

Ψηφιακές αφηγήσεις βιωματικών ιστοριών σε σχέση με τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας: (πολύ)τροπικότητες

Μιχάλης Μείμαρης¹, Ανδρέας Μούτσιος-Ρέντζος²
mmeimaris@media.uoa.gr, amoutsiosrentzos@aegean.gr

¹Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

²Τμήμα Επιστημών της Προσχολικής Αγωγής και του Εκπαιδευτικού Σχεδιασμού, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Περίληψη

Η εργασία αυτή επιχειρεί τη μελέτη της πολυτροπικής επικοινωνίας ψηφιακών αφηγήσεων βιωματικών ιστοριών σε σχέση με τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Ενημέρωσης (ΜΜΕ). Αναλύθηκαν οι ψηφιακές αφηγήσεις 102 συμμετεχόντων διαφορετικών αποβλεπτικών πλαισίων με έμφαση στις επιλογές τροπικότητας των δημιουργών-αφηγητών (με τη βοήθεια του λογισμικού ATLAS.ti). Οι ψηφιακές αφηγήσεις επιτρέπουν τις διερευνήσεις για την επικοινωνία με νέα μέσα μέσω νέων μέσων. Τα ευρήματα φανέρωσαν ότι το ακροατήριο κατασκευάζεται με διαφορετικό τρόπο από τους δημιουργούς-αφηγητές που επιλέγουν ένα προσωπικό βίωμα με νέα μέσα, σε σχέση με εκείνους που επιλέγουν παραδοσιακά μέσα, συμπεριλαμβάνοντας περισσότερα και μικρότερης διάρκειας μηνύματα, αυξημένη πολυτροπικότητα και χρήση αυτόνομων ανά μήνυμα μη λεκτικών πολυτροπικότητων.

Λέξεις κλειδιά: ψηφιακή αφήγηση, τροπικότητα, πολυτροπικότητα, μήνυμα, ιστορία

Ψηφιακές αφηγήσεις και ΜΜΕ στην καθημερινή ζωή

Η αφήγηση, διαχρονικά στις ανθρώπινες κοινωνίες, επιτελεί μια λειτουργία μεταβίβασης γνώσεων, στάσεων και αξιών από γενιά σε γενιά. Με την εισαγωγή των πολυμεσικών στοιχείων δημιουργήθηκε η ψηφιακή αφήγηση (Lambert, 2013), προσέγγιση ιδιαίτερα προσιτή στους αυτόχθονες του ψηφιακού κόσμου (digital natives). Ταυτόχρονα, δίνεται η δυνατότητα παραγωγής, καταγραφής και ανάλυσης πολυτροπικών αφηγήσεων, δηλαδή αφηγήσεων που περιλαμβάνουν πολλαπλά, συγχρονικά σημειωτικά και αναπαραστασιακά συστήματα (Alonso, Molina & Porto, 2015; Burn & Parker, 2003; Gibbon, Mertins & Moore, 2012; Halverson, Bass & Woods, 2012; Hull & Nelson, 2005; Jewitt, 2009; Yang, 2012). Σε μια εποχή γενικότερης κρίσης αξιών και ειδικότερα ως προς τα θέματα ενημέρωσης, η καταγραφή υπό μορφή προσωπικών ιστοριών της καθημερινότητας που ζει κάθε πολίτης σε σχέση με τα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, internet, social media) αποτελεί συνεισφορά στην προσπάθεια κατανόησης του ρόλου των ΜΜΕ.

Στο διάστημα 2014-2016, για την ανίχνευση της βιωματικής σχέσης του πολίτη με τα ΜΜΕ συγκεντρώθηκαν από την ομάδα Ψηφιακής Αφήγησης του Εργαστηρίου Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία, την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ (που μελετά ερευνητικά και εκπαιδευτικά δυνατότητες και εφαρμογές ψηφιακής αφήγησης από το 2009) 320 ψηφιακές ιστορίες από κατοίκους (άνδρες και γυναίκες) αστικών, ημιαστικών και αγροτικών περιοχών της Ελλάδας. Οι ιστορίες δημιουργήθηκαν υπό μορφή ψηφιακών αφηγήσεων είτε εξολοκλήρου από τους πολίτες είτε εν μέρει από αυτούς και τους ερευνητές που ακολούθησαν τις συγκεκριμένες οδηγίες τους. Αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση σχετικά με τις τροπικότητες και πολυτροπικότητες επικοινωνίας των δημιουργών-αφηγητών και για αυτό το λόγο επικεντρώναστε στις ψηφιακές αφηγήσεις που κατασκευάστηκαν

