



Π.3.2.1 Εκπαιδευτικά σενάρια και μαθησιακές δραστηριότητες, σύμφωνα με συγκεκριμένες προδιαγραφές, που αντιστοιχούν σε 30 διδακτικές ώρες ανά τάξη

**Νεοελληνική Γλώσσα  
Β΄ Γυμνασίου  
Τίτλος:  
«Παιδιά, πάμε Ελλάδα»**

**ΘΕΟΔΩΡΑ ΤΡΙΑΝΤΟΠΟΥΛΟΥ**



**ΚΕΝΤΡΟ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ**  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
**Θεσσαλονίκη 2012**



## ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΓΟΥ

ΠΡΑΞΗ: «Δημιουργία πρωτότυπης μεθοδολογίας εκπαιδευτικών σεναρίων βασισμένων σε ΤΠΕ και δημιουργία εκπαιδευτικών σεναρίων για τα μαθήματα της Ελληνικής Γλώσσας στην Α/βάθμια και Β/βάθμια εκπαίδευση» MIS 296579 (κωδ. 5.175), - ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΠΡΑΞΗ, στους άξονες προτεραιότητας 1-2-3 του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση», η οποία συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και εθνικούς πόρους.

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ: Ι. Ν. ΚΑΖΑΖΗΣ

ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ: ΒΑΣΙΛΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ

ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ: Π.3.2.1. Εκπαιδευτικά σενάρια και μαθησιακές δραστηριότητες, σύμφωνα με συγκεκριμένες προδιαγραφές, που αντιστοιχούν σε 30 διδακτικές ώρες ανά τάξη.

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΔΟΤΕΟΥ: ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΟΥΤΣΟΓΙΑΝΝΗΣ

Υπεύθυνος υπο-ομάδας εργασίας γλώσσας δευτεροβάθμιας: Δημήτρης Κουτσογιάννης

ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΚΕΝΤΡΟ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ

<http://www.greeklanguage.gr>

Καραμαούνα 1 – Πλατεία Σκρά Τ.Κ. 55 132 Καλαμαριά, Θεσσαλονίκη

Τηλ.: 2310 459101 , Φαξ: 2310 459107, e-mail: [centre@komvos.edu.gr](mailto:centre@komvos.edu.gr)



## **Α. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ**

### **Τίτλος**

Παιδιά, πάμε Ελλάδα

### **Δημιουργός**

Θεοδώρα Τριαντοπούλου

### **Διδακτικό αντικείμενο**

Νεοελληνική Γλώσσα

### **Τάξη**

Β΄ Γυμνασίου

### **Χρονολογία**

Σεπτέμβριος 2012

### **Διδακτική/θεματική ενότητα**

**Νεοελληνική Γλώσσα, Β΄ Γυμνασίου:**

- 1η Ενότητα, Δημιουργία διαφημιστικού κειμένου προβολής ενός τόπου (Άσκηση 2, Διαβάζω και γράφω, σελ. 25), αξιοποίηση τουριστικών οδηγών.
- 6η Ενότητα: διαφήμιση, συγγραφή επιστολής.

### **Διαθεματικό**

Όχι

### **Χρονική διάρκεια**

10 ώρες

### **Χώρος**

Αίθουσα διδασκαλίας με διαδραστικό πίνακα ή βιντεοπροβολέα, Αίθουσα διδασκαλίας, Εργαστήριο Πληροφορικής

### **Προϋποθέσεις υλοποίησης για δάσκαλο και μαθητή**

Το σενάριο προϋποθέτει:

- Τη χρήση Εργαστηρίου Πληροφορικής για 4 διδακτικές ώρες και τη χρήση προτζέκτορα ή διαδραστικού πίνακα για 3 διδακτικές ώρες.



- Επαρκή γνώση από εκπαιδευτικό και μαθητές των λογισμικών γενικής χρήσης (λογισμικό παρουσίασης, επεξεργαστής κειμένου).
- Εξοικείωση του εκπαιδευτικού με τη διδασκαλία σε ομάδες.
- Εξοικείωση με το εργαλείο Movie Maker και με λογισμικό δημιουργίας αφισών ([www.glogster.com](http://www.glogster.com)).

### ***Εφαρμογή στην τάξη***

Το συγκεκριμένο σενάριο εφαρμόστηκε στην τάξη

### ***Το σενάριο στηρίζεται***

-

### ***Το σενάριο αντλεί***

Το σενάριο σχετίζεται με τα ακόλουθα σενάρια:

- Εύα Ζαρκογιάννη, *Η Ελλάδα μέσα από λέξεις και εικόνες*, Νεοελληνική Γλώσσα Γ΄ Γυμνασίου. 2012.
- Ιωάννα Χαλυσιάνη, *Διερεύνηση τρόπων, μέσων και στρατηγικών πειθούς στη σύγχρονη διαφήμιση*, Νεοελληνική Γλώσσα Γ΄ Λυκείου. 2012.

## **B. ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Οι μαθητές καλούνται να δημιουργήσουν ένα φιλμάκι προβολής του τόπου τους που απευθύνεται στο εφηβικό κοινό, το οποίο θα αποστείλουν για ανάρτηση στην ιστοσελίδα «[Παιδιά, Πάμε Ελλάδα](#)». Αρχικά, οι μαθητές εξοικειώνονται με τον διαφημιστικό λόγο, αποδομώντας διαφημιστικά κείμενα, που αφορούν την προβολή της Ελλάδας και συγκεκριμένων τόπων ως τουριστικών προορισμών. Στη συνέχεια, κάθε ομάδα μαθητών δημιουργεί μία διαφημιστική πρόταση προβολής του τόπου της (σε μορφή παρουσίασης Powerpoint). Οι εργασίες παρουσιάζονται στην ολομέλεια και αξιολογούνται, προκειμένου να επιλεγεί αυτή που θα μετατραπεί σε φιλμάκι και θα αποσταλεί για ανάρτηση. Το διαφημιστικό κείμενο/φιλμάκι που δημιουργείται



πλασιώνεται από ένα δίκτυο κειμένων που το συνοδεύουν και προβάλλουν τη συγκεκριμένη δράση στη σχολική κοινότητα.

## Γ. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### *Σύλληψη και θεωρητικό πλαίσιο*

Το σενάριο αναπτύσσεται εντός του πεδίου της θεωρίας της εμπλαισιωμένης ή εγκαθιδρυμένης μάθησης και οργανώνεται γύρω από την επίλυση ενός αυθεντικού προβλήματος. Ζητούμενο είναι η παραγωγή ενός διαφημιστικού προϊόντος προβολής του τόπου που διαμένουν οι μαθητές ως τουριστικού προορισμού για εφήβους και η ενημέρωση της σχολικής κοινότητας για τη συγκεκριμένη δράση.

Στην εργασία υιοθετούνται στοιχεία της μεθόδου project και υλοποιείται σε τρεις φάσεις. Στο πλαίσιο αυτό υποστηρίζεται η συνεργατική μάθηση. Οι μαθητές δουλεύουν σε ομάδες που ανασχηματίζονται στην τρίτη φάση της εργασίας. Ο ρόλος τους είναι ενεργός: αποδομούν διαφημιστικά κείμενα, σχεδιάζουν τη διαφημιστική τους πρόταση συνεργατικά, αναζητούν, επιλέγουν και αξιολογούν πηγές πληροφόρησης στο διαδίκτυο, ετοιμάζουν τις διαφημιστικές προτάσεις, τις αξιολογούν και επιλέγουν αυτή που θα τους εκπροσωπήσει και τέλος, συγγράφουν κείμενα πληροφοριακά, που συνοδεύουν το προϊόν στην ανάρτησή του στην ιστοσελίδα και ενημερωτικά, που προβάλλουν τη συγκεκριμένη δράση στη σχολική κοινότητα. Ο ρόλος του εκπαιδευτικού στη διαδικασία οικοδόμησης της γνώσης είναι καθοδηγητικός, βοηθητικός και συντονιστικός. Η αξιολόγηση απαιτεί την ενεργητική συμμετοχή των μαθητών και αφορά και στην αυτοαξιολόγηση και στην ετεροαξιολόγηση.

