

## **Κοινωνικές Γλωσσικές Ποικιλίες. Μια Επικοινωνιακή Προσέγγιση της Γλώσσας με την Αξιοποίηση των Τ.Π.Ε.**

**Στεργιανή Ζανέκα**  
**Δρ. Φιλολογίας**  
**Συντονίστρια Ε.Ε. Φιλολόγων ΠΕ.Κ.Ε.Σ Κρήτης**

### **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

*Η εισήγηση αφορά στο σχεδιασμό και τα αποτελέσματα ενός εφαρμοσμένου σεναρίου Νεοελληνικής Γλώσσας σε δύο τμήματα της Α΄ Λυκείου. Οι μαθητές με ομαδοσυνεργατική διδασκαλία και αξιοποίηση των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας καλούνται -πρώτον- να κατανοήσουν την ύπαρξη της κοινωνικής γλωσσικής ποικιλότητας και τις κοινωνικές περιστάσεις που εξυπηρετεί. Δεύτερον, να ανακαλύψουν τα αίτια που ωθούν τους νέους να χρησιμοποιούν διαφορετικό γλωσσικό κώδικα από εκείνο των μεγαλύτερων. Τρίτον, να διερευνήσουν την ιδιαίτερη χρήση της γλώσσας της διαφήμισης και τη διαφοροποίησή της από την κοινή γλώσσα, γραπτή και προφορική. Τρίτον, να διερευνήσουν τη χρήση των greeklish ιδιαίτερα από τις νεανικές πληθυσμιακές ομάδες και να εξετάσουν τους λόγους επιλογής τους. Τέλος, οι μαθητές καλούνται να εξοικειωθούν με την παραγωγή πολυτροπικού λόγου με βάση τα εργαλεία που παρέχουν οι ΤΠΕ.*

**ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ:** γλώσσα των νέων, γλώσσα της διαφήμισης, greeklish

### **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η εισήγηση αφορά στο σχεδιασμό και τα αποτελέσματα ενός εφαρμοσμένου σεναρίου Γλώσσας 6 διδακτικών ωρών σε δύο τμήματα της Α΄ Λυκείου με θέμα «Κοινωνικές γλωσσικές ποικιλίες. Μια επικοινωνιακή προσέγγιση της γλώσσας με την αξιοποίηση των Τ.Π.Ε.». Το σενάριο εντάσσεται στο σύγχρονο θεωρητικό πλαίσιο της επικοινωνιακής προσέγγισης της γλώσσας αντί της παλαιότερης κειμενοκεντρικής - δομικής και προτείνει μια διδασκαλία της γλώσσας που κινείται στο πεδίο του γλωσσικού, κριτικού, ψηφιακού, λειτουργικού και αναγνωριστικού γραμματισμού. Το ζητούμενο πλέον της γλωσσικής κατάρτισης του μαθητή με σύγχρονους γλωσσολογικούς όρους και για τις σύγχρονες ανάγκες μπορεί να διευκολυνθεί από την χρήση και την αξιοποίηση των ΤΠΕ στη διδακτική πράξη.

Η διδακτική πρόταση είναι συμβατή με το αναλυτικό πρόγραμμα σπουδών (ΑΠΣ, ΔΕΠΠΣ) του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου καθώς ανταποκρίνεται στην επιδίωξή του να κεντρίσει το ενδιαφέρον των μαθητών για τη γλώσσα και να ενισχύσει την κριτική τους ικανότητα με την εστίαση στη διδασκαλία κειμενικών ειδών που προσεγγίζονται με κριτική οπτική και στο πλαίσιο των πολυγραμματισμών. Η διδασκαλία της ενότητας είναι συμβατή με τους στόχους των νέων προγραμμάτων σπουδών του Νέου Λυκείου, διότι βασίζεται στην ομαδοσυνεργατική μάθηση και στη χρήση ΤΠΕ, κάνει το μαθητή συμπαραγωγό της γνώσης με τη συμπλήρωση και παρουσίαση των φύλλων εργασίας, τη δημιουργία ψηφιακών προϊόντων και δίνει ρόλους στους μαθητές. Αξιοποιούνται διάφορες τεχνικές διδασκαλίας, όπως ο καταγιγισμός ιδεών, ηλεκτρονικά λεξικά και σώματα κειμένων, στοχευμένη περιήγηση στο διαδίκτυο, μελέτη της γλώσσας σε αυθεντικά επικοινωνιακά πλαίσια με την ταυτόχρονη αξιοποίηση εικόνας, ήχου και κειμένου και ποικίλα κειμενικά είδη όπως η διαφήμιση.

