση πιο ουσιαστική. Μια διδασκαλία που στοχεύει στον γραμματισμό της εικόνας, θα βοηθήσει τους μαθητές να αναπτύξουν αντιστάσεις και να μην χειραγωγούνται, να διακρίνουν και να αμφισβητούν, να μπορούν να εκφράζουν τη γνώμη τους, να διαπραγματεύονται και να βλέπουν κριτικά τις ειδήσεις που τους παρέχουν καθημερινά τα ΜΜΕ, τα οποία τελικά θα μπορέσουν να τα

¹⁰. Πβ. Kroeber-Riel 1998.

¹¹. Πβ. Halliday 1978, Gautheron-Boutchatsky, Kok-Escalle, Androurlakis & Rieder 2004.

¹². Πβ. Ανδρουλάκης 1998.

¹³. Πβ. Γιακουμάτου 2002.

απομυθοποιήσουν. Παράλληλα, σε γλωσσικά μαθήματα όπως αυτά που προτείνουμε εδώ, γίνεται προσπάθεια να γνωρίσουν οι μαθητές τις άμεσες επιπτώσεις του καπνίσματος τόσο στην υγεία όσο και στην εξωτερική εικόνα του ατόμου που καπνίζει. Η παρέμβαση σε μικρή ηλικία, όταν ακόμη δεν έχουν διαμορφωθεί συνήθειες και τρόποι ζωής, πιστεύουμε ότι θα φέρει θετικά αποτελέσματα και θα μειώσει τον αριθμό των εφήβων καπνιστών.

2. Μεθοδολογία

Ο κεντρικός σκοπός της παρούσας εργασίας¹⁴ είναι να ερευνήσουμε αν μεταβάλλονται οι στάσεις¹⁵ των μαθητών απέναντι στο κάπνισμα με τη χρήση στοχευμένου εκπαιδευτικού υλικού, αν υπάρχει απόκλιση στις στάσεις των μαθητών ανάλογα με το φύλο και τελικά αν αναπτύχθηκε κριτική στάση απέναντι στα διαφημιστικά μηνύματα καπνιστικών προϊόντων με τα οποία έρχονται καθημερινά σε επαφή. Γενικότερα: πώς αναπαριστούμε την επίδραση των κοινωνικών διαστάσεων του διαφημιστικού μηνύματος στη σχολική μάθηση; Πώς μπορούμε να προάγουμε την εκμάθηση συγκεκριμένων επιστημονικών γνώσεων μέσω της εκπαίδευσης στον γραμματισμό;

Το δείγμα αποτέλεσαν οι μαθητές των δύο τμημάτων της έκτης τάξης του 5ου Δημοτικού Σχολείου Λάρισας. Το σχολείο είναι δημόσιο και βρίσκεται στο κέντρο της πόλης που κατοικείται από ανθρώπους της εργατικής και μεσαίας τάξης. Το τμήμα παρέμβασης (πειραματική ομάδα) ήταν το Στ'1, που αποτελείται από 14 παιδιά (7 μαθητές και 7 μαθήτριες) και η διδασκαλία του μαθήματος έγινε στην τάξη ομαδοσυνεργατικά με τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή¹⁶. Το τμήμα-ομάδα ελέγχου ήταν το Στ'2, που αποτελείται από 12 παιδιά (4 μαθητές και 8 μαθήτριες).

Μεθοδολογικά, η διδακτική πρόταση περιλάμβανε αρχικό και τελικό ερωτηματολόγιο και μικρής χρονικής διάρκειας (3 διδακτικές ώρες) διδακτική παρέμβαση. Το αρχικό ερωτηματολόγιο δόθηκε αφενός για να διερευνηθούν οι εναλλακτικές ιδέες των παιδιών αλλά και να γίνει μια πρώτη διαγνωστική αξιολόγηση του επιπέδου γνώσεων, αλλά και γενικότερων αντιλήψεων των παιδιών. Με τον ίδιο

¹⁴. Το παρόν κείμενο προέρχεται από εργασία που εκπονήθηκε από την Κ. Χατζημίχου, υπό την επίβλεψη του Γ. Ανδρουλάκη, στο πλαίσιο του μαθήματος της Γλώσσας του ΠΜΣ «Σύγχρονα περιβάλλοντα μάθησης και παραγωγή διδακτικού υλικού» του ΠΤΔΕ του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

¹⁵. Για τις γλωσσικές στάσεις, βλ. ενδεικτικά: Κακριδή-Φερράρι 2006, Ανδρουλάκης 2009.

¹⁶. Πβ. Σολομωνίδου 2000.

στόχο δόθηκε και το τελικό ερωτηματολόγιο για να αξιολογηθούν τα αποτελέσματα της παρέμβασης.