εξολοκλήρου από τους δημιουργούς τους. Συγκεκριμένα, διερευνήθηκαν τα ερωτήματα: α) Ποιο το πλήθος και η χρονική διάρκεια μηνυμάτων ανά ιστορία; β) Ποιο το πλήθος και ο τύπος τροπικότητων στις ιστορίες; γ) Ποιο το πλήθος και ο τύπος τροπικότητων που συν-εμφανίζονται στις ιστορίες; δ) Ποιες οι συγκλίσεις και αποκλίσεις στα α), β), γ) σχετικά με τον τύπο μέσου, το φύλο και το αποβλεπτικό πλαίσιο δημιουργίας των ιστοριών;

Μέθοδοι και διαδικασίες

Δείγμα

Διακρίθηκαν δύο «αποβλεπτικές» ομάδες: εντός εκπαιδευτικού πλαισίου και εκτός εκπαιδευτικού πλαισίου (N=102, βλ. Πίνακα 1). Η πρώτη αποτελείται από εκπαιδευόμενους/-ες που δημιούργησαν την ιστορία στα πλαίσια ενός μαθήματος. Ηλικιακά είναι «κάτω των τριάντα», και διαμένουν σε αστική περιοχή. Η εκτός εκπαιδευτικού πλαισίου ομάδα δεν χαρακτηρίζεται από μια εμφανή αποβλεπτική σχέση και συνεκτικότητα, συμπεριλαμβάνοντας «άνω των σαράντα» εργαζόμενους, συνταξιούχους και άνεργους, αστικών και μη περιοχών.

Πίνακας 1. Συμμετέχοντες και συμμετέχουσες στην παρούσα έρευνα (N=102)

	<i>f</i>	%
<i>Εκπαιδευτικό</i>	81	79
Γυναίκες Παραδοσιακά Μέσα	24	24
Γυναίκες Νέα Μέσα	29	28
Άνδρες Παραδοσιακά Μέσα	12	11
Άνδρες Νέα Μέσα	16	16
<i>Μη Εκπαιδευτικό</i>	21	21
Γυναίκες Παραδοσιακά Μέσα	7	7
Γυναίκες Νέα Μέσα	5	5
Άνδρες Παραδοσιακά Μέσα	5	5
Άνδρες Νέα Μέσα	4	4
<i>Φύλο</i>		
Γυναίκες	65	64
Άνδρες	37	36
<i>Πλαίσιο</i>		
Εκπαιδευτικό	81	79
Μη Εκπαιδευτικό	21	21
<i>Τύπος Μέσου</i>		
Παραδοσιακά Μέσα	48	47
Νέα Μέσα	54	53

Κωδικοποίηση και αναλύσεις

Χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό ATLAS.ti 7.5 για την κωδικοποίηση των τροπικότητων απευθείας στο αρχείο βίντεο εκμεταλλεύόμενοι τις δυνατότητες τους λογισμικού (Friese, 2014). Η κωδικοποίηση άντλησε από την υπάρχουσα βιβλιογραφία (Norris, 2012; O'Halloran, 2004; Smith & Kanade, 2005) και ακολούθησε μια παραγωγικό-επαγωγική διαδικασία: ξεκίνησε παραγωγικά με εφαρμογή υπάρχουσών από τη βιβλιογραφία κατηγοριοποιήσεων και εμπλουτίστηκε επαγωγικά με στόχο την επάρκεια των κωδικών για την παρατηρούμενη ποικιλία εμφανίσεων του φαινομένου. Το σχήμα κωδικοποίησης για τις τροπικότητες που αναπτύχθηκε για την παρούσα έρευνα συνοψίζεται στο Σχήμα 1 και

επικεντρώθηκε στους βασικούς τρόπους λεκτικής και μη λεκτικής επικοινωνίας: κείμενο, ήχος, εικόνα, βίντεο.

Αναφορικά με τη διαδικασία ανάλυσης, αφού αναγνωρίστηκαν οι μονάδες ανάλυσης (το μήνυμα, δηλαδή, το κάθε αυτοτελές τοπικό όλο, το οποίο ενισχύει ή μετατοπίζει αφηγηματικά την ιστορία), κωδικοποιήθηκαν οι τροπικότητες ανά μήνυμα στο ATLAS.ti 7.5. Δεδομένα του ATLAS.ti εξήχθησαν στο SPSS 22 για την πραγματοποίηση στατιστικής ανάλυσης.

