

**«Διδάσκοντας τα παιδιά να βλέπουν πίσω από τις διαφημίσεις, τα κείμενα,
τα κόμικς: Η περίπτωση του καπνίσματος»**

Υπεύθυνη Συγγραφής: Κωνσταντίνα Χατζημίχου – Καλούση

1ο εργαστήριο: 2ώρες (χρονική διάρκεια)

Τίτλος:«Η αναπνοή μου είναι σημαντική. Μαθαίνω να την προστατεύω»

Συνοπτική παρουσίαση του εργαστηρίου

Ταξιδεύουμε στο Αναπνευστικό Σύστημα, αφού γνωρίσουμε τη λειτουργία των επιμέρους οργάνων του, μαθαίνουμε τους παράγοντες που το επηρεάζουν (κάπνισμα, ρύπανση) συσχετίζοντάς τους παράλληλα με τις ανάγκες επιβίωσής του ώστε να οδηγηθούμε στην υιοθέτηση υγιεινών συνηθειών.

Η συγκεκριμένη διδακτική παρέμβαση έχει στόχο να δώσει τη δυνατότητα στους μαθητές αφενός να αναγνωρίζουν και να περιγράφουν τη λειτουργία των οργάνων του αναπνευστικού συστήματος, χρησιμοποιώντας σωστή ορολογία, αφετέρου να κατανοήσουν τις επιδράσεις που αυτά δέχονται από παράγοντες όπως το τσιγάρο και η ατμοσφαιρική ρύπανση και να συσχετίσουν κατ' επέκταση αυτούς τους παράγοντες με την ανάγκη για επιβίωση, έτσι ώστε να οδηγηθούν συνεπαγωγικά στην υιοθέτηση υγιεινών συνηθειών διαβίωσης.

Δραστηριότητες

Αρχικά, δίνεται ένα Αρχικό ερωτηματολόγιο για να διαπιστωθούν οι πρότερες γνώσεις των παιδιών. Στη συνέχεια, το ενδιαφέρον της τάξης επικεντρώνεται στο παίξιμο ρόλων ως τεχνική μάθησης. Ένα σύντομο

σενάριο παρουσιάζει την Αλίκη, την ηρωίδα, η οποία ήταν προβληματισμένη και θέτει ερωτήματα. Οι μαθητές τη βοηθούν εθελοντικά. Ζητείτε από τους μαθητές να προβλέψουν τα αποτελέσματα μιας διαδικασίας - φαινομένου. Σκοπεύουμε να γίνει αυτοδιόρθωση των εσφαλμένων αντιλήψεων. Στη συνέχεια δουλεύουν στους υπολογιστές με τη βοήθεια των φύλλων εργασίας και των προτεινόμενων δραστηριοτήτων.

Για να βοηθήσουμε τα παιδιά να καταλάβουν γιατί αναπνέουμε γρηγορότερα όταν τρέχουμε, παρακολουθήσαμε ένα βίντεο που παρουσιάζει ένα ανθρώπινο σώμα σε κίνηση. Η συζήτηση που ακολουθεί με όλη την τάξη είχε σκοπό να βοηθήσει τους μαθητές να εξηγήσουν το φαινόμενο της αναπνοής.

Παρακολούθηση στην οθόνη πραγματικών πειραμάτων για το πώς αναπνέουν οι άνθρωποι όταν περπατούν, τρέχουν ή καπνίζουν, ακολουθώντας το μονοπάτι του καπνού στον ανθρώπινο οργανισμό. Οι ομάδες συζητούν και σχεδιάζουν το αναπνευστικό σύστημα, απαντώντας σε κατάλληλες ερωτήσεις, συμπληρώνοντας κενά στα φύλλα εργασίας, σχεδιάζοντας ή καταγράφοντας τις απαντήσεις των παιδιών.

Επιπρόσθετες παρουσιάσεις δίνουν μια σαφέστερη εικόνα για το πώς εξηγείται η διαδικασία της αναπνοής και βοηθά τα παιδιά να κατανοήσουν το επιστημονικό μοντέλο καθώς επίσης και τα αρχικά τους λάθη. Ένα παιδί από κάθε ομάδα ανακοινώνει τα αποτελέσματα στους υπόλοιπους, έτσι ώστε να επιτευχθεί διάχυση των απόψεων. Διάφορα ζητήματα συζητήθηκαν περαιτέρω εντός των ομάδων, ώστε να καταλήξουν σε κοινά συμπεράσματα. Τέλος, τα παιδιά συντάσσουν ένα ομαδικό e-mail το οποίο έστειλαν στην ηρωίδα του σεναρίου μας.

3ο εργαστήριο: 4 ώρες (χρονική διάρκεια)

Τίτλος:«Βλέπω τις εικόνες γύρω μου και αποκαλύπτω τα ένοχα μυστικά τους»

Συνοπτική παρουσίαση του εργαστηρίου

Εκπαιδευτικό πρόγραμμα κριτικού γραμματισμού μέσα από διαφημίσεις τσιγάρων και τηλεοπτικές εικόνες. Στόχοι του εργαστηρίου είναι να γνωρίσουν οι μαθητές τα βασικά χαρακτηριστικά της διαφήμισης, να μάθουν αναλύουν διαφημίσεις έτσι ώστε να κατανοήσουν το ρόλο της και το σκοπό τους και, φυσικά, να υιοθετήσουν κριτική στάση απέναντί τουςμέσω τη σχέσης στοιχείων της με το κοινό-στόχο, τους μηχανισμούς πειθούς. Τέλος να συνειδητοποιηθεί η αντίθεση ανάμεσα στην εικόνα και τον λόγο των διαφημίσεων προϊόντων καπνού και την πραγματικότητα όσον αφορά τις αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία των καταναλωτών και το φυσικό περιβάλλον