Στόχος της εισήγησης αποτελεί η διδακτική προσέγγιση των κοινωνικών γλωσσικών ποικιλιών με όρους κειμενικούς, επικοινωνιακούς και ψηφιακούς για το μάθημα της νεοελληνικής γλώσσας της Α΄ Λυκείου. Το πρώτο τμήμα της εισήγησης εστιάζεται στην παρουσίαση και το σχολιασμό των επιδιωκόμενων γραμματισμών, των διδακτικών στόχων, μεθόδων και τεχνικών. Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζεται μια πρόταση διδακτικής προσέγγισης με την αξιοποίηση ηλεκτρονικών πηγών κατά τη διδασκαλία της ενότητας του σχολικού βιβλίου «Κοινωνικές γλωσσικές ποικιλίες», οι οποίες μπορούν να ενταχθούν στο σχεδιασμό σεναρίων ή φύλλων εργασίας. Στο τρίτο μέρος παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εφαρμογής ενός τέτοιου σεναρίου στη διδακτική πράξη.

## **ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ, ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΓΛΩΣΣΟΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ**

Στο προτεινόμενο σενάριο επιχειρείται ο συγκερασμός κειμενοκεντρικών και επικοινωνιακών θεωρήσεων της γλώσσας. Οι σύγχρονες επικοινωνιακές αντιλήψεις ενσωματώνουν στις προτάσεις τους τη διάσταση της κειμενικότητας. Σε γενικές γραμμές, άλλωστε, κοινή είναι η τάση στη σύγχρονη κειμενογλωσσολογική έρευνα να εντάσσει την παραγωγή και επεξεργασία της γλώσσας στο κειμενικό επίπεδο μέσα σε ευρύτερες επικοινωνιακές δραστηριότητες (βλ. και Core & Kalantzis 1993). Μέσα από τη συμμετοχή των μαθητών/τριών σε διάφορα επικοινωνιακά γεγονότα όπου καλούνται να πραγματώσουν ποικίλους ρόλους και να επεξεργαστούν με κριτικό τρόπο κείμενα (όπως άρθρα από εφημερίδες ή το διαδίκτυο, διαφημίσεις, κλπ.) επιτυγχάνεται όχι μόνο η διεύρυνση της γλωσσικής και επικοινωνιακής τους ικανότητας αλλά καθίσταται δυνατή και η επιζητούμενη αλληλεπίδραση του σχολείου με τον ευρύτερο κοινωνικό χώρο. Η διδασκαλία με άξονα τα κειμενικά είδη, στις πιο πρόσφατες εκδοχές της, αναγνωρίζει έναν πιο ενεργό ρόλο σε δασκάλους και μαθητές -λογική που πλησιάζει τις επικοινωνιακές αντιλήψεις, αν και αρχικά αντίπαλες θεωρήσεις. Εν τέλει, η διάδοση των ΤΠΕ δημιουργεί συνεχώς νέες μορφές κειμενικότητας που ξεφεύγουν από τις παραδοσιακές.

Σύμφωνα με τους Johnson και Johnson (1998), η επικοινωνιακή γλωσσική διδασκαλία χαρακτηρίζεται από πέντε βασικά χαρακτηριστικά: την καταλληλότητα, την εστίαση στο μήνυμα, την ψυχογλωσσική επεξεργασία, την διακινδύνευση και την ελεύθερη εξάσκηση.

Η χρήση της γλώσσας πρέπει να είναι κατάλληλη για την επικοινωνιακή κατάσταση, τους στόχους των ομιλητών και το στόχο της επικοινωνίας (χαρακτηριστικές ασκήσεις της επικοινωνιακής προσέγγισης, όπως προσομοιώσεις καταστάσεων και παιχνίδια ρόλων, στηρίζονται σ' αυτές τις θεωρητικές θέσεις).

Η εστίαση στο μήνυμα επιβάλλει να μην αντιμετωπίζεται η γλώσσα ως μεμονωμένες γραμματικές δομές, αλλά ως κώδικας επικοινωνίας και φορέας μηνυμάτων (σημασίας) (χαρακτηριστικές ασκήσεις: μεταφορά πληροφοριών και ασκήσεις πληροφοριακού κενού)

Σύμφωνα με τις ψυχογλωσσολογικές θεωρίες κατάκτησης της γλώσσας, ο μαθητής, καθώς προσπαθεί να κατανοήσει τον γραπτό ή προφορικό λόγο, δίνει προσοχή (εστιάζει) μόνο σε κάποια από τα γλωσσικά στοιχεία και κυρίως σ' αυτά που τον βοηθούν να επιτύχει τον επικοινωνιακό του στόχο.

Στο πλαίσιο της επικοινωνιακής γλωσσικής διδασκαλίας, τα λάθη των μαθητών είναι απόλυτα αποδεκτά, αφού η εκμάθηση της γλώσσας είναι αποτέλεσμα δοκιμασιών και λαθών (διακινδύνευση). Οι μαθητές μαθαίνουν από τα λάθη τους και ενθαρρύνονται να χρησιμοποιούν τεχνικές (στρατηγικές, όπως λέγονται) προκειμένου να μεταφέρουν το μήνυμά τους, ακόμα κι όταν δεν γνωρίζουν τις κατάλληλες γλωσσικές δομές και κάνουν λάθη. Μ' αυτό τον τρόπο όμως προωθείται η γλωσσική κατάκτηση.