Στο σενάριο υιοθετούνται στοιχεία του κινήματος των Πολυγραμματισμών, στο πλαίσιο του οποίου η επίδραση των νέων τεχνολογιών διαμόρφωσε μια νέα πραγματικότητα, στην οποία το νόημα παράγεται με τρόπους που είναι όλο και περισσότερο πολυτροπικοί. Δίνεται έμφαση στην παραγωγή λόγου και ως ατομική αλλά και ως συνεργατική διαδικασία, ενώ το γράψιμο αντιμετωπίζεται ως μια δυναμική διαδικασία. Στο σενάριο καλλιεργείται και ο κριτικός γραμματισμός, καθώς



οι μαθητές ασκούνται στην αξιολόγηση και κριτική επεξεργασία πληροφοριών που συλλέγονται από το διαδίκτυο, στη σύγκριση των επικοινωνιακών στόχων διαφημιστικών καμπανιών, εξοικειώνονται με την αναγνώριση των προθέσεων του δημιουργού ενός διαφημιστικού μηνύματος και κατανοούν ενδεχόμενες προσπάθειες κάλυψης ή παραποίησης της πραγματικότητας και τέλος, συγκρίνουν την ίδια εκδοχή του διαφημιστικού προϊόντος που δημιούργησαν με τη χρήση διαφορετικών μέσων και προβληματίζονται για τα όρια και τους περιορισμούς που το καθένα από αυτά που θέτει.

#### **Δ. ΣΚΕΠΤΙΚΟ-ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΤΟΥΣ**

Με το σενάριο αυτό επιχειρείται η αναγνώριση των επικοινωνιακών στόχων και η αποτίμηση των αποτελεσμάτων διαφημιστικών καμπανιών που προβάλλουν ελληνικούς τόπους ως τουριστικούς προορισμούς μέσα από την αποδόμηση και τη σύνταξη διαφημιστικών πολυτροπικών κειμένων.

Οι μαθητές εμπλέκονται σε μια διαφημιστική καμπάνια προβολής του τόπου τους ως τουριστικού προορισμού για εφήβους σε ένα αυθεντικό πλαίσιο επικοινωνίας, η οποία αφορά τόσο στην παραγωγή ενός διαφημιστικού προϊόντος όσο και στην ενημέρωση της σχολικής κοινότητας για τη συγκεκριμένη δράση. Για να αποκτήσουν γλωσσική επίγνωση για το διαφημιστικό υλικό που αναπτύσσουν, προσεγγίζουν σε αρχικό στάδιο τον διαφημιστικό λόγο μέσα από την αποδόμηση σχετικού αυθεντικού διαφημιστικού υλικού, που έχει επιλεγεί από τον εκπαιδευτικό.

#### ***Γνώσεις για τον κόσμο, αξίες, πεποιθήσεις, πρότυπα, στάσεις ζωής***

Αναμένεται οι μαθητές:

- Να γνωρίσουν τον τόπο και τον πολιτισμό τους και να ανακαλύψουν τα ιδιαίτερα εκείνα χαρακτηριστικά του που τον διαφοροποιούν από άλλους καθιστώντας τον μοναδικό.
- Να αποκτήσουν κριτική στάση σε διαφημιστικά κείμενα που προβάλλουν τόπους ως τουριστικούς προορισμούς.



- Να αποκτήσουν βιωματική επίγνωση της όλης διαδικασίας παραγωγής, προώθησης και προβολής ενός διαφημιστικού προϊόντος.

### *Γνώσεις για τη γλώσσα*

Το σενάριο εστιάζει στη κατανόηση και παραγωγή διαφημιστικών πολυτροπικών κειμένων. Συγκεκριμένα, οι μαθητές:

- ανακαλύπτουν τα χαρακτηριστικά των διαφημιστικών κειμένων εστιάζοντας στα μέσα πειθούς και στις γλωσσικές και μη γλωσσικές τεχνικές που αξιοποιούνται,
- αναγνωρίζουν τους επικοινωνιακούς στόχους των κειμένων,
- αποτιμούν τα αποτελέσματά των διαφημιστικών κειμένων,
- συνειδητοποιήσουν το πώς η γλώσσα ή άλλοι πόροι του κειμένου συνεισφέρουν στην ανάδειξη των θετικών πλευρών ενός τόπου.

### *Γραμματισμοί*

#### Κλασικός Γραμματισμός

Οι μαθητές:

- αποκτούν μία πρώτη επαφή με τα μέσα, τις τεχνικές και τη γλώσσα της διαφήμισης,
- μελετούν και αξιοποιούν ταξιδιωτικούς οδηγούς για άντληση υλικού,
- σχεδιάζουν και δημιουργούν τα δικά τους διαφημιστικά κείμενα,
- παράγουν προσχεδιασμένο προφορικό λόγο, πληροφοριακά κείμενα, επιστολές, αφίσες.

#### Νέοι Γραμματισμοί

Οι μαθητές ασκούνται:

- στη συνειδητοποίηση και αξιολόγηση της σημειωτικής λειτουργίας γλωσσικών και μη γλωσσικών πόρων σε διαφημιστικά κείμενα,
- στον σχεδιασμό της δομής και στην παραγωγή πολυτροπικών ή μη πολυτροπικών κειμένων, αξιοποιώντας λογισμικό παρουσίασης (Powerpoint), δημιουργίας



ψηφιακών ταινιών (Movie Maker) και ψηφιακών αφισών (Glogster) καθώς και επεξεργαστή κειμένου.,

- στην άντληση πληροφοριών αξιοποιώντας το διαδίκτυο.

### Κριτικός Γραμματισμός

Οι μαθητές αναμένεται:

- να ασκηθούν στην κριτική επεξεργασία πληροφοριών που συλλέγονται από το διαδίκτυο,
- να συγκρίνουν την αποτελεσματικότητα διαφημιστικών κειμένων,
- να εξοικειωθούν με την αναγνώριση των προθέσεων του δημιουργού ενός διαφημιστικού κειμένου και να κατανοήσουν ενδεχόμενες προσπάθειες κάλυψης ή παραποίησης της πραγματικότητας,
- να προβληματιστούν για τα χαρακτηριστικά εκείνα των μέσων (Powerpoint και Movie Maker, έντυπη ή ψηφιακή αφίσα) που αναδεικνύουν ή περιορίζουν ένα διαφημιστικό μήνυμα.

### Διδακτικές πρακτικές

Οι διδακτικές πρακτικές συνοψίζονται στο Ε.

## **Ε. ΛΕΠΤΟΜΕΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ**

### Αφετηρία

Βάση και πηγή έμπνευσης του σεναρίου αποτελούν το 4ο κείμενο της 1ης Ενότητας του σχολικού εγχειριδίου και η Άσκηση 2 (Διαβάζω και Γράφω), σελίδα 25.