Δραστηριότητες

Ως αφορμή χρησιμοποιήσαμε διαφημίσεις που βλέπουμε γύρω μας και προκαλέσαμε τους μαθητές σε συζήτηση ή καταιγισμό ιδεών για το τι είναι η διαφήμιση, γιατί διαφημίζουμε, αν είναι πραγματικά απαραίτητη η διαφήμιση. Εστιάσαμε επίσης στους τρόπους με τους οποίους οι διαφημιστές περνούν τα μηνύματά τους. Διαφημίσεις με ήρωες ζώα ή διασκεδαστικά καρτούν έκαναν τα παιδιά να προβληματιστούν και κλήθηκαν να συμπληρώσουν την 1η δραστηριότητα του Φύλλου Εργασίας, αφού συζήτησαν με την ομάδα τους. Επίσης έννοιες όπως, άμεση προώθηση, χορηγίες, καταστήματα ρούχων συγκεκριμένων καπνιστικών εταιρειών ή παιχνίδια με λογότυπο γνωστής καπνοβιομηχανίας έκαναν τα παιδιά να

αναζητήσουν στο οικείο περιβάλλον τους και να δουν με «δεύτερη» κριτική ματιά τα «ένοχα μυστικά». Προσπαθώντας να εντοπίσουμε την ιστορική συνέχεια αλλά και την μετεξέλιξη του διαφημιστικού μηνύματος παρουσιάσαμε διαφημίσεις τσιγάρων από τις δεκαετίες του '50 και '60 που δηλώνουν ότι είναι καλό και μαγκιά να καπνίζεις ακόμα κι αν είσαι γιατρός, αθλητής, έγκυος, πατέρας ή μητέρα μωρού. Συζητήσαμε και τα παιδιά κλήθηκαν να διατυπώσουν γραπτά τις απόψεις τους. Στο πλαίσιο της αποδόμησης του διαφημιστικού μηνύματος, προχωρήσαμε και στη συζήτηση περί αντι-διαφημίσεων που προβάλλουν εικόνες σε αντιδιαστολή: κάπνισμα-αποτέλεσμα. Οι αντικαπνιστικές διαφημίσεις που παρουσιάσαμε επικεντρώθηκαν σε θέματα όπως οι σωματικές δυσλειτουργίες ή η απώλεια της ελκυστικότητας. Τέλος, συζητήθηκε η παρουσία της προειδοποίησης του Υπουργείου Υγείας σαν μια προσπάθεια περιορισμού της απήχησης του διαφημιστικού μηνύματος και ζητήθηκε από τα παιδιά να αποτυπώσουν γραπτά τη δική τους γνώμη. Οι απόψεις τους που θα παρουσιαστούν πιο κάτω, ήταν αποκαλυπτικές.

Στη 2η Δραστηριότητα, το ενδιαφέρον αρχικά εστιάστηκε στο παίξιμο ρόλων και με την ιστοριούλα-σενάριο τα παιδιά έγιναν συμμετέχοντες της διαδικασίας σχεδιασμού μιας διαφημιστικής καμπάνιας για το νέο προϊόν μιας καπνοβιομηχανίας. Ειδικότερα, αξιοποιήσαμε μια ηλεκτρονική παρουσίαση αναφορικά με τα χαρακτηριστικά της διαφήμισης, παρακολουθώντας ένα ολιγόλεπτο video από το «Αντικαπνιστικό CD-ROM για εφήβους: -Τσιγάρο; -Ευχαριστώ δε θα πάρω» του Ιδρύματος Θώραξ. Με τον τρόπο αυτό, δόθηκε η δυνατότητα στους μαθητές να βρεθούν εικονικά στη σύσκεψη μίας διαφημιστικής εταιρίας, στο πλαίσιο της οποίας συζητούνται τρόποι καλύτερης διαφήμισης για την αποτελεσματική προώθηση, στο νεανικό κυρίως κοινό, ενός νέου πακέτου τσιγάρων. Τα

παιδιά κλήθηκαν να κατανοήσουν την αξία του λόγου, των χρωμάτων και της εικόνας των διαφημίσεων ως πηγών πληροφοριών.

Στη συνέχεια θέσαμε στο επίκεντρο του προβληματισμού τα στερεότυπα και τις αξίες που προβάλλονται μέσα από τα μηνύματα. Οι μαθητές συζητούν τις τεχνικές προώθησης του καπνού και τη χρήση της εικόνας ως μέσου για τη διαφήμισή του. Στη συνέχεια παρατηρούν έντυπες διαφημίσεις, την ίδια η κάθε ομάδα, προσπαθώντας να την αναλύσουν, ώστε να απαντήσουν στη συγκεκριμένη ερώτηση του φύλλου εργασίας. Στα χέρια τους έχουν το φυλλάδιο με τις στρατηγικές προώθησης του διαφημιστικού μηνύματος των διαφημιστών και συσχετίζουν τη στρατηγική που είχε χρησιμοποιηθεί στη συγκεκριμένη διαφήμιση . Έμφαση δίνεται στις προβαλλόμενες αξίες και τον τρόπο προβολής τους.

Στη συνέχεια ασχολούνται με το παιχνίδι ρόλων. Για παράδειγμα, ένας μαθητής μπορεί να βρεθεί σε μια τέτοια περίπτωση στο δρόμο από το σπίτι προς το σχολείο, όταν δύο μεγαλύτεροι σε ηλικία φίλοι του τού προσφέρουν ένα τσιγάρο, ή στο σπίτι ενός φίλου, σε ένα ταξίδι με το τρένο κ.ο.κ. Ζητήσαμε από την τάξη να σκεφθεί κάποιες απαντήσεις σ' αυτές τις προσκλήσεις για τσιγάρο. Δημιουργήσαμε ζευγάρια και ζητήσαμε από τους μαθητές να εξασκηθούν στο πώς θα απαντήσουν αρνητικά σε μία τέτοια περίπτωση.

Στο τέλος οι μαθητές/ριες ασχολήθηκαν με το να αναλύσουν μόνοι/ες τους μια διαφήμιση την οποία επέλεξαν μόνοι/ες τους και να απαντήσουν σε ερωτήσεις. Τους δόθηκε επίσης Φύλλο Εργασίας με τις ερωτήσεις της ανάλυσης, έτσι ώστε να τις συμβουλεύονται, όταν το έκριναν σωστό, αλλά και οι άξονες ανάλυσης μιας διαφήμισης. Τις ερωτήσεις κλήθηκαν να τις

Καταγράψτε τη διαφήμιση και γράψτε μια μικρή ιστορία.