Κείμενο

Ήχος. α) Ήχος χωρίς λόγια. β) Ήχος φωνής (λεκτική φωνητική εξιστόρηση). γ) Ήχος τραγούδι

Εικόνα. α) Εικόνα φωτογραφία. β) Εικόνα σχέδιο [Μη φωτογραφική απεικόνιση (π.χ. ζωγραφιά, σχέδιο). Συνδυασμός γραμμάτων, χρωμάτων, σχεδίων για την παραγωγή συγκεκριμένου μηνύματος που ξεπερνά τα συστατικά του στοιχεία (π.χ. λογότυπα). Χρωματική επένδυση με χρήση που φαίνεται να συνιστά μήνυμα (π.χ. το κόκκινο-προσοχή)]. γ) Εικόνα κείμενο (ένα σχεδιασμένο ή φωτογραφισμένο υλικό σχηματίζει μια λέξη).

Βίντεο. α) Κινηματογράφος «πραγματικού κόσμου» (π.χ. ταινίες, ντοκιμαντέρ κτλ). β) Κινούμενα σχέδια. γ) Εικόνα με κίνηση με στόχο την παραγωγή επιπλέον/διαφορετικού μηνύματος από αυτό της εικόνας (π.χ. τρεμπάιγμα εικόνας τηλεφώνου με στόχο να φανεί η κλήση).

Σχήμα 1. Η κωδικοποίηση στην παρούσα έρευνα

Αποτελέσματα

Πλήθος και διάρκεια μηνυμάτων

Αρχικά διερευνήθηκε το πλήθος των μονάδων μηνύματος ανά ιστορία, το οποίο σχετίζεται μεταξύ άλλων με την νοηματική και τη δομική πολυπλοκότητα της ιστορίας, σύμφωνα με τον δημιουργό-αφηγητή (βλ. Πίνακα 2). Οι ιστορίες εκτολίσονται σε μια αλληλουχία περίπου 32 «καρέ». Οι συγκρίσεις ως προς φύλο, πλαίσιο και τύπο μέσου φανέρωσαν ότι η επιλογή νέων μέσων συνδέεται με στατιστικώς σημαντικά περισσότερα μηνύματα ανά ιστορία, ενώ το φύλο και το πλαίσιο δεν καταδεικνύουν στατιστικώς σημαντικές διαφοροποιήσεις.

Στη συνέχεια διερευνήθηκε η χρονική διάρκεια των μηνυμάτων (σε δευτερόλεπτα), η οποία σχετίζεται μεταξύ άλλων και με το ρόλο, τη σημαντικότητα ή/και την πολυπλοκότητα που αποδίδεται στο κάθε μήνυμα-μέρος, στην ιστορία-όλο από τον δημιουργό-αφηγητή (Πίνακα 2). Η μέση τιμή της χρονικής διάρκειας της κάθε μονάδας μηνύματος ήταν 5.4s. Ακολούθως έγινε σύγκριση ξεχωριστά ως προς το φύλο, το πλαίσιο και τον τύπο μέσου, όπου και καταγράφηκαν στατιστικώς σημαντικές διαφοροποιήσεις: α) οι άνδρες επιλέγουν συντομότερα μηνύματα από τις γυναίκες, β) τα εκτός εκπαιδευτικού πλαισίου μηνύματα είναι συντομότερα και γ) η επιλογή νέων μέσων συνδέεται με συντομότερα μηνύματα. Επιπροσθέτως, καταγράφεται η στατιστικώς σημαντική διαφοροποίηση των πληθυσμιακών ομάδων (ξεχωριστά σε κάθε πλαίσιο). Συμπληρωματικά στα στοιχεία του Πίνακα 3, αναφέρεται ότι οι post-hoc συγκρίσεις (Mann-Whitney έλεγχος με διόρθωση Bonferroni) έδειξαν εντός εκπαιδευτικού πλαισίου τη μη στατιστικώς σημαντική διαφοροποίηση των δύο φύλων που επιλέγουν τον ίδιο τύπο μέσου ως προς τους χρόνους των μηνυμάτων, καθώς και τη στατιστικώς σημαντική σημαντικότητα των άλλων συγκρίσεων. Αντίστοιχα, οι συγκρίσεις εκτός εκπαιδευτικού πλαισίου φανέρωσαν μια πιο σύνθετη πραγματικότητα με τις επιμέρους συγκρίσεις να είναι στατιστικώς σημαντικές, εκτός από τις γυναίκες που επιλέγουν νέα μέσα οι οποίες δε διαφέρουν στατιστικώς σημαντικά στους χρόνους των μηνυμάτων τους σε σχέση με τους άνδρες που επιλέγουν παραδοσιακά μέσα, και εκτός από

τους άνδρες που επιλέγουν νέα μέσα οι οποίοι δε διαφέρουν στατιστικώς σημαντικά στους χρόνους των μηνυμάτων τους σε σχέση με τις γυναίκες που επιλέγουν παραδοσιακά μέσα.