### Σύνδεση με τα ισχύοντα στο σχολείο

Το σενάριο συνδέεται θεματικά με το Α΄ μέρος της 1ης Ενότητας της Νεοελληνικής Γλώσσας Β΄ Γυμνασίου «Από τον τόπο μου σε όλη την Ελλάδα» και συγκεκριμένα με το 4ο κείμενο της 1ης Ενότητας του σχολικού εγχειριδίου και την Άσκηση 2 (Διαβάζω και Γράφω), σελίδα 25. Το σενάριο συνάδει με τις ακόλουθες δραστηριότητες του Νέου Προγράμματος Σπουδών για το Γυμνάσιο (2011):





- Περιήγηση σε έναν τουριστικό προορισμό μέσα από τηλεοπτικές εκπομπές (ντοκιμαντέρ, διαφημιστικά βίντεο κλπ.) και διαδικτυακούς τόπους, αναγνώριση των επικοινωνιακών στόχων και αποτίμηση αποτελεσμάτων.
- Αναζήτηση και εντοπισμός των επικοινωνιακών παραγόντων ενός κειμένου.
- Χρήση σημειώσεων στο τετράδιο ή σε ηλεκτρονικά σημειωματάρια (notepad).
- Αιτιολόγηση των δομικών επιλογών των συγγραφέων σε σχέση με το κειμενικό είδος.
- Κριτικός σχολιασμός παραδειγμάτων κειμενικών ειδών από το διαδίκτυο. Εντοπισμός πλαισίου επικοινωνίας.
- Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των κειμένων που επεξεργάζονται οι μαθητές.
- Σχεδιασμός της δομής μονοτροπικού ή πολυτροπικού κειμένου.
- Συνειδητοποίηση και αξιολόγηση της σημειωτικής λειτουργίας της εικόνας σε διαφορετικά πολυτροπικά κείμενα.
- Παρουσίαση στην τάξη μικρών ατομικών ή ομαδικών ερευνών που γράφτηκαν στον υπολογιστή με χρήση κειμενογράφου, διορθωτή, λογισμικού επεξεργασίας εικόνας, σελιδοποιητή κλπ., εκπαιδευτικών λογισμικών ή με χρήση των υπηρεσιών και των συνεργατικών εργαλείων του διαδικτύου.

### ***Αξιοποίηση των ΤΠΕ***

Οι ΤΠΕ αξιοποιούνται στο σενάριο για άμεση πρόσβαση σε ψηφιακά διαφημιστικά κείμενα, προκειμένου να μελετηθούν από τους μαθητές και υποστηρίζουν τη συνεργατική γραφή προσφέροντας ένα ευέλικτο περιβάλλον:

- για την παραγωγή μιας πολυτροπικής διαφημιστικής πρότασης (λογισμικό παρουσίασης, Movie Maker) ευνοώντας τη δημιουργικότητα των μαθητών,
- για τη συγγραφή των συνοδευτικών κειμένων της διαφημιστικής καμπάνιας (επεξεργαστής κειμένου),
- για τη παραγωγή ψηφιακών αφισών ([www.glogster.com](http://www.glogster.com)).



### ***Κείμενα***

Τα παρακάτω κείμενα αποδομούνται από τους μαθητές κατά την 1η Αποστολή:

1. Διαφημιστική καμπάνια ΕΟΤ 2012 «[ΕΛΛΑΔΑ ΜΟΝΑΔΙΚΗ, ο τόπος για τις διακοπές σου](#)».
2. Διαφημιστική καμπάνια ΕΟΤ 2012 «[ΕΛΛΑΔΑ ΜΟΝΑΔΙΚΗ, ο τόπος για τις διακοπές σου](#)».
3. Διαφημιστική καμπάνια «UP Greek Tourism», υλικό προώθησης του ελληνικού τουρισμού στο κέντρο της Νέας Υόρκης, στην Times Square:  
<http://www.youtube.com/watch?v=VvcVXM8NBLM>  
<http://www.madata.gr/epikairotitia/social/181849.html>
4. Το βίντεο «[Στη σχολική μας εκδρομή Μένουμε Ελλάδα](#)»
5. Τα βίντεο «ΠΑΙΔΙΑ, ΠΑΜΕ ΕΛΛΑΔΑ» από τους μαθητές [του Αλιβερίου](#) και της [Κομοτηνής](#).
6. «Προγραμματίζοντας ένα ταξίδι: Αστυπάλεια», Σχολικό Βιβλίο «Νεοελληνική Γλώσσα Β΄ Γυμνασίου», Κείμενο 4ο, σελίδα 13.

### ***Διδακτική πορεία/στάδια/φάσεις***

#### ***1η διδακτική ώρα: Παρουσίαση του προβλήματος***

Ο εκπαιδευτικός προβάλλει στον διαδραστικό πίνακα εικόνες τόπων της Ελλάδας και θέτει το αρχικό ερώτημα: *Για ποιους λόγους θα επέλεγε αυτόν τον τόπο ένας έφηβος, για να τον επισκεφτεί ή ως προορισμό για μια σχολική εκδρομή;* Ακολουθεί ιδεοθύελλα: οι λόγοι καταγράφονται επιγραμματικά στον πίνακα και ταξινομούνται. Η συζήτηση μπορεί να διευρυνθεί και να εστιάσει στις προϋποθέσεις εκείνες που κάνουν μία σχολική εκδρομή επιτυχημένη προκειμένου να εκπληρωθεί ο παιδαγωγικός και ψυχαγωγικός της χαρακτήρας, αξιοποιώντας την εμπειρία των μαθητών από τις ημερήσιες εκδρομές τους.



Στη συνέχεια, προβάλλεται στον διαδραστικό πίνακα η ιστοσελίδα «[ΠΑΙΔΙΑ ΠΑΜΕ ΕΛΛΑΔΑ](#)» (ή η αντίστοιχη σελίδα του προγράμματος στο [Facebook](#). Διαβάζεται το κείμενο της αρχικής σελίδας του ιστότοπου ή το αρχικό κείμενο HALLO στο Facebook. Ο εκπαιδευτικός καλεί τους μαθητές να δημιουργήσουν μία διαφημιστική πρόταση προβολής του τόπου τους με στόχο να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του εφηβικού κοινού να τον επισκεφτεί, το οποίο θα αποσταλεί στην ιστοσελίδα «ΠΑΙΔΙΑ ΠΑΜΕ ΕΛΛΑΔΑ», εκπροσωπώντας το τμήμα, την τάξη και το σχολείο.

Ακολουθεί συζήτηση/προβληματισμός για την εργασία. Τα ερωτήματα που προκύπτουν αφορούν στο τι και στο πώς της εργασίας;

- Τι πρέπει να περιέχει το κείμενο;
- Πώς θα το δημιουργήσω;
- Πώς θα προβάλλω αυτό που δημιουργώ; Τι δίκτυο κειμένων θα επιλέξω για να προβάλλω τη διαφημιστική πρόταση;

Ο εκπαιδευτικός στη συνέχεια παρουσιάζει τα στάδια/αποστολές της εργασίας:

#### α) ΑΠΟΣΤΟΛΗ 1<sup>η</sup>

*Ανακαλύπτουμε μερικά από τα μυστικά των διαφημιστικών κειμένων, που αφορούν είτε την προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού, είτε συγκεκριμένων τόπων:* ο εκπαιδευτικός τονίζει ότι η αποστολή αυτή απαντά στο ερώτημα πώς και είναι αναγκαία, προκειμένου να ασκηθούν οι μαθητές στην αναγνώριση των τεχνικών, των μέσων, των γλωσσικών επιλογών και των επικοινωνιακών στόχων και να αποκτήσουν επίγνωση του διαφημιστικού υλικού που θα δημιουργήσουν.

#### β) ΑΠΟΣΤΟΛΗ 2<sup>η</sup>

*Σχεδιάζουμε και δημιουργούμε μία διαφημιστική πρόταση σε Powerpoint που προβάλλει τον τόπο μας ως τουριστικό προορισμό:* στην αποστολή αυτή θα αξιοποιηθούν ηλεκτρονικοί και έντυποι ταξιδιωτικοί οδηγοί για άντληση υλικού και



όλες οι εργασίες θα αξιολογηθούν στην ολομέλεια, προκειμένου να επιλεγεί αυτή που θα μετατραπεί σε φιλμάκι.

### γ) ΑΠΟΣΤΟΛΗ 3<sup>η</sup>

**Μετατρέπουμε τη διαφημιστική πρόταση που η ολομέλεια επέλεξε σε φιλμάκι και δημιουργούμε ένα δίκτυο κειμένων προβολής της δράσης στη σχολική κοινότητα και κειμένων που συνοδεύουν το προϊόν:** Στην αποστολή αυτή δημιουργείται το τελικό διαφημιστικό φιλμάκι και συναποφασίζεται το δίκτυο κειμένων που θα πλαισιώνει το προϊόν.