σε Πίνακ πληροφορίες για το προϊόν αναφέρονται στη διαφήμιση. Υπάρχουν κάποιες πληροφορίες που θα ήθελα να ξέρεις, αλλά όχι να βρεις.

Γράψε πως πληροφορίες φαίνεται ξεκάθαρα.



10 Τι πορτογαλίτε σε αυτής τις καλύτερες διαφημίσεις; Θα λάβαμε την διαφήμιση είναι το ταυτόσημο στη μέρα μας; Διακρίνεται η άποψη σου.



11 Αντίς είναι οι καλύτερες διαφημίσεις. Γράψε κατά τη γνώμη σου αναφέροντας έναν λόγο για να κερδίσει και ένας σου;

Σύμφωνα με την 99.822 οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είναι απαραίτητο να αναφέρονται στο πλαίσιο των τσιγάρων μια προειδοποίηση για τις βλάβες που προκαλεί το κάπνισμα στην υγεία του ανθρώπου. Για παράδειγμα, « το κάπνισμα προκαλεί καρκίνο». Για ποιο λόγο πιστεύεις ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση υποχρεώνει τις κατασκευαστές να αναγράφουν την προειδοποίηση αυτή στο πλαίσιο των τσιγάρων;

Νομίζεις ότι προσιτή είναι η προειδοποίηση αυτή στο κοινό;

2η Δραστηριότητα

Στο βίντεο « Τσιγάρο: Εγκληματίς ή θε ήρωας του 19ου αιώματος » θύραξ, που θα παρακολουθήσετε, μια κατασκευαστική

προσπαθήστε τη διαφήμιση ενός κατασκευαστή. Ακούστε με προσοχή και απαντήστε στις ερωτήσεις που ακολουθούν:

Είπατε κατά τη γνώμη σας είναι ο στόχος της διαφημιστικής καμπάνιας;

Είπατε είναι οι προτάσεις της διαφημιστικής καμπάνιας με τα πρόβλημα και η γρήγορη και είναι ακριβής;

Τι μας λέει και τι μας κρύβει...

3η Δραστηριότητα

Η λέξη διαφήμιση προέρχεται από το λατινικό *adferre*, που σημαίνει "να φέρεις το φάρμακο". Εάν θέλουμε να προσεγγίσουμε κερδοσκόπη της διαφημιστικής οφέλιμα να προσέγγιση οφέλη, τι μας λέει σχετικά με το κέρμα, αλλά και το όλο μαρκετινγκ μάρκετινγκ. Τι θα μας λέει, τα παρακαλείται. Μέρες σκέψης μαζί φίλοι; Η μια αλληλεπίδραση με μία την αλληλεπίδραση. Μέρες μαζί φίλοι.

Στο Φυλλάδιο 4 βλέπε διαφημίσεις τσιγάρων. Οι διαφημιστές χρησιμοποιούν πρόταση να μας πείσουν να το αγοράσουμε. Εσύ και η ομάδα σου θα γίνετε οι ένοχοι κριτικής που θα αναζητήσετε το λόγο των διαφημιστών. Οι πιο εύκολοι στρατηγικές ή πόντους τους είναι στο Φυλλάδιο 3, και θα σε βοηθήσουν. Μάθε να δουλέψτε μία από αυτές (Φυλλάδιο 4) και με τη βοήθεια του Φυλλαδίου 2 συντάξτε την βήμα προς βήμα. Η καλύτερη παραπομπή θα βρείτε.

Φυλλάδιο 1

Το κάπνισμα στις έντυπες διαφημίσεις

Πώς και πού οι κανονικές εταιρίες διαφημιζόνται;

(διαφημίσεις – αφίσσες, δωράκια και προσθήκες κομμάτια, διαφήμιση στα σημεία πώλησης – κοντά σε ταμεία, χορηγίες σε αθλητικές και άλλες κοινωνικές δραστηριότητες)

Παρατηρώ προσεκτικά μια διαφήμιση.

(Παρατηρώ με λεπτομέρεια, όπως για την εμφάνιση των προϊόντων, τις δραστηριότητες που απεικονίζονται, το χάρω δράσης, γραπτό κείμενο.)

Τι δεν βλέπω;

(Γιατί, δεν βλέπω τα αποτελέσματα, τον κοινό, τα λεκόμενα δόντια, την καθημερινή ζωή, κ.λπ.)

Ποιο είναι το κοινό-στόχος αυτής της διαφήμισης;

(Προσέρχεται να απευθυνθεί στους καταναλωτές ή τους μη καταναλωτές; Ομάδα ηλικίας; Φύλο; Φύση.)

Ποια στοιχεία προβάλλονται;

(Προβάλλεται η συσχέτιση μεταξύ του να καπνίζεις τη συγκεκριμένη μάρκα τσιγάρων και του να είσαι cool, όμορφος, ασφαλισμένος, έχοντας πολλούς φίλους, κ.λπ.)

Ποιο μέρος της ιστορίας αποσκοπεί από αυτής τις διαφημίσεις;

(Αποσκοπεί ο εθνικός, αλλά κοινωνικά αποτελέσματα, χρήματα που ξοδεύονται για τη συντήρηση αυτή, κ.α.)

Φυλλάδιο 2

Πώς αποκαλύπτει τα έντονα μηνύματα της εικόνας;

Φυλλάδιο 3

Διαφημιστική Στρατηγική ή Πλάνο.