Οι ασκήσεις της επικοινωνιακής μεθοδολογίας προωθούν την ταυτόχρονη εξάσκηση διαφόρων δεξιοτήτων και το συνδυασμό τους και όχι την εξάσκηση μιας δεξιότητας κάθε φορά. Μόνο μ' αυτόν τον τρόπο μπορεί ο μαθητής να αποκτήσει γλωσσική ευχέρεια.

### **ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

Η κοινωνικοπολιτισμική διάσταση της γλώσσας αναδεικνύεται μέσα από τη μελέτη της γλώσσας σε αυθεντικά επικοινωνιακά πλαίσια όπου το πολυτροπικό κείμενο δεν αντιμετωπίζεται μόνο φορέας μηνύματος αλλά και ιδεολογίας. Στην περίπτωση του κριτικού γραμματισμού, η γραμματική, οι γνώσεις ευρύτερα για τη γλώσσα, αξιοποιούνται ως εργαλεία για την αποκάλυψη και συζήτηση της βαθύτερης ιδεολογίας που διαπερνά τον κειμενικό μας, και κατά προέκταση, και τον κοινωνικό μας περίγυρο. Τα κείμενα δεν θεωρούνται ουδέτερα, αλλά μέρος της σύνθετης ιεραρχικά και ιδεολογικά δομημένης πραγματικότητας. Η διδασκαλία της γλώσσας εξάλλου αποτελεί μια διαδικασία διαμόρφωσης εγγράμματων ταυτοτήτων.

Η μελέτη των κειμενικών ειδών και των ιδιαίτερων δομικών, οργανωτικών και λεξικογραμματικών τους χαρακτηριστικών συμβάλλει στην απόκτηση των απαραίτητων σημειωτικών πόρων για την επιτυχία των μαθητών εντός και εκτός σχολείου. Εξετάζεται η γλώσσα της διαφήμισης και οι ιδιαίτερες και ποικίλες κειμενικές μορφές που παράγει· έτσι δίνεται έμφαση στην πολυτροπικότητα και στην ποικιλία των τρόπων σημείωσης – εκτός από τον λόγο - ως στοιχεία ενισχυτικά της πειθούς. Η γλώσσα των νέων και η γλώσσα της διαφήμισης αντιμετωπίζονται όχι μόνο ως φορείς μηνυμάτων και ως προϊόν μιας σύνθετης κοινωνικής και οικονομικής πραγματικότητας, αλλά και ως μέσο επίτευξης συγκεκριμένων στόχων, κατ' επέκταση ως μέσο δημιουργίας μιας νέας πραγματικότητας.

Τα κείμενα είναι έτσι δομημένα, ώστε να ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες κοινωνικές περιστάσεις και στον ρόλο που έχει ο διάυλος επικοινωνίας, σε συνάρτηση με την ιδιαιτερότητα των κοινωνικών πρακτικών στο είδος του λόγου που παράγεται. Τα νέα μέσα επικοινωνίας (τηλεόραση, Νέες Τεχνολογίες) αποτελούν εγγενές στοιχείο της σύγχρονης κοινωνικής πραγματικότητας και κάτω από αυτό το πρίσμα πρέπει να κατανοούνται οι κειμενικές πρακτικές που αναπτύσσονται σε αυτά σε μια προσπάθεια ολιστικής προσέγγισης της γλώσσας.

### **ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΓΛΩΣΣΑ, ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΙ**

- Να κατανοήσουν την ύπαρξη της κοινωνικής γλωσσικής ποικιλότητας και τις κοινωνικές περιστάσεις που εξυπηρετεί
- Να ανακαλύψουν τα αίτια που ωθούν τους νέους να χρησιμοποιούν διαφορετικό γλωσσικό κώδικα από εκείνο των μεγαλύτερων
- Να διερευνήσουν οι μαθητές την ιδιαίτερη χρήση της γλώσσας της διαφήμισης και τη διαφοροποίησή της από την κοινή γλώσσα, γραπτή και προφορική
- Να διερευνήσουν τη χρήση των greeklish ιδιαίτερα από τις νεανικές πληθυσμιακές ομάδες και να εξετάσουν τους λόγους επιλογής τους
- Να μάθουν οι μαθητές τη χρήση διάφορων κοινωνικών γλωσσικών ποικιλιών σχετικών με την «πειθώ» σε διάφορες επικοινωνιακές περιστάσεις
- Να εξηγήσουν τους λόγους που οδηγούν στη γλωσσική διαφοροποίηση και τη γλωσσική μεταβολή
- Να εξηγήσουν πώς και γιατί αξιοποιείται η γλωσσική ποικιλότητα στον διαφημιστικό λόγο
- Να διερευνήσουν τη χρήση των greeklish ιδιαίτερα από τις νεανικές πληθυσμιακές ομάδες και να εξετάσουν τους λόγους επιλογής τους