Στόχοι της Διδακτικής Παρέμβασης ήταν να γνωρίσουν οι μαθητές/ριες, μέσω της ανάλυσης, πώς κατασκευάζεται μια διαφήμιση, να μάθουν να «διαβάζουν»-αναλύουν διαφημίσεις, να κατανοήσουν το ρόλο της και το σκοπό της, τη σχέση στοιχείων της με το κοινό-στόχο, τους μηχανισμούς πειθούς, να συσχετίσουν τον τρόπο οργάνωσης του γλωσσικού και μη μηνύματος μιας διαφήμισης με τον σκοπό της, να υιοθετήσουν κριτική στάση προς τη διαφήμιση, να αναπτύξουν κριτική σκέψη για να «διαβάζουν πίσω από τις γραμμές»¹⁷.

Η διδακτική παρέμβαση κράτησε το ενδιαφέρον των παιδιών. Οι μαθητές πήραν τα φύλλα οδηγιών και συνεργάστηκαν με σκοπό την διεκπεραίωση όσων τους ζητήθηκαν, μελέτησαν ό,τι τους δόθηκε, εργάστηκαν πάνω στις δραστηριότητες των λογισμικών, πλοηγήθηκαν στο διαδίκτυο, αντάλλαξαν πληροφορίες, έβγαλαν τα συμπεράσματά τους. Για τη συνολική αξιολόγηση της διδασκαλίας επιλέχθηκε να μελετηθούν οι απαντήσεις των μαθητών στα τελικά ερωτηματολόγια σε συγκριτική ανάλυση τόσο με τα αρχικά όσο και με τα ανάλογα της ομάδας ελέγχου, ώστε να φανεί ο βαθμός συνάφειας και αναλογίας τους. Επίσης μελετήθηκαν και απαντήσεις των παιδιών της πειραματικής ομάδας στις ερωτήσεις των φυλλαδίων εργασίας και έγινε αυτοαξιολόγηση από τα ίδια τα παιδιά καθώς στο τέλος του φύλλου εργασίας υπήρχαν ανακεφαλαιωτικές εργασίες.

Το διδακτικό υλικό ήταν έντυπες διαφημίσεις, τα Ερωτηματολόγια των εταιριών Camel και Basic, ενώ για τη διδακτική παρέμβαση επιλέχθηκαν τρεις τύποι διαφημίσεων που θα μπορούσαν να αποτελέσουν τρία διαδοχικά στάδια στην εξέλιξη του διαφημιστικού μηνύματος: από το πιο παραδοσιακό στο πιο σύγχρονο. Το πρώτο παράδειγμα (Maxim Slim) θεωρείται χαρακτηριστική περίπτωση του κλασικού αλλά ξεπερασμένου πια μοντέλου «η διαφήμιση ως δάσκαλος», με συμπεριφοριστικού τύπου θεωρητικές καταβολές. Το δεύτερο παράδειγμα (Marlboro) θα μπορούσε να θεωρηθεί ως μια απόπειρα δημιουργίας περιβάλλοντος αμεσότητας, με γνωστικού κυρίως τύπου θεωρητικές καταβολές. Το τρίτο παράδειγμα (Silk Cut) θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι αποτελεί απόπειρα υλοποίησης των πιο σύγχρονων, των κοινωνικών

¹⁷. Πβ. και Ανδρουλάκης 1998.

ή κοινωνιογνωστικών θεωριών μάθησης, όπως συνήθως αποκαλούνται, στο πλαίσιο των οποίων το μήνυμα αποτελεί αντικείμενο έρευνας και αναζήτησης.

Πριν ξεκινήσει το πρόγραμμα, οργανώθηκε μια συζήτηση στην τάξη των παιδιών, όπου παρουσιάστηκε η μέθοδος, οι κανόνες, οι ρόλοι, οι υποχρεώσεις και ορισμένες βασικές αρχές διδασκαλίας και μάθησης. Τελικά, αφού τους δόθηκαν οδηγίες για τον τρόπο συγκρότησης των ομάδων τους, τα παιδιά χωρίστηκαν μόνα τους σε τρεις ομάδες, όσες και οι διαφημιστικές αφίσες. Επέλεξαν όποια διαφήμιση ήθελε η κάθε ομάδα και καθισμένα μπροστά σε καθένα πόστερ, τα παιδιά δημιούργησαν ρόλους (συντονιστής, γραμματέας, εισηγητής).