Οι διαφημιστές χρησιμοποιούν πρόταση να μας πείσουν να ελαττώσουμε την προσοχή μας, να παραμελήσουμε τη μητέρα μας, για να μας κάνουν να πιστεύουμε για την αξία του προϊόντος που διαφημίζουν, έτσι ώστε να το αγοράσουμε. Οι πιο εύκολοι στρατηγικές ή πόντους τους είναι:

1. **Οι παράγοντες μάρκα.** Δημιουργούν την εντύπωση ότι είναι εύκολο να αγοράσουμε και έτσι πείθουν να κάνουμε το εμπόριο. Οι διαφημιστές ακολουθούν συνήθη να ελαττώσουν την αξία ότι το κάπνισμα είναι κακό (και είναι "cool").
2. **Δωράκια και προσθήκες.** Παραπομπή είναι δωράκια (π.χ. είναι αθλητική, ηθικά ή τραγουδιών) που συλλέγονται ότι το κάπνισμα είναι καλό. Οι φωτογραφίες των προϊόντων, των κερμάτων και των οφέλων και κερμάτων, παραπομπή την αξία ότι το κάπνισμα είναι γρήγορο.
3. **Συναισθηματικό - Στερεότυπο.** Το πρόβλημα στις διαφημιστικές εμφανίζονται να είναι η έλλειψη. Είναι άνθρωποι συνήθως κινείται ελαστικά και μοντέρνο. Χρησιμοποιούν διαφημιστικές στρατηγικές για τις νέες γυναίκες παρόμοιες στην ιδέα "της απεικονισμού" και την εικόνα του σώματος, γρήγορα αλλά λέει όπως "αλλάζει" στο όνομα προϊόντων, ή απλά είναι "αλλάζει". Οι γυναίκες στις διαφημιστικές εμφανίζονται να είναι καλές. Είναι οι γυναίκες που παρόμοιες στην ιδέα ότι κάπνισμα είναι καλό.
4. **Γενετό και ερωτικό.** Οι διαφημιστές είναι γνωστό ότι χρησιμοποιούν τις στατιστικές και την "απόδειξη" για να δείξουν την επίδραση ότι το κάπνισμα είναι ασφαλείς και για να ενισχύσουν την αξία του προϊόντος.
5. **Φίλοι, διασκέδαση.** Οι διαφημιστές ενισχύουν την ιδέα ότι όπως κανείς παρόμοιους καλά. Οι εικόνες της ευτυχισμένης οικογένειας και των φίλων και άλλων και από το σώμα, συνδέουν το κάπνισμα με τη διασκέδαση, τα οφέλη και άλλα που απαιτούν ούλη και καλή συνεργασία (ανάμεσα, 1981, κ.λπ.).
6. **Χούμορ.** Οι διαφημιστές χρησιμοποιούν χούμορ για να προσελκύσουν τους πελάτες. Επειδή το κάπνισμα γίνεται λιγότερο αποδοτικό στην κοινωνία, παραπομπή τους για κοινωνικές πληροφορίες όπως και άλλες πληροφορίες σχετικά για να κάνουν το μικρό παρόμοιους με το προϊόν.

7. **Προσωπικότητα.** Οι διαφημιστές εκδίδει εκείνοι που προσελκύουν να προσελκύουν τους νέους -απεκρίνονταν συχνά το κάπνισμα ως σημάδι της ανεξαρτησίας και της εξέγερσης.

8. **Παρόμοιοι.** Οι διαφημιστές δεν μας δίνουν την πλήρη ιστορία για το πρόβλημα. Εκείνοι που βλέπουν είναι ή μια απειλή με κερμάνι, ως μια διαφημιστική τσιγάρα.

9. **Θετικές τρέσος ζωής.** Οι διαφημιστές χρησιμοποιούν ανοιχτά, γαλάζια χρώματα, πόντους στήθων υγιών και γρήγορα ενέχυρο, για να συνδέσουν οι καταναλωτές το κάπνισμα με τον υγιεινό, υγιεινό και τις φυσιολογικές δραστηριότητες όπως το ποδόσφαιρο, η αποπνομή, τη νουαρέλα και την ηπαρίδα.

10. **Τονοθέτηση προϊόντων.** Οι διαφημιστές τσιγάρων μπορούν να εμφανιστούν στις πιο ασυνήθιστες θέσεις, όπως τα τρέλεται παράθυρα. Αλλά υπάρχουν διαφημιστές τσιγάρων στο πάνω όλοκλητο διαφημιστών ή διαφημιζονται μέσω φανερωμένα διακείμενα προϊόντων, με σκοπό να αποσκοπουν την προσοχή μας από το αρχικό όχημα...

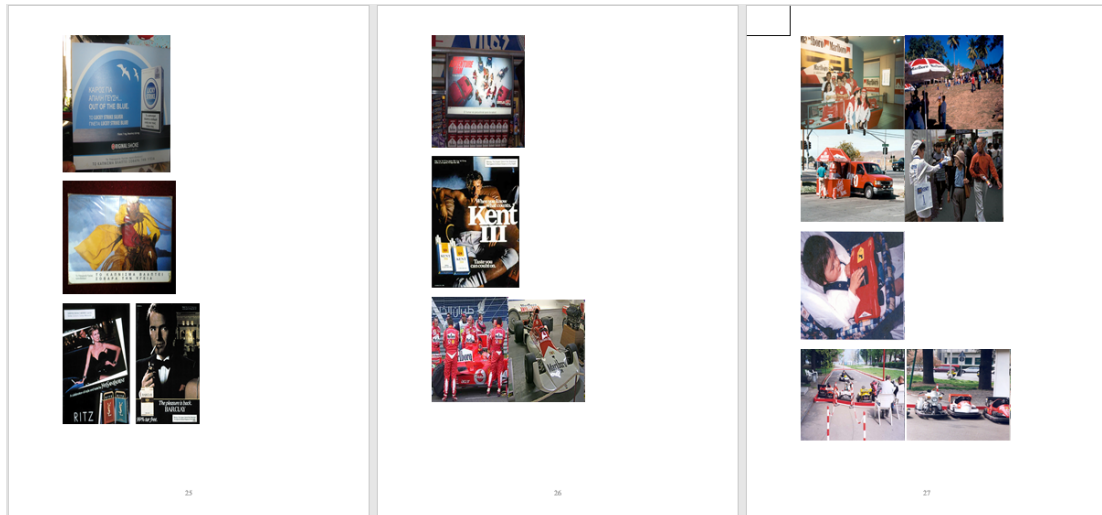
11. **Κλίμακα.** Οι διαφημιστές χρησιμοποιούν τα τεχνάρια της κλίμακας για να κάνουν το προϊόν τους να φαίνεται μεγαλύτερο -και ως εκ τούτου πιο ελκυστικό.

