

Εκπαιδευτικό Σενάριο για την Καλλιέργεια της Δημιουργικής Σκέψης με τη Χρήση του LAMS στην Α΄ Γυμνασίου

Α. Κωτσίδου¹, Β. Μακρή², Ε. Ξάνθου³, Φ. Σιαμέτη⁴

^{1 2 3 4} Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων, Π.Μ.Σ. Ηλεκτρονική Μάθηση

¹ despina.kotsidou@hotmail.com, ² venia.makri@hotmail.com, ³ evandra.th@gmail.com,

⁴ foteiniss@yahoo.gr

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία προτείνουμε πρακτικές που αποσκοπούν στην υιοθέτηση της ηλεκτρονικής μάθησης και στην ανάπτυξη ποικίλων δεξιοτήτων που θα βοηθούν το μαθητή να μάθει πώς να σκέφτεται και πώς να αναπτύσσει την επιχειρηματολογία του, να βελτιώνει τις εκφραστικές του δυνατότητες, να καλλιεργεί δεξιότητες, να εκφράζεται δημιουργικά, να ξεδιπλώνει τη φαντασία του, να συνεργάζεται αποτελεσματικά, να αποκτά τη γνώση αυτενεργώντας και να αυτό-αξιολογείται καθ' όλη τη μαθησιακή διαδικασία. Για το σκοπό αυτό οι Νέες Τεχνολογίες και ειδικότερα η χρήση του LAMS αναδεικνύουν την έννοια του e-learning. Το εκπαιδευτικό σενάριο έχει ως θέμα τη *Διαφήμιση* και στηρίχτηκε στο διδακτικό μοντέλο της Συνεκτικής (Synectics) το οποίο προάγει τη δημιουργική σκέψη και συνάδει με τη χρήση των ΤΠΕ στην εκπαίδευση.

Λέξεις κλειδιά: LAMS, Δημιουργικότητα, Συνεκτική.

1. Εκπαιδευτικό Πρόβλημα

Το εκπαιδευτικό πρόβλημα που εξετάζεται στο σενάριο αυτό είναι «Πώς οι μαθητές θα αναπτύξουν δημιουργική σκέψη;». Σύμφωνα με τον Piaget βασική επιδίωξη της εκπαίδευσης είναι η δημιουργία ανθρώπων ικανών να φτιάχνουν καινούργια πράγματα και όχι απλά να επαναλαμβάνουν ότι είχαν κάνει οι προηγούμενες γενιές. (Τριλιανός, 2009). Ωστόσο, στο σύγχρονο ελληνικό σχολείο διαπιστώνεται ότι οι μαθητές περιορίζονται στη στεία απομνημόνευση που δε συντελεί στην ανάπτυξη δημιουργικής σκέψης (Λεωνίδου, 2006). Στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν πολλοί ορισμοί για τη δημιουργική σκέψη, ενδεικτικά αναφέρεται ο ορισμός του Mackinnon, κατά τον οποίο αποτελεί μια σύνθετη διαδικασία, όπου η γνώση, η παρώθηση, η συγκίνηση, εμπλέκονται στη σκέψη, στην αντίληψη, τη μνήμη και τη φαντασία. Αντανακλά την πορεία του νου στην ανασύνθεση των γνωστικών σχημάτων και στη δημιουργία νέων δομών. Οι πιο βασικοί παράγοντες που συνήθως εμποδίζουν την ανθρώπινη δημιουργικότητα είναι α) η ψυχολογική ανασφάλεια για το νέο και το άγνωστο, β) οι κοινωνικές πιέσεις για συμμόρφωση, γ) η τυποποίηση της σκέψης, δ)

Α. Λαδιάς, Α. Μικρόπουλος, Χ. Παναγιωτακόπουλος, Φ. Παρασκευά, Π. Πιντέλας, Π. Πολίτης, Σ. Ρετάλης, Δ. Σάμψων, Ν. Φαχαντίδης, Α. Χαλκίδης (επιμ.), Πρακτικά Εργασιών 3ου Πανελληνίου Συνεδρίου «Ένταξη των ΤΠΕ στην Εκπαιδευτική Διαδικασία» της Ελληνικής Επιστημονικής Ένωσης ΤΠΕ στην Εκπαίδευση (ΕΤΠΕ), Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Πειραιάς, 10-12 Μαΐου 2013