Ακολουθεί ο χωρισμός των ομάδων. Για την πρώτη και τη δεύτερη αποστολή συγκροτούνται από το διδάσκοντα επτά ομάδες μαθητών, που η καθεμία μπορεί να περιέχει μέχρι τέσσερα μέλη ανάλογα με τον αριθμό των μαθητών του τμήματος. Για τη συγκρότησή των ομάδων ο εκπαιδευτικός λαμβάνει υπόψη του ιδιαίτερες δεξιότητες/ικανότητες των μαθητών και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς τους (ικανότητα συνεργασίας, μεθοδολογικές ικανότητες, εξοικείωση με τη χρήση Powerpoint), προσπαθώντας να εκπληρώσει και κάποιες από τις προτιμήσεις τους για συνεργασία (οι ιδιαίτερες προτιμήσεις των μαθητών μπορεί να αποτυπωθούν στην αρχή της σχολικής χρονιάς με τη χρήση ειδικού ερωτηματολογίου). Για την τρίτη αποστολή, οι ομάδες ανασχηματίζονται με κριτήριο τα ενδιαφέροντά/κλίσεις των μαθητών (γνώση του εργαλείου Movie Maker για την ανάπτυξη του φιλμ, καλλιτεχνικά ενδιαφέροντα για τη δημιουργία αφισών, ενδιαφέρον για τη συγγραφή κειμένων που πλαισιώνουν το διαφημιστικό προϊόν). Οι μαθητές κρατούν προσωπικό ημερολόγιο σε κάθε φάση της εργασίας, στο οποίο σημειώνουν πληροφοριακά στοιχεία για τις δράσεις τους, σχόλια, σκέψεις, παρατηρήσεις, συναισθήματα, προτάσεις, κρίσεις και βιώματα. Στο τέλος της εργασίας αξιοποιούν το υλικό αυτό για τα συνθέσουν έκθεση προσωπικής αποτίμησης της δράσης τους στο συγκεκριμένο έργο που θα δοθεί στον εκπαιδευτικό.



**ΑΠΟΣΤΟΛΗ 1<sup>η</sup>**: Ανακαλύπτω μερικά από τα μυστικά των διαφημιστικών κειμένων, που αφορούν είτε την προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού, είτε συγκεκριμένων τόπων προκειμένου

2η και 3η διδακτική ώρα: αποδόμηση κειμένων

Στη φάση αυτή ο εκπαιδευτικός επιλέγει τα κείμενα που θα μελετήσουν/αποδομήσουν οι ομάδες των μαθητών. Η επιλογή των κειμένων που προτείνονται στο συγκεκριμένο σενάριο έγινε με κριτήριο ώστε στην αρχική επαφή των μαθητών με τον διαφημιστικό λόγο να υπάρχει ποικιλία στις μορφές πειθούς, στα μέσα προβολής της διαφημιστικής καμπάνιας, στους παράγοντες επικοινωνίας καθώς και χρονική εγγύτητα των κειμένων, ώστε να προκαλείται το ενδιαφέρον τους. Είναι αυτονόητο ότι κάθε εκπαιδευτικός μπορεί να οδηγηθεί σε διαφορετικές επιλογές κειμένων. Τα κείμενα που προτείνονται για επεξεργασία είναι τα ακόλουθα:

7. Διαφημιστική καμπάνια ΕΟΤ 2012 «[ΕΛΛΑΔΑ ΜΟΝΑΔΙΚΗ, ο τόπος για τις διακοπές σου](#)».
8. Διαφημιστική καμπάνια ΕΟΤ 2012 «[ΕΛΛΑΔΑ ΜΟΝΑΔΙΚΗ, ο τόπος για τις διακοπές σου](#)».
9. Διαφημιστική καμπάνια «UP Greek Tourism», υλικό προώθησης του ελληνικού τουρισμού στο κέντρο της Νέας Υόρκης, στην Times Square:  
<http://www.youtube.com/watch?v=VvcVXM8NBLM>  
<http://www.madata.gr/epikairobita/social/181849.html>
10. Το βίντεο «[Στη σχολική μας εκδρομή Μένουμε Ελλάδα](#)»
11. Τα βίντεο «ΠΑΙΔΙΑ, ΠΑΜΕ ΕΛΛΑΔΑ» από τους μαθητές [του Αλιβερίου](#) και της [Κομοτηνής](#).
12. «Προγραμματίζοντας ένα ταξίδι: Αστυπάλεια», Σχολικό Βιβλίο «Νεοελληνική Γλώσσα Β΄ Γυμνασίου», Κείμενο 4ο, σελίδα 13.

Δίνεται το [Φύλλο Εργασίας της 1<sup>ης</sup> Αποστολής](#) από τον διδάσκοντα, παρέχονται πληροφορίες για την αποστολή των μαθητών, τα κείμενα που την πλαισιώνουν,



διευκρινίζονται σημεία που προκαλούν ερωτήματα, δίνονται επεξηγήσεις για τον τρόπο που θα δουλέψουν οι ομάδες και γίνεται διανομή των κειμένων. Είναι χρήσιμο να γίνει προεργασία του Φύλλου Εργασίας στο σπίτι από κάθε μέλος της ομάδας, προκειμένου να εξοικονομηθεί διδακτικός χρόνος.

Στη συνέχεια, οι ομάδες αυτοοργανώνονται: ορίζεται ο συντονιστής που έχει ως ρόλο να συντονίζει τη συζήτηση και να συνοψίζει τις ιδέες που προκύπτουν σε κάθε ερώτημα, ο γραμματέας που καταγράφει τις θέσεις της ομάδας στο Φύλλο Εργασίας, ο διαμεσολαβητής που αναλαμβάνει την αλληλεπίδραση με τον εκπαιδευτικό και ο χειριστής Η/Υ. Στην περίπτωση που τα μέλη είναι τρία, ο ρόλος του χειριστή και του διαμεσολαβητή μπορεί να ταυτίζονται. Τονίζεται ότι όλα τα μέλη θα πάρουν μέρος στην προφορική παρουσίαση που θα ακολουθήσει, παρουσιάζοντας διαφορετικό ερώτημα του [Φύλλου Εργασίας 1<sup>ης</sup> Αποστολής](#). Αν υπάρχει διαθέσιμος χρόνος, οι μαθητές μπορούν να καταγράψουν τις σημειώσεις τους σε ένα αρχείο παρουσίασης.

Τα ερωτήματα του Φύλλου Εργασίας αφορούν στα ακόλουθα:

- τον πομπό, τον δέκτη, τον σκοπό και το μέσο προβολής του διαφημιστικού κειμένου,
- αναλογία των χρησιμοποιούμενων πόρων σε σχέση με την αισθητική που καλλιεργούν και την αποτελεσματικότητά τους στη μετάδοση του μηνύματος,
- θετικές πλευρές του τόπου που προβάλλονται και αρνητικά σημεία που αποκρύπτονται,
- αξίες και στάσεις του κειμένου,
- μορφή και τεχνικές του διαφημιστικού μηνύματος,
- γλώσσα του κειμένου,
- την αποτελεσματικότητά της,
- το κειμενικό υλικό που την πλαισιώνει.

4η διδακτική ώρα: Παρουσίαση-Συζήτηση της εργασίας κάθε ομάδας



Προβάλλεται το υλικό που κάθε ομάδα ανέλαβε να επεξεργαστεί και ακολουθεί ο σχολιασμός του, η αποκάλυψη των μυστικών του. Κάθε ομάδα αξιοποιεί τις σημειώσεις που έχει κρατήσει και παρουσιάζει την εργασία της στην ολομέλεια με προσχεδιασμένο προφορικό λόγο.