Πίνακας 2. Μονάδες μηνύματος ανά ιστορία και χρονική διάρκεια μονάδων μηνύματος

	Μηνύματα ανά ιστορία					Χρονική διάρκεια μηνυμάτων (s)				
	M	SD	Min	Max	P ^α	M	SD	Min	Max	P ^β
<i>Συνολικά</i>	32.4	14.0	9	78		5.4	4.2	0.1	73.6	
<i>Εκπαιδευτικό</i>					0.540					<0.001
Γυναίκες Παραδοσιακά Μέσα	28.3	9.1	11	46		6.3	5.3	0.7	73.6	
Γυναίκες Νέα Μέσα	31.6	13.8	10	78		5.2	4.2	0.7	56.7	
Άνδρες Παραδοσιακά Μέσα	38.0	7.5	27	47		6.2	4.7	0.7	48.2	
Άνδρες Νέα Μέσα	42.0	23.5	16	75		4.7	4.1	0.1	48.2	
<i>Μη Εκπαιδευτικό</i>		1			0.918					<0.001
Γυναίκες Παραδοσιακά Μέσα	37.4	12.4	23	54		4.5	3.0	1.2	41.1	
Γυναίκες Νέα Μέσα	44.0	15.9	31	67		5.1	1.9	2.1	18.0	
Άνδρες Παραδοσιακά Μέσα	33.1	15.7	10	70		5.8	3.7	1.1	21.2	
Άνδρες Νέα Μέσα	27.5	12.3	9	50		4.4	2.3	1.1	23.5	
<i>Φύλο</i>					0.723					0.002
Γυναίκες	32.0	13.7	10	78		5.5	4.3	0.7	73.6	
Άνδρες	33.0	14.6	9	70		5.2	4.1	0.1	48.2	
<i>Πλαίσιο</i>					0.375					0.025
Εκπαιδευτικό	31.1	13.8	9	75		5.5	4.6	0.1	73.6	
Μη Εκπαιδευτικό	33.5	14.2	10	78		4.9	2.9	1.1	41.1	
<i>Τύπος Μέσου</i>					0.003					<0.001
Παραδοσιακά Μέσα	30.3	12.7	9	78		5.9	4.6	0.7	73.6	
Νέα Μέσα	40.3	15.9	16	75		5.0	3.9	0.1	56.7	

^α: ANOVA και ανεξάρτητος Student's t-test. ^β: Kruskal-Wallis και Mann-Whitney U

Φαίνεται ότι η επιλογή νεών μέσων φαίνεται να συνδέεται με περισσότερα και συντομότερα μηνύματα ανά ιστορία. Η χρονική διάρκεια των μηνυμάτων φανέρωσε ότι οι γυναίκες και οι άντρες εντός εκπαιδευτικού πλαισίου επιλέγουν μεγαλύτερη διάρκεια μηνυμάτων. Μάλιστα, εντός εκπαιδευτικού πλαισίου, κρίσιμη παράμετρος διαφοροποίησης στη χρονική διάρκεια μηνυμάτων είναι ο τύπος του μέσου, ενώ εκτός εκπαιδευτικού πλαισίου η πραγματικότητα είναι συνθετότερη με τις διαφορές να καταγράφονται μόνο εντός των ομάδων ίδιου φύλου (και διαφορετικού τύπου μέσου) ή ίδιου μέσου (και διαφορετικού φύλου). Συνεπώς, διαφαίνονται διαφοροποιήσεις ως προς την πολυπλοκότητα της ιστορίας σε σχέση με την επιλογή μέσου, αλλά και ως προς τον ρόλο και την πολυπλοκότητα του κάθε μηνύματος στην ιστορία. Ίσως είναι εύλογο το ερώτημα για τη σχέση αυτών των ευρημάτων με το είδος των τροπικότητων, καθώς θα ήταν αναμενόμενο μηνύματα με αυξημένο πληροφοριακό περιεχόμενο ως προς την τροπικότητα να σχετίζονται με αυξημένη χρονική διάρκεια.