12. **Χορηγίες.** Η χορηγία είναι πολύ ελκυστικός τρόπος διαφημιστικής κατασκευαστικής. Συνδέουν στο μυαλό μας το τσιγάρο με την ταχύτητα και τον αέρα, υποστηρίζοντας οικονομικά, σφαιρικές πλά ή άλλες αθλητικές δραστηριότητες.

13. **Λογισμικό.** Χρησιμοποιούν παράδειγμα ονόματα ή είναι ή παιχνίδια με λέξεις, για να κάνουν το προϊόν να φαίνεται πιο δύσκολο να το αποκτήσετε και ίσως πιο επιθυμητό.

Φυλλάδιο 4





3ο εργαστήριο: 4 ώρες (χρονική διάρκεια)

Τίτλος: «Περιπέτεια ανακαλύπτω, τα στερεότυπα μαθαίνω να απορρίπτω».

Συνοπτική παρουσίαση του εργαστηρίου

Στο πλαίσιο αυτό, προσεγγίζουμε ένα λογοτεχνικό κείμενο μέσω της κριτικής ανάγνωσης και μαθαίνουμε ότι τα κείμενα δε θα πρέπει να αντιμετωπίζονται ως μια 'αθώα' απεικόνιση της πραγματικότητας και κατά συνέπεια μαθαίνουμε να προβάλλουμε αντίσταση στους κυρίαρχους τρόπους σκέψης που υποβάλλονται από αυτά.

Στόχοι μας είναι η ενεργητική εμπλοκή των μαθητών σε ποικίλες δραστηριότητες κριτικής ανάγνωσης και γραφής, η ενθάρρυνση των μαθητών στη διερεύνηση επίμαχων και επίκαιρων θεμάτων στη διατύπωση υποθέσεων, στην εξεύρεση εναλλακτικών λύσεων και την αναγνώριση της κρυμμένης πρόθεσης ενός κειμένου και η ανάληψη δράσης (αποστολή επιστολών διαμαρτυρίας).

Δραστηριότητες

Προσεγγίζουμε το λογοτεχνικό κείμενο «Περιπέτεια με την τηλεόραση» του Τζιάννι Ροντάρι,¹ που περιέχεται στο *Ανθολόγιο Λογοτεχνικών Κειμένων Ε' - Στ' Δημοτικού*, σύμφωνα με τους «τομείς και τα ερωτήματα ανάλυσης λογοτεχνικού κειμένου» που προσφέρει ο κριτικός γραμματισμός. Συγκεκριμένα: Αφού απολαύσουμε την ανάγνωση παρακινούμε τους μαθητές, πριν γίνουν αναλυτές, σχολιαστές, κριτικοί, βιογράφοι, να ανοίξουν 'κουβέντα' με όσα συμβαίνουν στο κείμενο: τα πρόσωπα, τα πράγματα, τις καταστάσεις, τις πράξεις, αλλά και τη γλώσσα, τα τεχνάσματα, τους λογοτεχνικούς τρόπους. Δημιουργήθηκε με τον τρόπο αυτό ένα παιχνίδι πολλαπλών ανταποκρίσεων. Στη συνέχεια μαθαίνουν να εντοπίζουν τα δομικά στοιχεία των κειμένων και ζητούμε από τα παιδιά να συνεχίσουν την ιστορία, γνωρίζοντας ότι μπορούν να προσθέσουν κι άλλους ήρωες με θετική ή αρνητική δράση και να διαμορφώσουν την πλοκή ελεύθερα. Στη συνέχεια τα παιδιά απαντούν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου

Θέλοντας να έρθουν οι μαθητές σε επαφή με ένα πολυτροπικό κείμενο, αξιοποιούμε ένα άρθρο από το βιβλίο «Νεοελληνική Γλώσσα» της Α' Γυμνασίου (Ο.Ε.Δ.Β., 2007:76), με τίτλο «Προσωρινή

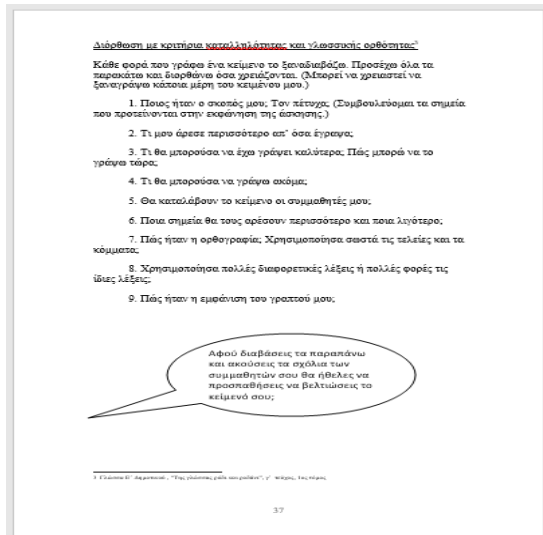
¹Το κείμενο του Τζιάννι Ροντάρι καυτηριάζει τη θέση που έχει καταλάβει η τηλεόραση στα σύγχρονα σπίτια : παραβιάζει την ατομική γαλήνη και καταπατά τον ιδιωτικό μας χώρο. Το κείμενο αφορά και τον αποκλεισμό του ατόμου στην ιδιωτικότητά του, την οποία διασπά μόνο η εικόνα που εισβάλλει στο χώρο μας, πολλές φορές απειλητικά. Το ενδιαφέρον στην προκειμένη περίπτωση είναι ότι ο συγγραφέας μάς αφήνει να επιλέξουμε το δικό μας τέλος στην περιπέτεια με την τηλεόραση. Παράλληλα στο συγκεκριμένο κείμενο περνάνε στερεότυπα μηνύματα που αφορούν στο ρόλο του καπνίσματος στη ζωή των ανθρώπων γύρω μας. Έτσι το κάπνισμα παρουσιάζεται ως μέσο χαλάρωσης, αλλά και ως τρόπος να γιορταστεί το γεγονός της επίτευξης ενός στόχου. Συγκεκριμένα, ο κύριος Βερούτσι, ύστερα από μια εξαντλητική μέρα στη δουλειά, ονειρεύεται να γυρίσει στο σπίτι του και να χαλαρώσει καθισμένος στον καναπέ του, καπνίζοντας και παρακολουθώντας τηλεόραση. Η ηρεμία του όμως απειλείται όταν ανοίγει την τηλεόραση, διότι εισβάλλουν στο σπίτι οι πρωταγωνιστές όλων των αρνητικών ειδήσεων που αναφέρονται στο δελτίο του τηλεοπτικού σταθμού.

