

ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΕΜΒΑΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ

ΚΕΝΤΡΟ ΕΡΕΥΝΩΝ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΙΣΟΤΗΤΑΣ (Κ.Ε.Θ.Ι.)

**ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΚΑΙ
ΑΠΟΔΟΜΗΣΗ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ
ΟΠΤΙΚΗ ΤΟΥ ΦΥΛΟΥ
ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ ΣΤΟ
ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ ΠΑΡΕΜΒΑΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ**

Συγγραφή Α' Μέρους:

ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ ΚΟΡΩΝΑΙΟΥ

Συγγραφή Β' Μέρους:

ΧΑΡΑ ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ

ΑΘΗΝΑ 2008



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης



Συγχρηματοδότηση: Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και Εθνικοί Πόροι

**«Βασικές Αρχές και Οδηγίες για τη Χρήση και Αποδόμηση
Οπτικοακουστικών Μηνυμάτων με την Οπτική του Φύλου και για την
Παραγωγή Οπτικοακουστικού Υλικού στο Πλαίσιο των Παρεμβατικών
Προγραμμάτων»**

Συγγραφή Α' Μέρους:

ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ ΚΟΡΩΝΑΙΟΥ, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια

Πάντειο Πανεπιστήμιο

Συγγραφή Β' Μέρους:

Δρ. ΧΑΡΑ ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ, Διδάσκουσα στο Πάντειο Πανεπιστήμιο

Αθήνα, Νοέμβριος 2008

Γ' ΚΠΣ, ΕΠΕΑΕΚ II, Άξονας 4, Μέτρο 4.1, Ενέργεια 4.1.1

Κατηγορία Πράξης 4.1.1.α:

**«Ευαισθητοποίηση Εκπαιδευτικών και Παρεμβατικά Προγράμματα για
την Προώθηση της Ισότητας των Φύλων»**

**Έργο συγχρηματοδοτούμενο 80% (κατά ανώτατο όριο) από το
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και 20% από εθνικούς πόρους**

Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.)

Έδρα: Μουσαίου 2, 105 55 Πλάκα, τηλ. 210 3259600, fax: 210 3259640

E-mail: kethi@kethi.gr

www.kethi.gr

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ	6
ΜΕΡΟΣ Α΄: ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ. ΟΔΗΓΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ	7
1. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ ΣΤΑ ΜΜΕ	8
2. ΤΑ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ ΕΝΗΛΙΚΩΝ	10
2.1. Η ιδιαιτερότητα της οπτικοακουστικής γλώσσας	11
2.2. Στοιχεία σημειολογίας της εικόνας	12
2.3. Η ανάγνωση της εικόνας	12
2.4. Μονοσήμαντα και πολυσήμαντα μηνύματα	13
2.5. Ακουστικά ή ηχητικά μηνύματα	14
3. ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ	18
3.1. Η κινηματογραφική ταινία	18
3.1.1. Ταινίες κλειστής και ανοιχτής δομής	20
3.2. Η τηλεοπτική διαφήμιση	24
3.2.1. Οι αναπαραστάσεις των φύλων στην τηλεοπτική διαφήμιση	25
4. ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ/-ΤΡΙΩΝ / ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΩΝ/-ΤΡΙΩΝ	29
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	31
ΜΕΡΟΣ Β΄: ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ. ΟΔΗΓΟΣ ΧΡΗΣΗΣ, ΑΠΟΔΟΜΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ	32
1. ΤΑΙΝΙΕΣ ΚΑΙ DOCUMENTARY FILMS	33
1.1. Χρήση του οπτικοακουστικού υλικού στην τάξη	35
1.1.1. Documentary Film ή ταινία με άμεσες αναφορές σε ζητήματα φύλου	35
Παράδειγμα 1: <i>Documentary film: Defending our lives</i>	39
Παράδειγμα 2: <i>Ταινία Billy Elliott – Γεννημένος Χορευτής</i>	42
Παράδειγμα 3: <i>Documentary film: Mary Curie – Αφιέρωμα στη ζωή και το έργο της</i>	46
1.1.2. Documentary Film ή ταινία ποικίλου περιεχομένου	50
1.2. Επίσκεψη σε κινηματογράφο για την παρακολούθηση κάποιας προβολής	50
2. ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ	54
2.1. Εμπορική/Καταναλωτική Διαφήμιση	57
2.1.1. Τηλεοπτικές Διαφημίσεις	57

Παράδειγμα 4: Διαφήμιση απορρυπαντικού– Η ιστορία της Χιονάτης	59
Παράδειγμα 5: Διαφήμιση αυτοκινήτου	59
2.1.2. Διαφημίσεις στον Τύπο	59
Παράδειγμα 6: Bloody Marie	60
Παράδειγμα 7: Διαφήμιση ειδών υγιεινής	65
Παράδειγμα 8: Διαφήμιση ρούχων	67
Παράδειγμα 9: Διαφήμιση ρολογιών και διαφήμιση υποδημάτων	69
Παράδειγμα 10: Διαφήμιση αρωμάτων–ανδρικό και γυναικείο	73
2.2. Κοινωνικά μηνύματα	77
Παράδειγμα 11: Αφίσα για τα δικαιώματα των παιδιών	77
3. VIDEO CLIP	80
Παράδειγμα 12: Video clip Raining men	80
Παράδειγμα 13: Video clip	80
4. ΤΡΑΓΟΥΔΙ	80
Παράδειγμα 14: Τραγούδι	90
5. ΕΡΓΑ ΤΕΧΝΗΣ (ΖΩΓΡΑΦΙΚΗ/ΓΛΥΠΤΙΚΗ)	91
Παράδειγμα 15: Φύλο και κοινωνικοί ρόλοι – αποτύπωση σε έργα τέχνης – ζωγραφική και γλυπτική	93
6. ΕΝΤΥΠΟ – ΣΧΟΛΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ, ΜΙΚΡΕΣ ΑΓΓΕΛΙΕΣ, ΑΡΘΡΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ	93
Παράδειγμα 16: Σχολικά βιβλία (Τα βιβλία Μαθηματικών του Γυμνασίου)	106
7. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	106
7.1. Ζωγραφική - Κολάζ	123
Παράδειγμα 17: Ζωγραφική και Κολάζ των μαθητών/-τριών με θέμα: «Φύλο και Έμφυλη κατανομή ρόλων στην οικογένεια»	125
7.2. Κολάζ με υλικό από έντυπα	125
Παράδειγμα 18: Δημιουργία Αφίσας – Κολάζ με θέμα «γονεϊκοί ρόλοι – εναρμόνιση και συνεργασία»	144
7.3. DVD – Ντοκιμαντέρ ή ταινία	146
Παράδειγμα 19: Δημιουργία DVD – ταινίας μικρού μήκους με θέμα: «Ξεφυλ(λ)ίζοντας τον κινηματογράφο»	146
7.4. Θεατρική παράσταση	146
7. 4.1. Συγγραφή θεατρικού κειμένου	147
7.4.2. Ανέβασμα θεατρικής παράστασης βασισμένης σε κείμενο θεατρικού συγγραφέα	148
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	150
ΠΙΝΑΚΑΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ (Παραδείγματα 1-20)	153

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το εγχειρίδιο αυτό εκπονήθηκε στο πλαίσιο του Έργου: **«Ευαισθητοποίηση Εκπαιδευτικών και Παρεμβατικά Προγράμματα για την προώθηση της Ισότητας των φύλων»**, το οποίο εντάχθηκε στο Μέτρο 4.1 (Κατηγορία Πράξης 4.1.1.α) του Επιχειρησιακού Προγράμματος Εκπαίδευσης και Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΕΠΕΑΕΚ II) του Υπουργείου Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Στόχος του εν λόγω Έργου, -η υλοποίηση του οποίου ξεκίνησε από το 2002 και ολοκληρώθηκε το 2008-, ήταν η προώθηση της Ισότητας των Φύλων στους μαθητές και τις μαθήτριες των σχολικών μονάδων της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και τους σπουδαστές και τις σπουδάστριες των Δομών Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης, με την εισαγωγή του σχετικού προβληματισμού στη σχολική διαδικασία και την υλοποίηση Παρεμβατικών Προγραμμάτων από τις σχολικές μονάδες.

Τελικός Δικαιούχος ήταν το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.) και υλοποιήθηκε σε συνεργασία με την αρμόδια Διεύθυνση Συμβουλευτικού Επαγγελματικού Προσανατολισμού και Εκπαιδευτικών Δραστηριοτήτων (Δ.Σ.Ε.Π.Ε.Δ.) του Υπουργείου Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Η προσεκτική μελέτη και κριτική προσέγγιση των παραδοτέων που εκπονήθηκαν από τους/τις εκπαιδευτικούς και τους/τις μαθητές/-τριες που συμμετείχαν στο Έργο αυτό, μας οδήγησε σε μια σειρά παρατηρήσεων που ανέδειξαν την ανάγκη της συγγραφής αυτού του κειμένου.

Η μελέτη των παραδοτέων, στα οποία επιχειρήθηκε η έμφυλη προσέγγιση ποικίλων οπτικοακουστικών μηνυμάτων ή η χρήση τους ως εκπαιδευτικά εργαλεία για την προσέγγιση ζητημάτων φύλου, κατέδειξε ότι υπήρχαν ελλείψεις θεωρητικών γνώσεων σχετικά με το τι είναι τα οπτικοακουστικά μηνύματα και ποιος ο τρόπος ανάγνωσής τους με αποτέλεσμα συχνά η προσπάθεια της έμφυλης προσέγγισής τους να μένει ημιτελής. Τα παιδιά κατάφερναν να εντοπίσουν τις έμφυλες στερεοτυπικές αντιλήψεις που αναπαράγονταν μέσω των οπτικοακουστικών μηνυμάτων, τις κατέγραφαν, αλλά δεν έφταναν στην αποδόμησή τους. Ήταν απαραίτητο λοιπόν να εφοδιάσουμε τους/τις εκπαιδευτικούς με εργαλεία (θεωρητικά και πρακτικά) που θα τους/τις βοηθήσουν.

Το παρόν εγχειρίδιο αποσκοπεί στην παρουσίαση και κατανόηση των κοινωνικών αναπαραστάσεων των φύλων, όπως προβάλλονται από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας. Περιλαμβάνει μεθόδους, τεχνικές, αλλά και παραδείγματα για την καλύτερη προσέγγιση και ανάλυση των οπτικοακουστικών μηνυμάτων, όπως αυτά προβάλλονται από τα Μ.Μ.Ε.

Για την εκπόνηση του εν λόγω εγχειριδίου θα ήθελα να ευχαριστήσω την κα Αλεξάνδρα Κορωναίου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια στο Πάντειο Πανεπιστήμιο, την κα Χαρά Καραγιαννοπούλου, Διδάσκουσα στο Πάντειο Πανεπιστήμιο, όπως επίσης την Υπεύθυνη Έργου κα Καλλιόπη Βλαχογιάννη, καθώς και τη Γενική Συντονίστρια του Έργου Δρ. κα Μαρία Κατσαμάγκου, η συμβολή των οποίων ήταν καθοριστική.

Η Πρόεδρος του Δ.Σ. του Κ.Ε.Θ.Ι.

Ελένη Αν. Ζενάκου

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Το παρόν εγχειρίδιο αποσκοπεί στην κατανόηση των κοινωνικών αναπαραστάσεων των φύλων, όπως αυτές προβάλλονται από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας. Αυτό που επιχειρείται είναι αφενός η παρουσίαση των αναπαραστάσεων που προτείνουν τα ΜΜΕ και, αφετέρου, η κατανόηση της ιδιαίτερης λειτουργίας των εικόνων και των ήχων των οπτικοακουστικών μέσων. Εκτός από τις θεωρητικές προσεγγίσεις που προτείνονται εδώ, επιχειρείται μια προσπάθεια εφαρμογής των μεθόδων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην κριτική ανάλυση των οπτικοακουστικών μηνυμάτων στο πλαίσιο του Έργου: *«Ευαισθητοποίηση Εκπαιδευτικών και Παρεμβατικά Προγράμματα για την Προώθηση της Ισότητας των Φύλων»* που υλοποιεί το Κ.Ε.Θ.Ι.

Η ανάλυση περιεχομένου που προτείνουμε είναι μία μόνο από τις ποικίλες τεχνικές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην ανάλυση των κοινωνικών αναπαραστάσεων. Άλλες τεχνικές και μέθοδοι μπορούν, επίσης, να χρησιμοποιηθούν, όπως συνεντεύξεις, κλίμακες στάσεων και ομαδικές συζητήσεις αναδεικνύοντας τους τρόπους με τους οποίους οι κοινωνικές αναπαραστάσεις των ΜΜΕ συνδέονται με τις στάσεις και τις συμπεριφορές των ατόμων στην καθημερινή ζωή.

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η κατανόηση του ρόλου που διαδραματίζει η κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας μέσω της εφαρμογής ποσοτικών και ποιοτικών μεθόδων ανάλυσης περιεχομένου σε έντυπες και μη εικόνες.

Τα παραδείγματα που συμπεριλαμβάνονται στην παρούσα εργασία προσφέρονται ως τόπος άσκησης της μεθοδολογίας της ανάλυσης εικόνων και λόγου -γραπτού ή προφορικού- και εξάσκησης της κριτικής σκέψης στο πεδίο των οπτικοακουστικών παραγωγών. Αποτελούν παραδείγματα για την προσέγγιση και ανάλυση όλων των άλλων οπτικοακουστικών μηνυμάτων που για πρακτικούς λόγους δεν περιλάβαμε (εικόνες του διαδικτύου, κόμικς κ.λπ.).

ΜΕΡΟΣ Α΄

ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ.

ΟΔΗΓΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ

ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ

1. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ ΣΤΑ ΜΜΕ

Η θεωρία των κοινωνικών αναπαραστάσεων επισημαίνει την ίση συμμετοχή ατόμων και κοινωνίας στη διαδικασία κατασκευής της κοινωνικής πραγματικότητας. Με άλλα λόγια, οι κοινωνικές αναπαραστάσεις σε μια συγκεκριμένη κοινωνία αποτελούν από κοινού δημιούργημα ατομικών και συλλογικών δυνάμεων και δυναμικών και αναφέρονται σε ένα ευρύ φάσμα κοινωνικών θεμάτων, όπως η υγεία, η ασθένεια, το φύλο, κ.λπ.

Η θεωρητική προσέγγιση του S. Moscovici υποστηρίζει ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις αποτελούν ένα σύνολο ιδεών που συμβάλλουν στη δημιουργία εικόνων και τρόπων σκέψης, οι οποίοι βοηθούν τους ανθρώπους να κατανοήσουν μερικά από τα βασικά χαρακτηριστικά της κοινωνικής πραγματικότητας.

Ένα από τα θέματα με τα οποία ασχολείται η θεωρία των κοινωνικών αναπαραστάσεων είναι το φύλο ως κοινωνική κατασκευή. Η θεωρία παρέχει έναν τρόπο κατανόησης των εννοιών που σχετίζονται με τη διαμόρφωση της ταυτότητας του φύλου, η οποία εξαρτάται σημαντικά από τις παρούσες και παρελθούσες υπαγωγές του ατόμου. Έτσι, η υπαγωγή της οικογένειας στο ταξικό σύστημα, η εθνική καταγωγή ή, ακόμη, ο καταμερισμός της εργασίας ανάλογα με τα φύλα, είναι διαστάσεις που ορίζουν το αποδεκτό και το θεμιτό για τους άνδρες και τις γυναίκες επηρεάζοντας τη διαμόρφωση της ανδρικής και γυναικείας ταυτότητας.

Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις της ταυτότητας του φύλου παράγονται, διαχέονται και ενεργοποιούνται μέσω των δραστηριοτήτων της καθημερινής ζωής, στις συζητήσεις, τους διαλόγους και τις δράσεις σε ένα ευρύτερο κοινωνικό επίπεδο. Οι απεικονίσεις των φύλων στα ΜΜΕ μετατρέπονται σε προσωπικές ταυτότητες των μελών μιας κοινωνίας μέσω της επιρροής που ασκούν τα ΜΜΕ στους ανθρώπους.

Παρόλα αυτά οι κοινωνικές αναπαραστάσεις δεν είναι απλά προϊόντα των ΜΜΕ, καθώς υπάρχει μια περίπλοκη και ενεργητική σχέση ανάμεσα στις αναπαραστάσεις που προβάλλονται στα ΜΜΕ και στην κατανόηση και οικειοποίησή τους από τους δέκτες. Αυτή η διαρκής διαδραστική σχέση μεταξύ του κοινού και των οπτικοακουστικών μέσων είναι πολύ σημαντική για τους κοινωνικούς επιστήμονες, αφού μέσω της ανάλυσής τους μπορούν να ανιχνευθούν οι συλλογικές αναπαραστάσεις που κυριαρχούν σε μια συγκεκριμένη κοινωνία σε μια δεδομένη χρονική στιγμή (Morant & Finlay, 2001, Wetherell, 1996).

Τα ερευνητικά δεδομένα στο πεδίο των αναπαραστάσεων του φύλου τονίζουν τη σχετικότητα και την αλλαγή που διέπουν τις κυρίαρχες αναπαραστάσεις της αρρενωπότητας και της θηλυκότητας. Αυτό σημαίνει ότι οι ορισμοί του φύλου κατασκευάζονται πάντα σε σχέση με άλλους ορισμούς. Οι έρευνες έχουν δείξει ότι οι

αναπαραστάσεις της αρρενωπότητας καθορίζονται συνήθως σε σχέση με αυτές της θηλυκότητας και αντιστρόφως. Έτσι, στη μελέτη των αναπαραστάσεων των φύλων θα πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη τις έμμεσες συσχετίσεις τους.

Σχετική έρευνα αποδεικνύει ότι στις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες οι αναπαραστάσεις της αρρενωπότητας και της θηλυκότητας έχουν αλλάξει σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες. Είναι πλέον πιο ρευστές και αμφιλεγόμενες, καθώς ακολουθούν τις κοινωνικές εξελίξεις (παγκοσμιοποίηση, άνοιγμα αγορών, κ.λπ.). Σύμφωνα με τη Wemick (1991) αυτές οι αλλαγές οφείλονται στον επαναπροσδιορισμό των ρόλων των δύο φύλων. Παραδείγματα αυτών των αλλαγών προτείνονται από τους Barthel (1992) και Ferguson (1983) σε έρευνά τους για τις κοινωνικές αναπαραστάσεις των φύλων στα ΜΜΕ.

Συγκεκριμένα, τα ευρήματα του Barthel (1992) υποστηρίζουν ότι οι ταυτόχρονες και πολλαπλές αναπαραστάσεις της αρρενωπότητας -*ο οικογενειάρχης άνδρας, ο σύγχρονος άνδρας, ο μοντέρνος, ο ερωτικός και ευαίσθητος, κ.ά.*- αντανακλούν την ποικιλομορφία της σύγχρονης δυτικής κοινωνίας. Η έρευνα του Ferguson για τις κοινωνικές αναπαραστάσεις της θηλυκότητας στα ΜΜΕ υπογραμμίζει παρόμοιες αλλαγές όσον αφορά στις γυναικείες εικόνες στα ΜΜΕ, όπου οι γυναίκες παρουσιάζονται συγχρόνως ως μητέρες και σύζυγοι, αντικείμενα του πόθου και εργαζόμενες, ανεξάρτητες και δυναμικές.

2. ΤΑ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ ΕΝΗΛΙΚΩΝ

Η χρήση των σύγχρονων οπτικοακουστικών μέσων στα επιμορφωτικά προγράμματα ενηλίκων παρουσιάζει ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Η επιμόρφωση των ενηλίκων είναι μια περίπλοκη εκπαιδευτική διαδικασία, η οποία στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στην ελεύθερη επιλογή, την ενεργοποίηση και τη συμμετοχή των ίδιων των υποκειμένων σε ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα γενικής επιμόρφωσης ή επαγγελματικής κατάρτισης και ειδίκευσης.

Σε αυτή τη διαδικασία η συμβολή των παλιότερων και σύγχρονων οπτικοακουστικών μέσων είναι εξαιρετικά σημαντική και σήμερα κρίνεται απαραίτητη. Και τούτο, επειδή η χρήση των τεχνολογικών μέσων ενισχύει ή, τουλάχιστον, θα έπρεπε να ενισχύει τα κίνητρα των ατόμων για μάθηση. Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα των οπτικοακουστικών μέσων είναι η παιδαγωγική τομή που επιχειρούν σε σχέση με τις παραδοσιακές εκπαιδευτικές μεθόδους, οι οποίες αποδεικνύονται κουραστικές, ανιαρές και αναποτελεσματικές για τους ενήλικες.

Δεν είναι επομένως αδικαιολόγητη η χρήση κινηματογραφικών ταινιών, βιντεοταινιών, τηλεοπτικών εκπομπών, αλλά και των νέων τεχνολογιών στην επιμόρφωση και τη δια βίου εκπαίδευση των ενηλίκων στις ευρωπαϊκές χώρες. Ο συνδυασμός εικόνας και ήχου, καθώς και η γοητεία των κωδίκων του θεάματος, καθιστούν τα μέσα αυτά ελκυστικά, ενώ συγχρόνως επιτρέπουν την παρατήρηση και ενισχύουν τις ομαδικές ή ατομικές πρακτικές ασκήσεις.

Τα παραπάνω μέσα συμβάλλουν, επίσης, σημαντικά στη διαδικασία της αυτομόρφωσης, δηλαδή, στην εξατομικευμένη μάθηση, επειδή εξασφαλίζουν σε μεγάλο βαθμό τη δυνατότητα επιλογής και ρύθμισης του χρόνου και του χώρου μάθησης από τους ίδιους/-ες τους/τις ενδιαφερομένους/-ες. Σε καμία περίπτωση, όμως, ο ρόλος των εκπαιδευτών/-τριών – επιμορφωτών/-τριών δεν αναιρείται. Αυτό που συμβαίνει είναι η αλλαγή του ρόλου τους, την οποία επιβάλλει η απομάκρυνση από την παραδοσιακή διδασκαλία και τη σχεδόν αποκλειστική χρήση του γραπτού και προφορικού λόγου. Ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας επικεντρώνεται στο συντονισμό της όλης εκπαιδευτικής διαδικασίας και το συνδυασμό της ηλεκτρονικής οπτικοακουστικής επικοινωνίας με την απαραίτητη βιβλιογραφία, με γραπτές ασκήσεις και προφορική επικοινωνία, με κύριο πάντα στόχο τον προσανατολισμό του/της εκπαιδευομένου/-ης, τη στήριξη και ενίσχυση του έργου του/της.

2.1. Η ιδιαιτερότητα της οπτικοακουστικής γλώσσας

Εδώ και αρκετές δεκαετίες έχει γίνει αποδεκτό ότι η ιδιαίτερη γλώσσα της οπτικοακουστικής έκφρασης αποτελεί ένα ζήτημα που είναι περισσότερο πολιτισμικό και κοινωνικό και λιγότερο τεχνολογικό. Η γνώση αυτής της γλώσσας είναι ίσως το κυριότερο πρόβλημα που καλείται να αντιμετωπίσει όποιος επιχειρεί να ενσωματώσει τα οπτικοακουστικά συστήματα επικοινωνίας στην εκπαιδευτική πρακτική. Η απαρίθμηση των οπτικοακουστικών μέσων, των τεχνικών προδιαγραφών ή των τρόπων χρήσης τους είναι συχνά θέμα δευτερεύουσας σημασίας για τον/την εκπαιδευτή/-τρια. Αυτό δε σημαίνει, βέβαια, ότι η τεχνική κατάρτιση είναι άχρηστη. Όμως, ο χειρισμός ενός μαγνητόφωνου ή η προβολή μιας ταινίας είναι τεχνικές που μαθαίνονται σχετικά εύκολα, αν δεν είναι ήδη γνωστές σε μια εποχή κατά την οποία ακόμη και τα μικρά παιδιά είναι εξοικειωμένα με τα τεχνολογικά μέσα στην καθημερινή ζωή.

Αντιθέτως, μεγαλύτερη σημασία αλλά και δυσκολία παρουσιάζει για τον/την εκπαιδευτή/-τρια ή τον/την επιμορφωτή/-τρια η «ανάγνωση» της εικόνας (τηλεοπτική ή κινηματογραφική εικόνα, σχέδιο, φωτογραφία, αφίσα, κ.ά.), ο συνδυασμός εικόνας και λόγου και ο τρόπος με τον οποίο ο/η ίδιος/-α συμμετέχει στην αποκρυπτογράφηση και ερμηνεία του οπτικοακουστικού υλικού.

Η επιστήμη που ασχολείται με τα θέματα αυτά είναι η Σημειολογία, η οποία επί σειρά ετών μελετά τη γλώσσα της εικόνας και του ήχου. Βασικό αντικείμενο της σημειολογικής προσέγγισης ήταν (και είναι) να αποδείξει ότι η εικόνα και ο ήχος δεν είναι απλές αναπαραγωγές ή αντικατοπτρισμοί της πραγματικότητας, αλλά προϊόντα μιας γλώσσας που έχει την ιδιαίτερη γραμματική της, τους δικούς της κανόνες και κώδικες επικοινωνίας. Η σημειολογία έδειξε, επίσης, ότι στη διαδικασία επικοινωνίας ανάμεσα στον πομπό και το δέκτη, το μήνυμα δεν αποτελεί ένα «καθαρό» στοιχείο που μεταδίδεται δίχως μεταβολές, αλλοιώσεις, ακόμη και παραμορφώσεις. Αυτό σημαίνει ότι ο δέκτης δεν είναι απλώς ένας παθητικός θεατής, αλλά ένα υποκείμενο που επεξεργάζεται το μήνυμα με το δικό του τρόπο. Το μήνυμα τροποποιείται μέσα από την ανάγνωση που επιχειρεί ο δέκτης, δίχως αυτό να αποτελεί μια αρνητική διαδικασία. Η γνώση, επομένως, ορισμένων βασικών στοιχείων της οπτικοακουστικής γλώσσας είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τη δημιουργική χρήση των οπτικοακουστικών μέσων.

2.2. Στοιχεία σημειολογίας της εικόνας

Η παραδοσιακή σημειολογία έχει την τάση να παραγνωρίζει ότι η εικόνα ως τεχνολογικό προϊόν δεν είναι απλώς μια ψυχική και κοινωνική πραγματικότητα, αλλά μια κατασκευή που ενεργοποιεί τους μηχανισμούς της αντίληψης. Βέβαια, οι μηχανισμοί αυτοί, όπως και τα τεχνολογικά προϊόντα, δεν υπάρχουν σε «καθαρή» μορφή έξω και πέρα από τις εκάστοτε κοινωνικές συνθήκες.

Για τούτο, μια διαλεκτική σημειολογική προσέγγιση της εικόνας, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για τα οπτικοακουστικά μέσα στην εκπαιδευτική διαδικασία, οφείλει να αναδεικνύει τόσο τις ψυχοκοινωνικές διαστάσεις της εικόνας όσο και τις φυσιοτεχνολογικές, οι οποίες παρεμβαίνουν στην παραγωγή του νοήματος.

Με αυτή την έννοια τόσο η φυσιολογία της όρασης όσο και η τεχνική της φωτογραφίας ή του κινηματογράφου αποτελούν σημαντικούς τομείς της σημειολογικής προσέγγισης. Όμως, και οι κοινωνικοί προσδιορισμοί, οι συνθήκες παραγωγής, διάδοσης και πρόσληψης των μηνυμάτων, καθώς και η θέση που τα οπτικοακουστικά μηνύματα κατέχουν στο επικοινωνιακό σύστημα, π.χ. εκπαιδευτική επικοινωνία, έχουν τη βαρύτητά τους σε μια ολοκληρωμένη σημειολογική προσέγγιση.

2.3. Η ανάγνωση της εικόνας

Κάθε μεμονωμένη εικόνα επιτελεί μια διπλή λειτουργία: εκφραστική και πληροφοριακή. Κάθε εικόνα καλεί, επίσης, το δέκτη να τη «διαβάσει» σε τρία διαφορετικά αλλά στενά συνδεδεμένα μεταξύ τους επίπεδα (Bourron, 1980):

α) **Περιγραφικό επίπεδο:** Πρόκειται για το φανερό περιεχόμενο της εικόνας, αυτό που βλέπει ο θεατής, αυτό που δηλώνεται ρητά και ο καθένας μπορεί να το περιγράψει με μεγαλύτερη ή μικρότερη ακρίβεια (π.χ. ένα πλοίο, ένας σταθμός, ένα παιδί, κ.λπ.).

β) **Ερμηνευτικό επίπεδο:** Πρόκειται για αυτό που η εικόνα εκφράζει ή ο δέκτης νομίζει ότι εκφράζει (π.χ. θλίψη, χαρά, απογοήτευση, κ.λπ.). Σε αυτό το επίπεδο «ανάγνωσης», ο δέκτης αποδίδει στην εικόνα συμβολικά, ιδεολογικά, κοινωνικά ή ψυχοσυναισθηματικά στοιχεία. Το υποκείμενο προβαίνει, δηλαδή, σε ερμηνείες τις οποίες θεωρεί δικές του και που ωστόσο του τις έχει υποβάλει η εικόνα.

Με σημειολογικούς όρους το περιγραφικό επίπεδο ονομάζεται *δήλωση ή καταδήλωση* και το ερμηνευτικό *παραδήλωση ή συμπαράδηλωση*.

γ) **Τεχνικό επίπεδο:** Πρόκειται για τεχνικής φύσεως παρατηρήσεις τις οποίες επιχειρεί και ο πλέον αμήτοος θεατής. Ο καθένας μπορεί, για παράδειγμα, να παρατηρήσει αν έχουμε ένα γενικό ή κοντινό πλάνο, αν η εικόνα είναι φλου ή

καθαρή, ποιος είναι ο φωτισμός, ποια η γωνία λήψης, το χρώμα, κ.ά. Αυτού του είδους οι παρατηρήσεις δεν είναι άνευ σημασίας, αφού τα τεχνικά χαρακτηριστικά μιας εικόνας παίζουν σημαντικό ρόλο στην ερμηνεία της. Για παράδειγμα, η επιλογή ενός ιδιαίτερου χώρου για τη φωτογράφιση ενός προσώπου προσδίδει στο συγκεκριμένο πρόσωπο μια διαφορετική υπόσταση από εκείνη που έχει συνήθως. Σε κάποιες μάλιστα περιπτώσεις, μια ιδιαίτερη γωνία λήψης ή ένας εξεζητημένος φωτισμός οδηγούν στην πλήρη παραμόρφωση του εικονιζόμενου προσώπου ή αντικειμένου. Τέλος, το πλαίσιο της εικόνας (καδράρισμα) είναι μια επιλογή που παίζει σημαντικό ρόλο στην πρόσληψη και την ερμηνεία της.

2.4. Μονοσήμαντα και πολυσήμαντα μηνύματα

Μία κλασική κατηγοριοποίηση των οπτικοακουστικών μηνυμάτων είναι η διάκριση ανάμεσα σε μηνύματα μιας σημασίας (μονοσήμαντα) και σε μηνύματα πολλαπλών σημασιών (πολυσήμαντα) (Bourgon, 1980).

Μονοσήμαντα ονομάζονται τα μηνύματα εκείνα που προσφέρουν μια συγκεκριμένη και περιορισμένη πληροφορία με στόχο την ανάπτυξη της παρατηρητικότητας ή την ανακάλυψη ενός σημαντικού στοιχείου. Η χρήση τέτοιων μηνυμάτων στην εκπαιδευτική διαδικασία εξυπηρετεί συγκεκριμένους μαθησιακούς σκοπούς και την ακριβή γνώση ενός αντικειμένου.

Σε αντίθεση με τα μονοσήμαντα, τα πολυσήμαντα μηνύματα επιδιώκουν την ενεργοποίηση του ενδιαφέροντος και της φαντασίας του δέκτη. Η πληροφορία εκδιπλώνεται σταδιακά και το μήνυμα είναι υποβλητικό και υπαινικτικό. Βασικός στόχος δεν είναι η μετάδοση μιας συγκεκριμένης γνώσης, αλλά η καλλιέργεια της ευαισθησίας του δέκτη, η ομαδική ή ατομική έκφραση και η συμμετοχική εκπαίδευση. Τα μηνύματα αυτού του είδους ευνοούν, επίσης, τη δημιουργικότητα, την προσωπική έρευνα και τη συμμετοχή στην «κατασκευή» της γνώσης.

Ας σημειώσουμε, επίσης, ότι το φαινόμενο της πολυσημίας αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό της εικόνας και αναφέρεται στις διαφορετικές ερμηνείες που καθένα ξεχωριστό υποκείμενο αποδίδει στην εικόνα. Η πολυσημία είναι μια ιδιαιτερότητα της εικόνας, η οποία σε αντίθεση με το γραπτό λόγο που δηλώνει φανερά το περιεχόμενό του μέσα από τα συνθετικά του στοιχεία (σειρά των λέξεων, σύνταξη, σύνδεσμοι, κ.λπ.), περιλαμβάνει μέσα στο ίδιο πλάνο ένα πλήθος δεδομένων, δίχως να δηλώνεται ρητά η μεταξύ τους λογική, χρονική ή αιτιολογική σχέση. Σε αυτήν την ιδιαίτερη γραμματική της εικόνας οφείλεται ο πλούτος των σημασιών της. Η εικόνα μοιάζει να απαιτεί κάποιο «συμπλήρωμα» έξω και πέρα από τα όριά της. Πρόκειται γι' αυτό που ο διάσημος Καναδός επικοινωνιολόγος Mc Luhan έγραφε: «κάθε εικόνα

εγκαλεί το θεατή να τη νοηματοδοτήσει, είναι σα να του λέει: συμπλήρωσέ με» (Mc Luhan, 1964).

Όμως η δυνατότητα των πολλαπλών ερμηνειών της εικόνας δεν είναι πάντα επιθυμητή. Για τούτο, υπάρχουν διάφοροι τρόποι περιορισμού της πολυσημίας της εικόνας. Οι πιο διαδεδομένοι είναι η γραπτή γλώσσα και ο προφορικός λόγος που συνοδεύουν συνήθως την κινηματογραφική και τηλεοπτική εικόνα. Ένας άλλος τρόπος είναι το μοντάζ, η κατεξοχήν τέχνη του κινηματογράφου που, μέσω της διαδοχής και του συνδυασμού των εικόνων, περιορίζει την πολυσημία, αφού κάθε εικόνα (πλάνο) αποκτά συγκεκριμένο νόημα με βάση την εικόνα που προηγείται και εκείνη που έπεται.

Το φαινόμενο της αλληλεπίδρασης των εικόνων έχει ιδιαίτερη σημασία στη δημιουργία ή την επιλογή εκπαιδευτικών ταινιών. Οι εικόνες-μηνύματα που χρησιμοποιούνται από το δημιουργό (σταθερή εικόνα, ταινία, τηλεοπτική εκπομπή, κ.ά.), εντάσσονται πάντα σε ένα σημασιολογικό «παιχνίδι» ανάμεσα στη μία και μοναδική ερμηνεία και τις πολλές. Ανήκει, επομένως, στον/την εκπαιδευτή/-τρια η ευθύνη της επιλογής του κατάλληλου οπτικοακουστικού μηνύματος ανάλογα με τους αντικειμενικούς σκοπούς της εκπαιδευτικής πράξης: μάθηση, ανταλλαγή εμπειριών, ατομική έκφραση, ομαδική επικοινωνία, κ.ά.

2.5. Ακουστικά ή ηχητικά μηνύματα

Είναι αλήθεια ότι το ηχητικό μέρος των οπτικοακουστικών μηνυμάτων απασχολεί συνήθως λιγότερο από το οπτικό. Για τούτο, όταν λέμε οπτικοακουστικά μέσα ή μηνύματα αναφερόμαστε αυθόρμητα στην εικόνα, την οποία αναγορεύουμε σε κύριο φορέα μετάδοσης των μηνυμάτων. Ο ειδικός σε αυτά τα θέματα Γάλλος παιδαγωγός Louis Porcher επισημαίνει ότι αυτή η στάση είναι αποτέλεσμα του πολιτισμού μας που πριμοδοτεί την όραση ως αίσθηση πιο σημαντική και χρήσιμη από την ακοή (Porcher, Mariet, 1976). Πράγματι, διάφορες έρευνες δείχνουν ότι ο ήχος εντυπωσιάζει λιγότερο από την εικόνα, γεγονός που ενισχύθηκε σημαντικά από την κυριαρχία του τηλεοπτικού μέσου στην καθημερινή ζωή.

Ωστόσο, τα ηχητικά μέσα -ραδιόφωνο, μαγνητόφωνο, δίσκοι- αποτελούν σημαντικά εκπαιδευτικά εργαλεία ιδιαίτερα χρήσιμα για την ατομική ή ομαδική εργασία. Η εύκολη χρήση τους, η άνετη ενσωμάτωση στη μαθησιακή διαδικασία αλλά και η προστιθέ τιμή τους καθιστούν τα ηχητικά μέσα οικεία σε όλους.

Με αυτή την έννοια, ο ήχος (θόρυβος, λόγος, μουσική) έχει μεγάλη σημασία για την πρόσληψη και ανάγνωση του μηνύματος, μολονότι η σημασία αυτή δε γίνεται συνήθως αντιληπτή από το δέκτη. Αρκεί να θυμηθούμε την περίφημη ραδιοφωνική εμπειρία του Orson Welles στις ΗΠΑ, λίγο πριν ξεσπάσει ο Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος,

για να καταλάβουμε τη δύναμη του ήχου. Σε κάποια ραδιοφωνική εκπομπή, ο γνωστός σκηνοθέτης και ηθοποιός Orson Welles ανήγγειλε με εκπληκτική πειστικότητα την έναρξη του «πολέμου των πλανητών» και την άφιξη εξωγήινων πλασμάτων ως πραγματικά γεγονότα. Το μήνυμα προκάλεσε τέτοιο πανικό σε χιλιάδες αμερικανούς που παρακολουθούσαν την εκπομπή, ώστε αρκετοί βγήκαν έντρομοι στους δρόμους, ενώ σημειώθηκαν και αυτοκτονίες.

Έκτοτε σημαντικές και έγκυρες μελέτες για τα μέσα μαζικής επικοινωνίας κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η επίδραση του ήχου στην ανθρώπινη φαντασία είναι μεγαλύτερη από την επίδραση της εικόνας. Αυτό οφείλεται στο ότι ο ήχος αγγίζει το συναίσθημα, προκαλεί συγκίνηση, ζωντανεύει το παρελθόν ενεργοποιώντας τη μνήμη και γενικότερα ευαισθητοποιεί τα βαθύτερα στοιχεία της κουλτούρας των ανθρώπων. Με αυτή την έννοια, ο ήχος «μιλά» άμεσα στο ασυνείδητο του υποκειμένου. Κατά την παρακολούθηση μιας ταινίας, η συνειδητή πλευρά του θεατή προσηλώνεται περισσότερο στην εικόνα, ενώ η ασυνείδητη δέχεται την επίδραση του ήχου. Για τούτο, δεν είναι τυχαίο που οι κορυφαίοι σκηνοθέτες δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στη χρήση του ήχου. Τα σημαντικότερα στοιχεία που συνθέτουν τα ηχητικά μηνύματα είναι ο προφορικός λόγος, οι διάφοροι θόρυβοι και η μουσική.

☐ **Οι θόρυβοι**

Οι θόρυβοι στα οπτικοακουστικά μηνύματα επιτελούν δύο λειτουργίες (Bouillon, 1980):

Η πρώτη λειτουργία ονομάζεται *αναλογική* και παραπέμπει άμεσα στην πραγματικότητα (π.χ. μια πόρτα που κλείνει, ένα σκυλί που γαβγίζει, κ.λπ.). Ο θόρυβος είτε είναι πραγματικός είτε έχει κατασκευασθεί σε κάποιο στούντιο επιδιώκει τη «συμμετοχή» του δέκτη σε μια πραγματική κατάσταση και μάλιστα με τρόπο ενεργητικό.

Η δεύτερη λειτουργία ονομάζεται *αυθαιρετη* και παραπέμπει στη λειτουργία της μουσικής. Για παράδειγμα, ο ήχος μιας καμπάνας ή ενός ρολογιού μπορεί να δίνει έμφαση στο λόγο ή να προωθή τη δράση, ή ακόμη, να διευκολύνει την κατανόηση του μηνύματος.

☐ **Ο προφορικός λόγος**

Ο προφορικός λόγος λειτουργεί σε δύο επίπεδα του οπτικοακουστικού μηνύματος:

α) Στο σημασιολογικό επίπεδο, όπου ο λόγος μεταδίδει νοήματα δημιουργώντας έτσι το περιεχόμενο του μηνύματος, και

β) Στο εκφραστικό επίπεδο που αφορά στον τόνο, τη μουσικότητα ή την ένταση της φωνής δημιουργώντας μια ορισμένη ατμόσφαιρα (π.χ. είναι γνωστό ότι ορισμένες ανθρώπινες φωνές δημιουργούν μια εξωτική ή μυστικοπαθή ατμόσφαιρα, προκαλούν συγκίνηση, κ.λπ.).

Ο προφορικός λόγος, δηλαδή, η ανθρώπινη ομιλία, αποτελεί το φυσικό στοιχείο εκφοράς της γλώσσας και σαν τέτοιο εκλαμβάνεται ως πιο αληθινό και αυθεντικό από την εικόνα. Όλοι γνωρίζουμε ότι είναι ευκολότερο να ελέγξουμε τις κινήσεις του προσώπου ή των χεριών μας, δηλαδή την εικόνα μας, από τον τόνο και τις αποχρώσεις της φωνής μας. Η ομιλία είναι μια ζωντανή, δημιουργική στιγμή και η ένταση της φωνής προδίδει εύκολα βαθύτερα συναισθήματα, όπως φόβο, δισταγμό, θλίψη, κ.ά. Ας αναλογιστούμε πόσο αποτελεσματική μπορεί να είναι μια φωνή off, δηλαδή η φωνή χωρίς την εικόνα του προσώπου (π.χ. στο ραδιόφωνο) ή πόσο συγκινησιακή η αφήγηση ενός κειμένου από έναν ηθοποιό, τον οποίο δε βλέπουμε.

Με βάση τις οξυδερκείς σημειολογικές παρατηρήσεις του R. Barthes (1980) για τις λειτουργίες της γλώσσας σε σχέση με την εικόνα, γνωρίζουμε ότι ο προφορικός λόγος ή το γραπτό κείμενο δίνουν συχνά νόημα στο χώρο και το χρόνο, καλύπτουν τα κενά της πληροφόρησης και προωθούν την αφήγηση, ενώ η εικόνα καθεαυτή δυσκολεύεται να δομήσει όλα αυτά τα αυθαίρετα στοιχεία. Για τούτο, πολλοί υποστηρίζουν ότι η εικόνα, δίχως τον προφορικό ή γραπτό λόγο, δε θα είχε τόσο μεγάλη επίδραση.

☐ Η μουσική

Είναι εξαιρετικά δύσκολο να προσδιοριστεί η λειτουργία της μουσικής, διότι η μουσική δεν έχει αναλογικές σχέσεις με τον κόσμο και την πραγματικότητα. Η μουσική, ως εξέχουσα επικοινωνιακή πράξη, έχει έντονα υποκειμενικό αλλά και κοινωνικοπολιτισμικό χαρακτήρα. Στο οπτικοακουστικό μήνυμα, η μουσική δεν αποτελεί αυτοσκοπό, αλλά εντάσσεται σε ένα σύνολο στοιχείων, όπως οι εικόνες, ο λόγος, οι θόρυβοι. Η μουσική συμβάλλει ουσιαστικά στη δημιουργία μιας ιδιαίτερης ατμόσφαιρας που μπορεί να εκφράζει πλήθος διαφορετικών καταστάσεων, από ανησυχία και ενόχληση μέχρι ηρεμία και χαρά. Ο δημιουργός μπορεί να την εντάξει σε κάποιες στιγμές που, αν και διαρκούν κάποια λεπτά της ώρας ή ελάχιστα δευτερόλεπτα, έχουν ιδιαίτερη σημασία. Επομένως, η μουσική επιτελεί πολλές και διάφορες λειτουργίες: διατηρεί την προσοχή, τονίζει το λόγο, αναδεικνύει την έκφραση των συναισθημάτων, συμβάλλει στην αναγνώριση της ψυχοκοινωνικής κατάστασης των προσώπων (π.χ. λύπη, χαρά, ανησυχία, κ.ά.).

Όμως, η μουσική μπορεί και να αντιστρέφει το νόημα του λόγου ή της εικόνας, εκφράζοντας το αντίθετο από αυτό που σημαίνουν οι εικονικοί ή λεκτικοί κώδικες

(π.χ. αποδραματοποίηση, ειρωνεία, κ.λπ.). Τέλος, η παύση της μουσικής και η σιωπή που ακολουθεί μπορεί να έχουν ιδιαίτερη σημασία, π.χ. προετοιμάζουν τη στιγμή κατά την οποία θα ειπωθεί ή θα γίνει κάτι σημαντικό, κ.ά.

Με βάση τα παραπάνω είναι ευνόητο ότι η μουσική είναι ένα στοιχείο που παίζει σημαντικό ρόλο στις εκπαιδευτικές οπτικοακουστικές παραγωγές ανάλογα με τον τύπο του μηνύματος (Bourron, 1980):

α) **Οπτικοακουστικά μηνύματα διδακτικού τύπου:** Στα μηνύματα αυτά, η μουσική αποσκοπεί, κυρίως, στη διατήρηση της προσοχής του δέκτη. Η μουσική, δίχως ιδιαίτερες εκφραστικές απαιτήσεις, παρεμβάλλεται σε ορισμένες στιγμές για να διευκολύνει την κατανόηση ή την απομνημόνευση. Μολονότι ορισμένοι υποστηρίζουν ότι λίγες νότες αρκούν για να αποσπασθεί η προσοχή του δέκτη, η πλήρης απουσία μουσικής προκαλεί συχνά δυσφορία στο κοινό και δυσχεραίνει την πρόσληψη του μηνύματος.

β) **Οπτικοακουστικά μηνύματα πληροφοριακού τύπου:** Σε αυτή την περίπτωση, η μουσική έχει εκφραστικό ρόλο, συνοδεύει την αφήγηση ή τη δράση, δημιουργεί ατμόσφαιρα και τονίζει την εικόνα ή το λόγο. Κάποτε, μάλιστα, μπορεί να αντικαθιστά το λόγο, δίνοντας νόημα στη δράση των προσώπων. Ακόμη και κάποιες πολύ απλές, καθημερινές κινήσεις, όπως το ντύσιμο για παράδειγμα, αποκτούν μια διαφορετική διάσταση (π.χ. ρομαντική ή ρεαλιστική) ανάλογα με τη μουσική επένδυση. Επίσης, η απουσία μουσικής, μετά από ένα μεγάλο διάστημα με μουσική, μπορεί να συμβάλλει στον προβληματισμό.

γ) **Οπτικοακουστικά μηνύματα θεαματικού τύπου:** Εδώ η λειτουργία της μουσικής είναι έντονα εκφραστική και συναισθηματική. Ευνοεί τη δραματοποίηση, ευαισθητοποιεί και ενεργοποιεί το ασυνείδητο του δέκτη ωθώντας στην ταύτιση με τους ηθοποιούς ή στη συμμετοχή σε δραματικές καταστάσεις του έργου.

Αυτή η λειτουργία είναι ολοφάνερη στον κινηματογράφο. Σε μια ταινία, για παράδειγμα, μετά από μια έντονη συζήτηση, ο ήρωας εγκαταλείπει το σπίτι του χτυπώντας δυνατά πίσω του την πόρτα, μπαίνει στο αυτοκίνητό του και οδηγεί σαν τρελός. Η μουσική, που συνοδεύει αυτή τη δράση, «λέει» περισσότερα για την ψυχική ή διανοητική του κατάσταση από έναν μακρύ, εσωτερικό μονόλογο. Αν πάλι ο ήρωας έχει να ανακοινώσει μια σημαντική απόφαση, τότε ο λόγος του ακούγεται με μεγαλύτερη προσοχή μετά από ένα διάστημα σιωπής. Η εναλλαγή μουσικής και σιωπής διευκολύνει, συνήθως, την ψυχολογική κατανόηση της διαδραματιζόμενης σκηνής. Με άλλα λόγια, η γλώσσα του ήχου, κυρίως των θορύβων και της μουσικής, έχει ιδιαίτερη σημασία, επειδή επενεργεί στο ασυνείδητο του δέκτη, δηλαδή, στο βαθύτερο επίπεδο πρόσληψης του οπτικοακουστικού μηνύματος.

3. ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ

Επειδή μια λεπτομερής αναφορά στα διάφορα οπτικοακουστικά μέσα είναι αδύνατη στο παρόν πλαίσιο, επικεντρωνόμαστε στην κινηματογραφική ταινία, η οποία αποτελεί το κατεξοχήν παράδειγμα για την ανάλυση και κατανόηση όλων των άλλων οπτικοακουστικών μέσων (βιντεοταινία, τηλεοπτική ταινία).

3.1. Η κινηματογραφική ταινία

Η κινηματογραφική ταινία κατέχει μια προνομιακή θέση ανάμεσα στα διάφορα οπτικοακουστικά μέσα λόγω της γοητείας που ασκεί στο δέκτη, αλλά και των παιδαγωγικών χρήσεων που μπορεί να έχει, παρά τις όποιες δυσκολίες παρουσιάζει η ενσωμάτωσή της στην εκπαιδευτική διαδικασία. Μολονότι είναι γενικά αποδεκτό ότι η κινηματογραφική ταινία αποτελεί ένα πολύτιμο παιδαγωγικό εργαλείο, η δημιουργική και ανεξάρτητη παραγωγή εκπαιδευτικών ταινιών παραμένει μια ουτοπία. Βέβαια, πολλές από τις ταινίες που απευθύνονται στο ευρύ κοινό, ακόμη και ορισμένες ταινίες του λεγόμενου «εμπορικού» κινηματογράφου, έχουν κάποια παιδαγωγική αξία και συχνά είναι δυνατό να ενταχθούν στην εκπαιδευτική πράξη.