- Να εκφράζονται κριτικά ως προς την καταλληλότητα ενός κειμένου σε σχέση με την κατάσταση της επικοινωνίας
- Να εντοπίσουν κοινωνικές συνδηλώσεις σε ένα κείμενο, και ειδικότερα σε ένα διαφημιστικό μήνυμα
- Να αναγνωρίσουν ότι η γλώσσα δεν μεταφέρει απλώς ένα μήνυμα, αλλά εγγράφονται σε αυτό οπτικές του κόσμου
- Να αξιοποιήσουν τις γνώσεις για τη γλώσσα προκειμένου να «ξεκλειδώνουν» τα νοήματα, αλλά και τις παραπάνω οπτικές
- Να εξοικειωθούν οι μαθητές με την παραγωγή ενός νέου κειμενικού είδους σε συγκεκριμένες επικοινωνιακές περιστάσεις και στο πλαίσιο του τεχνολογικού γραμματισμού των πολυγραμματισμών (αρχείο παρουσίασης με διάφορους σημειωτικούς πόρους (πολυτροπικός λόγος): κείμενο, ήχος, εικόνα)
- Να γνωρίσουν τα διαφημιστικά τεχνάσματα και να κατανοήσουν πως δημιουργούνται τα στερεότυπα
- Να αξιοποιούν τη λεξικογραμματική για ανάγνωση της σύνθετης επικοινωνιακής πραγματικότητας
- Να αναπτύξουν τις δεξιότητες της περιγραφής ενός πολυτροπικού διαφημιστικού μηνύματος και της παρουσίασης των αποτελεσμάτων της έρευνά τους
- Να μάθουν να αναζητούν, να χρησιμοποιούν και να αξιολογούν πληροφορίες από το διαδίκτυο
- Να μάθουν να κατηγοριοποιούν δεδομένα και στοιχεία σε πίνακα στον επεξεργαστή κειμένου
- Να μάθουν να επεξεργάζονται στατιστικά στοιχεία σε υπολογιστικά φύλλα
- Να καλλιεργήσουν τον ψηφιακό, λειτουργικό και αναγνωριστικό γραμματισμό
- Να μάθουν να αυτοαξιολογούνται και να ετεροαξιολογούνται

#### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ**

- Ομαδοσυνεργατική μέθοδος
- Διερευνητική και ανακαλυπτική μάθηση, αυτενέργεια μαθητή
- Κριτική προσέγγιση της γλώσσας

#### **ΡΟΛΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ**

- προγραμματίζει, οργανώνει, καθοδηγεί, συντονίζει και διευκολύνει

#### **ΦΑΣΕΙΣ ΣΕΝΑΡΙΟΥ**

##### **Α΄ΦΑΣΗ**

Χωρισμός σε ομάδες, διερεύνηση των θεμάτων από τους μαθητές της κάθε ομάδας (και υποομάδας) και καταγραφή τους σε λογισμικό παρουσίασης (3 διδακτικές ώρες)

##### **Β΄ΦΑΣΗ**

Παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας από τους μαθητές της κάθε ομάδας, σχολιασμός και αξιολόγησή τους από τις άλλες ομάδες (3 διδακτικές ώρες)

#### **ΘΕΜΑΤΑ**

Η πρώτη ομάδα θα μελετήσει τα επικοινωνιακά χαρακτηριστικά της **γλώσσας των νέων** και τα αίτια που ωθούν τους νέους στην αξιοποίηση ενός ιδιαίτερου γλωσσικού κώδικα (κοινωνιολογικά, ψυχολογικά, επικοινωνιακά) από ηλεκτρονικά κείμενα, σώματα κειμένων, λεξικά, σκίτσα και νεανικές ιστοσελίδες ή ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης των νέων.

Η δεύτερη ομάδα θα μελετήσει τους τρόπους δημιουργίας και ανανέωσης του νεανικού λεξιλογίου (αλλαγή σημασίας, δανεισμός, επιλογές προτύπων σχηματισμού λέξεων,

τροποποίηση λέξεων χωρίς αλλαγή της βασικής τους σημασίας) και τις στάσεις και συμπεριφορές που συνδέονται με τη **γλώσσα των νέων** από ηλεκτρονικά κείμενα και σκίτσα.

