



Π.3.2.5 Πιλοτική εφαρμογή και αξιολόγηση αντιπροσωπευτικού
αριθμού σεναρίων από κάθε τύπο σε διαφοροποιημένες
εκπαιδευτικές συνθήκες πραγματικής τάξης

Νεοελληνική Γλώσσα

Α΄ Λυκείου

Τίτλος:

«Τα στερεότυπα των δύο φύλων στην διαφήμιση»

Συγγραφή: Δημήτρης Ταχματζίδης

Εφαρμογή: Δημήτρης Ταχματζίδης



ΚΕΝΤΡΟ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ

Θεσσαλονίκη 2014



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 Διά 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.3.2.5. Πιλοτική εφαρμογή και αξιολόγηση αντιπροσωπευτικού αριθμού σεναρίων από κάθε τύπο σε διαφοροποιημένες εκπαιδευτικές συνθήκες πραγματικής τάξης.

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΔΟΤΕΟΥ: ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΟΥΤΣΟΓΙΑΝΝΗΣ

Υπεύθυνος υπο-ομάδας εργασίας γλώσσας: Δημήτρης Κουτσογιάννης

ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΚΕΝΤΡΟ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ

<http://www.greeklanguage.gr>

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

Τηλ.: 2310 459101, Φαξ: 2310 459107, e-mail: centre@komvos.edu.gr



Α. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Τίτλος

Τα στερεότυπα των δύο φύλων στην διαφήμιση

Εφαρμογή σεναρίου

Δημήτρης Ταχματζίδης

Δημιουργία σεναρίου

Δημήτρης Ταχματζίδης

Διδακτικό αντικείμενο

Νεοελληνική Γλώσσα

Τάξη

Α΄ Λυκείου

Σχολική μονάδα

4ο Γενικό Λύκειο Βέροιας

Χρονολογία

Από 24-03-2014 έως 28-04-2014

Διδακτική/θεματική ενότητα

ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ Α΄ ΛΥΚΕΙΟΥ:

Σχολικό Εγχειρίδιο: «Έκφραση – Έκθεση, Τεύχος Α΄ Γενικό Λύκειο»

Θεματική Ενότητα: ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ

Διδακτική Ενότητα: VII. Οργάνωση του λόγου (σελ. 66)

1. Οργάνωση του λόγου και η πειθώ (σελ. 69)
2. Οργάνωση του λόγου και το επιχείρημα (σελ. 70)
3. Οργάνωση του λόγου και η αιτιολόγηση (σελ. 73)

Θεματική Ενότητα: Ο ΛΟΓΟΣ (σελ. 91)



Διδακτική Ενότητα: Ι. Προφορικός και γραπτός λόγος:

1. Επισημαίνω τα στοιχεία της ομιλίας (σελ. 92)
2. α) Ο προφορικός και ο γραπτός λόγος ως μέσα επικοινωνίας (σελ. 96), (γ) Απροσχεδιάστος και προσχεδιασμένος λόγος (σελ. 99-103), (ε) Το φανερό και το λανθάνον νόημα (σελ. 105)

Θεματική Ενότητα: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ (σελ. 139)

ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ:

Θεματική ενότητα: Τα φύλα στη λογοτεχνία

Δεν αντλεί από τα σχολικά βιβλία.

Διαθεματικό

Ναι

Εμπλεκόμενα γνωστικά αντικείμενα

Ι. Φιλολογικής ζώνης

Νεοελληνική Λογοτεχνία

ΙΙ. Άλλα γνωστικά αντικείμενα

--

ΙΙΙ. Ημιτυπικές και άτυπες πρακτικές

Ερευνητικές Εργασίες – Project

Θεατρική Αγωγή

Χρονική διάρκεια

8 διδακτικές ώρες

Χώρος

Ι. Φυσικός χώρος:

Εντός σχολείου: αίθουσα διδασκαλίας, εργαστήριο πληροφορικής, σχολική βιβλιοθήκη, αίθουσα πολλαπλών χρήσεων.

ΙΙ. Εικονικός χώρος: ιστολόγιο τάξης, Wiki.



Προϋποθέσεις υλοποίησης για δάσκαλο και μαθητή

1. Εξοικείωση του εκπαιδευτικού με Η/Υ-διαδίκτυο (δυνατότητα δημιουργίας blog) και με τη λειτουργία των μαθητών σε ομάδες.
2. Συνεργασία του εκπαιδευτικού με τον υπεύθυνο χειριστή της σχολικής ιστοσελίδας.
3. Εξοικείωση του εκπαιδευτικού με θέματα ρητορικής και ψυχολογίας του λόγου (discursive psychology).
4. Εξοικείωση του εκπαιδευτικού με βασικές γνώσεις φυλετικών σπουδών (gender studies), φεμινιστικού κινήματος και θεμάτων ισότητας των δύο φύλων.
5. Η χρήση οπτικοακουστικών μέσων σε αίθουσα πολλαπλών χρήσεων ή εργαστήριο πληροφορικής, (χρήση βιντεοπροβολέα, Η/Υ, πρόσβαση στο διαδίκτυο κοκ.).

Εφαρμογή στην τάξη

Το συγκεκριμένο σενάριο εφαρμόστηκε στην τάξη.

Το σενάριο στηρίζεται

Δημήτρης Ταχματζίδης, Τα φύλα στη διαφήμιση, Νεοελληνική Γλώσσα Α΄ Λυκείου, 2014.

Το σενάριο αντλεί

Δημήτρης Ταχματζίδης, Τα φύλα στον κινηματογράφο, Νεοελληνική Γλώσσα Α΄ Λυκείου, 2014.

B. ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το σενάριο, αξιοποιώντας την αρχή της βιωματικότητας και τα μεθοδολογικά εργαλεία της Ψυχολογίας του Λόγου (στο εξής ΨτΛ), χρησιμοποιεί θέματα ισότητας των δύο φύλων για να παρουσιάσει στους μαθητές τον σεξισμό πίσω από τον



τηλεοπτικό λόγο και, συγκεκριμένα, αυτόν της διαφήμισης. Η μαθησιακή αξία του σεναρίου βρίσκεται στο γεγονός ότι, αξιοποιώντας την τηλεοπτική εμπειρία του μαθητή στην παρακολούθηση διαφημίσεων, καλλιεργεί τον κριτικό εγγραμματισμό εξασκώντας τον στο να διαβάζει «ανάμεσα στις γραμμές», «πίσω από την εικόνα της διαφήμισης», εντοπίζοντας κίνητρα, στάσεις και σκοπιμότητες στον διαφημιστικό λόγο. επίσης, καλλιεργείται και ο ψηφιακός εγγραμματισμός, καθώς αξιοποιείται ο Η/Υ και το διαδίκτυο. Η διδασκαλία στηρίζεται στην αρχή του *blended learning*: face2face διδασκαλία και ομαδική έρευνα στο διαδίκτυο.

Γ. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύλληψη και θεωρητικό πλαίσιο

Το θεωρητικό πλαίσιο του σεναρίου στηρίζεται στην αξιοποίηση της επιστήμης της ΨτΛ στη σχολική τάξη. Η ΨτΛ δίνει έμφαση στην ανάλυση του λόγου στην καθημερινή ζωή – επικοινωνία και στηρίζεται σε 3 έννοιες: (α) Κατασκευή, (β) Δράση και (γ) Ρητορεία. Για την ΨτΛ η πραγματικότητα δεν είναι «αντικειμενική», δεν υπάρχει, δηλαδή εκ των προτέρων, αλλά πιστεύει πως κάθε αντικείμενο, κάθε πραγματικότητα κατασκευάζεται (δράση – κατασκευή), καθώς ο ομιλητής μιλάει και αναπτύσσει επιχειρήματα (ρητορεία). Η ΨτΛ προσπαθεί να αναδείξει τη σκοπιμότητα πίσω από την κατασκευή και την ρητορεία.

Βασικό χαρακτηριστικό του διαφημιστικού λόγου είναι το διαφημιστικό μήνυμα που χρησιμοποιεί την πειθώ, η οποία νοείται ως η προσπάθεια του πομπού (εταιρεία παραγωγής διαφημιζόμενου προϊόντος) να πείσει τον δέκτη (καταναλωτή) να αγοράσει το προϊόν. Στην (σχετικά) ευθεία αυτή διαδικασία διαμεσολαβεί το μέσον, το τηλεοπτικό, δηλαδή, κανάλι, το οποίο συνεργάζεται με το διαφημιστικό γραφείο που αναλαμβάνει την προώθηση του προϊόντος. Η ίδια η διαφήμιση με τη σειρά της είναι ένα νέο δευτερεύον (τηλεοπτικό) προϊόν που αναλαμβάνει την προώθηση του πρωταρχικού προϊόντος του πομπού. Αυτό το σύνθετο πλέγμα



σχέσεων αποτελεί ένα πρώτης τάξεως πεδίο εφαρμογής της ΨτΛ, για να αναδείξει τις πολλαπλές σκοπιμότητες πίσω από την σχέση: Πομπός => Μέσον => Μήνυμα => Δέκτης. Στην πραγματικότητα, αυτό που κάνει το διαφημιστικό γραφείο είναι να οπτικοποιεί την πρόθεση – πειθώ του δέκτη με σκοπό την πώληση του προϊόντος (την αγορά του από τους καταναλωτές). Στην περίπτωση αυτή η πραγματικότητα κατασκευάζεται, ειδικά στην περίπτωση όπου δεν υπάρχει ανάγκη, αλλά θα πρέπει να δημιουργηθεί για να πωληθεί το προϊόν (Σχολικό Εγχειρίδιο Νέας Ελληνικής Γλώσσας Γ' Λυκείου, δοκίμιο Α. Τερζάκη, «[Ο μηχανισμός του εξανδραποδισμού](#)»). Στην προσπάθεια, λοιπόν, του διαφημιστικού γραφείου να πωλήσει το προϊόν, κατασκευάζονται πρότυπα τα οποία κρύβουν λανθάνοντες αξιολογικούς χαρακτηρισμούς με σεξιστικά σχόλια, τα οποία συχνά επενδύονται με «λογικά» επιχειρήματα. Η ΨτΛ, λοιπόν, είναι το μεθοδολογικό εργαλείο προσέγγισης του διαφημιστικού λόγου, επειδή το ενδιαφέρον της εστιάζεται στα επιχειρήματα και στον τρόπο με τον οποίο αυτά «κατασκευάζονται» στην καθημερινότητα, όπως στην οικογένεια, στον Τύπο, στη διαφήμιση και αλλού. Επίσης, το ενδιαφέρον εστιάζεται και στην σκοπιμότητα των επιχειρημάτων που προβάλλονται στην τηλεόραση.

Δ. ΣΚΕΠΤΙΚΟ-ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΤΟΥΣ

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

Στο επίπεδο των γνώσεων για τον κόσμο οι μαθητές θα είναι σε θέση να:

- Γνωρίσουν την ΨτΛ ως νέο κλάδο της ψυχολογίας.
- Γνωρίσουν την έννοια του σεξισμού και τον μηχανισμό δημιουργίας προτύπων.
- Κατανοήσουν την έννοια της σκοπιμότητας του διαφημιστικού γραφείου και να την εντοπίσουν στο διαφημιστικό μήνυμα.
- Να κατανοήσουν τι ακριβώς είναι το στερεότυπο στη διαφήμιση.

Στο επίπεδο των στάσεων και της κοσμοθεωρίας, οι μαθητές θα είναι σε θέση να:



- Αναγνωρίζουν τις βλαβερές συνέπειες του σεξισμού εντοπίζοντας τα λανθάνοντα μηνύματα στον διαφημιστικό λόγο.
- Αναπτύξουν τις στρατηγικές που θα τους επιτρέψουν να δούνε κριτικά τον διαφημιστικό – τηλεοπτικό λόγο.
- Καταλάβουν ότι η πειθώ στην διαφήμιση δεν προωθεί τις δίκαιες αλλά τις συμφέρουσες στάσεις στην καθημερινή ζωή.
- Αντιληφθούν τη σημασία της σκοπιμότητας στη διαφήμιση.

Οι μαθητές με την υλοποίηση του σεναρίου θα κατανοήσουν αξίες και ιδεολογίες όπως:

- Η θέση και ο ρόλος της γυναίκας (όπως προβάλλεται στις διαφημίσεις) δεν είναι φυσικός αλλά κοινωνικά κατασκευασμένος και, ως εκ τούτου, υπηρετεί σκοπιμότητες.
- Στην πλειοψηφία της, η διαφήμιση, στην ελληνική τηλεόραση, δεν είναι παρά μία δραστηριότητα χωρίς ηθικούς φραγμούς και χωρίς κώδικες δεοντολογίας και ότι στην προσπάθειά της να πωλήσει οποιοδήποτε προϊόν, θα απευθυνθεί στα κατώτερα ένστικτα του καταναλωτή δημιουργώντας παθητικούς δέκτες.
- Ο σεξισμός της διαφήμισης είναι μορφή ρατσισμού, επομένως, είναι, στην ουσία, μία διαδικασία περιθωριοποίησης – αποκλεισμού – διάκρισης των άλλων με σκοπό την πώληση των προϊόντων.
- Επειδή πίσω από κάθε ρατσιστική ιδεολογία υπάρχει μια ρητορεία που τη στηρίζει, ο σεξισμός – ρατσισμός προσελκύει τον άνθρωπο σε σημείο που να φαίνεται «λογικός», διότι στηρίζεται στη διαδικασία της κατηγοριοποίησης και διάκρισης.
- Στερεότυπα είναι νοητικές αναπαραστάσεις μιας κοινωνικής ομάδας και των μελών της (π.χ.: εφόσον αυτή είναι γυναίκα, είναι λογικό να πλένει τα πιάτα και οι διαφημίσεις να απευθύνονται σε αυτήν). **Η ιδιότητα που αποδίδεται «λογικά» στον άλλον είναι το στερεότυπο.** Στο βαθμό που αυτή η «λογική»



τραβιέται στα άκρα, γίνεται «φυσική». «Είναι «φυσικό» οι γυναίκες να μην μπορούν να διαβάσουν τον χάρτη, γιατί δεν έχουν την αίσθηση του προσανατολισμού»: αυτού του είδους η διατύπωση φαίνεται πως είναι «λογική», «φυσική» και αυτονόητη, κάνοντας ταυτόχρονα τον ρατσισμό που απορρέει από αυτήν να φαίνεται και εκείνος με την σειρά του «λογικό», «φυσικό» και αυτονόητο, ενώ παράλληλα υπονομεύει τις εναλλακτικές εκδοχές του τύπου: «Υπάρχουν γυναίκες εξερευνήτριες με εξαιρετική αίσθηση προσανατολισμού και αίσθησης του χώρου», έτσι ώστε αυτές οι εκδοχές να φαίνονται ως «παράλογες» και «αφύσικες».

Τα στερεότυπα είναι αίτια και αποτέλεσμα προκατάληψης, και σε ότι αφορά την διαφήμιση, είναι κατασκευασμένα με σκοπό την πώληση προϊόντων. Οι στερεοτυπικές εικόνες και οι προκατειλημμένες σκέψεις υπηρετούν κοινωνικές και ιδεολογικές λειτουργίες για την ομάδα που τις χρησιμοποιεί και δεν είναι ούτε «λογικές» ούτε «φυσικές», είναι επιχειρήματα με συγκεκριμένη ρητορεία και συγκεκριμένη σκοπιμότητα. **Η σημασία της διατύπωσης αυτής βρίσκεται στο ότι τα στερεότυπα ανατρέπονται μόνο όταν αναδεικνύεται η σκοπιμότητά τους.**

Γνώσεις για τη γλώσσα

Στο τέλος του σεναρίου οι μαθητές θα είναι σε θέση να γνωρίζουν ότι:

- Οτιδήποτε παράγει νόημα είναι γλώσσα. Με την έννοια αυτή, η τηλεοπτική γλώσσα – μπορεί να στηρίζεται στην εικόνα – όμως, εφόσον παράγει νόημα, είναι μία γλώσσα που έχει σαφές και ταυτόχρονα υπολανθάνον νόημα.
- Η τηλεοπτική – διαφημιστική γλώσσα χρησιμοποιείται τον σεξισμό για να αναπαράγει στερεότυπα με σκοπό την πώληση προϊόντων.
- Η τηλεοπτική – διαφημιστική γλώσσα μπορεί να φτιάξει ένα επιχείρημα το οποίο θα έχει λογικό φορμαλισμό, αλλά θα κάνει νοητικά άλματα για να παράγει μη λογικό νόημα.
- Η τηλεοπτική – διαφημιστική γλώσσα θα χρησιμοποιήσει το συναίσθημα για



να κάμψει τις αντιστάσεις του καταναλωτή με σκοπό την πώληση του προϊόντος.