η απόλυτη κυριαρχία της λογικής ε) η έλλειψη εμπιστοσύνης στις δημιουργικές μας ικανότητες και στ) ο φόβος των σφαλμάτων και της γελοιοποίησης (Αναγνωστοπούλου κ.α., 2007). Με την αξιοποίηση του Συνεκτικού Μοντέλου Μάθησης (Synectics) του οποίου κύριος εκφραστής είναι ο W. Gordon, αποφεύγονται τα παραπάνω εμπόδια και επιτυγχάνεται ο απώτερος σκοπός που είναι η δημιουργική ικανότητα. Τα άτομα παράγουν περισσότερες ιδέες (ρευστότητα), αποκτούν ευέλικτη σκέψη (ευκαμψία), συνδέουν το συνηθισμένο με το ασυνήθιστο (πρωτοτυπία), οργανώνουν τη σκέψη σε ευρύτερα σχήματα (τελειοποίηση). Επιπροσθέτως, η χρήση αυτής της μεθόδου ενισχύει την ικανότητα να ζει κάποιος μέσα σε περίπλοκα και αντικρουόμενα περιβάλλοντα και σχέσεις, χρησιμοποιώντας δημιουργική σκέψη και κινητοποιώντας νοητικές λειτουργίες καθώς επιτρέπει και τη χρήση μεταφορών και αναλογιών. (Τριλιανός, 2009; Αναγνωστοπούλου κ.α., 2007) Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιείται η στρατηγική “*Δημιουργώντας κάτι νέο*” του συνεκτικού διδακτικού μοντέλου, σύμφωνα με την οποία οι εκπαιδευόμενοι αντιμετωπίζουν τα προβλήματα και τα ζητήματα από μια νέα οπτική γωνία και πιο δημιουργικά. Το σενάριο που αναπτύχθηκε έχει ως τίτλο «*Δημιουργώντας Μια Διαφήμιση...*», σε κάθε φάση του οποίου έχει δημιουργηθεί σειρά δραστηριοτήτων που καλούνται οι μαθητές να διεξάγουν στα πλαίσια της ομαδοσυνεργατικής προσέγγισης. (Ματσαγγούρας, 1998) Παράλληλα, ο εκπαιδευτικός αναθέτει συγκεκριμένους ρόλους στα μέλη των ομάδων που είναι ο επινοητής, ο συντονιστής, ο αρχηγός και ο καταγραφέας.

Σύμφωνα με βιβλιογραφικές αναφορές, η δημιουργικότητα μπορεί να εκδηλωθεί σε πολλούς τομείς, ένας εκ των οποίων είναι και ο λόγος (γραπτός και προφορικός). (Λεωνίδου, 2006) Βασιζόμενοι σε αυτό, η υλοποίησή του πραγματοποιείται στα πλαίσια της διδακτικής ενότητας «*Επικοινωνία στο σχολείο*» και συγκεκριμένα στην υποενότητα «*Είδη προφορικού και γραπτού λόγου*» στο μάθημα της Νεοελληνικής Γλώσσας της Α΄ Γυμνασίου. Είναι διαθεματικό καλύπτοντας και τις γνωστικές περιοχές της Ιστορίας, της Πληροφορικής και των Εικαστικών. Η εκτιμώμενη διάρκεια της διδακτικής παρέμβασης και πρακτικής υπολογίζεται σε 9 με 12 διδακτικές ώρες. Το κυριότερο ψηφιακό μέσο που χρησιμοποιείται είναι το LAMS.

2. LAMS (Learning Activity Management System)

Το LAMS που αποτελεί ένα εργαλείο σχεδιασμού και εκτέλεσης εκπαιδευτικών σεναρίων, υποστηρίζει και διευκολύνει την οργάνωση και τη στήριξη της εκπαιδευτικής διαδικασίας είτε στην τάξη είτε από απόσταση. Επιπλέον παρέχει δυνατότητες αμφίδρομης, σύγχρονης ή ασύγχρονης επικοινωνίας μεταξύ των μαθητών, αλλά και μεταξύ των μαθητών με τους καθηγητές τους και καθιστά δυνατή την εξατομικευμένη διδασκαλία. (Παπαδάκης & Φακιολάκης, 2011)

Ο εκπαιδευτικός δημιουργεί ένα σύνολο στοιχειωδών δραστηριοτήτων μάθησης σε ένα εύχρηστο περιβάλλον που του παρέχει τη δυνατότητα να κατασκευάζει σχέδια

μαθημάτων με τη μορφή διαγραμμάτων ροής. Τέτοιες δραστηριότητες μπορεί να περιλαμβάνουν ένα σύνολο ατομικών εργασιών, εργασιών για μικρές ομάδες και εργασιών για την ολομέλεια μιας εκπαιδευτικής ομάδας βασισμένων σε περιεχόμενο και συνεργασία. (Παπαμήτσιου κ.α., 2009) Επιπλέον, οι εκπαιδευτικοί μπορούν να δημιουργούν, να προσαρμόζουν και να μοιράζονται και να επαναχρησιμοποιούν τις ακολουθίες μαθησιακών δραστηριοτήτων. (Κοκκινίδη κ.α., 2008)

Κύρια οφέλη από τη χρησιμοποίηση του LAMS είναι ότι παρέχει τη δυνατότητα να ελέγχεται οποτεδήποτε η πρόοδος των μαθητών και να «ανακαλύπτονται» έγκαιρα τυχόν προβλήματα. (Παπαμήτσιου, 2009) Παρέχει στους μαθητές ένα εύχρηστο περιβάλλον στο οποίο οι μαθητές συμμετέχουν σε μεγαλύτερο ποσοστό κι πιο ενεργητικά και διευκολύνει τη διδασκαλία στην τάξη. Τέλος, διευκολύνει τους καθηγητές να δημιουργούν μαθήματα σύμφωνα με τις ανάγκες του μαθήματος, των μαθητών και του μοντέλου διδασκαλίας. (Παπαδάκης & Φακιολάκης, 2011)

3. Χαρακτηριστικά και Ανάγκες Εκπαιδευομένων

Αναφορικά με τα γνωστικά χαρακτηριστικά οι μαθητές είναι εξοικειωμένοι με τα εργαλεία και τα λογισμικά που χρησιμοποιούνται στο σενάριο. Επίσης, διαθέτουν πρότερες γνώσεις σχετικά με τη διαφήμιση, καθώς και με στοιχεία και έννοιες (π.χ. μέσα, είδη, λειτουργίες κ.α.) που σχετίζονται με αυτήν. Ακόμη, τα παιδιά έχουν διδαχθεί κάποια είδη κειμένου, να συνθέτουν περίληψη με τη χρήση πλαγιότιτλων. Σχετικά με τα ψυχοκοινωνικά χαρακτηριστικά, οι μαθητές έχουν οξύτατη φαντασία και σπάνια έχουν κριτική στάση απέναντι στις διαφημίσεις, αφού επηρεάζονται εύκολα από αυτές. Παράλληλα, παρατηρείται ότι δεν μπορούν να συνεργάζονται σε ικανοποιητικό βαθμό. Οι μαθητές παρουσιάζουν ανομοιογένεια αναφορικά με τη κοινωνική προέλευση. Όσον αφορά στα δημογραφικά χαρακτηριστικά, τα παιδιά έχουν ηλικία 12-13 χρόνων (Α΄ Γυμνασίου), είναι αγόρια και κορίτσια και 24 στον αριθμό (10 αγόρια και 14 κορίτσια). Σε σχέση με τις ανάγκες των μαθητών, υπάρχει η ανάγκη για καλλιέργεια δημιουργικής και κριτικής σκέψης, η ανάγκη για ανάπτυξη δεξιοτήτων συνεργασίας, επίλυσης προβλημάτων και η ανάγκη αλληλεπίδρασης με e-learning περιβάλλοντα μάθησης και πολυμεσικού υλικού. (Τριλιανός, 2009 ; Κόμης, 2004 ; Ματσαγγούρας, 2008 ; Elliot et al, 2008)

4. Διδακτικοί Στόχοι

Ο γενικός στόχος του εκπαιδευτικού σεναρίου είναι οι μαθητές να αναπτύξουν δημιουργική σκέψη. Από την άλλη πλευρά, οι ειδικοί στόχοι έχουν βασιστεί στο Διαθεματικό Ενιαίο Πλαίσιο Προγραμμάτων Σπουδών της Νεοελληνικής Γλώσσας της Α΄ Γυμνασίου και συγκεκριμένα στους ακόλουθους στόχους: «Ο μαθητής να αντιληφθεί τη σημασία των διάφορων κωδίκων για την επικοινωνία και τον ιδιαίτερο ρόλο του γλωσσικού κώδικα (κώδικας διαφήμισης)», «Να αντιληφθεί ότι υπάρχουν διαφορετικά είδη λόγου (π.χ. η ορολογία που χρησιμοποιείται στη διαφήμιση)», «Να

Α. Λαδιάς, Α. Μικρόπουλος, Χ. Παναγιωτακόπουλος, Φ. Παρασκευά, Π. Πιντέλας, Π. Πολίτης, Σ. Ρετάλης, Δ. Σάμψων, Ν. Φαχαντίδης, Α. Χαλκίδης (επιμ.), Πρακτικά Εργασιών 3ου Πανελληνίου Συνεδρίου «Ένταξη των ΤΠΕ στην Εκπαιδευτική Διαδικασία» της Ελληνικής Επιστημονικής Ένωσης ΤΠΕ στην Εκπαίδευση (ΕΤΠΕ), Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Πειραιάς, 10-12 Μαΐου 2013

ασκείται στη σύνταξη κειμένων με επιχειρηματολογία, σε θέματα κατάλληλα για την ηλικία του (π.χ. αναπτύσσει κείμενο για τη διαφήμιση)». (ΔΕΠΠΣ, 2003) Παράλληλα, κατηγοριοποιούνται σε τρεις περιοχές σύμφωνα με την ταξινόμια του Bloom: τη γνωστική, τη συναισθηματική και τη ψυχοκινητική. (Τριλιανός, 2008)

Γνωστική Περιοχή: Γνώση (Knowledge): Οι μαθητές μετά το πέρας της διδακτικής παρέμβασης θα είναι σε θέση να ορίζουν την έννοια της Διαφήμισης και τους σχετικούς με αυτήν όρους, να γνωρίζουν το ρόλο της. *Κατανόηση (Comprehension):* Να κατανοήσουν τις διαφορετικές λειτουργίες της διαφήμισης και ότι η διαφήμιση είναι ένα κομμάτι της σύγχρονης ζωής, συχνά αμφιλεγόμενο. *Εφαρμογή (Application):* Να χρησιμοποιούν τους πλαγιότιτλους για να γράφουν την περίληψη ενός κειμένου, να συνθέτουν διάφορα είδη κειμένου (επιστολή, άρθρο κτλ) και να συσχετίζουν γλωσσικά με εξωγλωσσικά στοιχεία με ποικίλους τρόπους. Να χρησιμοποιούν επιστημονική ορολογία στο γραπτό και προφορικό τους λόγο. *Ανάλυση (Analysis):* Να αναλύσουν σε υποέννοιες την έννοια της διαφήμισης. *Σύνθεση (Synthesis):* Να δημιουργήσουν πολυμεσικές διαφημιστικές παρουσιάσεις με στόχο να πείσουν και να επηρεάσουν το κοινό. Να συνθέτουν κείμενα επιλέγοντας κάθε φορά το κατάλληλο ύφος, λεξιλόγιο, σύνταξη κτλ. *Αξιολόγηση (Evaluation):* Να ασκούν κριτική στις απόψεις των άλλων και να υποστηρίζουν τη γνώμη τους με την κατάλληλη επιχειρηματολογία, να κρίνουν την ποιότητα και την αποτελεσματικότητα των επιχειρημάτων που χρησιμοποιούν οι συνομιλητές τους στα πλαίσια μιας συζήτησης. Να συγκρίνουν πληροφορίες εντοπίζοντας και παρουσιάζοντας ομοιότητες και διαφορές.

Συναισθηματική Περιοχή – Στάσεις: (i) Να συμμετέχουν ενεργά σε ομαδικές συζητήσεις μέσω εργαλείων σύγχρονης και ασύγχρονης επικοινωνίας (Forum και Chat) στο LAMS. (ii) Να συνεργάζονται για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού. (iii) Να αποκτήσουν θετική στάση απέναντι στις διαφημίσεις που στοχεύουν στην ευαισθητοποίηση του κοινού. (iv) Να αποκτήσουν κριτική στάση απέναντι στις διαφημίσεις.

Ψυχοκινητική Περιοχή – Δεξιότητες: (i) Να διατυπώνουν αναλογίες μεταξύ ιδεών, αντικειμένων ή εννοιών που δεν παρουσιάζουν άμεση συσχέτιση μεταξύ τους. (ii) Να χρησιμοποιούν τις Νέες Τεχνολογίες για αναζήτηση, συλλογή και αξιολόγηση υλικού. (iii) Να αξιοποιήσουν ποικιλία μεθόδων και προσεγγίσεων με στόχο την επικοινωνία και την ανάπτυξη μιας ιδέας (θεατρικό παιχνίδι, καλλιτεχνικά).

5. Πορεία υλοποίησης διδακτικού σεναρίου

Η υλοποίηση του παρόντος σεναρίου στο LAMS είναι διαθέσιμη στο σύνδεσμο http://www.lamscommunity.org/lamscentral/sequence?seq_id=1600065¹. Στην

¹ Αν με την επιλογή *preview* υπάρχει πρόβλημα εμφάνισης όλων των δραστηριοτήτων, προτείνεται να κατεβάσετε (*download*) το *sequence* σε μορφή *zip* και να το φορτώσετε στον τοπικό LAMS server.

Α. Λαδιάς, Α. Μικρόπουλος, Χ. Παναγιωτακόπουλος, Φ. Παρασκευά, Π. Πιντέλας, Π. Πολίτης, Σ. Ρετάλης, Δ. Σάμψων, Ν. Φαχαντίδης, Α. Χαλκίδης (επιμ.), Πρακτικά Εργασιών 3ου Πανελληνίου Συνεδρίου «Ένταξη των ΤΠΕ στην Εκπαιδευτική Διαδικασία» της Ελληνικής Επιστημονικής Ένωσης ΤΠΕ στην Εκπαίδευση (ΕΤΠΕ), Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Πειραιάς, 10-12 Μαΐου 2013

αρχική φάση του εκπαιδευτικού σεναρίου, **“Περιγραφή υπάρχουσας κατάστασης”**, ο εκπαιδευτικός διατυπώνει στο LAMS το εξής εκπαιδευτικό πρόβλημα: “Πώς μπορώ να χρησιμοποιώ ορθά τη διαφήμιση ως τεχνική, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι της;”. Στη συνέχεια, ως αφόρμηση παρουσιάζει στους μαθητές μέσω του LAMS γενικό υλικό και συγκεκριμένα ένα σύμπλεγμα από πολυμεσικό υλικό και websites με θέμα τη διαφήμιση. Στο σημείο αυτό οι εκπαιδευόμενοι χωρίζονται σε δύο ομάδες από τον εκπαιδευτικό με τυχαίο τρόπο. Για την ανίχνευση των πρότερων γνώσεων αυτών, ο εκπαιδευτικός χρησιμοποιεί την τεχνική του καταιγισμού ιδεών (brainstorming) θέτοντας ο ίδιος ερωτήματα ανοιχτού τύπου προς απάντηση στο εργαλείο ασύγχρονης επικοινωνίας (Forum) στο LAMS. Έπειτα, οι μαθητές ανά ομάδα καλούνται να δημιουργήσουν εννοιολογικό χάρτη (διαγνωστική αξιολόγηση) στο λογισμικό Mindmap του LAMS με κεντρική έννοια τη διαφήμιση. Ακολουθεί η σύνθεση γλωσσαρίου στο Wiki στο LAMS, όπου οι εκπαιδευόμενοι παροτρύνονται να ορίσουν την έννοια της διαφήμισης και έννοιες που σχετίζονται με αυτήν. Οι μαθητές παροτρύνονται από τον εκπαιδευτικό να μεταβούν στα ηλεκτρονικά λεξικά με διεύθυνση: <http://greekdictionary.babylon.com/> και <http://www.greeklanguage.gr>, ώστε να επανεξετάσουν και να ελέγξουν τις έννοιες που έχουν χρησιμοποιήσει και καταγράψει στο δικό τους γλωσσάρι.

Στη δεύτερη φάση, **“Άμεση αναλογία”**, οι μαθητές χωρίζονται σε ομάδες των τεσσάρων ατόμων από τον εκπαιδευτικό με κύριο κριτήριο την ανομοιογένεια που παρουσιάζουν όσον αφορά το γνωστικό τους υπόβαθρο, τις στάσεις και δεξιότητες και τέλος, το φύλο. Στη συνέχεια, η κάθε ομάδα επιλέγει θέμα διαφήμισης από το σύμπλεγμα του γενικού υλικού που έχει παρουσιαστεί και με το οποίο θα ασχοληθούν σε επόμενες δραστηριότητες. Ο εκπαιδευτικός διατυπώνει στις ομάδες το ακόλουθο ερώτημα στο LAMS: “Με τι μπορεί να μοιάζει η διαφήμιση;”, προκειμένου να τους προϋδεάσει για τη δημιουργία της άμεσης αναλογίας. Παρουσιάζεται στους μαθητές ένας τροχός με διάφορες εικόνες που απεικονίζουν έννοιες και αντικείμενα, όπου αντιστοιχείται το κάθε ένα από αυτά τυχαία σε κάθε ομάδα (Εικόνα 1). Κατόπιν, αναζητούν στη μηχανή αναζήτησης Google μια διαφήμιση με θέμα που πρωτίτερα είχαν επιλέξει, ή από το σύμπλεγμα υλικού. Προτρέπονται να απαντήσουν στο παραπάνω ερώτημα που τους έχει τεθεί και να δημιουργήσουν μια αναλογία δύο αντικειμένων που δεν συσχετίζονται άμεσα μεταξύ τους (αίσθηση του παράλογου). Καθώς οικοδομούν την αναλογία, επιχειρηματολογούν και αιτιολογούν στο εργαλείο ασύγχρονης επικοινωνίας (Forum) στο LAMS, π.χ. η διαφήμιση μοιάζει με το νερό, διότι και τα δύο είναι απαραίτητα για την καθημερινή μας ζωή και επιφέρουν κέρδη. Η κάθε ομάδα αναζητά διαφημίσεις του παρελθόντος σχετικές με το θέμα που έχει αναλάβει ανατρέχοντας στην παρακάτω διεύθυνση: <http://www.vintageadbrowser.com/>. Αφού καταλήξουν σε μία, την αναρτούν στο LAMS με σκοπό οι υπόλοιπες ομάδες να προβλέψουν στο εργαλείο ασύγχρονης επικοινωνίας (Forum) ποια στοιχεία μαρτυρούν τη χρονική περίοδο που έχει δημιουργηθεί. Στη συνέχεια, καλούνται να την αναδημιουργήσουν,

όπως τη φαντάζονται στο μέλλον στο λογισμικό Pixlr. Τέλος, καλούνται να παρουσιάσουν τη διαφήμιση του μέλλοντος που έχουν δημιουργήσει στο Wiki στο LAMS αναπτύσσοντας επιχειρηματολογία και χρησιμοποιώντας ειδική ορολογία.



Εικόνα 1. Τροχός εννοιών (Δραστηριότητα από το LAMS)

Στην τρίτη φάση, **“Προσωπική αναλογία”**, η κάθε ομάδα αποκτά το ρόλο του διαφημιστή της εποχής που αναφερόταν η διαφήμιση την οποία είχε επιλέξει στην προηγούμενη φάση. Με αυτόν τον τρόπο οι μαθητές γίνονται η αναλογία των ιδεών. Η κάθε ομάδα υποδυόμενη το συγκεκριμένο ρόλο καλείται να συγγράψει άρθρο μικρής έκτασης αναλύοντας τις διαφορές που παρουσιάζουν οι διαφημίσεις του χθες και του σήμερα και την ιστορική εξέλιξη αυτών στο LAMS. Ο εκπαιδευτικός σχηματίζει ομάδες – αδελφάκια, αντιστοιχίζοντας την κάθε ομάδα σε κάποια άλλη και αναλαμβάνουν παράλληλα δύο ρόλους, του διαφημιστή και του πελάτη. Οι πελάτες ζητούν τη δημιουργία διαφήμισης από τους διαφημιστές μέσω βίντεο στο LAMS στο οποίο έχουν καταγράψει και παρουσιάσει τις απαιτήσεις και προδιαγραφές της διαφήμισης που επιθυμούν. Το θέμα και το μέσο της διαφήμισης που δημιουργούν θα είναι εκείνα που είχαν επιλέξει σε προηγούμενη φάση. Η συγκεκριμένη δραστηριότητα πραγματοποιείται και αντίστροφα.

Στην τέταρτη φάση, **“Συμπιεσμένη σύγκρουση”**, πραγματοποιείται η δραστηριότητα παιχνίδι ρόλων, καθώς οι διαφημιστές παρουσιάζουν τη νέα διαφήμιση στους πελάτες μέσω του Web Conferencing στο LAMS. Οι δεύτεροι ασκούν κριτική σχετικά με το ερώτημα αν οι διαφημίσεις πληρούν τις προδιαγραφές και καλύπτουν

τις ανάγκες. Όταν ολοκληρωθεί η δραστηριότητα, ο εκπαιδευτικός εισάγει και παρουσιάζει μια νέα έννοια που αποτελεί ο Κώδικας Δεοντολογίας της διαφήμισης στο LAMS. Για την εφαρμογή της νέας γνώσης και της συμπιεσμένης σύγκρουσης, οι μαθητές δημιουργούν ψηφοφορία στο LAMS για την ανάδειξη της καλύτερης διαφήμισης σύμφωνα με τους κανόνες εξετάζοντας πρακτικά αν έχει τηρηθεί ο κώδικας. Η τέταρτη φάση ολοκληρώνεται με την παροχή άρθρου στο LAMS από την ηλεκτρονική εφημερίδα το “Βήμα” με τίτλο: “Πόσο προστατεύονται τα παιδιά μας από τη διαφήμιση; Οι ρυθμίσεις που ισχύουν στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης”. Οι ομάδες, τέλος, σχηματίζουν έναν πλαγιότιτλο σε κάθε παράγραφο του άρθρου και με βάση αυτούς συνθέτουν την περίληψή του στο Wiki του LAMS.

Στην πέμπτη φάση, “*Άμεση αναλογία*”, παρουσιάζεται στους μαθητές μέσω του LAMS μια διαδραστική διαφήμιση με στόχο την ευαισθητοποίηση σε θέματα του περιβάλλοντος και διαφημίσεις που η δημιουργία τους έχει στηριχτεί σε κάποια αναλογία ή μεταφορά. Κάθε ομάδα δημιουργεί μια διαφήμιση που βασίζεται σε κάποια μεταφορά, ώστε να υλοποιηθεί η άμεση αναλογία με βασικό κριτήριο την τήρηση του κώδικα δεοντολογίας (συμπιεσμένη σύγκρουση) χρησιμοποιώντας διάφορα λογισμικά και στοχεύοντας στην ευαισθητοποίηση. Έπειτα, την αναρτούν στο LAMS αιτιολογώντας τις πράξεις τους και εξηγώντας τις μεταφορές που ανέπτυξαν με συνέπεια και λογική αλληλουχία των σκέψεών τους στο εργαλείο ασύγχρονης επικοινωνίας (Forum).

Στην έκτη φάση, “*Επανεξέταση της αρχικής εργασίας*”, οι ομάδες συγγράφουν ηλεκτρονική επιστολή προς μια διαφημιστική εταιρία στο Wiki του LAMS προσφέροντας προτάσεις για την τήρηση του κώδικα δεοντολογίας και για τη δημιουργία διαφημίσεων με κύριο στόχο την ανάπτυξη ευαισθητοποίησης του απευθυνόμενου κοινού. Στην παρούσα φάση οι μαθητές χωρίζονται στις δύο ομάδες που είχαν οριστεί στην αρχή για να επανεξετάσουν την αρχική τους εργασία. Εμπλουτίζουν και συγκρίνουν τον αρχικό εννοιολογικό χάρτη με βάση τις πρότερες γνώσεις και τις νέες που απέκτησαν (αθροιστική αξιολόγηση). Τέλος, ο εκπαιδευτικός αναρτά στο LAMS ερωτηματολόγιο για τον κάθε μαθητή με ερωτήσεις ανοιχτού και κλειστού τύπου για την αξιολόγηση της όλης μαθησιακής διαδικασίας.

6. Συμπεράσματα

Ο δημιουργικός μαθητής υιοθετεί άμεσα τις νέες ιδέες και θέτει υψηλούς στόχους, αμφισβητεί κάθε τι παλαιό και επινοεί, προσαρμόζει, πειραματίζεται, εφαρμόζει ό,τι θεωρεί καινοτόμο. Εν τούτοις, η δημιουργική σκέψη δεν μπορεί να αναπτυχθεί αποκλειστικά και μόνο με μία διδακτική παρέμβαση. Θεωρείται σκόπιμο να επαναλαμβάνονται τέτοιου είδους πρακτικές με τη χρήση ανοικτών περιβαλλόντων, όπως το LAMS το οποίο προάγει τη συνεργασία και την αλληλεπίδραση των μαθητών. Ωστόσο, ακόμα και μια μεμονωμένη προσπάθεια σαν αυτή, μπορεί να

κάνει τη διαφορά δίνοντας το έναυσμα για περισσότερες μελλοντικές παρεμβάσεις.

Βιβλιογραφία

- Elliot, S. N., Kratochwill, T. R., Cook J. L., & Travers, J. F. (2008). Εκπαιδευτική Ψυχολογία. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
- Αναγνωστοπούλου, Κ., Δημόπουλος, Κ., Καπετανίδου, Μ. Μ., Κούρου, Μ., Μαυρίκης, Γ., Σιόρεντα, Α., Τζιμογιάννης, Α., Τσακίρη, Δ., Τσατσαρώνη, Α. & Χατζηνικήτα, Β. (2007). Σύγχρονες Διδακτικές Προσεγγίσεις για την Ανάπτυξη Κριτικής – Δημιουργικής Σκέψης για τη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση. Αθήνα.
- Κοκκινίδη, Χ., Κουτσούγκουλος, Ι., Παπαδοπούλου, Κ. & Πασχαλίδου, Μ. (2008). Συνεργατική Μάθηση με τη Χρήση της Πλατφόρμας LAMS (Learning Activity Management System). Ανακτήθηκε 18/1/2013, από τη διεύθυνση <http://www.etpe.eu/new/custom/pdf/etpe1251.pdf>
- Κόμης, Β. (2004). Εισαγωγή στις Εκπαιδευτικές Εφαρμογές των ΤΠΕ. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Λεωνίδου, Χ., (2006). Η καθιέρωση της δημιουργικής και κριτικής σκέψης στο σύγχρονο σχολείο. Ανακτήθηκε 3/3/2013, από τη διεύθυνση http://benl.primedu.uoa.gr/ptde/database-ptde/dimiourgiki_kritiki_ske3i.pdf
- Ματσαγγούρας, Η. Γ. (1998). Θεωρία και πράξη της διδασκαλίας. Στρατηγικές διδασκαλίας. Από την πληροφόρηση στην κριτική σκέψη. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
- Ματσαγγούρας, Η. Γ. (2008). Θεωρία και πράξη της διδασκαλίας: Η σχολική τάξη. Αθήνα: Εκδόσεις Γρηγόρη.
- Παπαδάκης, Σ. & Φακιολάκης, Γ. (2011). Σχεδιασμός και αξιοποίηση ψηφιακών μαθημάτων με το Σύστημα Διαχείρισης Μαθησιακών Δραστηριοτήτων LAMS: Μελέτη περίπτωσης εφαρμογής στο 3ο Γυμνάσιο Μεταμόρφωσης Ανακτήθηκε 18/1/2013, από τη διεύθυνση http://www.etpe.gr/files/proceedings/27/1305147435_1-0929.pdf
- Παπαμήτσιου, Ζ., Γώττας, Φ. & Δελιγκάς, Γ. (2009). Μελέτη περίπτωσης: χρήση του συνεργατικού εργαλείου LAMS στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση για την διδασκαλία της θεματικής ενότητας «Λογισμικό Εφαρμογών». Ανακτήθηκε 18/1/2013, από τη διεύθυνση http://www.epyna.eu/agialama/synedrio_syros_5/eisigiseis/913_papamitsiou_c.doc
- Τριλιανός, Θ. Α. (2008). Μεθοδολογία της σύγχρονης Διδασκαλίας. Καινοτόμες επιστημονικές προσεγγίσεις στη Διδακτική Πράξη. Τόμος Α & Β. Αθήνα.
- Τριλιανός, Θ. Α. (2009). Η κριτική σκέψη και η διδασκαλία της. Αθήνα.