Το παιδαγωγικό πλαίσιο της διδασκαλίας βασίστηκε στην πρόταση των Πολυγραμματισμών (Multiliteracies), σύμφωνα με την οποία, εκτός από τη γλωσσική ανάλυση, γίνονται πραγματολογικές, κοινωνιολογικές και σημειωτικές αναλύσεις, που όλες μαζί συνεισφέρουν στην κατανόηση εικόνων, χρωμάτων σχεδίων κλπ., στοιχείων που υπάρχουν σε ένα σύγχρονο πολυτροπικό κείμενο, όπως είναι το διαφημιστικό¹⁸. Όλα αυτά βέβαια με παιγνιώδη τρόπο για να μη νιώσουν τα παιδιά κούραση ή το άγχος της εξέτασης. Το μοντέλο διδασκαλίας ακολούθησε τη διδακτική αρχή της εξατομικευμένης υποστήριξης και φθίνουσας καθοδήγησης (fading scaffolding), που απορρέει από τη θεωρία της Ζώνης Επικείμενης Ανάπτυξης¹⁹.

3. Διδακτική πορεία

3.1. Αφόρμηση

Το πρόγραμμα ξεκινά με τη θέση του προβλήματος. Η διαφήμιση, ο άνθρωπος και η υγεία. Η εικόνα και η πραγματικότητα. Εικόνες, βίντεο, ήχοι μέσα από μια παρουσίαση με χρήση κατάλληλου λογισμικού αποτελούν τη βάση για μια συζήτηση που θέτει τα όρια των δραστηριοτήτων που θα ακολουθήσουν.

Στην πρώτη φάση εφαρμογής του προγράμματος αξιοποιούμε μια ηλεκτρονική παρουσίαση στην οποία γίνεται μια παρουσίαση των γνωρισμάτων της διαφήμισης παρακολουθώντας ένα ολιγόλεπτο video από το *Αντικαπιναστικό CD-ROM για εφήβους*:

-Τσιγάρο; -Ευχαριστώ δε θα πάρω του Ιδρύματος Θώραξ.

¹⁸. Πβ. Cope & Kalantzis 2000.

¹⁹. Vygotsky 1993.

Δίνεται η δυνατότητα στους μαθητές να βρεθούν εικονικά στη σύσκεψη μίας διαφημιστικής εταιρίας, όπου συζητούν τρόπους καλύτερης διαφήμισης για την αποτελεσματική προώθηση στο νεανικό κυρίως κοινό ενός νέου πακέτου τσιγάρων. Τα παιδιά θα κληθούν να κατανοήσουν την αξία του λόγου, των χρωμάτων και της εικόνας των διαφημίσεων ως πηγών πληροφοριών.

3.2. Ανάλυση

Η ανάλυση είναι μια αρκετά σημαντική φάση στην αναζήτηση μας. Με την αξιοποίηση λογισμικού επεξεργασίας εικόνων και βίντεο, με απλές όσο γίνεται ενέργειες των παιδιών, επιδιώκεται να αναλυθούν τα μηνύματα, ώστε να βρεθούν τα συστατικά μέρη τα οποία συναποτελούν ένα διαφημιστικό μήνυμα και ο τρόπος με τον οποίο συγκροτούνται σε ένα ενιαίο σύνολο. Θα προχωρήσουμε στη συνέχεια σε παραγωγή μηνυμάτων.

Για την εξαγωγή του ομαδικού συμπεράσματος προηγείται συζήτηση της ομάδας, ενισχύεται η επικοινωνία μεταξύ των μαθητών και αναπτύσσεται μια ζώνη διαλόγου, που βοηθά τα παιδιά να επιτύχουν πιο ουσιαστική διαπραγμάτευση του νέου νοήματος.

3.3. Ερμηνεία

Επίκεντρο του προβληματισμού των ομάδων μας είναι το τσιγάρο και ο άνθρωπος. Οι μαθητές συζητούν τις τεχνικές προώθησης του καπνού και τη χρήση της εικόνας ως μέσου για τη διαφήμισή του. Συγκρίνουν με αντίστοιχες παλιότερες διαφημίσεις.

Παρακολουθούνται ιδιαίτερα οι καμπάνιες των εταιρειών Marlboro και Silk cut. Ειδικά τα τσιγάρα, εκτός από το προϊόν τους, πωλούν και έναν συγκεκριμένο τρόπο ζωής. Ας παρατηρήσουμε π.χ. τον αυτόνομο, ανεξάρτητο, πολύ αρρενωπό καουμπόη της Marlboro. Τι μας λέει η διαφήμιση με τον καουμπόη; Υπάρχει σχέση μεταξύ του καπνίσματος μιας συγκεκριμένης μάρκας και της υγιεινής, ηρωικής ζωής ενός καουμπόη στο ύπαιθρο; Στη συνέχεια, οι μαθητές παρατηρούν έντυπες διαφημίσεις (η κάθε ομάδα τη δική της) προσπαθώντας να τις αναλύσουν, ώστε να απαντήσουν στις ερωτήσεις συγκεκριμένου φύλλου εργασίας. Η ανάλυση του περιεχομένου κάθε διαφήμισης ακολούθησε δύο άξονες: ανάλυση της εικόνας και ανάλυση του κειμένου: Κείμενο – Σύνθημα – Λογότυπο.