Ωστόσο, αυτό που αποκαλούμε *εκπαιδευτική ταινία* είναι κάτι διαφορετικό. Πρόκειται για μια παραγωγή που προϋποθέτει ορισμένα στοιχεία, τα οποία είναι απαραίτητα για μια γόνιμη και αποτελεσματική εκπαιδευτική χρήση. Όμως, οι καλές εκπαιδευτικές ταινίες είναι σπάνιο φαινόμενο και το γεγονός απασχολεί τους ειδικούς των οπτικοακουστικών μέσων σε διεθνές επίπεδο.

Το μεγαλύτερο, ίσως, ζήτημα που προκύπτει είναι το υψηλό κόστος παραγωγής εκπαιδευτικών ταινιών. Ο κινηματογράφος είναι μια ακριβή τέχνη (μηχανήματα, αμοιβές τεχνικών, μοντάζ, κ.λπ.) και η παραγωγή εκπαιδευτικών ταινιών είναι περισσότερο ακριβή, καθώς το εκάστοτε κοινό είναι αριθμητικά περιορισμένο ανάλογα με την ηλικία, την ειδικότητα, τους εκπαιδευτικούς σκοπούς κ.ά. Το πρόβλημα του κοινού αποτελεί το κυριότερο μειονέκτημα της εκπαιδευτικής ταινίας, επειδή συνδέεται με οικονομικά και καταναλωτικά συμφέροντα. Για τούτο, πολλές εκπαιδευτικές ταινίες παράγονται από εταιρείες ή οργανισμούς (πρεσβείες, ινστιτούτα, κ.ά.) των ανεπτυγμένων χωρών και μεταφέρονται σε άλλες χώρες, εξυπηρετώντας συχνά συμφέροντα που δεν αφορούν στις ανάγκες του κοινού της συγκεκριμένης χώρας. Το υψηλό κόστος επιβάλλει στους παραγωγούς εκπαιδευτικών ταινιών επιλογές με βάση το κέρδος και αυτό που θεωρούν ότι «πουλάει» στο ευρύ κοινό. Για τούτο, όπως διαπιστώνουν διακεκριμένοι παιδαγωγοί, οι εκπαιδευτικές-παιδαγωγικές ταινίες είναι συχνά γενικόλογες και δεν εκπληρώνουν κάποιο συγκεκριμένο σκοπό. Υπάρχουν, όμως, και άλλα προβλήματα τεχνολογικής

φύσεως που καθιστούν δύσκολη έως αδύνατη την παραγωγή εκπαιδευτικών ταινιών. Μια ταινία είναι ένα ολοκληρωμένο προϊόν που δύσκολα τροποποιείται, αφού οποιαδήποτε αλλαγή σε μια σεκάνς συνεπάγεται αλλαγές, που κοστίζουν πολύ ακριβά, στο ηχητικό μέρος της ταινίας. Αυτά τα προβλήματα κάνουν το είδος λιγότερο ευέλικτο από άλλα οπτικοακουστικά μέσα, όπως, για παράδειγμα, το μοντάζ σταθερών εικόνων.

Ωστόσο, επειδή ο κινηματογράφος είναι ένα ιδιαίτερα ισχυρό οπτικοακουστικό μέσο, αξίζει τον κόπο να αναφερθούμε σύντομα στην οπτικοακουστική γλώσσα που το χαρακτηρίζει. Άλλωστε, οποιαδήποτε προσέγγιση της κινηματογραφικής ταινίας αναφέρεται και στη βιντεοταινία, η οποία, σε αντίθεση με τον κινηματογράφο, γνωρίζει ευρύτατη χρήση στην εκπαιδευτική διαδικασία.

Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα της κινηματογραφικής ταινίας εντοπίζεται στη λειτουργία του θεάματος που προσελκύει το ενδιαφέρον του δέκτη και συμβάλει στην ευαισθητοποίησή του για κάποιο θέμα. Η ιδιαιτερότητα και ο πλούτος της κινηματογραφικής γλώσσας οφείλονται στο συνδυασμό στοιχείων, όπως είναι η κίνηση, η διήγηση, ο ρυθμός, αλλά και στο συνδυασμό διαφορετικών ειδών, όπως είναι το ρεπορτάζ, η επιστημονική φαντασία, το ντοκιμαντέρ, και βέβαια, η μυθοπλασία.

Επίσης, η παρακολούθηση μιας κινηματογραφικής ταινίας είναι κάτι εντελώς διαφορετικό από την παρακολούθηση κάποιου άλλου οπτικοακουστικού μέσου, για παράδειγμα, μιας τηλεοπτικής ταινίας ή εκπομπής. Όλοι γνωρίζουμε ότι η παρακολούθηση της τηλεόρασης γίνεται συνήθως σε φωτεινό και οικείο χώρο, μαζί με άλλα πρόσωπα που συζητούν, σχολιάζουν, διακόπτουν, κ.λπ. Αντιθέτως, η παρακολούθηση της κινηματογραφικής ταινίας γίνεται μέσα σε μια σκοτεινή αίθουσα, που δημιουργεί μια υποβλητική και επιβλητική ατμόσφαιρα, όπου ο καθένας νιώθει μόνος, έστω και αν βρίσκεται μέσα στο πλήθος. Ο σκηνοθέτης «παίζει» με τα δραματικά στοιχεία χρησιμοποιώντας τη μαγεία του κινηματογράφου που καθλώνει το θεατή.

Μια εκπαιδευτική ταινία συγκεντρώνει όλα τα πλεονεκτήματα του κινηματογράφου όσον αφορά στην προβολή, ενώ συγχρόνως αγγίζει την αισθητική αλλά και συναισθηματική πλευρά του δέκτη. Οι συνθήκες προβολής αποτελούν ισχυρό παράγοντα για την ενεργοποίηση και τη διατήρηση του ενδιαφέροντος του εκπαιδευόμενου-δέκτη, γεγονός που διευκολύνει τη διαδικασία της μάθησης.

3.1.1. Ταινίες κλειστής και ανοιχτής δομής

Τα οπτικοακουστικά μηνύματα, ανεξάρτητα από το μέσο μετάδοσής τους, διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες ανάλογα με τη δομή του μηνύματος και τους εκπαιδευτικούς σκοπούς που καλούνται να εξυπηρετήσουν: α) Τα μηνύματα κλειστής δομής και β) τα μηνύματα ανοιχτής δομής.

α) Ταινίες κλειστής δομής

Εκπαιδευτικές ταινίες κλειστής δομής ονομάζονται εκείνες που αφήνουν στο δέκτη μικρά περιθώρια πολλαπλών αναγνώσεων και ερμηνειών. Οι πρώτες εκπαιδευτικές ταινίες κλειστής δομής δημιουργήθηκαν στις συνθήκες του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου για τις συγκεκριμένες ανάγκες της γρήγορης και μαζικής εκπαίδευσης ενός μεγάλου αριθμού αμερικανών πιλότων τη στιγμή που η αεροπορία των ΗΠΑ έμπαινε στον πόλεμο. Μετά τον πόλεμο, οι ταινίες κλειστής δομής βρήκαν πεδίο ανάπτυξης στη μαζική βιομηχανική παραγωγή, όπου η εκμάθηση της λειτουργίας και χρήσης των μηχανών ή μιας παραγωγικής διαδικασίας απαιτούσαν τη μετάδοση συγκεκριμένων γνώσεων και τεχνικών με διδακτικό και αναλυτικό τρόπο.

Στις ταινίες κλειστής δομής το μήνυμα δομείται με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνεται εύκολα και γρήγορα κατανοητό, δίχως να εμπλουτίζεται με πολλά νοήματα και συμπαραδηλώσεις. Βεβαίως, αυτού του είδους η οπτικοακουστική παραγωγή δεν αντιπροσωπεύει το σύνολο του εκπαιδευτικού κινηματογράφου. Μπορεί όμως να είναι χρήσιμη στο βαθμό που μεταφέροντας μια ζωντανή εμπειρία στην οθόνη συμβάλει στην αφαιρετική και αναλυτική διαδικασία της μάθησης. Αντιλαμβανόμαστε τη συμβολή τέτοιων εκπαιδευτικών ταινιών στην επιμόρφωση και στην επαγγελματική κατάρτιση των ενηλίκων, όταν, για παράδειγμα, το υποκείμενο μπορεί να δει «ζωντανά» μπροστά στα μάτια του τη λειτουργία ενός εργοστασίου ή την εξέλιξη ενός χημικού φαινομένου.

Είναι γνωστό ότι οι κινηματογραφικές τεχνικές διευρύνουν το πεδίο της ανθρώπινης φύσης και σκέψης και ο διάσημος επικοινωνιολόγος Mc Luhan ήταν ο πρώτος που χαρακτήρισε τα οπτικοακουστικά μέσα «προέκταση» του ανθρώπινου σώματος. Πράγματι, ο κινηματογράφος δίνει στο θεατή τη δυνατότητα να παρατηρήσει την εξέλιξη και ολοκλήρωση ενός φαινομένου που στην πραγματικότητα διαρκούν μέρες ή μήνες. Όπως η αεροφωτογραφία, με την απεικόνιση της πανοραμικής θέας ενός τοπίου, προσφέρει την παράσταση μιας πραγματικότητας την οποία το ανθρώπινο μάτι αδυνατεί να συλλάβει, έτσι και ο μικρο-κινηματογράφος επιτρέπει την παρατήρηση κάποιων, αόρατων στο γυμνό

μάτι, αντιδράσεων του ανθρώπινου σώματος, όπως π.χ. η λειτουργία των κυττάρων, κ.ά.

Με αυτή την έννοια, η προσφορά του κινηματογράφου στην ανάπτυξη της επιστήμης και της γνώσης είναι τεράστια. Εκτός όμως από αυτή τη διάσταση υπάρχουν και πολλά παιδαγωγικά πλεονεκτήματα στην ίδια την τεχνική του εκπαιδευτικού κινηματογράφου. Για παράδειγμα, η σαφήνεια και η ακρίβεια που απαιτεί το τεχνικό ντεκουτάζ μιας ταινίας αποτελεί καθεαυτή μαθησιακή διαδικασία που βασίζεται στις αρχές της προγραμματισμένης διδασκαλίας, καθώς είναι αναμφισβήτητο ότι η αποσύνθεση ενός μηνύματος σε απλές ενότητες και η σύνδεσή τους μέσω διαδοχικών εικόνων (μοντάζ) συμβάλλει στην κατανόηση πολλών φαινομένων.

Υπάρχουν όμως και ορισμένοι κανόνες που αφορούν στον τρόπο ένταξης αυτών των ταινιών στην εκπαιδευτική διαδικασία, κανόνες που ο εκπαιδευτής καλείται να γνωρίζει και να εφαρμόζει κατά τη χρήση μιας ταινίας.

1. Πριν από την προβολή της ταινίας είναι χρήσιμο να υπάρχει ένα σχόλιο που να εντάσσει την ταινία σε ένα γενικότερο πλαίσιο.
2. Τίποτε δεν απαγορεύει τη χρήση άλλων οπτικών και ηχητικών μέσων, όπως είναι οι σταθερές εικόνες, το μαγνητόφωνο, το βιβλίο, κ.λπ. για την ενίσχυση της μαθησιακής διαδικασίας.
3. Μετά την προβολή, ο/η εκπαιδευτής/-τρια καλείται να δημιουργήσει ένα κλίμα ελεύθερης συζήτησης με τους/τις εκπαιδευομένους/-ες, γεγονός που θα επιτρέψει σε αυτούς/-ές να εκφράσουν τις απόψεις τους και στον/την ίδιο/-α να ελέγξει αν σημαντικά σημεία της ταινίας έγιναν πράγματι κατανοητά. Ο συνδυασμός πολλών μέσων, όπως ήδη αναφέραμε, προσφέρεται για έναν τέτοιο έλεγχο και παραπέμπει στο αποκαλούμενο «σύστημα πολυμέσων», δηλαδή, στην ταυτόχρονη και συστηματική χρησιμοποίηση πολλών και διαφορετικών οπτικών και ακουστικών μέσων.

Σε κάθε περίπτωση, η παρέμβαση του/της εκπαιδευτή/-τριας είναι εξαιρετικά σημαντική, αφού ακόμη μια ταινία κλειστής δομής μπορεί να αποτελέσει έναυσμα προβληματισμού και ευαισθητοποίησης, ακριβώς όπως μια ταινία ανοικτής δομής μπορεί να λειτουργήσει ως κλειστό μήνυμα, αν ο/η εκπαιδευτής/-τρια παρεμποδίσει, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, την ελεύθερη ατομική ή συλλογική έκφραση.

β) Ταινίες ανοικτής δομής

Οι ταινίες ανοικτής δομής θέτουν διαφορετικά εκπαιδευτικά και παιδαγωγικά ζητήματα από εκείνα που έχουμε να αντιμετωπίσουμε με τις ταινίες κλειστής δομής.

Στην περίπτωση αυτή, δεν έχουμε να κάνουμε με τη μετάδοση μιας συγκεκριμένης γνώσης ή πληροφορίας, αλλά με την προβολή θεμάτων ή προβλημάτων που αφορούν ατομικές και συλλογικές συμπεριφορές, κοινωνικά γεγονότα, ψυχολογικές καταστάσεις, κ.λπ. Για παράδειγμα, είναι φανερό ότι κατά την επαγγελματική τους κατάρτιση οι εργαζόμενοι/-ες μιας επιχείρησης ή οι υπάλληλοι ενός διοικητικού οργανισμού δεν αρκεί να γνωρίζουν μόνο τη συγκεκριμένη εργασία που έχουν να επιτελέσουν, αλλά να έχουν και γνώσεις για τη λειτουργία του θεσμού ή για τα επικοινωνιακά προβλήματα που δημιουργούν οι ιεραρχικές δομές στον εργασιακό χώρο. Με τον ίδιο τρόπο, οι πωλητές ενός προϊόντος δεν αρκεί να γνωρίζουν τις ιδιότητες του προϊόντος που καλούνται να διαθέσουν στην αγορά, αλλά και ότι η πώληση καθαυτή είναι μια επικοινωνιακή πράξη, η οποία προϋποθέτει τη συνάντηση και την ανταλλαγή ανάμεσα σε δύο ή περισσότερα πρόσωπα.

Αν η παραπάνω διαπίστωση ισχύει για τον απλό πωλητή ενός προϊόντος, καταλαβαίνουμε πόσο σημαντική είναι η επικοινωνιακή διάσταση ανάμεσα στον/την εκπαιδευτή/-τρια και την ομάδα των εκπαιδευομένων. Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια - επιμορφωτής/-τρια ασκεί ένα επάγγελμα που δεν περιορίζεται στην απλή μετάδοση γνώσεων και πληροφοριών, αλλά διαμορφώνει συμπεριφορές και στάσεις, και μάλιστα σε ευαίσθητες κατηγορίες του πληθυσμού, όπως είναι οι άνεργοι ή οι γυναίκες. Από αυτή τη σκοπιά, το επάγγελμα του επιμορφωτή απαιτεί την επαρκή γνώση του επικοινωνιακού φαινομένου, δηλαδή, των πολύπλοκων διαδικασιών που προκύπτουν από τις ταχύτατες οικονομικές και κοινωνικές αλλαγές της εποχής μας.

Οι ταινίες ανοιχτής δομής χρησιμεύουν ακριβώς στο να προκαλούν αντιδράσεις και προβληματισμούς, να ευνοούν το διάλογο και την επικοινωνία, να διαμορφώνουν στάσεις απέναντι σε κοινωνικά γεγονότα. Είτε πρόκειται για ένα ντοκιμαντέρ είτε για την παρουσίαση ή τη μελέτη μιας περίπτωσης, οι διαφορές ανάμεσα στις ταινίες ανοιχτής δομής και σε εκείνες που έχουν καθαρά διδακτικό σκοπό είναι πολλές. Οι ταινίες ανοιχτής δομής λειτουργούν πρωτίστως ως θέαμα χρησιμοποιώντας τους ειδικούς κώδικες που κάνουν το δέκτη να αισθάνεται ότι βρίσκεται στο επίκεντρο της αφήγησης και να ταυτίζεται με τα πρόσωπα και τις καταστάσεις μιας αφήγησης.

Ωστόσο, η παιδαγωγική χρήση μιας ταινίας ανοιχτής δομής δεν είναι εύκολη υπόθεση, αφού οι κώδικες του θεάματος μπορεί να προκαλούν πολλές και ποικίλες αντιδράσεις, από την αποδοχή και την ταύτιση μέχρι την απόρριψη. Για τούτο, ο λόγος του εκπαιδευτή έχει βαρύνουσα σημασία, ενώ ο ρόλος του μοιάζει λίγο με το ρόλο του κριτικού του κινηματογράφου και γενικότερα της τέχνης.

Το έργο του εκπαιδευτή, μετά την προβολή ενός οπτικοακουστικού μηνύματος ανοιχτής δομής, μοιάζει με το έργο του κριτικού στο βαθμό που καλείται να προκαλέσει την αποστασιοποίηση με την επίγνωση ότι αυτή αποτελεί πηγή

παιδαγωγικού ενδιαφέροντος και πλούτου για τον/την εκπαιδευόμενο/-η. Η απομάκρυνση από τη μαγεία της εικόνας είναι μια ικανότητα που προϋποθέτει ότι ο δέκτης δε «βλέπει» απλώς αλλά «διαβάζει» την εικόνα. Γι' αυτό το λόγο, είναι απαραίτητες ορισμένες στοιχειώδεις γνώσεις της κινηματογραφικής γλώσσας, αν και η καταλληλότερη μέθοδος είναι η πρακτική άσκηση υλοποίησης μιας ταινίας, η εμπειρία «πίσω από το φακό». Το υποκείμενο που κατασκευάζει μια ταινία βλέπει την πραγματικότητα μέσω του ειδικού πλαισίου της μηχανής (cadre), γεγονός που επιβάλλει την απόσταση από την πραγματικότητα. Η οπτικοακουστική παιδαγωγική συναντά εδώ την πεμπτούσια της εκπαιδευτικής διαδικασίας, της οποίας στόχος είναι να μεταδώσει και να διατηρήσει την απόσταση ανάμεσα στο υποκείμενο της θέασης (δέκτης) και το αντικείμενο (ταινία), ανάμεσα στο Εγώ και το Άλλο.

Οι τρόποι με τους οποίους ο/η εκπαιδευτής/-τρια μπορεί να συμβάλλει στην αποστασιοποίηση του δέκτη από την εικόνα είναι πολλοί. Για παράδειγμα, ο/η εκπαιδευτής/-τρια προετοιμάζει ψυχολογικά το κοινό πριν από την προβολή μιας ταινίας, γεγονός που σημαίνει ότι εντάσσει τη συγκεκριμένη ταινία σε ένα γενικότερο εκπαιδευτικό και κοινωνικό πλαίσιο με βάση τους στόχους του (επικοινωνία, έκφραση, αλλαγή συμπεριφοράς, προβληματισμός, κ.λπ.), δίχως βέβαια να την περιγράψει. Από αυτό το πρώτο στάδιο οι δέκτες συμμετέχουν ήδη στην όλη διαδικασία, εκφράζονται και θέτουν ερωτήματα ή ζητήματα σχετικά με το θέμα.

Μετά την προβολή της ταινίας απαιτείται ιδιαίτερη ευαισθησία από τον/την εκπαιδευτή/-τρια που δε χρειάζεται να σπεύσει να καλύψει με το λόγο του το «κενό» που πάντα δημιουργείται ανάμεσα στο τέλος μιας ταινίας και το δέκτη. Αυτό το κενό, ο χρόνος της σιωπής μπορεί να προκαλεί μια περίεργη αμηχανία, είναι όμως χρόνος δημιουργικός για προσωπικές σκέψεις και προβληματισμό. Στη συνέχεια, όταν η ομάδα αρχίζει να εκφράζεται, ο/η εκπαιδευτής/-τρια αποφεύγει τη δική του ερμηνεία για να ευνοήσει την έκφραση όλων των απόψεων, έστω και αν αυτές είναι αδόμετες. Μόνο στο τέλος αυτής της διαδικασίας ο/η εκπαιδευτής/-τρια παρεμβαίνει για να βοηθήσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να δομήσουν το πλούσιο, αλλά ανοργάνωτο υλικό που προκύπτει από τις διαφορετικές «αναγνώσεις» της ταινίας.

Ένα άλλο σημαντικό πεδίο της εκπαιδευτικής παρέμβασης είναι η μετάβαση των εκπαιδευόμενων από τα πρόσωπα και τις καταστάσεις της ταινίας στη δική τους προσωπική κατάσταση. Αυτό σημαίνει πρακτικά ότι ο/η εκπαιδευτής/-τρια δεν ταυτίζεται με την ταινία και τους δημιουργούς της, έστω και αν θεωρεί ότι πρόκειται για την καλύτερη ταινία του κόσμου, αλλά δέχεται την κριτική και τις διαφορετικές αξιολογήσεις.

Η γαλλίδα παιδαγωγός G. Jacquinoṫ, ειδική σε θέματα χρήσης των οπτικοακουστικών μέσων στην εκπαίδευση, σε ένα εξαιρετικό έργο με τίτλο: «*Εικόνα*

και Παιδαγωγική» σχολιάζει αναλυτικά και συγκεκριμένα τη δομή μιας εκπαιδευτικής ταινίας, τονίζοντας τις διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα στην εκπαιδευτική ταινία και τον πραγματικό κόσμο, καθώς και τον ιδιαίτερο ρόλο του θεάματος. Η ίδια υπογραμμίζει ότι αυτό που η κινηματογραφική ταινία μεταφέρει στο θεατή δεν είναι η πραγματικότητα, αλλά μια εικόνα της πραγματικότητας, μια αυταπάτη, μια ψευδαίσθηση (Jacquino, 1977). Αυτό οφείλεται στο ότι η κινηματογραφική ή τηλεοπτική εικόνα είναι προϊόν ορισμένων τεχνικών παρεμβάσεων, όπως είναι το καθάρισμα, η συγκεκριμένη γωνία λήψης, ο φωτισμός, κ.λπ., που σε όλες τις περιπτώσεις προϋποθέτουν ορισμένες επιλογές. Με αυτή την έννοια, όλες οι ταινίες, ακόμη και αυτές που καθηλώνουν το θεατή μαγεμένο και ευλαβικά προσηλωμένο στην αφήγηση, εμπεριέχουν αυτό που αποκαλείται «τρικ», δηλαδή κάποιο τέχνασμα. Έτσι, όσο και αν η εικόνα μιας κατάστασης φαίνεται πειστική δεν παύει να είναι μια αναπαράσταση της πραγματικής κατάστασης. Η πραγματική δουλειά ενός εργάτη σε ένα σύγχρονο εργοστάσιο δεν είναι, δεν μπορεί να είναι ίδια με την εικόνα του σε μια ταινία, όπου η πιο απλή κίνηση επαναλαμβάνεται πολλές φορές σε ρυθμό διαφορετικό από τον πραγματικό και σε συνθήκες πολύ διαφορετικές (στούντιο, κάμερες, φωτισμός, κ.λπ.) από εκείνες που επικρατούν σε ένα εργοστάσιο.

Αυτή η διάσταση που αποδεικνύει ότι η εικόνα των τεχνολογικών οπτικοακουστικών μέσων δεν είναι η πραγματικότητα, αποτελεί το βασικότερο κανόνα για τη χρήση των οπτικοακουστικών μέσων στην εκπαίδευση και, συγχρόνως, την ουσιώδη προϋπόθεση για την κατανόηση και την κριτική των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Η εκπαιδευτική ταινία είναι το πιο αποτελεσματικό εργαλείο για να ανακαλύψουμε την απόσταση ανάμεσα στην πραγματικότητα και την εικόνα της πραγματικότητας και να απομυθοποιήσουμε την τεράστια εξουσία της οπτικοακουστικής τεχνολογίας που καθιστά δυνατή την «κατασκευή» της πραγματικότητας.

3.2. Η τηλεοπτική διαφήμιση

Η τηλεοπτική διαφήμιση αποτελεί το συνδυαστικό κρίκο ανάμεσα στον παραγωγό ενός προϊόντος και τον καταναλωτή του. Τα τελευταία χρόνια οι τεχνικές της διαφήμισης γίνονται όλο και πιο εκλεπτυσμένες, με αποτέλεσμα η διαφήμιση να αναγορεύεται σε υψηλή τέχνη με κύριο χαρακτηριστικό την αποσύνδεση του προϊόντος από την εικόνα που εμφανίζεται στην οθόνη. Η εικόνα που εκπέμπεται είναι μια μυθική εικόνα, μια εικόνα του ονείρου και πρωταρχικός στόχος είναι η δημιουργία ενός κλίματος, μιας περιρρέουσας ατμόσφαιρας που συνοδεύει το προϊόν και όχι τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του προϊόντος. Έτσι λέμε ότι η διαφήμιση είναι πλέον «ποιοτική» ή «ερωτική» (Durand, 1970).

Ο καταναλωτής δεν επιλέγει πλέον με βάση τις πραγματικές του ανάγκες και την πραγματική υπόσταση του προϊόντος, αλλά με βάση τις συνειδητές και ασυνειδητές (κυρίως ασυνειδητές) επιθυμίες του και το «όνειρο» που κατασκευάζεται γύρω από το προϊόν.

3.2.1. Οι αναπαραστάσεις των φύλων στην τηλεοπτική διαφήμιση

Τα διαφημιστικά μηνύματα εκπέμπουν μια «παραμορφωμένη» εικόνα των δύο φύλων, η οποία ωστόσο είναι αρκετά κοντινή στους ανδρικούς και γυναικίους ρόλους, τους οποίους κάθε κοινωνία αποδέχεται, προωθεί ή επιδιώκει να επιβάλει. Ένα ενδιαφέρον στοιχείο είναι ότι σε σύγκριση με το παρελθόν οι σημερινές συνθήκες ευνοούν τη σύλληψη και την παρουσίαση ενός προϊόντος σε παγκόσμια κλίμακα. Αν αναλογιστούμε ποιες είναι οι γενικότερες κοινωνικο-οικονομικές συνθήκες της εποχής μας αντιλαμβανόμαστε ότι η κυρίαρχη αντίληψη στο χώρο της διαφήμισης δεν είναι άλλη από εκείνη που διαμορφώνουν οι πολιτισμικές αξίες της αμερικανικής κοινωνίας. Σε αυτό το κοινωνικό πλαίσιο η διαφήμιση, απομακρυνόμενη όλο και περισσότερο από την πραγματικότητα, γίνεται ένας καθρέφτης, έστω παραμορφωτικός, των κοινωνικών ρόλων των φύλων. Συγχρόνως, όμως, είναι και ένα φορέας ιδεολογίας που άλλοτε αναπαράγει και άλλοτε δημιουργεί στερεότυπα, τα οποία επιβάλλονται και διαμορφώνουν τα άτομα σύμφωνα με τα κριτήρια και το αξιακό σύστημα των σύγχρονων δυτικών κοινωνιών.

Στο επίπεδο των στερεοτύπων των φύλων η διαφήμιση αποτελεί συνήθως αντικατοπτρισμό της πραγματικότητας, μολονότι σε αρκετές περιπτώσεις μπορεί και να δημιουργεί νέα στερεότυπα. Η διαφήμιση προτείνει εικόνες στο δέκτη με στόχο την ταυτοποίηση επιβεβαιώνοντας τόσο τους άνδρες όσο και τις γυναίκες στους στερεοτυπικούς τους ρόλους. Αυτή η λειτουργία είναι ακόμη πιο σημαντική αν αναλογιστούμε ότι οι γυναίκες παίζουν σήμερα έναν προνομιακό ρόλο στον τομέα της καθημερινής ζωής και ιδιαίτερα στο πεδίο των καταναλωτικών συμπεριφορών.

Οι παραδοσιακές εικόνες

Είναι εμφανές ότι τα γυναικεία πρότυπα της τηλεοπτικής διαφήμισης είναι στην πλειονότητά τους παραδοσιακά. Οι γυναικείες εικόνες των διαφημιστικών μηνυμάτων αναφέρονται στους αρχετυπικούς ρόλους της γυναίκας, αυτούς δηλαδή που εύκολα και άνετα αναγνωρίζει η κοινωνία: η μητέρα, η σύζυγος, η ερωμένη. Οι γυναίκες εμφανίζονται ως προς τον άνδρα, παρόντα (ορατό) ή απόντα (αόρατο), αλλά πάντα ισχυρό, και τοποθετούνται σε ένα χώρο παραδοσιακά γυναικείο: το σπίτι. Από την

κουζίνα στο σαλόνι, περνώντας από το μπάνιο και την κρεβατοκάμαρα, η γυναίκα της παραδοσιακής διαφήμισης κάνει οικιακές εργασίες, ολοκληρώνεται μέσω μιας σεξουαλικότητας που έχει στόχο την αναπαραγωγή ή μεταμορφώνεται σε ονειρικό πλάσμα που σαγηνεύει τον άνδρα πάντα μέσα σε μια πλήρη αδράνεια. Η παραδοσιακή εικόνα είναι αυτή που δείχνει τη γυναίκα σχεδόν πάντα διαθέσιμη ερωτικά, προκλητική, τροφοδότρια μύχιων σεξουαλικών φαντασιώσεων ή άκρως ναρκισσιστική, μια γυναίκα που πάνω από όλα αρέσει στον ίδιο τον εαυτό της.

Στο επίπεδο της αρχετυπικής μητρικής εικόνας, η γυναίκα είναι ο φρουρός του σπιτιού, είναι αυτή που εξασφαλίζει τη συνέχεια της οικογενειακής οντότητας: είναι πρωτίστως τροφός και μαγείρισσα. Οι διαφημιστικές εικόνες ποντάρουν ιδιαίτερα στο «καθήκον» της καταναλώτριας που φέρει την ευθύνη για τη σωστή διατροφή της οικογένειας και κυρίως των παιδιών. Σε μια εποχή που, για την πλειονότητα των ατόμων στις ανεπτυγμένες κοινωνίες, το πρόβλημα δεν είναι η επιβίωση, η διαφήμιση στρέφεται σε προϊόντα πολυτελείας (λιγότερα λιπαρά) ανάλογα πάντα με τις ανάγκες της αγοράς. Συχνά φαίνεται η ικανοποίηση που αντλεί ολόκληρη η οικογένεια από την κατανάλωση προϊόντων μέσω της μητέρας που αγρυπνά και φροντίζει, πιστή στις παραδοσιακές αξίες της ελληνικής οικογένειας. Σιγά-σιγά, όμως, νέες αξίες έρχονται στο προσκήνιο, όπως για παράδειγμα η ευκολία και η ταχύτητα παρασκευής του φαγητού ή η κατανάλωση έτοιμων φαγητών που απελευθερώνουν τη γυναίκα από την κουζίνα. Η γυναίκα εμφανίζεται πιο οργανωτική και αποτελεσματική εκμεταλλευόμενη τις ανέσεις που προσφέρει ο σύγχρονος τρόπος ζωής και η τεχνολογία.

Μια άλλη σημαντική κατηγορία διαφημιστικών μηνυμάτων αφορά στα προϊόντα καθαρισμού και υγιεινής του σπιτιού και των προσώπων. Εδώ η φαντασία των δημιουργών χρησιμοποιεί ασυνείδητους φόβους ή φοβίες που πλανώνται με στόχο την προώθηση μια παρορμητικής αγοράς του προϊόντος και όχι μιας σκεπτόμενης ορθολογικής αγοράς. Άρρητα, η διαφήμιση στηρίζεται στην ανάπτυξη μιας ιδιαίτερης αγωνίας που σημαδεύει την εποχή μας, την αγωνία καταπολέμησης των μικροβίων που συχνά καταλήγει σε μια νεύρωση καθαριότητας από την οποία υποφέρουν πολλές γυναίκες.

Το ψυχαναλυτικό υπόβαθρο είναι ακόμη πιο ξεκάθαρο, όταν το μήνυμα αναφέρεται όχι στη νοικοκυρά, αλλά στη γυναίκα που γοητεύει. Για να γοητεύσει, πρέπει να είναι καθαρή και όλα τα προϊόντα της προσωπικής σωματικής υγιεινής τίθενται στην υπηρεσία της: από τα μαλλιά μέχρι την περιποίηση των ποδιών, περνώντας από την υγιεινή του σώματος, η διαφήμιση εκμεταλλεύεται το ασυνείδητο άγχος. Το να αρέσεις προϋποθέτει να είσαι καθαρή και λαμπερή, ένα αντικείμενο έτοιμο για κατανάλωση, αναπαράσταση που η κοινωνία αναγνωρίζει και αποδέχεται.

Με τον ερωτισμό που αποπνέει η διαφήμιση, είναι φανερό ότι η γυναικεία εικόνα γίνεται μια αξία που συνοδεύει ένα πλήθος προϊόντων που δεν την αφορούν. Το γυμνό γυναικείο σώμα είναι μια εικόνα που συνοδεύει, κυρίως, προϊόντα που απευθύνονται σε άνδρες καταναλωτές.

Οι μοντέρνες εικόνες

Παράλληλα με τις παραδοσιακές εικόνες εμφανίζονται όλο και συχνότερα σύγχρονες εικόνες που σχετίζονται κυρίως με τη γυναικεία εργασία. Έτσι, η γυναίκα εμφανίζεται σε ορισμένα επαγγέλματα και θέσεις που απαιτούν επένδυση και ενεργητικότητα. Η σύγχρονη τεχνολογία (αυτοκίνητα, οικιακές συσκευές, συσκευές περιποίησης, κινητή τηλεφωνία, κ.ά.) τίθεται στην υπηρεσία της γυναίκας για να κερδίσει χρόνο. Επίσης, σε κάποια μηνύματα, ο άνδρας εμφανίζεται να εκτελεί οικιακές εργασίες πάντα με την παρουσία της γυναίκας (βάζει πλυντήριο, πλένει τα πιάτα ή μαγειρεύει). Βέβαια, τα επαγγέλματα που εμφανίζονται είναι σε μεγάλο βαθμό στερεοτυπικά, όπως για παράδειγμα, η γραμματέας, η δημόσιος υπάλληλος αλλά και η διευθύνουσα σύμβουλος που κάνει καριέρα.

Ένας άλλος τομέας μηνυμάτων αφορά στη χρήση του ελεύθερου χρόνου, το χρόνο του ταξιδιού ή των διακοπών. Σε αυτή την περίπτωση, η γυναίκα μετατρέπεται σε μια μυθική φιγούρα που καλεί στο όνειρο και τη φυγή από την πραγματικότητα. Ημίγυμνη, με τέλειο σώμα, μαυρισμένη... Σε ακρογιαλιές ή σε ακριβά ξενοδοχεία, σε εξωτικούς τόπους, η γυναίκα απολαμβάνει το χρόνο της και συγχρόνως αφήνει ανοικτή τη φαντασία για όλες τις απολαύσεις που συνοδεύουν τη φυγή από την καθημερινότητα.

Οι υπεσύγχρονες εικόνες

Ο άνδρας και η γυναίκα δεν εμφανίζονται πλέον σε διχοτομικούς στερεοτυπικούς ρόλους, αλλά ως το σύγχρονο ζευγάρι της μετανεωτερικής κοινωνίας, κατασκευάζοντας, έτσι, ένα νέο στερεότυπο.

Η κλασική φαντασίωση του άνδρα που συνέδεε την κατοχή ενός αυτοκινήτου με την ερωτική κατάκτηση και τη σεξουαλική κατοχή της γυναίκας, η ερωτικοποίηση ενός μηχανικού αντικειμένου ικανού να ικανοποιήσει κάθε βαθύτερη επιθυμία, παραχωρεί τη θέση της σε μια ορθολογικοποίηση των πραγμάτων, όπου το κυρίαρχο δεν είναι πια ο άνδρας και το αυτοκίνητό του, αλλά το ζευγάρι και τα παιδιά του στο αυτοκίνητό τους. Έτσι, το αυτοκίνητο γίνεται μια οικογενειακή υπόθεση. Η γυναίκα, επίσης, έχει και αυτή δικαίωμα στην ιδιοκτησία του μέσου. Το όνειρο της κατοχής

αφορά και στους δύο για να ζήσουν μια παλιά περιπέτεια που η διαφήμιση ξέρει να την αποθεώνει: την περιπέτεια της κατάκτησης του χώρου και του χρόνου.

Συμπερασματικά

Η συνύπαρξη παραδοσιακών, μοντέρνων και υπερσύγχρονων εικόνων δεν καταργεί τα παραδοσιακά στερεότυπα των φύλων. Έτσι, μολονότι οι γυναίκες κατέκτησαν σε ένα μεγάλο βαθμό δικαιώματα, μια θέση στην εκπαίδευση και την αγορά εργασίας, οι διαφημιστικές εικόνες εξακολουθούν να προβάλλουν κυρίως παραδοσιακές εικόνες. Ίσως επειδή, ακόμη και όταν η γυναίκα εργάζεται, εξακολουθεί να καταναλώνει και να αγοράζει με βάση τις παραδοσιακές λογικές. Η μεταμόρφωση της οικονομικής της θέσης δε σήμανε και μια αλλαγή των ψυχολογικών στάσεων και των καταναλωτικών συμπεριφορών. Με αυτή την έννοια, δεν είναι στα διαφημιστικά μηνύματα που πρέπει να αναζητήσουμε τις εικόνες μιας απελευθερωμένης γυναίκας, αλλά στην ίδια την κοινωνική πραγματικότητα.

4. ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ/-ΤΡΙΩΝ / ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΩΝ/-ΤΡΙΩΝ

Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια επιμορφωτής/-τρια που αποφασίζει να χρησιμοποιήσει τα οπτικοακουστικά μέσα στην εκπαιδευτική πρακτική έχει να αντιμετωπίσει δύο βασικές κατηγορίες προβλημάτων :

α) Προβλήματα τεχνικής φύσεως που προκύπτουν από τη χρήση των τεχνολογικών προϊόντων και απαιτούν μια σχετική προετοιμασία (π.χ. μετατροπή μιας αίθουσας διδασκαλίας σε αίθουσα προβολής, λειτουργία του μηχανήματος, κ.ά.). Αυτά τα προβλήματα που συχνά τρομάζουν τους/τις εκπαιδευτές/-τριες, αντιμετωπίζονται εύκολα, αφού η χρήση μιας φωτογραφικής μηχανής, ενός μαγνητόφωνου, μιας βιντεοκάμερας, αλλά ακόμη και των ηλεκτρονικών υπολογιστών αποτελεί πλέον καθημερινή πρακτική.

Αυτό που ουσιαστικά είναι δυσκολότερο -και έχει διαπιστωθεί σε πολλές έρευνες- είναι η υπέρβαση του συμπλέγματος φόβου και κατωτερότητας που αισθάνονται αρκετοί/-ές εκπαιδευτές/-τριες μπροστά στα τεχνολογικά μηχανήματα. Αν οι αντιστάσεις των εκπαιδευτών/-τριών απέναντι στην τεχνολογία ξεπεραστούν, η απόκτηση τεχνικών γνώσεων για μια ικανοποιητική χρήση των μέσων γίνεται μια εύκολη υπόθεση.

β) Το δεύτερο ζήτημα, που είναι και το σοβαρότερο, είναι το πεδίο της γνώσης της οπτικοακουστικής γλώσσας. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η γνώση της ιδιαιτερότητας της οπτικοακουστικής γλώσσας είναι πιο περίπλοκη, αφού παραπέμπει σε ένα ευρύ πεδίο επιστημών: από την κοινωνιολογία και την ψυχολογία μέχρι τις θεωρίες της επικοινωνίας και τη σημειολογία. Δυστυχώς, η οπτικοακουστική διδασκαλία των ίδιων των εκπαιδευτικών ανεξαρτήτως ειδικότητας είναι, σε μεγάλο βαθμό, περιθωριακή στη χώρα μας.

Ένα άλλο, επίσης, σημαντικό ζήτημα για τον/την εκπαιδευτή/-τρια είναι η ανάδειξη του ιδιαίτερου ρόλου του/της κατά τη χρήση της τεχνολογίας. Αυτός ο ρόλος σε καμία περίπτωση δεν αναιρείται από την παρέμβαση των μέσων, τα οποία δεν αποτελούν καθεαυτά καινοτόμο και ριζοσπαστική μέθοδο διδασκαλίας. Αυτό έχει αποδειχθεί στην πράξη και αποτελεί αναμφισβήτητο γεγονός ότι μια παραδοσιακή, από παιδαγωγική σκοπιά, χρήση ακόμη και των πλέον σύγχρονων μέσων όχι μόνο αναιρεί τη συμβολή τους, αλλά μπορεί να ενισχύσει την παραδοσιακή παιδαγωγική. Η παραδοσιακή χρήση σημαίνει πρωτίστως ότι τα τεχνολογικά μέσα λειτουργούν ως απλά διακοσμητικά στοιχεία του από καθέδρας μαθήματος, δίχως ουσιαστική δομική ενσωμάτωση στη σύνολη εκπαιδευτική διαδικασία. Για τούτο, έχει βαρύνουσα σημασία η γνώση και η ανάπτυξη μιας οπτικοακουστικής παιδαγωγικής που θέτει στο επίκεντρο τον τρόπο ένταξης των μέσων στην εκπαιδευτική διαδικασία. Αυτός ο

τρόπος σημαίνει συχνά άρνηση του παραδοσιακού ρόλου του εκπαιδευτή, ο οποίος καλείται να πάρει αποστάσεις από το κλασικό μάθημα και τη διαρκή προσπάθεια επεξήγησης. Για παράδειγμα, η σιωπή ή ακόμη η φυσική απουσία του/της εκπαιδευτή/-τριας μετά την προβολή μιας ταινίας, όταν η ομάδα των εκπαιδευομένων καλείται να δουλέψει συλλογικά ή να αναλάβει πρωτοβουλίες, δε σημαίνει κατάργηση του ρόλου του/της, αλλά συμβολή στην αυτονόμηση της ομάδας. Αυτή η στάση, ωστόσο, δύσκολα εφαρμόζεται στην πράξη από τους/τις εκπαιδευτές/-τριες είτε από υπερβολική επαγγελματική ευσυνειδησία είτε από φόβο να χαθεί ο έλεγχος της ομάδας.

Κάτι άλλο που είναι, επίσης, πολύ σημαντικό είναι η διαθεσιμότητα του/της εκπαιδευτή/-τριας στην ομάδα και τα άτομα για τη διερεύνηση των θεμάτων που τα απασχολούν, ανεξάρτητα από το είδος του οπτικοακουστικού μηνύματος. Με άλλα λόγια, η χρήση οποιουδήποτε οπτικοακουστικού προϊόντος στην εκπαιδευτική διαδικασία, δίχως κατάλληλη προετοιμασία, ανάλυση και μέθοδο, δηλαδή, δίχως ενσωμάτωση του οπτικοακουστικού υλικού σε μια συνολική διαδικασία με συγκεκριμένους στόχους και δομή, δεν έχει απολύτως κανένα νόημα και φυσικά δεν έχει αποτελεσματικότητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- BARTHES, R., «La chambre claire», *Cahiers du cinéma*, Gallimard, Seuil, Paris 1980.
- BELLANGER, G., *Le cinéma dans la classe*, Casterman, Paris 1977.
- BERGER, J., *Η εικόνα και το βλέμμα*, Οδυσσέας, Αθήνα, 1986.
- BOURRON Y., *Audiovisuel, pédagogie et communication*, Les éditions d'organisation, Paris 1980.
- DURAND J., «Rhétorique et image publicitaire», *Communication*, no 15, Paris 1970.
- DE SAUSSURE, F., *Cours de linguistique générale*, Payot, Paris 1975 (1916).
- GOFFMAN, E., *Gender Advertisements*, Macmillan Publishers Ltd, London 1979.
- JACQUINOT, G., *Image et Pédagogie*, PUF, Paris 1977.
- Κείμενα Σημειολογίας*, (επιμ., μτφρ. Κ. Παπαγιώργης), Νεφέλη, Αθήνα 1981.
- ΚΟΡΩΝΑΙΟΥ, Α., *Εκπαιδύοντα εκτός σχολείου*, Μεταίχμιο, Αθήνα 2002.
- ΚΟΡΩΝΑΙΟΥ, Α., «ΜΜΕ και νέες αναπαραστάσεις της χρονικότητας», στο: Παναγιωτοπούλου Ρ. κ.ά. (επιμέλεια), *Η «κατασκευή» της πραγματικότητας και τα ΜΜΕ*, Αλεξάνδρεια, Αθήνα, 1998.
- McLUHAN, M., *Understanding media. The Extensions of Man*, Mc Graw-Hill Book Company, New York, 1964.
- MOSCOVICI, S., *Les minorités actives*, PUF, Paris, 1970.
- PORCHER, L., *L'école parallèle*, Larousse, Paris, 1974.
- PORCHER, L., Mariet F., *Média et formation d'adultes*, ESF, Paris, 1976.

ΜΕΡΟΣ Β΄

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ. ΟΔΗΓΟΣ ΧΡΗΣΗΣ, ΑΠΟΔΟΜΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ

1. ΤΑΙΝΙΕΣ ΚΑΙ DOCUMENTARY FILMS

Υπάρχουν δύο είδη τέτοιου υλικού:

1. Αυτό που έχει ως κεντρικό του θέμα το φύλο – κάποιιο ή κάποια ζητήματα που το αφορούν, και
2. αυτό που η θεματική και ο στόχος της δημιουργίας και παραγωγής του δεν είναι η άμεση αναφορά και ο προβληματισμός σε θέματα φύλου.

Στην πρώτη περίπτωση (ταινίες και documentary films που έχουν ως κεντρικό τους θέμα το φύλο) απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή από την πλευρά των εκπαιδευτικών, διότι μια προσεκτική και κριτική προσέγγιση του οπτικοακουστικού αυτού υλικού, μπορεί να αναδείξει αναπαραγωγή έμφυλων στερεοτύπων, παρά το γεγονός ότι τόσο ο στόχος όσο και η πρόθεση ήταν αντίθετη. Επομένως, ο τίτλος ή η περίληψη μιας ταινίας που θα ελκύσει το ενδιαφέρον του/της εκπαιδευτικού, ο/η οποίος/-α επιθυμεί να τη χρησιμοποιήσει ως εκπαιδευτικό εργαλείο στο πλαίσιο της ευαισθητοποίησης των μαθητών/-τριών σε ζητήματα φύλου, δε συνεπάγεται την ελεύθερη προβληματισμού χρήση της.

Σε αυτή την περίπτωση, υπάγεται το Παράδειγμα 3, δηλαδή το ντοκιμαντέρ για τη «*Ζωή και το έργο της Mary Curie*». Από τον τίτλο και μόνο, θα μπορούσε κανείς να συμπεράνει πως, μιας και αποσκοπεί στην ανάδειξη μιας γυναικείας προσωπικότητας στο χώρο των επιστημών και δη των θετικών, θα ήταν ελεύθερη αναπαραγωγή έμφυλων στερεοτύπων, κάτι που, όμως, δε συμβαίνει. Αυτό, βέβαια, δε σημαίνει ότι το εν λόγω ντοκιμαντέρ δεν αποτελεί ένα θαυμάσιο εργαλείο πολυεπίπεδης ευαισθητοποίησης εκπαιδευτικών και μαθητών/-τριών σε ζητήματα φύλου, αρκεί να υπάρξει κριτική προσέγγιση, προβληματισμός, παρατήρηση και καταγραφή των αναπαραγόμενων έμφυλων στερεοτύπων και φυσικά αποδόμησή τους.

Το Παράδειγμα 1, το ντοκιμαντέρ “*Defending our lives...*”, αποτελεί εργαλείο «απλούστερης χρήσης» στα χέρια των εκπαιδευτικών, διότι αποτελεί το ίδιο το film βήμα κριτικής προσέγγισης και προβληματισμού του θέματος που πραγματεύεται (ενδοοικογενειακή βία). Βέβαια, όπως θα γίνει αντιληπτό στη συνέχεια –παραθεση των παρατηρήσεων που αφορούν στο οπτικοακουστικό υλικό του Παραδείγματος 1– ο/η εκπαιδευτικός δεν απαλλάσσεται της απαιτούμενης προετοιμασίας.

Χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή όταν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν documentary films. Η ειδοποιός διαφορά αυτών από τις ταινίες είναι πως δε στηρίζονται σε μυθοπλασία αλλά σε γεγονότα. Η δυσκολία, λοιπόν, στη χρήση αυτού του οπτικοακουστικού υλικού –σε περιπτώσεις που μοιάζουν με το Παράδειγμα 3–

έγκειται στο γεγονός πως το κοινό δεν είναι έτοιμο να αμφισβητήσει ή να αντιμετωπίσει το προβαλλόμενο θέμα με κριτική ματιά. Αντίθετα, αυτό που αναμένεται είναι η αβίαστη αποδοχή της πληροφορίας. Για αυτό, κυρίως, το λόγο η αποδόμηση τέτοιου υλικού είναι δυσκολότερη και απαιτεί μεγαλύτερη προετοιμασία του/της εκπαιδευτικού, αλλά και των μαθητών/-τριών.

Όταν πάλι πρόκειται για ταινίες, ελλοχεύει ο κίνδυνος να μην εστιάζουν σε ένα ζήτημα αλλά να θίγουν σειρά θεμάτων. Τυπικό παράδειγμα αποτελεί η πρόσφατα προβαλλόμενη στον κινηματογράφο ταινία «*Άνιση μάχη*», όπου στη θεματική της παλέτα θα μπορούσε να βρει κανείς θέματα έμφυλης βίας, σεξουαλικής παρενόχλησης, μονογονεϊκής οικογένειας κ.λπ. Σε τέτοιες περιπτώσεις, ο/η εκπαιδευτικός, ακολουθώντας το χρυσό κανόνα, σύμφωνα με τον οποίο δε νοείται να χρησιμοποιήσει οπτικοακουστικό υλικό το οποίο δεν έχει δει, εγκρίνει και επεξεργαστεί, καλείται να καταγράψει τα χρονικά σημεία ή κομμάτια της ταινίας (π.χ. από το 12' έως το 15' λεπτό), στα οποία είτε θα σταθεί κατά τη διάρκεια της προβολής, είτε θα επιστρέψει μετά το τέλος της και τα οποία χρίζουν περαιτέρω προσοχής και ανάλυσης

Η ταινία “*Billy Elliot*”, η επεξεργασία της οποίας αποτελεί το Παράδειγμα 2, δεν υπόκειται σε ό,τι αναφέρθηκε στην αμέσως προηγούμενη παράγραφο – πληθώρα αναφωομένων ζητημάτων φύλου. Επιλέχτηκε διότι δεν αποτελεί «θεματικό γρίφο» για τον/την εκπαιδευτικό και έτσι μας επέτρεψε να εστιάσουμε στη μεθοδολογία της χρήσης της ως εκπαιδευτικό οπτικοακουστικό υλικό στο πλαίσιο της ευαισθητοποίησης των μαθητών/-τριών σε ζητήματα φύλου.