Η ολομέλεια κρατά σημειώσεις από τις παρουσιάσεις. Ακολουθεί συζήτηση, κατά την οποία συγκρίνονται τα διαφημιστικά κείμενα και αποτιμάται η αποτελεσματικότητά τους, η οποία κινείται στους ακόλουθους άξονες:

- Πού εστιάζει το περιεχόμενο ενός διαφημιστικού κειμένου; Υπάρχουν στοιχεία που υπερτονίζονται και άλλα που συγκαλύπτονται;
- Πού οφείλεται η αποτελεσματικότητα ενός διαφημιστικού κειμένου; Ποιος ο ρόλος των χρησιμοποιούμενων μέσων και κατά πόσο αυτά επηρεάζουν την αισθητική του κειμένου; Ποιο ρόλο παίζουν στην αποτελεσματικότητα του κειμένου οι διαφημιστικές τεχνικές, τα μέσα και οι γλωσσικές επιλογές/τεχνικές και ποια η σχέση τους με το χρησιμοποιούμενο μέσο;
- Τελικά, μια διαφημιστική καμπάνια εξαντλείται κατά τη δημιουργία του διαφημιστικού κειμένου ή πλαισιώνεται από ένα ευρύτερο δίκτυο κειμένων πληροφοριακών που το συνοδεύουν και το προβάλλουν στην ευρύτερη κοινότητα;

Ο ρόλος του εκπαιδευτικού στη φάση αυτή είναι συντονιστικός, καθοδηγητικός: κατευθύνει τη συζήτηση, ώστε να τεθούν ερωτήματα και να δοθούν απαντήσεις, και συνοψίζει τις απόψεις.

Ορίζεται ως προεργασία για την επόμενη φάση η εύρεση υλικού από έντυπους ή ηλεκτρονικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς που προβάλλουν τον συγκεκριμένο τόπο που διαμένουν οι μαθητές.

**ΑΠΟΣΤΟΛΗ 2<sup>η</sup>: Σχεδιάζουμε και δημιουργούμε ένα διαφημιστικό κείμενο σε ppt του προβάλλει τον τόπο μας ως τουριστικό προορισμό**



5η και 6η διδακτική ώρα: Δημιουργία της παρουσίασης

Ο εκπαιδευτικός με τη συμβολή των μαθητών θέτει στην ολομέλεια τους γενικούς άξονες της διαφημιστικής πρότασης που θα δημιουργηθεί από τις ομάδες, οι οποίοι συζητούνται και εμπλουτίζονται. Ως ένα γενικό πλαίσιο, ορίζονται τα ακόλουθα, που παρουσιάζεται και στο [Φύλλο Εργασίας της 2<sup>ης</sup> Αποστολής](#):

- Δέκτης: το εφηβικό κοινό, το οποίο πραγματοποιεί ημερήσιες εκδρομές.
- Σκοπός: η προβολή του τόπου που διαμένετε για να προκαλέσετε το ενδιαφέρον και να ελκύσετε την προσοχή του δέκτη.
- Αντικείμενο διαφημιστικού κειμένου: θα προβάλλονται διαφορετικοί λόγοι (σε λογική σειρά χωρίς επαναφορές και νοηματικά χάσματα), για να επισκεφτεί το εφηβικό κοινό τον τόπο.
- Θα αξιοποιούνται λόγος, εικόνα και μουσική και τα μυστικά των διαφημιστικών κειμένων που αφορούν τεχνικές, μέσα, γλωσσικές επιλογές που ανακαλύφθηκαν στην προηγούμενη αποστολή.
- Το κείμενο θα είναι ορθογραφημένο και μορφοποιημένο.
- Η παρουσίαση θα πλαισιώνεται με τις πηγές που αξιοποιήθηκαν.

Στη συνέχεια, οι μαθητές:

α) μελετούν έντυπους και ηλεκτρονικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς και συλλέγουν υλικό για να δημιουργήσουν την παρουσίασή τους. Από τον διδάσκοντα μπορεί να προταθούν πηγές άντλησης υλικού όπως:

- <http://www.visitgreece.gr/el/home>,
- [www.menoume-ellada.gr/](http://www.menoume-ellada.gr/),
- <http://www.travelstories.gr/>

β) εντοπίζουν λόγους για να επισκεφτεί κάποιος έφηβος τον τόπο τους,

γ) βρίσκουν εικονιστικό και ηχητικό υλικό που θα πλαισιώνει την παρουσίασή τους,

δ) καταγράφουν τις πηγές που χρησιμοποίησαν.





Τα μέλη των ομάδων αναλαμβάνουν πάλι συγκεκριμένους ρόλους: συντονιστής συζήτησης, αυτός που συνοψίζει τις τελικές αποφάσεις της ομάδας, χειριστής Η/Υ που είναι υπεύθυνος για τη δημιουργία του Powerpoint, διαμεσολαβητής που αναλαμβάνει την αλληλεπίδραση με τον εκπαιδευτικό. Οι ρόλοι των μαθητών σε αυτή τη φάση εργασίας είναι σκόπιμο να έχουν αλλάξει σε σχέση με την πρώτη αποστολή για να δοκιμαστούν σε διαφορετικές θέσεις.

#### 7η και 8η διδακτική ώρα: Παρουσίαση-αξιολόγηση

Οι εργασίες παρουσιάζονται στη τάξη και αξιολογούνται με κριτήρια που θέτονται από τον διδάσκοντα και εμπλουτίζονται κι από τις ομάδες των μαθητών. Τα κριτήρια αξιολόγησης αφορούν στην εφαρμογή του γενικού πλαισίου που τέθηκε, στο περιεχόμενο (τι), στο πώς, στη δημιουργικότητα/πρωτοτυπία, στην αποτελεσματικότητα του κειμένου και στη συνεργασία. Οι εργασίες βαθμολογούνται από τις ομάδες των μαθητών για κάθε ένα από τα παραπάνω κριτήρια με κλίμακα βαθμολογίας από 1-5. Η εργασία που συγκεντρώνει την υψηλότερη βαθμολογία επιλέγεται προκειμένου να αποσταλεί στον ιστότοπο «ΠΑΙΔΙΑ, ΠΑΜΕ ΕΛΛΑΔΑ» εκπροσωπώντας το σχολείο. Προτείνονται πιθανές διορθώσεις στο κείμενο που επιλέχθηκε.

#### **ΑΠΟΣΤΟΛΗ 3<sup>η</sup>: Μετατρέπουμε το κείμενο που η ολομέλεια επέλεξε σε φιλμ και δημιουργούμε ένα δίκτυο κειμένων προβολής της δράσης στη σχολική κοινότητα και κειμένων που συνοδεύουν το προϊόν**

#### 9η και 10η διδακτική ώρα:

Στην ολομέλεια συζητούνται το δίκτυο των κειμένων που θα πλαισιώνει τη συγκεκριμένη καμπάνια. Στη συνέχεια, οι ομάδες ανασχηματίζονται από τον διδάσκοντα με βάση τα ενδιαφέροντα και την κλίση των μαθητών (γνώση Movie Maker για την ανάπτυξη του φιλμ, καλλιτεχνικά ενδιαφέροντα για τη δημιουργία αφισών, ενδιαφέρον για τη συγγραφή των συνοδευτικών κειμένων). Τα μέλη των



ομάδων αναλαμβάνουν να ασχοληθούν συνεργατικά εκτός σχολικής τάξης με μία από τις εργασίες/κείμενα που η ολομέλεια αποφάσισε. Αν τα θέματα ενασχόλησης των ομάδων είναι λιγότερα, κάποιες ομάδες έχουν κοινό αντικείμενο. Κάποια ενδεικτικά κείμενα/θέματα εργασίας θα μπορούσαν να είναι τα ακόλουθα:

- Μετασχηματισμός της διαφημιστικής πρότασης (Powerpoint) που επιλέχθηκε από την ολομέλεια σε φιλμ.
- Σύνταξη ενημερωτικής επιστολής στη Διεύθυνση του Σχολείου: η επιστολή γράφεται σε word και σκοπός της είναι η ενημέρωση της Διεύθυνσης για το έργο που αναπτύχθηκε στην τάξη: παρέχει πληροφορίες για το σκοπό δημιουργίας του φιλμ, το περιεχόμενό του και ενημερώνει για επικείμενες ενέργειες.
- Σύνταξη συνοδευτικού κειμένου σε word που θα πλαισιώνει το φιλμ στην ιστοσελίδα που θα αναρτηθεί: παρέχει πληροφορίες για τον τρόπο και το πλαίσιο δημιουργίας του, το περιεχόμενό του και τους δημιουργούς του.
- Δημιουργία αφίσας για την προβολή της εργασίας και την ενημέρωση της σχολικής κοινότητας.
- Δημιουργία αφίσας με στόχο την ενημέρωση της σχολικής κοινότητας για τον ιστότοπο «ΠΑΙΔΙΑ, ΠΑΜΕ ΕΛΛΑΔΑ».