απόλαυση, μόνιμη ζημιά». Κατά την αποδόμηση του κειμένου εντοπίζουμε τα επιχειρήματα που χρησιμοποιούνται. Παρουσιάζονται στην τάξη διάφορα παραδείγματα δημοσιογραφικού ρεπορτάζ και συζητούνται τα βασικά γλωσσικά και πολυτροπικά χαρακτηριστικά τους, όπως ο ρόλος της γραμματοσειράς, της λεζάντας, των εικόνων, της μορφής και της δομής (θεματική πρόταση, λεπτομέρειες στο κύριο μέρος και προβληματισμό στο τέλος) κ.λπ. Εξηγούμε την έννοια επιχείρημα, εντοπίζονται τα λεξιλογικά χαρακτηριστικά με τα οποία αυτό αναπτύσσεται και στη συνέχεια για την παραγωγή γραπτού κειμένου δίνεται στα παιδιά ένα σχεδιάγραμμα με τη λογική σειρά δομής ενός άρθρου και σε ένα δεύτερο στάδιο οι ομάδες των μαθητών παράγουν δικά τους κείμενα. Έτσι τα παιδιά γράφουν ένα άρθρο, σαν αυτό που διαπραγματεύτηκαν και μελετούν τα δομικά χαρακτηριστικά του, με σκοπό να δημοσιευτεί στη σχολική εφημερίδα.

Τέλος, αναλαμβάνουν να συντάξουν μια επιστολή διαμαρτυρίας προς εκείνους που «βομβαρδίζουν» τα παιδιά με εικόνες ή μηνύματα καπνιστικών προϊόντων, ιδιαίτερα μέσα σε παιδικά αναγνώσματα, όπως είναι τα κόμικς.

Σε ένα τρίτο στάδιο, ιδιαίτερα σημαντικό στην όλη διαδικασία, γίνεται απόπειρα «επανεξέτασης» και βελτίωσης του πρωτογενούς μαθητικού κειμένου και βασιζόμενοι στα σχόλια των συμμαθητών τους και τη φθίνουσα καθοδήγηση της δασκάλας οι μαθητές προχωρούν σε δεύτερη εμπλουτισμένη γραφή του κειμένου τους.

Φύλλα εργασίας



4ο εργαστήριο:2ώρες (χρονική διάρκεια)

«Δημιουργία Κόμικς»

«Κινούμενες εικόνες με χρυσή καρδιά, δίνουν μαθήματα αγάπης σε όλα τα παιδιά»

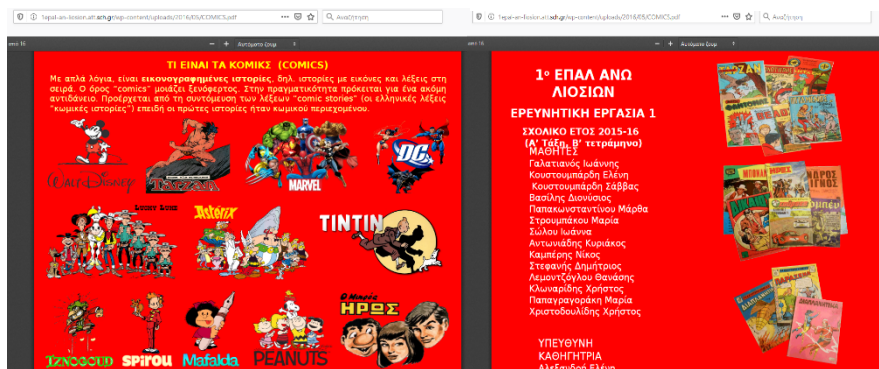
Συνοπτική παρουσίαση του εργαστηρίου

Μέσα από απλές διαδικασίες οι χρήστες - μαθητές μπορούν να εισάγουν τα κείμενά τους στα πλαίσια-"μπαλόνια" διαλόγου (speechballoons), να εξάγουν και να διαμοιράσουν σε μορφή εικόνας τη δική τους ιστορία, ώστε να γίνουν δημιουργοί των δικών τους ψηφιακών κόμικς με θέμα τις επιπτώσεις του καπνίσματος στον άνθρωπο και με πρώτη ύλη εικόνες, χαρακτήρες-ήρωες και κείμενα

Δραστηριότητες

Βρισκόμαστε στο εργαστήριο πληροφορικής όπου οι μαθητές κάθονται ανά 2 ή ανά 3 σε έναν Η/Υ ή αν το μάθημα γίνεται ασύγχρονα, ο καθένας στον Η/Υ. Ως αφόρμηση παρουσιάζουμε μέσω του βιντεοπροβολέα μια

παρουσίαση και γίνεται μια συζήτηση για τα «Κόμικς», (τι είναι, πώς δημιουργούνται)κι έπειτα λέμε στους μαθητές ότι θα δημιουργήσουμε κι εμείς το δικό μας Κόμικς ή εναλλακτικά τους λέμε να μπουν μέσω του Η/Υ τους και να παρακολουθήσουν μια εξαιρετική εργασία του 1ου ΕΠΑΛ ΑΝΩ ΛΙΟΣΙΩΝ για το ΣΧ. ΕΤΟΣ 2015-16<http://1epal-an-liosion.att.sch.gr/wp-content/uploads/2016/05/COMICS.pdf>