Φυσικά τόσο τα documentary films όσο και οι ταινίες των τριών *Παραδειγμάτων* που συνοδεύουν αυτή την ενότητα, αποτελούν και λειτουργούν ως **παραδείγματα** και **όχι** ως **υποδείγματα**. Σε καμία περίπτωση δεν έχουν ως στόχο να περιορίσουν τις επιλογές των εκπαιδευτικών. Οι εκπαιδευτικοί με βάση τη θεματική με την οποία επιθυμούν να ασχοληθούν και λαμβάνοντας υπόψη τους το οπτικοακουστικό υλικό που μπορούν να βρουν, γνωρίζοντας τα θέματα που απασχολούν την τάξη τους και φυσικά τη σύνθεσή της, θα προβούν σε κατάλληλες επιλογές.

Στη δεύτερη περίπτωση, υπάγεται ένας μεγάλος αριθμός documentary films, ταινιών, τηλεοπτικών σειρών, ραδιοφωνικών εκπομπών κ.λπ., που όπως ήδη αναφέρθηκε **ο στόχος της δημιουργίας και παραγωγής τους δεν είναι η άμεση αναφορά στο φύλο, ο προβληματισμός γύρω από αυτόν τον άξονα ή η ευαισθητοποίηση των θεατών σχετικά με αυτό**. Η πρόσβαση σε αυτό το υλικό είναι εύκολη. Μπορεί κάλλιστα να χρησιμοποιηθεί μια Ελληνική ταινία, μια σύγχρονη ξένη ταινία ή μια ταινία εποχής, κάποιο επεισόδιο τηλεοπτικής σειράς (ελληνικής ή

ξένης), που κρίνει ο/η εκπαιδευτικός ότι μπορεί να λειτουργήσει ως εκπαιδευτικό εργαλείο.

Βέβαια, όπως και σε κάθε περίπτωση, χρειάζεται «μελέτη» του υλικού, εντοπισμός ή καταγραφή αποσπασμάτων της ταινίας, προσδιορισμός και αποσαφήνιση στόχων. Οι περισσότερες από τις παραπάνω παρατηρήσεις –κυρίως οι γενικές– ισχύουν ανεξάρτητα από το αν η προβολή της ταινίας/documentary film πραγματοποιείται στην τάξη ή σε αίθουσα κινηματογράφου. Διαφοροποιείται, όμως, η μεθοδολογία προσέγγισης και ο τρόπος χρήσης του οπτικοακουστικού υλικού ανάλογα με το χώρο προβολής του και το αριθμητικό μέγεθος του κοινού.

Η ενότητα που αφορά στην «*Επίσκεψη σε σινεμά για την παρακολούθηση κάποιας προβολής*» δεν περιλαμβάνει την επεξεργασία παραδειγμάτων, αλλά απαρτίζεται από την παρουσίαση μιας προσπάθειας να συστηματοποιηθούν και να επιλυθούν κυρίως μεθοδολογικά προβλήματα που σχετίζονται με τέτοιες επισκέψεις.

1.1. Χρήση του οπτικοακουστικού υλικού στην τάξη

1.1.1. Documentary Film ή ταινία με άμεσες αναφορές σε ζητήματα φύλου

(Εισαγωγή μιας θεματικής φύλου με τη βοήθεια οπτικοακουστικού υλικού – documentary film ή ταινίας– το οποίο σχετίζεται άμεσα με τη θεματική).

Βήμα 1

Προετοιμασία του/της εκπαιδευτικού για την εισαγωγή μιας θεματικής φύλου με τη βοήθεια ταινίας ή documentary film

- Επιλογή της θεματικής.
- Επιλογή της ταινίας ή του documentary film.
- Ανεύρεση θεωρητικού υποστηρικτικού υλικού σχετικού με τη θεματική φύλου που επιθυμεί να αναδείξει – άρθρα από επιστημονικά περιοδικά ή βιβλία.

Βήμα 2

Προετοιμασία του/της εκπαιδευτικού για την παρουσίαση

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- οφείλει να έχει δει την ταινία ή το documentary film που θα χρησιμοποιήσει και να έχει έτσι εντοπίσει θεματικές ή πτυχές της/του, που πιστεύει ότι έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και καλό θα ήταν να αναδειχθούν,
 - φτιάχνει ένα πλάνο συζήτησης και μια λίστα θεματικών που κρίνει ότι πρέπει με αφορμή την ταινία να συζητηθούν ή να αναφερθούν,
 - φωτοτυπεί κάποιο/-α από αυτά τα άρθρα που έχει επιλέξει να χρησιμοποιήσει ως υποστηρικτικό υλικό, τα οποία θα μοιραστούν στο κοινό/τάξη μετά την παρουσίαση, ώστε όποιος/-α το επιθυμεί να ασχοληθεί περαιτέρω με το θέμα,
- φροντίζει να έχει μαζί του/της: α) το πλάνο της συζήτησης, και β) τις φωτοτυπίες του υλικού που θα μοιραστεί, π.χ. άρθρο κ.λπ.

Βήμα 3

Προετοιμασία της τάξης για την προβολή – Υλικοτεχνική υποδομή

Ο/ Η εκπαιδευτικός:

- φροντίζει να υπάρχει στο χώρο της προβολής η ανάλογη υλικοτεχνική υποδομή –DVD player, VHS player– ανάλογα με τη μορφή που έχει το οπτικοακουστικό υλικό, π.χ. projector, κ.λπ.,
- καλό θα ήταν να έχει δοκιμάσει εάν τα μηχανήματα, που θα χρειαστεί, λειτουργούν και να είναι βέβαιος/-η πως γνωρίζει τη λειτουργία τους, δηλαδή είναι σε θέση να τα χειριστεί,
- φροντίζει τα καθίσματα να είναι τοποθετημένα, έτσι ώστε όλοι/-ες να έχουν καλή οπτική επαφή με την οθόνη,
- φροντίζει να υπάρχει δυνατότητα συσκότισης (έστω και μερικής) της αίθουσας προβολής/τάξης.

Βήμα 4

Παρουσίαση της θεματικής με τη βοήθεια του οπτικοακουστικού υλικού

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- κάνει μια μικρή σε διάρκεια, αλλά περιεκτική σε περιεχόμενο, εισαγωγή σχετικά με τη θεματική φύλου με την οποία θέλει να ασχοληθεί,
- δίνει εν συντομία στοιχεία που αφορούν στην ταινία π.χ. τίτλο, παραγωγό, διάρκεια, χρόνο και τόπο παραγωγής της, και
- κάνει σύντομη αναφορά στο λόγο για τον οποίο την επέλεξε.

Βήμα 5

- Προβολή

Βήμα 6

Μετά την προβολή [μικρό αριθμητικά κοινό - τάξη]

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- αφήνει τον κενό χρόνο –τη σιωπή που μεσολαβεί ανάμεσα στο τέλος της προβολής και το δέκτη– ακάλυπτο. Ο χρόνος αυτός είναι δημιουργικός, π.χ. προσωπικές σκέψεις, προβληματισμός,
- αποφεύγει να δώσει τη δική του/της ερμηνεία,
- δίνει την ευκαιρία να ακουστούν εντυπώσεις, οι οποίες ενδεχομένως να φέρουν στην επιφάνεια κάποιο/-α από τα θέματα στα οποία έτσι κι αλλιώς είχε προγραμματίσει να αναφερθεί,
- παρεμβαίνει με ερωτήματα ή παρατηρήσεις ώστε: α) να βοηθήσει στη δόμηση του ανοργάνωτου υλικού που προέκυψε από την ελεύθερη συζήτηση, και β) να φέρει στην επιφάνεια πτυχές και ζητήματα που δεν έτυχαν «ανάγνωσης»,
- μοιράζει το φωτοτυπημένο υλικό.

Βήμα 7

Μετά την προβολή (μεγάλο αριθμητικά κοινό)

Αν το κοινό είναι αριθμητικά μεγάλο, τότε αποφεύγει να δώσει το λόγο στο κοινό και περνά –με τη βοήθεια του πλάνου του/της– στον εντοπισμό των επιμέρους θεματικών και σημείων που επιθυμεί να αναδείξει.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

* Στην περίπτωση που ο/η εκπαιδευτικός κρίνει ότι **ο χρόνος** που έχει στη διάθεσή του/της **δεν επαρκεί για την προβολή ολόκληρης της ταινίας** ή του documentary film που έχει επιλεγεί, τότε καλό θα ήταν είτε **να έχει «γράψει» σε βιντεοταινία τα σημεία που θέλει να προβληθούν (αποσπάσματα)**, είτε **να έχει εντοπίσει τα κομμάτια της ταινίας (χρονικά διαστήματα, π.χ. από το 3' ως το 15' του χρόνου προβολής κ.λπ.)** που επιθυμεί να χρησιμοποιήσει.

** **Ο προσδιορισμός του χρόνου και του τόπου παραγωγής ή αναφοράς της ταινίας/documentary film** είναι σημαντικός, διότι τοποθετεί τα «δρώμενα» σε ένα ιστορικοπολιτικό, αλλά και γεωγραφικό περιβάλλον και έτσι βοηθά το κοινό να συμπεριλάβει στην κριτική του προσέγγιση και την προσπάθεια ερμηνείας στην οποία θα προβεί, παράγοντες και σημαντικά στοιχεία.

Παράδειγμα 1: *Documentary film: «Defending our lives...»*

Εισαγόμενη θεματική: Ενδοοικογενειακή βία

Στοιχεία που αφορούν στην ταινία:

- α) Χρόνος παραγωγής: 1993.
- β) Τόπος παραγωγής: Αμερική (να επισημανθεί ότι τα υψηλά ποσοστά των περιπτώσεων ενδοοικογενειακής βίας δεν αποτελούν χαρακτηριστικό μόνο της Αμερικής).
- γ) Παραγωγός: Cambridge Documentary films.
- δ) Αναφορά στη διάρκεια και το περιεχόμενο της ταινίας.

Παρατηρήσεις σε Περιγραφικό Τεχνικό Επίπεδο:

- Το πλάνο είναι πάντα κοντινό (αυτό συμβαίνει, διότι ο δημιουργός έχει ως στόχο του την ανάδειξη των συναισθημάτων).
- Παρουσιάζονται μόνο γυναίκες.
- Βρίσκονται στη φυλακή.

Παράδειγμα λίστας θεματικών που καλό θα ήταν να αναδειχθούν μετά την προβολή ή πλάνο συζήτησης:

- Τι κοινό έχουν τα περιστατικά;
[Παρατήρηση:
 - α) θυματοποίηση του θύτη
 - β) μεγάλη διάρκεια της υφιστάμενης κακοποίησης
 - γ) ομοιότητα στις φάσεις βίωσης και κλιμάκωσης της κακοποίησης (στην αρχή της σχέσης υπήρχε τρυφερότητα και περιποίηση με σποραδικά δείγματα βίαιης συμπεριφοράς, δημιουργία μιας κρυφής και ανομολόγητης υποψίας πως «κάτι δεν πάει καλά», με την πάροδο του χρόνου παρατηρείται πύκνωση των βίαιων ξεσπασμάτων, καθώς και μεγαλύτερη ένταση, π.χ. σοβαρότεροι τραυματισμοί, κ.λπ., για να καταλήξει σε καθημερινή κατάσταση].
- Αναφορά στην σημασιοδότηση του όρου **βία**.
- **Πού** λαμβάνει χώρα η κακοποίηση; πάντα στο πλαίσιο του ιδιωτικού χώρου ή και σε δημόσιους χώρους (π.χ. λεωφορείο, κήπος, χώρος εργασίας κ.λπ.);

- Αναφορά στη σημασιοδότηση του σύνθετου γραμματικά όρου «**ενδο-οικογενειακή**».
- Πώς ορίζεται και εννοιοδοτείται ο όρος **οικογένεια/domestic**;
- Αναφορά στη μεταβολή της εννοιοδότησης του όρου domestic. Πώς ορίζονται οι όροι: **συντροφική** και **ενδο-οικογενειακή**;
 - α) θεσμικά (συνοίκηση λόγω γάμου)
 - β) εξω-θεσμικά (συνοίκηση εκτός γάμου)
 - γ) χωρικά (συνοίκηση ή και μη συνοίκηση)
 - δ) σχέση συγγενείας (σύζυγος, παιδί, πατέρας, μητέρα, ηλικιωμένα άτομα)
 - ε) μη συγγενική σχέση (ερωτική σύντροφος, συνοικούντα πρόσωπα-βοηθητικό προσωπικό...)
- Παρατηρήστε τη στάση που κρατούν οι αυτόπτες και αυτήκοοι μάρτυρες. Αναρωτηθείτε γιατί στο περιστατικό που λαμβάνει χώρα στο λεωφορείο, οι επιβάτες αντιδρούν στη βίαιη συμπεριφορά του άνδρα ως τη στιγμή που αυτός δηλώνει πως πρόκειται για τη σύντρόφό του, όχι όμως και μετά. Παρατηρήστε πως «εξανεμίζονται» τα δικαιώματα της πολίτιδας, αμέσως μόλις αποκτά την ιδιότητα της συντρόφου ή συζύγου.
- Πώς ορίζεται η ιδιωτική σφαίρα της ζωής του κάθε ατόμου;
- Παρατηρήστε και σχολιάστε τη στάση της αστυνομίας.
- Σχολιάστε τη δικαστική ποινή που επιβλήθηκε στις γυναίκες αυτές (λάβετε υπόψη σας ότι στην Αμερική ισχύει η θανατική ποινή για περιπτώσεις δολοφονίας).
- Ζητήστε από το κοινό σας (τους μαθητές/-τριες) να αναλογιστεί αν έχει ακούσει ή πληροφορηθεί για ανάλογα ζητήματα ή περιστατικά – είτε μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, είτε από συζητήσεις στο σπίτι.
- Αναφορά στο Νόμο για την ενδοοικογενειακή βία (αναφορά στη «φιλοσοφία» του – προστασία του θεσμού του γάμου; αντιμετώπιση των συζύγων ως πολίτιδων;).

Βιβλιογραφία

Περιοδικό: Ο Αγώνας της Γυναίκας (Αφιέρωμα στην Ενδοοικογενειακή Βία), Τεύχος 79, Ιούλιος-Δεκέμβριος 2005, Αθήνα: Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας.

KVINNOFORUM / Founder of Women's Forum, Manual, Honour Related Violence, Prevention of Violence against Women and Girls in Patriarchal Families, www.kvinnoforum.se

Νόμος για την Ενδο-οικογενειακή βία www.parliament.gr

Παράδειγμα 2: Ταινία «Billy Elliott – Γεννημένος Χορευτής»... μια ταινία του ΣΤΗΒΕΝ ΝΤΑΛΤΡΙ

Την ιδέα για την παρουσίαση αποσπασμάτων από την ταινία Billy Elliott, καθώς και μέρος των ερωτήσεων που λειτουργούν εδώ ως παράδειγμα πάρθηκαν από υλικό που αποτελούσε μέρος παραδοτέου του 3^{ου} Γυμνασίου Αχαρνών, το οποίο στο πλαίσιο του Προγράμματος ασχολήθηκε με «Την καταγραφή των αναπαραγόμενων στερεοτύπων μέσα από τραγούδια, ταινίες και ιστορίες και την αποδόμησή τους». Η παρέμβαση έγινε από τη Μαίρη Καλδή κατά τη διάρκεια του μαθήματος της Κοινωνικής Αγωγής στην τάξη του Γ2.



Ο Μπίλυ παρακολουθεί μαθήματα πυγμαχίας σύμφωνα με επιθυμία του πατέρα του, αλλά δεν τα καταφέρνει και πολύ καλά σε αυτό το άθλημα.

Μια μέρα που ήταν υποχρεωμένος να προπονηθεί σκληρά έτυχε στον ίδιο χώρο να ασκούνται και οι μαθήτριες μιας δασκάλας μπαλέτου,... και ο Μπίλυ τις κοιτά με ανοιχτό το στόμα.



Ξεκινά μαθήματα μπαλέτου, χωρίς να το πει στον πατέρα του.

Η δασκάλα του αντιλαμβάνεται γρήγορα ότι ο Μπίλυ έχει ταλέντο και τον παροτρύνει να πάει στην Ακαδημία Μπαλέτου στο Λονδίνο.



Βήμα 1

Εισαγωγή της Θεματικής

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- αναφέρεται με σαφήνεια στη θεματική, την οποία θέλει με τη βοήθεια του οπτικοακουστικού υλικού να εισαγάγει.

[Στην προκειμένη περίπτωση, πρόκειται είτε για το ζήτημα: α) Φύλο και Ελεύθερος χρόνος (Hobbies), είτε για το: β) Φύλο και επαγγελματικές επιλογές].

*** Η επεξεργασία του παραδείγματος γίνεται με προσανατολισμό την εισαγωγής της θεματικής «φύλο και ελεύθερος χρόνος».**

Βήμα 2

Διαδικασία κριτικής προσέγγισης του οπτικοακουστικού μηνύματος, εντοπισμού έμφυλων στερεοτύπων και αποδόμησης

(Παραδείγματα ερωτήσεων)

1. Ερωτήσεις που σχετίζονται άμεσα με την ταινία:

- Ποιες αμφιβολίες τριγυρνάνε στο μυαλό του Μπίλυ για το χορό και γιατί;
- Γιατί ο πατέρας του τού απαγορεύει να κάνει άλλα μαθήματα μπαλέτου;
- Ποιο πρόσωπο της οικογένειας είναι κοντά στον Μπίλυ;
- Ποια είναι η σχέση του με την καθηγήτρια του χορού;
- Σε τι διαφέρει το πρώτο μάθημα χορού που κάνει η δασκάλα μπαλέτου στον Μπίλυ μόνο του από όλα τα προηγούμενα μαθήματά της στις μαθήτριάς της;
- Ποια πράγματα διαλέγει ο Μπίλυ να δείξει στη δασκάλα του στο πρώτο τους μάθημα;
- Ποιος χαρακτήρας του έργου σας άρεσε και γιατί;
- Η μουσική της ταινίας σας άρεσε;
- Ταίριαζε στο θέμα;
- Τί ήταν αυτό που έκανε τον πατέρα να αλλάξει γνώμη και να υποστηρίξει τον Μπίλυ στην πραγματοποίηση του ονείρου του;
- Τί βοήθησε τον Μπίλυ να πετύχει το στόχο του;

2. Ερωτήσεις που οδηγούν σε περαιτέρω προβληματισμό:

- Γιατί ο Billy Elliot ξεκινά να ασχολείται με την πυγμαχία;
- Υπάρχουν ανδρικά και γυναικεία σπορ;
- Ποια χαρακτηριστικά θα αποδίδετε στα γυναικεία σπορ;
- Ποια χαρακτηριστικά θα αποδίδετε στα ανδρικά σπορ;

3. Ερωτήσεις που άπτονται και της προσωπικής σφαίρας:

- Με ποια κριτήρια επιλέγετε εσείς τις ενασχολήσεις σας στον ελεύθερο χρόνο σας;
- Με τι ασχολούνταν οι γιαγιάδες και παππούδες σας στον ελεύθερο χρόνο τους;
- Πιστεύετε πώς υπάρχουν αλλαγές στις επιλογές ενασχόλησης στον ελεύθερο χρόνο ανάλογα με την εποχή στην οποία αναφερόμαστε;

Βήμα 3

Συμπεράσματα

Οι μαθητές/-τριες:

- Μετά τη συζήτηση προβαίνουν στη διατύπωση συμπερασμάτων.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

* Καλό θα ήταν στο στάδιο της παρέμβασης του/της εκπαιδευτικού – καθοδηγούμενη συζήτηση– **να μη τίθεται ένα μόνο γενικό ερώτημα**, αλλά **σύνολο καλά δομημένων ερωτήσεων** που θα βοηθήσουν τους/τις μαθητές/-τριες να αναπτύξουν την κριτική τους σκέψη.

** Όλες οι παραπάνω ερωτήσεις λειτουργούν απλά ως παράδειγμα. Κάθε εκπαιδευτικός μπορεί, λαμβάνοντας υπόψη του τη σύνθεση της τάξης του να δημιουργήσει το δικό του/της ερωτηματολόγιο.

Παράδειγμα 3: Documentary film: «Mary Curie - Αφιέρωμα στη ζωή και το έργο της»

Το 4^ο Ενιαίο Λύκειο Ηλιούπολης ανέλαβε να μεταφράσει και να επεξεργαστεί το Documentary film: «Mary Curie - αφιέρωμα στη ζωή και το έργο της». Το οπτικοακουστικό υλικό –Documentary film– αποτελεί παραδοτέο του σχολείου στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο Έργο και πολύ καλή αφορμή για να τεθεί το ζήτημα της προσέγγισης τέτοιου τύπου οπτικοακουστικού υλικού. Στην προκειμένη περίπτωση το ντοκιμαντέρ, το οποίο είχε παραχθεί από την Πολωνική Πρεσβεία, δεν αποτέλεσε υποστηρικτικό υλικό μιας διδακτικής παρέμβασης -προβολή του στην τάξη- αλλά αντικείμενο παρεμβατικής δραστηριότητας – η επεξεργασία του έγινε από τους/τις μαθητές/-τριες.

Βήμα 1

Αποσαφήνιση του ή των στόχων που επιθυμεί ο/η εκπαιδευτικός να επιτύχει μέσω της ενασχόλησης της τάξης του με αυτό ή μέσω της προβολής αυτού

Η χρήση τέτοιου τύπου οπτικοακουστικού υλικού ενέχει πολλαπλότητα στόχων:

- 1) Η επιλογή ενός documentary film, όπως αυτό που αφορά τη ζωή και την επιστημονική προσφορά της Mary Curie, από τη μια έχει ως στόχο την «κοινωνία» της κεντρικής πληροφορίας -η ζωή και το έργο της Curie- από την άλλη παρέχει το πλαίσιο για την εισαγωγή ενός γενικότερου θέματος, στην προκειμένη περίπτωση «Φύλο και Επιστήμη» ή «Φύλο και Θετικές Επιστήμες». Οι μαθητές/-τριες θα ενημερωθούν για τη ζωή και την προσφορά της Mary Curie, αλλά θα κληθούν στο πλαίσιο της μαθησιακής διαδικασίας να προβληματιστούν και να πληροφορηθούν σχετικά με τη συμβολή και άλλων γυναικών σε επιστημονικά πεδία –όπως αυτά των θετικών επιστημών- που ξεφεύγουν των στερεοτυπικά αναμενόμενων, π.χ. εκπαίδευση, νοσηλεία κ.λπ. Θα κληθούν να ερευνήσουν και να «ανακαλύψουν» πτυχές της ζωής και του έργου γυναικών που διέπρεψαν σε επιστημονικούς χώρους και πεδία θεωρούμενα αυστηρά «ανδρικά» -χημεία, μαθηματικά, αστρονομία, ιατρική, αρχιτεκτονική κ.λπ.
- 2) Τόσο οι εκπαιδευτικοί όσο και οι μαθητές/-τριες **θα ασκηθούν στην πολυεπίπεδη προσέγγιση ενός οπτικοακουστικού μηνύματος.** Οι

μαθητές/-τριες με τη βοήθεια των εκπαιδευτικών θα «ανακαλύψουν» ότι αναφύονται ερωτήματα που πλαισιώνουν την κεντρική θεματική -«φύλο και επιστήμη», ή «φύλο και θετικές επιστήμες- φέρνοντας στο προσκήνιο ζητήματα που υφαίνονται γύρω από αυτό, π.χ. φύλο και συνδυασμός οικογενειακής και επαγγελματικής-επιστημονικής ζωής, φύλο και αναμενόμενη κοινωνική συμπεριφορά, φύλο και επαγγελματική ανέλιξη-καταξίωση κ.λπ. (διευρυμένη θεματική).

- 3) Η **αφήγηση ενδέχεται να αναπαραγάγει στερεότυπα** που μπορούν να αναδειχθούν, να σχολιαστούν και να αποδομηθούν με τη βοήθεια ερωτήσεων και συζήτησης. **Κριτική προσέγγιση της αφήγησης.**

Στόχος 1^{ος}

Εισαγωγή και ενασχόληση με τη γενικότερη θεματική «Φύλο και Θετικές Επιστήμες»

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- Παροτρύνει μια ομάδα μαθητών/-τριών να ερευνήσει και να βρει κατά πόσο και σε ποιο βαθμό έχει καταγραφεί η ζωή και η προσφορά γυναικών στο χώρο των θετικών επιστημών. Αναζήτηση πληροφοριών σε εγκυκλοπαίδειες, βιβλιογραφία, διαδίκτυο.

* Οι μαθητές/-τριες μπορούν να παρουσιάσουν στην τάξη τα αποτελέσματα της έρευνάς τους είτε με μικρές «εισηγήσεις», είτε με φωτογραφικό υλικό.

- Μπορεί να προτείνει σε μια άλλη ομάδα μαθητών/-τριών να κάνει την ίδια έρευνα χρησιμοποιώντας ως πηγή τα σχολικά εγχειρίδια.
- Μεγάλο ενδιαφέρον θα παρουσιάσουν τα αποτελέσματα της έρευνας και η διεξαγωγή συμπερασμάτων. Στο σημείο αυτό, θα μπορούσε η «συζήτηση» να διευρυνθεί και με βάση τις παρατηρήσεις των μαθητών/-τριών και να υπάρξει προβληματισμός π.χ. σχετικά με τις στερεοτυπικές αντιλήψεις που αφορούν στις ικανότητες αγοριών και κοριτσιών στα μαθηματικά, με το μύθο των ιδιαίτερων δεξιοτήτων των κοριτσιών π.χ. χρήση της βελόνας, κέντημα κ.λπ. και των αγοριών, π.χ. χρήση μηχανημάτων, κ.λπ. Επίσης, ενδιαφέρουσα είναι και η παρατήρηση ότι η ιστορία σιωπά όσον αφορά στη δράση και τα επιτεύγματα των γυναικών.

Στόχος 2^{ος} και 3^{ος}

Πολυεπίπεδη και κριτική προσέγγιση του οπτικοακουστικού μηνύματος

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- έχει εντοπίσει-καταγράψει τα σημεία του ντοκιμαντέρ που αναπαράγουν στερεοτυπικές αντιλήψεις, αποτελούν αφορμή για προβληματισμό και χρίζουν αποδόμησης. Αυτά τα σημεία/αποσπάσματα μπορούν οι μαθητές/-τριες να τα ξαναδοούν κατά τη διάρκεια της συζήτησης.

Για παράδειγμα:

1. Η νεαρή Mary Klodowska (Κιουρί) ερωτεύεται ένα νέο που ανήκει σε υψηλή κοινωνική τάξη, ενώ δουλεύει στο σπίτι του ως γκουβερνάντα. Η οικογένεια θεωρεί ότι ένας νέος της δικής του τάξης *«...μπορεί να εκτιμά είτε και να ερωτεύεται κάποια, αλλά σίγουρα δεν παντρεύεται ποτέ μια γκουβερνάντα»* (αφήγηση).
 - Πώς συνδέεται **το φύλο με το θεσμό του γάμου;**
 - Ποια είναι η «τελετουργία» επιλογής συζύγου ανάλογα με το φύλο;
2. Η οικογένεια του Pierre Curie είναι προοδευτική για την εποχή της *«...και δέχεται τη Μαρία εγκάρδια αν και ξένη»* (αφήγηση). Η μητέρα του δε δυσανασχετεί *«που η νεαρή επιστήμων δεν είχε ιδέα από νοικοκυριό, δεν πειράζει θα μάθαινε... αργότερα»* (αφήγηση).
 - Οι γυναίκες αφομοιώνονται εύκολα αν είναι «ξένες» όταν έχουν αποδείξει την αξία τους ως προσωπικότητες ή ως επιστήμονες;
 - Τι προσδοκάται από τον έγγαμο βίο από μια γυναίκα και τι από έναν άνδρα;
 - Πώς γίνεται η έμφυλη κατανομή των ρόλων μέσα στην οικογένεια;
3. Ως καθηγήτης φυσικής ο Pierre Curie είχε έναν πενιχρό μισθό που δεν τους επέτρεπε να ζουν με άνεση, αλλά η Μαρία δε *δυσανασχετούσε* γιατί *«είχε μάθει να ζει με αξιοπρέπεια»* (αφήγηση).
 - Τι υποδηλώνει αυτό για την προσωπικότητα της Κιουρί;
 - Γιατί θα έπρεπε να αντιδράσει διαφορετικά;
 - Θα γινόταν αυτό το σχόλιο αν αφορούσε άνδρα;
4. Στο ντοκιμαντέρ υπάρχουν τρεις αναφορές στο γεγονός: *«Η Μαρία Κιουρί αγαπούσε τα λουλούδια και τα φυτά»* (αφήγηση), *«...μόνη της φύτεψε τριανταφυλλιές»* (αφήγηση) στο εργαστήριο Ραδιολογίας στο Παρίσι, και *«...φύτεψε λουλούδια και τρία δέντρα που υπάρχουν ακόμα...»* (αφήγηση)

στο Ινστιτούτο Ραδιολογίας της Πολωνίας.

- Ακόμη και να το έκανε γιατί πρέπει αυτό να αναφέρεται κατ'επανάληψη σε ένα documentary film που αφορά σε μία επιστήμονα;
- Μήπως είναι **απειλητική η εικόνα της γυναίκας επιστημόνισσας**, ώστε να επιβάλλεται η συχνή αναφορά στην εικόνα την παραγόμενη από τη στερεοτυπική αντίληψη πως η γυναίκα είναι από τη φύση της τρυφερή, ευαίσθητη, γλυκιά με ισχυρό μητρικό ένστικτο;

5. «...Με τη δύναμη της **διαίσθησης** η Μαρία Κιουρί ανακαλύπτει ότι...»
(αφήγηση)

- Γιατί θα πρέπει να συνδέσουμε μια γυναίκα επιστήμονα, που είναι κάτοχος τριών πτυχίων με τη διαίσθηση;
- Θα γινόταν χρήση αυτής της φράσης εάν αναφερόμασταν σε άνδρα;

6. «...Οι αρχές κάνουν **μια γενναιόδωρη κίνηση**. Διορίζουν τη Μαρία σε μια θέση που είχε δημιουργηθεί για τον Pierre Curie στη Σορβόννη. «...**ΑΞΙΟΚΡΑΤΙΚΑ** ... ήταν η μόνη που θα μπορούσε να τον διαδεχθεί...»
(είχε τα προσόντα και την εμπειρία) (αφήγηση)

- Αν, λοιπόν, η απόφαση πάρθηκε διότι αξιοκρατικά ήταν η καταλληλότερη για τη θέση, γιατί χαρακτηρίζεται η κίνηση των αρχών «γενναιόδωρη»;

* Οι παραπάνω ερωτήσεις λειτουργούν απλά ως **παράδειγμα**. Ο/Η εκπαιδευτικός μπορεί ελεύθερα να δημιουργήσει το δικό του ερωτηματολόγιο ή το πλαίσιο στο οποίο θα κινηθεί ο εντοπισμός των αναπαραγομένων στερεοτύπων και η αποδόμησή τους.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

* Κρίνεται **απαραίτητη η «ιστορική τοποθέτηση» των γεγονότων.**

Τα πρόσωπα και τα γεγονότα του documentary film δεν είναι α-ιστορικά. Εντάσσονται σε ένα ιστορικοπολιτισμικό περιβάλλον, στο οποίο καλό θα ήταν να γίνει αναφορά. Τα πρόσωπα ζουν, δρουν και εργάζονται –ή εάν πρόκειται για γεγονότα, λαμβάνουν χώρα- μια συγκεκριμένη εποχή και σε συγκεκριμένο/-ους τόπο/-ους ή χώρα/-ες.

1.1.2. Documentary Film ή ταινία ποικίλου περιεχομένου

(Χρήση οπτικοακουστικού υλικού –ταινίας, documentary film– η δημιουργία και παραγωγή του οποίου δεν είχε ως στόχο την άμεση «προβολή» ζητημάτων φύλου).

Όπως έχει ήδη αναφερθεί στην αρχή αυτού του κεφαλαίου, υπάρχει πληθώρα τέτοιου οπτικοακουστικού υλικού. Οποιοδήποτε ταινία ή ντοκιμαντέρ μπορεί να αποτελέσει εργαλείο στα χέρια του/της εκπαιδευτικού, να «διαβαστεί» με τα γυαλιά της οπτικής του φύλου και να δώσει στοιχεία που ως τη δεδομένη στιγμή παρέμεναν αφανή. Αυτό, βέβαια, προϋποθέτει ότι ο/η εκπαιδευτικός έχει ασκηθεί στην κριτική προσέγγιση οπτικοακουστικών μηνυμάτων και διαθέτει «τα απαραίτητα γυαλιά».

Τα βήματα που πρέπει ο/η εκπαιδευτικός να ακολουθήσει για να χρησιμοποιήσει με επιτυχία ένα υλικό τέτοιου τύπου στην τάξη του/της, είναι λίγο ως πολύ, όμοια με αυτά που έχουν ήδη περιγραφεί αναλυτικά στην παράγραφο που αφορούσε σε: «documentary films και ταινίες με άμεσες αναφορές στο φύλο».

1.2. Επίσκεψη σε κινηματογράφο για την παρακολούθηση κάποιας προβολής

Εκείνο που διαφοροποιείται στην προκειμένη περίπτωση είναι ο χώρος προβολής του οπτικοακουστικού υλικού. Ο/Η εκπαιδευτικός δε χρησιμοποιεί το προεπιλεγμένο υλικό μέσα στην τάξη και αυτό συνεπάγεται: α) ότι δεν έχει τη δυνατότητα να επαναλάβει την προβολή αποσπασμάτων. Δεν μπορεί δηλαδή να σταθεί ή να επιστρέψει, στα σημεία εκείνα της ταινίας που θεωρεί ότι χρήζουν ιδιαίτερης παρατήρησης, προσοχής ή συζήτησης. Οι μαθητές/-τριες θα έρθουν σε επαφή με το οπτικοακουστικό υλικό μία μόνο φορά, και β) ότι τα χρονικά διαστήματα

που μεσολαμβάνουν πριν και μετά την προβολή και είναι αφιερωμένα σε συζήτηση, είτε προετοιμασίας είτε κριτικής και προβληματισμού, απέχουν από την προβολή πολύ περισσότερο, όταν η προβολή πραγματοποιείται σε κινηματογραφική αίθουσα και όχι στην τάξη. Αυτά τα δύο στοιχεία είναι που διαφοροποιούν τη μεθοδολογία με την οποία θα «χρησιμοποιηθεί» το υλικό, ώστε να αποτελέσει εκπαιδευτικό εργαλείο στα χέρια του/της εκπαιδευτικού που επιθυμεί να ευαισθητοποιήσει την τάξη του σε θέματα φύλου.

Βήμα 1

Προετοιμασία του/της εκπαιδευτικού

- Επιλογή της ταινίας, η παρακολούθηση της οποίας θα βοηθήσει θα τεθούν κάποιο ή κάποια ζητήματα φύλου.
- Ανεύρεση περίληψης του περιεχομένου της ή και κριτικών που έχουν γραφτεί για αυτήν - εάν έχουν γραφτεί (ίσως σε κάποια εφημερίδα ή περιοδικό να υπάρχει και αφιέρωμα στην ταινία, τον σκηνοθέτη κ.λπ.). Οι πληροφορίες αυτές θα βοηθήσουν αρκετά τον/την εκπαιδευτικό τόσο στην απόφασή του/της σχετικά με την παρακολούθηση της εν λόγω ταινίας, όσο και στην καλύτερη ενημέρωσή του/της.
- Ο/Η εκπαιδευτικός οφείλει να δει την ταινία για να:
 - διαμορφώσει άποψη σχετικά με καταλληλότητα της παρακολούθησής της από τους/τις μαθητές/-τριες της τάξης του,
 - εντοπίσει τόσο το κεντρικό θέμα όσο και τα παράλληλα θέματα στα οποία επιθυμεί να αναφερθεί,
 - να αποφασίσει τη μέθοδο με την οποία θα οργανώσει τη δουλειά του/της (προσωπική μελέτη σχετικά με τις θεματικές στις οποίες επιθυμεί να αναφερθεί, πλάνο συζήτησης, ερωτηματολόγια, κ.λπ.), ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι, τους οποίους έχει θέσει.
- Ανεύρεση θεωρητικού υποστηρικτικού υλικού σχετικού με την θεματική/-ές φύλου που πραγματεύεται η ταινία -άρθρα από επιστημονικά περιοδικά ή βιβλία- που θα βοηθήσουν στην επί του θέματος ενημέρωση του/της εκπαιδευτικού.
- Φωτοτύπηση κάποιου/-ων από αυτά τα άρθρα, τα οποία θα μοιραστούν στους/τις μαθητές/-τριες στη συζήτηση που θα γίνει στην τάξη -μετά την παρακολούθηση της ταινίας- ώστε όποιος/-α το επιθυμεί να ασχοληθεί περαιτέρω με το θέμα.

Βήμα 2

Προετοιμασία της τάξης για την παρακολούθηση της προβολής

Ο/ Η εκπαιδευτικός:

- ανακοινώνει στην τάξη το γεγονός της προβολής της ταινίας στους κινηματογράφους, μιλά για την επικείμενη επίσκεψη της τάξης στον κινηματογράφο και αναφέρεται στην ταινία και τους λόγους που τον/την ώθησαν να την επιλέξει,
- δίνει την «ταυτότητα» της ταινίας (τον τίτλο της, το σκηνοθέτη, τον τόπο και το χρόνο δημιουργίας της ταινίας, την εποχή στην οποία εκτυλίσσεται η υπόθεση κ.λπ.),
- κάνει λόγο για το θέμα της,
- αναφέρεται, με αφορμή την υπόθεση της ταινίας, στο ζήτημα ή τα ζητήματα φύλου, τα οποία καλείται η τάξη να προσεγγίσει,
- θέτει το ζήτημα ή τα ζητήματα προς γενική συζήτηση και προβληματισμό,
- εστιάζει στην ταινία – προετοιμάζει τους/τις μαθητές/-τριες να προσέξουν ιδιαίτερα κάποια σημεία που εκείνος/-η έχει εκ των προτέρων εντοπίσει και κρίνει ότι θα ήταν απαραίτητο να τύχουν ιδιαίτερης προσοχής. (Μπορεί να έχει δημιουργηθεί και να μοιραστεί στους/τις μαθητές/-τριες ένα μικρό «ερωτηματολόγιο» ή μια λίστα «σημείων προσοχής» σχετικά με το περιεχόμενο της ταινίας. Αυτό θα τους/τις βοηθούσε στο να εστιάσουν την προσοχή τους, κατά τη διάρκεια της προβολής, και σε ζητήματα που έμμεσα αναφύονται στη ροή της ταινίας και που αφορούν στο φύλο, τα οποία όμως θα παρέμεναν αφανή και ανερμήνευτα.

Καλό θα ήταν η προετοιμασία της τάξης να μην απέχει πολλές μέρες από την ημέρα επίσκεψης και παρακολούθησης της ταινίας. Αυτό θα βοηθούσε τους/τις μαθητές/-τριες να διατηρήσουν στη μνήμη τους τη συζήτηση, τον προβληματισμό και τα στοιχεία που τους δόθηκαν σχετικά με την ταινία.

Βήμα 3

Προβολή

Οι μαθητές/-τριες παρακολουθούν την ταινία συνοδευόμενοι/-ες (και) από τον/την εκπαιδευτικό ο/η οποίος/-α έχει επιλέξει να χρησιμοποιήσει το οπτικοακουστικό αυτό υλικό –ταινία– για να ασκήσει και να ευαισθητοποιήσει την τάξη του/της στην κριτική προσέγγιση των οπτικοακουστικών μηνυμάτων.

Βήμα 4

Μετά την προβολή

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- ζητά από τους/τις μαθητές/-τριες να εκφράσουν τις εντυπώσεις τους από την προβολή και βοηθά με κατευθυνόμενη συζήτηση να αναφερθούν σε θέματα και σημεία που εκείνοι/-ες θεωρούν σημαντικά,
- τους/τις προτρέπει να μιλήσουν για έμφυλες συμπεριφορές, ρόλους και γεγονότα που είδαν στην ταινία και που τους είναι «οικεία» - «αναγνωρίσιμα» ή μη (θα μπορούσε, εφόσον πριν την προβολή της ταινία και κατά την προετοιμασία της τάξης για την προβολή είχε μοιράσει ερωτηματολόγιο ή λίστα «σημείων προσοχής»), να καλέσει τους/τις μαθητές/-τριες να θυμηθούν, να σκεφτούν, να συζητήσουν και να προβληματιστούν),
- διευρύνει τη συζήτηση καλώντας τους/τις μαθητές/-τριες να ανασύρουν από το σακίδιο των γνώσεών τους και της μνήμης τους παρόμοια περιστατικά ή συμπεριφορές και τα καλεί να συγκρίνουν το «μύθο» με ό,τι εμπειρικά γνωρίζουν από την δική τους πραγματικότητα.

Πριν το τέλος της συζήτησης, ο/η εκπαιδευτικός:

- βοηθά τους/τις μαθητές/-τριες να συνειδητοποιήσουν ότι υπάρχει πολυεπίπεδη ανάγνωση των οπτικοακουστικών μηνυμάτων, δέκτες των οποίων είναι καθημερινά και ότι έχοντας την οπτική του φύλου μπορεί κανείς να ανακαλύψει και να δει ή να ακούσει «πληροφορίες» που πριν αγνοούσε,
- μοιράζει, μετά το τέλος της συζήτησης, το θεωρητικό υλικό (άρθρα κ.λπ.) ως κίνητρο για περαιτέρω ενασχόληση και προβληματισμό.

2. ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ

Διαφήμιση σημαίνει «να τραβάς την προσοχή σε κάτι», να γνωστοποιείς κάτι σε κάποιον ή να τον πληροφορείς για αυτό. Υπάρχουν πολλά είδη διαφήμισης και ανάλογα με το περιεχόμενό τους θα μπορούσε κανείς να κάνει λόγο για:

- Εμπορικές καταναλωτικές διαφημίσεις: Εκείνο που τη διαχωρίζει από τα υπόλοιπα είδη είναι οι μεγάλες δαπάνες που απαιτούνται για τη δημιουργία της, ο χώρος, η επαγγελματική δεξιότητα και το γεγονός ότι απευθύνεται σε ένα μαζικό κοινό.
- Επαγγελματικές και τεχνικές διαφημίσεις: Αυτές βρίσκονται, συνήθως, σε περιοδικά εξειδικευμένης ύλης, π.χ. περιοδικά αφιερωμένα σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές κ.λπ., που απευθύνονται σε ειδικούς, επαγγελματίες και ανθρώπους που τα ενδιαφέροντά τους άπτονται της θεματικής του εντύπου. Στην πλειονότητά τους είναι διαφημίσεις κατατοπιστικές και χρήσιμες και ο «πελάτης» εκλαμβάνεται κυρίως ως χρήστης και όχι ως απλός καταναλωτής.
- Διαφημίσεις κύρους, επιχειρηματικές – οικονομικές διαφημίσεις: αποτελούν έναν αναπτυσσόμενο τομέα της βιομηχανίας της διαφήμισης. Πρόκειται για τις διαφημίσεις μεγάλων εταιριών ή τη δημοσίευση των ισολογισμών τους στον τύπο –εφημερίδες– με σκοπό την προώθηση της δημόσιας εμπιστοσύνης στο «πρόσωπό» τους, καθώς και τη δημιουργία μιας ευνοϊκής εικόνας της επιχείρησης. Τέτοιου είδους διαφημίσεις δε στοχεύουν στον άμεσο επηρεασμό των πωλήσεων.
- Μικρές αγγελίες: άμεσες και κατατοπιστικές που καταλαμβάνουν ειδικό κομμάτι των εφημερίδων ή των περιοδικών.
- Διαφημίσεις πολιτικών ή κοινωνικών μηνυμάτων: που δεν έχουν κερδοσκοπικό χαρακτήρα, αλλά ακολουθούν τις ίδιες τεχνικές πειθούς με αυτές που χρησιμοποιεί η εμπορική καταναλωτική διαφήμιση.

Πέρα όμως από τον παραπάνω διαχωρισμό θα μπορούσε κανείς να ταξινομήσει τις διαφημίσεις και με βάση τις λειτουργίες και τις τεχνικές τους.

Έτσι, θα μπορούσαμε να αναφερόμαστε σε:

- Πληροφοριακές διαφημίσεις: τέτοιου τύπου είναι οι μικρές αγγελίες που περιέχουν ελάχιστες περιττές λέξεις, είναι σύντομες και δε χρησιμοποιούν, τις συνήθειες στη διαφήμιση, τεχνικές πειθούς.
- Απλές διαφημίσεις: που περιέχουν «καθαρές πληροφορίες» για το διαφημιζόμενο προϊόν (πλεονεκτήματα του προϊόντος, ευκολίες χρήσης του, κόστος κ.λπ.). Αυτές συναντώνται συνήθως σε περιοδικά ειδικής ύλης,

όπου η σχέση ανάμεσα στον προμηθευτή και τον καταναλωτή είναι άμεση και ειλικρινής.

- Σύνθετες διαφημίσεις: όπου η ήπια ενθάρρυνση των απλών διαφημίσεων μετατρέπεται σε ανεπαίσθητο συσχετισμό και πειθώ. Χωρίς να παραβλέπεται η παροχή πληροφοριών, ο συγκεκριμένος τύπος διαφήμισης βασίζεται στις εικόνες για να πείσει. Ο διαφημιστής ελπίζει ότι ο αναγνώστης θα συνδέσει το προϊόν με τη συνολική εντύπωση (π.χ. οι διαφημίσεις στα έγχρωμα ένθετα των κυριακάτικων εφημερίδων είναι συνήθως σύνθετες).
- Πολύπλοκες διαφημίσεις: που δίνουν βαρύτητα στην παρουσίαση της πολυτέλειας και της κοινωνικής θέσης. Το φόντο κυριαρχεί και το προϊόν ενσωματώνεται σε αυτό. Η οπτική και λεκτική εικονοποιία επικαλούνται το συναίσθημα κύρους που συνδέεται με τον πλούτο, την κομψότητα, την πολυτέλεια και την κοινωνική επίδειξη. Σε αυτές τις διαφημίσεις είναι δύσκολο να καταλάβει κανείς με την πρώτη ματιά ποιο είναι το διαφημιζόμενο προϊόν, διότι αυτό είναι «θαμμένο» στη συνολική εικόνα.
- Περίτεχνες διαφημίσεις: η προέκταση των «πολύπλοκων». Συνήθως, επικεντρώνονται στην εξερεύνηση κρυφών ή υποσυνείδητων αισθημάτων πραγματοποιώντας ανεπαίσθητους συσχετισμούς ανάμεσα στο προϊόν και την κατάσταση προκαλώντας φαντασιώσεις. Μπορεί να υπερτονίζεται η σεξουαλικότητα ή να χρησιμοποιούνται σεξουαλικοί συμβολισμοί.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

Πριν προχωρήσει ο/η εκπαιδευτικός στη χρησιμοποίηση τέτοιου τύπου οπτικοακουστικού υλικού (διαφημίσεις) στην τάξη, καλό θα ήταν να έχει συγκεντρώσει και μελετήσει ο/η ίδιος/-α ένα βιβλιογραφικό υλικό σχετικά με το πώς ορίζεται η «διαφήμιση», ποιες τεχνικές χρησιμοποιούνται, τι προβληματισμός υπάρχει σχετικά με τις διακρίσεις κατά των γυναικών στη διαφήμιση, κ.λπ.

Αυτό θα τον/την βοηθούσε να προχωρήσει στην ορθή ανάγνωση και αποκρυπτογράφηση των μηνυμάτων και στην αποδόμηση έμφυλων στερεοτύπων, όπου αυτά εντοπίζονται. Επίσης, κάποιο ή κάποια άρθρα θα μπορούσαν να φωτοτυπηθούν και να μοιραστούν στην τάξη ως βοηθητικό υλικό.

Ενδεικτική Βιβλιογραφία για το ζήτημα: «Φύλο και Διαφήμιση»

Ελληνόγλωσση

- Dyer, G., (1993), *Η διαφήμιση ως επικοινωνία*, [Μετ. Αγγελική Σπυροπούλου], Αθήνα: Πατάκης (ειδικότερα από τη σελ. 84 και μετά).
- Ζώτος, Γ., (2000), *Διαφήμιση: σχεδιασμός και λειτουργία στα πλαίσια της επιχείρησης και διαφημιστικού γραφείου*, Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Jhally, S., (1997), *Οι κώδικες της διαφήμισης: ο φετιχισμός και η πολιτική οικονομία του νοήματος στην καταναλωτική κοινωνία*, Αθήνα: Καστανιώτης (ειδικότερα κεφ. 3, 4, 5).
- Κουτσουλέλου-Μίχου, Στ., (1997), *Η γλώσσα της διαφήμισης: κειμενογλωσσολογική προσέγγιση του διαφημιστικού κειμένου*, Αθήνα: Gutenberg.
- Παϊδούση, Χρ., (1991), Εικόνες αρρενωπότητας στις διαφημίσεις, *Media View*, Τεύχος 8.
- Σταυρίδης, Στ., (1996), *Διαφήμιση και το νόημα του χώρου*, Αθήνα: Στάχυ.
- Williamson, J., (2001), Αποκωδικοποιώντας τη διαφήμιση: τα σημεία απευθύνονται σε κάποιον, στο: Άννα Βιδάλη (Επιμ): *Αφήγηση και φαντασίωση*, Αθήνα: Νήσος.
- Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, Έκθεση σχετικά με τις διακρίσεις κατά των γυναικών στη διαφήμιση / Επιτροπή για τα Δικαιώματα της Γυναίκας/ Εισηγήτρια: Marlene Lenz, *DOC_EL/RR/332/332952*, (25 Ιουλίου 1997).