Τροπικότητες και πολύ-τροπικότητες

Στον Πίνακα 3 τα ευρήματα και οι διερευνήσεις σχετικά με τις επιλογές τροπικότητας. Αρχικά, ανεξαρτήτως πλαισίου και σε όλες τις υπο-ομάδες, το κείμενο είναι η τροπικότητα που χρησιμοποιείται συχνότερα, ακολουθούμενη συνήθως από την εικόνα-φωτογραφία ή την εικόνα-σκίτσο: το κείμενο μαζί με την εικόνα (φωτογραφία ή σκίτσο) συνιστούν περισσότερο από τις μισές επιλογές τροπικότητας. Το βίντεο είναι η λιγότερα συχνά εμφανιζόμενη κύρια κατηγορία τροπικότητας. Εντός εκπαιδευτικού πλαισίου, φαίνεται να ακολουθείται το ίδιο μοτίβο ανά επιλογή τροπικότητας τόσο για τους άνδρες, όσο και για

τις γυναίκες: από παραδοσιακό τύπο μέσου σε νέα μέσα έχουμε αύξηση στο σκίτσο και στην αφήγηση αλλά και μείωση στο κείμενο, στην μουσική (χωρίς στίχους) και στο βίντεο. Εξαιρέση στον κανόνα αποτελεί η χρήση τραγουδιού που ακολουθεί αντίθετη πορεία στα δύο φύλα για τους δύο τύπους μέσων. Στις εκτός εκπαιδευτικού πλαισίου υπο-ομάδες εμφανίζεται μια σύνθετη πραγματικότητα στην οποία ο τύπος μέσου και το φύλο αναδύονται ως ελκυστές μοτιβών αποκλίσεων: αρκετές από τις επιλογές τροπικότητας των ανδρών και των γυναικών μοιάζουν κατοπτρικές αν συν-ιδωθούν από τον ένα τύπο μέσου στον άλλο. Φαίνεται ότι το εκπαιδευτικό πλαίσιο λειτουργεί ως φακός σύγκλισης των αποβλέψεων και των επιλογών των δημιουργών-αφηγητών. Αντιθέτως, στο μη εκπαιδευτικό πλαίσιο φαίνεται ότι η παρατηρηθείσα πολυπλοκότητα δεν συγκλίνει σε κάποιο αντίστοιχο μοτίβο.

Πίνακας 3. Επιλογές τροπικότητας

	Κείμενο Ηχος Χωρίς			Εικόνα				Βίντεο
	λόγια	Τραγούδι	Αφήγηση	Κείμενο	Σχέδιο	Φωτογραφία		
<i>Εκπαιδευτικό</i>	$P<0.001^{\beta}$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P=0.213$
Γυναίκες	64 ^α	48	43	15	0	19	52	7
Παραδοσιακά Μέσα								
Γυναίκες Νέα Μέσα	61	44	27	45	3	33	50	5
Άνδρες	71	54	28	31	0	28	68	6
Παραδοσιακά Μέσα								
Άνδρες Νέα Μέσα	75	18	57	33	0	44	42	7
<i>Μη Εκπαιδευτικό</i>	$P=0.008$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P=0.092$	$P<0.001$	$P=0.001$	$P=0.001$
Γυναίκες	74	0	100	0	0	30	46	
Παραδοσιακά Μέσα								
Γυναίκες Νέα Μέσα	87	13	58	25	3	48	37	1
Άνδρες	82	6	86	23	1	26	39	5
Παραδοσιακά Μέσα								
Άνδρες Νέα Μέσα	78	83	17	2	3	37	56	3
<i>Φύλο</i>	$P<0.001^{\beta}$	$P=0.530$	$P=0.173$	$P=0.710$	$P=0.020$	$P<0.001$	$P=0.315$	$P=0.188$
Γυναίκες	66	36	45	27	2	30	49	5
Άνδρες	75	35	48	27	1	36	51	6
<i>Πλαίσιο</i>	$P<0.001$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P=0.362$	$P=0.041$	$P=0.001$	$P<0.001$
Εκπαιδευτικό	66	41	38	32	1	31	53	6
Μη Εκπαιδευτικό	80	21	70	11	2	35	47	2
<i>Τύπος Μέσου</i>	$P=0.749$	$P=0.227$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P<0.001$	$P=0.002$	$P=0.455$
Παραδοσιακά Μέσα	70	35	56	17	0	24	51	5
Νέα Μέσα	69	37	38	35	2	38	45	5

^α: Έγκυρο ποσοστό. ^β: Έλεγχος χ^2 .