Για τη δημιουργία των διαφημιστικών αφισών μπορεί να αξιοποιηθούν ψηφιακά εργαλεία όπως το [www.glogster.com](http://www.glogster.com).

Οι εργασίες των ομάδων περιγράφονται στο [Φύλλο Εργασίας της 3<sup>ης</sup> Αποστολής](#).

Στην τάξη δίνεται ο απαραίτητος χρόνος για να γίνουν οι τελικές συνεννοήσεις των μελών της ομάδας. Στη συνέχεια:

- Προβάλλεται το φιλμάκι. Συζητούνται στην ολομέλεια και συγκρίνονται με βάση το μέσο οι δύο διαφορετικές εκδοχές του διαφημιστικού κειμένου. Η συζήτηση εστιάζει στα χαρακτηριστικά εκείνα από κάθε περιβάλλον που αναδεικνύουν ή περιορίζουν το διαφημιστικό μήνυμα.



- Παρουσιάζονται οι υπόλοιπες εργασίες, σχολιάζονται και προτείνονται διορθώσεις για τη βελτίωσή τους. Στην περίπτωση που δύο ομάδες έχουν αναλάβει το ίδιο αντικείμενο παρουσιάζονται και συγκρίνονται οι διαφορετικές εκδοχές του. Αν πρόκειται για αφίσες που έχουν δημιουργηθεί με διαφορετικά μέσα (ψηφιακές-έντυπες), η συζήτηση εστιάζει στα χαρακτηριστικά εκείνα από κάθε περιβάλλον που προβάλλει ή περιορίζει το μήνυμα.

Οι μαθητές στη φάση αυτή μπορεί να συμπληρώσουν το προσωπικό ημερολόγιο μάθησης που αφορά στην αποτίμηση αυτών που έμαθαν και στην αξιολόγηση της συνεργασίας με τους συμμαθητές τους στις ομάδες που δούλεψαν. Το project ολοκληρώνεται με την υποβολή της εργασίας στον ιστότοπο «ΠΑΙΔΙΑ, ΠΑΜΕ ΕΛΛΑΔΑ», τη δημοσίευση όλων των εργασιών στην ιστοσελίδα του σχολείου και τη διάχυση των συνοδευτικών κειμένων που δημιουργήθηκαν στη σχολική κοινότητα.



ΣΤ. ΦΥΛΛΟ/Α ΕΡΓΑΣΙΑΣ

## Φύλλο εργασίας 1<sup>ης</sup> Αποστολής

### Αποστολή 1<sup>η</sup>:

*Ανακαλύπτουμε μερικά από τα μυστικά των διαφημιστικών κειμένων, που αφορούν είτε την προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού, είτε συγκεκριμένων τρόπων προκειμένου*

Σας δίνονται διαφημιστικά κείμενα που αφορούν *είτε την προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού, είτε συγκεκριμένων τρόπων προκειμένου*

1. Διαφημιστική καμπάνια ΕΟΤ 2012 ΕΛΛΑΔΑ ΜΟΝΑΔΙΚΗ ο τρόπος για τις διακοπές σου: <http://www.ert.gr/webtv/do-you-like-Greece/item/5408-ELLADA-MONADIKH-o-topos-gia-tis-diakopes-soy>
2. Διαφημιστική καμπάνια ΕΟΤ 2012 ΕΛΛΑΔΑ ΜΟΝΑΔΙΚΗ ο τρόπος για τις διακοπές σου. <http://www.ert.gr/webtv/do-you-like-Greece/item/5427-Toyri-Kan-foithtria-N-Korea>
3. Διαφημιστική καμπάνια «UP Greek Tourism»: υλικό προώθησης του ελληνικού τουρισμού στο κέντρο της Νέας Υόρκης, στην Times Square <http://www.youtube.com/watch?v=VvcVXM8NBLM>. Ενημερωθείτε για τη διαφημιστική καμπάνια από το σύνδεσμο: <http://www.madata.gr/epikairobita/social/181849.html>
4. Στη σχολική μας εκδρομή Μένουμε Ελλάδα <http://www.youtube.com/watch?v=DhIeeliedzw>
5. «Πάμε Ελλάδα, Πάμε Αλιβέρι»: <http://vod.sch.gr/video/view/1469.html>
6. Η πόλη μου η Κομοτηνή: <http://vod.sch.gr/video/view/1365.html>
7. «Προγραμματίζοντας ένα ταξίδι: Αστυπάλαια», Σχολικό Βιβλίο Νεοελληνική Γλώσσα Β΄ Γυμνασίου, Κείμενο 4<sup>ο</sup>, σελίδα 13



Αποστολή της ομάδας σας είναι να ανακαλύψει μερικά από τα μυστικά του διαφημιστικού κειμένου που μελετάτε με στόχο να τα μοιραστείτε με τους συμμαθητές σας στην παρουσίαση που θα κάνετε αμέσως μετά με προσχεδιασμένο προφορικό λόγο. Η εργασία που θα κάνετε θα σας φανεί χρήσιμη όταν σχεδιάσετε τη δική σας διαφημιστική πρόταση προβολής του τόπου σας ως τουριστικό προορισμό

Εργαλείο για την αποστολή σας είναι οι ερωτήσεις του Φύλλου Εργασίας. Κρατάτε σημειώσεις και τεκμηριώνετε τις απαντήσεις με υλικό από το κείμενο σας. Μην ξεχάσετε να κρατάτε σημειώσεις και από τις παρουσιάσεις των άλλων ομάδων. Οι σημειώσεις αυτές θα σας φανούν χρήσιμες στη συζήτηση που θα επακολουθήσει.

**1) Εντοπίστε τον πομπό, το δέκτη, το σκοπό και το μέσο προβολής της διαφημιστικής καμπάνιας.**

.....

.....

.....

.....

.....

**2) Ποιοι πόροι αξιοποιούνται πολύ και ποιοι λιγότερο (γραπτός λόγος, προφορικός λόγος, μουσική, άλλος ήχος, σταθερή εικόνα, κίνηση της εικόνας, κίνηση του κειμένου). Γιατί κατά τη γνώμη σας;**

.....

.....

.....

.....

.....

**3) Σε ποιες θετικές πλευρές του τόπου κατά τη γνώμη σας εστιάζει το κείμενο;**

.....

.....

.....