Ξενόγλωσση

- Brown, B.W. (1981), *Images of Family Life in Magazine Advertising: 1920-1978*. New York: Praeger.
- Bacon-Smith, C. (1992, 1994), *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Boni, F. (2002), Framing Media Masculinities: Men's Lifestyle Magazines and the Biopolitics of the Male Body in: *European Journal of Communication* (17): 465-478.
- Grazia, V. de; Furlough E. (1996), *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, Berkeley: University of California Press.
- Hanke, R. (1990), *Redesigning Men: Hegemonic Masculinity in Transition. Men, Masculinity, and the Media*. Newbury Park: CA: Sage.

Διαδίκτυο

- The Gender Ads Project <http://www.genderads.com>: βάση δεδομένων με περίπου 3.000 διαφημίσεις που εστιάζουν στο ζήτημα του φύλου. Επίσης, περιλαμβάνει συνδέσμους με σχετικούς δικτυακούς τόπους, ενδεικτικές βιβλιογραφίες κ.ο.κ.
- «Οδηγίες» για τις απεικονίσεις του φύλου στις καναδικές διαφημίσεις <http://www.canad.com/asc/gender.html>

Σημεία έμπνευσης και αναφοράς μπορεί να αποτελέσουν:

- Η ιστορικότητα, η εξέλιξη της εικόνας, του μηνύματος, του τύπου των διαφημίσεων. Σύγκριση των διαφημιστικών μηνυμάτων περασμένων δεκαετιών με τα σύγχρονα. Τι αλλάζει; ποιες συνέχειες μπορούν να παρατηρηθούν;
- Η ενασχόληση Διεθνών και Ευρωπαϊκών οργανισμών με το ζήτημα των αρχών και αξιών στο χώρο της Διαφήμισης.

2.1. Εμπορική/Καταναλωτική Διαφήμιση

2.1.1. Τηλεοπτικές Διαφημίσεις

Η τηλεοπτική διαφήμιση είναι το είδος εκείνου του οπτικοακουστικού μηνύματος με το οποίο ερχόμαστε συχνότερα σε επαφή. Υπάρχει μεγάλη γκάμα επιλογής τέτοιου τύπου υλικού, εφόσον κάποιος επιλέξει την τηλεοπτική διαφήμιση ως εκπαιδευτικό εργαλείο, και είναι εύκολα προσβάσιμο, καθώς όλοι διαθέτουν τηλεοπτικούς δέκτες και οι περισσότεροι είναι εξοικειωμένοι με τη διαδικασία της αντιγραφής σε video. Η δυσκολία εντοπίζεται στην ανάγνωση αυτής της ιδιαίτερης γλώσσας της οπτικοακουστικής έκφρασης. Μέσα από την εκφραστική και πληροφοριακή λειτουργία της, η εικόνα καλεί το δέκτη να τη διαβάσει σε τρία επίπεδα: Το περιγραφικό, το ερμηνευτικό και το τεχνικό.

Έτσι, στην περίπτωση των παραδειγμάτων που ακολουθούν (παρ. 4 και 5) εκπαιδευτικός και μαθητές/-τριες μπορούν αρχικά να μιλήσουν για το φανερό περιεχόμενο της εικόνας που βλέπουν (περιγραφικό επίπεδο ανάγνωσης). Να περιγράψουν, δηλαδή, αυτό που ρητά δηλώνεται (π.χ. παράδειγμα 4: ένα σπίτι, μια κοπέλα, ένα απορρυπαντικό, έναν άνδρα... / παράδειγμα 5: ένα αεροπλάνο, ένα αυτοκίνητο, δύο άνδρες κ.λπ.). Επίσης, μπορούν να παρατηρήσουν και να περιγράψουν το χώρο που εκτυλίσσονται τα «δρώμενα», εσωτερικός χώρος-σπίτι

(παρ. 4), εξωτερικός χώρος–αεροδρόμιο, δρόμος (παρ. 5), να αναφερθούν στο ντύσιμο των ανθρώπων (τι φορούν, αν είναι περιποιημένοι), στις πράξεις τους (τι κάνει η κοπέλα της διαφήμισης του απορρυπαντικού και τι ο άνδρας της διαφήμισης του αυτοκινήτου), στη μουσική επένδυση κ.λπ.

Στο επόμενο στάδιο (ερμηνευτικό επίπεδο) οι δέκτες του οπτικοακουστικού μηνύματος (εκπαιδευτικός και μαθητές/-τριες) μιλούν για αυτό που εκφράζει η εικόνα ή που οι ίδιοι πιστεύουν ότι εκφράζει. Για παράδειγμα, πώς αισθάνεται η κοπέλα (Χιονάτη); Είναι χαρούμενη, ευτυχισμένη, θλιμμένη; Πώς αισθάνεται ο «πρίγκιπας» του παρ. 4; Πώς αισθάνεται ο άνδρας (οδηγός του αυτοκινήτου) (παρ. 5); κ.λπ.

Όσον αφορά στις τεχνικής φύσεως παρατηρήσεις, ο αμήτος θεατής καλείται να παρατηρήσει εάν τα πλάνα είναι γενικά ή κοντινά, πως είναι ο φωτισμός, ποια είναι η γωνία λήψης, ποια είναι τα χρώματα που χρησιμοποιούνται κ.λπ. Αυτές οι τεχνικές «λεπτομέρειες» θα βοηθήσουν στη συνέχεια να αποδομήσουν το μήνυμα.

Μετά από τη φάση της «πρώτης ανάγνωσης» έπεται ο βαθύτερος προβληματισμός. *«Η διαφήμιση γίνεται ένας καθρέφτης, έστω παραμορφωτικός, των κοινωνικών ρόλων των φύλων...»* (αναφέρεται στο πρώτο μέρος της παρούσας μελέτης). Έτσι, ένα βασικό ερώτημα που αναφύεται είναι τι είδους είναι η εικόνα που εκπέμπεται στις διαφημίσεις των παρ. 4 και 5 και τι προβάλλει. Πρόκειται για παραδοσιακές, μοντέρνες, ή υπερσύγχρονες εικόνες; Λαμβάνοντας υπόψη όσα αναφέρθηκαν στο πρώτο μέρος [θεωρητικές προσεγγίσεις στην ενότητα που αφορά στην τηλεοπτική διαφήμιση]-, μπορούν οι μαθητές/-τριες με τη βοήθεια του/της εκπαιδευτικού να συνθέσουν ερωτηματολόγια μέσω των οποίων θα διερευνήσουν το κατά πόσο και σε τι βαθμό οι εικόνες των παραδειγμάτων 4 και 5 αναφέρονται στους αρχέτυπους ρόλους ανδρών και γυναικών (παραδοσιακές), προτείνουν μοντέρνες εικόνες, π.χ. γυναίκες που εργάζονται χρησιμοποιούν τη σύγχρονη τεχνολογία, άντρες που εκτελούν οικιακές εργασίες, κ.λπ. ή ο άνδρας και η γυναίκα δεν εμφανίζονται πλέον σε διχοτομικούς στερεοτυπικούς ρόλους, αλλά ως σύγχρονο ζευγάρι της μετανεωτερικής κοινωνίας, κατασκευάζοντας, έτσι, ένα νέο στερεότυπο.

Στην προκειμένη περίπτωση, τόσο η διαφήμιση του απορρυπαντικού όσο και η διαφήμιση του αυτοκινήτου διαμεσολαβούν παραδοσιακές εικόνες. Η γυναίκα (Χιονάτη) ενδύεται όλους τους παραδοσιακούς της ρόλους και είναι φορέας όλων των αξιών που υπαγορεύονται από το φύλο της. Είναι καλή νοικοκυρά, όμορφη, ερωτική, υπομονετική... ικανή και άξια να γίνει καλή σύζυγος (μητέρα αργότερα). Κινείται υπάκουα στο χώρο που τις έχει παραχωρηθεί, τον ιδιωτικό χώρο: το σπίτι. Δεν αποκλίνει διόλου από το στερεοτυπικό της ρόλο. Το ίδιο συμβαίνει και με τον άνδρα-οδηγό. Είναι φορέας όλων των παραδοσιακών γνωρισμάτων του ανδρισμού. Σε

αυτόν τον σκληρό, αποφασιστικό, γεμάτο αυτοπεποίθηση, νικητή, κατακτητή, γοητευτικό, πλούσιο... ανήκει ο δημόσιος χώρος.

Παράδειγμα 4: *Διαφήμιση του απορρυπαντικού – Η ιστορία της Χιονάτης*

Παράδειγμα 5: *Διαφήμιση αυτοκινήτου*

Οι διαφημίσεις ποικίλουν, όπως επίσης ποικίλουν τα πρότυπα και οι εικόνες των ανδρών και γυναικών που διαμεσολαβούνται. Οι εκπαιδευτικοί μπορούν ελεύθερα, όχι δεσμευόμενοι/-ες από τα παραδείγματα που εδώ επεξεργαστήκαμε, να επιλέξουν τηλεοπτικά διαφημιστικά μηνύματα, τα οποία ενδέχεται να είναι διαφορετικά μεταξύ τους, π.χ. ένα να διαμεσολαβεί μοντέρνα εικόνα και κάποιο άλλο παραδοσιακή κ.λπ.

* Οι μαθητές και οι μαθήτριες μπορούν, επίσης, να εμπλακούν δυναμικά στη διαδικασία ανεύρεσης του οπτικοακουστικού υλικού.

2.1.2. Διαφημίσεις στον Τύπο

Χρήσιμα εργαλεία για την «ανάγνωση» μιας εικόνας είναι τα ακόλουθα:

Χρώμα / Τόνος: Βλέπω πρώτα τα λεύκα και τα κόκκινα. Τα θερμά χρώματα (κίτρινο, πορτοκαλί, κόκκινο) προσελκύουν το βλέμμα και τα ψυχρά (μπλε, πράσινο) δίνουν την αίσθηση της απόστασης, την αίσθηση του βάθους (προοπτική).

Ατμόσφαιρα / Φωτισμός: Εισάγουν το θεατή στο κλίμα.

Γεωμετρία / Σχήματα: (Καμπύλη, Τεθλασμένες, τετράγωνα, τρίγωνα, κύκλος): τα τρίγωνα είναι δυναμικά, οι κύκλοι αρμονικοί, τα τετράγωνα λογικά.

Γραμμές: με οδηγούν εκεί που χρειάζεται να δοθεί προσοχή.

Συμμετρία / Ασυμμετρία: Η συμμετρία, συνήθως, μέσω της επανάληψης μαγνητίζει το βλέμμα και κάνει το θεατή να προσέξει κάτι, γιατί θέλει να απολαύσει την αρμονία που προσφέρει και το ίδιο κάνει η ασυμμετρία πιο επιθετικά, γιατί μαγνητίζει το βλέμμα του θεατή μέσω του ξαφνιάσματος από το ασύμμετρο.

Βλέμμα: Το πιο σημαντικό σε μια εικόνα: ποιος κοιτάει τι. Άλλες φορές το εικονιζόμενο πρόσωπο αποσύρεται σε κάτι μυστηριώδες εκτός εικόνας, άλλοτε κοιτάζει κάτι και οδηγεί το θεατή από περιέργεια να το κοιτάξει, άλλοτε πάλι κοιτάει το θεατή κατάματα και του υπενθυμίζει ότι όχι μόνο κοιτάζει αλλά και κοιτάζεται

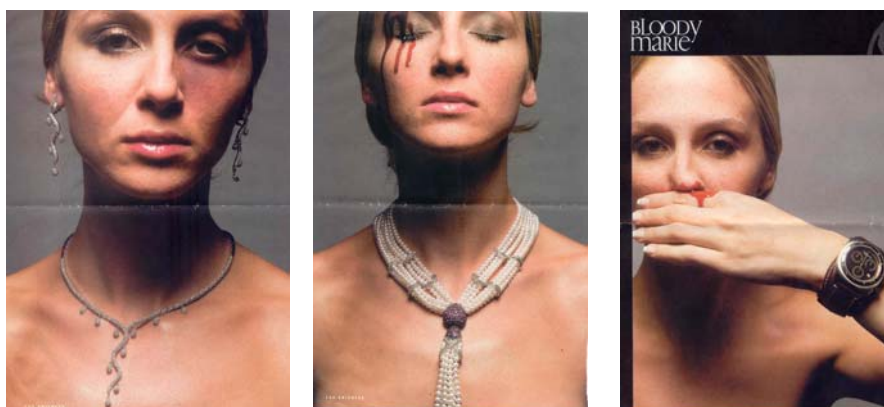
Πόζα / Χειρονομία / Ένδυμα: είναι ότι τα κουστούμια για τους ηθοποιούς. Βοηθούν στην κατανόηση του χαρακτήρα και του ύφους. Συμβάλλουν στην πρόβλεψη (ως ένα βαθμό) του δράματος.

Κίνηση – Στάση: Οδηγούν σε κάτι σημαντικό μέσα στην εικόνα, που χρειάζεται να παρατηρηθεί, ή έξω από την εικόνα που χρειάζεται να αποτελέσει αντικείμενο φαντασίας.

Ισορροπία Ανισορροπία / Βάρος: τα αντικείμενα άλλοτε με βουλιάζουν ή με ανυψώνουν... συνήθως οι μεγάλοι και σκοτεινοί όγκοι θεωρούνται βαρείς, οι μικροί και φωτεινοί θεωρούνται ελαφρείς.

Σύμβολα: αναφέρονται σε κάτι, το οποίο ήδη ξέρω, αλλά δε βλέπω στην εικόνα.

Παράδειγμα 6: *Bloody Marie*



Οι διαφημίσεις προέρχονται από το Ένθετο «ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ» της εφημερίδας «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ» και δημοσιεύτηκαν στην κεντρική του σελίδα τον Οκτώβριο του 2005.

Βήμα 1

Πολυεπίπεδη προσέγγιση του οπτικού μηνύματος (διαδικασία αποδόμησης / προβληματισμός)

A. Περιγραφικό Επίπεδο

- Τι βλέπετε στο τρίπτυχο αυτής της διαφήμισης; (Αναμενόμενη απάντηση: μια γυναίκα με/και κοσμήματα).
- Είναι νέα ή ηλικιωμένη η εικονιζόμενη; (είναι....).

B. Τεχνικό Επίπεδο

- Ποιο το φοδράρισμα της εικόνας;
- Είναι γενικό ή κοντινό το πλάνο;
- Είναι φλου ή καθαρή η εικόνα;

Γ. Ερμηνευτικό Επίπεδο

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- Δείχνει τις διαφημίσεις στους/τις μαθητές/-τριες, δίνοντάς τους χρόνο να τις παρατηρήσουν.
- Θέτει ερωτήματα που βοηθούν τα παιδιά να σκεφτούν κριτικά και να προβληματιστούν:

Για παράδειγμα:

1. Ποιο πιστεύετε πώς είναι το διαφημιζόμενο προϊόν;
 2. Πιστεύετε ότι τα κοσμήματα που φορά η γυναίκα που απεικονίζεται στη διαφήμιση είναι φτηνά ή ακριβά;
 3. Σε ποια κοινωνική τάξη θα κατατάσσατε τη γυναίκα της διαφήμισης (π.χ. φτωχή, μεσοαστή, πλούσια /μεγαλοαστή);
 4. Ποια είναι εκείνα τα στοιχεία που παραπέμπουν στην κοινωνική της θέση;
 5. Ποιος νομίζετε ότι αγόρασε τα κοσμήματα που εκείνη φορά; Η ίδια, η μητέρα της, ο σύζυγός της;
 6. Ποια πιστεύετε ότι είναι τα συναισθήματα της γυναίκας που φορά αυτά τα κοσμήματα; Είναι ευτυχισμένη, χαρούμενη, θλιμμένη;
 7. Που πιστεύετε ότι οφείλεται η διάθεσή της;
 8. Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο λόγος που το πρόσωπό της είναι μωλωπισμένο και ματωμένο;
- Επιτρέπει στους/τις μαθητές/-τριες να απαντήσουν (γραπτά ή προφορικά)

στις ερωτήσεις του/της (ή στο ερωτηματολόγιο, το οποίο θα μπορούσε να έχει μοιραστεί στην τάξη) και στη συνέχεια προτρέπει τους/τις μαθητές/-τριες σε συζήτηση.

- Δίνει χρόνο να ακουστούν οι απόψεις και οι εντυπώσεις των μαθητών/-τριών.

Βήμα 2

Συνέχεια της διαδικασίας
αποδόμησης / συζήτηση

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- Οργανώνει ιδέες, σκέψεις, απόψεις και εντυπώσεις, εμπλουτίζει τις γνώσεις των μαθητών/-τριών και διευρύνει τη συζήτηση και ενασχόληση με τα ζητήματα όσο εκείνος/-η κρίνει απαραίτητο.
- Εισαγάγει μέσα από τη συζήτηση το ζήτημα που θίγεται σε αυτές τις διαφημίσεις (στην παρούσα περίπτωση είναι η ενδο-οικογενειακή βία).
- Αναφέρεται στη σημασιολόγηση των όρων που χρησιμοποιεί ή που καλούνται τα παιδιά να χρησιμοποιήσουν (πως ορίζεται η «οικογένεια», η «βία», τι σημαίνει «ενδο-οικογενειακή», κ.λπ.).
- Επισημαίνει τα σημεία που, ήδη, έχουν εντοπιστεί μέσα από τις απαντήσεις των μαθητών/-τριών στις ερωτήσεις που τους έχουν τεθεί (για παράδειγμα: α) το ζήτημα της ενδοοικογενειακής βίας είναι αταξικό, δεν αφορά μόνο σε ανθρώπους κατώτερων κοινωνικών τάξεων ή χαμηλού μορφωτικού επιπέδου, αλλά αγγίζει όλες τις κοινωνικές τάξεις, β) αγγίζει ανθρώπους τόσο χαμηλού όσο και υψηλού μορφωτικού επιπέδου, γ) αφορά σε όλες τις ηλικίες, όχι μόνο νέες γυναίκες, αλλά και μεγαλύτερες ηλικιακά, δ) δεν αφορά μόνο σε μέλη ενταγμένα στο θεσμό του γάμου, μπορεί το φαινόμενο να παρατηρηθεί και σε ζευγάρια που δεν είναι παντρεμένα, ή και σε μέλη που συμβιώνουν με μια οικογένεια, όπως οι οικιακές βοηθοί, οι ηλικιωμένοι, κ.ά.).
- Μπορεί να αναφερθεί σε δράσεις και ψηφίσματα τόσο του ΟΗΕ όσο και της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα όρια της διαφήμισης και τις διακρίσεις

κατά των γυναικών στη διαφήμιση.

- Αναφέρεται στην καταγγελία που έγινε για την εν λόγω διαφήμιση από τη μεριά της «*Ομάδας Γυναικών Θεσσαλονίκης / Πρωτοβουλία Γυναικών Ενάντια στην Κακοποίηση*»¹.
- Μπορεί, επίσης, να κάνει αναφορά και σε πρόσφατα γεγονότα ενδοοικογενειακής βίας που είδαν το φως της δημοσιότητας.
- Εμπλουτίζει την παρέμβασή του με βιβλιογραφικό υλικό, π.χ. άρθρο/-α. Αυτά μπορεί να σχετίζονται με το ζήτημα των διαφημίσεων και την αναπαραγωγής έμφυλων στερεοτύπων, αλλά και με το θέμα που έμμεσα θίγεται στη συγκεκριμένη διαφήμιση, δηλαδή την ενδοοικογενειακή βία.

* Ενδεικτική βιβλιογραφία σχετικά με το ζήτημα της ενδοοικογενειακής βίας, αλλά και σχετικά με τη διαφήμιση και τις έμφυλες αναπαραστάσεις ή τις διακρίσεις κατά

¹ **Καταγγελία:** Οκτώβρης 2005. Σε ένα από τα τεύχη του μήνα, στο σαλόνι του περιοδικού *Επιλογές* ποζάρει ένα μοντέλο, το οποίο στολίζεται με διαμάντια, χρυσό και ασήμι για τις ανάγκες της διαφήμισης γνωστών κοσμηματοπωλείων της πόλης. Ωστόσο, το προϊόν προς διαφήμιση δε φαίνεται να εκτιμάται ως επαρκές να στολίσει την «κούκλα» και θεωρείται εύλογο εκείνη να στολιστεί επιπλέον με μελανιές και αίματα, εμφανή σημάδια ξυλοδαρμού και κακοποίησης. Δε χρειάζεται ιδιαίτερη αντίληψη για να κατανοήσει κανείς ή καμία το concept μιας τέτοιας διαφήμισης, ούτε το αγοραστικό κοινό στο οποίο απευθύνεται. Για άλλη μια φορά συναντάμε το σεξισμό και την υποτίμηση απέναντι στη γυναίκα, προσδίδοντάς της ακόμα μια φορά το ρόλο του θύματος. Ένα ρόλο στον οποίο υποβάλλεται και κατά τον οποίο, η σιωπή της και η ανοχή της στο μαρτύριο της κακοποίησης και της ενδοοικογενειακής βίας εξαγοράζεται με ένα κόσμημα. Μελετημένο το στήσιμο της καταχώρησης από το δημιουργικό τμήμα του ίδιου του περιοδικού, ώστε να προσελκύσει πολλούς «κυρίους» που θα επιχειρούσαν να ξεπληρώσουν ένα χαστούκι (το λιγότερο) με ένα δαχτυλίδι ή μια καδένα. Άλλωστε, η αναγραφόμενη ως «Bloody Mary» θα έχει ήδη ανεχτεί αρκετά, ώστε να θεωρεί την κακοποίησή της αλλά και την εξαγορά της, τόσο η ίδια όσο και ο θύτης, οικεία και φυσιολογική αντίδραση.

Είναι πραγματικά άξιοι απορίας το πώς κοστολογεί η υπεύθυνη του δημιουργικού τμήματος του περιοδικού την κακοποίηση για την κάθε «Bloody Mary». Πόσα χαστούκια πρέπει να δεχθεί μια γυναίκα για να κερδίσει ένα κόσμημα; Μήπως το κοστολόγιο εκτιμάται από τα κοσμηματοπωλεία, τα οποία πλήρωσαν γι' αυτήν την καταχώρηση και ενέκριναν αυτό το concept; Ή ακόμα, μήπως ο εκδότης των *Επιλογών* που, επίσης, ενέκρινε αυτήν την καταχώρηση (με το αζημίωτο για το περιοδικό φυσικά!), έχει το δικό του τιμοκατάλογο για τη βία; Μήπως σε όλους αυτούς τους ιθύνοντες θα πρέπει να αποσταλούν τα στατιστικά στοιχεία περί κακοποίησης και ενδοοικογενειακής βίας σε βάρος των γυναικών, τα οποία μας πληροφορούν πως 1 στις 2 γυναίκες που δολοφονούνται είναι θύμα του συντρόφου της; Ίσως τότε θα έπρεπε να συμπεριλάβουν στην καταχώρηση και αληθινές φωτογραφίες κακοποιημένων γυναικών, όπως εκείνες μαρτυρούν τη βία που έχουν υποστεί και πώς αυτή ξεπληρώνεται, ικανοποιώντας έτσι και την τεχνητή ανάγκη του αναγνωστικού κοινού για μελόδραμα.

Η δική μας η πρόθεση, ωστόσο, δεν είναι σε καμία περίπτωση αυτή. Πρόθεση, σκοπός μας και χρέος μας είναι να εξασφαλίσουμε με κάθε τρόπο το σεβασμό απέναντι σε αυτές τις γυναίκες, καθώς και προς κάθε γυναίκα που υποβαθμίζεται και προσβάλλεται η αξιοπρέπειά της και η υπόστασή της, μέσα σε ένα ξεπούλημα αξιών και ήθους, καθώς και σε ένα παιχνίδι εντυπώσεων των διαφημιστικών και των ΜΜΕ. Για το λόγο αυτό, υπερασπιζόμενες αυτήν την ανάγκη αλλά και υποχρέωσή μας, παρόλο που είναι αργά να διεκδικήσουμε την απόσυρση της συγκεκριμένης καταχώρησης, ΑΠΑΙΤΟΥΜΕ τη δημόσια συγγνώμη εκ μέρους των υπευθύνων του περιοδικού, που ανέλαβαν τόσο το στήσιμο όσο και την καταχώρηση της καθ' όλα προσβλητικής διαφημιστικής καμπάνιας, καθώς και εκ μέρους των κοσμηματοπωλείων, τα οποία προ(σ)έβαλλε η συγκεκριμένη καταχώρηση. Επιπλέον, ΑΠΑΙΤΟΥΜΕ να μην επαναληφθεί ανάλογης αντίληψης διαφήμιση, η οποία ουσιαστικά ενθαρρύνει και διαφημίζει την κακοποίηση σε βάρος των γυναικών. Επιφυλασόμεθα μάλιστα, σε περίπτωση που δεν ικανοποιηθούν τα παραπάνω αιτήματα, για την άσκηση κάθε νόμιμου και νομικού δικαιώματός μας, γεγονός που θα δημιουργούσε σοβαρό πρόβλημα αξιοπιστίας, τόσο στο ίδιο το έντυπο, όσο και στα εν λόγω καταστήματα. (*Θεσσαλονίκη Απρίλιος 2006: Ομάδα Γυναικών Θεσσαλονίκης/Πρωτοβουλία Γυναικών Ενάντια στην Κακοποίηση*).

των γυναικών στη διαφήμιση, έχει ήδη δοθεί.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

Το παράδειγμα στο οποίο μόλις αναφερθήκαμε έχει την ιδιαιτερότητα να προσφέρει τη δυνατότητα στον/την εκπαιδευτικό να δουλέψει σε δύο επίπεδα:

1. από τη μια πλευρά, είναι αφορμή για ενασχόληση με το θέμα «φύλο και διαφήμιση»,
2. από την άλλη, αποτελεί έναυσμα για συζήτηση και προβληματισμό γύρω από ένα συγκεκριμένο ζήτημα, π.χ. την ενδοοικογενειακή βία.

Όπως σε κάθε διαφήμιση, έτσι και στις περιπτώσεις των παραδειγμάτων που ακολουθούν, μπορεί ο/η εκπαιδευτικός να κάνει πολυεπίπεδη προσέγγιση του οπτικού μηνύματος που χρησιμοποιεί (περιγραφικό, τεχνικό, ερμηνευτικό). Η διαφοροποίηση προκύπτει στην ερμηνευτική προσέγγιση του οπτικού μηνύματος όπου μπορούν, ανάλογα με την εικόνα/διαφήμιση να διαμορφωθούν διαφορετικές ερωτήσεις και να ενσκήψουν διαφορετικά ζητήματα προς προβληματισμό και συζήτηση.

Παράδειγμα 7: Διαφήμιση ειδών υγιεινής



Έτσι, προσεγγίζοντας την παρούσα διαφήμιση παρατηρούμε...

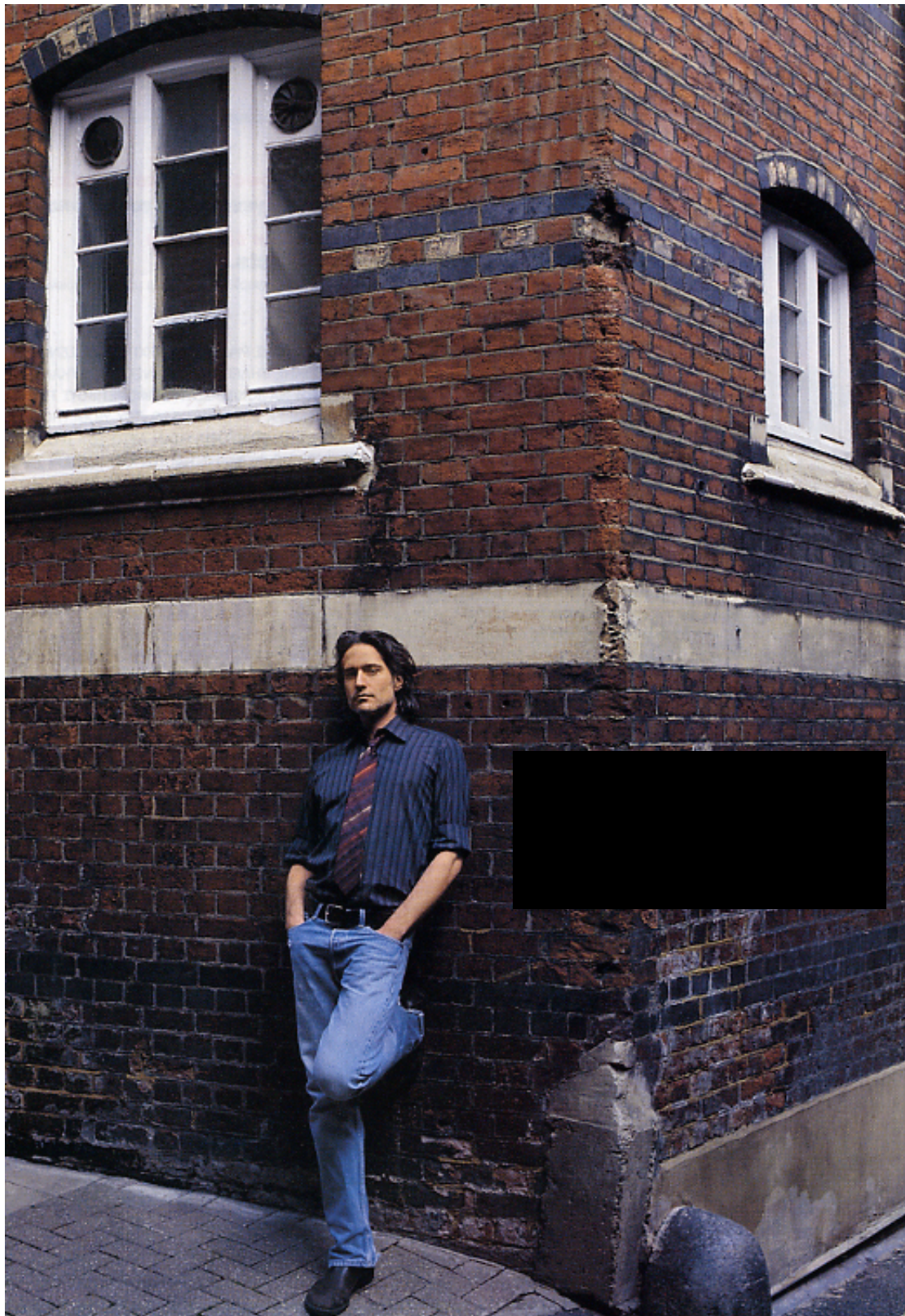
Σε μια εικόνα βλέπουμε πρώτα τα λευκά. Εδώ η εικονιζόμενη γυναίκα συνδέεται από το «θεατή» με τα διαφημιζόμενα είδη, λόγω της χρωματικής συνάφειας των τόνων, των ειδών και των φορεμάτων, που θεωρείται ότι συνάδουν και με τη γυναικεία φύση (λευκά). Ο φωτισμός είναι απαλός και συνοδεύει τη λεζάντα sense of balance (αίσθηση ισορροπίας). Το βλέμμα της γυναικείας φιγούρας έχει κατεύθυνση

και «δείχνει» έξω από το παράθυρο. Τα λευκά άνετα ρούχα, η στάση του σώματος και τα *οριεντάλ* λουλούδια στο βάζο, υποδηλώνουν μια γυναίκα που ξέρει ή έστω θα ήθελε να γνωρίσει την κουλτούρα της Ανατολής. Κατά τη παραμονή της μέσα στον οικιακό χώρο –ιδιωτική σφαίρα– η γυναικεία φιγούρα αναπαριστάται σε μια παθητική στάση σώματος (αναμονή, περισυλλογή) παρόλο που το μυαλό ταξιδεύει στο έξω.

Γυναικεία φιγούρα...

- ηρεμία- ταξίδι
- αγνότητα
- καθαριότητα
- υγιεινή
- αναμενόμενο χαρακτηριστικό: ηρεμία – γλυκύτητα
- πρόσκληση.

Παράδειγμα 8: Διαφήμιση ρούχων



Αστικό τοπίο (σίγουρα εκτός Ελλάδας) πιθανόν Ευρωπαϊκής πόλης με αρχιτεκτονική παράδοση. Το βλέμμα και η πόζα είναι δυναμικά. Ο επαγγελματίας

(φοράει γραβάτα) που ταξιδεύει, τριγυρνάει σαν τον φλανέρ του Μπωντιέρ, εξερευνώντας τις πόλεις στις οποίες βρίσκεται για επαγγελματικούς λόγους. Ανδρική φιγούρα -περιήγηση ταξίδι- κίνηση μέσα από τη στάση.

Παράδειγμα 9: Διαφήμιση ρολογιών και διαφήμιση υποδημάτων





Οι διαφημίσεις που περιλαμβάνονται στο Παράδειγμα 9, αν και διαφημίζουν μη συναφή προϊόντα –ρολόγια/παπούτσια– διέπονται από την ίδια φιλοσοφία. Απουσιάζει η ανθρώπινη φιγούρα. Πρόκειται για δύο απεικονίσεις που παρά την απουσία των σωμάτων κάνουν σαφή αναφορά σε έναν άνδρα και μια γυναίκα.

Τα αντικείμενα της πρώτης περιγράφουν ένα ανδρικό προφίλ αστυνομικού (χειροπέδες μισοτελειωμένος καφές, δαγκωμένο ντόνατς, μεγεθυντικός φακός) που

γνωρίζουμε από αστυνομικές ταινίες και έτσι μας είναι εύκολο να αναγνωρίσουμε την αναφορά. Ενώ κοιτάζουμε έναν εσωτερικό χώρο εργασίας ξέρουμε ότι εγκαταλείφθηκε βιαστικά από τον αστυνομικό που βγήκε έξω.

Η γυναίκα, που υπονοείται στη δεύτερη εικόνα, έχει θέση στον εξωτερικό χώρο μόνο ως θύμα (δολοφονίας ή τροχαίου) και μεταφέρθηκε αιφνίδια σε εσωτερικό χώρο (νοσοκομείο ή νεκροτομείο). Η ανδρική απουσία προϋποθέτει κίνηση είναι δυναμική (έτρεξε), ενώ η γυναικεία απουσία είναι «παθητική» (μεταφέρθηκε από άλλους).

Βήμα 1

Πολυεπίπεδη προσέγγιση του οπτικού μηνύματος (διαδικασία αποδόμησης / προβληματισμός)

Ο/Η εκπαιδευτικός δείχνει στους/τις μαθητές/-τριες τις δύο διαφημίσεις και τους/τις κατευθύνει/υποβοηθά να «δουν» και να προβληματιστούν.

A. Περιγραφικό Επίπεδο

- Τι βλέπετε στην κάθε μία από τις διαφημίσεις; Ποια είναι τα αντικείμενα που εικονίζονται;
- Ποιο είναι στην κάθε μία το διαφημιζόμενο προϊόν;

B. Τεχνικό Επίπεδο

- Ποια είναι η γωνία λήψης;
- Είναι γενικό ή κοντινό το πλάνο;
- Ποια είναι τα χρώματα που χρησιμοποιούνται;

Γ. Ερμηνευτικό Επίπεδο

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- Αφήνοντας τις διαφημίσεις σε κοινή θέα επιτρέπει στους/τις μαθητές/-τριες, να τις παρατηρήσουν, ενώ προχωρά σε μια πιο ουσιαστική προσέγγιση.
- Θέτει ερωτήματα που βοηθούν τα παιδιά να σκεφτούν κριτικά και να προβληματιστούν:

Για παράδειγμα:

- Προσδιορίστε με βάση τα αντικείμενα που παρουσιάζονται στην κάθε διαφήμιση το χώρο αναφοράς (γραφείο, δρόμος).
- Ο άνθρωπος που απουσιάζει από την εικόνα είναι άνδρας ή γυναίκα;

- Ποιο νομίζετε ότι είναι το επάγγελμά του/της;
- Για ποιο λόγο είναι απόντες/-ούσες;
- Χαρακτηρίστε, με βάση την εικόνα, τους/τις δύο απόντες/-ούσες.

Βήμα 2

Συνέχεια της διαδικασίας
αποδόμησης / συζήτηση

Μετά το στάδιο της λεπτομερούς παρατήρησης και του πρώτου προβληματισμού μπορεί να ακολουθήσει συζήτηση βασισμένη στις απαντήσεις των μαθητών/-τριών, η οποία όμως θα μπορούσε να αγγίζει δύο επίπεδα:

α) Τη σφαίρα των ζητημάτων που έχουν άμεση σχέση με τις διαφημίσεις του εν λόγω παραδείγματος.

Για παράδειγμα:

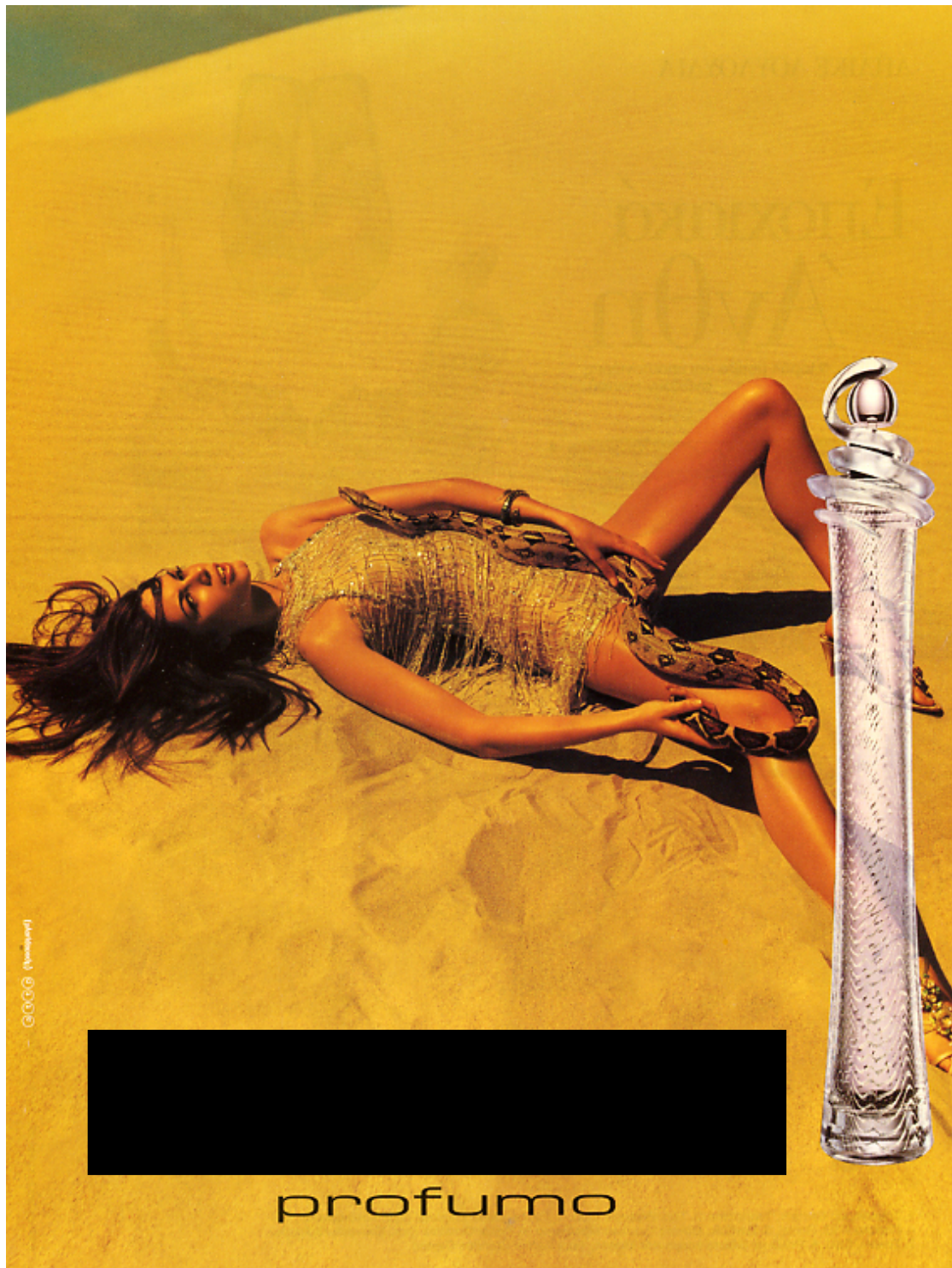
- Οι αναμενόμενοι κοινωνικοί ρόλοι ανδρών και γυναικών.
- Η λειτουργία των έμφυλων στερεοτύπων και ο τρόπος αναπαραγωγής τους.

β) Το χώρο του προβληματισμού γύρω από τις διακρίσεις κατά των γυναικών στη διαφήμιση.

*** Πάντα ο/η εκπαιδευτικός διατηρεί την ελευθερία του/της να χρησιμοποιήσει το υλικό, όπως θεωρεί καλύτερα για τις ανάγκες της τάξης του/της –ηλικία, ενδιαφέροντα κ.λπ.– και βέβαια υπενθυμίζουμε ότι οι ερωτήσεις που παραθέτουμε στο Βήμα 1 και οι θεματικές συζήτησης του Βήματος 2, λειτουργούν ως παραδείγματα και δε στοχεύουν στο να δεσμεύσουν ή να περιορίσουν τον/την εκπαιδευτικό.**

Παράδειγμα 10: Διαφήμιση αρωμάτων—ανδρικό και γυναικείο





Η ίδια μάρκα αρώματος για άνδρες και για γυναίκες.

Η πόζα του άνδρα σχηματίζει ένα δυναμικό τρίγωνο (ανοιχτά πόδια), που υψώνεται προς τον ουρανό. Η θέση ισχύος, κύρους και «χαρακτήρα» υποβάλλεται και από την από τα κάτω προς τα πάνω, χαμηλή γωνία λήψης. Η ανδρική φιγούρα σηκώνει πανηγυρικά, σαν να επιδεικνύει, το φαλλικό σύμβολο-φίδι, το οποίο μοιάζει να εκφύεται από τα γεννητικά του όργανα. Στο φόντο ένα ακόμη φαλλικό σύμβολο, η

υψικάμινος, διαπερνά έναν κυκλικό αρχιτεκτονικό κτίσμα (η καμπύλη είναι το σύμβολο του θηλυκού). Τα ψυχρά χρώματα (μπλε) απομακρύνουν και δεν αφήνουν τη φιγούρα να γίνει βορά του βλέμματός μας. Σε αντίθεση με το κόκκινο χρώμα των μποτινιών στο Παράδειγμα 11 που ελκύουν το βλέμμα, προσκαλούν, και εμπλέκουν στο σενάριο.

Η πόζα της γυναικείας φιγούρας είναι παθητική σαν να δέχεται με μισάνοιχτα πόδια το φαλλό-φίδι που τη διαπερνά.

Βήμα 1

Πολυεπίπεδη προσέγγιση του οπτικού μηνύματος (διαδικασία αποδόμησης / προβληματισμός)

Ο/Η εκπαιδευτικός δείχνει στους/τις μαθητές/-τριες τις δύο διαφημίσεις και τους/τις κατευθύνει/υποβοηθά να «δουν» και να προβληματιστούν.

A. Περιγραφικό Επίπεδο

- Τι βλέπετε στις διαφημίσεις του Παραδείγματος 12;
- Ποιο είναι το διαφημιζόμενο προϊόν;
- Περιγράψτε τις εικόνες (χρώματα, πρόσωπα, κ.λπ.).

B. Τεχνικό Επίπεδο

- Είναι γενικό ή κοντινό το πλάνο αυτών των διαφημίσεων;
- Ποια είναι η γωνία λήψης;
- Παρατηρήστε τα χρώματα που χρησιμοποιούνται.

Γ. Ερμηνευτικό Επίπεδο

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- Αφήνοντας τις διαφημίσεις σε κοινή θέα επιτρέπει στους/τις μαθητές/-τριες, να τις παρατηρήσουν, ενώ προχωρά σε μια πιο ουσιαστική προσέγγιση.
- Θέτει ερωτήματα που βοηθούν τα παιδιά να σκεφτούν κριτικά και να προβληματιστούν:

Για παράδειγμα:

- Ποια εντύπωση σας δημιουργεί η στάση του άνδρα και ποια η στάση της γυναίκας;

- Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι η στάση του σώματος των μοντέλων είναι διαφορετική στις δύο διαφημίσεις;
- Γιατί ο διαφημιστής χρησιμοποιεί διαφορετική γωνία λήψης;
- Γιατί τα χρώματα στις δύο διαφημίσεις είναι διαφορετικά;

Βήμα 2

Συνέχεια της διαδικασίας
αποδόμησης / συζήτηση

Μετά το στάδιο της λεπτομερούς παρατήρησης και του πρώτου προβληματισμού ο/η εκπαιδευτικός έχει πλέον την ευκαιρία:

- να δώσει πληροφορίες σχετικά με το τι είναι η εμπορική διαφήμιση και που στοχεύει,
- να αναφερθεί σε τεχνικά ζητήματα (η γωνία λήψης και η σημασία της, η χρήση των χρωμάτων και το τι επιδιώκει ο «δημιουργός» μέσω αυτών κ.λπ.),
- να μιλήσει για την έμφυλη διάσταση της διαφήμισης, τις διακρίσεις κατά των γυναικών στη διαφήμιση κ.λπ.

*** Ο/Η εκπαιδευτικός με αφορμή τις διαφημίσεις που εδώ χρησιμοποιούμε ως παραδείγματα μεθοδολογικής προσέγγισης μπορεί να δείξει στην τάξη και άλλες που εκείνος/-η έχει επιλέξει και που θα τον/την βοηθήσουν να οδηγήσει τους/τις μαθητές/-τριες σε κριτική προσέγγιση των οπτικών μηνυμάτων και στην ανάδειξη διαφορετικών πλευρών της.**

2.2. Κοινωνικά μηνύματα

Υπάρχει μια ποικιλία μηνυμάτων που μπορούν να διαμεσολαβηθούν μέσω της διαφήμισης. Έτσι, εκτός από εμπορικές διαφημίσεις υπάρχουν και εκείνες που μεταφέρουν κοινωνικά και πολιτικά μηνύματα, στοχεύουν στην ενημέρωση του κοινού για εκδηλώσεις –θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, εκθέσεις, κ.λπ.- ή επιχειρούν με τη βοήθεια της εικόνας να προβληματίσουν, να ευαισθητοποιήσουν, να κινητοποιήσουν...

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην πολυεπίπεδη σημειολογία των εικόνων και των σχολίων αυτού του τύπου των διαφημίσεων, διότι μπορούν κάλλιστα να αναπαράγουν έμφυλα στερεότυπα.

Παράδειγμα 11: Αφίσα για τα δικαιώματα των παιδιών

Η αφίσα αυτή επιλέχτηκε για να δείξει ότι ακόμη και υλικό που προέρχεται από καταξιωμένους οργανισμούς μπορεί να αναπαράγει έμφυλα στερεότυπα.

Βήμα 1

Πολυεπίπεδη προσέγγιση του οπτικού μηνύματος (διαδικασία αποδόμησης / προβληματισμός)

A. Περιγραφικό Επίπεδο

- Τι βλέπετε στην αφίσα;
- Υπάρχουν κορίτσια και αγόρια στην αφίσα;
- Τι διεκδικούν;
- Τι στόχο είχε η δημιουργία της Αφίσας;
- Ποιος Οργανισμός έφτιαξε την Αφίσα;

B. Τεχνικό Επίπεδο

- Παρατηρήστε τα χρώματα και τον τρόπο που αυτά χρησιμοποιούνται.

Γ. Ερμηνευτικό Επίπεδο

- Παρατηρήστε και περιγράψτε τη στάση του σώματος των αγοριών και των κοριτσιών της αφίσας σε σχέση με τις διεκδικήσεις τους.
- Αν σας ζητούσαμε να περιγράψετε τα συναισθήματά τους με βάση τη στάση του σώματός τους: α) τι θα λέγατε για το αγόρι που εικονίζεται στο επάνω αριστερά σκίτσο της πρώτης σειράς; β) για το αγόρι του τρίτου

από αριστερά σκίτσου της πρώτης σειράς;

- Τι εκφράζει η στάση του σώματος του κοριτσιού της μεσαίας εικόνας της πρώτης σειράς;
- Τι διεκδικούν τα αγόρια στις εικόνες της πρώτης σειράς;
- Τι διεκδικεί το κορίτσι στη μεσαία εικόνα της πρώτης σειράς;
- Πιστεύετε ότι θέματα, όπως η εκπαίδευση, το παιχνίδι, η μόρφωση, η τέχνη, η πληροφόρηση και φυσικά η ιδιότητα του πολίτη (της συμμετοχής στα κοινά) αφορούν μόνο στα αγόρια; (σκίτσο 1 και 3 της πρώτης σειράς);
- Πιστεύετε ότι ζητήματα, όπως η διατροφή, η υγεία, η ασφάλεια, η φροντίδα της οικογένειας και της κοινωνίας αφορούν μόνο στα κορίτσια; (μεσαίο σκίτσο της πρώτης σειράς)

Βήμα 2

Συνέχεια της διαδικασίας αποδόμησης / διευρυμένη και σε βάθος συζήτηση

Πολλά είναι τα θέματα που θα μπορούσε ο/η εκπαιδευτικός να θίξει με αφορμή την αφίσα.