3.4. Επέκταση

Προχωρούν τώρα οι ομάδες μας σε μια προσπάθεια ανάλυσης συγκεκριμένων θεμάτων με στόχο να συνειδητοποιηθεί η αντίθεση ανάμεσα στην εικόνα και στον λόγο των διαφημίσεων των προϊόντων καπνού, από τη μία, και την πραγματικότητα σε σχέση με τις αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία των καταναλωτών και το φυσικό περιβάλλον, από την άλλη. Η συζήτηση επικεντρώνεται στο τι υποβαθμίζει και τι αγνοεί ένα διαφημιστικό μήνυμα. Τίθενται ζητήματα υγείας, εμφάνισης, οικονομίας. Η έμφαση δίνεται στις προβαλλόμενες αξίες και στον τρόπο προβολής τους. Στο τέλος οι μαθητές δίνουν τη δική τους διαφημιστική πρόταση.

Μέσα στην όλη οπτική του εγχειρήματός μας για ζωντανή, ενδιαφέρουσα και διαδραστική χρήση του προς μάθηση υλικού, προτείνουμε δύο προσεκτικά επιλεγμένους δικτυακούς τόπους, με σκοπό να έρθουν τα παιδιά σε άμεση επαφή με το πρόβλημα. Έτσι, προτρέπονται τα παιδιά να μπουν και να παρακολουθήσουν το σχετικό βίντεο που βοηθά να «ταξιδέψουμε» εικονικά μέσα στο ανθρώπινο σώμα και συγκεκριμένα στο αναπνευστικό σύστημα και να ακολουθήσουμε την πορεία του καπνού του τσιγάρου βλέποντας από κοντά όχι μόνο μέσα από ποια όργανα περνάει αλλά και τις βλάβες που προκαλεί.. Τα οφέλη της παρατήρησης του πειράματος με τη βοήθεια των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας είναι εξαιρετικά σημαντικά. Η προσομοίωση έχει να κάνει με την καταπληκτική δυνατότητα των πολυμεσικών συστημάτων εικονικής πραγματικότητας να εμπλέκουν ενεργά τους μαθητές στην ανακάλυψη, αναγνώριση και ερμηνεία των φαινομένων - εννοιών βοηθώντας τους να οικοδομήσουν λειτουργική γνώση και να αλλάξουν στάση ζωής υιοθετώντας συνήθειες που θα τους βοηθήσουν σε μια ποιοτική ζωή μελλοντικά ως ενήλικες. Όλα αυτά θα γίνουν πολύτιμα εργαλεία όχι μόνο για να λάβουν μέρος στον διαγωνισμό (για τον οποίο τους έχουμε ενημερώσει), που λειτουργεί ως κίνητρο για επέκταση και θεμελίωση των γνώσεων, αλλά και γενικότερα για να εκτιμήσουν την αξία των ψηφιακών συστημάτων διαχείρισης δραστηριοτήτων και μάθησης και να τα εντάξουν στη ζωή τους ως μέσα χρήσιμα και όχι ως αυτοσκοπό.

4. Αποτελέσματα – Συζήτηση

Όπως προκύπτει από τη συγκριτική μελέτη των αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων καθώς και από τα στοιχεία της παρατήρησης, η διδασκαλία της συγκεκριμένης ενότητας είχε εξαιρετικά θετικά αποτελέσματα. Οι στόχοι του μαθήματος εκπληρώθηκαν σε μεγάλο βαθμό.

Η μελέτη των αποτελεσμάτων αναδεικνύει ότι υπήρξαν καλύτερα μαθησιακά αποτελέσματα σε παιδιά της ομάδας παρέμβασης, που έλαβαν δηλαδή μέρος στο καινοτόμο μαθησιακό περιβάλλον που διαμορφώθηκε συγκριτικά με τα παιδιά της ομάδας ελέγχου. Επίσης, λόγω του ότι το τμήμα δεν είχε εργαστεί ποτέ ομαδοσυνεργατικά, χρειάστηκε να τεθούν ορισμένες βάσεις συνεργασίας με γνώμονα τον κοινό σκοπό. Ωστόσο, οι μαθητές έμειναν πολύ ευχαριστημένοι από τη διδακτική διαδικασία ενώ δεν είχαν την αίσθηση πως κάνουν μάθημα –και αυτό είναι ένα ουσιαστικό κέρδος που λειτουργεί παρωθητικά σε ανάλογες προσπάθειες. Οι πληροφορίες που είχαμε για το τμήμα παρέμβασης ήταν πως επρόκειτο για μια ομάδα καλού μαθησιακού επιπέδου, αλλά συνάμα και πολύ ζωηρό. Εντυπωσιακό ήταν λοιπόν το γεγονός ότι, κατά τη διάρκεια της διδακτικής παρέμβασης, οι μαθητές ήταν πολύ πειθαρχημένοι, συνεργάσιμοι και δεκτικοί να πειραματιστούν, να μάθουν, να ανακαλύψουν, να γνωρίσουν.