Η τρίτη ομάδα θα μελετήσει τη **γλώσσα της διαφήμισης** μέσα από εικόνες με διαφημιστικά μηνύματα, γκράφιτι με κείμενο και διαφημιστικά βίντεο που θα αλιεύσουν στο διαδίκτυο. Επιπλέον θα σχολιάσει την ταυτότητα του κάθε κειμένου, τα μέσα που αξιοποιούν τα κείμενα για να μεταδώσουν το μήνυμά τους (ήχος, εικόνα, μουσική επένδυση) και τις αξίες και στάσεις ζωής που προβάλλονται μέσω αυτών των επιλογών. Επιπλέον οι μαθητές αφού κατανοήσουν τη λειτουργία του διαφημιστικού λόγου, καλούνται να διατυπώσουν τις αντιρρήσεις σας σε ένα γράμμα διαμαρτυρίας (σε Word) προς μια εταιρεία για προβολή αρνητικών προτύπων και για παραπλάνηση του καταναλωτικού κοινού. Τέλος πρέπει να δημιουργήσουν μια διαφήμιση (σκίτσο, φωτογραφία, βίντεο) σύμφωνα με τους κανόνες της δεοντολογίας.

Η τέταρτη ομάδα θα μελετήσει τα **Greeklish**. Έπειτα οι μαθητές καλούνται να δημιουργήσουν στο Microsoft Excell γραφήματα (σε μορφή πίτας ή στηλών) με τρισδιάστατη απεικόνιση που να περιέχουν τα ποσοστά των ερωτηθέντων χρηστών email για την αισθητική των Greeklish και τη δυσκολία τους με στατιστικά στοιχεία που θα αποκομίσουν μέσα από ένα ηλεκτρονικό άρθρο. Τέλος πρέπει να συλλέξουν και να παρουσιάσουν στην ολομέλεια διαφημίσεις (σκίτσο, φωτογραφίες, βίντεο) που χρησιμοποιούν Greeklish ή ξένο λεξιλόγιο αυτούσιο ή εξελληνισμένο.

Η οδηγία που δίνεται σε όλες τις ομάδες για το τελικό προϊόν έχει ως εξής: Τα αποτελέσματα της ομαδικής σας διερεύνησης θα τα αποτυπώσετε σε μία **παρουσίαση power point**, προκειμένου να τα ανακοινώσετε στην τάξη σας. Η παρουσίαση αυτή είναι ανάγκη να εμπλουτιστεί με εικόνες, φωτογραφίες, μουσικά βίντεο και συνδέσμους από το διαδίκτυο ενισχύοντας έτσι την αποτελεσματικότητα της παρουσίασής σας.

## ΦΥΛΛΑ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

### 1<sup>ο</sup> ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (για μια ομάδα μαθητών): Η γλώσσα των νέων

1. Να επισκεφθείτε την ηλεκτρονική διεύθυνση [Πύλη για την Ελληνική Γλώσσα](#) και να διαβάσετε από το άρθρο του Γιάννη Ανδρουτσόπουλου «**Η γλώσσα των νέων**» το κείμενο με τίτλο «**Κοινωνικά χαρακτηριστικά**». Στη συνέχεια να εισάγετε στο έγγραφο word του φύλλου σας έναν πίνακα και να κατηγοριοποιήσετε τα αίτια που ωθούν τους νέους στην αξιοποίηση ενός ιδιαίτερου γλωσσικού κώδικα. **Τα αίτια του γλωσσικού κώδικα των νέων: κοινωνιολογικά, ψυχολογικά, επικοινωνιακά**

2. Να αναζητήσετε το νεανικό λεξιλόγιο του παραπάνω άρθρου στο [Λεξικό Τριανταφυλλίδη](#) και στα [σώματα κειμένων της εφημερίδας "TA NEA"](#) της Πύλης για την ελληνική γλώσσα, στη συνέχεια στο ηλεκτρονικό λεξικό της αργκό γλώσσας <http://www.slang.gr/> και να προβληματιστείτε για τα αποτελέσματα (π.χ. γιατί δεν συναντώνται κάποιες λέξεις στα λεξικά της κοινής ελληνικής; Σε ποια λεξικά συναντώνται;)

3. Επισκεφθείτε την ηλεκτρονική διεύθυνση: <http://www.arkas.gr/index.php/gr/3/old/old303.htm> και καταγράψτε στο φύλλο σας το σχολιασμό σας για τους ήρωες που συνδιαλέγονται, τη σχέση τους, το σκοπό της επικοινωνίας τους, τον τύπο της επικοινωνιακής έκφρασης και τους κοινωνικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη γλωσσική εκφορά.

4. Να δημιουργήσετε ένα κείμενο σε **Πρόγραμμα Παρουσίασης power point** με τις επισημάνσεις και τα ευρήματά σας για τη **γλώσσα των νέων**, το οποίο να εμπλουτίσετε με πληροφορίες, εικόνες και συνδέσμους (links) από το διαδίκτυο (π.χ. facebook, νεανική ιστοσελίδα <http://www.theschooligans.gr/site/>) για την υποστήριξη των συμπερασμάτων σας.