.....  
.....  
.....  
4) *Μήπως υπάρχουν αρνητικές πλευρές του τόπου που αποκρύπτονται στο κείμενο σας; Για να απαντήσετε στην ερώτηση μπορείτε να αξιοποιήσετε και τις ακόλουθες πηγές:*

<http://www.tovima.gr/society/article/?aid=328813>,

<http://www.tovima.gr/society/article/?aid=328724>

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

5) *Εντοπίζετε αξίες ή πρότυπα ζωής που προβάλλονται κατά τη γνώμη σας στο κείμενό σας; Ποιες είναι αυτές;*

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

6) *Αναγνωρίστε ποια μορφή των διαφημιστικών μηνυμάτων αξιοποιείται;*



- Το μήνυμα αναπτύσσεται με άμεσο τρόπο χωρίς προλόγους και περιττές επεξηγήσεις:.....
- χρησιμοποιείται η αφήγηση μίας ιστορίας, η εξιστόρηση ενός περιστατικού (αφηγηματικό μήνυμα): .....
- παρουσιάζεται η μαρτυρία ενός ειδικού ή ενός καταναλωτή για τα πλεονεκτήματα του προϊόντος (μήνυμα μονολόγου ή διαλόγου):.....
- Το μήνυμα επεξηγεί την εικόνα:.....
- Το μήνυμα προσφέρει επιχειρήματα:.....
- Το μήνυμα στηρίζεται σε τεχνάσματα/ευρήματα/λογοπαίγνια/μεταφορές, παρομοιώσεις/χιούμορ/υπερβολή: .....

***Βρίσκετε αποτελεσματική την επιλογή; Για ποιο λόγο;***

.....

.....

.....

.....

***7) Το κείμενο που μελετήσατε χρησιμοποιήθηκαν τεχνικές γλωσσικές και μη γλωσσικές (μουσική, εικόνα) για να πειστεί ο δέκτης. Προσπαθήστε να εντοπίσετε ποιες από τις παρακάτω τεχνικές αξιοποιήθηκαν στο δικό σας κείμενο και όπου είναι δυνατό δώστε παραδείγματα.***

- Νιώσατε χαρά, ενθουσιασμό ή κάποιο άλλο συναίσθημα και ποιο (επίκληση στο συναίσθημα):.....
- Παρουσίασε λογικά επιχειρήματα υπέρ του προϊόντος (επίκληση στη λογική): .....
- Παρουσίασε τις απόψεις ενός ειδικού, επιστήμονα ή δημοφιλούς προσώπου (επίκληση στην αυθεντία):.....
- Περιέχει αναλυτική περιγραφή και επίδειξη του τόπου:.....



**8) Παρατηρείστε τη γλώσσα του κειμένου.**

- Χρησιμοποιούνται διαφημιστικά σλόγκαν ή λογοπαίγνια: Σημειώστε κάποια:.....  
.....  
.....
- Αξιοποιούνται σχήματα λόγου: επαναλήψεις, υπερβολή μεταφορές, παρομοιώσεις, ρητορικές ερωτήσεις; Γράψτε παραδείγματα:  
.....  
.....  
.....
- Ποιο είδος προτάσεων ως προς τη σημασία κυριαρχεί; Για ποιο λόγο πιστεύετε;  
.....  
.....  
.....
- Καταγράψτε τους ρηματικούς τύπους που αξιοποιούνται: σε ποιο χρόνο, έγκλιση, πρόσωπο, αριθμό βρίσκονται; Γιατί κατά τη γνώμη σας;  
.....  
.....  
.....
- Παρατηρήστε το λεξιλόγιο. Καταγράψτε καθημερινές λέξεις/ φράσεις, ξενικούς τύπους, σπάνιες και εξεζητημένες λέξεις.  
.....  
.....

**9) Παρατηρήσατε ότι ένα διαφημιστικό κείμενο εστιάζει στη προβολή των θετικών σημείων ενός τόπου. Παρατηρήσατε επίσης τις γλωσσικές και μη γλωσσικές**





τεχνικές που αξιοποιούνται. Πώς νομίζετε ότι η γλώσσα ή άλλοι πόροι του κειμένου συνεισφέρουν στην ανάδειξη αυτών των θετικών πλευρών ενός τόπου;

10) Το κείμενο που μελετήσατε πλαισιώνεται από άλλο κείμενο που το συνοδεύει ή το προβάλλει;

.....

11) Αξιολογήστε τη διαφημιστική καμπάνια που μελετήσατε. Ποια ήταν κατά τη γνώμη σας τα δυνατά και ποια τα αδύνατα σημεία της;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### **ΠΡΟΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΦΑΣΗ**

Να εντοπίσετε υλικό από έντυπους ή ηλεκτρονικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς που προβάλλουν τον τόπο σας, προκειμένου να το αξιοποιήσετε ως πηγή για να αντλήσετε υλικό για την ανάπτυξη του δικού σας διαφημιστικού υλικού.



## Φύλλο εργασίας 2ης Αποστολής

### Αποστολή 2<sup>η</sup>:

*Σχεδιάζουμε και δημιουργούμε μία διαφημιστική πρόταση σε ppt του προβάλλει τον τόπο μας ως τουριστικό προορισμό*

Αφού έχετε πια μελετήσει διαφημιστικά κείμενα, αποστολή σας είναι να σχεδιάσετε και να υλοποιήσετε τη δική σας διαφημιστική πρόταση σε ppt. Ακολουθείστε τις ακόλουθες γενικές αρχές:

- Δέκτης είναι το εφηβικό κοινό, το οποίο πραγματοποιεί ημερήσιες εκδρομές.
- Σκοπός της διαφημιστικής πρότασης είναι η προβολή του τόπου που διαμένετε προκειμένου να προκαλέσετε το ενδιαφέρον και να ελκύσετε την προσοχή του δέκτη.
- Στη διαφημιστική σας πρόταση προβάλλετε διαφορετικούς λόγους (σε λογική σειρά χωρίς επαναφορές και νοηματικά χάσματα) για να επισκεφτεί το εφηβικό κοινό τον τόπο.
- Αξιοποιήστε λόγο, εικόνα και μουσική και τα μυστικά των διαφημιστικών κειμένων που ανακαλύψατε στην προηγούμενη αποστολή, τα οποία αφορούν σε τεχνικές, μέσα, γλωσσικές επιλογές
- Το κείμενο θα είναι ορθογραφημένο και μορφοποιημένο.
- Η παρουσίαση σας θα πλαισιώνεται με τις πηγές που αξιοποιήσατε

### Διαδικασία

1)Βρείτε υλικό: Μελετήστε έντυπους και ηλεκτρονικούς ταξιδιωτικού οδηγούς που εσείς θα επιλέξετε καθώς και τις ακόλουθες πηγές:

<http://www.visitgreece.gr/el/home>

<http://www.menoume-ellada.gr/>

<http://www.travelstories.gr/>



- 2) Αποδελτιώστε το υλικό και βρείτε λόγους για να επισκεφτεί κάποιος έφηβος τον τόπο σας. Ιεραρχήστε τους με λογική σειρά χωρίς επαναφορές και νοηματικά χάσματα. Οι γλωσσικές επιλογές που θα κάνετε πρέπει να ταιριάζουν με τη συγκεκριμένη επικοινωνιακή περίσταση και στο
- 3) Εντοπίστε το εικονιστικό υλικό που θα συνοδεύει το κείμενό σας
- 4) Επιλέξτε και προσθέστε στο κείμενό σας το μουσικό κομμάτι που θα πλαισιώνει το κείμενό σας
- 5) Μορφοποιήστε την παρουσίασή σας. Προσέξτε και τις μικρές ακόμα λεπτομέρειες
- 6) Καταγράψτε τις πηγές που αξιοποιήσατε.
- 7) Κάντε τον τελικό έλεγχο



## Φύλλο εργασίας 3ης Αποστολής

### Αποστολή 3<sup>η</sup>:

***Μετατρέπουμε το κείμενο που η ολομέλεια επέλεξε σε φιλμ και να δημιουργούμε ένα δίκτυο κειμένων προβολής της δράσης στη σχολική κοινότητα και κειμένων που συνοδεύουν το προϊόν.***

Αποστολή σας στη φάση αυτή είναι να δημιουργήσετε το τελικό διαφημιστικό υλικό (φιλμ) και το δίκτυο των κειμένων που θα το πλαισιώνουν. Η εργασία θα δημιουργηθεί συνεργατικά εκτός σχολικής τάξης.