Διερευνήθηκε η συχνότητα συν-εμφανίσεων τροπικότητας στην ίδια μονάδα μηνύματος, ως μέτρο της έντασης πολυτροπικότητας (Πίνακας 4). Διαπιστώθηκαν $M=2.62$ τροπικότητες ανά μήνυμα. Οι post-hoc αναλύσεις στις στατιστικώς σημαντικές ANOVAs, φανέρωσαν ότι εντός εκπαιδευτικού πλαισίου, η κύρια πηγή διαφοροποίησης είναι η σχετικά χαμηλής έντασης πολυτροπικότητα των γυναικών παραδοσιακών μέσων και δευτερευόντως η σχετικά υψηλής έντασης πολυτροπικότητα των ανδρών νέων μέσων. Εκτός εκπαιδευτικού πλαισίου, η επιλογή νέων μέσων συνδέεται με στατιστικώς σημαντικά υψηλότερης έντασης πολυτροπικότητα αλλά δεν παρατηρήθηκε στατιστικώς σημαντική διαφορά των επιλογών μέσου σε σχέση με το φύλο.

Πίνακας 4. Ένταση πολύ-τροπικότητας

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>P</i> ^a
<i>Εκπαιδευτικό</i>					<0.001
Γυναίκες Παραδοσιακά Μέσα	2.5	0.6	1.0	5.0	
Γυναίκες Νέα Μέσα	2.6	0.8	1.0	5.0	
Άνδρες Παραδοσιακά Μέσα	2.6	1.0	1.0	5.0	
Άνδρες Νέα Μέσα	2.8	1.0	1.0	5.0	
<i>Μη Εκπαιδευτικό</i>					<0.001
Γυναίκες Παραδοσιακά Μέσα	2.5	0.8	2.0	4.0	
Γυναίκες Νέα Μέσα	2.7	0.9	1.0	5.0	
Άνδρες Παραδοσιακά Μέσα	2.4	0.8	1.0	4.0	
Άνδρες Νέα Μέσα	2.8	0.8	2.0	4.0	
<i>Φύλο</i>					0.001
Γυναίκες	2.6	0.8	1.0	5.0	
Άνδρες	2.7	0.9	1.0	5.0	
<i>Πλαίσιο</i>					0.330
Εκπαιδευτικό	2.5	0.8	1.0	5.0	
Μη Εκπαιδευτικό	2.7	0.9	1.0	5.0	
<i>Τύπος Μέσων</i>					<0.001
Παραδοσιακά Μέσα	2.6	0.8	1.0	5.0	
Νέα Μέσα	2.6	0.8	1.0	5.0	

^a: ANOVA και Student's t-test

Πίνακας 5. Επιλογές πολυτροπικότητας

	Εικόνα Ήχος	Εικόνα Κείμενο	Εικόνα Ήχος	Εικόνα Ήχος	Κείμενο Ήχος	Κείμενο Βίντεο	Κείμενο Βίντεο	Εικόνα Βίντεο	Ήχος Κείμενο	Βίντεο Εικόνα	Κείμενο Βίντεο	Ήχος Βίντεο	Εικόνα Ήχος	Κείμενο Κείμενο
<i>Εκπαιδευτικό</i>														
Γυν. Παραδ. Μέσα	25.0 ^a	0.4	30.6	35.2	1.3	4.0	0.9	0.0	0.0	0.1				
Γυν. Νέα Μέσα	17.9	5.1	33.1	33.6	0.2	2.0	0.4	0.2	0.1	1.1				
Άνδρες Παραδ. Μέσα	7.2	7.8	19.6	44.2	0.6	1.9	0.9	1.2	0.9	0.0				
Άνδρες Νέα Μέσα	29.9	0.8	21.8	38.6	0.0	1.0	1.7	0.2	1.7	2.1				
<i>Μη Εκπαιδευτικό</i>														
Γυν. Παραδ. Μέσα	44.4	0.0	25.5	29.7	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0				
Γυναίκες Νέα Μέσα	31.6	2.1	11.8	50.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5				
Άνδρες Παραδ. Μέσα	43.9	5.0	12.2	26.7	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0				
Άνδρες Νέα Μέσα	24.4	0.0	19.2	53.5	0.0	0.0	0.6	0.0	2.3	0.0				
<i>Φύλο</i>														
Γυναίκες	25.2	2.6	29.3	35.2	0.5	2.2	0.5	0.1	0.0	0.6				
Άνδρες	25.1	3.2	19.4	40.5	0.2	1.7	1.1	0.4	1.3	0.9				
<i>Πλαίσιο</i>														
Εκπαιδευτικό	21.0	3.2	28.2	36.5	0.5	2.3	0.9	0.3	0.5	0.9				
Μη Εκπαιδευτικό	37.2	1.6	18.2	38.8	0.0	1.1	0.1	0.1	0.5	0.1				
<i>Τύπος Μέσων</i>														
Παραδοσιακά Μέσα	27.2	2.5	24.9	35.1	0.8	2.9	0.6	0.3	0.2	0.1				
Νέα Μέσα	23.5	3.0	26.2	38.8	0.1	1.3	0.8	0.2	0.8	1.2				

^a Έγκυρο ποσοστό.