Βοήθησε πολύ το γεγονός ότι πριν τον οριστικό σχεδιασμό του εκπαιδευτικού υλικού έγινε μιας μικρής κλίμακας προκαταρκτική - πιλοτική έρευνα, όπου δόθηκε το υπό σχεδίαση εκπαιδευτικό υλικό σε ένα παιδί αντίστοιχης τάξης για ανιχνευτικούς και διερευνητικούς σκοπούς, που είχαν να κάνουν τόσο με το αν και κατά πόσο είναι κατανοητά τα ερωτήματα, όσο και με τον χρόνο διαχείρισης και επίτευξης των δραστηριοτήτων. Τα ευρήματα χρησιμοποιήθηκαν κατάλληλα και έγιναν έγκαιρα οι αναγκαίες διορθωτικές παρεμβάσεις ώστε να προχωρήσουμε σε διεξαγωγή του μαθήματος με τα μικρότερα δυνατά προβλήματα και να βαδίζει η κυρίως έρευνα σε σταθερότερα βήματα²⁰.

Το καινοτόμο μαθησιακό περιβάλλον που διαμορφώθηκε κέντρισε το ενδιαφέρον των μαθητών και συνέβαλε στην επίτευξη αξιόλογων μαθησιακών αποτελεσμάτων. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι, με τα θέματα που διαπραγματευτήκαμε στο πλαίσιο της ολομέλειας, οδηγηθήκαμε στην επίτευξη εννοιολογικής αλλαγής στους μαθητές, τόσο στην ομάδα παρέμβασης όσο και στην

²⁰. Πβ. Παρασκευόπουλος, 1993.

ομάδα ελέγχου. Απ'όλα αυτά διαφαίνεται η θετική επίδραση στη διδασκαλία της συζήτησης επιμέρους θεμάτων που εμείς οι μεγάλοι θεωρούμε δεδομένα αλλά για τα παιδιά δεν είναι. Το ίδιο εντυπωσιασμένα δείχνουν, μέσα από τις απαντήσεις τους για τα όσα παρακολούθησαν στο βίντεο. Οι απαντήσεις τους δείχνουν τον εντοπισμό της ομάδας-στόχου της διαφήμισης, που είναι κυρίως τα νέα άτομα, αλλά και έμαθαν να ξεχωρίζουν στοιχεία του Προσανατολισμού Κωδικοποίησης (Coding Orientation), δηλαδή σε ποιο κοινωνικό πλαίσιο κατατάσσεται η εικόνα, αν έχουμε διαφοροποιήσεις τυπικότητας από κώδικα σε κώδικα και σε σχέση με το χρώμα (αποχρώσεις, γέμισμα, ποικιλία), το φόντο, το βάθος, την απεικόνιση, τον φωτισμό, τη φωτεινότητα. Φυσικά δεν χρησιμοποίησαν αυτές τις λέξεις, αλλά οι απαντήσεις τους «διαβασμένες» σε ένα άλλο επίπεδο, αυτό δείχνουν.

Αρχικά το ενδιαφέρον εστιάζεται στη χρήση του παιχνιδιού ρόλων ως μιας τεχνικής στην εκπαιδευτική έρευνα²¹. Το παίξιμο ρόλων ορίζεται ως συμμετοχή στη μίμηση κοινωνικών καταστάσεων, που αποσκοπεί να δια φωτίσει το γενικό πλαίσιο των ρόλων/κανόνων που επικρατούν σε πραγματικά κοινωνικά επεισόδια, έτσι με την ιστοριούλα-σενάριο τα παιδιά έγιναν συμμετοχοί της διαδικασίας σχεδιασμού μιας διαφημιστικής καμπάνιας για το νέο προϊόν μιας καπνοβιομηχανίας.

Μετά τη διδακτική παρέμβαση, οι μαθητές φάνηκε πως υιοθέτησαν πιο κριτική στάση προς το διαφημιστικό κείμενο, κατανόησαν ότι τα διαφημιστικά μηνύματα είναι κατασκευασμένα για να τους αποκρύψουν, ή τουλάχιστον να μην τους αποκαλύψουν, όλη την αλήθεια για το διαφημιζόμενο προϊόν, αναγνώρισαν την προσπάθεια του διαφημιστή, μέσω του διαφημιστικού κειμένου, να τους οδηγήσει σε θετική απόφαση με βάση το συναίσθημα και όχι τη λογική, αναγνώρισαν τα πιο προβεβλημένα στοιχεία του διαφημιστικού κειμένου και τον λόγο ανάδειξης τους, κατανόησαν στοιχεία της Οπτικής Κοινωνικής Σημειωτικής, όπως: επαφή, απόσταση, άποψη, γωνία λήψης, βλέμμα, προβολή, περιγράραξη²², καθώς και τα νοήματα που αυτά φέρουν, τέλος έμαθαν να μην προσλαμβάνουν τα μηνύματα αυτού του είδους παθητικά αλλά ενεργητικά και κριτικά.