Στην παρουσίαση αυτή μπορούν να παρακολουθήσουν και να μάθουν για τα «Κόμικς», (τι είναι, πώς δημιουργούνται)κι έπειτα λέμε στους μαθητές ότι θα δημιουργήσουμε κι εμείς τα δικά μας Κόμικς

Το κόμικ που επιλέχθηκε για να ερμηνευτεί, είναι μια εξαιρετικής ποιότητας εργασία που έκαναν μαθητές και μαθήτριες του 2ου Γυμνασίου Σταυρούπολης κατά το σχολικό έτος 2003-2004, στο πλαίσιο εκπαιδευτικού προγράμματος που υλοποιούσε το σχολείο τους με αντικαπνιστικό θέμα. Τα παιδιά έγραψαν νέες λεζάντες τροποποιώντας εντελώς τις ήδη υπάρχουσες σε ένα κόμικ με πρωταγωνιστή τον ΛούκυΛουκ. Το θέμα «Ο ΛούκυΛουκ στο χωριό των άκαπνων».²

Αρχίζουμε με συλλογική ανάγνωση των κόμικς στην τάξη. Μεθοδική και προσεκτική ανάλυση κάθε ξεχωριστής εικόνας, κι αφού ικανοποιήθηκε η

²Πρόγραμμα Εκπαιδευτικής παρέμβασης για την παραγωγή εκπαιδευτικοί -ενημερωτικού υλικού με θέμα την ευαισθητοποίηση μαθητών, γονέων και ευρύτερης κοινωνίας για τις συνέπειες του καπνίσματος, 2003-2004, 2οΓυμνάσιο Σταυρούπολης.

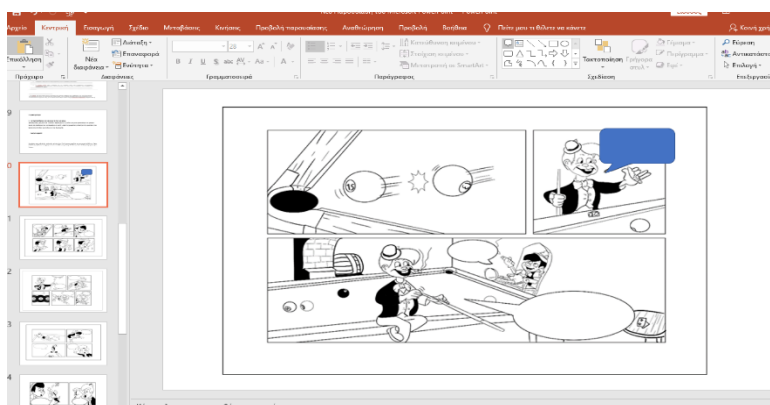
αφηγηματική περιέργεια με την πρώτη ανάγνωση, ακολουθεί ομαδική συζήτηση και λεπτομερής επεξεργασία των χαρακτηριστικών που θέλουμε να προσεχθούν, όπως είναι οι συμβάσεις της εικονογραφήγησης ή τα στερεότυπα που προβάλλονται. Οι ομάδες των παιδιών μελετούν και σχολιάζουν τους χαρακτήρες όπως φαίνονται μέσα από τη δράση τους και τον τρόπο που αναπαρίστανται. Στη συνέχεια εξηγούμε τις τεχνικές και τους κώδικες των κόμικς όπως: λειτουργία του τετραγώνου, γραμμική αφήγηση, κατανόηση απόδοσης του λόγου (ομιλία=μπαλονάκια, σκέψη=συννεφάκια), γραφιστικές και εικονιστικές συμβάσεις για την απόδοση έντασης φωνής και γενικά συναισθηματικών καταστάσεων, συμβάσεις για την απόδοση ήχων, δυνατότητα της εικόνας να αφηγηθεί μια ιστορία, ακόμη και χωρίς τη βοήθεια του λόγου. Τα παιδιά αξιολογούν εάν ανταποκρίθηκε στο στόχο του να παρουσιάσει με σαφήνεια το περιεχόμενο και το θέμα του σε κάποιον εξωτερικό παρατηρητή, εάν οι διάλογοι των συνομιλούντων προσώπων ήταν σαφείς και άλλα παρόμοια ζητήματα. Τα παραπάνω βήματα για την ερμηνεία ενός κόμικ πραγματοποιήθηκαν αφού ξεκίνησε συζήτηση για γνωστές ασθένειες του αναπνευστικού συστήματος (π.χ. άσθμα) ή για τις συνέπειες του καπνίσματος.

Εναλλακτικά τους στέλνουμε το φύλλο εργασίας που έχουμε φτιάξει και αποθηκεύσει εμείς για να δουλέψουν σε αυτό τα παιδιά.

Στη συνέχεια θα γράψουμε το δικό μας κόμικς. Δίνεται στους μαθητές ένα απόσπασμα από το εικονογραφημένο βιβλίο της Disney CINEMA, «Οι Θαυμαστές περιπέτειες του Πινόκιο», που πραγματεύεται την απόπειρα του Πινόκιο να καπνίσει το πρώτο του τσιγάρο για να γίνει αποδεκτός στα μάτια του φίλου του.

Οι μαθητές παρατηρούν τις εικόνες και μέσα από συζήτηση στην ομάδα τους δημιουργούν μια δική τους ιστορία, αποτυπώνοντας πρώτα σε κείμενο του Word τα βασικά στοιχεία της δομής: Χρόνος, Χώρος, Πρόσωπα, Αρχική κατάσταση, Περιπέτεια-Πρόβλημα (στέρηση ή επιθυμία ήρωα), Δράση: Δοκιμασία ήρωα/ ρόλοι άλλων προσώπων, Αποτέλεσμα δράσης/ Λύση προβλήματος και περνώντας έπειτα στη συγγραφή των διαλόγων. Σκοπός μας είναι οι ομάδες να συσχετίσουν τα αναπαριστώμενα περιστατικά με προσωπικές εμπειρίες συνδέοντας ή αντιστοιχώντας τα έτσι με τα προσωπικά τους βιώματα/συναίσθηματα. Παράλληλα να εντοπίσουν εκφραστικά στοιχεία και αναπαραστατικές συμβάσεις που χρησιμοποιούνται στα κόμικς.