Γραμματισμοί

Σε ό,τι αφορά τον κριτικό γραμματισμό οι μαθητές θα κατανοήσουν ότι:

- Η διαφήμιση «παράγει» – διαιώνίζει στερεότυπα (τα οποία δεν είναι «φυσικά» ή «λογικά» αλλά φαίνονται ως τέτοια για να πωληθεί το προϊόν).
- Η κοινωνία φέρνει το άτομο αντιμέτωπο με τα στερεότυπα, τα οποία είναι αντιφατικά και αφορούν και τα δύο φύλα (ο σεξισμός χτυπά και τους άντρες).
- Ο τρόπος με τον οποίο το άτομο αντιμετωπίζει τα σεξιστικά στερεότυπα παράγει ή όχι ρατσιστικές ιδεολογίες. Μοναδικός τρόπος άρσης των στερεοτύπων είναι η ανάδειξη της σκοπιμότητάς τους και η δημιουργία της κριτικής σκέψης.

Σε ό,τι αφορά τον ψηφιακό γραμματισμό οι μαθητές θα είναι σε θέση:

- Να «διαβάζουν» τα σεξιστικά στερεότυπα στη διαφήμιση.
- Να χειρίζονται το διαδίκτυο εντοπίζοντας το υλικό που τους ενδιαφέρει, αξιοποιώντας το και φιλτράροντάς το κριτικά.

Διδακτικές πρακτικές

Με την υλοποίηση του σεναρίου και αξιοποιώντας τη βιωματική αρχή στη μάθηση, οι μαθητές θα έχουν την ευκαιρία μαθαίνοντας να καλλιεργήσουν παράλληλα τις μεταγνωστικές, τις αφαιρετικές και τις συνθετικές τους ικανότητες. **Οι μαθητές μαθαίνουν να αναγνωρίζουν τη λειτουργία και τη σκοπιμότητα μιας διαφήμισης, ενώ παράλληλα βλέπουν τον μετασχηματισμό της σε στερεότυπο.** Δουλεύοντας, παράλληλα, σε ομάδες μαθαίνουν να συνεργάζονται για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού, ενώ παράλληλα ελέγχουν και κρίνουν την τμηματική έρευνα ενός γνωστικού αντικείμενου από τις διαφορετικές ομάδες και την τελική του σύνθεση με την διατύπωση ενός συλλογικού συμπεράσματος μέσα στην τάξη. Επίσης, το σενάριο



αυτό αξιοποιεί την προγενέστερη γλωσσική και ερευνητική πείρα των μαθητών, αλλά και την εμπειρία τους ως τηλεθεατές του τηλεοπτικού – διαφημιστικού υλικού. Στον τομέα των στάσεων το σενάριο καλλιεργεί τη συναισθηματική αγωγή των μαθητών, καθώς τους εξοικειώνει με τη συναισθηματική επένδυση που καλύπτει τη σκοπιμότητα της διαφήμισης, ενώ παράλληλα τους βοηθά να καταλάβουν ότι το επιχείρημα δεν είναι μόνο θέμα «σωστής» και «λανθασμένης» άποψης αλλά και θέμα συμφερόντων και σκοπιμοτήτων. επίσης, το σενάριο βοηθά τους μαθητές να συνειδητοποιήσουν τον σημαντικό ρόλο που παίζουν τα στερεότυπα στη καθημερινή τους ζωή.

Ε. ΛΕΠΤΟΜΕΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ

Αφετηρία

Αφόρμηση για τη δημιουργία του σεναρίου αυτού αποτέλεσε αφενός η προσωπική μου θέληση για εκλογίκευση και ερμηνεία των διαφημίσεων στην καθημερινή ζωή και η διάθεσή μου να παρουσιάσω στους μαθητές μερικά νέα και πρωτότυπα εργαλεία ερμηνείας της κοινωνικής ζωής, όπως αυτά που προσφέρει η ΨτΛ. Φιλοδοξώ να δώσω στους μαθητές μερικούς τρόπους ερμηνείας και κριτικού ελέγχου τόσο των διαφημίσεων όσο και του οπτικού λόγου γενικότερα.

Σύνδεση με τα ισχύοντα στο σχολείο

Το σενάριο είναι διαθεματικό και χρησιμοποιεί τους στόχους και τους σκοπούς της διδασκαλίας της θεματικής ενότητας «Τα φύλα στη λογοτεχνία» από το μάθημα της Νεοελληνικής Λογοτεχνίας εισάγοντας τη θεματική ενότητα «Τα φύλα και τα στερεότυπα στην διαφήμιση», προκειμένου να ασκηθούν οι μαθητές και σε άλλα κειμενικά είδη. Με το μάθημα της Νεοελληνικής Γλώσσας το σενάριο συνδέεται με το αναλυτικό πρόγραμμα σπουδών και συγκεκριμένα **με τη θεματική ενότητα ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ** (Διδακτική Ενότητα: VII. Οργάνωση



του λόγου (σελ. 66), Οργάνωση του λόγου και η πειθώ (σελ. 69), Οργάνωση του λόγου και το επιχείρημα (σελ. 70), Οργάνωση του λόγου και η αιτιολόγηση (σελ. 73), **με την θεματική ενότητα Ο ΛΟΓΟΣ** (Διδακτική Ενότητα: I. Προφορικός και γραπτός λόγος: Επισημαίνω τα στοιχεία της ομιλίας (σελ. 92), Ο προφορικός και ο γραπτός λόγος ως μέσα επικοινωνίας (σελ. 96), Απροσχεδιάστος και προσχεδιασμένος λόγος (σελ. 99-103), Το φανερό και το λανθάνον νόημα (σελ. 105) και με την θεματική ενότητα: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ (σελ. 139).

Αξιοποίηση των ΤΠΕ

Οι ΤΠΕ χρησιμοποιούνται ως μεθοδολογικό και μεταγνωστικό εργαλείο στο οποίο οι μαθητές καλούνται να δείξουν αυτά που ξέρουν. Με την αξιοποίηση των ΤΠΕ οι μαθητές γίνονται αποτελεσματικότεροι χρήστες και, παράλληλα, τους δίνεται μια ευκαιρία όχι μόνο να εκφραστούν ψηφιακά, αλλά και να αναπτύξουν μία γνωστική πτυχή στην προσπάθεια δόμησης του «ψηφιακού» εαυτού, κάτι που άλλωστε είναι και η ουσία του ψηφιακού γραμματισμού.

Κείμενα

Για τις ανάγκες του σεναρίου έχει δημιουργηθεί μία ιστοσελίδα την οποία καλούνται οι μαθητές να μελετήσουν. Η ιστοσελίδα έχει τον τίτλο: [«genderstudies Τα φύλα στη λογοτεχνία»](#) και έχει αποδελτιωμένο το εξής υλικό:

Άρθρο: [«Θεωρία περί φύλου και σεξισμού»](#)

Λήμμα: [«Λέξεις για την ισότητα και την διαφορά»](#) & [«Σεξισμός»](#)

Άρθρο: [«Γλώσσα και Φύλο»](#)

Άρθρο: [«Επιστολή Sinead O' Connor στην Miley Cyrus»](#)

Άρθρο: [«Σεξιστικές συμπεριφορές στη βουλή»](#)

Άρθρο: [«Δημόσιος θηλασμός»](#)

Άρθρο: [«Γόβα, μαλλί, διαγραφή»](#)

Άρθρο: [«Στον αστερισμό του σεξισμού»](#)

Άρθρο: [«Ο έρωτας της ζωής και η πορνογραφία της διαφήμισης»](#)



Διαφημίσεις εταιρειών από το διαδίκτυο και Video Clips:

[Miley Cyrus, Wrecking Ball](#) & [Sinead O' Connor, Nothing compares to you](#)

[JACOBS Flavours Βρες τη γεύση σου](#) & [JACOBS Flavours Βρες τη γεύση σου](#)

[ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ VODAFONE SYNOIKESIO](#)

[ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ VODAFONE - NEO SMARTPHONE ΚΑΘΕ ΧΡΟΝΟ...-1](#)

[COSMOTE – Οικογενειακό Πακέτο – Παρ_ ολίγον τροχαίο](#)

[COSMOTE Οικογενειακό Πακέτο – Παντρεμένοι με παιδιά](#)

[COSMOTE HOT DOG 2 \(ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ 2012\) NEW](#)

[Sexism 1 – Diafimisi Germanos-Mpamies\[Money Back\]](#)

[Sexism 2 – Pali mpamias](#)

[Vodafone – The kiss](#)

[Οδηγός καλής νοικοκυράς!](#)

Διαδραστική πορεία/στάδια/φάσεις

Στάδιο 1^ο (δύο διδακτικές ώρες)

1^η ώρα (45 λεπτά)

Το σενάριο ξεκίνησε στη σχολική τάξη, στο μάθημα της Νεοελληνικής Γλώσσας. Ξεκίνησα γράφοντας τον τίτλο στον πίνακα: «*ΤΑ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ ΤΩΝ ΔΥΟ ΦΥΛΩΝ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ*». Επειδή το σενάριο είναι διαθεματικό και σχετίζεται με τη θεματική ενότητα «Τα Φύλα στη Λογοτεχνία» και επειδή παράλληλα επιθυμούσα να ανιχνεύσω τις μεταγνωστικές ικανότητες των μαθητών μου, τους επεσήμανα προφορικά ότι με το σενάριο αυτό θα έχουμε την ευκαιρία να θυμηθούμε ξανά όσα είχαμε συζητήσει στο α' τετράμηνο στο μάθημα της Νέας Ελληνικής Λογοτεχνίας. Επίσης, πολύ πριν την εφαρμογή του σεναρίου και κατά τη διάρκεια της χρονιάς, είχα δώσει στους μαθητές μια αόριστη υπόσχεση ότι «μια μέρα θα κάνουμε και ένα μάθημα ψυχολογίας». Την ημέρα της εφαρμογής του σεναρίου ξεκίνησα με τη φράση ότι σήμερα είναι η μέρα που θα κάνουμε ψυχολογία και ότι το σενάριο και οι ομαδικές και ατομικές εργασίες που θα κάνουμε έχουν σχέση με την ψυχολογία,



θέλοντας με τον τρόπο αυτό να εξασφαλίσω τη θετική στάση των μαθητών απέναντι στο σενάριο, δεδομένου του ότι οι μαθητές – λόγω εφηβείας – αρέσκονται στο να ασχολούνται με οτιδήποτε έχει σχέση με την επιστήμη της λογοτεχνίας. Στον πίνακα, κάτω από τον τίτλο, έγραψα τα θέματα που θα μελετούσαμε:

- Ψυχολογία του Λόγου (κατασκευή – δράση – ρητορεία)
- Η έννοια της σκοπιμότητας
- Η διάκριση της άποψης από το επιχείρημα
- Σεξισμός – Στερεότυπα - Πορνογραφία
- Διαφήμιση: Γλώσσα και λειτουργία

Με την αναγραφή των λέξεων «σεξισμός» και «πορνογραφία» άρχισαν τα πρώτα γέλια και οι αμήχανες ματιές των μαθητών. Ακούστηκαν σποραδικές φωνές και σχόλια του τύπου «θα κάνουμε σεξ!», «θα δούμε τσόντες!». Με πολύ σοβαρότητα και ατάραχο ύφος τους είπα ότι ο σεξισμός δεν έχει σχέση με τη λέξη σεξ και ότι η λέξη sex είναι λατινική και βγαίνει από το λατινικό επίθετο «sexus» (το γράφω στον πίνακα) το οποίο σημαίνει «το φύλο (αρσενικό ή θηλυκό)» το οποίο με τη σειρά του βγαίνει από το λατινικό ρήμα «seco» που σημαίνει «χωρίζω», «κόβω» και «διακρίνω». Τόνισα ότι ο σεξισμός έχει αρνητική σημασία, γιατί φτιάχνει στερεότυπα, αλλά ήμουν πολύ φειδωλός στις διευκρινίσεις μου, διότι δεν ήθελα να «προδώσω» αυτό που έπρεπε να ανακαλύψουν στη συνέχεια οι μαθητές. Η όλη μου παρέμβαση είχε γενικά το χαρακτήρα της επαναφοράς στη σοβαρότητα της στιγμής και της αναγκαιότητας για τη συγκέντρωση των μαθητών στους σκοπούς και τους στόχους του σεναρίου. Τόνισα, λοιπόν, ότι θα μιλήσουμε για την ψυχολογία και όχι για το σεξ, έκανα μία σύντομη εισαγωγή λέγοντας ότι θα μελετήσουμε μερικά άρθρα και διαφημίσεις και έπειτα μοίρασα στους μαθητές το [εισαγωγικό φυλλάδιο παρουσίασης βασικών εννοιών](#) της ΨτΛ.

Διαβάσαμε το πρώτο δημοσίευμα με το περιστατικό της Ντόρις Λέσινγκ (τους είπα και λίγα λόγια για τη μεγάλη αυτή γυναίκα που είχε πεθάνει πρόσφατα και τους



παρέπεμψα να ψάξουν για αυτήν, αν το επιθυμούν, για ένα άρθρο που έγραψα στο τοπικό blog [arive](#)) και στη συνέχεια συζητήσαμε γύρω από τα εξής ερωτήματα:

- Τι είναι αυτό που σοκάρει την κ. Λέσινγκ σύμφωνα με το άρθρο;
- Ποια είναι η άποψη της δασκάλας για την αιτία του πολέμου;
- Με ποιο επιχείρημα στηρίζει την άποψή της;
- Πως αντέδρασαν οι μαθητές στις απόψεις της δασκάλας τους;
- Η κ. Λέσινγκ φαίνεται να συμφωνεί ή να διαφωνεί με την δασκάλα;

Οι μαθητές εντόπισαν σωστά τα θέματα που θίγουν οι ερωτήσεις και μετά έγραψα στον πίνακα το επιχείρημα της δασκάλας με τη μορφή της τυπικής προτασιακής λογικής:

1^η προκείμενη: Όλους τους πολέμους ιστορικά τους ξεκινάει άντρας.

2^η προκείμενη: Οι άντρες είναι εκ φύσεως βίαιοι.

Συμπέρασμα: Επομένως, για τους πολέμους ευθύνεται η βίαιη φύση των ανδρών.

Επανειλημμένα σε όλη τη διάρκεια του σεναρίου τόνιζα στους μαθητές ότι στην ΨτΛ δεν ενδιαφερόμαστε αν η δασκάλα είχε δίκιο ή άδικο, αλλά μας νοιάζει το γιατί η δασκάλα χρησιμοποίησε αυτό το επιχείρημα μπροστά στη Ντόρις Λεσινγκ. Οι μαθητές είπαν ότι το επιχείρημα της δασκάλας στηρίζεται στην επιθετική φύση των αντρών και ότι η δασκάλα πιστεύει ότι, επειδή οι άντρες είναι βίαιοι, γι' αυτό γίνονται οι πόλεμοι. Με αφορμή αυτήν τη παρατήρηση των μαθητών, έδραξα την ευκαιρία και μια πρώτη αναφορά στον όρο σεξισμός: η δασκάλα παίρνει ένα ανθρώπινο χαρακτηριστικό (την επιθετικότητα) και την «κολλάει» πάνω σε ένα μόνο φύλο (τους άντρες). Έτσι φτιάχνει ένα στερεότυπο και εξηγεί τα αίτια των πολέμων. Γράφω λοιπόν στον πίνακα:

- **Άποψη** είναι αντίληψη που έχω για τον κόσμο: «η επιθετικότητα είναι αντρικό χαρακτηριστικό».
- **Επιχείρημα** είναι η γλώσσα, είναι ο συλλογισμός που κάνω στο μυαλό μου, για να στηρίξω την άποψη που ήδη έχω: «οι πόλεμοι στον κόσμο γίνονται, επειδή οι άντρες είναι επιθετικοί».



Επομένως, η εικόνα που έχω στο μυαλό μου για τους ανθρώπους είναι μια κατασκευή (έχω κατασκευάσει στο μυαλό μου διάφορες απόψεις για τον κόσμο) και η γλώσσα μου μετά φτιάχνει επιχειρήματα για να στηρίξει τις απόψεις που έχω στο μυαλό μου.

Ένας μαθητής με ρώτησε αν οι αντιλήψεις φτιάχνουν τα στερεότυπα ή αν τα στερεότυπα φτιάχνουν τις αντιλήψεις. Ομολογώ ότι μια τέτοια ερώτηση με ξάφνιασε και δυσκολεύτηκα να την απαντήσω. Εκείνο που είπα είναι ότι είναι δύσκολο να ξέρουμε τι ξεκινάει πρώτο, αλλά εκείνο που είναι ξεκάθαρο είναι ότι ο άνθρωπος έχει την τάση να διαλέγει στάσεις και συμπεριφορές που τείνουν ή ταυτίζονται με τα πιστεύω του και τις αντιλήψεις του και ότι η γλώσσα μας προσπαθεί πάντα να δικαιολογήσει αυτά που πιστεύουμε. Οπότε, δεν πιστεύουμε κάτι επειδή είναι σωστό, αλλά προσπαθούμε να βάζουμε το μυαλό μας να δικαιολογήσει ως «σωστό» οτιδήποτε πιστεύουμε εξ αρχής!

Η απάντησή μου δε φάνηκε να ικανοποιεί τον μαθητή, οπότε του έδωσα ένα παράδειγμα από την καθημερινή ζωή: οι άνθρωποι έχουμε γενικά την τάση να χωρίζουμε τον κόσμο σε κατηγορίες. Κάθε κατηγορία έχει τα δικά της χαρακτηριστικά. Επειδή, λοιπόν, οι Έλληνες συνήθως είναι χριστιανοί ορθόδοξοι και επειδή οι Ιταλοί είναι συνήθως χριστιανοί καθολικοί, έχουμε την τάση αυτό το «συνήθως» να το γενικεύουμε. Μας φαίνεται, λοιπόν, «λογικό» να «είμαστε εμείς οι Έλληνες χριστιανοί» και αν βρεθεί ένας «άθεος Έλληνας», τότε αυτό φαίνεται «παράλογο» ή «μη φυσιολογικό», δηλαδή «ανώμαλο». Οι φράσεις «λογικό» – «παράλογο» – «φυσιολογικό» – «ανώμαλο» είναι ρατσιστικές κρίσεις. Τα στερεότυπα είναι εικόνες που έχουμε στο μυαλό μας για τους άλλους (είναι φυσιολογικό εμείς να είμαστε ορθόδοξοι και οι άλλοι να είναι καθολικοί) και αυτές οι εικόνες (της σκέψης) είναι που οδηγούν (τη γλώσσα) σε ρατσιστικές κρίσεις.

Στη συνέχεια ο ίδιος μαθητής, από τα λεγόμενα, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι πρόκειται για έναν φαύλο κύκλο, όπου τα στερεότυπα φτιάχνουν τον ρατσισμό και ο ρατσισμός τα στερεότυπα. Τότε μία μαθήτρια ρώτησε πως ξεφεύγουμε από τον



φαύλο κύκλο. Συγκεκριμένα ρώτησε: «πως είναι δυνατόν να σκεφτόμαστε χωρίς ρατσισμό και χωρίς στερεότυπα» και πήρα την ευκαιρία λέγοντας ότι αυτό θα δούμε στο σενάριό μας και ότι ένας τρόπος για να διώξουμε τον ρατσισμό από το μυαλό μας είναι να σταματήσουμε να σκεφτόμαστε με όρους «σωστό» ή «λάθος». Τόνισα ότι η ΨτΛ δεν ενδιαφέρεται για το «σωστό» ή «το λάθος», επειδή κάθε άνθρωπος από τη μεριά του δίκιο έχει (γενικά η διάκριση «σωστό» και «λάθος» είναι χαρακτηριστικό γνώρισμα της παιδικής σκέψης), αλλά η ΨτΛ ενδιαφέρεται για τη σκοπιμότητα που κρύβεται πίσω από το επιχείρημα: δεν με ενδιαφέρει τι λες, αλλά γιατί το λες και (το κυριότερο) γιατί λες αυτό και δεν λες κάτι άλλο.

Με τον τρόπο αυτό μπήκα στις βασικές έννοιες της ΨτΛ: κατασκευή, δράση και ρητορεία. Μετά χωριστήκαμε, όπως προβλέπει το σενάριο, σε έξι ομάδες των τεσσάρων ατόμων: η πρώτη ομάδα παρουσίασε την έννοια της κατασκευής, η δεύτερη της δράσης, η τρίτη της ρητορείας, η τέταρτη και η πέμπτη ομάδα δραματοποίησαν θεατρικά την απομαγνητοφωνημένη συζήτηση της σελίδας τρία και η έκτη ομάδα μελέτησε το δημοσίευμα της εφημερίδας *NEA HMEPA*, του 1928 προσπαθώντας να εντοπίσει ποια είναι η άποψη και ποιο το επιχείρημα του συγγραφέα.

Κατά τη διάρκεια της ομαδικής εργασίας κινιόμουν ανάμεσα στις ομάδες, αλλά δε φάνηκαν οι μαθητές να χρειάζονται ιδιαίτερη ανατροφοδότηση. Με ρώτησαν αν με την ρητορεία εννοούμε τη γλώσσα και τους απάντησα «ναι, την γλώσσα και τα επιχειρήματα», όπως επίσης με ρώτησαν και τι είναι η δράση και τους απάντησα ότι «δράση είναι κάθε πράξη που κάνουμε για να στηρίξουμε την ρητορεία που εκφράζουμε και την κατασκευή που έχουμε στο μυαλό μας».

2^η ώρα (45 λεπτά)

Στην δεύτερη ώρα διατηρήσαμε τις ομάδες, καθώς παρουσίαζαν κατέγραφα τις απαντήσεις τους στον πίνακα, τις οποίες τις κωδικοποίησα μετά από σύντομη



συζήτηση με την ολομέλεια της τάξης. Έδωσα, επίσης, την οδηγία στους μαθητές να κρατάνε σημειώσεις στα τετράδιά τους. Στον πίνακα γράψαμε:

- *Κατασκευή είναι οι απόψεις που φτιάχνουμε στο μυαλό μας για τον κόσμο.*
- *Ρητορεία είναι τα επιχειρήματα με τα οποία δικαιολογούμε τις απόψεις μας για τον κόσμο έτσι ώστε να μας φαίνονται «λογικές» – «καλές» – «σωστές».*
- *$K + P =$ Στερεότυπο (κατασκευή και δράση μαζί φτιάχνουν τα στερεότυπα για τον κόσμο) Αν κάτι είναι εκτός του στερεότυπου το θεωρούμε «ανώμαλο». Τα στερεότυπα μας οδηγούν σε δράσεις.*
- *Δράση είναι οτιδήποτε κάνω για να στηρίξω το στερεότυπο ($\Delta \Leftrightarrow \Sigma = K + P$), π.χ. η εκφώνηση ενός λόγου, η δημοσίευση ενός άρθρου, η συζήτηση με φίλους, γονείς, συγγενείς κ.α.».*

Μετά την δραματοποίηση της τέταρτης και πέμπτης ομάδας ρώτησα:

- Με βάση τα όσα ακούστηκαν, τι είναι «φυσικό»; («φυσικό» είναι οτιδήποτε στηρίζει το στερεότυπο, «αφύσικο» ή «ανώμαλο» οτιδήποτε το ανατρέπει).
- Ποιο είναι το επιχείρημα του Δασκάλου στο θέμα του πολέμου;

Καθώς οι μαθητές απαντούσαν έγραψα στον πίνακα την συλλογιστική σε στήλες:

<i>Επιχείρημα 1 (1^η στήλη)</i>	<i>Επιχείρημα 2 (2^η στήλη)</i>
<i>1^η προκειμένη: Οι άνθρωποι έχουν εκ φύσεως ζωώδη ένστικτα.</i>	<i>1^η προκειμένη: Στην Αμερική ζούνε άνθρωποι που έχουν εκ φύσεως πολεμική συμπεριφορά.</i>
<i>2^η προκειμένη: Τα ζωώδη ένστικτα οδηγούν σε πολεμική συμπεριφορά.</i>	<i>2^η προκειμένη: Στον Καναδά ζούνε άνθρωποι που έχουν εκ φύσεως επιθετική – βίαιη – πολεμική συμπεριφορά.</i>
<i>Συμπέρασμα 1: Άρα οι άνθρωποι έχουν εκ φύσεως την πολεμική συμπεριφορά.</i>	<i>Εμπειρική Παρατήρηση: Η Αμερική δεν κάνει πόλεμο με τον Καναδά, επομένως τα ζωώδη ένστικτα δεν μπορούν να ευθύνονται για τους</i>
<i>Συμπέρασμα 2: Είναι φυσικό η Αμερική να κάνει πόλεμο με το Ιράκ.</i>	



	πολέμους.
--	-----------

Στη συνέχεια είπα στους μαθητές ότι και τα δύο επιχειρήματα είναι «σωστά», αλλά στην ΨτΛ δεν μας νοιάζει αυτό, αλλά μας νοιάζει **(α) ποιοι άνθρωποι θα υποστήριζαν το επιχείρημα της πρώτης και ποιοι της δεύτερης στήλης;** (πολεμοκάπηλοι το πρώτο, ειρηνιστές το δεύτερο) **(β) ποια σκοπιμότητα κρύβει το πρώτο και ποια το δεύτερο επιχείρημα;** (την έναρξη του πολέμου το πρώτο, την παύση του το δεύτερο). Στη συνέχεια συζητήσαμε θέματα όπως:

- Ποιος ευθύνεται για τους πολέμους; (ο πόλεμος δεν είναι «φυσικός», προβάλλεται ως «φυσικός» – «είναι στη φύση του ανθρώπου» – για να κρύψει το κέρδος πίσω από την «φυσικότητα»).
- Αν ακούγαμε μια συζήτηση κάποιον να υποστηρίζει το επιχείρημα της πρώτης στήλης και κάποιον το επιχείρημα της δεύτερης, τι συμπεράσματα θα βγάλαμε γι' αυτούς;

Στην παρουσίαση της έκτης ομάδας έφτιαξα έναν πίνακα με τρεις οριζόντιες και δύο κάθετες στήλες και κατέγραψα στον πίνακα τις παρατηρήσεις της:

Κατασκευή	<i>Ο ανώνυμος συγγραφέας έχει φτιάξει μια εικόνα στο μυαλό του: «οι γυναίκες δεν πρέπει να ψηφίζουν»</i>
Ρητορεία	<i>1^η προκείμενη: Οι εκλογές είναι σοβαρή διαδικασία και χρειάζεται ψυχραιμία. 2^η προκείμενη: Όταν οι γυναίκες έχουν περίοδο δεν είναι ψυχραιμες Συμπέρασμα: Οι γυναίκες δεν πρέπει να ψηφίζουν</i>
Δράση	<i>Η δημοσίευση του άρθρου στην εφημερίδα ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ το 1928 είναι δράση.</i>

Όπως ήταν αναμενόμενο, οι μαθητές και ειδικά οι πιο μαχητικές νεαρές μαθήτριες εξέφρασαν χαρακτηρισμούς και αρνητικά σχόλια στον συντάκτη του άρθρου.



Αποφεύγοντας επικρίσεις και συναισθηματισμούς αντιδράσεις τόνισα – ξανά – ότι «σαν ψυχολόγοι που είμαστε (!)» δεν μας ενδιαφέρει αν έχει δίκιο ή άδικο – προφανώς ο συντάκτης του άρθρου από τη μεριά του έχει δίκιο – αλλά μας ενδιαφέρει η σκοπιμότητά του: γιατί το γράφει αυτό το άρθρο και τι θέλει να πετύχει με αυτό. Επίσης, σύμφωνα με τις οδηγίες του σεναρίου, παρατήρησα ότι εκείνο που πραγματικά είναι ηθικά επιλήψιμο είναι το γεγονός ότι δεν αναφέρει το όνομα του «διαπρεπούς επιστήμονα» που επικαλείται και ότι τα άρθρα που δεν επιβεβαιώνουν τις πηγές τους είναι συνήθως ψευδή. Από τα σχόλια των μαθητών φάνηκε ξεκάθαρα ότι ο συντάκτης άρθρου, επίτηδες, χρησιμοποιεί τη γυναικεία περίοδο για να αποκλείσει τις γυναίκες από την ψήφο και κάνει τον αποκλεισμό να φαίνεται «φυσικός».

Με τον τρόπο αυτό έκλεισα και το πρώτο στάδιο του σεναρίου αναφέροντας και γράφοντας στον πίνακα ότι το επιχείρημα δεν είναι μια ουδέτερη γλωσσική κατασκευή και ότι δεν μιλάμε «αντικειμενικά», όταν μιλάμε με επιχειρήματα, αλλά ότι με τα επιχειρήματα δικαιολογούμε την υποκειμενική μας άποψη που έχουμε για τον κόσμο. Σύμφωνα με τις επιταγές του σεναρίου, οι οδηγίες μου και η θετική ενίσχυση στους μαθητές έγιναν με φράσεις του τύπου: «Μην κοιτάτε τι είναι σωστό και τι είναι λάθος», «Δεν μας ενδιαφέρει αν έχει δίκιο ή άδικο», «Μην σκέφτεστε με όρους ‘καλό’ – ‘κακό’», «Ο καθένας από την δική του οπτική γωνία έχει δίκιο», «Οτιδήποτε έχει ειπωθεί σε αυτόν τον κόσμο είναι σωστό αν το δούμε μέσα στο πλαίσιο στο οποίο ειπώθηκε», «Η ΨτΛ ενδιαφέρεται για την σκοπιμότητα», «Τι σκοπό θα είχα αν ήμουν υπέρ ή κατά του άρθρου του 1928;», «Ποιοι άνθρωποι θα υποστήριζαν ή θα απέρριπταν το συγκεκριμένο άρθρο;», «Αν έχετε καταλάβει την έννοια της σκοπιμότητας τότε είστε ένα βήμα πιο κοντά στην κριτική σκέψη».

Αξιολόγηση: Στο στάδιο αυτό αξιολογείται η συμμετοχή των μαθητών και η ικανότητά τους να λειτουργούν σε ομάδες και να συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία. Είναι πολύ σημαντικό να μπορούν να δείξουν οι μαθητές με την προφορική συμμετοχή τους ότι (σημεία που πρέπει να αξιολογήσει ο εκπαιδευτικός):



- Κατανόησαν την διαφορά άποψης και επιχειρήματος.
- Εντόπισαν τα κομβικά σημεία των δύο δημοσιευμάτων (επιθετική φύση των ανδρών ως υπαιτιότητα για τον πόλεμο, η έμμηνος ρύση ως σημείο αποκλεισμού των γυναικών από τα πολιτικά τους δικαιώματα).
- Παρατήρησαν την εξέλιξη του συλλογισμού της προτασιακής λογικής.
- Αντιλήφθηκαν την έννοια της σκοπιμότητας.
- Κατανόησαν τη διάκριση των εννοιών της ΨτΛ.
- Εξέφρασαν την προσωπική τους άποψη (τη συμφωνία ή τη διαφωνία τους).

Στάδιο 2^ο (δύο διδακτικές ώρες)

Το δεύτερο δίωρο της υλοποίησης του σεναρίου εκτυλίχθηκε στο εργαστήριο πληροφορικής. Οι μαθητές χωρίστηκαν σε έξι ομάδες των τεσσάρων ατόμων, όμως, επειδή ένας συνάδελφος απουσίαζε και επειδή πολλοί μαθητές έλειπαν σε αθλητικές εκδηλώσεις, έγινε συνδιδασκαλία με άλλο τμήμα, το οποίο δεν με είχε ως εκπαιδευτικό σε κανένα μάθημα και οι μαθητές του νέου δεν είχαν παρακολουθήσει το προηγούμενο μάθημα με τις βασικές αρχές της ΨτΛ. Για να αντιμετωπίσω ενδεχόμενα προβλήματα, χώρισα τις ομάδες, έτσι ώστε σε κάθε ομάδα να υπάρχει τουλάχιστον ένας μαθητής που είχε παρακολουθήσει το προηγούμενο μάθημα. Λόγω της αναστάτωσης, χάθηκε αρκετός χρόνος στην αρχή και έδωσα χειρόγραφα και εκτυπωμένα τα φύλλα εργασίας, αλλά οι μαθητές κάθισαν στους σταθμούς εργασίας και είδαν το κόμικ και το ζητούμενο άρθρο on line. Στην πρώτη ώρα μελετήσαμε το κόμικ με τίτλο «[Θεωρία περί φύλου και σεξισμός](#)». Ήταν αρκετά δύσκολο να συντονίσω τις νέες ομάδες, ειδικά με τους νέους μαθητές που δεν με γνώριζαν και, επειδή είχε χαθεί σημαντικός χρόνος, αντί να δώσω δέκα λεπτά χρόνο στη μελέτη του κόμικ, ξεκίνησα να γράφω τις ερωτήσεις στον πίνακα και ζήτησα από τις ομάδες να μελετήσουν το κόμικ και να απαντήσουν στις ερωτήσεις του πίνακα:

- Ποια είναι η διαφορά του βιολογικού από το κοινωνικό φύλο;
- Τι είναι σεξισμός;



- Πως γίνονται οι άντρες και οι γυναίκες αντικείμενα στην διαφήμιση;

Οι μαθητές του τμήματός μου απάντησαν στα ερωτήματα, ενώ οι μαθητές από το νέο τμήμα παρέμεναν βουβοί, με ελάχιστες εξαιρέσεις. Οι απαντήσεις που δόθηκαν στα ερωτήματα ήταν τα εξής (τις έγραψα και στον πίνακα):

- Βιολογικό Φύλο = αποτέλεσμα DNA (εκ φύσεως) – Κοινωνικό Φύλο = Κοινωνικά κατασκευασμένο (συμβάσεις – συνήθειες – στερεότυπα).
- Τα κοινωνικά φύλα προβάλλονται ως «φυσικά», για να διαιωνίσουν στερεότυπα.
- Τα στερεότυπα οδηγούν στον ρατσισμό και είναι μορφή κοινωνικού ελέγχου.
- Σεξισμός = ρατσισμός. Σεξισμός = η τάση των ανθρώπων να χρησιμοποιούν ανατομικές – βιολογικές διαφορές, για να διαιωνίσουν αρνητικά στερεότυπα και, έτσι, να διατηρήσουν την μορφή εξουσίας απέναντι στο άλλο φύλο.
- Ο σεξισμός στη διαφήμιση κάνει τη γυναίκα και τον άντρα αντικείμενο.
- Τους κάνει αντικείμενα με το να προβάλλει τις ερωτογενείς τους ζώνες και να τις ταυτίζει με το διαφημιζόμενο προϊόν.
- Η διαφήμιση: (α) φτιάχνει σεξιστικά στερεότυπα για να πουλήσει ένα προϊόν, (β) χρησιμοποιεί τα σεξιστικά στερεότυπα που ήδη υπάρχουν για να πουλήσει ένα προϊόν και (γ) χρησιμοποιεί την πορνογραφία για να πουλήσει ένα προϊόν.

Στο σημείο αυτό χρειάστηκε να κάνω ένα «πισωγύρισμα» για να ξανακάνω την ετυμολογία του σεξισμού και της πορνογραφίας (γράφοντάς την στον πίνακα) στα νέα μέλη των ομάδων και με τον τρόπο αυτό ο πάγος είχε σπάσει. Έπειτα, τους έδωσα την οδηγία να δούνε τη διαφήμιση της [Vodafone – The kiss](#) και να επισκεφτούν το τοπικό blog [arive](#) και να βρουν το άρθρο με τίτλο «[Ο έρωτας της ζωής και η πορνογραφία της διαφήμισης](#)» και να απαντήσουν στις δραστηριότητες του φύλου εργασίας. Πράγματι, οι ομάδες βρήκαν το άρθρο και άρχισαν να το



μελετάνε, όμως δεν έμεινα ευχαριστημένος και γιατί δεν είχε μείνει πολύς χρόνος (κάποιες ερωτήσεις έμειναν για την επόμενη ώρα μετά το διάλειμμα) και γιατί είχα την εντύπωση ότι οι μαθητές δεν χάρηκαν το κόμικ ούτε και το μελέτησαν όσο αρχικά επιδίωκα και ήλπιζα. Παρότρυνα τους μαθητές να το μελετήσουν και στο σπίτι και με διαβεβαίωσαν ότι θα το κάνουν. Γενικά η αίσθηση που είχα ήταν ότι όλα έγιναν γρήγορα, ότι μίλησα περισσότερο από όσο έπρεπε, ότι κατηύθυνα τους μαθητές και ότι δεν αυτενέργησαν όσο αρχικά είχα προγραμματίσει. Εν τούτοις, ένιωσα ότι κέρδισα το ενδιαφέρον των νέων μελών ελπίζοντας ότι θα τους ενεργοποιήσω την επόμενη ώρα.

2^η ώρα (45 λεπτά)

Μετά το διάλειμμα οι μαθητές κάθισαν ξανά στις θέσεις εργασίας τους και συνέχισαν να μελετούν το άρθρο απαντώντας στις ερωτήσεις. Το παρήγορο ήταν ότι, ενώ τα νέα μέλη των ομάδων μπορούσαν να πάνε στο μάθημα που είχαν αυτή την ώρα, εντούτοις διάλεξαν να παραμείνουν μαζί μας και να κάνουν την εργασία (φοβόμουν ότι, ενώ ξεκίνησαν να διαβάζουν το άρθρο και να δουλεύουν σε αυτό, την επόμενη ώρα δεν θα είχα ούτε καν την φυσική τους παρουσία στην τάξη). Συμφώνησα να μείνουν στο εργαστήριο με την προϋπόθεση ότι θα εργαστούν σύμφωνα με το σενάριο και θα συμπεριφέρονται κόσμια, ενώ παράλληλα κανόνισα και με τον απουσιολόγο της τάξης να μιλήσει στον συνάδελφο και να μην μούνε οι απουσίες, διότι εγώ θα απασχολούσα τους μαθητές και των δύο τμημάτων. Πράγματι δεν υπήρξε πρόβλημα, οι νέες ομάδες δούλεψαν μια χαρά. Και οι παρουσιάσεις κύλησαν εξίσου καλά. Οι απαντήσεις των μαθητών που κατέγραψα στον πίνακα μετά τις παρουσιάσεις τους ήταν οι εξής:

- *Πορνογραφία – Ετυμολογία: από το ρήμα πέρνημι = πουλάω.*
- *Πορνογραφία – Φράση Αριστοφάνη: «Τα πάντα pérnatai» (όλα πωλούνται).*
- *Πορνογραφία – ορισμός Merriam Webster: «απεικόνιση πράξεων με συγκλονιστικό τρόπο ώστε να ξυπνήσει μια γρήγορη – έντονη αντίδραση».*



- Πορνογραφία δεν είναι το γυμνό σώμα αλλά η εκμετάλλευση του γυμνού σώματος για το χρηματικό κέρδος (εμπορία).
- Διαφήμιση Vodafone = απεικόνιση πράξεων με συγκλονιστικό τρόπο (ερωτευμένοι που γερνάνε σε δευτερόλεπτα), ώστε να ζυπνήσει μια γρήγορη – έντονη αντίδραση (ελέγχω χρόνο = πουλάω χρόνο ομιλίας).

Στο σημείο αυτό του άρθρου σταθήκαμε περισσότερο: «Το να πάρεις όμως αυτή τη διαδικασία, το να πάρεις δηλαδή τον έρωτα που δοκιμάζεται στο πέραςμα του χρόνου και στη συνέχεια – με οπτικά εφέ – να επιβάλλεσαι πάνω σε αυτόν τον χρόνο, να τον αφαιρείς και να 'γερνάς' απότομα τους ερωτευμένους για να πουλήσεις περισσότερα λεπτά ομιλίας, για ένα μέσο που στην πραγματικότητα σε χωρίζει από την άμεση επαφή με τον αγαπημένο σου (όπως είναι το τηλέφωνο!), αυτό ακριβώς είναι πορνογραφία: 'η απεικόνιση των πράξεων με ένα συγκλονιστικό τρόπο έτσι ώστε να ζυπνήσει μια γρήγορη έντονη συναισθηματική αντίδραση'. Το να αφαιρέσεις όμως από το φιλί και την αγκαλιά, τον χρόνο που απαιτείται για να φτάσεις σε αυτά, **το να συρρικνώσεις τον χρόνο** (γύρω από το φιλί και την αγκαλιά) **για να πουλήσεις χρόνο** (ομιλίας ή οδοντόπαστες ή κατεψυγμένα λαχανικά κλπ), εδώ ακριβώς είναι η πορνογραφία. Και μάλιστα η πορνογραφία με 'υψηλή καλαισθησία': χωρίς να δείξεις ούτε λίγο γυμνό! «Τα πάντα πέρνεται», όπως έλεγε και ο Αριστοφάνης».

Οι μαθητές εξεπλάγησαν και αυτό φάνηκε στις αντιδράσεις τους. Ακούστηκαν σχόλια του τύπου: «Ποτέ δεν το φανταζόμουν αυτό», «Τόσες φορές είδα τη διαφήμιση, χαμπάρι δεν πήρα», «Δεν το κατάλαβα όταν έβλεπα την διαφήμιση», «Δεν τα ήξερα αυτά τα πράγματα», «Εσείς κύριε όταν βλέπετε τις διαφημίσεις αυτά προσέχετε;», «Κι εγώ που νόμιζα ότι η διαφήμιση είναι ωραία...», «Κύριε, πως θα γίνει να τα καταλαβαίνουμε αυτά που μας περνάνε;». Στο σημείο αυτό διευκρίνισα τα εξής:

- Η συγκεκριμένη διαφήμιση σαν έργο τέχνης έχει εξαιρετική αισθητική. Αυτό δεν είναι ηθικά επιλήψιμο. Το πρόβλημα βρίσκεται στην εκμετάλλευση του φιλιού για εμπορικούς λόγους.



- Η διαφήμιση (και κάθε είδους διαφήμιση) θα το κάνει αυτό: θα απεικονίσει πράξεις με συγκλονιστικό τρόπο, για να ξυπνήσει μια έντονη αντίδραση (κάτι που είναι πορνογραφία σύμφωνα με τον ορισμό της Webster). Στο σημείο αυτό μια μαθήτρια παρατήρησε: «Ε, τότε κύριε, σύμφωνα με το σκεπτικό σας όλα είναι πορνογραφία στον κόσμο!» και αμέσως κι εγώ της απάντησα: «Γι' αυτό και ο Αριστοφάνης από τότε ακόμη έλεγε 'Τα πάντα πέρνεται!」»
- Η πορνογραφία δεν είναι στο γυμνό σώμα ούτε στο φιλί ούτε στην αγάπη και στον σωματικό έρωτα, αλλά στην εμπορική εκμετάλλευσή τους: *«το να συρρικνώνεις τον χρόνο (γύρω από το φιλί και την αγκαλιά) για να πουλήσεις χρόνο (ομιλίας ή οδοντόπαστες ή κατεψυγμένα λαχανικά κλπ.), εδώ ακριβώς είναι η πορνογραφία».*
- Στην μαθήτρια που ρώτησε: «Κύριε, πώς θα γίνει να τα καταλαβαίνουμε αυτά που μας περνάνε;», της απάντησα αφενός ότι στο επόμενο μάθημα θα δούμε πιο πολλές διαφημίσεις και θα κάνουμε πιο πολλά παραδείγματα, αφετέρου θα πρέπει να έχουμε στο μυαλό μας ότι, πίσω από μια διαφήμιση που βλέπουμε εμείς άνετοι και χαλαροί στον καναπέ μας για δέκα δευτερόλεπτα, υπάρχουν δεκάδες άνθρωποι που δουλεύουν εβδομάδες και μήνες ακόμα. Είναι το διαφημιστικό γραφείο με τους διαφημιστές που κάνουν συμβούλια μέρες και νύχτες, για να αποφασίσουν ποια διαφήμιση θα διαλέξουν. Μετά είναι οι σκηνοθέτες, οι τεχνικοί, οι εικονολήπτες και φυσικά οι ηθοποιοί και από πίσω τους άλλοι τόσοι: οι υπεύθυνοι μακιγιάζ, οι υπεύθυνοι ιματισμού κλπ. Για να βγει μια διαφήμιση, δουλεύουν δεκάδες άνθρωποι και όλοι αυτοί δεν δουλεύουν «κουτουρού». Έχουν έναν στόχο, ένα σκοπό: το κέρδος (να πουλήσουν το προϊόν). Για μπορέσουν να πουλήσουν θα κάνουν τα πάντα: ή θα φτιάξουν στερεότυπα (image makers) ή θα αξιοποιήσουν τα ήδη υπάρχοντα. Αυτό όμως είναι η δική τους δουλειά. Η δική μας είναι να καλλιεργήσουμε την κριτική σκέψη και να βλέπουμε με κριτικό μάτι της διαφημίσεις. Γι' αυτό λοιπόν, όταν βλέπουμε μια διαφήμιση, θα πρέπει να



ελέγχουμε: (α) Γιατί μας δείχνουν αυτή τη διαφήμιση; (β) Γιατί μας δείχνουν αυτή και όχι κάποια άλλη; (γ) Ποιο είναι το κρυφό της μήνυμα; (δ) Περνάει σεξιστικά μηνύματα – στερεότυπα; (ε) Συνδέει τις ερωτογενείς ζώνες του ανθρώπου με το προϊόν; Σε αυτό το τελευταίο ο μαθήτρια παρατήρησε, ναι, ότι η διαφήμιση της Vodafone συνδέει το φιλί και τον χρόνο που χάνεται, όταν φιλιούνται δυο ερωτευμένοι, με τον χρόνο ομιλίας που προσφέρει το πακέτο RED. Κι εγώ κατέληξα ότι ο πρώτος τρόπος για να διώξουμε τα στερεότυπα είναι αφενός πρώτα να μπορούμε να τα δούμε, αφετέρου να ρωτάμε πάντα για τη σκοπιμότητα, κάτι που κάνουν οι ψυχολόγοι της ΨτΛ (και γι' αυτό όλα τα διαφημιστικά γραφεία έχουν στα συμβούλιά τους και από έναν ψυχολόγο, για να μπορεί, δηλαδή, να απευθύνεται στην ψυχολογία της μάζας).

Με τα παραπάνω έληξε το δεύτερο δίωρο του σεναρίου, το οποίο, ενώ ξεκίνησε έντονα και αγχωτικά, τελείωσε εξαιρετικά: το έβλεπα στη σιωπή των μαθητών (που σημαίνει ότι προβληματίστηκαν και σκέφτονταν), στις απορίες τους, στη συμμετοχή τους και στον τρόπο που σημείωναν αυτά που ειπώθηκαν στο μάθημα. Κάποιοι μαθητές ζήτησαν να έρθουν να παρακολουθήσουν το σενάριο και την επόμενη εβδομάδα, ενώ κάποιοι άλλοι ζήτησαν να τους δώσω τα φύλλα εργασίας τους και να πω στην καθηγήτριά τους ότι «δούλευαν, δεν ήρθαν στο εργαστήριο για να χάσουν μάθημα». Επιπλέον, έστειλα μία περίληψη των όσων έγιναν στο σημερινό δίωρο στα e-mail των μαθητών που απουσίαζαν. Μερικές από τις σημειώσεις τους και τα φύλλα εργασίας τους είναι [εδώ](#) και [εδώ](#).

Αξιολόγηση: Στο στάδιο αυτό αξιολογείται η συμμετοχή των μαθητών και η ικανότητά τους να λειτουργούν σε ομάδες και να συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία. Είναι πολύ σημαντικό να μπορούν να δείξουν οι μαθητές με την προφορική συμμετοχή τους ότι (σημεία που πρέπει να αξιολογήσει ο εκπαιδευτικός):

- Κατανόησαν τον ορισμό του σεξισμού και της πορνογραφίας.



- Εντόπισαν τα επιχειρήματα του άρθρου.
- Αντιλήφθηκαν την έννοια της σκοπιμότητας της διαφήμισης.
- Εξέφρασαν την προσωπική τους άποψη (τη συμφωνία ή τη διαφωνία τους)

Στάδιο 3^ο (δύο διδακτικές ώρες)

1^η ώρα (45 λεπτά)

Το τρίτο στάδιο υλοποιήθηκε στο εργαστήριο πληροφορικής. Οι μαθητές χωρίστηκαν σε έξι ομάδες των τεσσάρων ατόμων (στην αρχική τους σύνθεση, κανείς δεν απουσίαζε). Όσοι απουσίαζαν το προηγούμενο δίωρο είπαν ότι είδαν τα e-mail τους και ότι έριξαν μια ματιά στο άρθρο, όμως παρόλα αυτά έκανα μια πολύ σύντομη σύνδεση με τα προηγούμενα, καθώς στο προηγούμενο διάλειμμα είχα αντιγράψει στον πίνακα τα βασικότερα σημεία του προηγούμενου μαθήματος:

- *Πορνογραφία: από το ρήμα πέρνημι = πουλάω.*
- *Αριστοφάνης: «Τα πάντα πέρνεται» (όλα πωλούνται).*
- *Ορισμός Merriam Webster: «πορνογραφία είναι η απεικόνιση πράξεων με συγκλονιστικό τρόπο ώστε να ξυπνήσει μια γρήγορη – έντονη αντίδραση».*
- *Πορνογραφία = η εκμετάλλευση του γυμνού για χρηματικό κέρδος (εμπορία)*
- *Διαφήμιση Vodafone = απεικόνιση πράξεων με συγκλονιστικό τρόπο (ερωτευμένοι που γερνάνε σε δευτερόλεπτα) ώστε να ξυπνήσει μια γρήγορη – έντονη αντίδραση (ελέγχω χρόνο = πουλάω χρόνο ομιλίας).*

Έχοντας καθίσει οι μαθητές στους σταθμούς εργασίας τους, έδωσα την εξής οδηγία, σύμφωνα με το σενάριο: «Επισκεφτείτε την ιστοσελίδα του μαθήματος και στον σύνδεσμο Στάδιο 3 η κάθε ομάδα θα πρέπει να κατεβάσει το φύλλο εργασίας της και να απαντήσει στις δραστηριότητες που της αναλογούν. Το τελικό κείμενο που θα παραδώσετε θα πρέπει να απηχεί τις απόψεις όλων των μελών της ομάδας. Αν τα μέλη της ομάδας διαφωνούν, να σημειώσετε τους λόγους της διαφωνίας». επίσης, έδωσα οδηγία στα μέλη της ομάδας που ήταν στο προηγούμενο δίωρο να βοηθήσουν τα άτομα που έλειπαν. Καθώς οι ομάδες δούλευαν, περνούσα ανάμεσα από τις



ομάδες και έδινε την απαραίτητη ανατροφοδότηση ατομικά ή ομαδικά κατά περίπτωση.

2^η ώρα (45 λεπτά)

Κάθε ομάδα παρουσίασε τα αποτελέσματα της έρευνάς της στην ολομέλεια, καθώς αποκωδικοποιούσα στον πίνακα τα κυριότερα σημεία της παρουσίασης:

- **ΟΡΙΣΜΟΣ:** Ο σεξισμός είναι κυρίως λεκτικός, γίνεται δηλαδή με τη γλώσσα και τη χρήση της στον καθημερινό λόγο. Ο σεξισμός είναι μορφή ρατσισμού ([ενδεικτική απάντηση](#)).
- **ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ & ΣΤΑΣΕΙΣ:** Συμπεριφέρομαι σεξιστικά (α) όταν χρησιμοποιώ χαρακτηριστικά του βιολογικού φύλου για να σχολιάσω το κοινωνικό, (β) όταν χρησιμοποιώ το βιολογικό φύλο κάποιου για να τον προβάλλω ή να τον μειώσω (π.χ. ξανθιές, [ενδεικτική απάντηση](#))

ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ – ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΣΕΞΙΣΜΟΥ:

- **ΒΟΥΛΗ:** Στη βουλή οι βουλευτές φέρονται σεξιστικά απέναντι στις συναδέλφους βουλευτές τους, όταν δεν έχουν επιχειρήματα για να τις αντικρούσουν και όταν θέλουν να τις προσβάλλουν και να τις μειώσουν ως προσωπικότητες (χρησιμοποιεί την ατεκνία της βουλευτού για την μειώσει ως άτομο ([ενδεικτική απάντηση](#)) και να καλύψει την έλλειψη επιχειρημάτων και το κόμπλεξ κατωτερότητας – [ενδεικτική απάντηση](#)).
- **ΒΟΥΛΗ:** Επειδή η βουλή είναι η μικρογραφία της κοινωνίας, στη βουλή παρατηρείται αυτό που ισχύει παντού: σχολιάζουν τη γυναικεία εμφάνιση ή τις ενδυματολογικές επιλογές των γυναικών, αλλά προσπερνούν αντίστοιχες ή παρόμοιες ανδρικές στάσεις ή συμπεριφορές (όλοι ασχολούνται με τη μάρκα παπουτσιών των γυναικών βουλευτών αλλά όχι με την αντίστοιχη μάρκα των ανδρών βουλευτών ([ενδεικτική απάντηση](#))).
- **ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΘΗΛΑΣΜΟΣ:** Στο θέμα του θηλασμού η κοινωνία σοκάρεται στο γυμνό στήθος που θηλάζει, αλλά δεν σοκάρεται στο γυμνό ή ημίγυμνο



στήθος της διαφήμισης. Αυτό συμβαίνει, επειδή στη διαφήμιση το γυμνό στήθος είναι αντικείμενο εκμετάλλευσης και έχει κέρδος (και η κοινωνία μας έχει συνηθίσει αλλά και στηρίζεται στην ιδέα του κέρδους), ενώ το γυμνό στήθος του θηλασμού σοκάρει, επειδή ακριβώς είναι μία φυσική διαδικασία (και η κοινωνία είναι τόσο αλλοτριωμένη που έχει απομακρυνθεί από κάθε τι φυσικό έτσι ώστε να θεωρεί σεξουαλικό τον θηλασμό – [ενδεικτική απάντηση](#)). Μία μαθήτρια εντόπισε την εξής αντίφαση (την οποία και κατέγραψα ξεχωριστά στον πίνακα): αυτό που είναι καθαρά πορνογραφικό (η διαφήμιση) μπορεί να θεωρηθεί τέχνη, ενώ αυτό που είναι εντελώς φυσικό (ο δημόσιος θηλασμός), μπορεί να θεωρηθεί πορνογραφικό (με την ηθική σημασία του όρου) και ηθικά επιλήψιμο ([ενδεικτική απάντηση](#)).

- **STAR SYSTEM:** Στο star system (περίπτωση Miley Cyrus και Sinead O'Connor) φαίνεται ακόμη πιο ξεκάθαρα ο σεξισμός και η πορνογραφία: οι image makers θα αναγκάσουν ή θα πείσουν μια νεαρή γυναίκα να χρησιμοποιήσει το γυμνό της σώμα, για να πουλήσει το νέο της βίντεο κλιπ ([ενδεικτική απάντηση](#)).

ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ:

- Το σχολείο θα πρέπει να κάνει παρεμβάσεις, για να αντικρούει τον σεξισμό ξεκινώντας από τις σχολικές τάξεις και καταλήγοντας στην κοινωνία ([ενδεικτική απάντηση](#)).
- Το να μαθαίνουμε να χρησιμοποιούμε σωστά τη γλώσσα μα και το ύφος σε κάθε επικοινωνιακή περίπτωση, το να ελέγχουμε τις σκέψεις και τα λόγια, το να δίνουμε έμφαση στην ουσία και όχι στα επιφαινόμενα, όλα αυτά είναι ένας τρόπος για να ξεπεράσουμε την έκφραση σεξιστικών εκφράσεων ([ενδεικτική απάντηση](#)).

Έχοντας καταγράψει τα παραπάνω στον πίνακα, ζήτησα από τους μαθητές να κρατήσουν σημειώσεις και μάζεψα τα φύλλα εργασίας. Μερικές απαντήσεις των μαθητών εδώ και εδώ.



Αξιολόγηση: Στο στάδιο αυτό αξιολογούνται οι εξής παράμετροι:

- Σε επίπεδο λειτουργίας της τάξης: (α) η συμμετοχή στις ομάδες, (β) η αξιοποίηση του χρόνου, (γ) η παρουσίαση στην ολομέλεια, (δ) η ευχέρεια λόγου και (ε) η σαφήνεια κατά τη διάρκεια της παρουσίασης.
- Σε επίπεδο περιεχομένου της διδασκαλίας αξιολογείται η ικανότητα της ομάδας που έχει κατανοήσει το κείμενο που της αναλογεί: (α) να δώσει έναν ορισμό του σεξισμού, (β) να διακρίνει τις αιτίες και τα είδη εμφάνισής του ([ενδεικτική απάντηση](#)), (γ) να ανιχνεύσει τις σεξιστικές στάσεις και συμπεριφορές (γ1) στην καθημερινή ζωή και (γ2) σε ποικίλες εκδηλώσεις της κοινωνίας, (δ) να είναι σε θέσεις να εντοπίσει αντιφάσεις τις αντιφάσεις που εγείρει ο σεξιστικός – ρατσιστικός λόγος και (ε) να μπορεί να προτείνει τρόπους αντιμετώπισής του ([ενδεικτική απάντηση](#)).

Στάδιο 4^ο (δύο διδακτικές ώρες)

1^η ώρα (45 λεπτά)

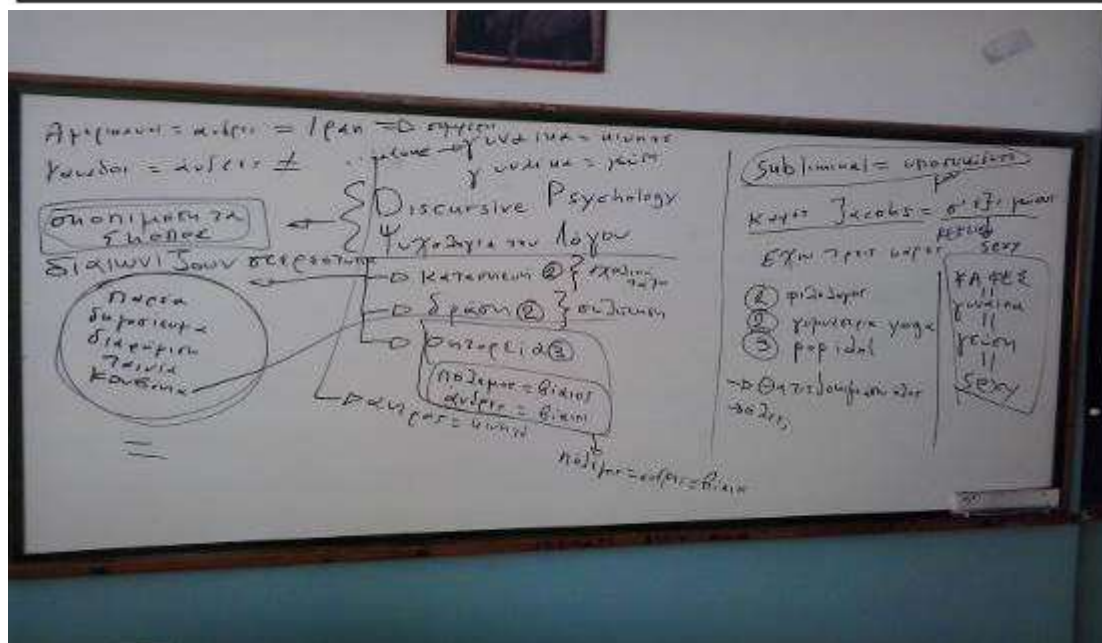
Το τέταρτο και τελευταίο στάδιο υλοποιήθηκε στο εργαστήριο πληροφορικής. Οι μαθητές χωρίστηκαν σε έξι ομάδες των τεσσάρων ατόμων. Τους έδωσα την οδηγία, όπως όριζε το σενάριο: «Επισκεφτείτε την [ιστοσελίδα του μαθήματος](#) και στον σύνδεσμο [Στάδιο 4](#) η κάθε ομάδα θα πρέπει να κατεβάσει το φύλλο εργασίας της και να απαντήσει στις δραστηριότητες που της αναλογούν. Το τελικό κείμενο που θα παραδώσετε θα πρέπει να απηχεί τις απόψεις όλων των μελών της ομάδας. Αν τα μέλη της ομάδας διαφωνούν, να σημειώσετε τους λόγους της διαφωνίας». Τεχνικοί λόγοι (ελαττωματικά πληκτρολόγια, απουσία ποντικών κλπ.) με ανάγκασαν να δώσω στους μαθητές εκτυπωμένα τα φύλλα εργασίας τους. Κατά τη διάρκεια της εργασίας τους βρισκόμουν ανάμεσα στις ομάδες, χωρίς όμως να υπάρχει λόγος ανατροφοδότησης καθώς ήταν εξαιρετικά εξοικειωμένοι με την διαδικασία και έδειχναν μεγάλο βαθμό προσήλωσης.



2^η ώρα (45 λεπτά)

Στο τελευταίο αυτό στάδιο η κάθε ομάδα έπρεπε να παρακολουθήσει μερικές διαφημίσεις και δύο βίντεο κλιπ, να απαντήσει στις δραστηριότητες που της αναλογούν και να παρουσιάσει στην ολομέλεια τα αποτελέσματα των δραστηριοτήτων. Όπως πάντα, κατά τη διάρκεια της παρουσίασης, έκανα την καταγραφή των αποτελεσμάτων στον πίνακα:

- [Miley Cyrus, Wrecking Ball & Sinead O' Connor, Nothing compares to you:](#) Η Miley Cyrus αντιγράφει το look της Sinead O' Connor, αλλά χρησιμοποιεί το γυμνό της σώμα, ενώ η Sinead O' Connor χρησιμοποιεί το τοπίο και τον χρωματισμό της φωνής, για να περάσει το συναίσθημα των στίχων ([ενδεικτική απάντηση](#)).
- [JACOBS Flavours Βρες τη γεύση σου](#) & [JACOBS Flavours Βρες τη γεύση σου](#): Και στις δύο διαφημίσεις η γυναίκα είναι αντικείμενο. Στην πρώτη η γυναίκα ταυτίζεται και με μία γεύση καφέ και ο άντρας πρέπει να διαλέξει τη γυναίκα = γεύση (ταύτιση διαφορετικού γυναικείου τύπου με διαφορετικό είδος καφέ), ενώ παράλληλα γίνεται και σεξουαλικό υπονοούμενο μέσω παρήχησης (σ' έξι γεύσεις = sexy γεύσεις). Στη δεύτερη διαφήμιση της ίδιας εταιρείας ο άντρας εγκαταλείπει τη σύζυγό του για μία άλλη πιο εξωτική γυναίκα (είναι «φυσικό» να εγκαταλείπει τη γυναίκα του για κάποια άλλη «πιο όμορφη»). Η σύζυγος αδιαφορεί για την εγκατάλειψη, εφόσον έχει καφέ και ο άντρας τελικά επιστρέφει στη σύζυγό του, επειδή δεν έχει καφέ εκεί που θα πάει (ταύτιση της συζύγου με τον καφέ – [ενδεικτική απάντηση](#)).



- [ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ VODAFONE SYNOIKESIO & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ VODAFONE – NEO SMARTPHONE ΚΑΘΕ ΧΡΟΝΟ...-1:](#) Και στις δύο διαφημίσεις της ίδιας εταιρείας υπάρχει σεξισμός (στην πρώτη εις βάρος της γυναίκας και στη δεύτερη εις βάρος του άντρα). Στην πρώτη διαφήμιση υπάρχει και σεξουαλικό υπονοούμενο: το βλέμμα του άντρα πέφτει στα πόδια της υποψήφιας συζύγου, η οποία κατεβάζει σεμνά τη φούστα της. επίσης, γίνεται λογοπαίγνιο με το να δοκιμάσει πρώτα την υποψήφια γυναίκα – νύφη πριν την πάρει, όπως θα δοκίμαζε και μια συσκευή τηλεφώνου πριν την πάρει (ταύτιση γυναίκας με τηλεφωνική συσκευή). Στη δεύτερη διαφήμιση αφήνεται το υπονοούμενο ότι μία γυναίκα παντρεύεται το κινητό της, όπως παντρεύεται έναν άντρα (ταύτιση του άντρα με το αντικείμενο), ενώ, λεκτικά, οι ιδιότητες της συσκευής ταυτίζονται με την απόκτηση συζύγου ([ενδεικτική απάντηση](#)).
- [Sexism 1 – Diafimisi Germanos-Mpamies\[Money Back\] & Sexism 2 – Pali mpamias:](#) Στην πρώτη διαφήμιση υπάρχει σεξισμός, διότι η γυναίκα που δεν ικανοποιεί τον άντρα, μπορεί να επιστραφεί στη μητέρα της (που ξέρει τι να κάνει), όπως μπορεί να επιστραφεί και μια ελαττωματική συσκευή (ταύτιση



γυναίκας με συσκευή). Στη δεύτερη διαφήμιση (με την οποία διασκέδασαν πάρα πολύ οι μαθητές) υπάρχει προσπάθεια άρσης του σεξισμού δείχνοντας την αντίθετη άποψη (το ίδιο θέμα από την οπτική γωνία της γυναίκας – [ενδεικτική απάντηση](#)).

- [COSMOTE – Οικογενειακό Πακέτο – Παρ. ολίγον τροχαίο & COSMOTE Οικογενειακό Πακέτο – Παντρεμένοι με παιδιά](#): Και στις δύο διαφημίσεις υπάρχουν στερεότυπα αρνητικά και για τα δύο φύλα. Στην πρώτη, η γυναίκα – ατζαμής οδηγός η οποία δεν αναγνωρίζει τις ευθύνες της και μιλάει πολύ (οπότε και θα πρέπει να πάρει το κινητό για να μιλάει πολύ: ταύτιση γυναίκας με πακέτο χρόνου ομιλίας). Στη δεύτερη, παρουσιάζεται η εικόνα του πατέρα που πληρώνει τους λογαριασμούς των παράλογων απαιτήσεων της οικογένειας. Δημιουργείται το στερεότυπο της σπάταλης οικογένειας (το τραγούδι ξεκινά με τον τίτλο «Οικογένεια – Οικογένεια: σκέτο χάος και το λέω με ευγένεια, όλοι θέλουν πάντα κάτι διαφορετικό αλλά στο τέλος πάντα πληρώνω εγώ») της οποίας τις ανάγκες έρχεται να καλύψει το πακέτο χρόνου ομιλίας, ενώ παράλληλα τα γυναικεία μέλη της οικογένειας ενδιαφέρονται μόνο για την εξωτερική τους εμφάνιση και είναι φλύαρες («Η Αγγέλα μου μου έχει αγάπη τόση, αλλά δε λέει, αλλά δε λέει να το βουλώσει» - [ενδεικτική απάντηση](#)).
- [COSMOTE HOT DOG 2 \(ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ 2012\) NEW & Οδηγός καλής νοικοκυράς!](#): Και στις δύο διαφημίσεις υπάρχουν στερεοτυπικές εικόνες της γυναίκας. Στην πρώτη τρεις γυναίκες (διαφορετικής εμφάνισης: ξανθιά, μελαχρινή και καστανή) πλησιάζουν έναν πλανόδιο πωλητή τροφίμων και θέλουν να δοκιμάσουν το φαγητό, αλλά φοβούνται για τη σιλουέτα τους, ο οποίος τις καθησυχάζει λέγοντας ότι τέτοιο φαγητό «έφαγε η Μαντόνα κι έκανε κορμί κολώνα» ([ενδεικτική απάντηση](#)). Η δεύτερη διαφήμιση φαίνεται να περιγράφει τις παραδοσιακές σχέσεις ανάμεσα στα φύλα, όμως τελικά αποδεικνύεται ότι η ανατροπή της παλιάς κατάστασης έρχεται μέσα από την



αντιστροφή της: ο άντρας τώρα πρέπει να έχει την θέση που είχε παλιά η γυναίκα και αυτό θα συμβεί αν επισκεφτεί κάποιος το συγκεκριμένο πολυκατάστημα ([ενδεικτική απάντηση](#)).

Έχοντας καταγράψει τα παραπάνω επιγραμματικά στον πίνακα ζήτησα από τους μαθητές να με βοηθήσουν στο να φτιάξουμε μαζί ένα πίνακα Ψυχολογίας του Λόγου. Στον πίνακα γράψαμε τα εξής:

Κατασκευή	<i>Η κοινωνία κατασκευάζει την εικόνα της γυναίκας ως αντικείμενο.</i> <i>Η γυναίκα δε θεωρείται πλέον άτομο αλλά (εμπορεύσιμο) αντικείμενο</i>
Ρητορεία	<i>Ο διαφημιστικός λόγος, π.χ.:</i> <i>«Οικογένεια – Οικογένεια: σκέτο χάος και το λέω με ευγένεια, όλοι θέλουν πάντα κάτι διαφορετικό αλλά στο τέλος πάντα πληρώνω εγώ»</i> <i>«Η Αγγέλα μου, μου έχει αγάπη τόση, αλλά δε λέει, αλλά δε λέει να το βουλώσει»</i> <i>Η γλώσσα διαιωνίζει τα στερεότυπα αναπαράγοντας και στηρίζοντας τις κατασκευές που έχουμε στο μυαλό μας (από την κοινωνία, τηλεόραση κλπ)</i>
Δράση	<i>Η ίδια η διαφήμιση με το γύρισμα του τηλεοπτικού μηνύματος (σποτ). Επίσης, τα ρούχα των ηθοποιών των διαφημίσεων, οι στάσεις του σώματος, η μη λεκτική τους επικοινωνία, η αποδοχή της κοινωνίας απέναντι στις διαφημίσεις κλπ.</i>

Κατά τη διάρκεια των παρατηρήσεων ενθάρρυνα τους μαθητές να κρατάνε σημειώσεις. Κλείνοντας το σενάριο, στο επίπεδο των στάσεών μας από ‘δω και στο εξής, συνάψαμε ένα συμβόλαιο συμπεριφοράς σύμφωνα με το οποίο εμείς που συμμετείχαμε στο σενάριο ξέρουμε ότι:



- Σκοπός της διαφήμισης είναι πάντα το κέρδος. Για να πετύχει τον σκοπό του, το διαφημιστικό γραφείο και οι άνθρωποι που το πλαισιώνουν θα κάνουν τα πάντα για να πουλήσουν το προϊόν.
- Η διαφήμιση είτε αναπαράγει τα στερεότυπα που ήδη υπάρχουν στην κοινωνία είτε θα δημιουργήσει νέα.
- Πορνογραφία δεν είναι το γυμνό (δεν υπάρχει τίποτε το ενοχικό στο ανθρώπινο σώμα) αλλά η εκμετάλλευση της γύμνιας με σκοπό το κέρδος.
- Σεξισμός είναι το να χρησιμοποιούμε το βιολογικό φύλο για να ερμηνεύσουμε το κοινωνικό. Τα σεξιστικά σχόλια είναι γλωσσικά σχόλια και σαν στόχο έχουν να προσβάλλουν τον άλλον. Η χρήση τους δείχνει άνθρωπο που δεν έχει επιχειρήματα.
- Όταν παρακολουθούμε γενικά στη ζωή μας τηλεόραση – τηλεοπτικές διαφημίσεις, δύο βασικά ερωτήματα πρέπει να απαντάμε μέσα μας: 1. Ποια είναι η σκοπιμότητα της διαφήμισης (τι θέλει να πουλήσει;) 2. Γιατί ο σκηνοθέτης και ο διευθυντής του διαφημιστικού γραφείου **διάλεξαν αυτόν τον τρόπο** (και όχι κάποιον άλλον) **για να μας πλασάρουν – πουλήσουν το προϊόν;** (Γιατί διάλεξαν αυτόν τον ηθοποιό; Γιατί τον έντυσαν έτσι; Γιατί παίζει αυτή η μουσική; Πως αλλιώς θα μπορούσαν να την είχαν γυρίσει τη διαφήμιση; Έτσι όπως την έφτιαξαν φτιάχνει ή αναπαράγει στερεότυπα; Η διαφήμιση που μόλις είδα συνδέει ή όχι τις ερωτογενείς ζώνες του σώματος με το προϊόν;) Η προσπάθεια για απάντηση σε αυτά τα δύο ερωτήματα είναι ο δρόμος προς την κριτική σκέψη.

Έχοντας κλείσει με το συμβόλαιο συμπεριφοράς τερμάτισα το σενάριο και χαιρέτισα τους μαθητές.

Αξιολόγηση: Η αξιολόγηση κινείται στα ίδια επίπεδα και άξονες με τα προηγούμενα στάδια με ιδιαίτερη έμφαση στην ικανότητα των ομάδων να μπορούν να διακρίνουν την κατασκευή, την δράση και την ρητορεία στον τηλεοπτικό – διαφημιστικό λόγο (ενδεικτικές απαντήσεις [εδώ](#)).



Συνολική αξιολόγηση αποτελεσματικότητας του σεναρίου

Παρά τα εγγενή προβλήματα του σχολικού χώρου, που επισημάνθηκαν στο δεύτερο στάδιο της υλοποίησης του σεναρίου (τα οποία πάντα θα υπάρχουν επειδή ακριβώς το σχολείο είναι ένας ζωντανός χώρος), η προσωπική μου εκτίμηση από το σενάριο αυτό είναι ότι οι μαθητές το απόλαυσαν ιδιαίτερα. Αυτό φάνηκε από τον βαθμό προσήλωσής τους αλλά και από το ενδιαφέρον που έδειξαν μαθητές εκτός της σχολικής τάξης. Επίσης, οι απαντήσεις των μαθητών είναι εκπληκτικές και πολλές φορές οι μαθητές εκπλήσσουν με την ωριμότητά τους. Το σενάριο τους άγγιξε, επειδή ακριβώς στηρίζεται στη βασική αρχή της βιωματικότητας (ο διαφημιστικός λόγος είναι μέσα στην καθημερινότητά τους) και για το λόγο αυτό έδειξαν και εκπληκτική συνέπεια και ωριμότητα. Κρατώ τον λόγο μιας μαθήτριας που είπε ότι «άλλαξε ο τρόπος με τον οποίο θα βλέπω διαφημίσεις». Όπως έχω τονίσει και αλλού, το σενάριο αξιοποιεί καλύτερα τη δυναμική των μαθητών, όταν οι ομάδες ακολουθούν τα διεθνή πρότυπα της ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας (16 άτομα, 4 ομάδες των 4 ατόμων), κάτι που αποτελεί ζητούμενο για το ελληνικό σχολείο. Εν τούτοις, τα δυνατά σημεία του σεναρίου (καλλιέργεια κριτικής σκέψης, ανάλυση του επιχειρήματος και του τηλεοπτικού διαφημιστικού λόγου) εφαρμόστηκαν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.



ΣΤ. ΦΥΛΛΟ/Α ΕΡΓΑΣΙΑΣ

1^ο στάδιο

Φύλλο εργασίας για όλες τις ομάδες

1.1. Η προσέγγιση του θέματος από την άποψη της Ψυχολογίας του Λόγου.

«Με σοκάρει όλο και περισσότερο η απερίσκεπτη και αυτόματη μείωση των ανδρών που αποτελεί σήμερα τέτοιο μέρος της κουλτούρας μας που σχεδόν κανένας δεν δίνει σημασία. [...]Βρέθηκα πρόσφατα σε μια τάξη με μαθητές εννέα ως δέκα ετών, κορίτσια και αγόρια. Η νεαρή δασκάλα έλεγε σε αυτά τα παιδιά ότι αιτία των πολέμων είναι η έμφυτα βίαιη φύση των ανδρών. Μπορούσες να δεις τα κοριτσάκια να φουσκώνουν από αυταρέσκεια και έπαρση ενώ τα αγοράκια κάθονταν εκεί ζαρωμένα, απολογούμενα για την ίδια τους την ύπαρξη, πιστεύοντας ότι αυτό το μοτίβο θα συνεχιστεί σε όλη τη ζωή τους. [...]» Doris Lessing, εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ, 26/08/2001

Η Lessing, στο προηγούμενο απόσπασμα, αναφέρει την προσωπική της εμπειρία, όταν σε κάποιο μάθημα άκουσε μία δασκάλα να χρησιμοποιεί το επιχείρημα εκείνο, σύμφωνα με το οποίο, το βασικό αίτιο των πολέμων είναι η έμφυτη βίαιη φύση των ανδρών.

Στο σημερινό μας μάθημα θα μάθουμε να χρησιμοποιούμε την Ψυχολογία του Λόγου (Discursive Psychology) για να προσεγγίσουμε το θέμα του επιχειρήματος, όπως αυτό χρησιμοποιείται μέσα στην σχολική τάξη για να εξηγήσει τις σχέσεις των δύο φύλων.

Σύμφωνα με την ψυχολογία του λόγου (Discursive Psychology), η έμφαση δίνεται στην καθημερινή ζωή, στην κουβέντα, στο λόγο, στις πράξεις των εκπαιδευομένων, όταν προσπαθούν να καταλάβουν τον κοινωνικό κόσμο. Οι τρεις βασικές έννοιες στις οποίες στηρίζεται η θεωρία της ψυχολογίας του λόγου είναι:



1. η «κατασκευή»,
2. η «δράση»
3. και η «ρητορεία».

Με τον όρο «κατασκευή» δίνουμε έμφαση στην καθημερινή συναλλαγή των ανθρώπων, στο λόγο τους και στις πράξεις τους σε σχέση με το κοινωνικό τους περιβάλλον.

Εκείνο που ενδιαφέρει την ψυχολογία του λόγου είναι: **τι είναι αυτό που κάνουν οι άνθρωποι μιλώντας ή γράφοντας; Αυτό που έχει πρωτεύουσα σημασία είναι το πώς οι άνθρωποι κατασκευάζουν εκδοχές του κόσμου καθώς συναλλάσσονται** και ο τρόπος με τον οποίο αυτές οι εκδοχές εδραιώνονται και αποκτούν πραγματικότητα ανεξάρτητη από τον ομιλητή.

Με τον όρο «δράση» καλύπτεται η στάση των ανθρώπων απέναντι σε ένα θέμα (π.χ. την ισότητα των δύο φύλων, τον ρατσισμό κλπ), ενώ με τον όρο «ρητορεία» περιγράφεται η προσπάθεια των ανθρώπων να «ντύσουν» λεκτικά τη στάση τους απέναντι στις στάσεις που κρατάνε σε θέματα που τους αφορούν (π.χ. ένα επιχείρημα γραπτό ή προφορικό, μία οποιαδήποτε αιτιολόγηση της άποψης που υποστηρίζουν κλπ.). Οι τρεις αυτές έννοιες περιγράφονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 1: Βασικές έννοιες της ψυχολογίας του λόγου:

Έννοιες	Παραδείγματα
Κατασκευή	Οι μαθητές και οι μαθήτριες έρχονται σε επαφή με γονείς και κοινωνικό περιβάλλον. Από την επαφή τους αυτή εισπράττουν κάποια ερεθίσματα σχετικά με τις σχέσεις των δύο φύλων, π.χ.: η στάση του πατέρα απέναντι στη μητέρα μέσα στην οικογένεια, τα γυναικεία πρότυπα που προβάλλονται μέσα από μία διαφήμιση, η οπτική της γυναίκας μέσα από μία κινηματογραφική ταινία, η γυναικεία και αντρική εικόνα σε ένα περιοδικό ευρείας κυκλοφορίας ή σε ένα λογοτεχνικό βιβλίο κλπ.
Δράση	Από τα προηγούμενα ερεθίσματα καταλήγουν σε κάποιες απόψεις, π.χ.: το σιδέρωμα και το μαγείρεμα είναι γυναικεία ασχολία, το επάγγελμα του νηπιαγωγού είναι γυναικεία δουλειά, η ιατρική ταιριάζει περισσότερο στους άνδρες κλπ.

Ρητορεία	Τα ερεθίσματα (κατασκευές) και οι κατασταλαγμένες απόψεις (δράσεις) χρειάζονται την ρητορική του επιχειρήματος για να αιτιολογηθούν στη μαθητική σκέψη και με τον τρόπο αυτό παγιώνονται καθώς μετατρέπονται σε γνωστά στερεότυπα, π.χ.: ένα βασικό επιχείρημα που δικαιολογεί την ανισότητα των δύο φύλων είναι το γεγονός ότι η γυναίκα είναι βιολογικά ασθενέστερη από τον άνδρα και για το λόγο αυτό δεν μπορεί να κάνει κάποιες βαριές δουλειές. Η ρητορική του επιχειρήματος νομιμοποιεί τις διακρίσεις στη μαθητική σκέψη καθώς μετατρέπει τις ανισότητες από κοινωνικές σε φυσικές.
-----------------	--

Ένα παράδειγμα φαίνεται και από την παρακάτω συζήτηση:

Δ: «Υπάρχει μία άποψη που λέει ότι ο άνθρωπος έχει ενιστικά από τη φύση του και τα ένστικτα αυτά είναι βίαια και τον οδηγούν στο να κάνει πόλεμο, άρα είναι φυσικό ο άνθρωπος να κάνει πόλεμο. Πιστεύετε ότι κάτι τέτοιο ισχύει;» Αναστασία: «Όχι» Δ: «Δεν ισχύει, γιατί και στην Αμερική ζούνε άνθρωποι και στον Καναδά ζούνε άνθρωποι. Η Αμερική κάνει πόλεμο με τον Καναδά;» Νίκος1: «Όχι» Δ: «Όχι. Η Αμερική κάνει πόλεμο με το Ιράκ. Άρα λοιπόν ο πόλεμος δεν βρίσκεται στην έμφυτη τάση του ανθρώπου αλλά κρύβεται πού;» Νίκος3: «Στο μίσος» Δ: «Που αλλού;» Νίκος3: «Στο συμφέρον» Δ: «Σωστά. Ο άνθρωπος, λοιπόν κάνει πόλεμο, όχι γιατί υπάρχει ο πόλεμος στη φύση του, αλλά γιατί υπάρχει τι;» Αναστασία – Άννα – Σοφία: «Συμφέρον» Δ: «Άρα λοιπόν το επιχείρημα που λέει ότι ο πόλεμος είναι φυσικός, είναι ψεύτικο, εξυπηρετεί τι;» Αναστασία: «Σενάρια πολεμικά» Δ: «Τι άλλο;» Χάρης: «Εξυπηρετεί το συμφέρον και το κέρδος» Δ: «Ωραία. Υπάρχει και ένα άλλο επιχείρημα που λέει ότι η γυναίκα εκ φύσεως δεν μπορεί να κάνει κάποιες δουλειές και ότι η γυναίκα εκ φύσεως πρέπει να εξυπηρετεί ένα συγκεκριμένο ρόλο. Αυτό αποκλείεται να εξυπηρετεί κάποια συμφέροντα;» Νίκος3: «Όχι. Μπορεί να εξυπηρετεί κάποια εμπορικά συμφέροντα» Δ: «Πολύ σωστά. Και τα συμφέροντα αυτά θα τα δούμε σε λίγο. Αλλά όπως πίσω από τα επιχειρήματα που δικαιολογούν τον πόλεμο κρύβονται συμφέροντα έτσι και για τα επιχειρήματα που δικαιολογούν τη θέση της γυναίκας κρύβονται...» Χάρης: «Συμφέροντα» Δ: «Προσέξτε πάλι τις εικόνες: 'Η ανατρεπτική διδασκαλία αποθαρρύνει τις γυναίκες από το να αναλάβουν τους ρόλους που γεννήθηκαν για να υπηρετούν'. Ο ρόλος τον οποίο γεννήθηκαν οι γυναίκες να υπηρετούν είναι στερεότυπος και δεν είναι φυσικός. Είναι ένα επιχείρημα που κρύβει συμφέροντα. Η γυναίκα πρέπει να είναι κατώτερη από τον άνδρα γιατί...;» Αναστασία: «Γιατί...» Χάρης: «Γιατί κάποιος πρέπει να ηγείται» Δ: «Σωστά. Άρα λοιπόν γιατί η γυναίκα πρέπει να είναι κατώτερη;» Αναστασία: «Για να είναι ανώτερος ο άνδρας»



Τέλος, ας διαβάσουμε ένα άρθρο του 1928, που δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα ΝΕΑ ΗΜΕΡΑ και εξηγεί τον λόγο για τον οποίο οι γυναίκες δεν πρέπει να ψηφίζουν στις βουλευτικές εκλογές:

"Ορισμένα τινά Ελληνικά θήλεα ζητούν να δοθή ψήφος εις τας γυναίκας. Σχετικώς με το ίδιον τούτο θέμα διαπρεπέστατος επιστήμων είχεν άλλοτε ανάπτυξη από του βήματος της Βουλής το επιστημονικώς πασίγνωστον, άλλως τε γεγονός, ότι παν θήλυ διατελεί εις ανισόρροπον και έξαλλον πνευματικήν κατάστασιν ωρισμένα ημέρας εκάστου μηνός. Επειδή, εν τούτοις, αι ημέραι αύται, δεν συμπίπτουν ως προς όλα τα θήλεα, είναι αδύνατον να ευρεθεί ημέρα πνευματικής ισορροπίας και ψυχικής γαλήνης όλων των θηλέων, ώστε την ευτυχή εκείνη ημέραν να ορίζονται αι εκάστοτε εκλογαί. Η γυναικεία συνεπώς ψήφος είναι πράγμα επικίνδυνον, άρα αποκρουστέον". (Εφημερίδα "Νέα Ημέρα", 20.3.1928)

Ο συντάκτης του παραπάνω άρθρου χρησιμοποιεί την έμμηνο ρύση των γυναικών και την άποψη κάποιου «διαπρεπεστάτου» – αλλά ανώνυμου – επιστήμονα ως επιχειρήματα για να μην ψηφίζουν οι γυναίκες στις εκλογές. Πίσω λοιπόν από το επιχείρημα της φυσικής κατάστασης της γυναίκας προβάλλεται ως εξίσου «φυσικό» και το γεγονός της αδυναμίας τους να προσέλθουν στις κάλπες.

Μιλώντας και γράφοντας, οι άνθρωποι επιτελούν πράξεις. Η φύση των πράξεων αυτών αποκαλύπτεται μέσα από τη λεπτομερή ανάλυση του λόγου τους. Αυτό που υποστηρίζει η ψυχολογία του λόγου είναι ότι **οι άνθρωποι κατασκευάζουν εκδοχές καθώς προβαίνουν σε πράξεις και αυτές οι πράξεις, μέσα από μια ρητορεία, υπονομεύουν εναλλακτικές εκδοχές.** Για



παράδειγμα, ένας άνδρας υποστηρίζει ότι η γυναίκα εκ φύσεως δεν μπορεί να κάνει κάποιες εργασίες και με τον τρόπο αυτό υπονομεύει κάθε άλλο δικαίωμα της γυναίκας για ισότιμη αντιμετώπιση στον χώρο της εργασίας. **Η ψυχολογία του λόγου αναρωτιέται τι πραγματικά κάνουν οι άνθρωποι (και τι πραγματικά πετυχαίνουν) όταν προβαίνουν σε αξιολογικά σχόλια.**

Η ψυχολογία του λόγου υποστηρίζει ότι το αντικείμενο κατασκευάζεται (η γυναίκα μπορεί ή δεν μπορεί να κάνει κάτι) καθώς ο ομιλητής μιλάει και αναπτύσσει επιχειρήματα (η ασθενής φύση της γυναίκας). Άρα το ενδιαφέρον εστιάζεται στα επιχειρήματα και στον τρόπο με τον οποίο αυτά «κατασκευάζονται» στην καθημερινότητα -όπως στην οικογένεια, στον Τύπο και αλλού-, καθώς και στο πώς οργανώνονται γύρω από τα βασικά κοινωνικά και ιδεολογικά διλήμματα.

Ατομική Εργασία: Πρόσεξε τις εικόνες και πες την γνώμη σου απαντώντας στις ερωτήσεις.

	
1) Στην εικόνα βλέπεις την ηρωίδα βίντεο-παιχνιδιών Lara Croft. Η Lara Croft δεν είναι πραγματικό άτομο αλλά δημιούργημα των προγραμματιστών ενός Η/Υ. Γιατί πιστεύεις ότι οι προγραμματιστές έφτιαξαν την Lara Croft με αυτά τα χαρακτηριστικά; (5 μονάδες)	2) Στην εικόνα βλέπεις την τραγουδίστρια Britney Spears. Γιατί πιστεύεις ότι οι υπεύθυνοι ιματισμού και ενδυματολογίας διάλεξαν αυτήν την εμφάνιση για την τραγουδίστρια; (5 μονάδες)

Μελετήστε το απόσπασμα από την εφημερίδα και απαντήστε στις παρακάτω ερωτήσεις:

"Ορισμένα τινά Ελληνικά θήλεα ζητούν να δοθή ψήφος εις τας γυναίκας. Σχετικώς με το ίδιον τούτο θέμα διαπρεπέστατος επιστήμων είχεν άλλοτε ανάπτυξη από του θήματος της Βουλής το επιστημονικώς πασίγνωστον, άλλως τε γεγονός ότι παν θήλυ διατελεί εις ανισόρροπο και έξαλλον πνευματικήν κατάστασιν ωρισμένα ημέρας εκάστου μηνός. Επειδή, εν τούτοις, αι ημέραι αύται, δεν συμπίπτουν ως προς όλα τα θήλεα, είναι αδύνατον να ευρεθεί ημέρα πνευματικής ισορροπίας και ψυχικής γαλήνης όλων των θηλέων, ώστε την ευτυχή εκείνη ημέραν να ορίζονται αι



εκάστοτε εκλογαί. Η γυναικεία συνεπώς ψήφος είναι πράγμα επικίνδυνον, άρα αποκρουστέον". (Εφημερίδα "Νέα Ημέρα", 20.3.1928)

3) Η ψυχολογία του λόγου χρησιμοποιεί τα εργαλεία κατασκευή – δράση – ρητορεία για να ερμηνεύσει την κοινωνική ζωή του ανθρώπου. Στην κατασκευή, κατασκευάζουμε ένα νοητικό στερεότυπο, στην δράση καταλήγουμε σε κάποιο συμπέρασμα με βάση το στερεότυπο και στη ρητορεία φτιάχνουμε ένα επιχείρημα για να στηρίξουμε το στερεότυπο και το συμπέρασμα που φτιάξαμε. Με βάση τα παραπάνω και με βάση το δημοσίευμα να βρείτε:

3α) **Ποια είναι η κατασκευή** (ποιο είναι το στερεότυπο) που κρύβεται πίσω από το δημοσίευμα (1 μονάδα)

3β) **Ποια είναι η δράση** (ποιο είναι το συμπέρασμα) που βγαίνει από το στερεότυπο του δημοσιεύματος (1 μονάδα)

3γ) **Ποια είναι η ρητορεία** (ποιο είναι το επιχείρημα) που χρησιμοποιεί ο αρθρογράφος (1 μονάδα)

4) Ποια είναι η σκοπιμότητα του επιχειρήματος του αρθρογράφου και ποιο είναι το δικό σας σχόλιο πάνω στο δημοσίευμα (2 μονάδες)

5) Διάβασε εκ νέου τα κείμενα: Του Νεκρού Αδερφού, Της Δέσπως, Των Κοντογιανναίων, Της Νύφης που Κακοπάθησε, Αν Ήξευρα Κυράτσα μου, Πάγω, Έρωτος Αποτελέσματα, Προίκα και φτιάξτε έναν κατάλογο με τα χαρακτηριστικά των γυναικείων μορφών (εξωτερικά και εσωτερικά). Μόλις φτιάξεις τον πίνακα να γράψεις σε ένα κείμενο αν πιστεύεις ότι η εικόνα και τα χαρακτηριστικά της γυναίκας (εξωτερικά ή εσωτερικά) που βρήκες είναι από τη φύση δοσμένα (εκ φύσεως) ή κοινωνικά κατασκευασμένα; Ποιο από τα κείμενα που διάβασες είναι πιο κοντά στις σύγχρονες αντιλήψεις για την γυναίκα; Να αιτιολογήσεις την άποψή σου (5 μονάδες).



2^ο στάδιο

Το κόμικ σε μορφή [pdf](#)

[Φύλλο εργασίας για όλες τις ομάδες](#)

Σχέδιο εργασίας για όλη την τάξη: Δείτε την διαφήμιση [Vodafone – The kiss](#) και διαβάστε το άρθρο: [«Ο έρωτας της ζωής και η πορνογραφία της διαφήμισης»](#). Στη συνέχεια απαντήστε στις ερωτήσεις.

1. Τι είναι πορνογραφία σύμφωνα με το άρθρο;

.....

.....

.....

.....

.....

2. Με ποια επιχειρήματα προσπαθεί ο συγγραφέας να αποδείξει ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση είναι πορνογραφική:

Επιχείρημα 1:

.....

.....

.....

.....

.....

Επιχείρημα 2:

.....

.....

.....

.....

.....



Επιχείρημα 4:

[illegible]

3. Συμφωνείτε με την άποψη του συγγραφέα του άρθρου ναι ή όχι και γιατί;

[illegible]





3^ο στάδιο

Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Α](#)

Φύλλο Εργασίας - Ομάδα 1.

Επισκεφτείτε την Πύλη της ελληνικής γλώσσας και ανοίξτε:

- 1) τον σύνδεσμο με τον ορισμό του [σεξισμού](#).
- 2) τον σύνδεσμο με τους ορισμούς για τις έννοιες [«στερεότυπο»](#) & [«σεξισμός»](#):
- 3) τον σύνδεσμο με το άρθρο της Ρ. Τσοκαλίδου [«Γλώσσα και Φύλο»](#)

Στη συνέχεια απαντήστε στα παρακάτω ερωτήματα:

- 1) Τι θα πει «σεξισμός» σύμφωνα με τα λήμματα; Ποιος είναι ο πληρέστερος ορισμός κατά την άποψή σας και γιατί;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Ποια μορφή σεξισμού περιγράφεται στο άρθρο της Ρ. Τσοκαλίδου; Πως τον καταλαβαίνετε; Μπορείτε να αναφέρετε μερικά παραδείγματα από την καθημερινότητά σας;

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Γιατί, σύμφωνα με το άρθρο, ο γυναικείος λόγος είναι ανίσχυρος σε σχέση με τον αντρικό;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Β](#)

Φύλλο Εργασίας - Ομάδα 2.

Διαβάστε το άρθρο με τίτλο: [Επιστολή Sinead O' Connor στην Miley Cyrus](#)

Απαντήστε στα παρακάτω ερωτήματα:

1. Έχετε δει το βίντεο κλιπ της Miley Cyrus? Ποιο είναι; Πως ονομάζεται το τραγούδι; Υπάρχει κάτι σεξιστικό στο βίντεο κλιπ;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Σε ποιο σημείο της επιστολής της Sinead O' Connor εκφράζεται η ανησυχία της για την ύπαρξη του σεξισμού;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Ποια είναι η άποψή σας για την πορνογραφία; Τι θα πει η λέξη «πορνογραφία»;

.....

.....



4. Η Sinead O' Connor αναφέρει: *«Ανησυχώ πάρα πολύ για σένα επειδή αυτοί που βρίσκονται γύρω σου σε έχουν οδηγήσει να πιστέψεις, ή έχουν ενθαρρύνει την πεποίθησή σου, ότι είναι με οποιονδήποτε τρόπο «κουλ» να είσαι γυμνή και να γλείφεις βαριοπούλες στο βίντεό σου. Στην πραγματικότητα αυτό που συμβαίνει είναι ότι επιτρέποντας την εκπόρνευση, επισκιάζεται το ταλέντο σου - είτε είναι ο προαγωγός η μουσική βιομηχανία, είτε εσύ η ίδια».* Τι είναι αυτό που ανησυχεί την Sinead O' Connor με βάση το απόσπασμα που μόλις μελετήσατε;



.....

.....

.....

.....

.....



Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Γ](#)

Φύλλο Εργασίας - Ομάδα 3.

Διαβάστε το άρθρο με τίτλο: «[Σεξιστικές συμπεριφορές στη βουλή](#)» και απαντήστε στα παρακάτω ερωτήματα:

1. Ποια μορφή σεξισμού αναφέρεται στο δημοσίευμα;

.....

.....

.....

.....

2. Για ποιον λόγο πιστεύετε ότι κάποιος μπορεί να συμπεριφερθεί σεξιστικά έστω και μέσα στη βουλή;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Τι προτείνεται στο δημοσίευμα ως λύση στο πρόβλημα του σεξισμού και ποια είναι η προσωπική σας θέση πάνω σε αυτό;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Φύλλο Εργασίας Ομάδα Δ

Φύλλο Εργασίας - Ομάδα 4.

Διαβάστε το άρθρο με τίτλο: «Πρέπει να σταματήσουμε αυτές τις τρελαμένες ημίγυμνες ψυχοπαθείς από το να ταΐζουν τα παιδιά τους δημοσίως.» και απαντήστε στα παρακάτω ερωτήματα:

1. Ποια είναι η προσωπική σας άποψη για το θέμα του δημόσιου θηλασμού;

.....

.....

2. Στο κείμενο διαβάζουμε: *«Τι στο καλό μας συμβαίνει; Έχουμε κάνει το πορνό μια βιομηχανία δισεκατομμυρίων, χρησιμοποιούμε το σεξ για τα πάντα, από τις διαφημίσεις των φαστ φουντ μέχρι και τα οικογενειακά τηλεοπτικά σόου, επιτρέπουμε στις κόρες μας να θεοποιούν έφηβες ποπ σταρ που ντύνονται σαν πόρνες και τραγουδούν για την σεξουαλική πράξη. Είμαστε μια κοινωνία ανεκτική, υπερσεξουαλική και αποκάλυπτα ηδονιστική, ωστόσο, παρόλα αυτά, ο δημόσιος θηλασμός θεωρείται προσβλητικός».* Ποια νομίζετε είναι η αντίφαση που υπολανθάνει στο απόσπασμα;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



3. Τι είναι και τι δεν είναι ο δημόσιος θηλασμός σύμφωνα με τον συντάκτη του άρθρου;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Που ακριβώς θίγεται το θέμα του σεξισμού στο άρθρο;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Ε](#)

Φύλλο Εργασίας - Ομάδα 5.

Διαβάστε το άρθρο με τίτλο: «[Γόβα, μαλλί, διαγραφή](#)» και απαντήστε στα παρακάτω ερωτήματα:

1. «Ξέρουμε τι μάρκα παπούτσια φοράει ο Πάρις Κουκουλόπουλος ή ο Αδωνις Γεωργιάδης; Φυσικά όχι. Ουδείς ασχολείται με τα υποδήματά τους_ παρεκτός αν πρόκειται για τα παλιά τους τα παπούτσια όπου γράφουν τον ελληνικό λαό. Με τις γυναίκες είναι αλλιώς. Ξέρουμε τι μάρκα είναι η γόβα και πόσους πόντους είναι το τακούνι. Με τη Θεοδώρα Τζάκρη οι Laboutin απέκτησαν άλλη αξία. Πολιτική αξία. Η αισθητική, η τιμή των υποδημάτων και των ενδυμάτων της βουλευτού Πέλλας σχολιάζονται περισσότερο από την απόφασή της να υπερψηφίσει την πρόταση μομφής που κατέθεσε η Αξιωματική Αντιπολίτευση». Ποια είναι η διάκριση που γίνεται με βάση το απόσπασμα;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Ποια περιστατικά σεξισμού αναφέρονται στην ελληνική βουλή και πως αντέδρασε το προεδρείο της βουλής;

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

3. Ποιες μορφές σεξισμού αναδεικνύει το κείμενο;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Για ποιους λόγους πιστεύετε ότι κάποιος μπορεί να συμπεριφερθεί σεξιστικά;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Στ](#)

Φύλλο Εργασίας - Ομάδα 6.

Διαβάστε το άρθρο με τίτλο: [«Στον αστερισμό του σεξισμού»](#) του Δήμου Χλωπτσιούδη και απαντήστε στα παρακάτω ερωτήματα:

1. Ποια είναι η στάση του σχολείου απέναντι στον σεξισμό σύμφωνα με τον συγγραφέα;

.....

.....

.....

.....

.....

2. Ποιο είναι το νόημα του αποσπάσματος «*Το εκπαιδευτικό σύστημα αντί να αντικρούει τα υπάρχοντα στερεότυπα, συχνά τα διατηρεί ή επιτρέπει τα παιδιά να στέκουν αδιάφορα. Η απουσία μιας ολοκληρωμένης εκπαιδευτικής πολιτικής για την ισότητα και τους κοινωνικούς διαχωρισμούς, για σεβασμό στη διαφορετικότητα και για την καλλιέργεια μιας συνείδησης ότι η ποικιλία αποτελεί φυσική επιλογή, αφήνει τα σημάδια της και στην αναπαραγωγή σεξιστικών αντιλήψεων*» Τι θα προτεινάτε εσείς να αλλάξει εκπαιδευτικό σύστημα; Τι θα θέλατε από το σχολείο να κάνει πάνω σε αυτό το θέμα; Πως καταλαβαίνετε τον όρο «αντισεξιστική εκπαίδευση»;

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

3. Ποια είναι τα στερεότυπα που περνάει το σχολείο στους μαθητές σύμφωνα με τον συγγραφέα;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Σύμφωνα με το κείμενο, τι είναι αυτό που φαίνεται «φυσικό» για τα αγόρια και «επιθετικό» για τα κορίτσια; Που νομίζετε ότι οφείλεται κάτι τέτοιο;

.....

.....

.....

.....

.....

4^ο στάδιο

Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Α](#)

ΟΜΑΔΑ Α. Σχέδιο εργασίας: Δείτε τα δύο βίντεο κλιπ [Miley Cyrus, Wrecking Ball](#) & [Sinead O' Connor, Nothing compares to you](#) και απαντήστε στις παρακάτω ερωτήσεις



1. Η Miley Cyrus δήλωσε ότι έφτιαξε το video clip του wrecking ball στα πρότυπα του Nothing compares to you της Sinead O' Connor. Πιστεύετε ότι έχουν ομοιότητες ή διαφορές τα δύο αυτά βίντεο κλιπ; Ναι ή όχι; Να δικαιολογήσετε την άποψή σας.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Σε ποιο video clip εντοπίζετε τον σεξισμό; Να δικαιολογήσετε την απάντησή σας

.....

.....



3. Πιστεύετε ότι η Sinead O' Connor είχε δίκιο στις ανησυχίες που εκφράζει στην επιστολή της; Να δικαιολογήσετε την απάντησή σας.

4. Θυμηθείτε όσα αναφέραμε για την «κατασκευή» - «δράση» και «ρητορεία» στη Ψυχολογία του Λόγου (μπορείτε να συμβουλευτείτε τις σημειώσεις σας). Ποια είναι η κατασκευή του γυναικείου πρότυπου στα δύο video clip;

	Κατασκευή
Video clip Miley Cyrus, Wrecking Ball	



Video clip Sinead O’ Connor, Nothing compares to you	

Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Β](#)

ΟΜΑΔΑ Β. Σχέδιο εργασίας. Δείτε τις δύο διαφημίσεις [JACOBS Flavours_ Βρες τη γεύση σου](#) & [JACOBS Flavours_ Βρες τη γεύση σου](#) και απαντήστε στις ερωτήσεις.



1. Πως παρουσιάζονται οι γυναικείες μορφές και στις δύο διαφημίσεις (εμφάνιση, ντύσιμο, ομιλία, στερεότυπα);

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Που εντοπίζεται ο σεξισμός και στις δύο διαφημίσεις;

.....

.....

.....

.....

.....

3. Με ποιον τρόπο προσπαθεί η διαφημιστική εταιρεία να πουλήσει το προϊόν της;

4. Θυμηθείτε όσα αναφέραμε για την «κατασκευή» - «δράση» και «ρητορεία» στη Ψυχολογία του Λόγου (μπορείτε να συμβουλευτείτε τις σημειώσεις σας). Ποια είναι η κατασκευή, η ρητορεία και η δράση στις δύο διαφημίσεις;

	Κατασκευή	Ρητορεία	Δράση
Διαφήμιση Jacobs Βρες τη γεύση σου 1			
Διαφήμιση Jacobs Βρες τη γεύση σου 2			



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

--	--	--	--

Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Γ](#)

ΟΜΑΔΑ Γ. Σχέδιο εργασίας. Δείτε τις δύο διαφημίσεις [Sexism 1 - Diafimisi Germanos-Mpamies\[Money Back\]](#) & [Sexism 2 - Pali mpamias](#) και απαντήστε στις ερωτήσεις



1. Πως παρουσιάζεται ο ανδρικός και ο γυναικείος ρόλος στην πρώτη διαφήμιση (εμφάνιση, ντύσιμο, ομιλία, στερεότυπα);

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Που εντοπίζεται ο σεξισμός και στην πρώτη διαφήμιση;

.....

.....

.....

.....

.....



3. Τα βίντεο που παρακολουθήσατε είναι στην ουσία και τα δύο διαφημίσεις. Ποιες είναι οι διαφορές τους; Ποιος πιστεύετε ότι πρέπει να είναι ο ρόλος της διαφήμισης;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Θυμηθείτε όσα αναφέραμε για την «κατασκευή» - «δράση» και «ρητορεία» στη Ψυχολογία του Λόγου (μπορείτε να συμβουλευτείτε τις σημειώσεις σας). Ποια είναι η κατασκευή, η ρητορεία και η δράση στις δύο διαφημίσεις;

	Κατασκευή	Ρητορεία	Δράση
Διαφήμιση Sexism 1			
Διαφήμιση			




ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Sexism 2			
----------	--	--	--

Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Δ](#)

ΟΜΑΔΑ Δ. Σχέδιο εργασίας. Δείτε τις δύο διαφημίσεις [ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ](#)

[VODAFONE SYNOIKESIO](#) & [ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ VODAFONE - NEO SMARTPHONE](#)

[ΚΑΘΕ ΧΡΟΝΟ...-1](#) και απαντήστε στις ερωτήσεις



1. Πως παρουσιάζεται ο ανδρικός και ο γυναικείος ρόλος στην πρώτη διαφήμιση (εμφάνιση, ντύσιμο, ομιλία, στερεότυπα);

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Που εντοπίζεται ο σεξισμός στην δεύτερη διαφήμιση;

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

3. Πως προσπαθεί η εταιρεία να πουλήσει τα προϊόντα της και στις δύο διαφημίσεις;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Θυμηθείτε όσα αναφέραμε για την «κατασκευή» - «δράση» και «ρητορεία» στη Ψυχολογία του Λόγου (μπορείτε να συμβουλευτείτε τις σημειώσεις σας). Ποια είναι η κατασκευή, η ρητορεία και η δράση στις δύο διαφημίσεις;

	Κατασκευή	Ρητορεία	Δράση
<i>Διαφήμιση</i> <i>Vodafone</i> <i>«Συννοικέσιο»</i>			



Διαφήμιση Vodafone «Νέο Smartphone κάθε χρόνο»			
---	--	--	--

Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Ε](#)

ΟΜΑΔΑ Ε. Σχέδιο εργασίας. Δείτε τις δύο διαφημίσεις [COSMOTE - Οικογενειακό Πακέτο - Παρ_ολίγον τροχαίο](#) & [COSMOTE Οικογενειακό Πακέτο - Παντρεμένοι με παιδιά](#) και απαντήστε στις ερωτήσεις



1. Πως παρουσιάζεται ο γυναικείος ρόλος και στις δύο διαφημίσεις (εμφάνιση, ντύσιμο, ομιλία, στερεότυπα);

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Ποια είναι τα στερεότυπα και στις δύο διαφημίσεις;

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

3. Πως προσπαθεί η εταιρεία να πουλήσει τα προϊόντα της και στις δύο διαφημίσεις;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Θυμηθείτε όσα αναφέραμε για την «κατασκευή» - «δράση» και «ρητορεία» στη Ψυχολογία του Λόγου (μπορείτε να συμβουλευτείτε τις σημειώσεις σας). Ποια είναι η κατασκευή, η ρητορεία και η δράση στις δύο διαφημίσεις;

	Κατασκευή	Ρητορεία	Δράση
Διαφήμιση Cosmote «Παρ’ ολίγων τροχάιο»			
Διαφήμιση Cosmote			




ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



«Παντρεμένοι με παιδιά»			
----------------------------	--	--	--

Φύλλο Εργασίας [Ομάδα Στ](#)

ΟΜΑΔΑ ΣΤ. Σχέδιο εργασίας. Δείτε τις δύο διαφημίσεις [COSMOTE HOT DOG 2](#) ([ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ 2012](#)) [NEW](#) & [Οδηγός καλής νοικοκυράς!](#) και απαντήστε στις ερωτήσεις



1. Πως παρουσιάζεται ο γυναικείος ρόλος στην πρώτη διαφήμιση (εμφάνιση, ντύσιμο, ομιλία, στερεότυπα);

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Ποιες διαφορές και ποιες ομοιότητες έχουν και οι δύο διαφημίσεις;

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Πως προσπαθούν οι εταιρείες να πουλήσουν τα προϊόντα τους και στις δύο διαφημίσεις;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Θυμηθείτε όσα αναφέραμε για την «κατασκευή» - «δράση» και «ρητορεία» στη Ψυχολογία του Λόγου (μπορείτε να συμβουλευτείτε τις σημειώσεις σας). Ποια είναι η κατασκευή, η ρητορεία και η δράση στις δύο διαφημίσεις;

	Κατασκευή	Ρητορεία	Δράση
Διαφήμιση Cosmote			

Διαφήμιση «Οδηγός καλής νοικοκυράς!»			

Ζ. ΆΛΛΕΣ ΕΚΔΟΧΕΣ

Επειδή το σενάριο σχετίζεται και αναφέρεται σε θέματα μητρικού θηλασμού αλλά και διαφήμισης, μπορεί να εφαρμοστεί και στη Γ' Λυκείου στις σχετικές ενότητες. Στην περίπτωση αυτή, στο 3^ο στάδιο και για την τρίτη ομάδα, οι ερωτήσεις του φύλλου εργασίας μπορούν να εμπλουτιστούν ως εξής:

Ερωτήσεις για την Γ' Λυκείου:

1. Ποια είναι η προσωπική σας άποψη για το θέμα του δημόσιου θηλασμού;
2. Πως καταλαβαίνετε την «καλογερίστική αντίληψη της ζωής» που αναφέρεται στο τέλος του κειμένου στο σχολικό εγχειρίδιο (σελ. 207)



ΕΝΤΟΠΙΖΕΤΕ ΤΗΝ ΚΑΛΟΓΕΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΣΤΟ ΑΡΘΡΟ ΠΟΥ ΔΙΑΒΑΣΑΤΕ;

Η. ΚΡΙΤΙΚΗ

Οι δυσκολίες και οι ιδιαιτερότητες του σεναρίου έχουν αναφερθεί αναλυτικά σε κάθε στάδιο. Εν κατακλείδι, η εμπειρία μου έδειξε ότι, επειδή το σχολείο είναι ζωντανός χώρος και τα πάντα μπορούν να συμβούν και επειδή δουλεύουμε με ΤΠΕ και η πιο απλή βλάβη μπορεί να τινάξει στον αέρα το σενάριο, καλό είναι πάντα να έχουμε μαζί μας και μία εκτυπωμένη μορφή του σεναρίου. Σε ό,τι αφορά την ιδιαιτερότητα κάποιων όρων του σεναρίου (σεξισμός και πορνογραφία) κλείνω με την ρήση του Bruner (1960) ότι δηλαδή κάθε θέμα μπορεί να διδαχτεί σε οποιοδήποτε παιδί οποιαδήποτε ηλικίας με τίμιο (στο πρωτότυπο κείμενο: honest) ειλικρινή τρόπο.

Θ. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Bruner, J. 1960. *The process of education*. New York: Vintage Books.

Δραγώνα, Θ. 2001. «Κοινωνικές Ταυτότητες / Ετερότητες» (κεφάλαιο 1) στο *Εκπαίδευση: Πολιτισμικές Διαφορές και Κοινωνικές Ανισότητες, τόμος Α, Κοινωνικές Ταυτότητες / Ετερότητες – Κοινωνικές Ανισότητες, Διγλωσσία και Σχολείο*. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

Επιλεγμένη βιβλιογραφία για την Ψυχολογία του Λόγου (Discursive Psychology)

Edeards, D. 2005. Discursive Psychology in K. L. Fitch & R. E. Sanders (eds.) *Handbook of Language and Social Interaction*, pp 257 – 273, Earlbaum.

Potter, J. 2003. *Discursive Psychology: Between method and paradigm, discourse and society*. Sage Publications, London.

Roden, F. 2001. Becoming Butlerian: On the discursive limits (and potentials) of gender trouble at ten years of age. *International Journal of sexuality and gender studies*, vol. 6, nos. 1/2, 2001.



Φραγκουδάκη, Α. 2001. «Η κοινωνική ανισότητα στην εκπαίδευση» (κεφάλαιο 2), στο *Εκπαίδευση: Πολιτισμικές Διαφορές και Κοινωνικές Ανισότητες*, τόμος Α, *Κοινωνικές Ταυτότητες / Ετερότητες – Κοινωνικές Ανισότητες, Διγλωσσία και Σχολείο*. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

Whetherell, M., J. Potter. 1992. *Mapping the language of racism: Discourse and the legitimization of exploitation*. Columbia University Press, New York.