Η παρούσα συζήτηση στοχεύει να αναπτύξει τη συγκέντρωση και την ανάλυση αναφορών. Πιο συγκεκριμένα, ιδιαίτερο βάρος δώσαμε στη διαμόρφωση δραστηριοτήτων με βασικό γνώμονα την επίτευξη των στόχων της αυτενεργού

²¹. Πβ. Hamilton 1976.

²². Βλ. Kress & Van Leeuwen 1996.

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
Η ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ
ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ως προς την αλληλεπίδραση με τους μαθητές/ξένης

συνεργατικής μάθησης μέσα σε ένα εποικοδομητικό περιβάλλον. Αν και η ηλεκτρονική μορφοποίηση του υλικού δίνει από μόνη της πολλές δυνατότητες για διαδραστικότητα, προσθέσαμε ποικίλες δραστηριότητες με γνώμονα την προσφορά ευκαιριών για δράση των ίδιων των μαθητών: ερωτήσεις κλειστού τύπου που κυρίως στοχεύουν στην αναγνώριση και την τελική αφομοίωση των γνωστικών πληροφοριών, οι οποίες προσφέρθηκαν κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης των θεμάτων, και ανοιχτού τύπου που καλύπτουν την ανάγκη για ανάπτυξη της κριτικής σκέψης των μαθητών. Στο ίδιο κλίμα προσφέρθηκαν θέματα για συζήτηση και περαιτέρω προβληματισμό των παιδιών, με ενθάρρυνση της συνεργασίας και της επικοινωνίας μεταξύ των παιδιών στην ομάδα. Όλα αυτά οδήγησαν σε αυξημένη αλληλεπίδραση μεταξύ των μαθητών αλλά και μεταξύ των παιδιών και των εκπαιδευτικών και ενθάρρυναν τα παιδιά να συμμετέχουν ενεργά στη διεξαγωγή των δραστηριοτήτων, να αυτενεργούν, να διατυπώνουν τις δικές τους εκτιμήσεις και να οδηγούνται σε διατύπωση κοινά αποδεκτών συμπερασμάτων.

Εκείνο που μας απογοήτευσε αρχικά, αλλά και μας χαροποίησε στη συνέχεια, ήταν η συνειδητοποίηση του γεγονότος ότι τόσο η συμβατική όσο και η δική μας παρέμβαση οδήγησε τα παιδιά να κατανοήσουν τι πραγματικά είναι ο παθητικός καπνιστής. Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι μια μεγάλη και ευαίσθητη ομάδα όπως τα παιδιά δεν είναι ενημερωμένα στο ζήτημα του παθητικού καπνίσματος. Αυτό μας εξέπληξε γιατί γίνεται μεγάλη συζήτηση τον τελευταίο καιρό, αλλά και πολλές εκστρατείες απαγόρευσης του καπνίσματος στους δημόσιους χώρους για την προστασία των παιδιών, που σαν παθητικοί καπνιστές υφίστανται τα προβλήματα του καπνού. Πώς περιμένουμε να διεκδικήσουν τα δικαιώματά τους όταν αγνοούν βασικούς όρους, αλλά και πώς περιμένουμε αποτελέσματα από την προσπάθεια αν δεν εστιάσουμε στην εκπαίδευση και ενημέρωση των πιθανών μελλοντικών καπνιστών;

Τηρήθηκε ακριβώς ο χρόνος των τριών διδακτικών ωρών που είχε προγραμματιστεί, γιατί έπρεπε να ακολουθηθεί το πρόγραμμα των προβλεπόμενων μαθημάτων. Σημειώνουμε ωστόσο πως τα παιδιά δεν ήθελαν να γυρίσουν στην «κανονική» τάξη και ήθελαν να συνεχίσουμε. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί, για να φανεί το πόσο άρεσε στα παιδιά αυτός ο τρόπος διδασκαλίας, ότι κατά τη διάρκεια του διαλείμματος πολλά από τα παιδιά δεν ήθελαν να βγουν έξω και ήθελαν να συνεχίσουμε το μάθημα. Επειδή λοιπόν έπρεπε να σταματήσουμε, η συμμετοχή στον διαγωνισμό πραγματώθηκε είτε σε συναντήσεις εκτός σχολείου είτε στο μάθημα

Πανεπιστήμιο Αιγαίου
Τμήμα Νηπιαγωγών
Εργαστήριο Γλώσσας και Προγραμματισμού
Γλωσσικής Διδασκαλίας

της επόμενης εβδομάδας και τα παιδιά έστειλαν τελικά τη συμμετοχή τους στην ηλεκτρονική διεύθυνση που τους δόθηκε.