Στη συνέχεια, επικεντρωθήκαμε στα ποιοτικά χαρακτηριστικά της πολυτροπικότητας αναγνωρίζοντας με αυτόν τον τρόπο την ύπαρξη πολυτροπικότητας (Πίνακας 5). Η

συντριπτική πλειοψηφία των μηνυμάτων επικοινωνούνται πολυτροπικά συνήθως, κείμενο-ήχο, εικόνα-ήχο, κείμενο-εικόνα-ήχο.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η επιλογή για μη λεκτική επικοινωνία (εικόνα-ήχο) ανάμεσα σε αυτές τις συχνότερα εμφανιζόμενες πολυτροπικότητες, καθώς ένα από τα τεχνικά χαρακτηριστικά των ψηφιακών ιστοριών είναι η σχετική ευκολία στην τεχνική δυνατότητα επιλογών μη λεκτικής επικοινωνίας. Έχει συνεπώς ενδιαφέρον να αναδειχθεί η επιλογή μη λεκτικών (πολύ)τροπικοτήτων σε μονάδες μηνύματος, καθώς κάτι τέτοιο δηλώνει τη ρητή δέσμευση του αφηγητή-δημιουργού ότι η ιστορία μπορεί να ενισχύεται ή/και μετατοπίζεται χωρίς λεκτικά σημεία. Στις λεκτικές πολύ-τροπικότητες εντάσσονται όσες περιλαμβάνουν κείμενο, ήχο-τραγουδι, ήχο-φωνή, εικόνα-κείμενο, ενώ το βίντεο κατηγοριοποιήθηκε ως μη λεκτική επικοινωνία (παρά τη σύνθετη φύση των βίντεο, επικεντρωθήκαμε στο ότι τα βίντεο είχαν και μη λεκτική επικοινωνία και για αυτό το λόγο κατηγοριοποιήθηκαν ως τέτοια). Τα αποτελέσματα αυτής της ανάλυσης συνοψίζονται στον Πίνακα 6.

Πίνακας 6. Λεκτικές και μη λεκτικές τροπικότητες – πολυτροπικότητες

	Λεκτική	Μη Λεκτική	P ^β
<i>Εκπαιδευτικό</i>			<0.001
Γυναίκες Παραδοσιακά Μέσα	88.2 ^α	11.8	<0.001
Γυναίκες Νέα Μέσα	92.9	7.1	0.510
Άνδρες Παραδοσιακά Μέσα	90.0	10.0	0.034
Άνδρες Νέα Μέσα	96.7	3.3	<0.001
<i>Μη Εκπαιδευτικό</i>			0.007
Γυναίκες Παραδοσιακά Μέσα	100.0	.0	<0.001
Γυναίκες Νέα Μέσα	98.4	1.6	0.001
Άνδρες Παραδοσιακά Μέσα	100.0	.0	<0.001
Άνδρες Νέα Μέσα	80.8	19.2	<0.001
<i>Φύλο</i>			0.777
Γυναίκες	92.8	7.2	0.470
Άνδρες	93.1	6.9	0.414
<i>Πλαίσιο</i>			0.001
Εκπαιδευτικό	92.0	8.0	0.052
Μη Εκπαιδευτικό	95.6	4.4	0.001
<i>Τύπος Μέσων</i>			0.269
Παραδοσιακά Μέσα	92.4	7.6	0.227
Νέα Μέσα	93.4	6.6	0.215

^α: Έγκυρο ποσοστό. ^β: χ^2 για κατηγορία & διωνυμικός έλεγχος απόκλισης από 92.9/7.1 για υπο-κατηγορία.