## 2<sup>ο</sup> ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (για μια ομάδα μαθητών): Η γλώσσα των νέων

1. Να επισκεφθείτε την ηλεκτρονική διεύθυνση:

[Πύλη για την Ελληνική Γλώσσα](#) και να διαβάσετε από το άρθρο του Γ. Ανδριτσόπουλου «**Η γλώσσα των νέων**» το κείμενο με τίτλο «**Χαρακτηριστικά της γλώσσας των νέων**». Εντοπίστε τους τρόπους δημιουργίας και ανανέωσης του νεανικού λεξιλογίου. Στη συνέχεια να εισάγετε στο έγγραφο word του φύλλου σας έναν πίνακα στον οποίο θα περιλαμβάνονται οι τέσσερις βασικοί τρόποι δημιουργίας του νεανικού λεξιλογίου και θα δίνονται **δικά σας παραδείγματα** για καθένα τους. **Τρόποι δημιουργίας και ανανέωσης του νεανικού λεξιλογίου: αλλαγή σημασίας, δανεισμός, επιλογές προτύπων σχηματισμού λέξεων, τροποποίηση λέξεων χωρίς αλλαγή της βασικής τους σημασίας**

2. Να επισκεφτείτε την ηλεκτρονική διεύθυνση: [Στάσεις απέναντι στη γλώσσα των νέων](#). Αφού μελετήσετε το σκίτσο από την «Καθημερινή» να προβληματιστείτε πάνω στα παρακάτω ερωτήματα και να γράψετε σύντομες απαντήσεις στο φύλλο σας.

- Μπορείτε να καταλάβετε τι λέει ο νεαρός στο παραπάνω σκίτσο;
- Ποιον δείχνει και γιατί;
- Τι δεν καταλαβαίνει ο μικρός που τον συνοδεύει και τι πιστεύετε ότι θέλει να δηλώσει ο σκιτσογράφος με αυτήν την απορία;
- Πώς αντιδρά ο ενήλικας;
- Γιατί κατά τη γνώμη σας ο σκιτσογράφος τον αφήνει χωρίς συννεφάκι λόγου ή σκέψης;
- Παρατηρήστε πώς είναι ντυμένα τα παιδιά και πώς ο ενήλικας. Τι μπορεί να σημαίνει αυτή η επιλογή του καλλιτέχνη;
- Τι κάνουν τα παιδιά και τι ο ενήλικας;
- Τι νομίζετε ότι συμβολίζει η τοποθέτησή τους στο κάδρο;
- Ποια μηνύματα επιχειρεί να μεταδώσει ο σκιτσογράφος με τις επιλογές του;
- Ποιες στάσεις απέναντι στη γλώσσα των νέων καταγράφει;
- Τι άλλο έχετε να παρατηρήσετε;

3. Να δημιουργήσετε ένα κείμενο σε **Πρόγραμμα Παρουσίασης power point** με τις επισημάνσεις και τα ευρήματά σας για τη **γλώσσα των νέων**, το οποίο να εμπλουτίσετε με πληροφορίες, εικόνες και συνδέσμους (links) από το διαδίκτυο (π.χ. facebook, νεανική ιστοσελίδα <http://www.theschooligans.gr/site/>) για την υποστήριξη των συμπερασμάτων σας.

## 3<sup>ο</sup> ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (για μια ή δυο ομάδες μαθητών): Η γλώσσα της διαφήμισης

1. Αναζητήστε στο διαδίκτυο:

**α) εικόνες με διαφημιστικά μηνύματα (2) και γκράφιτι με κείμενο (2)** και αντιγράψτε τις στο έγγραφο word του φύλλου σας. Έπειτα προσθέστε το σχολιασμό σας για να αποδώσετε την ταυτότητα του κάθε κειμένου: **Πομπός, Δέκτης, Μέσο, Μήνυμα,**

Σκοπός, Γλωσσική έκφραση, Ύφος.

b) διαφημιστικά βίντεο από το youtube [γάλα - γιαούρτι "Αγνό"](#) , [κουλουράκια "Αλλατίνη"](#) , [vodafone](#) , [WIND F2G](#) , [Βούτυρο Χωριό](#)

2. Προσέξτε το υλικό των εικόνων και των μηνυμάτων τους (a+b). Έπειτα στο φύλλο σας να απαντήσετε στις εξής ερωτήσεις:

a) Ποια μέσα αξιοποιούν τα κείμενα για να μεταδώσουν το μήνυμά τους (ήχος, εικόνα, μουσική επένδυση); Πώς συνδυάζεται η κοινωνική γλωσσική ποικιλία με άλλα συμβολικά στοιχεία (ντύσιμο, σημειολογία σώματος, περιβάλλον, λήψη, πλάνα και γενικά γραμματική της εικόνας) στη δημιουργία ταυτοτήτων στα συγκεκριμένα διαφημιστικά;

b) Διαφοροποιείται η χρήση της γλώσσας και ποια είναι τα χαρακτηριστικά της;