Κάθε ομάδα αναλαμβάνει μία από τις ακόλουθες δραστηριότητες:

- Μετασχηματισμός της διαφημιστικής πρότασης (ppt) που επιλέχθηκε από την ολομέλεια σε φιλμ
- Σύνταξη ενημερωτικής επιστολής στη Διεύθυνση του Σχολείου: η επιστολή γράφεται σε word και σκοπός της είναι η ενημέρωση της Διεύθυνσης για το έργο που αναπτύχθηκε στην τάξη. Παρέχει πληροφορίες για το σκοπό δημιουργίας του φιλμ, το περιεχόμενό του και ενημερώνει για τις επικείμενες ενέργειες.
- Σύνταξη συνοδευτικού κειμένου που θα πλαισιώνει και θα επεξηγεί το φιλμ στην ιστοσελίδα που θα αναρτηθεί: το κείμενο γράφεται σε word και παρέχει πληροφορίες για το περιεχόμενό, τον τρόπο και το πλαίσιο δημιουργίας του φιλμ και τους δημιουργούς του.
- Δημιουργία αφίσας την προβολή της εργασίας στο σχολικό κοινό και την ενημέρωση της σχολικής κοινότητας. Η αφίσα μπορεί να είναι χειροποίητη ή ψηφιακή (μπορεί να αξιοποιηθούν ψηφιακά εργαλεία όπως το [www.glogster.com](http://www.glogster.com))
- Δημιουργία αφίσας με στόχο την ενημέρωση των μαθητών για τον ιστότοπο «ΠΑΙΔΙΑ, ΠΑΜΕ ΕΛΛΑΔΑ» Η αφίσα μπορεί να είναι χειροποίητη ή ψηφιακή



## ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ

Συντάξτε την προσωπική έκθεση αποτίμησης που θα δώσετε στον εκπαιδευτικό. Στόχος της έκθεσης είναι να αποτιμήσετε το τι αποκομίσατε από τη συμμετοχή σας στην εργασία αυτή και να καταγράψετε προβλήματα που πιθανόν να αντιμετωπίσατε. Στο κείμενο που θα συντάξετε αξιοποιήστε τις σημειώσεις που κρατήσατε στο προσωπικό σας ημερολόγιο. Το κείμενό σας πρέπει να δίνει απαντήσεις στα ερωτήματα: «Τι ήξερα» για το θέμα, «Τι ήθελα να μάθω» και «Τι έμαθα», να αξιολογεί το βαθμό εμπλοκή σας στις ατομικές και ομαδικές εργασίες (συνεργασία, προεργασία στο σπίτι) και να καταγράφει τα προβλήματα που αντιμετωπίσατε.



## Η. ΑΛΛΕΣ ΕΚΔΟΧΕΣ

Προκειμένου να εξοικονομηθεί χρόνος, η φάση της αποδόμησης των διαφημιστικών κειμένων μπορεί να γίνει στην ολομέλεια με μικρότερο αριθμό κειμένων. Επιπλέον, μπορεί να παραλειφθεί εντελώς η τρίτη αποστολή του σεναρίου.

## Θ. ΚΡΙΤΙΚΗ

Επειδή το πρότζεκτ διαρκεί μεγάλο χρονικό διάστημα, υπάρχει το ενδεχόμενο οι μαθητές να χαθούν και μην κατανοούν τη λειτουργικότητα συγκεκριμένων δραστηριοτήτων. Ο εκπαιδευτικός σε τακτά χρονικά διαστήματα μπορεί να υπενθυμίζει το πλαίσιο και τον στόχο. Δυσκολίες ενδεχομένως μπορεί να προκύψουν και κατά την παρουσίαση των ευρημάτων στην ολομέλεια, γιατί τα παιδιά δεν έχουν μάθει να ακούν τους συμμαθητές τους ούτε να είναι ενεργητικοί ακροατές. Η αυτοαξιολόγηση και η ετεροαξιολόγηση μπορούν να βοηθήσουν στην κατεύθυνση αυτή.

## Ι. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΔΕΠΠΣ. 2003. *Διαθεματικό Ενιαίο Πλαίσιο Προγράμματος Σπουδών της Ελληνικής Γλώσσας για το Γυμνάσιο*, ΦΕΚ 303Β/13-03-2003), Διαθέσιμο στο διαδίκτυο <http://www.pi-schools.gr/programs/depps/>.

Ζαρκογιάννη, Ε. 2012. *Η Ελλάδα μέσα από λέξεις και εικόνες*. Διδακτικό σενάριο για τη Νεοελληνική Γλώσσα (Γ' Γυμνασίου) στο πλαίσιο της Πράξης «Δημιουργία πρωτότυπης μεθοδολογίας εκπαιδευτικών σεναρίων βασισμένων σε ΤΠΕ και δημιουργία εκπαιδευτικών σεναρίων για τα μαθήματα της Ελληνικής Γλώσσας στην Α/βάθμια και Β/βάθμια εκπαίδευση» του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση». Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας.



- Κουτσογιάννης, Δ., Μ. Παυλίδου, Μ. & Ι. Χαλσιάνη. 2011. *Μελέτη για την αξιοποίηση των ΤΠΕ στη διδασκαλία της Νεοελληνικής Γλώσσας στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση: γενικό πλαίσιο και ιδιαιτερότητες*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας. [www.greeklanguage.gr/digitalschool](http://www.greeklanguage.gr/digitalschool)
- Κουτσογιάννης, Δ. & Μ. Αλεξίου. 2012. *Μελέτη για τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την εφαρμογή σεναρίων και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων για τη διδασκαλία της νεοελληνικής γλώσσας στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση Μελέτη στο πλαίσιο της Δράσης 62 (Π.3.1.3)*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας. <http://www.greeklanguage.gr/aboutdigitalschool>.
- Κουτσογιάννης, Δ. 2012. *Μελέτη για την αξιοποίηση των ΤΠΕ στη διδασκαλία της Νεοελληνικής Γλώσσας στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση: γενικό πλαίσιο και ιδιαιτερότητες*. Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας. [www.greeklanguage.gr/digitalschool](http://www.greeklanguage.gr/digitalschool)
- Κουτσογιάννης, Δ. 2012. Ο ρόμβος της γλωσσικής εκπαίδευσης. Στο *Μελέτες για την ελληνική γλώσσα. Πρακτικά της 32ης συνάντησης του Τομέα Γλωσσολογίας, Α.Π.Θ.* Θεσσαλονίκη, ΙΝΣ.
- Lave, J. & E. Wenger. 1991. *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. U. K.: University of Cambridge Press.
- Νέο Πρόγραμμα Σπουδών. 2011. *Πρόγραμμα Σπουδών για τη Διδασκαλία της Νεοελληνικής Γλώσσας & της Λογοτεχνίας στο Γυμνάσιο*. ΝΕΟ ΣΧΟΛΕΙΟ (Σχολείο 21ου αιώνα) – Νέο Πρόγραμμα Σπουδών. Αθήνα. Διαθέσιμο στο διαδίκτυο <http://digitalschool.minedu.gov.gr/info/newps.php>  
<http://digitalschool.minedu.gov.gr/modules/units/?course=DSGL-A107&id=1813>
- Χαλσιάνη, Ι. 2012. *Διερεύνηση τρόπων, μέσων και στρατηγικών πειθούς στη σύγχρονη διαφήμιση*. Διδακτικό σενάριο για τη Νεοελληνική Γλώσσα (Γ' Λυκείου) στο πλαίσιο της Πράξης «Δημιουργία πρωτότυπης μεθοδολογίας εκπαιδευτικών σεναρίων βασισμένων σε ΤΠΕ και δημιουργία εκπαιδευτικών σεναρίων για τα



μαθήματα της Ελληνικής Γλώσσας στην Α/βάθμια και Β/βάθμια εκπαίδευση» του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση». Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας.