

2^ο Διαδικτυακό Εργαστήριο

«Παιδεία για τα Μέσα, Κριτική Σκέψη και Ελευθερία της Έκφρασης: Προοπτικές και Διλήμματα»

ΠΡΟΤΥΠΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ ΚΑΙ ΚΡΙΤΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥΣ

Δρ. Γαλάτεια Καλλίτση
Εκπαιδευτικός Δημοτικής Εκπαίδευσης



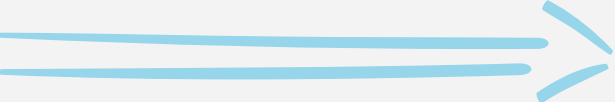
Ευρωπαϊκό
Πανεπιστήμιο Κύπρου



ΠΑΙΔΑΓΟΓΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ
ΚΥΠΡΟΥ

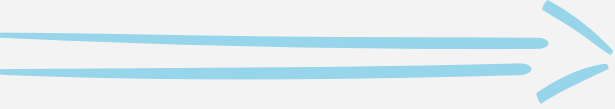


Erasmus+



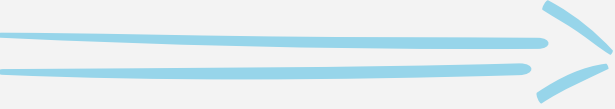
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

- **Θέμα:** Πρότυπα ομορφιάς από τα ΜΜΕ και κριτική διερεύνησή τους
- **Τάξεις:** Ε΄ - Στ΄ Δημοτικού
- **Διάρκεια:** 2 x 80 λεπτά
- **Γνωστικά αντικείμενα:** Ελληνικά, Αγωγή Υγείας



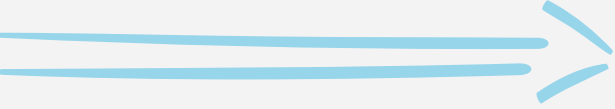
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΘΕΜΑΤΟΣ

- Τα ΜΜΕ αποτελούν σημαντικό κοινωνικο-πολιτισμικό παράγοντα μετάδοσης μηνύματων σε σχέση με τα ιδεατά πρότυπα ομορφιάς σε παιδιά και έφηβους (Dittmar, 2009; Levine & Murnen, 2009; Northup & Liebler, 2010).
- Στενά ορισμένα έμφυλα στερεότυπα σε σχέση με την «ομορφιά» (Karupiah, 2014).
- Επηρεασμός αντιλήψεων παιδιών/εφήβων σχετικά με τα ιδανικά πρότυπα ομορφιάς:
 - Δημιουργία μη ρεαλιστικών προσδοκιών για την ιδεώδη εικόνα του σώματος και τα ιδεατά μοντέλα ομορφιάς.
 - Δυσαρέσκεια σε σχέση με το σώμα και τη γενικότερη εμφάνιση.
 - Διατροφικές διαταραχές, επικίνδυνες για την υγεία πρακτικές ομορφιάς.



ΣΚΟΠΟΣ

- Ανάπτυξη ικανοτήτων κριτικού γραμματισμού στα παιδιά, ώστε να ενισχυθούν οι δεξιότητες χειρισμού, ενεργής ανάλυσης και εμπειριστατωμένης ερμηνείας θεμάτων που σχετίζονται με τον τρόπο προβολής ζητημάτων ομορφιάς μέσα από διάφορες μορφές ΜΜΕ.



ΣΤΟΧΟΙ

Τα παιδιά να:

1. Αναγνωρίζουν τα ΜΜΕ ως βασική πηγή δημιουργίας και μετάδοσης προτύπων ομορφιάς.
2. Εντοπίζουν, διερευνούν και να αποδομούν προσδοκόμενα και κοινωνικά αποδεκτά στερεότυπα ομορφιάς.
3. Ανιχνεύουν τεχνάσματα που τα ΜΜΕ χρησιμοποιούν με σκοπό τη μετάδοση της ιδεολογίας/μηνυμάτων τους.
4. Διακρίνουν την οπτική γωνία «θέασης του κόσμου» που υιοθετεί ο/η συγγραφέας.
5. Επιχειρηματολογούν σχετικά με την δική τους κατανόηση σε θέματα που αφορούν την «ομορφιά».



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ



1. Αφόρμηση: «Ομορφιά» είναι...

- **Ερώτημα: Τι είναι για εσάς η «ομορφιά»;**
- Τα παιδιά γράφουν ανώνυμα σε ένα χαρτάκι τις σκέψεις τους και τις τοποθετούν σε ένα κουτί.
- Διευκολυντικές ερωτήσεις:
 - Τι χαρακτηριστικά θεωρείτε ότι έχουν οι «όμορφοι» άνθρωποι;
 - Ποια διάσημα πρόσωπα θεωρείτε «όμορφα»;
 - Τι πρακτικές/ρουτίνες ακολουθούμε για να πετύχουμε την «ομορφιά»;
 - Από πού νομίζετε ότι επηρεαζόμαστε για το τι θεωρείται «όμορφο»;
- Μεγαλόφωνη ανάγνωση ιδεών, ώστε να ξεκινήσει η συζήτηση.
- Εντοπισμός **κοινών μοτίβων** σε σχέση με τις σκέψεις/παρατηρήσεις παιδιών – Καταγραφή στον πίνακα.
- Διατύπωση **σχετικών ερωτημάτων** που προκύπτουν, τα οποία θα συζητηθούν στην ενότητα αυτή.



2. Πρότυπα ομορφιάς μέσα από τα ΜΜΕ

Βίντεο:

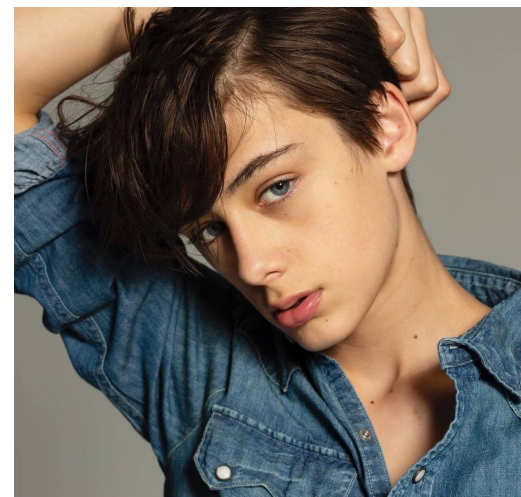
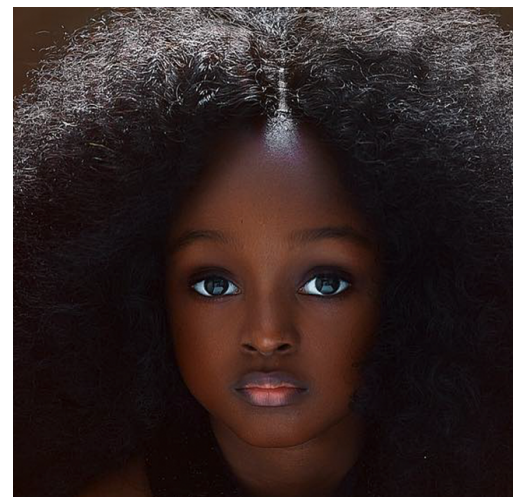
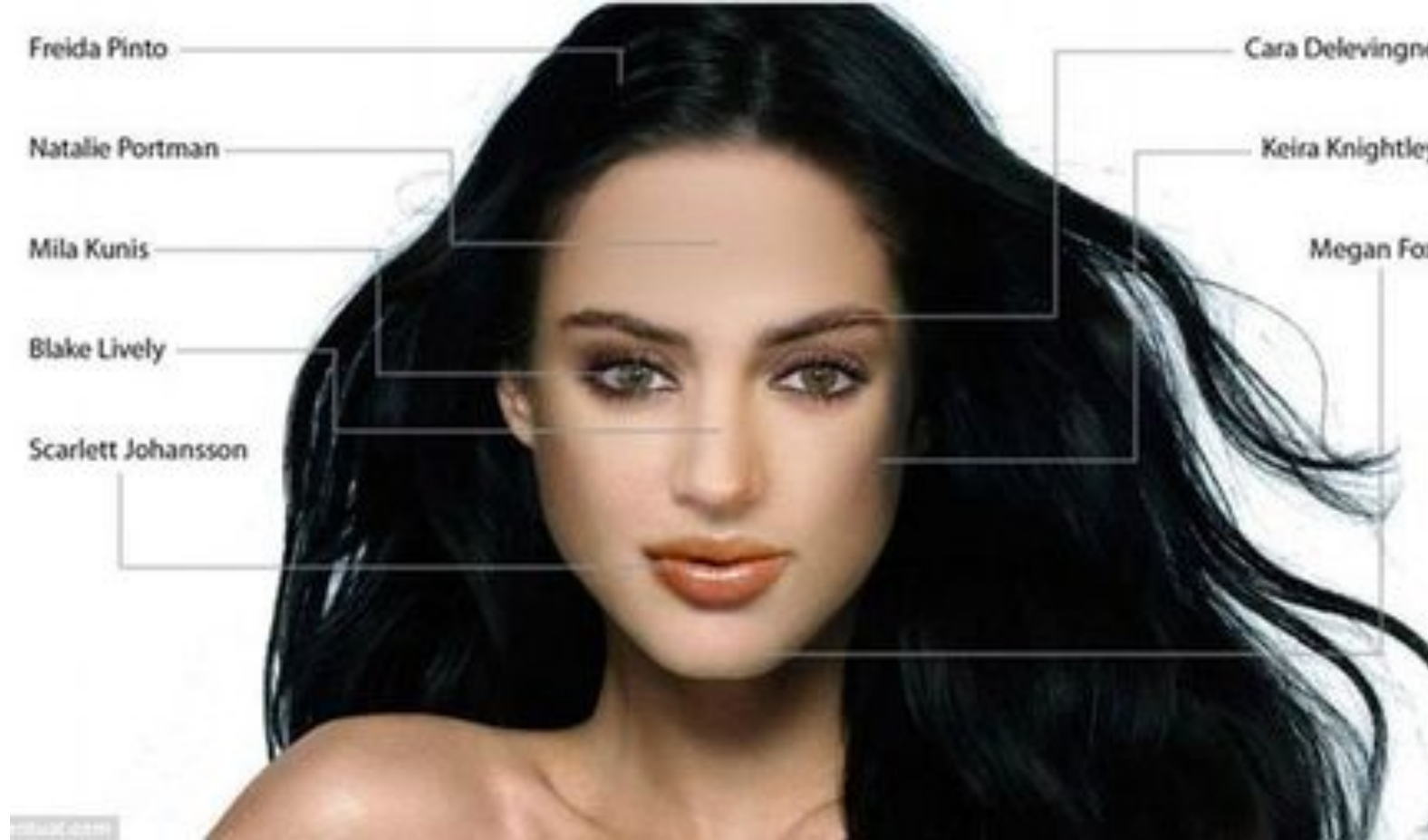
«Οι 10 πιο όμορφες γυναίκες και οι πιο όμορφοι άνδρες στον κόσμο»

<https://www.youtube.com/watch?v=MVXhZxuwoLU>

Προβολή εικόνων:

Αναζήτηση στο Google ή σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης όρων όπως «ομορφιά», «όμορφος άνδρας», «όμορφη γυναίκα», «#beauty», «#beautiful».





- **Θέματα συζήτησης:**
- Χαρακτηριστικά που θεωρούνται «όμορφα» στους ανθρώπους
- Πρακτικές/Ρουτίνες «ομορφιάς»
- Έμφυλη διάσταση στην ομορφιά – Στερεοτυπικά ανδρικά και γυναικεία πρότυπα ομορφιάς
- Ρεαλιστικότητα προβαλλόμενων προτύπων ομορφιάς
- Προβληματισμός για τον βαθμό στον οποίο τα ΜΜΕ πιθανόν να μας επηρεάζουν στην υιοθέτηση ιδανικών προτύπων ομορφιάς



«Συμφωνώ», «Διαφωνώ», «Το σκέφτομαι ακόμα»

- Η τάξη χωρίζεται σε τρεις γωνιές. Σε κάθε γωνιά υπάρχει μια καρτέλα: «Συμφωνώ», «Διαφωνώ», «Το σκέφτομαι ακόμα».
- Η εκπαιδευτικός διαβάζει κάποιες δηλώσεις και τα παιδιά καλούνται να τοποθετηθούν σε μια από τις τρεις γωνιές.

ΔΗΛΩΣΕΙΣ:

1. Τα πρότυπα ομορφιάς είναι το ίδιο αυστηρά για κορίτσια/γυναίκες και αγόρια/άνδρες.
 2. Τα ΜΜΕ αποτελούν βασική πηγή επηρεασμού για το τι θεωρούμε όμορφο.
 3. Τα στερεότυπα ομορφιάς είναι επιβλαβή.
 4. Τα πρότυπα ομορφιάς που προβάλλονται από τα ΜΜΕ είναι ρεαλιστικά.
- Στη συνέχεια, τα παιδιά ερωτούνται γιατί έχουν επιλέξει αυτή τη θέση, εκφράζοντας τα επιχειρήματά τους.
 - Αφού ακούσουν τα επιχειρήματα των συμμαθητών/ριών τους, μπορούν να αλλάξουν θέση, σε περίπτωση που έχουν αλλάξει γνώμη.

3. Ρεαλιστικότητα προτύπων ομορφιάς

Προβολή βίντεο

- Dove: Selfie (Dove self-esteem project)
<https://www.youtube.com/watch?v=TxPEqIBjWNE>

Τεχνητή φύση ομορφιάς:

- Κατασκευή από ομάδες επαγγελματιών ειδικών (φωτογράφοι, κομμωτές, μακιγιέζ, στυλίστες)
- Ηλεκτρονική επεξεργασία φωτογραφιών. (λογισμικά, φίλτρα, εφαρμογές)

Εργασία:

- Εντοπισμός και καταγραφή πρακτικών επεξεργασίας προτύπων ομορφιάς στα ΜΜΕ.
- Συζήτηση στην ολομέλεια.



4. Κριτική διερεύνηση διαφήμισης προϊόντος ομορφιάς

Διάφορες μορφές διαφήμισης:

- Έντυπη
- Τηλεοπτική (βίντεο)

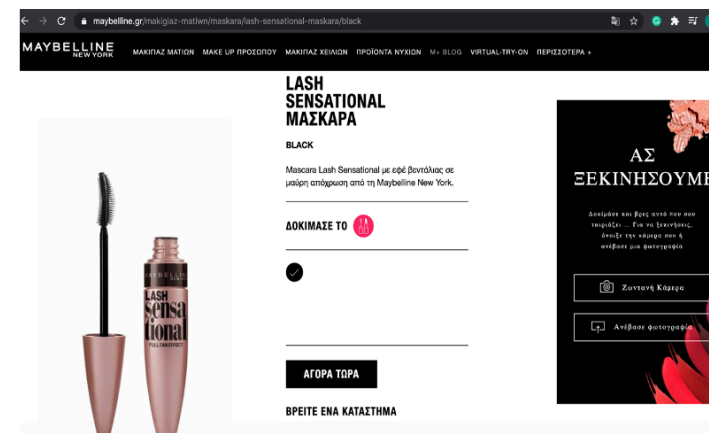
<https://www.youtube.com/watch?v=EE9WI-Rchu8>

- Ιστοσελίδα εταιρίας (διαδικτυακό κατάστημα)

<https://www.maybelline.gr/>

- Κανάλι στο YouTube

(Opposite hand makeup challenge ft. i Mikri Ollandeza & Fosbloque)



Στόχοι:

- Διαφορετικά διαφημιστικά τεχνάσματα, ανάλογα με τη μορφή διαφήμισης.
- Εντοπισμός πολυτροπικών χαρακτηριστικών διαφήμισης.
- Επισήμανση τρόπων με τους οποίους συμβάσεις, κωδικοί και μορφές του είδους της διαφήμισης συμβάλλουν στην κατασκευή συγκεκριμένων νοημάτων.

Φύλλο εργασίας:

Άξονες μελέτης διαφήμισης:

- α) πλαίσιο επικοινωνίας
- β) γλωσσική και νοηματική δομή
- γ) εικόνα/ήχος/κίνηση
- δ) κοινωνική αξία κειμένου
- ε) αξιολόγηση κειμένου



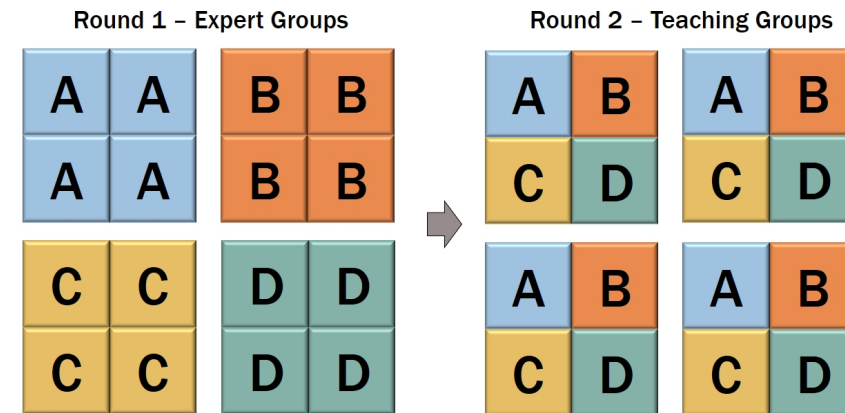
5. Μελέτη ηλεκτρονικών άρθρων – Στρατηγική Jigsaw

Στρατηγική Jigsaw:

- Κάθε ομάδα μαθητών/ριών γίνεται «ειδική» σε ένα συγκεκριμένο τομέα. Στη συνέχεια, η κάθε «ειδική» ομάδα μοιράζεται τις γνώσεις που έχει αποκτήσει με τις υπόλοιπες ομάδες.

Βήματα:

- **Η τάξη χωρίζεται σε «ειδικές» ομάδες.** Η κάθε ομάδα έχει ένα χρώμα.
- Στην κάθε «ειδική» ομάδα δίνεται ένα άρθρο. Η ομάδα μελετά και συζητά το άρθρο και συμπληρώνει ένα **Φύλλο Εργασίας** (οπτική συγγραφέα/ επιχειρήματα, προσωπική άποψη μαθητών/ριών)
- **Δημιουργία «εκπαιδευόμενων ομάδων»:** Μεικτές ομάδες που αποτελούνται από ένα ή δύο άτομα από την κάθε «ειδική» ομάδα. Τα μέλη της κάθε «ειδικής» ομάδας επιμορφώνουν τα υπόλοιπα μέλη της «εκπαιδευόμενης ομάδας» για το άρθρο που έχουν μελετήσει.





Ενδεικτικά άρθρα:

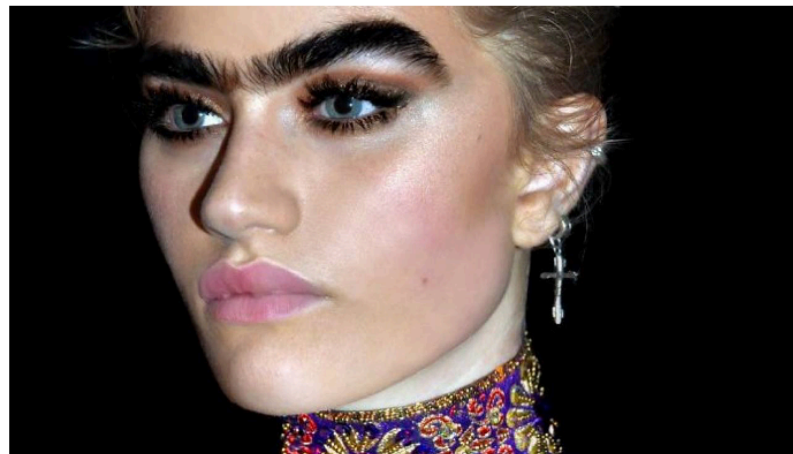
1) Στα πρότυπα αισθητικής του Instagram: Πώς τα κοινωνικά δίκτυα καθορίζουν την ομορφιά

<https://freesunday.gr/kosmos/item/33893-sta-protypa-aisthhtikhs-toy-instagram>



2) #NoMakeup: 50 γυμνά από μακιγιάζ selfies του Χόλιγουντ κάνουν επανάσταση

<https://www.cnn.gr/style/moda/story/149460/nomakeup-50-gymna-apo-makigiaz-selfies-toy-xoligoynt-kanoy-n-epanastasi>



3) Σοφία Χατζηπαντελή: Μου έχουν απειλήσει τη ζωή για τα φρύδια μου

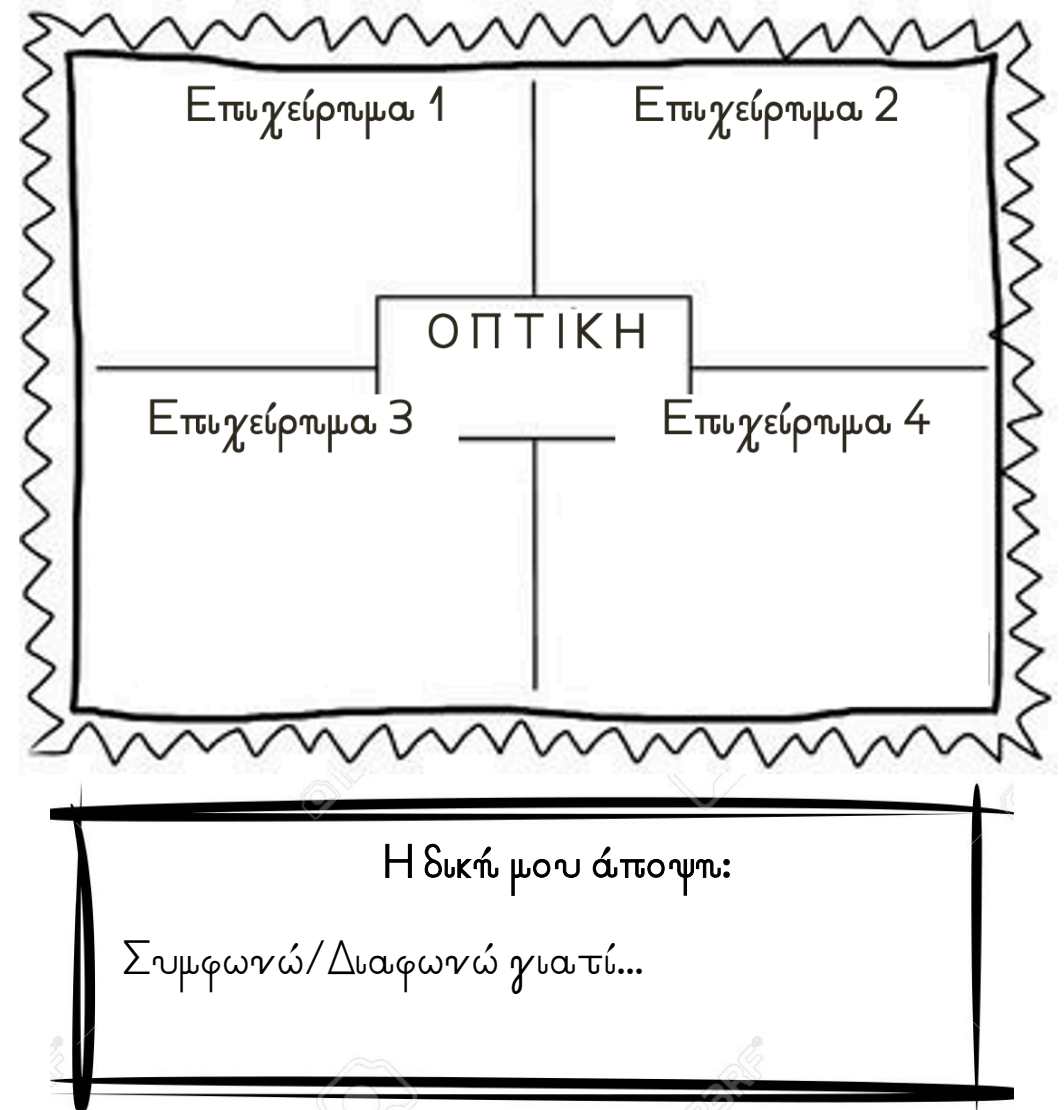
<https://www.cnn.gr/style/moda/story/124533/sofia-xatzipanteli-moy-exoyn-apeilisei-ti-zoi-gia-ta-frydia-moy>

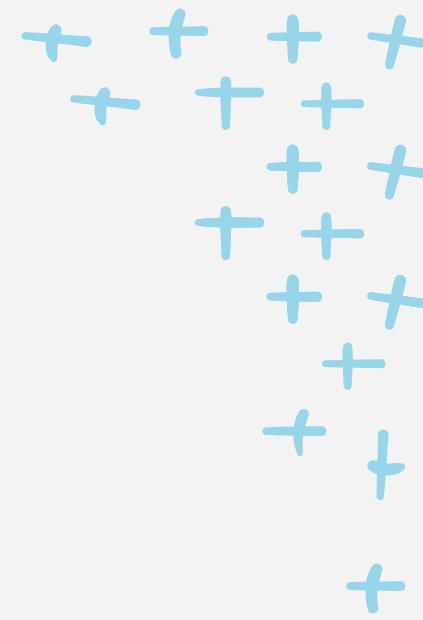
4)) Η ομορφιά είναι διαβατήριο για ευτυχία στη ζωή;

<https://www.shape.gr/psixologia/apoktise-aftopepithisi/omorfia-diavathrio-eutuxia/>