3. Στα διαφημιστικά όπου πρωταγωνιστούν ώριμοι ή ηλικιωμένοι και παιδιά ή νέοι, τι προτείνεται ως το ιδανικό κάθε φορά «μέσο» για να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ τους; (προτείνεται πάντα κάποιο υλικό προϊόν). Να απαντήσετε στο φύλλο σας στο ερώτημα: Ποιες αξίες και στάσεις προβάλλονται μέσω αυτών των επιλογών;

4. Να δημιουργήσετε ένα κείμενο σε **Πρόγραμμα Παρουσίασης power point** με τις επισημάνσεις και τα ευρήματά σας για **τη γλώσσα της διαφήμισης**, το οποίο να εμπλουτίσετε με εικόνες, βίντεο και συνδέσμους (links) από το διαδίκτυο για την υποστήριξη των συμπερασμάτων σας.

5. Να διατυπώσετε τις αντιρρήσεις σας σε ένα γράμμα διαμαρτυρίας (σε Word) προς μια εταιρεία π.χ.

- για σεξιστική αντιμετώπιση της γυναίκας
- για προβολή αρνητικών προτύπων
- για δημιουργία αντικοινωνικών ταυτοτήτων
- για χυδαιολογίες
- για υποβάθμιση της ελληνικής γλώσσας
- για κατάχρηση διαφημιστικού χώρου
- για ενοχλητική διαφήμιση που μπλοκάρει την άμεση πρόσβαση σε μια ιστοσελίδα
- για παραπλάνηση του καταναλωτικού κοινού

6. Να δημιουργήσετε μια διαφήμιση (σκίτσο, φωτογραφία, βίντεο) σύμφωνα με τους κανόνες της δεοντολογίας.

#### 4<sup>ο</sup> ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (για μια ομάδα μαθητών): Greeklish

1.Επισκεφθείτε την ηλεκτρονική διεύθυνση : <http://www.netschoolbook.gr/grlialios.html> για να διαβάσετε το άρθρο του Γιώργου Λιάλιου «Ομιλείτε Greeklish ή Ελληνικά» και να απαντήσετε στο έγγραφο word του φύλλου σας στο ερώτημα: **Τι είναι τα Greeklish.**

2.Επιλέξτε στη διεύθυνση <http://www.netschoolbook.gr/grmessage.html> το άρθρο της Λαμπρινής Σταμάτη «**Sou stelno ena minima**» και μελετήστε τα ποσοστά των ερωτηθέντων χρηστών email για την **αισθητική** των Greeklish και τη **δυσκολία τους**. Έπειτα να δημιουργήσετε στο Microsoft Excell γραφήματα (σε **μορφή πίτας ή στηλών**) με τρισδιάστατη απεικόνιση που να περιέχουν τα στατιστικά στοιχεία του άρθρου.

3. Να συλλέξετε και να παρουσιάσετε στην ολομέλεια διαφημίσεις (σκίτσο, φωτογραφίες, βίντεο) που χρησιμοποιούν Greeklish ή ξένο λεξιλόγιο αυτούσιο ή εξελληνισμένο.
4. Να δημιουργήσετε ένα κείμενο σε **Πρόγραμμα Παρουσίασης power point** με τις επισημάνσεις και τα ευρήματά σας για **τα Greeklish και τα στατιστικά τους στοιχεία** το οποίο να εμπλουτίσετε με πληροφορίες, παραδείγματα και συνδέσμους (links) από το διαδίκτυο για την υποστήριξη των συμπερασμάτων σας.

## **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

Με κριτήρια: α) την πρόκληση του ενδιαφέροντος των μαθητών, β) την ενεργή συμμετοχή τους στη διεκπεραίωσή της με πνεύμα συνεργασίας κι ομαδικότητας, γ) την ουσιαστική επικοινωνία τους με τα ζητούμενα στη βάση της κατανόησης, της αιτιολόγησης, της εφαρμογής, δ) την κριτική αντιμετώπιση των κειμένων και ε) την χρήση των μέσων της τεχνολογίας, τα αποτελέσματα της διδακτικής πρότασης κρίνονται από ικανοποιητικά έως εντυπωσιακά ανάλογα με τη δυναμική της ομάδας και πέραν των αρχικών μας προσδοκιών λόγω της εσκεμμένης πληθωρικής διατύπωσης των ερωτημάτων εν είδει καταϊγισμού ιδεών. Αν και δεν εξετάστηκαν όλα τα ζητούμενα ενδελεχώς ή δεν ολοκληρώθηκαν, εντούτοις αποτέλεσαν για όλες τις ομάδες ερεθίσματα ή εναύσματα δημιουργίας πολυτροπικών κειμένων υψηλής αισθητικής ποιότητας και αλληλοδιδασκτικής αποτελεσματικότητας. Επίσης η ετεροαξιολόγηση των τελικών προϊόντων κατά την παρουσίασή τους με θερμά χειροκροτήματα ή γόνιμη κριτική λειτούργησε θετικά προς την κατεύθυνση της αλληλοτροφοδότησης και του υγιούς συναγωνισμού. Η προθυμία των περισσότερων ομάδων να συνεχίσουν την ομαδική διερεύνηση των θεμάτων τους εκτός σχολικού χρόνου με διορθώσεις, τροποποιήσεις και συμπληρώσεις λόγω μη επαρκούς χρόνου συνέβαλε στην βελτίωση του αρχείου που επεξεργάστηκαν στο εργαστήριο της πληροφορικής και στην επιτυχημένη παρουσίασή του. Τέλος, η αξιολόγηση των μαθητών με βάση την επάρκεια στην ανεύρεση-συλλογή στοιχείων, τη σύνταξη του κειμένου, την ακρίβεια στις απαντήσεις τους και τον τρόπο παρουσίασης κυμάνθηκε στην κλίμακα του 20 από 17 έως 20, αν και τα ποσοτικά κριτήρια αξιολόγησης είναι μάλλον ανεπαρκή για να περιγράψουν τον ενεργητικό τους ρόλο στην ομαδική προσπάθεια.