Για παράδειγμα:

- Το ζήτημα των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των γυναικείων δικαιωμάτων [τα γυναικεία δικαιώματα δεν είναι ανθρώπινα δικαιώματα;].
- Αν ο/η εκπαιδευτικός στρέψει το βλέμμα του/της στο διεθνή χώρο και αναλογιστεί ή αναζητήσει πληροφορίες σχετικά με τα δικαιώματα των γυναικών, τους αγώνες τους και τις διεκδικήσεις τους, τότε μπορεί να φτιάξει έναν πλούσιο κατάλογο θεματικών και στη συνέχεια, με βάση την ηλικία των μαθητών/-τριών με τους/τις οποίους/-ες δουλεύει, μπορεί να επιλέξει το εύρος και το βάθος της διδακτικής παρέμβασης. Φυσικά, η αφίσα θα μπορούσε να λειτουργήσει ως «οπτικό ερέθισμα» και αρχή προβληματισμού για τους/τις μαθητές/-τριες οι οποίοι/-ες θα αναλάμβαναν στο πλαίσιο μιας παρεμβατικής δραστηριότητας να διερευνήσουν το ζήτημα, να αναζητήσουν πληροφορίες και να δώσουν απαντήσεις στα ερωτήματά τους.
- Το ζήτημα της αναπαραγωγής των έμφυλων στερεοτύπων με βάση, τα οποία κατανέμονται οι κοινωνικοί ρόλοι και υπαγορεύονται συμπεριφορές. (Το κοριτσάκι της αφίσας δε θα μπορούσε άραγε να είναι

«μια μικρή πολίτιδα»; Δε θα μπορούσε να διεκδικήσει *«εκπαίδευση και μόρφωση»* για να είναι αργότερα σε θέση να *«προσφέρει στην κοινωνία και την οικογένεια»;* Ένα αγόρι δε χρειάζεται άραγε *«φαγητό, υγεία και ασφάλεια»*, ή *«τη φροντίδα της κοινωνίας και της οικογένειας»;* Ένα κορίτσι δεν μπορεί να *«υπάρχει, να σκέφτεται και να μιλά ελεύθερα»;*)

- Το ζήτημα των διακρίσεων λόγω φύλου.

3. VIDEO CLIP

Στο σημείο αυτό παραθέτουμε, με μικρές παρεμβάσεις στο παραδοτέο, ένα παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο τα video clips μπορούν να μετατραπούν σε εκπαιδευτικό εργαλείο στα χέρια του/της εκπαιδευτικού (στην προκειμένη περίπτωση της κ. Δοβλέτογλου / ΣΣΜ 110/2004/05) για να προβληματίσει, να ασκήσει τους/τις μαθητές/-τριες του/της στην κριτική προσέγγιση και ανάγνωση των οπτικοακουστικών μηνυμάτων και να αποκαλύψει μια διαφορετική, ενδιαφέρουσα και ως εκείνη τη στιγμή αθέατη πλευρά, των οπτικοακουστικών μηνυμάτων αυτού του τύπου, την οποία παρέχει η έμφυλη γωνία θεώρησης.

Παράδειγμα 12: *Video clip Raining men*

Παράδειγμα 13: *Video clip*

ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ VIDEO CLIPS

Video clip

Το video clip ξεκινάει με μια ανδρική φιγούρα που φοράει κοστούμι και λέει: «με το δικό σας ρυθμό κα *Halloway - "in your own time Mrs Halloway"*». Η γωνία λήψης από την οποία παρουσιάζεται το ανδρικό πρόσωπο είναι χαμηλή έτσι, ώστε να αντιληφθούμε ότι ο άνδρας αυτός έχει κύρος, είναι προφανώς ο κριτής. Αμέσως μετά, η γυναικεία φιγούρα παρουσιάζεται κουλουριασμένη στο πάτωμα ως πουλί που ετοιμάζεται να πετάξει από υψηλή γωνία λήψης (αδυναμία).

Όταν το σώμα ξεδιπλώνεται τότε η προσοχή εστιάζεται στους γυμνούς κοιλιακούς μύες και τις στροφές που κάνει η χορεύτρια, ενώ ο άνδρας κριτής την παρακολουθεί. Είναι ξεκάθαρο ότι το σώμα της χορεύτριας είναι προς θέαση και κρίση. Στο φόντο παρουσιάζεται και ένας νεαρότερος άνδρας να παρακολουθεί και αυτός τη χορεύτρια κλεφτά μέσα από το πλέγμα μιας πόρτας, γεγονός που δίνει έμφαση στο ότι το γυναικείο σώμα συχνά παρακολουθείται σκοποφιλικά. Η γυναίκα κριτής δείχνει δύσπιστη, και περισσότεροι/-ες συμμαθητές/-τριες παρακολουθούν τη χορεύτρια. Οι κριτές ευθυμούν, η γωνία λήψης επικεντρώνεται στο εφηβαίο της χορεύτριας, η χορεύτρια φιλά τον κριτή και δημιουργείται μια πανδαισία χρωμάτων και κίνησης. Σκηνές χορού από χαμηλή γωνία (όσον αφορά στη χορεύτρια) = εξιδανίκευση. Τη βλέπουμε να κάνει μάθημα μπαλέτου (παραδοσιακά συνδεδεμένο με τη θηλυκότητα), μποξ (αρσενικότητα) (Παρατάει τον συγχορευτή της αφού φλερτάρει μαζί του).

Η σκηνή μεταφέρεται στον δρόμο. Σκηνή κοντρ μπλουζόν χαμηλή γωνία λήψης της χορεύτριας που βγάζει το μπουφάν της με φόντο τον ουρανό = εξιδανίκευση – θεοποίηση.

Video clip 2

Βλέπουμε τα βήματα ενός νεαρού άνδρα μπροστά από μια πινακίδα που δείχνοντας την αντίθετη κατεύθυνση, γράφει: «*Πεζοί*». Αυτό σημαίνει ότι ο νεαρός άνδρας πάει αντίθετα στο ρεύμα. Τον βλέπουμε να κοντοστέκεται, ούτως ώστε ο σκηνοθέτης να μην προσδιορίζει το περιβάλλον (βρισκόμαστε σ' ένα δρόμο ίσως του πιο λαϊκού Λονδίνου) και ο νεαρός άνδρας αρχίζει να προχωρά προς τη μηχανή. Όπως προχωρά, σπρώχνει γυναίκες, τις οποίες ρίχνει κάτω... δεν σταματάει ούτε καν για να κοιτάξει τι συμβαίνει πίσω του... Τον προσπερνούν μητέρες με καρτσάκια ...ανεβαίνει πάνω σε ένα αυτοκίνητο που βρίσκεται στο δρόμο του και ενώ η γυναίκα οδηγός του διαμαρτύρεται, αυτός αδιαφορεί. Αδιαφορεί ακόμη και για μια νεαρή που τον κοιτά προκλητικά. Σταματά μόνο για να κοιτάξει το είδωλό του (τον αντικατοπτρισμό του) σ' ένα αυτοκίνητο που προσπερνά φευγαλέα. Η κάμερα επικεντρώνεται στον γοργό βηματισμό του και πλέον βλέπουμε και άλλους άνδρες να περπατούν δίπλα του όπως και εκείνος αντίθετα... τον ακολουθούν.

Ό,τι ακολουθεί αποτελεί δουλειά της εκπαιδευτικού Ανδρονίκης Δοβλέτογλου [ΣΣΜ 110/2004/05] και Διδακτική Παρέμβαση στο μάθημα της Τεχνολογίας της Α΄ Λυκείου. Πρόκειται για μια ολοκληρωμένη παρουσίαση των σταδίων α) της προετοιμασίας, β) της έρευνας αλλά και γ) της διεξαγωγής συμπερασμάτων.

Η εικόνα των δύο φύλων μέσα από τα Videoclips

Μέσω του μαθήματος της Τεχνολογίας, τόσο στο Γυμνάσιο όσο και στο Λύκειο, γίνεται μια προσπάθεια γνωριμίας και εξοικείωσης των μαθητών/-τριών με το τεχνολογικό περιβάλλον. Ένα στοιχείο της παρουσίασης αυτής είναι και η σχέση των γυναικών, των κοριτσιών, των μαθητριών με την τεχνολογία. Ένας χώρος ελκυστικός και οικείος στους/τις έφηβους/-ες, που, παράλληλα, προσφέρεται για τη διερεύνηση αυτής της σχέσης είναι τα videoclips.

Είναι γεγονός ότι το videoclip αποτελεί σήμερα μέρος της εφηβικής κουλτούρας. Ως μέσο προώθησης των προϊόντων της μουσικής βιομηχανίας, προσπαθεί να προσελκύσει το ενδιαφέρον των νέων, που αποτελεί μεγάλο αγοραστικό τμήμα των εν λόγω προϊόντων. Αυτό δεν είναι δύσκολο να επιτευχθεί αν σκεφτεί κάποιος τις δυνατότητες της σύγχρονης τεχνολογίας. Είναι φυσικό λοιπόν να επηρεάζει εν μέρει τους/τις έφηβους/-ες με τα στερεότυπα που προβάλλει.

Ως κεντρικό στόχο αυτού του προγράμματος δημιουργίας σχεδίου μαθήματος στην Τεχνολογία, έθεσα τον προβληματισμό σχετικά με το πώς παρουσιάζονται οι γυναίκες και οι άντρες στα video clips, τον εντοπισμό έμφυλων στερεοτύπων σε αυτά, την παρατήρηση του τρόπου αναπαραγωγής τους και τέλος την αποδόμησή τους.

Η διαδικασία προσέγγισης αυτών των στόχων περιγράφεται διεξοδικά παρακάτω. [Η εμπειρία που βιώσαμε με τους μαθητές και τις μαθήτριες ήταν σημαντική δεδομένου ότι για πρώτη φορά συμμετείχαν ενεργά στη διδασκαλία μαθήματος παρουσιασμένου μέσα από την οπτική του φύλου. Αλλά και εγώ, ως καθηγήτρια-συντονίστρια, δοκίμασα τις δυνάμεις μου σε ένα διαφορετικό τύπο διδασκαλίας. Η εμπειρία ήταν θετική. Δόθηκε η ευκαιρία στους/τις έφηβους/-ες να εκφράσουν τις απόψεις τους και να προβληματιστούν γύρω από θέματα, όπως η διαφορετικότητα του άλλου, η αποδοχή της διαφορετικότητας και η συνύπαρξη].

Στάδια Δουλειάς

Πορεία του μαθήματος

1. Προετοιμασία

Η προετοιμασία του μαθήματος στηρίχτηκε στις συζητήσεις που έγιναν με αφορμή τις απαντήσεις των μαθητών/-τριών σε ερωτηματολόγια που δόθηκαν ως υλικό από το πρόγραμμα Επιμόρφωσης και Εκπαίδευσης σε θέματα ισότητας των δύο φύλων. Στη συνέχεια, προσπάθησα να διερευνήσω τις απόψεις και τα συναισθήματα των

μαθητών και των μαθητριών με βάση τις ατομικές τους εμπειρίες, όπως η εικόνα που έχουν για συγγενικά πρόσωπα –μητέρα, πατέρα, αδελφές, αδελφούς– αλλά και για φίλους-φίλες τους.

Κατά τη διάρκεια αυτών των συζητήσεων έγινε αναφορά στα στερεότυπα σχετικά με το φύλο και στο πώς αυτά δημιουργούνται. [Οι μαθήτριες έδειξαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον από την αρχή και τελικά παρέσυραν τους αρχικά αμήχανους και αδιάφορους μαθητές να εκφραστούν].

2. Διδασκαλία – διεξαγωγή της έρευνας.

Σε αυτή τη διδακτική παρέμβαση ο ρόλος μου ήταν καθοδηγητικός για τον τρόπο εργασίας. Μετά από πρότασή μου, μια ομάδα μαθητών συγκέντρωσε videoclips.

Μια διδακτική ώρα διατέθηκε για την προβολή των επτά videoclips που είχαν επιλεγεί. [Το κλίμα που επικράτησε ήταν πολύ καλό. Υπήρχε ενθουσιασμός.]. Ακολούθησε συζήτηση. Ύστερα, οι μαθητές και οι μαθήτριες απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, του οποίου η σύνταξη είχε βασιστεί τόσο στα προσωπικά διαβάσματά μου όσο και στο υλικό που δόθηκε από το πρόγραμμα. Η τρίτη διδακτική ώρα διατέθηκε για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων και για συζήτηση.

2.1. Η έρευνα

Στόχος αυτής της έρευνας είναι να διερευνηθεί ο βαθμός στον οποίο οι μαθητές και οι μαθήτριες αντιλαμβάνονται τα στερεότυπα των δύο φύλων που προβάλλονται μέσα από τα videoclips, καθώς και σε ποιο βαθμό συσχετίζεται η εικόνα των videoclips με την καθημερινή πραγματικότητα.

2.2. Μεθοδολογία

Η έρευνα έγινε με τη βοήθεια ερωτηματολογίου που έπρεπε να απαντηθεί από τους μαθητές/-τριες. Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από δώδεκα (12) αγόρια και δώδεκα (12) κορίτσια, μαθητές και μαθήτριες της Α΄ Λυκείου.

Φύλλο εργασίας [Ερωτηματολόγιο]

Φύλο: _____

Απαντήστε στις ερωτήσεις

1. Αντιστοιχούν οι εικόνες των video clips με τους στίχους των τραγουδιών;

λίγο† μέτρια† αρκετά† πολύ†

2. Πόσο γρήγορα αλλάζουν οι εικόνες;

λίγο† μέτρια† αρκετά† πολύ†

3. Μεταφέρουν η μουσική και οι εικόνες το ίδιο μήνυμα;

Ποτέ† σπάνια† συχνά† πάντα†

4. Παρουσιάζεται μια μικρή ιστορία στα video clips;

Ποτέ† σπάνια† συχνά† πάντα†

5. Κυριαρχεί η ομορφιά στα video clips; Παρουσιάζονται όμορφοι άνθρωποι, ακριβά αυτοκίνητα και πολυτελή σπίτια;

Ποτέ† σπάνια† συχνά† πάντα†

6. Πώς παρουσιάζονται οι άνδρες; Επιλέξτε δύο επίθετα.

επιθετικοί† αδιάφοροι† δυναμικοί† έξυπνοι† ικανοί† δραστήριοι†

7. Πώς παρουσιάζονται οι γυναίκες; Επιλέξτε δύο επίθετα.

ευαίσθητες† παθητικές† συναισθηματικές† έξυπνες† ικανές† τολμηρές στην εμφάνιση†

8. Μπορείς να βρεις αυτά που συμβαίνουν στα video clips ή στοιχεία αυτών στην καθημερινή πραγματικότητα;

Ποτέ† σπάνια† συχνά† πάντα†

2.3. Αποτελέσματα [βασισμένα στις απαντήσεις των μαθητών/-τριών στο παραπάνω ερωτηματολόγιο].

ΠΙΝΑΚΕΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ								
	λίγο		μέτρια		αρκετά		πολύ	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
1. Αντιστοιχούν οι εικόνες των video clips με τους στίχους των τραγουδιών;			5	6	7	5		1
2. Πόσο γρήγορα αλλάζουν οι εικόνες;		1	2	2	7	7	3	

	ποτέ		σπάνια		συχνά		πάντα	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
3. Μεταφέρουν η μουσική και οι εικόνες το ίδιο μήνυμα;			1	4	11	8		
4. Παρουσιάζεται μια μικρή ιστορία στα video clips;			2		7	8	3	4
5. Μπορείς να βρεις αυτά που συμβαίνουν στα video clips στην καθημερινή πραγματικότητα;	2		6	5	4	6		1
6. Κυριαρχεί η ομορφιά στα video clips; Παρουσιάζονται όμορφοι άνθρωποι, ακριβά αυτοκίνητα και πολυτελή σπίτια;					7	3	5	9

	επιθετικοί		αδιάφοροι		δυναμικοί		έξυπνοι		ικανοί		δραστήριοι	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
7. Πώς παρουσιάζονται οι άνδρες; Επιλέξτε δύο επίθετα.		1	5	5	10	11	3	1		3	8	3
	ευαίσθητες		παθητικές		συναισθηματικές		έξυπνες		ικανές		τολμηρές στην εμφάνιση	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
8. Πώς παρουσιάζονται οι γυναίκες; Επιλέξτε δύο επίθετα.	3	5	2	2	8	5	1				13	9

2.4. Συμπεράσματα

Από τη μικρή έρευνα φαίνεται ότι τα αγόρια και τα κορίτσια συμφωνούν στα εξής:

- Οι εικόνες των videoclip's αλλάζουν πολύ γρήγορα.
- Προβάλλονται εικόνες όπου κυριαρχεί η ομορφιά. Παρουσιάζονται όμορφοι άνθρωποι, ακριβά αυτοκίνητα και πολυτελή σπίτια.
- Οι εικόνες που παρουσιάζονται δεν έχουν σχέση με την καθημερινή πραγματικότητα.
- Οι άνδρες παρουσιάζονται δυναμικοί, δραστήριοι ή αδιάφοροι.
- Οι γυναίκες παρουσιάζονται συνήθως με τολμηρή εμφάνιση και έντονο μακιγιάζ. Στερεοτυπικά προβάλλεται για τις γυναίκες ο έντονος συναισθηματισμός, η ευαισθησία και τονίζεται ιδιαίτερα η σεξουαλικότητά τους.

3. Αξιολόγηση

Οι δυσκολίες που αντιμετώπισα συνίσταντο κυρίως στην έλλειψη χρόνου. Κοπίασα αρκετά για να συντάξω το ερωτηματολόγιο αλλά ανταμείφθηκα, γιατί προσέλκυσε ιδιαίτερα το ενδιαφέρον των μαθητών και των μαθητριών, οι οποίοι/-ες στάθηκαν στο ύψος της περίπτωσης. Στο τέλος της σχολικής χρονιάς, παρά το φόρτο εργασίας τους, πολλοί από αυτούς/-ές συμμετείχαν ενεργά μέχρι το τέλος.

4. Υλικό που χρησιμοποιήθηκε

Εκτός από τη βιβλιογραφία, χρησιμοποιήθηκαν και τα εποπτικά μέσα του σχολείου (τηλεόραση, DVD player), καθώς και CD-ROM με τα επιλεγμένα videoclip's.

Μια προτεινόμενη μεθοδολογική προσέγγιση για τέτοιου τύπου οπτικοακουστικό υλικό μπορεί να είναι η ακόλουθη:

Βήμα 1

Προετοιμασία του/της εκπαιδευτικού

Ο/Η εκπαιδευτικός καλό θα ήταν:

- να βρει / να επιλέξει κάποια video clips που πιστεύει πως είναι κατάλληλα ως εκπαιδευτικό εργαλείο,
- να τα «γράψει» σε ένα CD-ROM ή DVD για να μπορέσει και ο/η ίδιος/-α να τα επεξεργαστεί και να τα προβάλει στην τάξη,
- να δει προσεκτικά τα δρώμενα των video-clips και να προσπαθήσει πρώτος/-η εκείνος/-η να διαμορφώσει μια σειρά ερωτημάτων, οι απαντήσεις των οποίων είναι ίσως με την πρώτη ματιά αυτονόητες,
- να διαμορφώσει ένα ερωτηματολόγιο το οποίο θα χρησιμοποιήσει στην τάξη μετά την προβολή, για να προβληματίσει, να κατευθύνει και να ευαισθητοποιήσει τους μαθητές/-τριες του/της να προσεγγίζουν το οπτικοακουστικό υλικό με την οπτική του φύλου.

* Πριν την προβολή πρέπει ο/η εκπαιδευτικός να είναι βέβαιος/-η πως υπάρχει και λειτουργεί η κατάλληλη υλικοτεχνική υποδομή. Μια δοκιμή κρίνεται απαραίτητη, ώστε να αποφευχθούν τα απρόοπτα.

ή

Οι μαθητές/-τριες μπορούν να εμπλακούν στην έρευνα

Σε αυτή την περίπτωση, ο/η εκπαιδευτικός κάνει πρώτα μία γενικότερη, όχι πολύ εκτενή, συζήτηση με τους μαθητές/-τριες σχετικά με ζητήματα γύρω από το φύλο, τον τρόπο με τον οποίο προβάλλονται οι ρόλοι ανδρών και γυναικών στα ΜΜΕ, το λόγο ύπαρξης των video clips κ.λπ. και έπειτα τους καλεί να βρουν video clips που τους αρέσουν ή τα βρίσκουν ενδιαφέροντα, να τα αντιγράψουν και να τα προσκομίσουν στην τάξη.

Ο/Η εκπαιδευτικός επιλέγει ποια από αυτά θα προβληθούν στην τάξη, θα τύχουν περαιτέρω επεξεργασίας και θα αποτελέσουν έναυσμα για προβληματισμό και συζήτηση.

Βήμα 2

Διδακτική παρέμβαση

Ο/Η εκπαιδευτικός:

- μοιράζει το ερωτηματολόγιο,
- προβάλλει τα video clips που έχει επιλέξει, και
- καλεί τους μαθητές/-τριες να απαντήσουν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που έχουν στα χέρια τους.

Βήμα 3

Συνέχεια διδακτικής παρέμβασης

- Παρουσίαση της συνολικής εικόνας των απαντήσεων που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο.
- Παρατηρήσεις και σχόλια που αφορούν στις απαντήσεις που έχουν δοθεί.
- Εξαγωγή συμπερασμάτων.

4. ΤΡΑΓΟΥΔΙ

Το τραγούδι που δε συνοδεύεται από ένα video-clip αποτελεί κυρίως ένα ακουστικό μήνυμα μουσικής και ποιητικού λόγου, το οποίο μπορεί επίσης να τύχει κριτικής προσέγγισης, «ανάγνωσης» και ανάλυσης. Τα τραγούδια, ανεξάρτητα από την κατηγορία στην οποία ανήκουν (παραδοσιακά, δημοτικά, έντεχνα, μοντέρνα κ.λπ.), έχουν ιστορικότητα (δημιουργήθηκαν και τραγουδήθηκαν ή τραγουδιούνται μια ιστορικοπολιτισμική «στιγμή»), διότι περιγράφουν, αναλύουν και σχολιάζουν κοινωνικά φαινόμενα, ώστε να μπορούν να προσεγγιστούν από διαφορετικές πλευρές. Η οπτική του φύλου είναι μία από τις γωνίες θεώρησης που αξίζει την προσοχή όλων.

Τα τραγούδια είναι πολλά και τα είδη τους ποικίλα. Στο πλαίσιο του Προγράμματος έγιναν πολλές προσπάθειες ανάλυσης του λόγου ή των αντιλήψεων γύρω από το φύλο που αναπαράγονται μέσα στους στίχους των τραγουδιών και φτάνουν στο νου και τα χείλη πολλών (υπάρχουν παραδοτέα που ασχολούνται με τη μαντινάδα, τα Ηπειρωτικά δημοτικά τραγούδια κ.λπ.). Το περιεχόμενο του παραδείγματος που ακολουθεί επιλέχτηκε για να γίνει σαφές πως εύκολα, αντιγράφοντας ένα τραγούδι από το ραδιόφωνο, μπορεί ο/η εκπαιδευτικός να εξασφαλίσει ένα εργαλείο για να προχωρήσει στην ευαισθητοποίηση των μαθητών/-τριών.

Μεθοδολογικά: Μπορεί να επιλεγεί ένα είδος τραγουδιού (ή τραγούδια που τα παιδιά ακούνε συχνά στο ραδιόφωνο) και η τάξη, χωρισμένη σε ομάδες, να ασχοληθεί με τη συλλογή, την αντιγραφή και την καταγραφή των στίχων του. Επίσης, μπορεί να γίνει αναφορά στο κείμενο –τη χρήση του λόγου στους στίχους–, στις εικόνες που περιγράφονται και να τεθούν ερωτήματα σχετικά με το ρόλο των γυναικών ή των ανδρών σε αυτά...

Από τις παραπάνω παρατηρήσεις θα προκύψει προβληματισμός και συζήτηση.

Παράδειγμα 14: Τραγούδι - Δυο-δυο τα κορίτσια δυο-δυο [Δ. Σαββόπουλος]

**Μελετώντας στίχους τραγουδιών
«Δυο δυο πέρασαν τα κορίτσια» του Διονύση Σαββόπουλου**

Δυο δυο πέρασαν νάτα τα κορίτσια
Όλο ντρέπονται ντρέπονται όλο τα κορίτσια
τα κορίτσια τα κορίτσια δύο δύο βιαστικά
στρίβουν από τη γωνία για να μπουν στο σινεμά στέκουν πίσω από το τζάμι και ζητάνε
παγωτό
τα κορίτσια που χουν γίνει δεκατέσσερα χρονών

Σε λευκώματα όμορφα γράφουν τα κορίτσια πριν πλαγιάσουν κλείνουν κλειδώνουν τα
κορίτσια
στον καθρέφτη κάθε βράδυ στα κρυφά
βλέπουνε να μεγαλώνουν με ένα φόβο στην καρδιά
τη μαμά τους τη ρωτάνε κάθε τόσο μια φορά τα κορίτσια που περνάνε δύο δύο
βιαστικά

Περιμένουν στη στάση σα σχολάνε απ' τα αγγλικά
ο συμμαθητής τους μοιάζει
κάποιον γόη του σινεμά
Πόσο όμορφα όμορφα βλέπεις τα κορίτσια
πόσο άτυχα άτυχα βλέπεις τα κορίτσια
την ασχήμια των γονιών τους
θα πληρώσουνε σκληρά
κάποια μέρα σα χαμένα
θα σταθούν στην εκκλησιά
η μαμά τους θα δακρύζει
συγγενείς πεθερικά
τα κορίτσια τα καημένα
κι ούτε λέξη πια
γι αυτά...

Οι μαθητές/-τριες εκφράζουν απορίες

Γιατί φαίνονται όμορφα τα κορίτσια;

Γιατί περνούνε δυο δυο βιαστικά;

Γιατί τα... βλέπεις ...άτυχα;

Έτσι είναι σήμερα τα κορίτσια;

Τι θα πληρώσουνε σκληρά;

Γιατί μετά κανείς δεν θα μιλήσει για αυτά;

Οι μαθητές και μαθήτριες προσπαθούν να απαντήσουν:

«Τα κορίτσια περνάνε βιαστικά» ίσως επειδή η ζωή τους πέρασε βιαστικά, ίσως φοβούνται μην βρεθούν στη θέση των γονιών τους και ζήσουν την ίδια ζωή. Και μπορεί να χαθούν μέσα στις οικογένειες που θα δημιουργήσουν.

Είναι άτυχα, επειδή δεν αποφασίζουν αυτά τη μοίρα τους.

Θα πληρώσουν σκληρά το μέλλον τους αν δεν το έχουν επιλέξει τα ίδια.

-«Δεν μ' άρεσε καθόλου που τα κορίτσια [τότε] ήταν πολύ φυλακισμένα..., που ήταν άτυχα, που θα παντρευτούν αυτόν που θέλουν οι γονείς τους κι ούτε λέξη πια για αυτά. Δεν μου άρεσε που δεν είχαν δικαιώματα και οι γονείς τους φέρονταν σα να ήθελαν να τα ξεφορτωθούν».

-«Δεν μου άρεσε που τα κορίτσια δεν έχουν δικαίωμα να εκφραστούν και δεν έχουν δικαίωμα επιλογής. Δεν μου άρεσαν τα σημεία που περιέγραφαν τη μειονεκτική θέση της γυναίκας. Ευτυχώς αυτό δεν ισχύει σήμερα σε μεγάλο βαθμό».

-«Μου άρεσαν οι στίχοι που περιέγραφαν την περίεργη σχέση αγοριών-κοριτσιών, γιατί το αναλύσαμε και το συζητήσαμε όλοι μαζί».

-«Τα λόγια μας έβαλαν σε σκέψεις».

5. ΕΡΓΑ ΤΕΧΝΗΣ (ΖΩΓΡΑΦΙΚΗ / ΓΛΥΠΤΙΚΗ)

Παράδειγμα 15: Φύλο και κοινωνικοί ρόλοι – αποτύπωση σε έργα τέχνης – ζωγραφική και γλυπτική

Το παράδειγμα 16 αποτελεί παραδοτέο [έγιναν κάποιες παρεμβάσεις σε σημεία που αυτό κρίθηκε απαραίτητο] του Εν. Λυκείου Τριλόφου [Α' Δ/ση Θεσσαλονίκης], το οποίο συμμετείχε στο πρόγραμμα υλοποιώντας μια παρεμβατική δράση, με θέμα *Η διαχρονική αποτύπωση του κοινωνικού ρόλου της γυναίκας και του άνδρα στα έργα τέχνης – ζωγραφική και γλυπτική*. Η Ζουμπουλία Θεοδωρίδου –υπεύθυνη για τη δράση– δούλεψε με τη Β' Λυκείου.

Εισαγωγή

Το θέμα της ταυτότητας των δύο φύλων, τα στερεότυπα και οι αντιλήψεις για τον κοινωνικό ρόλο του άνδρα και της γυναίκας σε κάθε εποχή και γενικά οι σχέσεις των φύλων όπως προκύπτουν από τον προσδιορισμό της ταυτότητάς τους στις εκάστοτε συνθήκες είναι ένα θέμα που έγινε αντικείμενο τόσο διεπιστημονικής μελέτης και έρευνας όσο και αντικείμενο σπουδής στα έργα των καλλιτεχνών.

Η τέχνη είναι ανθρώπινη ανάγκη και οι καλλιτέχνες είναι άνθρωποι που ζουν στις οργανωμένες κοινωνίες μιας συγκεκριμένης εποχής, δέχονται τα μηνύματά της, εμπνέονται τα θέματά τους από το περιβάλλον, στο οποίο ζουν, και κατά το πλείστον αποτυπώνουν στα έργα τους τα χαρακτηριστικά αυτών των κοινωνιών. Για το λόγο αυτό έγινε απόπειρα προσέγγισης του θέματος των έμφυλων κοινωνικών ρόλων που αναλαμβάνουν τα εικονιζόμενα πρόσωπα (άντρες, γυναίκες και παιδιά) στα έργα ζωγραφικής και γλυπτικής που επελέγησαν.

Έτσι, για τις ανάγκες της δράσης, επιλέχτηκαν έργα από την πρώιμη ελληνική τέχνη μέχρι και τον 20^ο αι μ.Χ. Έγινε προσπάθεια να επιλεγούν έργα αντιπροσωπευτικά, στα οποία απεικονίζονται γυναικείες και ανδρικές μορφές σε διαφορετικές κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές συνθήκες, ώστε να διερευνηθεί ο κοινωνικός τους ρόλος.

Η προσέγγιση των έργων δεν άγγιξε την τεχνοτροπία των δημιουργών. Δεν έγινε καμιά αξιολογική αποτίμηση. Έγιναν μόνο κοινωνιολογικές επισημάνσεις στο πλαίσιο των δυνατοτήτων της ομάδας.

Στόχοι της παρεμβατικής δράσης

Οι στόχοι της δράσης ήταν:

- ▣ Να προβληματιστούν οι μαθητές/-τριες σχετικά με τις στερεοτυπικές αντιλήψεις για το φύλο στην πορεία του χρόνου και να καταγράψουν αλλαγές που τυχόν έχουν σημειωθεί, συγκρίνοντας το «χθες» με το «σήμερα».
- ▣ Να αποκτήσουν την εμπειρία της διαφορετικής «ανάγνωσης» της εικόνας.
- ▣ Να διαπιστώσουν ότι τα έργα τέχνης, πέρα από την αισθητική αρτιότητα, μπορούν να παρέχουν, ανάλογα με τον τρόπο «ανάγνωσης» τους, στοιχεία και πληροφορίες χρήσιμες για θέματα που άπτονται ποικίλων επιστημονικών τομέων (π.χ. ιστορίας, κοινωνιολογίας, χημείας κ.λπ.). Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο στόχος είναι να ανακαλύψουν την «εικόνα» που τους προσφέρουν όταν τα παρατηρούν με την οπτική του φύλου.
- ▣ Να διερευνήσουν σε ποιο βαθμό ο καλλιτέχνης –ζωγράφος, γλύπτης– αφουγκράζεται τα μηνύματα της εποχής του, εκφράζει με το έργο του το πνεύμα και τις αντιλήψεις της κοινωνίας στην οποία ζει και χρησιμοποιεί το έργο του ως μια μορφή επικοινωνίας

Διαδικασία υλοποίησης της δράσης

1. Σχεδιασμός

- Λαμβάνοντας υπόψη τους στόχους της παρεμβατικής δράσης, διεξήχθη συζήτηση γύρω από τις αντιλήψεις / στερεότυπα φύλου της εποχής μας και υπήρξε προβληματισμός σχετικά με θέματα ισότητας των δύο φύλων [οι μαθητές/-τριες ανταποκρίθηκαν στο σύνολό τους με ενδιαφέρον στη συζήτηση].
- Έγινε αναφορά στους όρους «*τέχνη*» και «*ισότητα ανδρών και γυναικών*» και ρωτήθηκαν οι μαθητές/-τριες αν μπορούν να τις συσχετίσουν. Έτσι, η συζήτηση οδηγήθηκε στο ρόλο του καλλιτέχνη στην κοινωνία και σε ποιο βαθμό επηρεάζεται και εκφράζει τις αντιλήψεις της εποχής του.
- Σε αυτό το σημείο έγινε προβολή κάποιων έργων ζωγραφικής και γλυπτικής, για να έρθουν οι μαθητές/-τριες σε μια πρώτη επαφή με τα έργα και να προϊδεαστούν για τον τρόπο με τον οποίο θα εργαστούν στη συνέχεια.
- Τέλος, οι μαθητές/-τριες ερωτήθηκαν αν ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με τα στερεότυπα των δύο φύλων μέσα από τα έργα τέχνης και, αφού απάντησαν θετικά, ενημερώθηκαν για τον τρόπο υλοποίησης της δράσης.

2.Υλοποίηση

Συγκέντρωση του υλικού

- Επιλέχθηκαν έργα από την πρώιμη ελληνική τέχνη μέχρι και τον 20^ο αι μ.Χ. Έγινε προσπάθεια να επιλεγούν έργα αντιπροσωπευτικά, στα οποία απεικονίζονται γυναικείες και ανδρικές μορφές σε διαφορετικές κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές συνθήκες, ώστε να διερευνηθεί ο κοινωνικός τους ρόλος. Ο κατάλογος των επιλεγμένων έργων αναφέρεται στην παράγραφο «υλικό που χρησιμοποιήθηκε».
- Δημιουργήθηκαν σλάιντς, ώστε με την προβολή των έργων να προκληθεί το ενδιαφέρον των μαθητών/-τριών και να συμμετάσχουν στη διαδικασία της δράσης.
- Στην πρώτη προβολή έγινε μια πρώτη προσέγγιση στο περιεχόμενο των έργων χωρίς να αναφερθούν οι δημιουργοί και η εποχή τους. Στόχος ήταν να γίνει μια πρώτη ανίχνευση των ρόλων των δύο φύλων. Ζητήθηκε από τους μαθητές/-τριες να καταθέσουν τις πρώτες εντυπώσεις.
- Ακολούθησε δεύτερη προβολή και εκτενέστερος σχολιασμός. Στη συνέχεια, οι μαθητές/-τριες επέλεξαν δύο-τρία έργα καθένας/-μία και ανέλαβαν να καταγράψουν τα δικά τους σχόλια για το περιεχόμενο και το μήνυμα των έργων.
- Οι μαθητές/-τριες ζήτησαν να επαναληφθεί η προβολή των σλάιντς για να παρατηρήσουν τα έργα χωρίς σχόλια και παρατηρήσεις αυτή τη φορά.
- Διαπίστωσαν την «απεικόνιση»των στερεοτύπων των δύο φύλων από τις πρωτόγονες ακόμη κοινωνίες μέχρι και τις πιο σύγχρονες. Παρατήρησαν κάποιες αλλαγές αυτών των αντιλήψεων στη σημερινή εποχή, όπως προκύπτει από τα νεότερα έργα.
- [Έγινε θεατρικό παιχνίδι ρόλων από τους μαθητές/-τριες και φωτογραφήθηκαν οι σκηνές].
- Η δράση ολοκληρώθηκε με την παρουσίαση **της εργασίας** στην τελική εκδήλωση της Σύμπραξης που έγινε στις 12-05-2005, αντίγραφο της οποίας αποτελεί το συνημμένο **Παράρτημα Ι** στο οποίο παρατίθενται έργα, όπως αυτά προβλήθηκαν και σχολιάστηκαν από τους μαθητές.

3.Υλικό που χρησιμοποιήθηκε

Το υλικό που χρησιμοποιήθηκε ήταν έργα ζωγραφικής και γλυπτικής από την πρώιμη ελληνική τέχνη (Νεότερη Νεολιθική εποχή, 4300-3300 π.Χ.) μέχρι και τον 20^ο αι. μ.Χ. Η επιλογή των έργων έγινε έτσι, ώστε, μέσα από τον περιορισμένο αριθμό

έργων στο πλαίσιο αυτής της δράσης, να αντιπροσωπεύονται κατά το δυνατόν διαχρονικά οι εποχές και οι αντιλήψεις των κοινωνιών.

Στη συνέχεια παραθέτουμε κατάλογο των έργων που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα με τη σειρά που μελετήθηκαν:

1. **Μαρμάρινο ειδώλιο όρθιας γυναίκας**. Νεότερη Νεολιθική εποχή, 4300-3300 π.Χ.
2. α. **«Ο Αυλητής»**, μαρμάρινο ειδώλιο ανδρικής μορφής. Πρώιμη Πρωτοκυκλαδική περίοδος, π. 2700 π.Χ.
- 2.β. **«Ο Αρπιστής»**, μαρμάρινο ειδώλιο ανδρικής μορφής . Πρώιμη Πρωτοκυκλαδική περίοδος, π. 2700 π.Χ.
- 3.α. **Μαρμάρινο ειδώλιο γυναικείας** μορφής κανονικού τύπου, Πρώιμη Πρωτοκυκλαδική περίοδος, μέσα 3^{ης} χιλιετίας π.Χ.
- 3.β. **Μαρμάρινο ειδώλιο ανδρικής μορφής**, π. 2300 π.Χ.
4. **Νεαροί πυγμάχοι**, τμήμα τοιχογραφίας, π.1650 π.Χ., Θήρα, Ακρωτήρι.
5. **Ψαράς**, τμήμα τοιχογραφίας, π.1650 π.Χ. Θήρα, Ακρωτήρι.
- 6.α. **Κροκοσυλλέκτριες**, τμήμα τοιχογραφίας, π. 1650 π.Χ., Θήρα, Ακρωτήρι.
- 6.β. **Κοριτσάκι με κάνιστρο**, 19^{ος} αι. μ.Χ., Σπυριδων Προσαλέντης.
7. **Πήλινο σύμπλεγμα γυναικείου τελετουργικού χορού**, Υστερομινωική περίοδος, 1350-1100 π.Χ.
8. Η **«μικρή θεά των όφρων»**, από φαγεντιανή π. 1600 π.Χ., Κνωσός.
9. **«Ταυρομαχία»**, τμήμα τοιχογραφίας, λίγο μετά το 1500 π.Χ., Κνωσός.
- 10 Ο **«Κρατήρας των Πολεμιστών»**, 12^{ος} αι π.Χ., Μυκήνες.
11. **Αχιλλέας και Πενθεσίλεια**, π. 540 π.Χ.
12. Η **Άνοιξη**, Μποτιτσέλι, 1478 μ.Χ.
13. **Το Δείπνο των αξιωματικών του σώματος των τοξοτών του Αγίου Αδριανού**, Φρανς Χαλς, π. 1627 μ.Χ.
14. **Μάθημα ζωγραφικής**, Άγνωστος, π. 1840-1845 μ.Χ.
15. **Ψαριανός καπετάνιος**, Ανδρέας Κριεζής, π. 1850-1853.
16. Η **Κλεονίκη Γενναδίου**, Λούτβιχ Τιρς, π. 1852-1855.
17. **Το αντρόγυνο**, Διονύσιος Καλλυβωκάς, 1858.
18. Η **κυρία με το σκυλάκι**, Παύλος Μαθιόπουλος, 1899.
19. **Κυρία με ντεκολτέ στην πλάτη στον καθρέπτη**, Ιάκωβος Ρίζος, π. 1885.
20. **Γυναίκα ξαπλωμένη**, Συμεών Σαββίδης, 1912.
21. **Αθηναϊκή εσπέρα**, Ιάκωβος Ρίζος, 1897.
22. **Μητέρα και κόρη**, Κων/νος Ιατράς, π. 1870-1880.
23. Η **σύζυγος του καλλιτέχνη με το γιο του**, Γεώργιος Ιακωβίδης, 1895.
24. Η **αποστήθιση**, Νικόλαος Γύζης, 1883.

25. **Ο μαθητής**, Ιωάννης Ζαχαρίας, 1868.
26. **Το ατελίε και η οικογένεια του ζωγράφου**, Γεώργιος Άβλιχος, π. 1875.
27. **Επιστροφή από το πανηγύρι της Πεντέλης**, Νικηφόρος Λύτρας, π. 1870.
28. **Αναφιώτικα**, Νικόλαος Ξυδιάς- Τυπάλδος, π.1897.
29. **Παιδική συναυλία**, Γεώργιος Ιακωβίδης, 1900.
30. **Οι σταχομαζώχτρες**, Ζαν-Φρανσουά Μιγέ, 1857.
31. **Η πλύστρα**, Ονορέ Ντομιέ, 1848.
32. **Η εργατική μητέρα**, Ζαν - Μπατίστ Σαρτέν, 1740.
33. **Τα αρραβωνιάσματα**, Νικόλαος Γύζης, 1877.
34. **Πρωτομαγιά στην Κέρκυρα**, Χαράλαμπος Παχής, π 1875- 1880.
35. **Κακές ειδήσεις**, Αριστείδης Οικονόμος, π. 1870-1880.
36. **Το ψαριανό μοιρολόι**, Νικηφόρος Λύτρας, 1888.
37. **Οι τέσσερις εποχές**, Τσαρούχης, 1969.
38. **Καπετάν Βαγγέλης**, Σπύρος Βασιλείου, 1954.
39. **Το καφενείο του Τέζα**, Καραγάτση, 1971.
40. **Άνδρας, γυναίκα και παιδί**, Σικελιώτης- Χατζής, 1969.
41. **Ερμής εν αναμονή**, Ν. Εγγονόπουλος, 1939.
42. **Εμφύλιος πόλεμος**, Ν. Εγγονόπουλος, 1948.
43. **Πέγκυ**, Μυταράς, 1986-1987.

4. Αξιολόγηση

Η άλλη οπτική, με την οποία έγινε η προσέγγιση των έργων τέχνης κατά τη διαδικασία της δράσης επιτρέπει τις εξής παρατηρήσεις: η ταυτότητα των δύο φύλων δομείται μέσα από τους μηχανισμούς της κοινωνικοποίησης του ατόμου.

Μιας και η κοινωνικοποίηση στηρίζεται σε στερεότυπες αντιλήψεις, αυτά τα χαρακτηριστικά μεταβιβάζονται από γενιά σε γενιά σύμφωνα με το σύστημα αξιών που επικρατεί σε κάθε πολιτισμικό περιβάλλον. Έτσι, λοιπόν, στον άνδρα καταχωρείται ο δημόσιος χώρος όπου δραστηριοποιείται επαγγελματικά άλλοτε ως πολεμιστής και άλλοτε ως κυνηγός, ψαράς κ.λπ., είτε αφορά σε περιόδους της πρώιμης ιστορίας είτε σε έργα της σύγχρονης εποχής. Αντίθετα, στη γυναίκα καταχωρείται για πολλούς αιώνες ο χώρος του σπιτιού, καθώς απεικονίζεται άλλοτε ως πηγή ζωής και άλλοτε ως αντικείμενο διασκέδασης, πάντα όμως υποδεέστερη και υπό τη σκιά του άνδρα.

Στον άνδρα αποδίδονται χαρακτηριστικά, όπως σοβαρότητα, εξυπνάδα, επιχειρησιακή δραστηριότητα, δίψα για επιτυχία. Στη γυναίκα αποδίδεται ο συναισθηματισμός, η στοργή, η μητρική φροντίδα, η εκφραστικότητα. Στην εξέλιξη

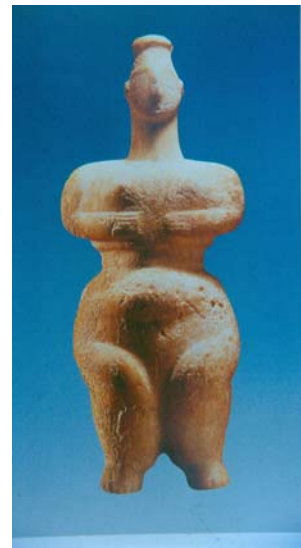
της διαδρομής της, η απεικόνιση της μορφή της συνεχίζει να εκφράζει την ίδια αντίληψη. Οι δραστηριότητές της, δηλαδή, εντάσσονται στον ιδιωτικό χώρο, στο εσωτερικό του σπιτιού, δίπλα στα παιδιά, για να τα φροντίζει, να τα προστατεύει, να τα διασκεδάζει, να τα καθοδηγεί, να τα κοινωνικοποιεί. Η φροντίδα των παιδιών θα είναι αποκλειστικά δική της υπόθεση κάτω από οποιοσδήποτε συνθήκες.

Σταδιακά βέβαια διαφοροποιείται η αντίληψη για τη θέση της και για το ρόλο της στην κοινωνία, αλλά τα χαρακτηριστικά που στερεοτυπικά της αποδίδονται παραμένουν.

1. Μαρμάρινο ειδώλιο όρθιας γυναίκας

Το άγαλμα ανήκει στη νεότερη νεολιθική εποχή, 4300 – 3300 π.Χ. Η μορφή αποδίδεται γυμνή. Παρατηρούμε ότι το στήθος, η κοιλιά, και κυρίως οι γλουτοί αποδίδονται πολύ παραστατικά, για να τονιστεί το γονιμοποιό ιδανικό της εποχής. Σε άλλο ειδώλιο, λίγο μεταγενέστερα, τονίζεται ιδιαίτερα η κατάσταση της εγκυμοσύνης.

- Μητρότητα
- Γονιμότητα



Εικόνα 1



Εικόνα 2

2. Πήλινο σύμπλεγμα γυναικείου τελετουργικού χορού

(υστερομηνωική περίοδος 1300-1100 π.Χ.)

Το σύμπλεγμα παρουσιάζει κυκλικό χορό τριών γυναικών με μια γυναίκα να παίζει λύρα στο μέσο του κύκλου. Στη φύση του γυναικείου φύλου καταχωρούνται οι λατρευτικές εκδηλώσεις και οι ιδιαίτερες σχέσεις με τα θεία.

- Δημόσιος χώρος
- Λατρευτικές εκδηλώσεις, σχέσεις με το θεό.

3. Η κυρία με το σκυλάκι – έργο του Παύλου Μαθιόπουλου, 19^{ος} αι. μ.Χ.

Εδώ αποτυπώνεται η αντίληψη ότι η γυναίκα αντιμετωπίζεται ως ένα γοητευτικό και αέρινο πλάσμα, ένα φίνο κατοικίδιο ράτσας (όπως το σκυλάκι στην αγκαλιά της), όπως ταιριάζει στο περιβάλλον ενός πλούσιου σπιτιού.

- Γοητεία
- Αγνότητα, καλλιέργεια

Εικόνα 3



4. Το ατελιέ και η οικογένεια του ζωγράφου – έργο του Γεωργίου Άβλιχου, 19^{ος} αι. μ.Χ.

Μια σκηνή από την καθημερινή ζωή μιας αστικής οικογένειας. Ο ζωγράφος θέλει να εκφράσει τις αξίες που πρέπει να διέπουν μια οικογένεια σε μια εποχή που επαναπροσδιορίζονται οι σχέσεις των μελών της. Οι ρόλοι έχουν μοιραστεί. Η ταυτότητα των δύο φύλων έχει καθοριστεί σύμφωνα με τις στερεότυπες αντιλήψεις σχετικά με τα χαρακτηριστικά που ταιριάζουν σε κάθε φύλο. Ο χώρος της γυναίκας είναι η οικογενειακή σφαίρα, ενώ του άνδρα η επαγγελματική επιτυχία.

- Κέντημα: ιδιωτικός χώρος
- Βιβλίο: δημόσιος χώρος
- Το ντύσιμο του άνδρα παραπέμπει σε δημόσιο χώρο

Εικόνα 4





Εικόνα 5

5. Επιστροφή από το πανηγύρι – έργο του Νικηφόρου Λύτρα, 19^{ος} αι. μ.Χ.

Σκηνή από την καθημερινή ζωή στην ύπαιθρο απεικονίζει με ρεαλιστικότατο τρόπο τις αντιλήψεις της εποχής: η γυναίκα βαδίζει κρατώντας στους ώμους της το μικρότερο παιδί, ενώ ο άνδρας εποχούμενος διασκεδάζει με ένα έγχορδο όργανο. Η έκφραση του προσώπου της γυναίκας είναι χαρούμενη. Φαίνεται ότι έχει αποδεχτεί τον κοινωνικό της ρόλο.

- Άνδρας έφιππος όπως αρμόζει στην κλίμακα της ιεραρχίας στην οποία ανήκει.
- Γυναίκα πεζή.

6. Η πλύστρα – έργο του Ονορέ Ντομιέ, 19^{ος} αι. μ.Χ.

Στον πίνακα απεικονίζεται ο κόσμος του μόχθου και των εργατών. Εδώ, η μορφή της γυναίκας που αγωνίζεται σκληρά για την επιβίωση ξενοδολεύοντας και ταυτόχρονα είναι υπεύθυνη για τη φροντίδα των μικρών παιδιών της. Σε όλες τις κοινωνίες οι γυναίκες είναι αποκλειστικά υπεύθυνες για τη φροντίδα των παιδιών τους.

- Μητρότητα – δημόσιος χώρος
- Εργασία και φροντίδα παιδιών



Εικόνα 6

7. Η Άνοιξη – έργο του Μποτισσέλι, 15^{ος} αι. π.Χ.

Οι μορφές των γυναικών μας θυμίζουν το γυμνό ειδώλιο της νεολιθικής εποχής, με έμφαση στο σημείο του σώματος που δημιουργεί τη ζωή.

Άνοιξη:

- Γοητεία
- Μητρότητα
- Αιθέριες υπάρξεις
- Ομορφιά
- Δημιουργία ζωής



Εικόνα 7



Εικόνα 8

8. Ο Αρπιστής, μαρμάρινο ειδώλιο ανδρικής μορφής – Πρωτοκυκλαδική περίοδος, 2700 π.Χ.

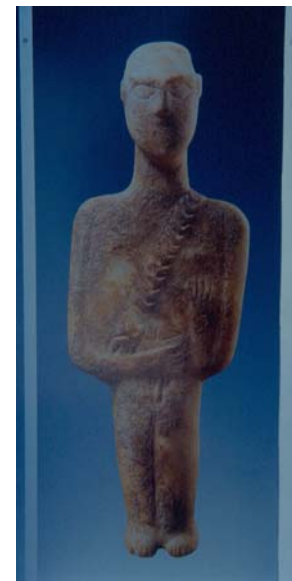
Μία ανδρική μορφή καθισμένη σε έναν περίτεχνο θρόνο παίζει άρπα. Ο γλύπτης έπλασε σκηνή της κυκλαδικής ζωής. Τα χαρακτηριστικά του φύλου διαμορφώνονται μέσα από τα πρότυπα και τους ρόλους που του αναθέτει η κοινωνία.

- Δημόσιος χώρος

9. Μαρμάρινο ειδώλιο ανδρικής μορφής – Πρωτοκυκλαδική περίοδος, 2300 π.Χ.

Στο ειδώλιο εικονίζεται προφανώς μορφή κυνηγού ή πολεμιστή. Η κοινωνία διαμορφώνει την ταυτότητα του άνδρα με ένα ρόλο εντελώς διαφοροποιημένο από τη γυναικεία ταυτότητα.

- Δημόσιος χώρος
- Άνδρας κυνηγός, πολεμιστής, δυνατός.



Εικόνα 9

10. Ψαράς – Μεσοκυκλαδική περίοδος 1650 π.Χ.

Ο ζωγράφος απεικονίζει ένα νεαρό άνδρα. Το ξυρισμένο κεφάλι δηλώνει το μεταβατικό στάδιο από την παιδική ηλικία στην κατάσταση του ενήλικου. Στο έργο απεικονίζεται η ενασχόληση του νεαρού άνδρα.

- Δημόσιος χώρος
- Άνδρας κυνηγός



Εικόνα 10



Εικόνα 11

11. Ο κρατήρας των πολεμιστών-12^{ος} αι. π.Χ., Μυκήνες

Στην πλευρά αυτή του αγγείου οπλισμένοι πολεμιστές βαδίζουν με υψωμένα τα δόρατα στη μάχη. Οι ρόλοι θα μεταβιβάζονται από γενιά σε γενιά και θα ανταποκρίνονται στις στερεότερες πεποιθήσεις για κάθε φύλο.

- Δημόσιος χώρος
- Άνδρας πολεμιστής

12. Το δείπνο των αξιωματικών του σώματος του Αγίου Αδριανού. – έργο του Φρανς Χαλς, 18^{ος} αι. μ.Χ.

Άνδρες της αστικής κοινωνίας διασκεδάζουν σε συμπόσιο. Ένας νέος τρόπος διασκέδασης της εποχής. Η ταυτότητα του ανδρικού φύλου δομείται μέσα στην ίδια την κοινωνία με τους δικούς της όρους.



Εικόνα 12

- Δημόσιος χώρος, διασκέδαση που δε θίγει ούτε υποσκάπτει την «ηθική».
- Γυναικείες απεικονίσεις σε αυτό το χώρο θα παρέπεμπαν σε προσβολή των «χρηστών ηθών» - γυναίκες ελευθερίων ηθών.
- Διπλή ηθική

13. Πρωτομαγιά στην Κέρκυρα – έργο του Χαράλαμπου Παχύ, 19^{ος} αι.

Παρατηρούμε ακριβώς τα ίδια χαρακτηριστικά, παρ' όλο που απέχουμε έναν αιώνα από το προηγούμενο έργο. Παρέα ανδρών με μουσικά όργανα διασκεδάζουν στους δρόμους της Κέρκυρας με αφορμή την Πρωτομαγιά. Η συμπεριφορά του φύλου αντανακλά της πεποιθήσεις της κοινωνίας.



Εικόνα 13

- Ανδρική φυσική παρουσία - Δημόσιος χώρος



Εικόνα 14

14. Καπετάν Βαγγέλης – έργο του Σπύρου Βασιλείου, 1954

Εικονίζεται ο καπετάν Βαγγέλης, τύπος ναυτικού, ηλικιωμένου, με όλα τα χαρακτηριστικά του ανθρώπου που ζει και αγωνίζεται στη θάλασσα, με άσπρα μαλλιά και πρόσωπο ρυτιδιασμένο. Στον πίνακα επίσης εικονίζεται και η μικρή βάρκα του ναυτικού. Γενικά, όλα τα στοιχεία μας μεταφέρουν στον κόσμο του άνδρα ναυτικού. Στα χαρακτηριστικά του άνδρα καταχωρούνται τα επαγγέλματα που ανήκουν στο δημόσιο χώρο.

- Άνδρας – εργασία – δημόσιος χώρος

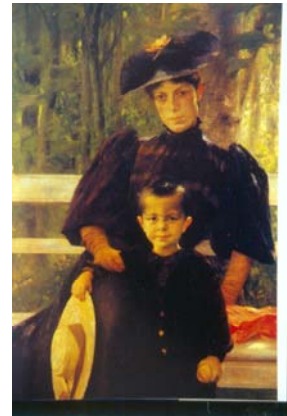
Εικόνα 15

15. Μητέρα και κόρη – έργο του Κων/νου Ιατρά, 19^{ος} αι. μ.Χ.

16. Η σύζυγος του καλλιτέχνη – έργο του Γεωργίου Ιακωβίδη, 19^{ος} αι. μ.Χ.

Μια άλλη ματιά στα δύο παραπάνω έργα μας δείχνει ότι η κόρη στέκεται διακριτικά πιο πίσω από τη μητέρα, ενώ στη δεύτερη η μητέρα καμαρώνει κρατώντας το γιο της μπροστά στα γόνατά της.

Χαρακτηριστική περίπτωση της κοινωνικοποίησης του αγοριού και του κοριτσιού με χαρακτηριστικά που θεωρούνται δεδομένα για τα δύο φύλα σύμφωνα με το πρότυπα της κοινωνίας.



17. Άνδρας, γυναίκα και παιδί – έργο του Σικελιώτη, 20^{ος} αι. μ.Χ.

Μια οικογένεια, πατέρας, μητέρα και παιδί. Προβάλλεται ο νέος τύπος της οικογένειας. Μια πυρηνική οικογένεια, με ιδιαίτερη έμφαση στη θέση του κάθε μέλους της. Η θέση του παιδιού, δηλαδή, είναι στο κέντρο της οικογένειας, ιδιαίτερα τονισμένη η θέση της μητέρας, και πίσω τους ο πατέρας αγκαλιάζει προστατευτικά τη γυναίκα του.

- Οικογένεια
- Ο πατέρας προστάτης



Εικόνα 17



Εικόνα 18

18. Εμφύλιος πόλεμος – έργο του Ν. Εγγονόπουλου, 20^{ος} αι.μ.Χ.

Απεικονίζονται δύο γυναικείες μορφές που τις έχει διαπεράσει ένα ακόντιο. Είναι δύο αδερφές που σκοτώνονται στον εμφύλιο και αυτό ακριβώς απεικονίζει ο ζωγράφος: ότι, δηλαδή, ο εμφύλιος είναι πόλεμος αδερφών. Μια παρατήρηση ακόμη μας επιτρέπει να αναφέρουμε ότι οι γυναικείες μορφές πλήττονται με το ακόντιο στο σημείο του σώματός τους από όπου προέρχεται η ζωή σε περίοδο ειρήνης. Δηλ. η ζωή προέρχεται από τη γυναίκα, όπως δείχνει το γυμνό ειδώλιο της νεολιθικής εποχής, και τελειώνει μαζί με το θάνατό της.

- Δημόσιος χώρος
- Μητρότητα, δημιουργία ζωής.

19. Πέγκυ – έργο του Μυταρά, 20^{ος} αι. μ.Χ.

Η γυναίκα του 20^{ου} αι., απελευθερωμένη πια από τις αντιλήψεις άλλων εποχών, με το αυτοκίνητό της δε διστάζει να δείξει την αγάπη της για την ταχύτητα και την εσωτερική της διάθεση για φυγή.

- Δημόσιος χώρος
- Η γυναίκα ελεύθερη, μοντέρνα, ανεξάρτητη, δυναμική.



Εικόνα 19

Συμπεράσματα

Οι στόχοι της δράσης ήταν:

- Να προβληματιστούν οι μαθητές/-τριες σχετικά με τα στερεότυπα των δύο φύλων διαχρονικά.
- Να διαπιστώσουν ότι τα έργα τέχνης μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως πηγή πληροφοριών στη μελέτη διαφόρων θεμάτων –κοινωνικών, ιστορικών κ.λπ.– όπως, στη συγκεκριμένη περίπτωση, της οπτικής των δύο φύλων.
- Να αποκτήσουν μια διεισδυτική ματιά απέναντι στα έργα τέχνης.

Η άλλη ματιά, λοιπόν, με την οποία είδαμε τα έργα τέχνης κατά τη διαδικασία της δράσης μάς επιτρέπει να παρατηρήσουμε τα εξής: η ταυτότητα των δύο φύλων δομείται μέσα από τους μηχανισμούς της κοινωνικοποίησης του ατόμου. Και επειδή οι παράγοντες κοινωνικοποίησης στηρίζονται σε στερεότυπες αντιλήψεις, αυτά τα χαρακτηριστικά μεταβιβάζονται από γενιά σε γενιά σύμφωνα με το σύστημα αξιών που επικρατεί σε κάθε πολιτισμικό περιβάλλον.

Έτσι, λοιπόν, στον άνδρα καταχωρείται ο δημόσιος χώρος, όπου δραστηριοποιείται επαγγελματικά, ενώ στη γυναίκα καταχωρείται ο ιδιωτικός χώρος, ο χώρος του σπιτιού. Στον άνδρα ταιριάζουν περισσότερο χαρακτηριστικά, όπως σοβαρότητα, εξυπνάδα, επιχειρησιακή δραστηριότητα, δίψα για επιτυχία, δύναμη. Στη γυναικεία μορφή ταιριάζουν ο συναισθηματισμός, η στοργή, η μητρική φροντίδα, η εκφραστικότητα, η ομορφιά, η αγνότητα. Στην εξελικτική της διαδρομή η απεικόνιση της μορφής της συνεχίζει να εκφράζει την ίδια αντίληψη. Δηλαδή, δίπλα της έχει ένα ή περισσότερα παιδιά, τα οποία φροντίζει, προστατεύει, διασκεδάζει, καθοδηγεί, κοινωνικοποιεί. Όμως, ως σύζυγος ή αντικείμενο διασκέδασης, είναι υποδεέστερη και στη σκιά του άνδρα. Σταδιακά, η αντίληψη για τη θέση και για το ρόλο της στην κοινωνία διαφοροποιείται, αλλά τα χαρακτηριστικά που προσιδιάζουν στο φύλο της παραμένουν.

6. ΕΝΤΥΠΟ - ΣΧΟΛΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ, ΜΙΚΡΕΣ ΑΓΓΕΛΙΕΣ, ΑΡΘΡΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ & ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

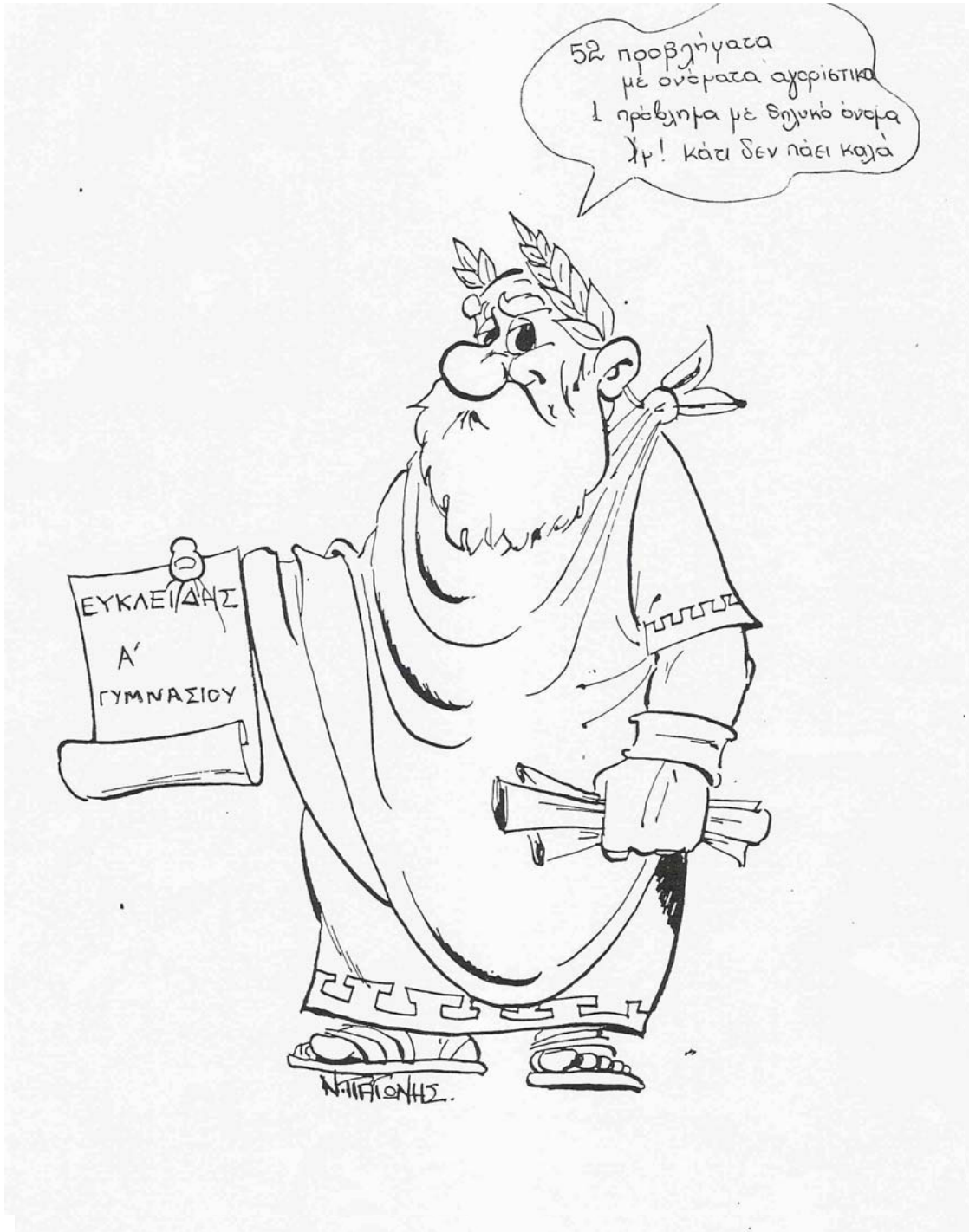
Τα σχολικά βιβλία, ως έντυπο υλικό, αποτελούν πηγή οπτικών μηνυμάτων υπό τη μορφή εικόνων ή κειμένων. Έτσι, και αυτό το υλικό μπορεί να προσεγγιστεί με την οπτική του φύλου και να αποτελέσει αντικείμενο έρευνας και προβληματισμού. Ιδιαίτερα ενδιαφέρον είναι το γεγονός πως τα σχολικά βιβλία άπτονται ποικίλων γνωστικών αντικειμένων (λογοτεχνίας, φυσικής, ιστορίας, μαθηματικών κ.λπ.), με αποτέλεσμα ο νέος τρόπος προσέγγισής τους να βοηθά τους εκπαιδευτικούς να ανακαλύψουν πως το σχολικό βιβλίο μπορεί να αποτελέσει όχι μονάχα μέσω «μεταφοράς» και διάχυσης ιδεών και πληροφοριών, αλλά και δυναμικό εκπαιδευτικό εργαλείο.

Με αφορμή το παραδοτέο που προέκυψε από την παρεμβατική δραστηριότητα του 3^{ου} Γυμνασίου Αιγάλεω, μια τάξη του οποίου ανέλαβε, με υπεύθυνη την κυρία Βασιλική Πασσομένου, να προσεγγίσει τα βιβλία των Μαθηματικών του Γυμνασίου με έμφυλη οπτική, να ερευνήσει και να ανακαλύψει εάν υπάρχουν «Ανισότητες στα βιβλία των Μαθηματικών του Γυμνασίου», προέκυψε το Παράδειγμα 16 που ακολουθεί.

Παράδειγμα 16: Σχολικά Βιβλία [Τα βιβλία Μαθηματικών του Γυμνασίου]

- Μετά από ερωτηματολόγια τα οποία απαντήθηκαν από τους μαθητές/-τριες και τη συζήτηση που ακολούθησε, τα παιδιά προβληματίστηκαν σχετικά με το φύλο και τον τρόπο με τον οποίο τα βιβλία τους «αντιμετωπίζουν» και αναφέρονται σε άνδρες και γυναίκες. Έτσι, επέλεξαν ως δραστηριότητα να μελετήσουν τα σχολικά **βιβλία των Μαθηματικών** των τριών τάξεων του Γυμνασίου με την οπτική του φύλου αυτή τη φορά και να ανακαλύψουν τι αποκάλυπτε μια τέτοια γωνία θεώρησης.
- Κάθε παιδί ανέλαβε να ασχοληθεί με 1-2 κεφάλαια.
- Η αρχική σκέψη ήταν πως ένα βιβλίο Μαθηματικών δεν περιέχει μόνο σύμβολα και αριθμούς, περιέχει και εκφωνήσεις προβλημάτων. Και γεννήθηκε η απορία πώς διατυπώνονται αυτές οι εκφωνήσεις. Είναι οι άνθρωποι των εκφωνήσεων άνδρες ή γυναίκες; Τι ρόλους αναλαμβάνουν (ο ψαράς, η νοικοκυρά κ.λπ.); Σχετίζονται οι δραστηριότητες και οι ρόλοι τους με το φύλο τους; Πού κινούνται οι άνθρωποι των εκφωνήσεων σε δημόσιο ή ιδιωτικό χώρο; Υπάρχει κάποια σχέση ανάμεσα στο φύλο και το χώρο δράσης τους; Σε ό,τι αφορά την ιστορία των Μαθηματικών, γίνεται λόγος για τις γυναίκες μαθηματικούς ή όχι;

Να τι βρέθηκε:



Α' Γυμνασίου

1. Ένας ξυλουργός θέλει να χωρίσει μια σανίδα 4 μέτρων σε 17 ίσα κομμάτια. Τι μήκος θα έχει κάθε κομμάτι;
2. Δύο ποδηλάτες ξεκινούν ταυτόχρονα από δύο πόλεις που απέχουν 235 χιλιόμετρα και κινούνται ο ένας προς τον άλλο. Να βρείτε ποια θα είναι η μεταξύ τους απόσταση μετά από 4 ώρες, αν ο πρώτος διανύει 16 χιλιόμετρα την ώρα και ο δεύτερος 12 χιλιόμετρα την ώρα.
3. Μια νοικοκυρά αγόρασε δύο υφάσματα της ίδιας ποιότητας για να κάνει κουρτίνες. Για ένα έδωσε 86,80 ευρώ, και για το άλλο που ήταν 0,95 μέτρα μακρύτερο έδωσε 116,25 ευρώ. Να βρείτε πόσα μέτρα ήταν το καθένα.
4. Ένας ποδηλάτης που ξεκινά στη 1.00 μ.μ. από την πόλη Α θέλει να φτάσει ένα πεζό που ξεκίνησε από την ίδια πόλη στις 10 π.μ. Ο ποδηλάτης κινείται με μέση ταχύτητα 17 χιλιόμετρα την ώρα, ενώ ο πεζός με 5 χιλιόμετρα την ώρα. Να βρείτε ποια ώρα θα συναντηθούν και σε πόση απόσταση από την πόλη Α.
5. Ένας μαθητής απάντησε σε 50 ερωτήματα και πήρε 2 μονάδες για κάθε σωστή απάντηση, ενώ έχασε μία μονάδα για κάθε λανθασμένη απάντηση. Τελικά ο μαθητής πήρε συνολικά 79 μονάδες. Να βρείτε σε πόσα ερωτήματα απάντησε σωστά.
6. Δύο Άραβες που ταξιδεύουν στην έρημο, είχαν μαζί τους ο ένας 3 πίτες και ο δεύτερος 5 πίτες. Στο δρόμο συνάντησαν έναν πλούσιο αλλά πεινασμένο ταξιδιώτη. Μοίρασαν λοιπόν τις 8 πίτες σε τρία ίσα μερίδια και τις έφαγαν. Ο πλούσιος φεύγοντας άφησε 8 λίρες για να πληρώσει τη μερίδα του. Να βρείτε πόσες από τις λίρες πρέπει να πάρει καθένας από τους δύο Άραβες.
7. Ένας έμπορος αγοράζει το ένα ft^3 ξυλείας 1700 δρχ. και το πουλάει 1980 δρχ. Να υπολογιστεί πόσο πρέπει να πουλήσει στην αγορά το 1m^3 .
8. Αν ο Πέτρος γεννήθηκε στις 11 Μαΐου του 1974, να υπολογιστεί α) Ποια ήταν η ηλικία του στις 15 Μαρτίου 1986, β) Ποια είναι η σημερινή του ηλικία.
9. Ένας ασθενής παίρνει καθημερινά 2 χαπάκια που το καθένα περιέχει 0,1 mg μιας θεραπευτικής ουσίας. Να υπολογιστεί: α) η ποσότητα της ουσίας αυτής σε g, που θα έχει πάρει ο ασθενής σε ένα μήνα (1 μήνας = 30 ημέρες), β) η ποσότητα της ουσίας αυτής σε g, που θα έχει πάρει ο ασθενής σε ένα χρόνο (1 χρόνος = 365 ημέρες).
10. Ένας υπάλληλος πήρε για δεκαπενθήμερο 6 χαρτονομίσματα των 100 ευρώ και 2 χαρτονομίσματα των 50 ευρώ. Να βρεθεί η αμοιβή του για το δεκαπενθήμερο.
11. Ένας έμπορος αγόρασε 1 t πατάτες συσκευασμένες σε σακιά των 25 kg καθένα, προς 0,32 ευρώ το κιλό. Τις πούλησε προς 12,50 ευρώ το σακί. Να υπολογίσετε το κέρδος του εμπόρου, λαμβάνοντας υπόψη ότι επιβαρύνθηκε με διάφορα έξοδα 0,80 ευρώ για κάθε σακί πατάτες.
12. Ένας υπάλληλος πληρώνει ενοίκιο 50.000 δρχ. Αν τα χρήματα αυτά αποτελούν τα $\frac{2}{7}$ του μισθού του, να υπολογίσετε πόσες δραχμές είναι ο μισθός του υπαλλήλου.
13. Ο Γιάννης δίνει το $\frac{1}{6}$ μιας σοκολάτας στον αδερφό του και το $\frac{1}{4}$ της ίδιας σοκολάτας στη μητέρα του. Να βρείτε ποιο μέρος της σοκολάτας του μένει.

14. Ένας παντοπώλης αγόρασε για το κατάστημά του 85 πακέτα ζάχαρη του $\frac{1}{2}$ kg. 128 πακέτα κακάο του $\frac{1}{4}$ kg και 50 πακέτα μακαρόνια του 1 kg. Να υπολογίσετε το βάρος που έχουν όλα μαζί τα πακέτα που αγόρασε.
15. Ένας οινοπαραγωγός έχει 100 l κρασί. Θέλει να το συσκευάσει σε φιάλες που η καθεμία χωράει $\frac{7}{10}$ l. Να υπολογίσετε α) Πόσες φιάλες χρειάζεται, β) Πόσο κρασί θα του μείνει.
16. Η οικογένεια του Πέτρου έκανε διακοπές στη Χίο. Έφθασαν στο νησί στις 10 Αυγούστου το πρωί και έφυγαν το μεσημέρι στις 20 Αυγούστου. Πόσες διανυκτερεύσεις έκαναν στο νησί;
17. Ένας ποδηλάτης ξεκίνησε από το σημείο Α του κυκλικού στίβου, έκανε 5 στροφές και συνέχισε μέχρι το Β. Να γράψετε με δεκαδικό αριθμό πόσες στροφές έκανε ο ποδηλάτης.
18. Ένας γεωργός μάζεψε από ένα χωράφι του 17 τόνους πατάτες και από ένα άλλο χωράφι 13,5 τόνους πατάτες. Πόσους τόνους μάζεψε συνολικά;
19. Η μητέρα του Σπύρου έσκισε κατά λάθος της απόδειξη της ταμειακής μηχανής στο σημείο ακριβώς που έγραφε το συνολικό ποσό. Να τη βοηθήσετε να θυμηθεί πόσα πλήρωσε για τα ψώνια αυτά.
20. Ο Γιάννης έχει ύψος 1,58 μέτρα. Πόσο πρέπει να ψηλώσει ακόμα για να φτάσει τον πατέρα του που έχει ύψος 1,83 μέτρα;
21. Ο πατέρας του Πέτρου έχει ύψος 1,83 μέτρα. Ο Πέτρος για να μετρήσει το ύψος του ανέβηκε σε ένα σκαμνί που έχει ύψος 60 εκατοστά. Όταν τον ρώτησε η αδερφή του τι ύψος έχει, απάντησε: «Τώρα που είμαι στο σκαμνί περνάω τον πατέρα μας 13 εκατοστά». Να υπολογίσετε το ύψος του Πέτρου.
22. Να βρεθεί η διάρκεια ζωής καθενός από τα παρακάτω ιστορικά πρόσωπα:
 - i. Περικλής: Γεννήθηκε το 490 π.Χ. και πέθανε το 429 π.Χ.
 - ii. Καβάφης: Γεννήθηκε το 1863 μ.Χ. και πέθανε το 1933 μ.Χ.
 - iii. Στράβων: Γεννήθηκε το 65 π.Χ. και πέθανε το 23 μ.Χ.
23. Ένας γεωργός ταξιδεύει με το ημιφορτηγό του. Ξαφνικά παρατηρεί ότι ο δείκτης της βενζίνης είναι κοντά στο μηδέν. Αυτό σημαίνει ότι το δοχείο βενζίνης χρειάζεται περίπου 23 λίτρα για να γεμίσει. Στην τσέπη του δεν έχει παρά 5 χιλιάδικα. Αν η βενζίνη κοστίζει 186 δραχμές το λίτρο, με ποιο τρόπο θα εκτιμήσει αν θα του φθάσουν τα χρήματα, χωρίς να το χρησιμοποιήσει χαρτί και μολύβι ή υπολογιστή τσέπης;
24. Ένας οικογενειάρχης, για να μεγαλώσει την αυλή του, αγόρασε μια διπλανή μικρή οικοπεδική έκταση. Αν η αυλή του είχε διαστάσεις 7 m και 4 m, ενώ το μέρος που αγόρασε 5 m και 4 m, πόση έκταση έχει τώρα η αυλή του;
25. Ανθοπώλης ετοίμασε 15 ανθοδέσμες, που η καθεμία τους είχε 5 κόκκινα και 7 άσπρα γαρύφαλα. Να υπολογίσετε πόσα λουλούδια συνολικά χρησιμοποίησε ο ανθοπώλης.
26. Ο Γιώργος, στην εκδρομή που έκανε η τάξη του, τράβηξε 51 φωτογραφίες. Θέλει να τις τοποθετήσει σ' ένα άλμπουμ. Πόσες σελίδες μπορεί να γεμίσει, να κάθε σελίδα του άλμπουμ χωράει μόνο 4 φωτογραφίες;
27. Ένας οπωροπώλης αγόρασε 47,5 κιλά φράουλες και πλήρωσε 15391,5 δρχ.
 - α) Να βρείτε πόσο αγόρασε το κιλό, β) Να υπολογίσετε πόσο πρέπει να πουλήσει το κιλό για να κερδίσει 7315 δρχ.

28. Ένας ράφτης είχε ένα τόπι ύφασμα μήκους 60 μέτρων. Από αυτό κατασκεύασε 11 ίδια κουστούμια. Να βρεθεί πόσα μέτρα ύφασμα χρειάστηκε για κάθε κουστούμι.
29. Ένας κτηματίας αγοράζει ένα κτήμα 1,76 στρεμμάτων προς 13.000 ευρώ το στρέμμα. Πληρώνει το μισό της αξίας του σε μετρητά και το υπόλοιπο μετά από 8 μήνες με επιτόκιο 9%. Να βρείτε πόσο πλήρωσε συνολικά.
30. Ένας γεωργός δανείστηκε από την Αγροτική Τράπεζα ποσό 5.000 ευρώ με επιτόκιο 6%. Για να το εξοφλήσει πλήρωνε 2.000 ευρώ στο τέλος κάθε χρόνου και κάποιο υπόλοιπο που έμεινε στο τέλος του τελευταίου χρόνου. Να βρείτε σε πόσα χρόνια εξοφλήθηκε το δάνειο και πόσα ευρώ πλήρωσε ο γεωργός συνολικά. (Οι τόκοι στο τέλος κάθε χρόνου κεφαλαιοποιούνται).
31. Ένας χρυσοχόος έτηξε 30 γραμμάρια κράματος αργύρου με τίτλο 0,850 (δηλαδή με περιεκτικότητα 85% σε άργυρο) μαζί με 12 γραμμάρια κράματος αργύρου με τίτλο 0,878. Να βρείτε τον τίτλο του κράματος που προέκυψε από αυτά.
32. Ένας μανάβης πουλάει μήλα προς 100 δρχ. το κιλό. Αν αγοράσουμε 2 κιλά μήλα θα πληρώσουμε $100 \times 2 = 200$ δρχ.
33. Ένας θείος δίνει στους τρεις ανηψιούς του 285.000 δρχ. για να τις μοιραστούν ανάλογα με την ηλικία τους. Πόσες δραχμές θα πάρει καθένας από αυτούς αν είναι ο πρώτος 5 ετών, ο δεύτερος 8 ετών και ο τρίτος 12 ετών;
34. Τρεις τεχνίτες πήραν από μία εργασία 108.000 δρχ. Ο α΄ ως επικεφαλής του συνεργείου πήρε 12% του ποσού για τη χρήση των μηχανημάτων και τα υπόλοιπα τα μοιράστηκαν. Ο α΄ εργάστηκε 15 ημέρες, ο β΄ 12 ημέρες και ο γ΄ 18 ημέρες. Πόσες δραχμές πήρε ο καθένας;
35. Τρεις έμποροι έκαναν μια επιχείρηση και κατέθεσαν το ίδιο ποσό. Τα χρήματα του α΄ έμειναν στην επιχείρηση 15 μήνες, του β΄ 12 μήνες και του γ΄ 18 μήνες. Από την επιχείρηση αυτή κέρδισαν 4.950.000 δρχ. συνολικά. Πόσο είναι το μερίδιο του καθενός στο κέρδος της επιχείρησης;
36. Τέσσερις αγρότες έκαναν μια γεώτρηση, για να βρουν νερό. Η γεώτρηση κόστισε 900.000 δρχ. και συμφώνησαν να πληρώσουν ανάλογα με την έκταση των χωραφιών που είχε ο καθένας. Αν ο α΄ είχε 20 στρέμματα, ο β΄ 10 στρέμματα, ο γ΄ 30 στρέμματα και ο δ΄ 15 στρέμματα να βρείτε πόσα χρήματα θα πληρώσει ο καθένας.
37. Τρεις έμποροι δημιούργησαν μια επιχείρηση στην οποία, ο πρώτος διέθεσε κεφάλαιο 5.600.000 δρχ. ο δεύτερος 9.000.000 δρχ. και ο τρίτος 7.000.000 δρχ. Η επιχείρηση είχε κέρδη 5.400.000 δρχ. Ποιο θα είναι το μερίδιο του καθενός από τα κέρδη της επιχείρησης;
38. Ένας αρτοποιός πουλάει το κιλό το ψωμί 1,10 ευρώ. Σε μια ημέρα εισέπραξε 171,60 από την πώληση ψωμιού. Να βρείτε πόσα κιλά σιτάρι χρησιμοποιήθηκαν για να παρασκευαστεί το ψωμί της ημέρας αυτής, αν ξέρουμε ότι 100 κιλά σιτάρι δίνουν 80 κιλά αλεύρι και 100 κιλά αλεύρι δίνουν 130 κιλά ψωμί.
39. Ένας έμπορος αυτοκινήτων αγόρασε ένα αυτοκίνητο αντί 23.000 ευρώ και πουλούσε με κέρδος 20% επί της τιμής αγοράς. Το πούλησε όμως σε ένα φίλο του, κάνοντας έκπτωση 10% επί της τιμής που το πουλούσε.
- i. Ποια ήταν η αρχική τιμή πώλησης;
 - ii. Σε ποια τιμή τελικά το πούλησε και
 - iii. Ποιο ήταν το τελικό ποσοστό κέρδους του;

40. Ένας αγρότης χώρισε το τετραγωνικό χωράφι του, όπως δείχνει το σχήμα. Αν είναι $E\mu\beta. (ABE) = 1/3 E\mu\beta. (AB\Gamma\Delta)$ και $E\mu\beta. (EZ\Delta) = 1/6 E\mu\beta. (EB\Gamma\Delta)$, να υπολογίσετε την απόσταση x του E από το A και την απόσταση y του Z από το Δ . Πόσο είναι το εμβαδόν του τετραπλεύρου $EB\Gamma Z$;
41. Ένας έμπορος αγόρασε 5 ποδήλατα αξίας 625 ευρώ. Πόσο πρέπει να πουλήσει το καθένα, αν το ποσοστό κέρδους του είναι 25%;
42. Ένας έμπορος είχε αγοράσει 150 τόνους καρπούζια αξίας 12000 ευρώ. Επειδή αποδείχτηκε ότι ήταν χαμηλής ποιότητας, τα πούλησε σε προσφορά προς 64 ευρώ τον τόνο. Να υπολογιστεί το ποσοστό ζημίας που είχε από αυτήν την υπόθεση.
43. Ένας επιπλοποιός πληρώνει για αγορά ξυλείας 1.000.000 συν Φ.Π.Α. 18%. Με την ξυλεία αυτή κατασκευάζει έπιπλα που τα πουλάει 1500 000 συν 18% Φ.Π.Α. Να βρεθεί α) Ο φόρος που θα αποδοθεί τελικά στο δημόσιο, β) Ο φόρος που θα αποδώσει ο επιπλοποιός στο δημόσιο.
44. Ένας έμπορος αγόρασε εμπορεύματα αξίας 120.000 ευρώ. Από αυτά πλήρωσε το 30% μετρητοίς και το υπόλοιπο σε 6 μηνιαίες δόσεις με συναλλαγματικές. Ο μηνιαίος τόκος καθορίστηκε 1%. Να υπολογίσετε α) το ποσό κάθε δόσης, β) τι ποσό θα αναγραφεί σε κάθε συναλλαγματική μαζί με τον τόκο και γ) το ποσό που στοίχισαν τελικά τα εμπορεύματα.
45. Ένας οικογενειάρχης αγοράζει με δόσεις ηλεκτρικά είδη αξίας 2400 ευρώ. Από αυτά το 50% το πληρώνει μετρητοίς και το υπόλοιπο σε 12 μηνιαίες δόσεις, για τις οποίες θα υπογράψει συναλλαγματικές με τόκο 1% το μήνα. Να υπολογίσετε α) Το ποσό κάθε συναλλαγματικής β) Πόσο του στοίχισαν τελικά τα ηλεκτρικά είδη, αν ληφθεί υπόψη ότι μαζί με την προκαταβολή κατέβαλε και ολόκληρο Φ.Π.Α. που ήταν το 18% επί της τιμής της αγοράς, γ) Πόσο θα στοιχίσουν τελικά τα είδη που αγόρασε.
46. Ο Δημήτρης τρέχει στην πίστα ενός σταδίου σε 66 s. Ο Μάρκος που τρέχει κατά την αντίθετη φορά τον συναντάει κάθε 30 s. Να βρείτε πόσα s χρειάζεται για να τρέξει την πίστα του σταδίου ο Μάρκος.
47. Η μητέρα του Κώστα αγόρασε 10 κιλά βερικόκα. Αν το βάρος των κουκουτσιών είναι το $1/5$ του συνολικού βάρους, να βρείτε το καθαρό βάρος των βερικόκων. Στα καθαρισμένα βερικόκα πρόσθεσε ζάχαρη ίση με το $1/4$ του βάρους τους και στη συνέχεια έφτιαξε μαρμελάδα ίση με τα $3/4$ του μίγματος. Πόση είναι η ποσότητα της μαρμελάδας που παρασκεύασε η μητέρα του Κώστα;
48. Όταν ο πρώτος δρομέας ενός δρόμου 100 μέτρων φτάνει στη γραμμή τερματισμού, ο δεύτερος είναι 10 μέτρα πιο πίσω. Όταν ο δεύτερος φτάνει στη γραμμή τερματισμού, ο τρίτος είναι 10 μέτρα πιο πίσω. Να βρείτε πόσα μέτρα απείχε από τη γραμμή τερματισμού ο τρίτος όταν ο πρώτος έκοβε το νήμα.
49. Ο Γιάννης από δώρα των Χριστουγέννων μάζεψε 81 ευρώ. Από αυτά ξόδεψε το $1/5$ για να αγοράσει βιβλία και το $1/4$ των υπολοίπων σε ημερήσια εκδρομή της τάξης του. Του περίσσεψαν χρήματα και πόσα;
50. Τρεις φίλοι είχαν ο καθένας τους από 1.728 δρχ. Ο πρώτος ξόδεψε τα $3/4$, ο δεύτερος τα
51. Ένας γεωργός αγόρασε για σπόρο 1500 κιλά σιτάρι προς 0,23 ευρώ το κιλό. Η παραγωγή του ήταν 14 φορές μεγαλύτερη και την πούλησε προς 0,20 ευρώ το κιλό. Να υπολογίσετε το κέρδος του γεωργού αν ξέρετε ότι τα έξοδά του για την καλλιέργεια ανέρχονται στο $1/5$ των χρημάτων που εισέπραξε.

52. Ένας φύλακας σιδηροδρομικής γραμμής, βαδίζει κατά μήκος μιας σιδηροδρομικής σήραγγας μήκους 370 μέτρων με κατεύθυνση από βορά προς νότο, προκειμένου να επιθεωρήσει τις σιδηροτροχιές.
53. Ένας ταβερνιάρης αγόρασε δύο βαρέλια κρασί αντί 1050 ευρώ. Από τα δύο βαρέλια, που χωρούν 250 κιλά κρασί το καθένα, το ένα είναι γεμάτο και το άλλο γεμάτο κατά τα $\frac{3}{4}$. Πόσο πρέπει να πουλάει το κιλό το κρασί για να κερδίσει 20% επί της τιμής του κόστους;
54. Ένας κτηνοτρόφος αγόρασε 749 πρόβατα. Πούλησε τα 700 και εισέπραξε τα χρήματα της αγοράς. Κατόπιν, πούλησε και τα υπόλοιπα με την ίδια τιμή πώλησης. Ποιο είναι το επί τοις % κέρδος από την πώληση αυτή;



Β' Γυμνασίου

1. Το ποσό που πλήρωσε ένα έμπορος για την εξόφληση των $\frac{3}{4}$ του χρέους του, αν το χρέος αυτό ήταν x δρχ.
2. Σε μια διαδρομή με λεωφορείο μία μητέρα και το παιδί της πλήρωσαν μαζί 135 δρχ. Πόσο κοστίζει το εισιτήριο, αν το παιδί πλήρωσε μισό εισιτήριο;
3. Σε ένα τεστ με 10 ερωτήσεις κάθε σωστή απάντηση βαθμολογείται με 5 μονάδες, ενώ για κάθε ερώτηση που δεν απαντιέται ή δίνεται σ' αυτήν λάθος απάντηση, αφαιρούνται 3 μονάδες. Ο Στέλιος πήρε στο τεστ 26 μονάδες. Σε πόσες ερωτήσεις απάντησε σωστά;

4. Ο Θεόφιλος πλήρωσε 5 ευρώ για ένα εισιτήριο με έκπτωση 60%. Πόσο κοστίζει το εισιτήριο;
5. Κατέθεσε κάποιος στο Ταμιευτήριο κεφάλαιο 1240 ευρώ και σε 1 χρόνο πήρε τόκο και κεφάλαιο 1302 ευρώ. Πόσο ήταν το επιτόκιο;
6. Σε ένα παιχνίδι η Ελένη ρωτήθηκε πόσων χρονών είναι και απάντησε ως εξής: Αν στην ηλικία μου προσθέσεις 3, διαιρέσεις το άθροισμα με 2, προσθέσεις στο πηλίκο την ηλικία μου, διαιρέσεις το νέο άθροισμα με 2, θα βρεις αποτέλεσμα 15. Πόσων χρονών είναι η Ελένη;
7. Ένας φαρμακοποιός ανέμιξε 3 l οινόπνευμα περιεκτικότητας 80% σε καθαρό οινόπνευμα και 4,5 l οινόπνευμα περιεκτικότητας 25% σε καθαρό οινόπνευμα. Να βρείτε την περιεκτικότητα του μείγματος σε καθαρό οινόπνευμα.
8. Ο Πέτρος παίζει σε μία κυλιόμενη σκάλα. Με το χρονόμετρο του ρολογιού του παρατήρησε ότι, αν μείνει ακίνητος, χρειάζεται 63 s για να ανέβει. Αν ανέβει και ίδιος 16 σκαλοπάτια, καθώς η σκάλα κυλάει, τότε χρειάζεται 45 s. Πόσα σκαλοπάτια έχει η σκάλα;
9. Ένας καφεπώλης έχει δύο είδη καφέ. Ο πρώτος πουλιέται 8,50 ευρώ το κιλό και ο δεύτερος 10 ευρώ το κιλό. Θέλει να φτιάξει ένα μείγμα 9 κιλών που να πουλιέται 9,50 ευρώ το κιλό. Πόσα κιλά θα αναμείξει από κάθε είδος;
10. Ο Νίκος διάβασε ένα βιβλίο 250 σελίδων σε 5 μέρες. Κάθε μέρα διάβαζε 10 σελίδες περισσότερες από την προηγούμενη. Πόσες σελίδες διάβασε την πρώτη μέρα;
11. Ο Χάρης μπορεί να χτίσει ένα μικρό τοίχο μόνος του, αν δουλέψει 9 ώρες. Ο Βαγγέλης μόνος του χτίζει τον ίδιο τοίχο σε 10 ώρες. Αν δουλέψουν και οι δύο μαζί, τότε η εργασία τους μειώνεται σε απόδοση κατά 10 τούβλα την ώρα, τελειώνουν όμως τον τοίχο σε 5 ώρες. Να βρείτε πόσα τούβλα είχε ο τοίχος.
12. Ένας παραγωγός ροδάκινων υπολογίζει ότι την εποχή της συγκομιδής τους, θα χρειαστεί κάθε εβδομάδα, να συσκευάσει 3 ως 4 t ροδάκινα σε τελάρα των 6 κιλών και των 12 κιλών. Χρειάζεται διπλάσιο ρυθμό τελάρων των 6 κιλών απ' όσα των 12 κιλών. Να βρείτε μεταξύ ποιων αριθμών βρίσκεται ο αριθμός των τελάρων που πρέπει να προμηθευτεί, έτσι ώστε να μην του λείψουν τελάρα για τη συσκευασία, αλλά και να μη δεσμεύσει τα χρήματά του για την αγορά τελάρων που δεν θα χρησιμοποιηθούν.
13. Δύο καμηλιέρηδες θέλουν να ερευνησουν μία έρημο ακολουθώντας μία διαδρομή και να επιστρέψουν από τον ίδιο δρόμο. Καθένας τους μπορεί να μεταφέρει προμήθειες για 12 ημέρες και διανύει 40 χιλιόμετρα την ημέρα. Αν δεν είναι υποχρεωμένοι να επιστρέψουν ταυτόχρονα, να βρείτε ποιο είναι το μεγαλύτερο μήκος του δρόμου που μπορούν να διανύσουν. (Πρέπει να ταξιδέψουν χωρίς να κάνουν ενδιάμεσα σταθμούς ανεφοδιασμού και να επιστρέψουν και οι δύο).
14. Τρεις έμποροι ιδρύουν μια επιχείρηση και συμμετέχουν με κεφάλαια 20.000 ευρώ, 50.000 ευρώ και 70.000 ευρώ. Τα κέρδη της επιχείρησης θα μοιράζονται ανάλογα με τα κεφάλαια. Να βρείτε τι ποσό αντιστοιχεί στον καθένα από κέρδη 28.000 ευρώ.
15. Το χριστουγεννιάτικο δώρο του Πέτρου είναι ένα μοντέλο αεροπλάνου Boeing 747. Οι πραγματικές διαστάσεις του αεροπλάνου είναι 70 μέτρα μήκος και 60 μέτρα πλάτος. Το μοντέλο έχει μήκος [...] εκατοστά. α) Με ποια κλίμακα είναι κατασκευασμένο; β) Πόσο είναι το πλάτος του μοντέλου;
16. Ένας ποδηλάτης τρέχοντας 15 χιλιόμετρα ανά ώρα χρειάζεται 45 λεπτά για να διανύσει μία απόσταση. Πόσο χρόνο χρειάζεται για την ίδια απόσταση α)

μοτοποδήλατο που τρέχει 25 χιλιόμετρα ανά ώρα; β) πεζός που βαδίζει 6 χιλιόμετρα ανά ώρα; γ) αυτοκίνητο που τρέχει 90 χιλιόμετρα ανά ώρα;

17. Η Άννα διαθέτει το βδομαδιακό χαρτζιλίκι της ως εξής: Για εισιτήρια 15%, για αθλητισμό 20%, για σχολικές ανάγκες 15%, για διασκέδαση 40% και για αποταμίευση 10%. Να κάνετε το αντίστοιχο κυκλικό διάγραμμα.

18. Το ύψος της Αλίκης μετρήθηκε κάθε χρόνο από το σχολίατρο και βρέθηκε:

Ηλικία	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Ύψος	1.35	1.37	1.40	1.45	1.48	1.55	1.58	1.60	1.61

α) να σχεδιάσετε το χρονόγραμμα εξέλιξης του ύψους

β) ποια χρονιά η Αλίκη ψήλωνε πιο γρήγορα;

γ) να εκτιμήσετε το ύψος της Αλίκης όταν ήταν 10 ½ χρονών.

19. Οι βαθμοί ενός μαθητή στα δέκα μαθήματα που διδάχτηκε είναι: 13, 11, 11, 12, 10, 10, 20, 19, 13, 13. Να βρεθεί η διάμεσος των αριθμών αυτών

20. Η μέση τιμή του βάρους των 11 παικτών μιας ομάδας είναι 75 κιλά. Να βρεθεί
α) πόσο ζυγίζουν όλοι μαζί οι παίκτες, β) ένας παίκτης που ζυγίζει 72 κιλά αντικαταστάθηκε από άλλον που ζυγίζει 80 κιλά. Ποια είναι τώρα η μέση τιμή του βάρους των παικτών της ομάδας;

21. Η μέση τιμή του ύψους των 12 παικτών μιας εφηβικής ομάδας μπάσκετ ήταν 1.84 cm. Ο προπονητής ζήτησε και ενισχύθηκε η ομάδα με δύο παίκτες ύψους 1.89 cm και 1.93 cm. Να υπολογίσετε τώρα τη μέση τιμή ύψους της ομάδας.

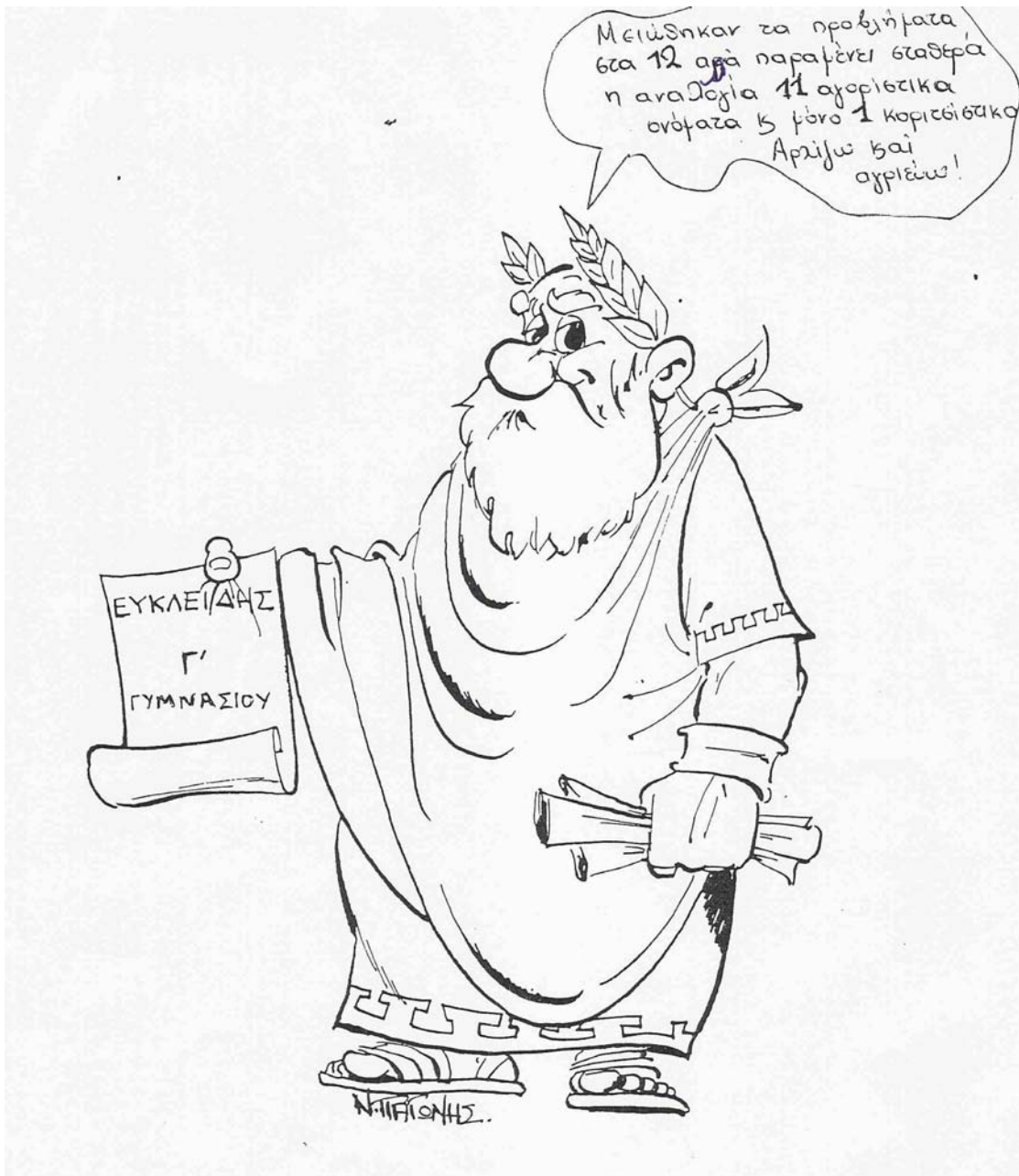
22. Υπάρχουν δύο τρόποι για να πάει ο κ. Γρηγορίου στη δουλειά του. Μπορεί να πάει μέσω της εθνικής οδού ή μέσω του επαρχιακού δικτύου. Επειδή θέλει να συγκρίνει το χρόνο που χρειάζεται για κάθε διαδρομή, χρονομέτρησε 20 διαδρομές μέσω εθνικής οδού και 20 μέσω του επαρχιακού δικτύου. Τα αποτελέσματα σε min είναι:

Εθνική Οδός	39	42	50	33	44	52	44	46	31	54
	49	45	43	34	43	58	49	55	37	43

Επαρχιακό Δίκτυο	42	44	47	39	50	48	46	43	41	46
	44	42	45	45	43	44	44	45	44	45

23. Ένας αγρότης διάλεξε πλεκτό σύρμα για να φράξει το κτήμα του. Το σύρμα σχηματίζει κανονικό εξαγωνο με πλευρά 30 mm. Για να περάσουν από ένα

άνοιγμα τα κλωσσόπουλα πρέπει να είναι τουλάχιστον 5.5 cm και το ύψος και το πλάτος του. Μπορούν να μπαινοβγαίνουν από τις τρύπες του σύρματος;



Γ' Γυμνασίου

1. Ένας μηχανικός σχεδίασε μια γέφυρα η οποία υποστηρίζεται από το «παραβολικό τόξο» $y = 6x - x^2$. α) Να κάνετε τη γραφική παράσταση της συνάρτησης για $0 \leq x \leq 6$ β) Από τη γραφική παράσταση να εκτιμήσετε πόσο είναι το ύψος του τόξου, αν το x εκφράζεται σε m.
2. Ένας μεγάλος μαθηματικός, αλλά λίγο αφηρημένος, μπαίνει στον ανελκυστήρα στον 5^ο όροφο και πατάει στην τύχη ένα κουμπί του πίνακα. Να βρείτε την πιθανότητα α) Να πάει επάνω β) Να πάει κάτω. Γιατί το άθροισμα αυτών των δύο πιθανοτήτων δεν είναι ίσο με 1.
3. Ο παρατηρητής ΒΔ βλέπει το φως του λαμπτήρα Γ μέσα από τον καθρέπτη Κ. Όπως είναι γνωστό από τη φυσική, οι ακτίνες ανακλώνται στην επιφάνεια του καθρέπτη έτσι, ώστε να είναι $\varphi = \omega$. Να υπολογίσετε το ύψος του φανοστάτη ΑΓ, όταν είναι $AK = 3$ m, $KB = 2$ m, και το ύψος του παρατηρητή 1.70 m.
4. Ένας μηχανικός έκανε μετρήσεις και έφτιαξε το διπλανό σκίσο. Να υπολογίσετε το μήκος AB της λίμνης.
5. Οι μηχανικοί εκτίμησαν ότι η παραβολή είναι $h = xt - 5t^2$, όπου h το ύψος του πυραύλου μετά από t δευτερόλεπτα. Να βρείτε το κ.
6. Ένας φαρμακοποιός ανέμιξε 800 g οινόπνεύματος με 600 g οινόπνευματος διαφορετικής περιεκτικότητας και πήρε διάλυμα με περιεκτικότητα 22,5%. Αν όμως αναμείγνυε 900 g από το πρώτο οινόπνευμα με 300 g από το δεύτερο, θα έπαιρνε μείγμα περιεκτικότητας 25% σε οινόπνευμα. Να βρείτε την περιεκτικότητα σε οινόπνευμα καθενός από τα δύο διαλύματα που ανέμιξε.
7. Ένας χρυσοχόος έχει δύο κράματα αργύρου. Το α' έχει τίτλο 0.900 (δηλαδή περιεκτικότητα 900 τοις χιλίοις σε άργυρο) και το β) 0,870. Θέλει να κάνει ένα νέο κράμα βάρους 63 γραμμαρίων με τίτλο 0,890. Πόσα γραμμάρια πρέπει να πάρει από το καθένα από τα αρχικά κράματα;
8. Αν ένας μοτοσυκλετιστής αυξήσει την ταχύτητά του κατά 8 χιλιόμετρα ανά ώρα, θα φτάσει στον προορισμό του 48 λεπτά νωρίτερα. Αν μειώσει την ταχύτητά του κατά 12 χιλιόμετρα ανά ώρα, θα φτάσει στον προορισμό του 120 λεπτά αργότερα. α) Να υπολογίσετε την ταχύτητα του μοτοσυκλετιστή και το χρόνο που ταξίδεψε. β) Να υπολογίσετε την απόσταση που διάνυσε.
9. Ένας κτηνοτρόφος πρόκειται να αγοράσει αρνιά και κατσίκια, να τα διαθρέψει κάποιο διάστημα και να τα μεταπουλήσει. Συνολικά μπορεί να διαθρέψει μέχρι 50 ζώα. Κάθε αρνί έχει τιμή αγοράς 2000 δρχ. και κάθε κατσίκι 1000 δρχ. Ο κτηνοτρόφος δεν μπορεί να διαθέσει για την αγορά περισσότερα από 70.000 δρχ. Υπολογίζει επίσης ότι από κάθε αρνί θα κερδίσει 3.000 δρχ. και από κάθε κατσίκι 2.000 δρχ. Κάτω από αυτές τις συνθήκες πόσα αρνιά και πόσα κατσίκια πρέπει να αγοράσει, για να κερδίσει όσο γίνεται περισσότερα;
10. Μια μαθήτρια σκοπεύει να στείλει από το μέρος που παραθερίζει 12 τουλάχιστον κάρτες σε συμμαθητές της και συγγενείς. Το περίπτερο της περιοχής έχει ασπρόμαυρες κάρτες που κοστίζουν 50 δρχ. η μία και χρωματιστές κάρτες που κοστίζουν 100 δρχ. η μία. Η μαθήτρια δεν μπορεί να διαθέσει για την αγορά των καρτών περισσότερες από 800 δρχ. Πόσες κάρτες από κάθε είδος μπορεί να αγοράσει;
11. Ο ιδιοκτήτης ενός οικοπέδου δέχεται μια κοινοποίηση από την κοινότητα, που τον πληροφορεί ότι οι διαστάσεις του οικοπέδου του θα μεταβληθούν εξαιτίας της χάραξης ενός δρόμου. Το οικόπεδο είναι ορθογώνιο και η μία διάστασή του θα αυξηθεί κατά 5 m, ενώ η άλλη θα ελαττωθεί κατά 3 m, όπως φαίνεται

στο σχήμα. Ο ιδιοκτήτης είναι ευχαριστημένος, γιατί διαπιστώνει ότι το εμβαδόν του οικοπέδου του θα αυξηθεί. α) Ποια σχέση πρέπει να ισχύει για τις αρχικές διαστάσεις του x και y του οικοπέδου για να συμβεί αυτό; β) Να δώσετε δύο τουλάχιστον ζεύγη τιμών των διαστάσεων x και y που επαληθεύουν τη σχέση αυτή. γ) Αν το οικόπεδο ήταν τετράγωνο ο ιδιοκτήτης πιστεύει πως δε θα μπορούσε να βγει κερδισμένος όπως τώρα. Είναι έτσι; Να δικαιολογήσετε την απάντησή σας.

1° Βήμα στη διαδικασία αποδόμησης αναπαραγόμενων στερεοτύπων

Οι μαθητές/τριες παρατηρούν και καταγράφουν.

Ξεφυλλίζοντας τα βιβλία των τριών τάξεων του Γυμνασίου ανακαλύψαμε πως:

1. ΒΙΒΛΙΟ Α' ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ

Στα **56** προβλήματα, οι **αρσενικές** εκφωνήσεις, όπως Κωστάκης, Πετράκης, Γιαννάκης ή ο έμπορος, ο αρτοποιός, ο ποδηλάτης κ.λπ. υπολογίζονται σε **42** και μόνο **μία** εκφώνηση αναφέρεται σε **γυναίκα**. Οι 3 είναι «ά-φυλες».

2. ΒΙΒΛΙΟ Β' ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ

Στα **24** προβλήματα, οι **αρσενικές** εκφωνήσεις φτάνουν στα **20**, ενώ μόνο **4** εκφωνήσεις αναφέρονται σε **κορίτσια**.

3. ΒΙΒΛΙΟ Γ' ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ

Στα **12** προβλήματα, οι **αρσενικές** εκφωνήσεις φθάνουν στις **11** και μόνο **μία** εκφώνηση αναφέρεται σε κορίτσι.

Γενική Παρατήρηση 1

Στις σελίδες ιστορίας των Μαθηματικών **δεν γίνεται αναφορά ούτε σε μία γυναίκα μαθηματικό**.

Γενική Παρατήρηση 2

Όταν γίνεται αναφορά σε ενήλικες γυναίκες, αυτές έχουν πάντα το ρόλο της μητέρας ή της νοικοκυράς. Δεν γίνεται καμία αναφορά σε γυναίκα έμπορο, φαρμακοποιό κ.λπ. Οι γυναίκες των εκφωνήσεων δεν ψαρεύουν, δεν οδηγούν μηχανή, δεν είναι ιδιοκτήτριες οικοπέδων κ.λπ., αλλά κινούνται σε ιδιωτικούς χώρους. Όταν οι γυναίκες των εκφωνήσεων βρίσκονται σε δημόσιο χώρο, φροντίζουν για την οικογένεια (π.χ. ψώνια).

2° Βήμα στη διαδικασία αποδόμησης αναπαραγόμενων στερεοτύπων

Οι μαθητές/-τριες θέτουν ερωτήματα που σχετίζονται με τις παρατηρήσεις που έκαναν μετά την καταγραφή και το τέλος της έρευνάς τους.

Παράδειγμα:

- Γιατί οι άνθρωποι των εκφωνήσεων των μαθηματικών προβλημάτων είναι στη συντριπτική τους πλειοψηφία άνδρες;
- Γιατί ο ρόλος που ανατίθεται στις γυναίκες των εκφωνήσεων είναι αυτός της μητέρας ή της νοικοκυράς;
- Οι γυναίκες δεν εργάζονται;
- Παρατηρώντας προσεκτικά την κοινωνία στην οποία ζουν και κινούνται (πόλη, χωριό, κοινότητα), σε ποια επαγγέλματα συναντούν γυναίκες;
- Πώς ερμηνεύουν οι μαθητές/-τριες το γεγονός ότι στις εκφωνήσεις των μαθηματικών προβλημάτων οι έμποροι, φαρμακοποιοί, μηχανικοί κ.λπ. είναι μόνο άνδρες;
- Έχουν συναντήσει ποτέ γυναίκα ή κορίτσι που κάνει ποδήλατο, πηγαίνει σχολείο (μαθήτρια), παίζει μπάσκετ, οδηγεί μηχανή κ.λπ.;
- Ποιος είναι ο λόγος που στις εκφωνήσεις γίνεται αναφορά «**στον** ποδηλάτη», «**τον** μαθητή», «**τον** παίκτη του μπάσκετ» ή «**τον** οδηγό της μηχανής»;

ή

- Υπήρξαν ή όχι γυναίκες μαθηματικοί;
- Γιατί δεν γίνεται αναφορά στο όνομά ή το έργο τους;

3° βήμα στη διαδικασία αποδόμησης αναπαραγόμενων στερεοτύπων

Ακολουθεί συζήτηση με βάση τους προβληματισμούς και τις ερωτήσεις που οι μαθητές/-τριες διατύπωσαν με τη βοήθεια του/της εκπαιδευτικού στο δεύτερο βήμα της αποδόμησης. Καλούνται πλέον οι μαθητές/-τριες να διακρίνουν τις έμφυλες στερεοτυπικές αντιλήψεις που αναπαράγονται στα βιβλία των Μαθηματικών που αποτέλεσαν το αντικείμενο της έρευνάς τους.

Μπορεί επίσης ο/η εκπαιδευτικός να διευρύνει το πεδίο προβληματισμού αναφερόμενος/-η στην στερεοτυπική αντίληψη πως τα αγόρια είναι καλύτερα στα

μαθηματικά σε σχέση με τα κορίτσια και φυσικά να εξηγήσει στους μαθητές/-τριες τον τρόπο με τον οποίο τέτοιου είδους απόψεις διαμορφώνονται, κοινωνικά κατασκευάζονται και τι εξυπηρετούν.

ΠΡΟΣΟΧΗ

Πολλές φορές η διαδικασία αποδόμησης δεν ολοκληρώνεται. Σταματά στο 1^ο βήμα, στην καταγραφή, δηλαδή, των παρατηρήσεων.

Είναι όμως απαραίτητο οι μαθητές/-τριες να προχωρούν στα επόμενα βήματα της αποδόμησης των αναπαραγόμενων στερεοτύπων διότι μόνο με την ολοκλήρωση της διαδικασίας μπορούν να ασκηθούν στην κριτική προσέγγιση, τον προβληματισμό και την ερμηνεία των πληροφοριών και μηνυμάτων που άμεσα ή έμμεσα λαμβάνουν.

Βέβαια, όπως προαναφέρθηκε, τα σχολικά βιβλία είναι πολλά και τα αντικείμενά τους ποικίλα. Όμως, μιας και η έμφυλη οπτική παρέχει τη δυνατότητα στον/την ερευνητή/-τρια να προσεγγίσει διαφορετικά γνωστικά πεδία, μπορεί ο/η εκπαιδευτικός, με τα επιστημονικά εργαλεία του αντικειμένου του και μέσα από το «φίλτρο του φύλου», να προχωρήσει σε εκ νέου προσέγγιση του σχολικού εργαλείου που διαθέτει.

7. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Οι εκπαιδευτικοί μπορούν να ασχοληθούν και να προσεγγίσουν ποικίλα κοινωνικά ζητήματα μέσα από την τέχνη όχι μόνο μέσω της ερμηνείας των έργων τέχνης ως παρατηρητές, αλλά και μέσω της δημιουργίας τέτοιου είδους έργων. Η ζωγραφική, το πάζλ, το video, το θέατρο μπορούν να αποτελέσουν πλαίσιο δημιουργικής ενασχόλησης και έκφρασης αντιλήψεων, απόψεων και ιδεών.

Για τον/την εκπαιδευτικό που θα επιλέξει να ευαισθητοποιήσει - βοηθήσει τους μαθητές/-τριες να ανακαλύψουν τα έμφυλα στερεότυπα τα οποία κουβαλούν, να παρατηρήσουν και να «καταγράψουν» –με όποιο τρόπο επιλέξουν (ζωγραφική, πάζλ, φωτογραφία, video, θεατρικό παιχνίδι)– τις στερεοτυπικές αντιλήψεις των ανθρώπων του οικογενειακού, σχολικού ή κοινωνικού περιβάλλοντος στο οποίο ανήκουν, να αποδομήσουν αυτά τα στερεότυπα και να κατανοήσουν τον τρόπο και τους κοινωνικούς μηχανισμούς που τα κατασκευάζουν, παρουσιάζονται στο σημείο αυτό κάποια βήματα που ευελπιστούμε να απλοποιήσουν το έργο του/της.

Ανεξάρτητα λοιπόν από το ποιος θα είναι ο τρόπος έκφρασης που θα επιλεγεί από εκπαιδευτικούς και μαθητές/τριες (ζωγραφική, πάζλ κ.λπ.) μπορούν να ληφθούν υπόψη τα παρακάτω:

Επιλογή θεματικής και επιλογή τρόπου προσέγγισης

Ο/Η εκπαιδευτικός, μετά από συζήτηση με τους μαθητές/-τριες και λαμβάνοντας υπόψη του/της τα ενδιαφέροντα της «τάξης» του/της, επιλέγει μια θεματική –μια διάσταση της κοινωνικής ζωής– την οποία καλούνται οι μαθητές/-τριες να προσεγγίσουν μέσα από την οπτική του φύλου.

Εξηγεί πως υπάρχουν πολλοί τρόποι δημιουργικής προσέγγισης και ενασχόλησης με ένα θέμα. Το ίδιο ζήτημα μπορεί να αποτελέσει πηγή έμπνευσης για όσους θέλουν να ζωγραφίσουν, να συνθέσουν ένα κολάζ, να φωτογραφίσουν, να γράψουν ένα θεατρικό κείμενο ή να ανεβάσουν μια θεατρική παράσταση κ.λπ. Καλεί έτσι τους μαθητές/-τριες να επιλέξουν –με τη δική του/της βοήθεια– τον τρόπο με τον οποίο θα εργαστούν.

* Αν πρόκειται βέβαια να χρησιμοποιηθεί η τεχνολογία –π.χ. video κάμερες, υπολογιστές, κ.λπ.– καλό θα ήταν να έχει διασφαλιστεί εκ των προτέρων η ύπαρξη και καλή λειτουργία τους.

Δημιουργική ενασχόληση

Οι μαθητές/-τριες, μετά την επιλογή της θεματικής και την θεωρητική προσέγγιση που έχει ήδη προηγηθεί (συζήτηση), ξεκινούν να δημιουργούν. Ζωγραφίζουν, συλλέγουν εικόνες από περιοδικά και έντυπα που θα τους βοηθήσουν να συνθέσουν το κολάζ, γράφουν τα κείμενα που θα χρειαστούν για να φτιάξουν το video ή να ανεβάσουν τη θεατρική παράσταση, μελετούν το θεατρικό έργο που έχουν επιλέξει.

Μπορεί βέβαια οι μαθητές/-τριες να έχουν χωριστεί σε ομάδες ανάλογα είτε με τη δουλειά που έχουν αναλάβει είτε με τις διαφορετικές διαστάσεις των θεμάτων που επιθυμούν να αναδείξουν.

1^ο βήμα αποδόμησης των «καταγεγραμμένων» στερεοτύπων

Μετά την ολοκλήρωση των έργων –αν πρόκειται για ζωγραφική, κολάζ ή φωτογραφία– γίνεται μια «πρώτη έκθεση» των έργων τους μέσα στην τάξη. Σε αυτή, οι μαθητές έχουν την ευκαιρία να παρατηρήσουν τις δουλειές τους και να προβούν σε σχόλια που υπερβαίνουν την απόδοση ευσήμων στους δημιουργούς, π.χ. πολύ ωραίο, καλό κ.λπ.

Μπορούν να θέσουν ερωτήματα που προωθούν την κριτική σκέψη και ευαισθητοποιούν τους δημιουργούς. Θα «διαβάσουν» μέσα στα έργα τους την αναπαραγωγή ή την καταγραφή των έμφυλων στερεοτύπων.

2^ο βήμα αποδόμησης των «καταγεγραμμένων» στερεοτύπων

Την πρώτη ανάγνωση ακολουθεί ο προβληματισμός σχετικά με τον τρόπο που αυτά τα στερεότυπα αναπαράγονται για να φτάσουν μέχρι τα έργα τους. Θέτουν ερωτήματα που σταδιακά οδηγούν στο συμπέρασμα πως δεν είναι ούτε η φύση ούτε η βιολογία που ευθύνεται για τις κοινωνικές ανισότητες και διακρίσεις –γενικώς– αλλά και λόγω φύλου στην προκειμένη περίπτωση.

Δημοσιοποίηση του προβληματισμού και συμβολή στην ευαισθητοποίηση

Σε αυτή τη φάση, οι μαθητές/-τριες είναι σε θέση να ετοιμάσουν την Έκθεση των έργων τους στο κοινό – υπόλοιπες τάξεις του σχολείου, τελική εκδήλωση παρουσία γονέων, φίλων και πολιτών της τοπικής κοινωνίας στην οποία ανήκουν.

Έχοντας κατανοήσει και αποδομήσει τα έμφυλα στερεότυπα που έχουν

καταγράψει μέσα στις δουλειές τους, μπορούν να ετοιμάσουν ένα «πρόγραμμα». Το Πρόγραμμα της έκθεσης –δισέλιδο ή πολυσέλιδο φυλλάδιο που συνήθως εισάγει τον επισκέπτη στο πνεύμα της έκθεσης– μπορεί να περιέχει, πέρα από τον γενικό προβληματισμό και το λόγο επιλογής της συγκεκριμένης θεματικής, ερωτήσεις που θα προκαλέσουν τον επισκέπτη να σκεφτεί και να προβληματιστεί.

7.1. Ζωγραφική - Κολάζ

Παράδειγμα 17: Ζωγραφική και Κολάζ των μαθητών/-τριών με θέμα: Φύλο και Έμφυλη κατανομή ρόλων στην οικογένεια

Η Β΄ τάξη του Γυμνασίου Πανόρμου, με υπεύθυνη καθηγήτρια την κυρία Τάνια Χρισοφοράτου, επέλεξε να ασχοληθεί με το θέμα «Οικογένεια - Φύλο - Οικιακή εργασία και έμφυλη κατανομή δραστηριοτήτων». Το παράδειγμα 17 λοιπόν αποτελεί μια επεξεργασμένη παρουσίαση του τρόπου με τον οποίο δούλεψαν οι μαθητές/-τριες, ζωγράρισαν, προβληματίστηκαν και αναζήτησαν απαντήσεις στα ερωτήματά τους.

Αναγκαιότητα παρεμβατικής δραστηριότητας (γιατί χρειάζεται να παρέμβουμε):

Η αναγκαιότητα της παρεμβατικής δραστηριότητας απορρέει από το γεγονός ότι, στην ελληνική επαρχία και ειδικότερα στην περιοχή που βρίσκεται το σχολείο μας, κυριαρχεί ακόμα η αυστηρά πατριαρχική δομή της οικογένειας και, παρ' όλο που οι περισσότερες γυναίκες είναι εργαζόμενες, επωμίζονται και το βάρος όλων των οικιακών εργασιών αλλά και τη φροντίδα των παιδιών. Αυτό επιφέρει μια ανισορροπία στην οικογένεια, καθώς αφαιρεί από τις γυναίκες/συζύγους/μητέρες τον απαραίτητο χρόνο και την ενέργεια να αναπτυχθούν ως άτομα και να αποδώσουν ουσιαστικά σε όλους τους ρόλους τους.

Σκοπός της παρεμβατικής δραστηριότητας:

Σκοπός της παρεμβατικής δραστηριότητας είναι να παρατηρήσουν τα παιδιά τις οικογενειακές τους δομές και να προσεγγίσουν το ζήτημα όχι ως κάτι δεδομένο και αυτονόητο, αλλά ως ένα αντικείμενο που πρέπει να προσεγγιστεί με κριτική ματιά, να τεθούν ερωτήματα, να υπάρξει «αμφισβήτηση, «έρευνα» και «μελέτη».

Τα παιδιά ανέλαβαν να παρατηρήσουν τι συμβαίνει σπίτι τους, μέσα από το πρίσμα της έμφυλης οπτικής –των συζητήσεων που γίνονται στην τάξη– και να συγκρίνουν αυτό που συμβαίνει στο δικό τους σπίτι με αυτό που μπορεί να συμβαίνει σε άλλα.

Τελικός στόχος αυτής της διαδικασίας είναι να αποκτήσουν κριτική ματιά και έμφυλη οπτική.

Προτεινόμενες Μεθοδολογίες ανάπτυξης της παρεμβατικής δραστηριότητας

(πώς μπορούμε να πετύχουμε το στόχο μας):

Θα προσεγγίσουμε το θέμα εικαστικά, και μάλιστα με ζωγραφική αποτύπωση οικογενειακών δραστηριοτήτων, ώστε τα παιδιά να έχουν την ευκαιρία, όση ώρα ζωγραφίζουν και συζητούν μεταξύ τους για το θέμα τους, να σκεφτούν σχετικά με αυτό. Η ζωγραφική δίνει τη δυνατότητα σε αυτόν που την «εκτελεί» να έχει μια βιωματική προσέγγιση του αντικείμενου. Αυτό οφείλεται πρώτα πρώτα στη διάρκεια του χρόνου που χρειάζεται για να ολοκληρωθεί ένα έργο. Όση ώρα ζωγραφίζουμε, σκεφτόμαστε το θέμα μας, το αντικείμενο μας, και μπαίνουμε στο ρόλο του σαν να εκτελούμε ένα θεατρικό παιχνίδι. Δεύτερον, η χρήση των χρωμάτων και των μορφών είναι σημαντικός παράγοντας έκφρασης. Τρίτον, η απόλαυση που δοκιμάζει κάθε παιδί εκφραζόμενο ζωγραφικά εμπλουτίζει τον εσωτερικό του κόσμο και το γεμίζει χαρά και ικανοποίηση. Όλη η διαδικασία αποτυπώνεται στη μνήμη του και μπορεί να έχει μακροπρόθεσμες επιδράσεις, τις οποίες δεν θα είχε μια στεγνή προσέγγιση του θέματος.

Μετά από την εικαστική αποτύπωση σκηνών οικογενειακού βίου, θα ακολουθήσει παρατήρηση των εικαστικών έργων, συζήτηση και προβληματισμός σχετικά με τους ρόλους και την έμφυλη κατανομή δραστηριοτήτων των μελών της οικογένειας.

Μέθοδος πραγμάτωσης της δραστηριότητας

Αρχικά δόθηκαν διερευνητικά ερωτηματολόγια στα παιδιά σχετικά με την οικογενειακή ζωή, τις αρμοδιότητες και δραστηριότητες κάθε μέλους της οικογένειας. Έγινε σχετική συζήτηση στην τάξη, κατά την οποία διαπιστώθηκε ότι υπάρχουν στερεότυπα στην κατανομή των εργασιών μέσα στο σπίτι. Η μητέρα ασχολείται με το νοικοκυριό και ίσως, μερικές φορές, τη βοηθούν οι κόρες της. Ο πατέρας, όμως, και οι γιοι δε συμμετέχουν σε αυτές τις δραστηριότητες, στις περισσότερες οικογένειες. Τα περισσότερα από τα παιδιά θεωρούν δεδομένο το ότι η μητέρα, παρ' όλο που εργάζεται, έχει αποκλειστική υποχρέωση να φροντίζει τόσο το σπίτι όσο και τα παιδιά.

Εξηγήθηκε στα παιδιά ότι σκοπός μας ήταν να διερευνήσουμε το ρόλο των δύο φύλων στην οικογένεια, δηλαδή την κατανομή των δραστηριοτήτων ανάλογα με το φύλο –άνδρας, γυναίκα, αγόρι ή κορίτσι– να προβληματιστούμε και να αναζητήσουμε τις αιτίες αυτής, της μέχρι εκείνη τη στιγμή αυτονόητης, έμφυλης κατανομής των ρόλων και των δραστηριοτήτων μέσα στην οικογένεια, να αναρωτηθούμε αν υπάρχουν άλλα μοντέλα κατανομής ρόλων και να ανακαλύψουμε σε τι θα ωφελοίσε

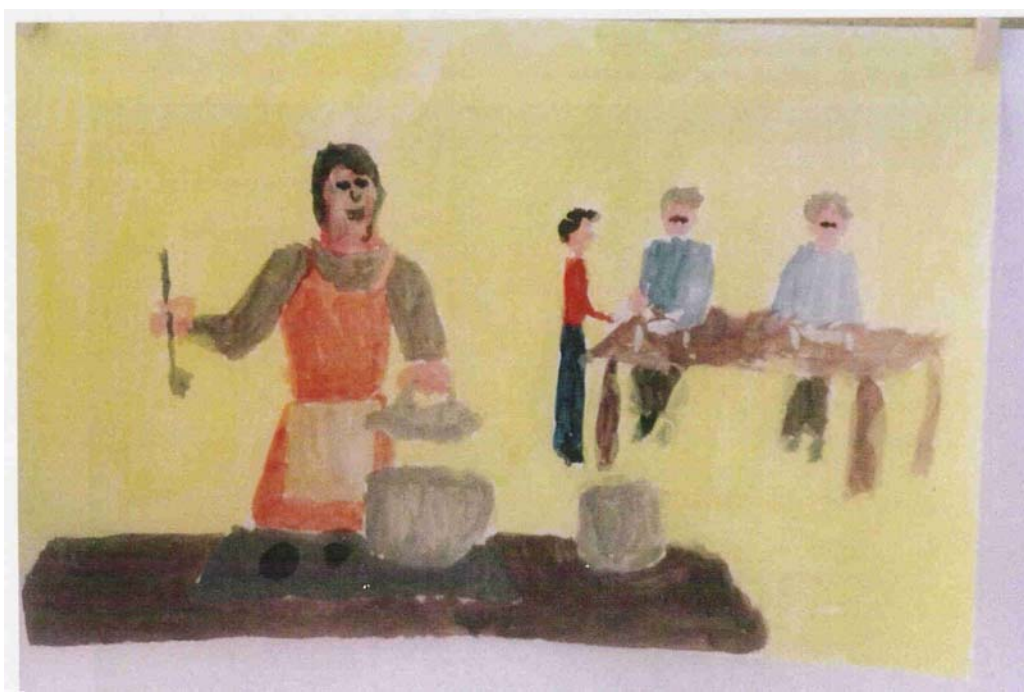
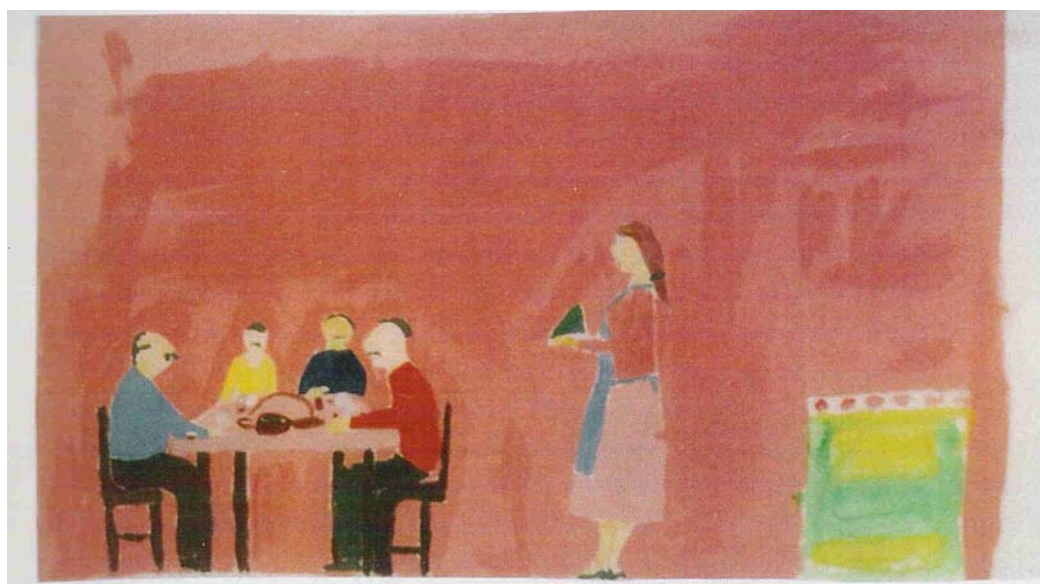
μια διαφορετική δομή των οικογενειακών δραστηριοτήτων.

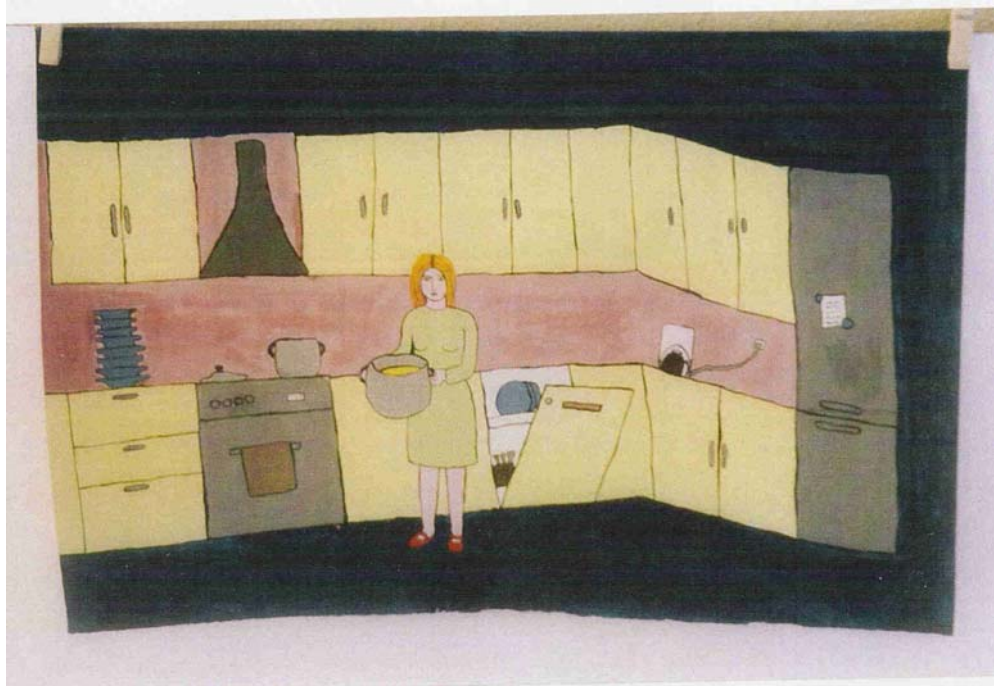
Έγινε πρόταση να προσεγγίσουμε το θέμα μας εικαστικά, με ζωγραφική και δημιουργία ομαδικού κολάζ, η οποία έγινε δεκτή με ενθουσιασμό.

Μοιράστηκε έντυπο στους γονείς των παιδιών που τους ενημέρωνε σχετικά με το πρόγραμμα που θα ακολουθούσαμε, τους στόχους και τη μέθοδο, και ζητούσε τη συνεργασία και τη θετική τους στάση. Αγοράστηκαν ακρυλικά χρώματα, πινέλα και χαρτιά, τα οποία μοιράστηκαν στα παιδιά, και δόθηκαν «τα θέματα», π.χ. δραστηριότητες της μητέρας, δραστηριότητες του πατέρα.

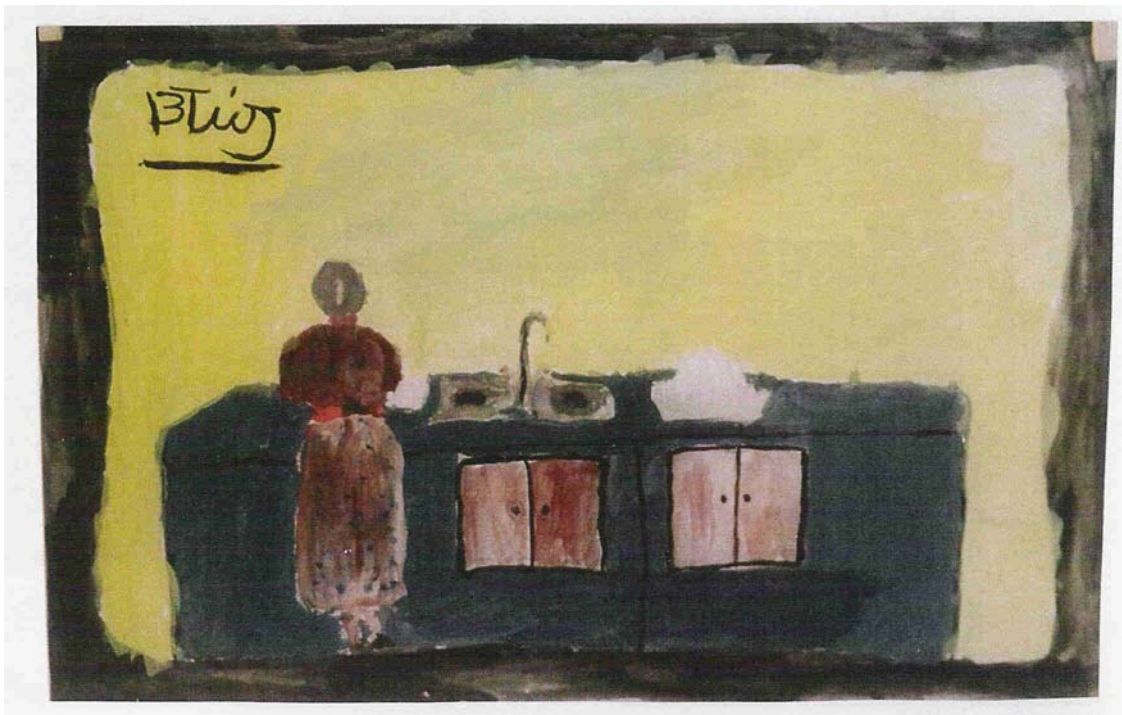
Ιδού το εικαστικό αποτέλεσμα:

Γυναίκες μαγειρεύουν και άντρες περιμένουν καθιστοί στο τραπέζι να τους σερβίρουν



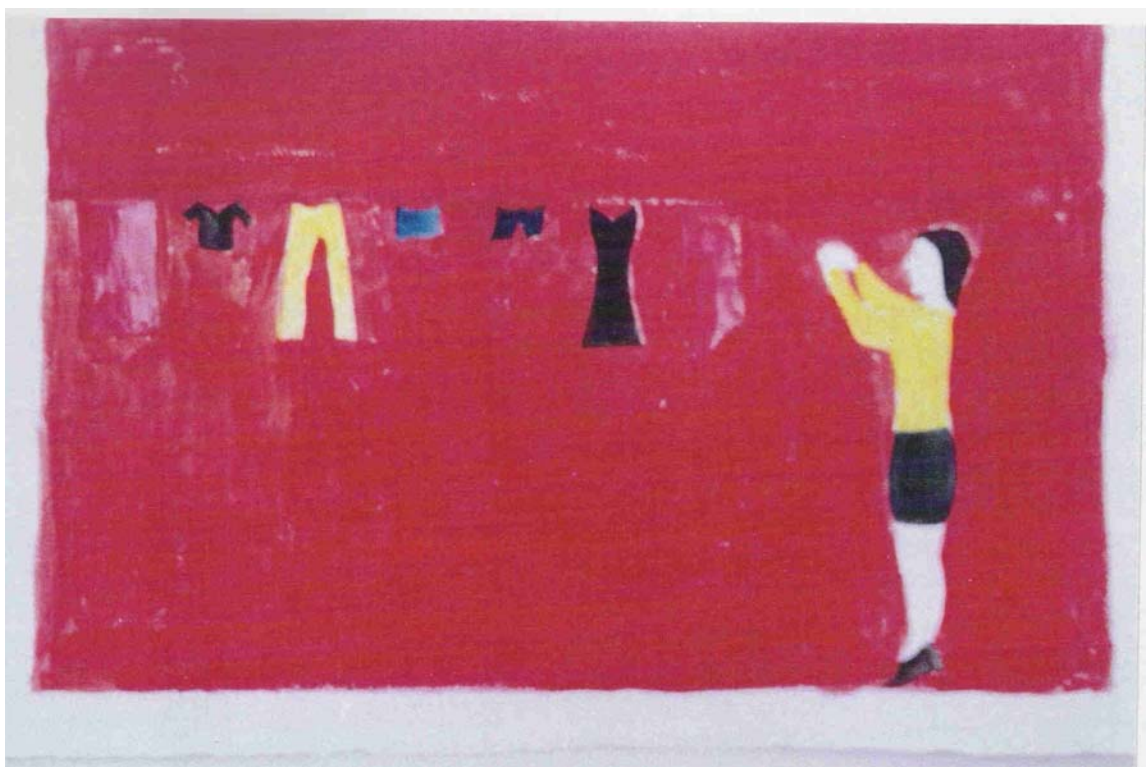
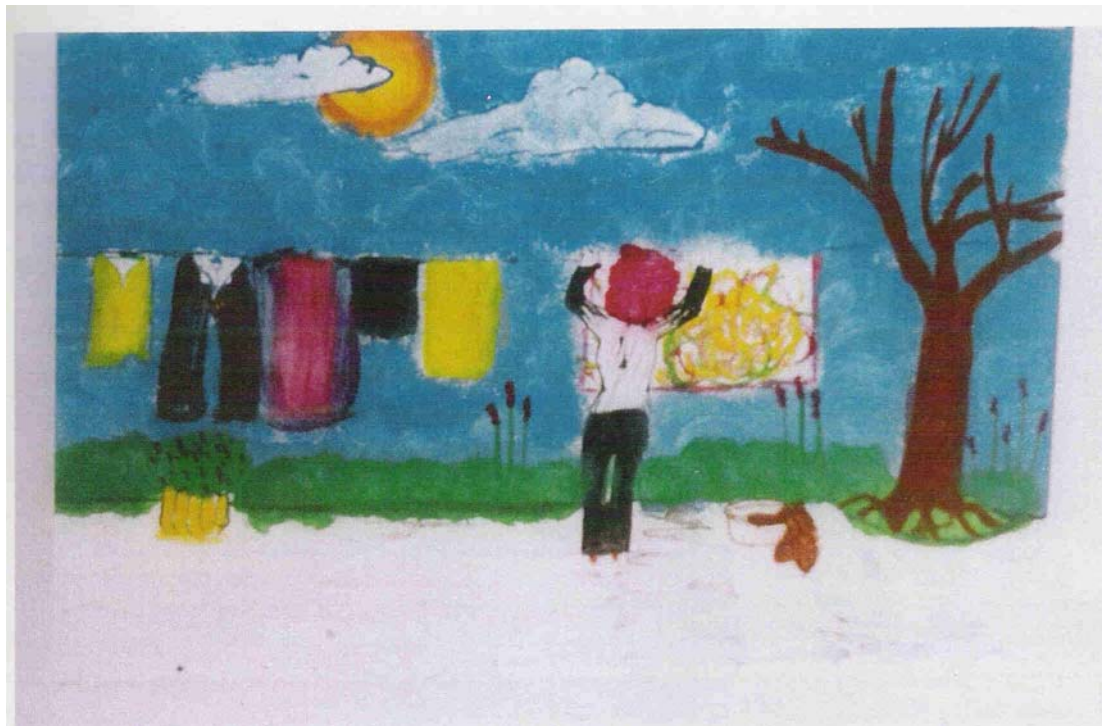


Αφιλόξενα γυρισμένες πλάτες γυναικών πλένουν πιάτα μη συμμετέχοντας



στην οικογενειακή γιορτή

Γυναίκες απλώνουν ρούχα σε ατελείωτες μπουγάδες κάτω από το φως του ήλιου

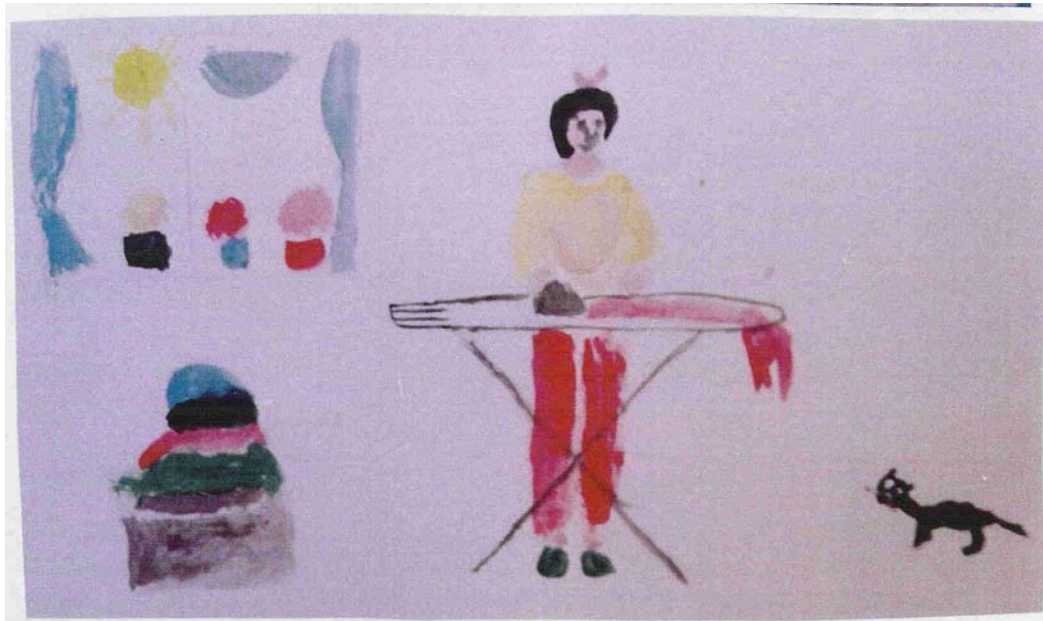
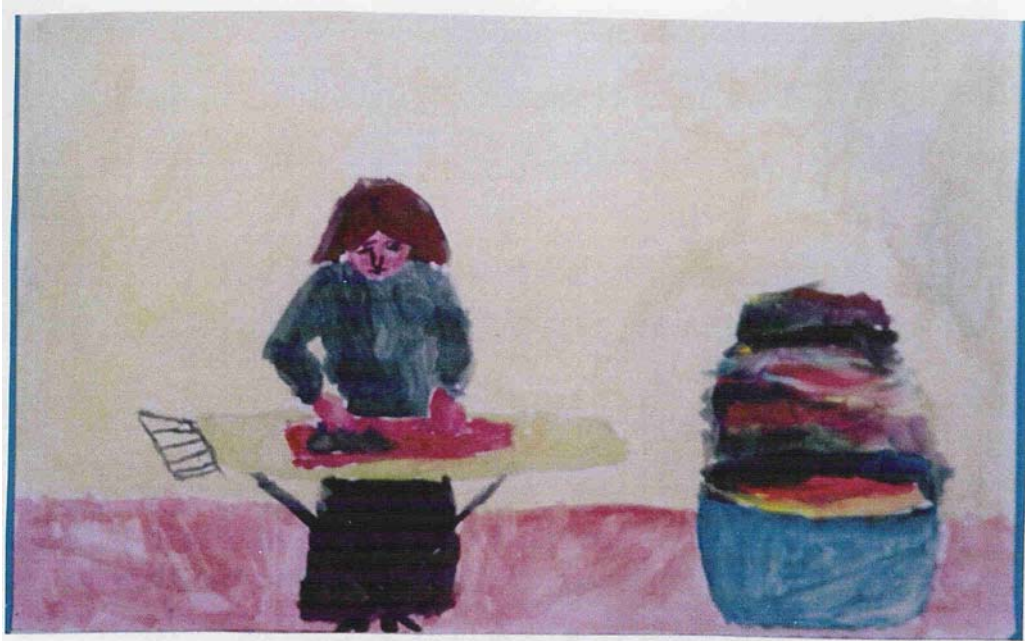




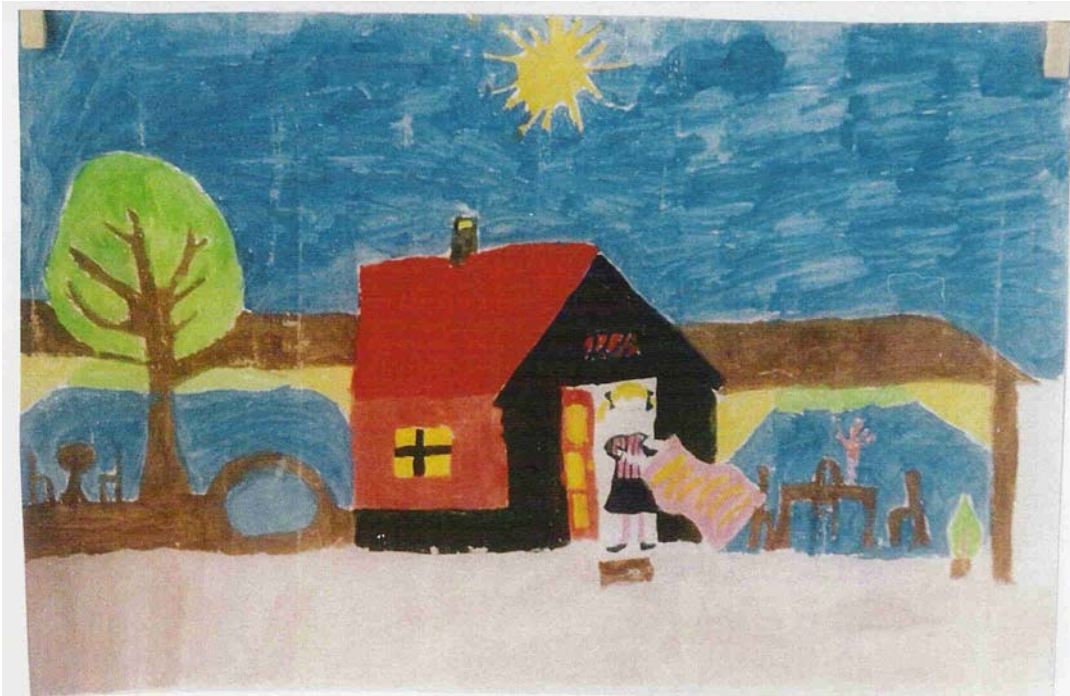
...ή το λαμπύρισμα των άστρων



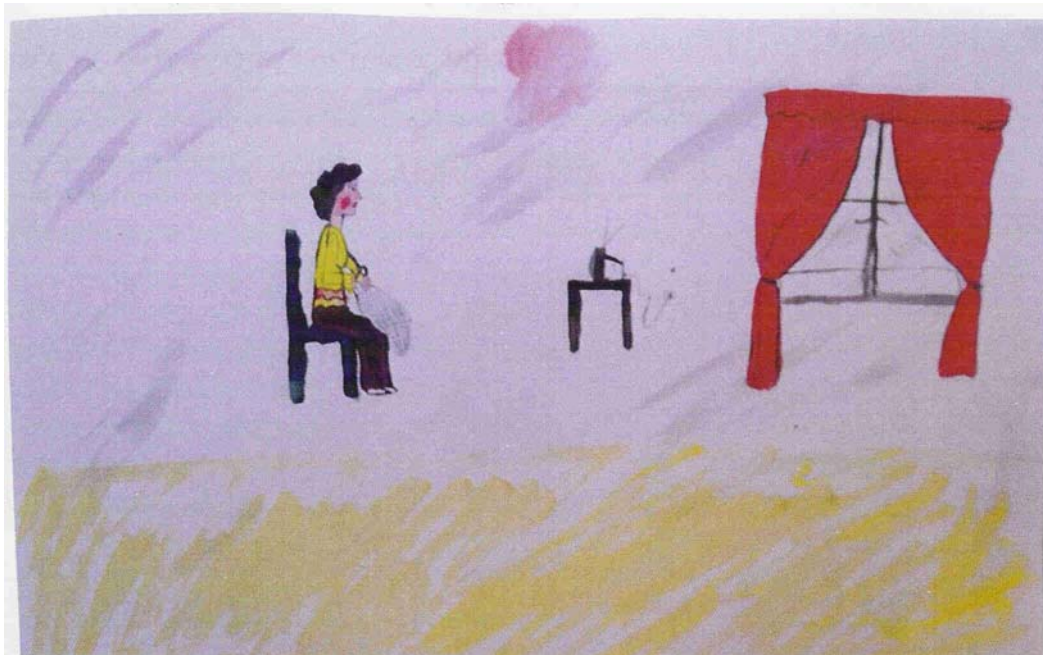
Γυναίκες σιδερώνουν βουνά από ρούχα μέσα σε βαθιά περισυλλογή



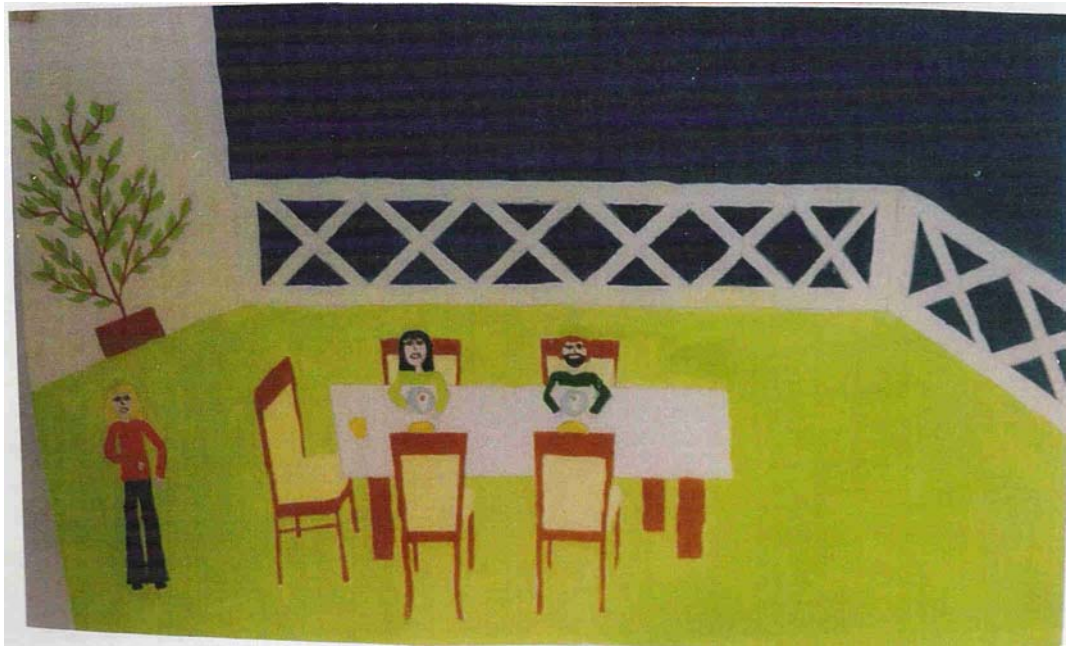
Τινάζουν τα χαλιά...



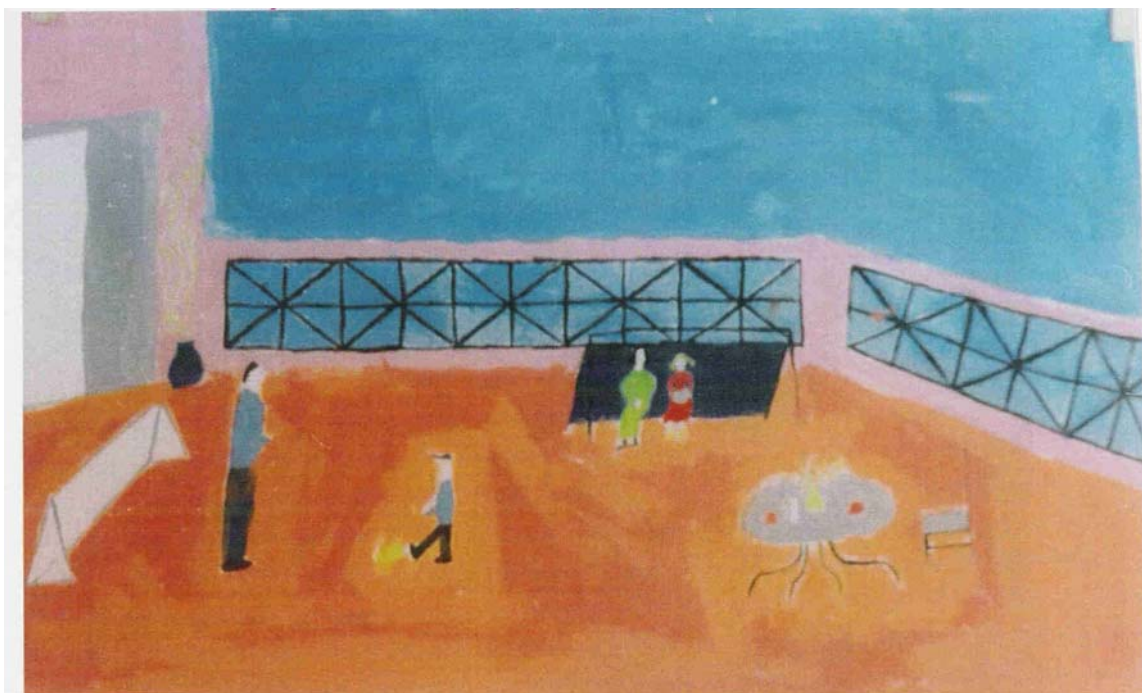
ή πλέκουν με συντροφιά την τηλεόραση



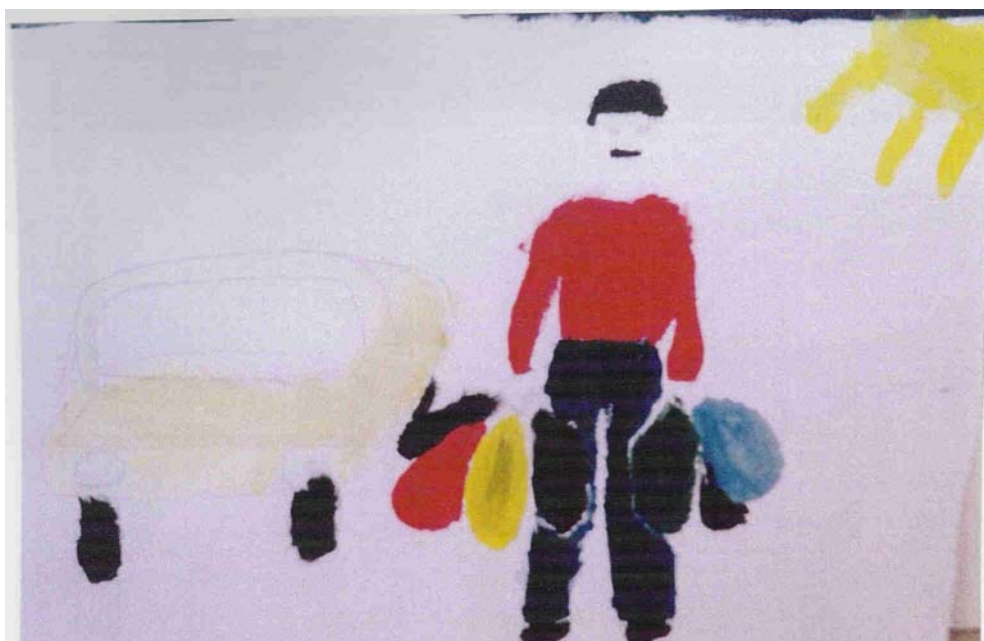
Οικογενειακό τραπέζι στη βεράντα



Μπαμπάς και γιός. Μάνα και κόρη



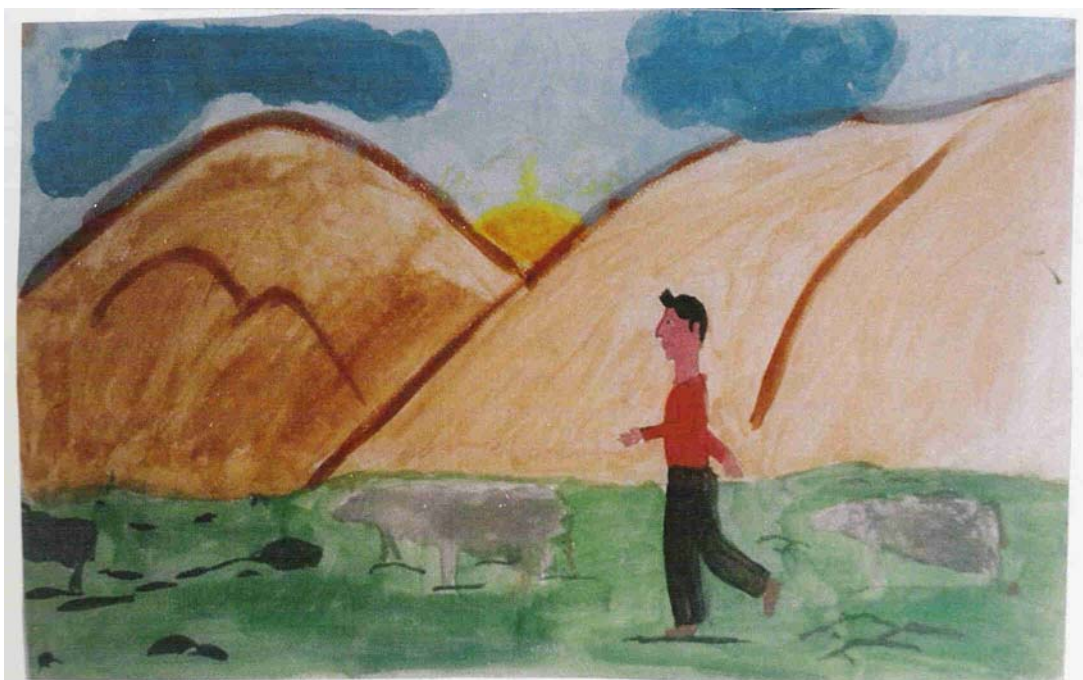
...και κάποιες ζωγραφιές με άντρες στις «αντρικές ασχολίες»: ...κουβαλητής



...σέρφερ



...ποιμένας



...γεωργός



...μοναχικό ράβδισμα ελιάς



Για να φτιάξουμε τα κολάζ, μοιράστηκε ερωτηματολόγιο σχετικά με το ποια αντικείμενα του σπιτιού χρησιμοποιεί περισσότερο η γυναίκα και ποια ο άνδρας και ύστερα έγινε κατάταξη ανάλογα με τη συχνότητα εμφάνισης του κάθε αντικειμένου.

Τα παιδιά τα ζωγράφισαν μεμονωμένα και στη συνέχεια τα έκοψαν και τα κόλλησαν σε δύο μεγάλα χαρτόνια, ένα για «γυναικεία» αντικείμενα και ένα για «ανδρικά». Ζωγράφισαν επίσης μία γυναίκα με νυφικό και έναν άνδρα με κοστούμι και τους έβαλαν να κάνουν βουτιά μέσα στη θάλασσα των αντικειμένων που σύμφωνα με την παρατήρηση των μαθητών/-τριών συνήθως χρησιμοποιούν.

Η γυναίκα φαίνεται να κολυμπάει μέσα σε έναν πολύχρωμο κόσμο από πιατικά, ποτήρια, σφουγγάρια, σκούπες, φαράσια, σφουγγαρίστρες, κουβάδες, σφουγγαρόπανα, ηλεκτρικές σκούπες, κατσαρολικά, μαχαιροπήρουνα, ταψιά, φαγητά, πλυντήρια, μπουγάδες, σιδερώστρες, καλλυντικά και κοσμήματα.



Ο άνδρας φαίνεται να κολυμπάει σε ένα πιο γκριζωπό σύμπαν από εργαλεία, ξυριστικές μηχανές, εφημερίδες, τηλέφωνα, τηλεχειριστήρια, ηλεκτρονικούς υπολογιστές, αυτοκίνητα, φλιτζάνια καφέ, τα γυαλιά του, το κομπολόι του και,



δυστυχώς, τα τσιγάρα του!

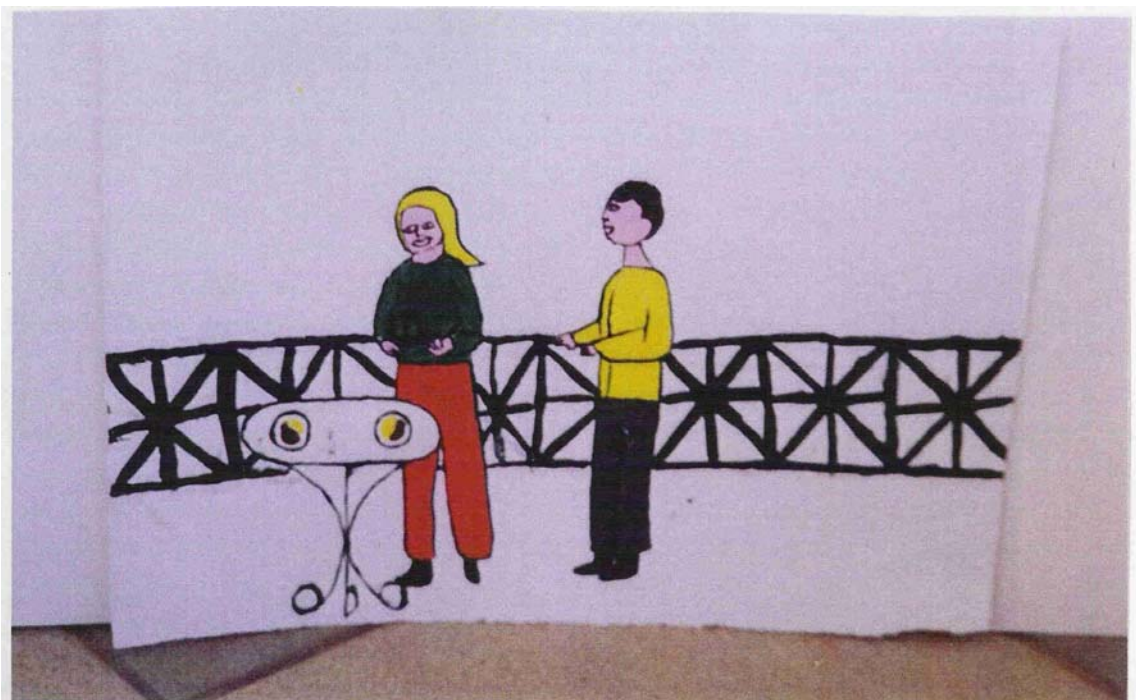
Το έργο ονομάστηκε συνολικά «Μετά το γάμο» και αντικατοπτρίζει τη «βουτιά» στις διαφορετικές καθημερινότητες των μελών ενός ζευγαριού που έχει μόλις ξεκινήσει την «κοινή» του ζωή.

Στη συνέχεια δόθηκαν θέματα σχετικά με «κοινές ασχολίες πατέρα και μητέρας» ή «κοινές ασχολίες γονιών και παιδιών» και αντιμετωπίστηκε κάθε δυσκολία στην ανεύρεση τους. Τα παιδιά σκέφτηκαν πολύ πιο άμεσα τις εξωτερικές εργασίες και κυρίως τις αγροτικές: το μάζεμα της ελιάς είναι μια πιο οικογενειακή υπόθεση και τα παιδιά ζωγράφισαν άντρες και γυναίκες να ραβδίζουν ελιές. Μια άλλη ασχολία που φαίνεται να είναι κοινή είναι η παρακολούθηση της τηλεόρασης. Ταυτόχρονη αλλά μη επικοινωνιακή. Ζωγράφισαν επίσης κοινή διασκέδαση (χορό), ψάρεμα, ταξίδια.

συνεργασία στο νοικοκυριό;



συνεργασία στο σερβίρισμα;

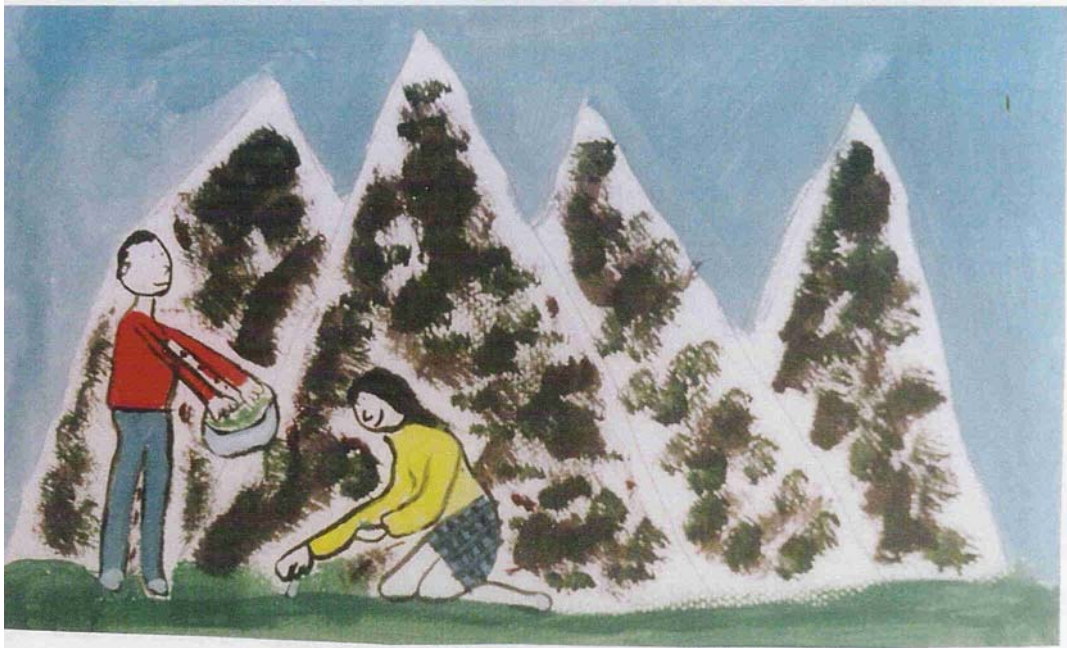




μάζεμα ελιάς



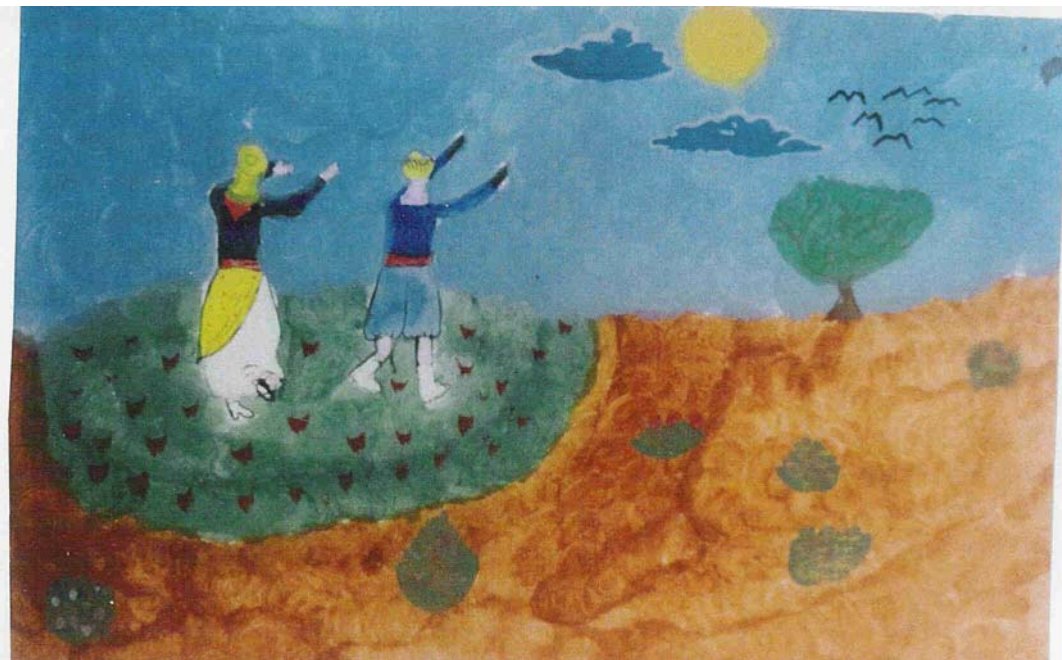
μάζεμα χόρτων



ψάρεμα



χορός



1° βήμα αποδόμησης των
«καταγεγραμμένων» στερεοτύπων

Οι μαθητές/-τριες «διάβασαν» τα έργα τους και διαπίστωσαν πως στην οικογένεια υπάρχει έμφυλη κατανομή των ρόλων των μελών της ανάλογα με το φύλο.

Οι γυναίκες «βουτούν» σε μια θάλασσα υποχρεώσεων φροντίδας, μέριμνας και ικανοποίησης της προσδοκώμενης εικόνας ομορφιάς τους, κινούμενες κατεξοχήν στον ιδιωτικό χώρο. Αντίθετα, στους άνδρες ανήκει η τεχνογνωσία (εργαλεία, ηλεκτρονικοί υπολογιστές κ.λπ.), η δημιουργική εργασία, η ενημέρωση (ανάγνωση εφημερίδας κ.λπ.), η εργασία έξω από το σπίτι, η σφαίρα του δημόσιου χώρου. Εκείνοι είναι απαλλαγμένοι από όλες τις μέριμνες και φροντίδες του σπιτιού (μαγείρεμα, καθαριότητα, άπλωμα ρούχων κ.λπ.).

2° βήμα αποδόμησης των
«καταγεγραμμένων» στερεοτύπων

Έθεσαν ερωτήματα:

Π.χ.

- Γιατί η γυναίκα πρέπει να αναλαμβάνει το βάρος όλων των οικιακών εργασιών;
- Είναι η φύση ή οι έμφυλες στερεοτυπικές αντιλήψεις –κοινωνικά κατασκευασμένες αντιλήψεις για το τι είναι θηλυκό και αρσενικό– που υπαγορεύουν τους ρόλους και τη συμπεριφορά των μελών της οικογένειας;
- Γιατί οι εφημερίδες, οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, τα φαξ, τα εργαλεία δεν ανήκουν στον «γυναικείο κόσμο» (κολάζ); Είναι οι γυναίκες από τη φύση τους διανοητικά κατώτερες για να ασχοληθούν με την τεχνολογία ή τη γνώση;
- Γιατί ένας άνδρας δεν μπορεί να φροντίσει παιδιά; Μήπως η φύση τον έκανε συναισθηματικά ανάπηρο, ανίκανο να γίνει δέκτης και δότης αγάπης;
- Για ποιο λόγο γίνεται αυτονόητα αποδεκτό πως οι γυναίκες είναι «μυϊκά αδύναμες», όταν μια απλή παρατήρηση της ζωής των μαμάδων τους καταδεικνύει πως αυτές ανταπεξέρχονται με επιτυχία σε αγροτικές και

οικιακές εργασίες που κατά γενική ομολογία απαιτούν «δύναμη» και αντοχή;

Ο προβληματισμός συνοδεύτηκε από συζήτηση που έλυσε απορίες και άσκησε μαθητές/-τριες στην κριτική προσέγγιση και ερμηνεία των κοινωνικών φαινομένων.

Δημοσιοποίηση του προβληματισμού και συμβολή στην ευαισθητοποίηση

Οι μαθητές/-τριες, πριν ανοίξουν τις πόρτες του σχολείου ή της τάξης τους για να εκθέσουν τα έργα τους με σκοπό να προβληματίσουν και να ευαισθητοποιήσουν τον κοινωνικό τους περίγυρο –συμμαθητές/-τριες, καθηγητές/-τριες, γονείς, φίλους/-ες κ.λπ. –, επιμελήθηκαν ένα μικρό δισέλιδο πρόγραμμα που μοιράστηκε στους επισκέπτες. Σε αυτό, εκτός από τη σύντομη παρουσίαση της θεματικής και την οπτική μέσω της οποίας την προσέγγισαν, διατύπωσαν μια σειρά ρητορικών ερωτημάτων με σκοπό την αφύπνιση των επισκεπτών και την προτροπή να δουν από μια νέα γωνία θεώρησης.

7.2. Κολάζ με υλικό από έντυπα

Παράδειγμα 18: Δημιουργία Αφίσας – Κολάζ με θέμα «γονεϊκοί ρόλοι – εναρμόνιση και συνεργασία»

Η διαφορά του παραδείγματος 17, από ό,τι παρατίθεται στο παράδειγμα 18, – σε ό,τι αφορά το κολάζ–, είναι πως η αφίσα, για την οποία γίνεται λόγος, έγινε με υλικό που συνέλεξαν οι μαθητές/-τριες από έντυπα ποικίλης ύλης· δεν ζωγράφισαν οι ίδιοι/-ες.

Μεθοδολογικά, λοιπόν, τα βήματα που ακολουθούνται και στην περίπτωση που το κολάζ επιλεγεί ως εικαστική έκφραση είναι όμοια με ό,τι προηγουμένως αναφέρθηκε (παράδειγμα 17).

Η αρχή γίνεται με την επιλογή ενός θέματος που προκύπτει μέσα από συζήτηση (π.χ. η αναζήτηση της απεικόνισης των μη παραδοσιακών γονεϊκών ρόλων).

Ακολουθεί ενασχόληση και προβληματισμός σχετικά με το πώς ορίζεται ο παραδοσιακός και πώς ο μοντέρνος ρόλος του πατέρα και της μητέρας, κάτι στο οποίο θα μπορούσε να βοηθήσει η σύνταξη ερωτηματολογίων. Τα ερωτηματολόγια αυτά είναι δυνατόν να κινηθούν σε δύο άξονες: α) να επιζητούν απαντήσεις από τους/τις ίδιους/-ες μαθητές/-τριες. Ιδιαίτερη χρησιμότητα θα είχε να εμπλακούν οι

Με αφορμή το κολάζ που συνέθεσαν, μπορούν να περάσουν και σε συζήτηση και προβληματισμό σχετικά με το ζήτημα της «εναρμόνισης της οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής». Να αναρωτηθούν γιατί αυτή η εναρμόνιση και συνεργασία είναι δύσκολη και σε ποιο βαθμό είναι εφικτή.

7.3. DVD ντοκιμαντέρ ή ταινία

Η «αποδελτίωση» του παραδοτέου υλικού –από την πλευρά των εκπαιδευτικών και μαθητών/-τριων που έλαβαν μέρος στο έργο– δείχνει πως υπάρχουν αρκετά ντοκιμαντέρ και ταινίες μικρού μήκους (πολλές με στοιχεία ντοκιμαντέρ) που δημιουργήθηκαν από τους μαθητές και τις μαθήτριες. Επιπλέον, υπάρχουν ενδιαφέροντα ντοκιμαντέρ και ταινίες μικρού μήκους που αποκαλύπτουν πως πολλοί εκπαιδευτικοί και μαθητές/-τριες υπερέβησαν το σύμπλεγμα του φόβου για τη χρήση των τεχνολογικών μηχανημάτων και ξεπέρασαν τις δυσκολίες που πηγάζουν από την ιδιαιτερότητα και πολυπλοκότητα της οπτικοακουστικής γλώσσας.

Απαραίτητη είναι η επιλογή ενός θέματος το οποίο θα κληθούν οι μαθητές να προσεγγίσουν αρχικά μέσω συζήτησης, προβληματισμού και μελέτης, ενώ η προσπάθεια για τη δημιουργία ενός ντοκιμαντέρ ή μιας ταινίας ανήκει σε επόμενο στάδιο.

Παράδειγμα 19: Δημιουργία DVD – ταινίας μικρού μήκους με θέμα: «Ξεφυ(λ)ίζοντας τον κινηματογράφο»

Το παράδειγμά μας αφορά σε μια ταινία μικρού μήκους με ντοκιμενταρίστικα στοιχεία. Δεν ανήκει ωστόσο στην κατηγορία των ντοκιμαντέρ διότι βασίζεται στη μυθοπλασία.

Το «ξεφυ(λ)ίζοντας τον κινηματογράφο» αποτελεί παραδοτέο της Σύμπραξης 6 του Νομού Ρεθύμνης και δημιουργήθηκε με υπεύθυνους καθηγητές/-τριες τους/τις: Ρηγάκη Α., Προύσαλη Γ., Πεταλίδου Μ., Νιωτάκη Α., Κωνσταντινίδου Μ., Ψαρρού Δ., Βυζιγαννάκη Δ., Βεληζιώτη Α., Κανιολάκη Ι., Ψωμά Σ.

7.4. Θεατρική παράσταση

Πολλοί είναι οι εκπαιδευτικοί και οι μαθητές/-τριες που επιλέγουν, στο πλαίσιο των παρεμβατικών δραστηριοτήτων του προγράμματος, να παρουσιάσουν τους

προβληματισμούς και τις σκέψεις τους γύρω από το φύλο και τις έμφυλες στερεοτυπικές αντιλήψεις, μέσα από τη θεατρική πράξη. Έτσι, άλλοι αναλαμβάνουν να γράψουν κείμενα τα οποία στη συνέχεια ερμηνεύουν επί σκηνής και άλλοι αποφασίζουν να ανεβάσουν μια θεατρική παράσταση, βασισμένη σε έργα γνωστών ή και λιγότερο γνωστών θεατρικών συγγραφέων. Η επιλογή αυτού του τρόπου προσέγγισης, προβληματισμού και ευαισθητοποίησης είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα μιας και διέρχεται από το στάδιο του θεωρητικού προβληματισμού (συζήτηση, στοχευμένη παρατήρηση, μελέτη άρθρων κ.λπ.) σε αυτό της δημιουργικής ενασχόλησης (γράψιμο, σύνθεση θεατρικής ομάδας κ.λπ.) και καταλήγει στην εμπειρική – βιωματική πράξη (θεατρική πράξη).

7.4.1. Συγγραφή θεατρικού κειμένου

Η συγγραφή ενός θεατρικού «έργου» ή σύντομων κειμένων που προορίζονται για θεατρική «πράξη» είναι το αποτέλεσμα μιας πορείας και διαδικασίας προβληματισμού. Αυτό σημαίνει πως το πρώτο βήμα για τον/την εκπαιδευτικό και τους/τις μαθητές/-τριες που έχουν επιλέξει αυτού του τύπου την παρεμβατική δραστηριότητα είναι η προετοιμασία.

Αρχικά πρέπει να οριστεί το πλαίσιο μέσα στο οποίο θα κινηθούν τόσο θεματικά όσο και χρονικά. Εκπαιδευτικός και μαθητές/-τριες εντοπίζουν, μέσα από συζητήσεις, το θέμα με το οποίο θα ασχοληθούν. Αυτό θα λειτουργήσει σαν ομπρέλα για την παραγωγή του θεατρικού λόγου. Τα παιδιά θα κληθούν να προσεγγίσουν το θέμα τους μέσα από την οπτική του φύλου. Θα θέσουν ερωτήματα, θα παρατηρήσουν προσεκτικά (το κοινωνικό τους περιβάλλον), θα καταγράψουν τις παρατηρήσεις τους, θα συζητήσουν και θα μελετήσουν (ένα ή δύο άρθρα σχετικά με τη θεματική τους). Στη συνέχεια, θα αποφασίσουν εάν θα γράψουν κείμενα για μικρά θεατρικά δρώμενα ή κάτι εκτενέστερο.

Οι μεθοδολογικές δυνατότητες είναι πολλές. Μπορεί οι μαθητές/-τριες μιας τάξης να συμμετάσχουν όλοι/-ες στη συγγραφική διαδικασία, να χωριστούν σε ομάδες και κάθε μία να αναλάβει να αναδείξει μέσα από τα κείμενά της διαφορετικές πλευρές της ίδιας θεματικής. Έπειτα, κάποιος θα προετοιμαστούν για την επί σκηνής ερμηνεία των ρόλων και κάποιος άλλος θα αναλάβουν να «ντύσουν» μουσικά την παράσταση ή να σκηνογραφήσουν ή να σκηνοθετήσουν ή να προετοιμάσουν το «πρόγραμμα» της τελικής παράστασης. Υπάρχει φυσικά και η επιλογή να μην ασχοληθούν όλοι με τη συγγραφή, αλλά να υπάρξει, μετά τη φάση του προβληματισμού, των συζητήσεων και των θεωρητικών προσεγγίσεων, καταμερισμός των εργασιών σε ομάδες.

Ωστόσο, όποια και αν είναι η μέθοδος με την οποία ένας/μία εκπαιδευτικός επιλέξει να εργαστεί (οι δύο προαναφερθείσες δεν αποτελούν κανόνα αλλά παράδειγμα), είναι σημαντικό να ολοκληρωθεί η διαδικασία της ευαισθητοποίησης φτάνοντας στο τελικό της στάδιο, αυτό της αποδόμησης των μηνυμάτων. Έχει παρατηρηθεί –μετά από προσεκτική ενασχόληση με το παραδοτέο υλικό που αφορά σε θεατρικές παραστάσεις– πως όλα «βαίνουν καλώς» στο στάδιο της παρατήρησης και του εντοπισμού ή της αναπαραγωγής των έμφυλων στερεοτύπων, αλλά πολύ συχνά η διαδικασία της ευαισθητοποίησης σταματά πριν ολοκληρωθεί, σε αυτό, δηλαδή, το πρώτο στάδιο. Τα παιδιά αναπαράγουν, σε πολλές περιπτώσεις μέσα από τα κείμενά τους, συνειδητά έμφυλες στερεοτυπικές αντιλήψεις (αυτή η συνειδητή αναπαραγωγή αποτελεί στάδιο της αποδόμησης), αλλά δεν προχωρούν στην ερμηνεία και την απομυθοποίηση του πώς και του γιατί αναπαράγονται αυτά. Σε κανένα δε από τα «προγράμματα» –τρίπτυχα συνήθως έντυπα που μοιράζονται την ημέρα της παράστασης στους θεατές– των θεατρικών παραστάσεων που ανέβηκαν στο πλαίσιο του έργου δεν υπάρχει, πέρα από την αναφορά των στοιχείων και παραγόντων της παράστασης (τίτλος του έργου, ονόματα ηθοποιών κ.λπ.), σύντομο κείμενο της «ιστορίας» της δημιουργίας της, του προβληματισμού τους, των παρατηρήσεων που καταγράφησαν, των ερωτημάτων που τέθηκαν και που στην πορεία αναζήτησης απαντήσεων φτιάχτηκε η παράσταση για να προβληματιστεί και το κοινό και να οδηγηθεί σε μια νέα γωνία έμφυλης οπτικής θεώρησης των κοινωνικών φαινομένων.

7.4.2. Ανέβασμα θεατρικής παράστασης βασισμένης σε κείμενο θεατρικού συγγραφέα

Η εν λόγω διαδικασία είναι όμοια –λίγο ως πολύ– με ό,τι αναφέρθηκε πιο πάνω. Και στην προκειμένη περίπτωση θα υπάρξει επιλογή μιας θεματικής, προβληματισμός και συζήτηση. Οι μαθητές/-τριες δεν θα κληθούν να γράψουν οι ίδιοι/-ες τα θεατρικά κείμενα, αλλά θα ασχοληθούν με την κριτική προσέγγιση του θεατρικού λόγου και με τη θεατρική πράξη βάσει της οπτικής του φύλου.

Οι μαθητές/-τριες και ο/η εκπαιδευτικός θα προβούν στην επιλογή ενός θεατρικού έργου και θα ξεκινήσει η μελέτη του – η κριτική του προσέγγιση. Ο στόχος δεν είναι μόνο να ανεβεί μια θεατρική παράσταση, αλλά να προσεγγιστεί με κριτική ματιά από την έμφυλη οπτική ένα θεατρικό κείμενο. Να αποτελέσει τον ίδιο «χώρο» προβληματισμού, παρατήρησης και εφελύξιο συζήτησης και ευαισθητοποίησης.

Ο/Η εκπαιδευτικός καλό θα ήταν να εντάξει το θεατρικό κείμενο, που θα χρησιμοποιήσει ως εκπαιδευτικό εργαλείο, στο ιστορικοπολιτιστικό περιβάλλον στο

οποίο ανήκει. Να αναφερθεί δηλαδή στο θεατρικό συγγραφέα, την εποχή που γράφει, τις ιστορικές συνθήκες, τις επικρατούσες αντιλήψεις της εποχής κ.λπ.

Η μελέτη του κειμένου με την οπτική του φύλου προϋποθέτει την κριτική προσέγγισή του. Μερικά από τα πρώτα ερωτήματα που πρέπει να ερευνηθούν είναι κατά πόσο, στο πλαίσιο του κειμένου, αναπαράγονται έμφυλα στερεότυπα ή προτείνεται μια άλλη γωνία θεώρησης – υπάρχει δηλαδή έμφυλη οπτική.

Εάν αναπαράγονται έμφυλα στερεότυπα, τότε πρέπει να «σημειωθούν» και να συζητηθούν. Η απλή καταγραφή τους δεν επαρκεί. Η διαδικασία ευαισθητοποίησης ολοκληρώνεται όταν οι μαθητές/-τριες μπορέσουν να ερμηνεύσουν και να εξηγήσουν, δηλαδή να αποδομήσουν τέτοιου είδους στερεοτυπικές αντιλήψεις. Για το λόγο αυτό και η ιστορικοπολιτισμική τοποθέτηση του κειμένου (που έχει προηγηθεί) θα βοηθήσει στην αποκάλυψη την κοινωνικοπολιτισμικής εικόνας των αντιλήψεων της εποχής που έζησε και εργάστηκε ο θεατρικός συγγραφέας. Θα αποκαλύψει εάν ο συγγραφέας σατιρίζει, περιγράφει, εξιδανικεύει, κ.λπ., τις καταστάσεις που επιθυμεί να φέρει στη σκηνή.

Η κατανομή των ρόλων και η απόδοσή τους, η επιλογή της μουσικής και τα σκηνικά μπορούν επίσης να στηρίξουν και να βοηθήσουν τους μαθητές/-τριες να μεταδώσουν στο κοινό τους τα μηνύματα που επιθυμούν.

Φυσικά, δεν θα πρέπει να παραλειφθεί το προσεγμένο «πρόγραμμα» που θα μοιραστεί στους θεατές (συμμαθητές άλλων τάξεων, εκπαιδευτικούς, γονείς, κ.λπ.) που θα παρακολουθήσουν την παράσταση. Όπως ήδη αναφέρθηκε, το πρόγραμμα αυτό πρέπει να τους βοηθήσει τόσο να κατανοήσουν το λόγο της δραστηριότητας όσο και, μέσω είτε ερωτήσεων είτε σύντομου κειμένου, να εμπλακούν και αυτοί σε διαδικασία προβληματισμού και ευαισθητοποίησης για ζητήματα φύλου που έμμεσα ή άμεσα θέτει το θεατρικό έργο και η παράσταση.

Τόσο στην περίπτωση που οι μαθητές/-τριες έγραψαν το/τα θεατρικό/-ά κείμενο/-α όσο και στην περίπτωση που επιλέχθηκε ένα θεατρικό έργο, η ευαισθητοποίηση του κοινού που θα παρευρεθεί στην παράσταση μπορεί να υποστηριχτεί και με άλλες μεθόδους (όχι μόνο με το πρόγραμμα). Μια ιδέα θα ήταν να υπάρξει μια εισαγωγική εισήγηση από τον/την εκπαιδευτικό ή κάποιον/-α μαθητή/-τρια, που θα έθετε εξαρχής τον προβληματισμό και θα προσέφερε στο κοινό τα «γυαλιά» της οπτικής του φύλου, ή ένας «επίλογος» που θα συνόψιζε σημεία και σκέψεις.

BIBΛIOΓPAΦIA

A. Φύλο και MME

Ελληνόγλωσση

- Αντύπα, Α., *Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης: Τηλεόραση και Γυναίκα*, 1986.
- Δίκτυο Γυναικών Ευρώπης, Ελληνικό τμήμα, *Μορφές Βίας που Ασκούνται στις Γυναίκες μέσα από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης*, Αθήνα 1994.
- Δουλκέρη, Τ., *Παιδικά Μέσα Επικοινωνίας και Ισότητα των Δύο Φύλων*, Αθήνα: Παπαζήσης, 1994.
- , *Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Ισότητα των Δύο φύλων*, Αθήνα: Παπαζήσης, 1990.
- Δρακοπούλου, Σ., Τηλεόραση και Ρόλοι των Φύλων, στο Ναυρίδης Κ. (επιμ.), *Τηλεόραση και Επι-κοινωνία*, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής, 1998.
- Καφίρη, Κ., *Φύλο και MME, Μελέτη Επισκόπησης*, Κ.Ε.Θ.Ι. 2002, http://www.kethi.gr/greek/meletes/2FILO_MME/content.htm
- Οι Γυναίκες στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, Οδηγός Καλών Πρακτικών, Κοινωνική Πρωτοβουλία NOW (Νέες ευκαιρίες για γυναίκες) – Πρόγραμμα ΕΡΜΕΙΑΣ-Μάιος 2000, Κέντρο Γυναικείων Μελετών και Ερευνών / Ευρωπαϊκό Δίκτυο Ελληνίδων Δημοσιογράφων.
- Παπαθανασόπουλος, Στ., *Η Τηλεόραση και το Κοινό της*, Αθήνα: Καστανιώτης 2000.

Ξενόγλωσση

- Gauntlett, D., *Media, Gender and Identity, An Introduction*, Routledge 2002.
- Images of women in the media, Report on existing research in the European Union, Employment & Social Affairs, Equality between women and men, European Commission, Directorate-General for Employment, Industrial Relations and Social Affairs, Unit V/D.5, Manuscript completed in June 1997.
- Women in Culture, Media and Communication: A Transnational Guide, Project Report (December 1997- May 2000), <http://www.lmu.livjm.ac.uk/nownow/menu/trans.html>

B. Φύλο και Διαφήμιση

Ελληνόγλωσση

- Dyer, G., *Η Διαφήμιση ως Επικοινωνία*, [Μετ. Αγγελική Σπυροπούλου], Αθήνα: Πατάκης 1993 (εδικότερα από τη σελ. 84 και μετά).
- Ζώτος, Γ., *Διαφήμιση: Σχεδιασμός και Λειτουργία στα πλαίσια της Επιχείρησης και Διαφημιστικού Γραφείου*, Θεσσαλονίκη: University Studio Press 2000.
- Jhally, S., *Οι Κώδικες της Διαφήμισης: Ο Φετιχισμός και η Πολιτική Οικονομία του Νοήματος στην Καταναλωτική Κοινωνία*, Αθήνα: Καστανιώτης 1997 (ειδικότερα κεφ. 3, 4, 5).
- Κουτσουλέλου-Μίχου, Στ., *Η Γλώσσα της Διαφήμισης: Κειμενογλωσσολογική Προσέγγιση του Διαφημιστικού Κειμένου*, Αθήνα: Gutenberg 1997.
- Παϊδούση, Χρ., Εικόνες Αρρενωπότητας στις δΔιαφημίσεις, *Media View*, τ. 8, 1991.
- Σταυρίδης, Στ., *Διαφήμιση και το Νόημα του Χώρου*, Αθήνα: Στάχυ 1996.
- Williamson, J., Αποκωδικοποιώντας τη Διαφήμιση: Τα Σημεία Απευθύνονται σε Κάποιον, στο Άννα Βιδάλη (επιμ): *Αφήγηση και Φαντασίωση*, Αθήνα, Νήσος 2001.
- Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, *Έκθεση σχετικά με τις διακρίσεις κατά των γυναικών στη διαφήμιση / Επιτροπή για τα Δικαιώματα της Γυναίκας/ Εισηγήτρια: Marlene Lenz, DOC_EL/RR/332/332952 (25 Ιουλίου 1997).*

Ξενόγλωσση

- Brown, Br.W., *Images of Family Life in Magazine Advertising: 1920-1978*. New York: Praeger 1981.
- Bacon-Smith, C., *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press 1992, 1994.
- Boni, F., Framing Media Masculinities: Men's Lifestyle Magazines and the Biopolitics of the Male Body in: *European Journal of Communication* (17): 465-478, 2002.
- Grazia Victoria de, Furlough E., (1996), *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, Berkeley: University of California Press.
- Hanke, R., *Redesigning Men: Hegemonic Masculinity in Transition. Men, Masculinity, and the Media*. Newbury Park: CA: Sage 1990.

Διαδίκτυο

- The Gender Ads Project <http://www.genderads.com>: βάση δεδομένων με περίπου 3.000 διαφημίσεις που εστιάζουν στο ζήτημα του φύλου, συνδέσμους με σχετικούς δικτυακούς τόπους, ενδεικτικές βιβλιογραφίες κ.ο.κ.
- «Οδηγίες» για τις απεικονίσεις του φύλου στις καναδικές διαφημίσεις <http://www.canad.com/asc/gender.html>

Γ. Φύλο και Γλώσσα

Ελληνόγλωσση

Καμερόν, Δ., (μτφ), Γλώσσα και Σεξουαλική Διαφορά. Ποια είναι η Φύση της Γυναικείας Καταπίεσης στη Γλώσσα. *Δίμη*, 3, σσ. 86-92, 1988.

Μενίκη, Β., Γλώσσα και Φύλο. Στο: Ε. Γκόβα (Επιμ.) *Η Πτώση των Φύλ(λ)ων. Κείμενα-Προτάσεις για το Σεξισμό και τη Βία*. Αθήνα 2002.

Παυλίδου, Θ., Γλώσσα-Γλωσσολογία-Σεξισμός. *Σύγχρονα Θέματα*, 21, σσ. 69-79, 1984.

-----, *Γλώσσα - Γένος - Φύλο*, Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη 2002.

Σεράτος, Μ., *Φαινομενολογία της Καθαρεύουσας*, στο Επιστημονική Επετηρίδα Φιλοσοφικής Σχολής, Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, σσ. 43-80, 1973.

Τσολακίδου, Ρ., Γυναίκες, Γλώσσα και Λεξικά. Στο: Ε. Γκόβα (Επιμ.) *Η Πτώση των Φύλ(λ)ων. Κείμενα-Προτάσεις για το Σεξισμό και τη Βία*. Αθήνα 2002.

Φραγκουδάκη, Α., Γλώσσα Λανθάνουσα 3, *Δίμη*, 4, 1989, σσ. 42-44, 1989.

-----, (2004), Η Χρήση της γλώσσας και οι κυρίαρχες ιδέες: σχολιασμός της πεποίθησης για τη γλωσσική αλλαγή που «εμποδίζει» η ίδια η γλώσσα, στο Χρήσεις της Γλώσσας [Πρακτικά Επιστημονικού Συνεδρίου 3-5 Δεκεμβρίου 2004], Εταιρία Σπουδών Νεοελληνικού Πολιτισμού και Γενικής Παιδείας (Ιδρυτής: Σχολή Μωραΐτη), Αθήνα, σσ. 235-248.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ [ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ 1-20]

- Παράδειγμα 1: Documentary film: *“Defending our lives...”*, Cambridge Documentary films, 1993.
- Παράδειγμα 2: Ταινία του Στήβεν Ντάλτρι, *Billy Elliott – Γεννημένος Χορευτής*.
- Παράδειγμα 3: Documentary film: *Mary Curie*.
- Παράδειγμα 4: Διαφήμιση απορρυπαντικού– *Η ιστορία της Χιονάτης*.
- Παράδειγμα 5: Διαφήμιση αυτοκινήτου.
- Παράδειγμα 6: Διαφήμιση Κοσμημάτων *Bloody Marie*.
- Παράδειγμα 7: Διαφήμιση ειδών υγιεινής.
- Παράδειγμα 8: Διαφήμιση ρούχων.
- Παράδειγμα 9: Διαφήμιση ρολογιών και διαφήμιση υποδημάτων.
- Παράδειγμα 10: Διαφήμιση αρωμάτων–ανδρικό και γυναικείο.
- Παράδειγμα 11: Αφίσα για τα δικαιώματα των παιδιών.
- Παράδειγμα 12: Video clip *Raining men*.
- Παράδειγμα 13: Video clip.
- Παράδειγμα 14: Τραγούδι.
- Παράδειγμα 15: Φύλο και κοινωνικοί ρόλοι – αποτύπωση σε έργα τέχνης – ζωγραφική και γλυπτική.
- Παράδειγμα 16: Σχολικά βιβλία [Τα βιβλία *Μαθηματικών του Γυμνασίου*].
- Παράδειγμα 17: Ζωγραφική και Κολάζ των μαθητών/-τριών με θέμα: «Φύλο και Έμφυλη κατανομή ρόλων στην οικογένεια».
- Παράδειγμα 18: Αφίσα – Κολάζ με θέμα «γονεϊκοί ρόλοι – εναρμόνιση και συνεργασία».
- Παράδειγμα 19: DVD – ταινίας μικρού μήκους «Ξεφυλ(λ)ίζοντας τον κινηματογράφο».