- **Φύλλο Εργασίας:**

- Βασικό επιχείρημα (οπτική) συγγραφέως
- Στοιχεία/Επιχειρήματα τεκμηρίωσης οπτικής
- Η δική μου άποψη
(Συμφωνώ/Διαφωνώ και γιατί)





6. Ρόλος των ΜΜΕ στην προώθηση συγκεκριμένων προτύπων ομορφιάς

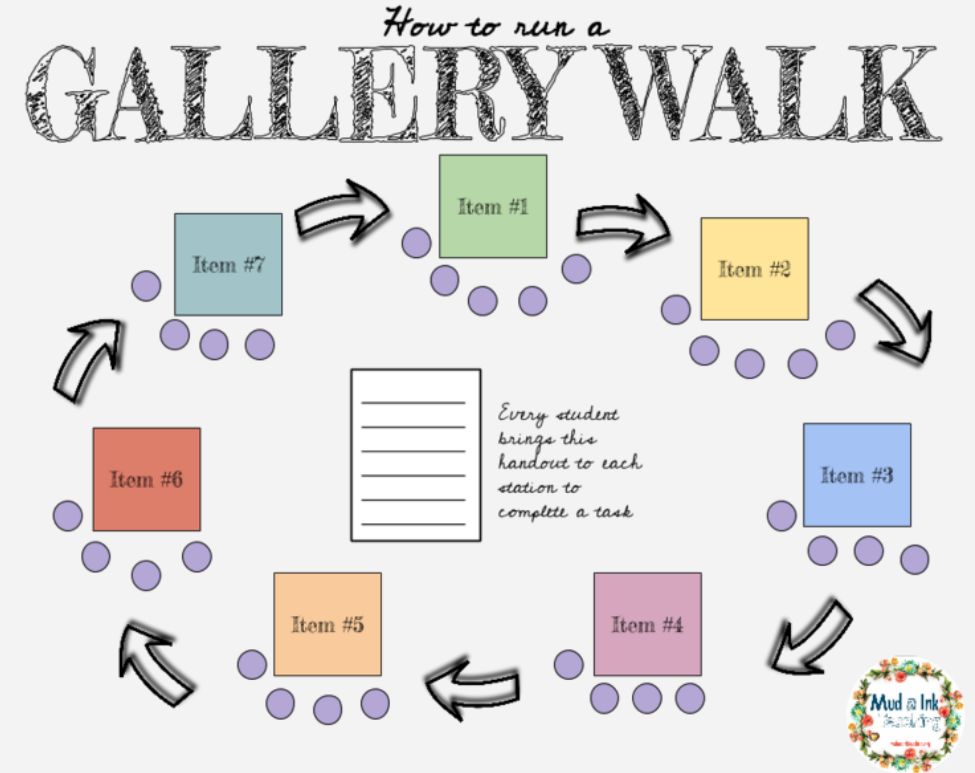
Ερώτημα:

Για ποιους λόγους τα ΜΜΕ προωθούν συγκεκριμένα πρότυπα ομορφιάς;

- Γραπτή εργασία: Οι μαθητές/ριες εξηγούν 2 τουλάχιστον λόγους για τους οποίους τα πρότυπα ομορφιάς προβάλλονται με αυτό τον τρόπο.
- Δίνονται ως **νοητικό στήριγμα** λέξεις-κλειδιά σε καρτέλες (συμφέροντα, προώθηση προϊόντων, προβολή διασημοτήτων, κέρδος κλπ)
- Συζήτηση στην ολομέλεια και καταγραφή βασικών κινήτρων στον πίνακα.

7. Κλείσιμο/Αξιολόγηση: Gallery Walk

- Ο/Η κάθε μαθητής/ρια γράφει σε ένα χαρτί κάτι σημαντικό που του/της αποτυπώθηκε από το μάθημα (π.χ. σχόλιο, τίτλος άρθρου, σλόγκαν, σύνθημα, ερώτημα/προβληματισμός, ζωγραφιά).
- Τα παιδιά τοποθετούν το χαρτάκι τους σε διάφορα σημεία της τάξης (θρανία, τοίχος, πίνακας).
- Gallery walk: Τα παιδιά κινούνται στην τάξη, βλέπουν τα χαρτάκια των συμμαθητών/ριών τους και σχολιάζουν, ρωτούν, απαντούν, κάνουν συνδέσεις, συμπεραίνουν, ερμηνεύουν.





ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΑΣ!