Επίσης, το γεγονός ότι ένας μαθητής με δυσκολίες γενικότερης προσαρμογής στο περιβάλλον του σχολείου, όχι μόνο λειτούργησε, όσο ήταν δυνατό, ως μέλος μιας ομάδας, αλλά έγινε και βοηθός της διδάσκουσας, είναι ενδεικτικό του καλού κλίματος που δημιουργήθηκε στην τάξη. Τελικά, το μάθημα κύλησε ομαλότατα και ήταν συγκινητικά τα λόγια των παιδιών που εκφράστηκαν τόσο στα τελικά ερωτηματολόγια όσο και προφορικά με εγκωμιαστικό τρόπο, όχι μόνο για τις γνώσεις που αποκόμισαν όσο και για τις εμπειρίες που έζησαν και συνοψίζονται στα λόγια ενός μαθητή: *Δε μάθαμε μόνο, ζήσαμε, αποκομίσαμε εμπειρίες ζωής.*

5. Συμπεράσματα - προτάσεις

Τα αποτελέσματα των επιδράσεων της διαφήμισης είναι σύνθετα και πολυδιάστατα. Μπορούν να έχουν βραχυπρόθεσμα αποτελέσματα, όπως ο αντίκτυπος μιας σύντομης εντύπωσης της διαφήμισης στη συμπεριφορά του καταναλωτή -παραδείγματος χάριν, στις πωλήσεις των τσιγάρων- και μακροπρόθεσμα αποτελέσματα που είναι σταθερά και συνεχή, όπως στους κοινωνικούς κανόνες και στις αξίες. Το σημαντικότερο στοιχείο, πάντως, για την αξιολόγηση ενός προγράμματος πρέπει ίσως να αναζητηθεί στην αλλαγή στάσης, αξιών, νοοτροπίας. Σε ένα τρίωρο πρόγραμμα αυτό δεν μπορεί να τεκμηριωθεί και είναι σκόπιμο να μελετηθεί σε μια ευρύτερη χρονικά υλοποίηση. Η ανάληψη, όμως, πρωτοβουλίας και δράσης με την παραγωγή και δημοσιοποίηση των συμπερασμάτων μπορεί να λειτουργήσει ως αφετηρία, ως κίνητρο και αφορμή για ανάληψη άλλων ευρύτερων ή μη ενεργειών.

Έχοντας υπόψη τα θετικά αποτελέσματα σε συνδυασμό με την ενθουσιώδη αποδοχή της παρούσας έρευνας από τους μαθητές, θα μπορούσε να γίνει μια διάχυση των αποτελεσμάτων στην ευρύτερη εκπαιδευτική κοινότητα, ώστε να αναπτυχθούν νέα προγράμματα αγωγής υγείας, που θα βοηθήσουν τα παιδιά όχι μόνο να μάθουν πώς λειτουργεί το σώμα τους, αλλά και να τροποποιήσουν τις συμπεριφορές και τις στάσεις τους με σκοπό τη βελτίωση της υγείας στον πληθυσμό.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι το κάπνισμα εντάσσεται σε ένα γενικότερο πλαίσιο παιδείας που διακρίνει μία κοινωνία ως σύνολο, αλλά και αποτελεί ένδειξη σεβασμού προς τον εαυτό μας και τους συνανθρώπους γύρω μας. Μόνο έτσι

θεωρώντας το κάπνισμα, μπορούμε να αντισταθούμε στον ορυμαγδό της διαφήμισης και της έντεχνης προώθησης του τσιγάρου και να προστατέψουμε και τα παιδιά μας. Παράλληλα, και σε ένα επίπεδο που αφορά περισσότερο τη διδακτική της γλώσσας, η διδακτική δοκιμή και η έρευνα που παρουσιάσαμε εδώ, μπορεί να αποτελέσει ένα μικρό παράδειγμα για ανάλογες δραστηριότητες ανάπτυξης κριτικού γραμματισμού, με απώτερο στόχο τη δημιουργία πιο συνειδητοποιημένων και υπεύθυνων μελλοντικών πολιτών.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση

- Byram, M. 1997. *Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Cohen, L., Manion, L. και Morrison, K. R. B. 1996. *A Guide to Teaching Practice* (4η έκδοση). London: Routledge.
- Dyer, G. 1992. *Advertising as Communication*. London: Routledge.
- Gautheron-Boutchatsky, Ch., Kok Escalle, M.-Ch., Androulakis, G. & Rieder, K. 2004. Representations of the concept of otherness in advertising and cultural mediation, Chapter 6, in: G. Zarate, A. Gohard-Radenkovic, D. Lussier, & H. Penz, (eds), *Cultural mediation in language learning and teaching*, (pp. 155-179). Graz: European Center for Modern Languages – Council of Europe Publishing.
- Halliday, M.A.K. 1978. *Language as Social Semiotic. The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.
- Hamilton, V. L. 1976. "Role play and deception: a reexamination of the controversy". *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 6, 233-50.
- Kress, G. 2000. «Σχεδιασμός του γλωσσικού προγράμματος σπουδών με βάση το μέλλον». *Γλωσσικός υπολογιστής, τόμος 2*.
- Προσπέλαση στο: <http://www.komvos.edu.gr/periodiko/periodiko2nd/default.htm> (12/07/2009).
- Kress, G. & Van Leeuwen, Th. 1996. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: RKP.
- Piperakis, S.M., Garagouni-Areou, F. Argyrakouli, E., Piperakis, A.S., Iakovidou-Kritsi, Z. & Triga, A. 2008. "A survey on smoking habits and attitudes among adolescents in Greece". *International Journal of Medical Health*, 20, 63-71.

Ελληνόγλωσση

- Ανδρουλάκης Γ. 1998. «Η αξιοποίηση της διαφήμισης για μια διαπολιτισμική διδασκαλία των γλωσσών». *Εφαρμοσμένη Γλωσσολογία*, 14, 5-18.

- Ανδρουλάκης, Γ. 2008. *Οι Γλώσσες και το Σχολείο. Στάσεις και Κίνητρα των Μαθητών σε Δύο Ελληνικές Ζώνες, στο Πλαίσιο μιας Ευρωπαϊκής Κοινωνιογλωσσικής Έρευνας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Baynham, M. 2002. *Πρακτικές Γραμματισμού*. Αθήνα: Μεταίχμιο.
- Γιακουμάτου, Τ. 2000. Παρουσίαση μιας δειγματικής διδασκαλίας πάνω στην πολυτροπικότητα των κειμένων. *Πρακτικά του Πανελληνίου συνεδρίου «Πληροφορική και εκπαίδευση»*, διοργάνωση ΣΕΠΔΕΘ, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας 11-12 Νοεμβρίου 2000.
- Κακριδή-Φερράρι, Μ. 2006. Στάσεις απέναντι στη γλώσσα. Στο: *Εγκυκλοπαιδικός Οδηγός για τη Γλώσσα. Θέματα Ιστορίας της ελληνικής γλώσσας*. Προσπέλαση στο: http://www.greek-language.gr/greekLang/studies/history/thema_03/index.html (12/06/2009).
- Kalantzis, M., & Core, B. 2003. Πολυγραμματισμοί. Στο: *Εγκυκλοπαιδικός οδηγός για τη γλώσσα, Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας*. Προσπέλαση στο: http://www.komvos.edu.gr/glwssa/Odigos/thema_e2/main.htm (18/07/2009).
- Κουτσογιάννης, Δ. 2005. Η πολυτροπική θεωρία της επικοινωνίας ως εργαλείο για την αξιολόγηση εκπαιδευτικού λογισμικού. Στο Ο. Σέμογλου (επιμ.), *Πρακτικά του Συνεδρίου "Εικόνα και Παιδί"* (σελ. 621-632). Θεσσαλονίκη. Προσπέλαση στο: http://www.greeklanguage.gr/greekLang/modern_greek/bibliographies/edu_soft/01.html#fn3 (12/06/2009).
- Kroeber-Riel, W. 1998. *Στρατηγική και Τεχνική της Διαφήμισης*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Παρασκευόπουλος, Ι. 1993. *Μεθοδολογία Επιστημονικής Έρευνας*, τόμος ΙΙ. Αθήνα.
- Σολομωνίδου, Χ. 2000. Σημασία της χρήσης των νέων τεχνολογιών στην Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση: διερεύνηση της σημερινής κατάστασης με μελέτες περιπτώσεων σε ελληνικά σχολεία. Στο Α. Ράπτης (επιμ.), *Πρακτικά του Β' Πανελληνίου Συνεδρίου: Η Πληροφορική στην Κοινωνία και τον Πολιτισμό* (414-425). Αθήνα: Κέντρο Έρευνας Επιστήμης και Εκπαίδευσης.
- Vygotsky, L. 1993. *Σκέψη και Γλώσσα* (β' έκδοση). Αθήνα: Γνώση.
- Χατζησαββίδης, Σ. 2003. «Η διδασκαλία της ελληνικής γλώσσας στο πλαίσιο των Πολυγραμματισμών (προετοιμασία του κοινωνικού μέλλοντος των μαθητών)». *Φιλολογος*, 113, 405-414.
- Χοντολίδου, Ε. 1999. «Η αξιολόγηση των μαθητών στο μάθημα της λογοτεχνίας: ένα βήμα μπροστά, δύο βήματα πίσω». *Ο Πολίτης*, 63, 53-58.