## **Βιβλιογραφία και αναφορές**

Γιακουμάτου Τ. (2003). Δραστηριότητες αξιοποίησης διαδικτυακών πηγών για την ενότητα «Πειθώ στη διαφήμιση». *2ο Πανελλήνιο συνέδριο των εκπαιδευτικών για τις ΤΠΕ "Αξιοποίηση των ΤΠΕ στη διδακτική πράξη"* Σύρος 9-11 Μαΐου 2003. Ανακτήθηκε στις 26 Μαρτίου 2017 από τη διεύθυνση [http://epimorfosinet.blogspot.gr/2014/02/blog-post\\_7347.html](http://epimorfosinet.blogspot.gr/2014/02/blog-post_7347.html)

Κουτσογιάννης Δ. (2017). *Η αξιοποίηση των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και Επικοινωνίας στη διδασκαλία των φιλολογικών μαθημάτων και κυρίως στη διδασκαλία της ελληνικής*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσα. Ανακτήθηκε στις 26 Μαρτίου 2017 από τη διεύθυνση [http://www.greek-language.gr/greekLang/modern\\_greek/studies/ict/education/educators/intoduction.html](http://www.greek-language.gr/greekLang/modern_greek/studies/ict/education/educators/intoduction.html)



Κωστούλη Τρ. (2001), *Κειμενοκεντρική προσέγγιση και γλωσσικό μάθημα*. Ανακτήθηκε στις 26 Μαρτίου 2017 από τη διεύθυνση [http://www.greek-language.gr/greekLang/studies/guide/thema\\_e5/index.html](http://www.greek-language.gr/greekLang/studies/guide/thema_e5/index.html)

Ράπτης Α.-Ράπτη (2014). *Μάθηση και διδασκαλία στην εποχή της πληροφορίας (Α' τόμος)*. Αθήνα: Εκδ. Αριστοτέλης Ράπτης

Χαραλαμπόπουλου Α. (2017). *Η στροφή προς την επικοινωνιακή προσέγγιση για τη διδασκαλία της ελληνικής γλώσσας στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση*. Ανακτήθηκε στις 26 Μαρτίου 2017 από τη διεύθυνση <http://www.komvos.edu.gr/periodiko/periodiko1st/articles/charalabopoulos/1.htm>

Cope, B. and Kalantzis, M. (eds.) (1993). *The Powers of Literacy: Genre Approaches to Teaching Writing*. London and Pittsburgh: Falmer Press (UK edition) and University of Pennsylvania Press (US edition).

Johnson, D.W., Johnson, R.T. (1998a). Cooperative Learning And Social Interdependence Theory. In R. Tindale, L. Heath, J. Edwards, E. Posavac, F. Bryant, Y. Suzrez-Balcazar, E. Henderson-King, & J. Myers (eds) *Theory and research on small groups* (pp. 9-36). New York, Plenum, Social Psychological Applications To Social Issues , Volume 4. Η αναφορά ανακτήθηκε στις 26 Μαρτίου 2017 από τη διεύθυνση [http://www.greek-language.gr/certification/files/document/teach\\_content/28/%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%9D%CE%99%CE%91%CE%9A%CE%97%20%CE%A0%CE%A1%CE%9F%CE%A3%CE%95%CE%93%CE%93%CE%99%CE%A3%CE%97.pdf](http://www.greek-language.gr/certification/files/document/teach_content/28/%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%9D%CE%99%CE%91%CE%9A%CE%97%20%CE%A0%CE%A1%CE%9F%CE%A3%CE%95%CE%93%CE%93%CE%99%CE%A3%CE%97.pdf)