Οι μαθητές δοκιμάζουν να εναλλάσσουν τις εικόνες. Επιλέγοντας ένα συννεφάκι με ένα κλικ, μπορούμε να γράψουμε μέσα του άλλα και να αλλάξουμε χρώμα στο συννεφάκι με τις επιλογές πάνω, όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα. Οι μαθητές δοκιμάζουν να γράψουν μέσα σε ένα συννεφάκι και να του αλλάξουν χρώμα. Σε όλα αυτά εμείς παίζουμε καθοδηγητικό ρόλο.



Αφού ολοκληρώσουν τα Κόμικς τους, καλούνται να δώσουν ένα διαφορετικό τέλος στην ιστορία και διορθώνουν και αξιολογούν την εργασία

τους. Τέλος παρουσιάζουμε στην τάξη τις εργασίες μας με τη βοήθεια του βιντεοπροβολέα.


Φύλλα εργασίας

Κεφάλαιο Δ' ημερομηνία:

«Κινοούμενες εικόνες με χρήση καρτών, δίνουν μαθήματα αγάπης σ' όλα τα παιδιά»

Όνομα ομάδας: _____ **Ημερομηνία:** _____


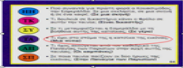
Μπορείτε να παρατηρήσεις προσεκτικά τις εικόνες;



Στις πορτοκάλι εικόνες βλέπεις κάποιους να καπνίζουν:
 Γιατί κατά τη γρήγορή σου ο εικονογράφος επέλεξε να δείξει αυτή τη συνήθεια των μεγάλων σε ένα κόμικ που απευθύνεται σε παιδιά;

Θα μπορούσε η σκηνή να ήταν η ίδια χωρίς τα άτομα αυτά να καπνίζουν; (Διακοπώθηκε την γρήγορή σου)

Το γνωστό παιχνίδι.....



- Ποια μηνύματα περνάει;

.....

.....

Άλλες φορές καπνίζουν οι κακοί και άλλες φορές οι καλοί. Γιατί νομίζεις ότι οι εικονογράφοι επέλεξαν να ζωγραφίσουν τέτοιες σκηνές και μετέπειτα σε παιδικά βιβλία;

- Απεικονίζουν την πραγματικότητα, ή
- Εξυμνεύουν άλλα συμφέροντα; (Διακοπώθηκε την άποψή σου)





- Αν ήσουν εσύ εικονογράφος θα άλλους κάρτι; Τι σκεφτό;

.....

.....

54 ΕΡΩΤΗΣΙΑ ΚΟΜΙΚ



- Ερμηνεία του **κόμικ**, του **Λούκι Δουκ**:
- Ποια έγραψε αυτούς τους διαλόγους στο κόμικ, του **Λούκι Δουκ**:

.....

.....

- Για ποιο λόγο το έκανε: Ποια και πώς αφορούνται απ' αυτή τη μερφή του ανακλαστικού μηνύματος;

.....

.....

- Είναι παιδικό οι διάλογοι, Πάχυν το στόμα τους;
- Πίσει οι αναμάλιστοι; Υπάρχουν κι άλλος που δε φαίνονται;
- Τεμπάζουν οι εκόνες με τα καζιματα;
- Υπάρχουν σημεία που θα μπορούσε να τα γράφει καλύτερα;

.....

- Ο **Λούκι Δουκ** λέει: «Νόμιζε ότι το τσιγάρο ήταν μια ευχάριστη συντροφιά. Σαν παλιό στην πρόταση προπεσανάνας την έτσι ώστε να δείχνει πως γράφεις σε ασήπια στα τσιγάρα».

.....

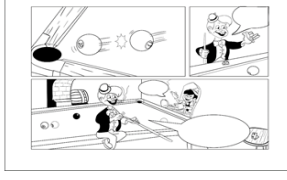
.....

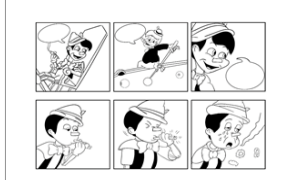
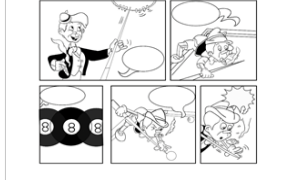
Αρσιστηριότητα:




2. Ας προσοφθέρουμε να γρήγορα το δικό μας κόμικ!

Προτείνουμε: μας θα είναι ο **Πούλιος**. Παραστήστε τις εκόνες και μετά προσπαθήστε να γράψετε δικούς σας διαλόγους που να ταυρίζουν σε αυτές. Αφού τις χροματίσετε απόφαση στις ερωτήσεις που βρίσκονται στο τέλος για να δείξ αν είναι όλα σωστά...

Καλή επιτυχία!!!



Μπορείτε να δώσετε ένα δικό σας τέλος στην ιστορία;

.....

.....

.....

Προσπαθήστε να γενιοαθώβεις αυτό που έγραψες σποντώντας στις παρακάτω ερωτήσεις:

1. Τι συννόφους με τα λόγια των ηρώων ταυράζω με τα σκίπια μου;
2. Τι σκίπια είναι τέτοια, ώστε κάποιος να αντηνρβίξει τους ήρωες σε όλα τα περιστασιακά (με βάση τα μαλλιά τους, τα ρούχα τους, κ.ά.);
3. Μπορεί κάποιος να καταλάβει από και ποιος συμβαίνωσιν αυτό που διαγίνεται η ιστορία;
4. Άσπρα την έκτασή ή το διάγωμ-συμφύραμα για το τέλος;
5. Χρησιμοποίησε επαραφήματα και διάφορους ήρωες για να δείξω τα συναισθήματα των ηρώων;