Στο σύνολο του δείγματος οι λεκτικές τροπικότητες αθροίζονται στο 92.9% και οι μη λεκτικές στο 7.1%. Εντός χαρακτηριστικών του δείγματος, η ανάλυση απόκλισης από το 92.9%/ 7.1% έδειξε μη στατιστικώς σημαντική διαφοροποίηση ως προς φύλο και τύπο μέσου, αλλά οι εκτός εκπαιδευτικού πλαισίου φαίνεται να επιλέγουν στατιστικώς σημαντικά περισσότερες μη λεκτικές πολυτροπικότητες. Επικεντρώνοντας περαιτέρω στις αναλύσεις απόκλισης, φανερώθηκε ότι στις σύνθετες υποομάδες και εντός εκπαιδευτικού πλαισίου, οι μη λεκτικές πολυτροπικότητες ήταν στατιστικώς σημαντικά περισσότερες από το σύνολο του δείγματος στα παραδοσιακά μέσα, ενώ βρέθηκαν στατιστικώς σημαντικά λιγότερες ή ίσες από το σύνολο του δείγματος στα νέα μέσα. Από την άλλη, εκτός εκπαιδευτικού πλαισίου: οι άνδρες νέων μέσων και μόνο στατιστικώς σημαντικά περισσότερες από το σύνολο του δείγματος μη λεκτικές πολυτροπικότητες, ενώ δεδομένου φύλου στατιστικώς σημαντικά

περισσότερες από το σύνολο του δείγματος μη λεκτικές πολυτροπικότητες στα νέα μέσα.

Συμπερασματικά σχόλια

Στην παρούσα εργασία μελετήθηκαν οι επιλογές (πολυ)τροπικότητας αφηγητών-δημιουργών ψηφιακών βιωματικών ιστοριών σε σχέση με τα ΜΜΕ. Φάνηκε ότι όσοι και όσες επιλέγουν να αφηγηθούν ιστορίες σχετικά με τα νέα μέσα, αλληλεπιδρούν με ποιοτικά και ποσοτικά διαφορετικές τροπικότητες. «Επικοινωνώ με νέα μέσα ιστορίες για νέα μέσα» φαίνεται να συνδέεται με το «υιοθετώ τις επικοινωνιακές πρακτικές των νέων μέσων» π.χ. βραχύχρονα και πολλά μηνύματα και πολυτροπικότητα. Ίσως τα μηνύματα σε αυτές τις ιστορίες να είναι *απλούστερα*, ή/και οι αφηγητές-δημιουργοί να θεωρούν ότι *αρκεί* λιγότερος χρόνος στο κοινό τους για να επικοινωνηθεί το μήνυμα, ή/και να θεωρούν ότι *απαιτείται* λιγότερος χρόνος στο κοινό τους για να επικοινωνηθεί το μήνυμα. Επιπροσθέτως, μοιάζει στις ιστορίες νέων μέσων να επιλέγονται αντίστοιχες λειτουργικά επικοινωνίες, αλλά ως αντικατάσταση των συνήθως παρουσιαζόμενων τροπικοτήτων από τις λιγότερο συμβατικές σε άλλη τροπικότητα συζητείς τους για παράδειγμα, το κείμενο φαίνεται να δίνει τη θέση του στην αφήγηση. Ίσως η επιλογή νέων μέσων να έχει ευρύτερο αντίκτυπο στην τροπικότητα κειμενικής επιλογής: από κείμενο (μονοτροπική) σε αφήγηση (πολυτροπική). Ταυτόχρονα, φαίνεται η επιλογή νέων μέσων να έχει ευρύτερη του πλαισίου επίδραση στην επιλογή πολύτροπικής επικοινωνίας. Από την άλλη, «Επικοινωνώ ιστορίες για τα μέσα στο αποβλεπτικό πλαίσιο ενός μαθήματος για αφηγήσεις με νέα μέσα» φαίνεται να συνδέεται «υιοθετώ τις διδαχθείσες πρακτικές» π.χ. μη λεκτικές τροπικότητες. Ενώ, «Επικοινωνώ ιστορίες για νέα μέσα και είμαι άνδρας» φαίνεται να συνδέεται με «υιοθετώ τις μη λεκτικές επικοινωνιακές πρακτικές των νέων μέσων».

Το εκπαιδευτικό ή μη πλαίσιο φαίνεται να βοηθά στη νοηματοδότηση των ευρημάτων, καθώς η σχετικά σαφής απόβλεψη των εντός εκπαιδευτικού πλαισίου ιστοριών λειτουργεί ως νοηματικός ελκυστής, ενώ η μη σαφής απόβλεψη των εκτός πλαισίου διευρύνει τη γενίκευση των ευρημάτων. Αν και το φύλο και το πλαίσιο σχετίζονται με τις επιλογές τροπικότητας-πολυτροπικότητας, η επιλογή νέων μέσων αναδεικνύεται ως κρίσιμος παράγοντας, καθώς συνδέεται με περισσότερα και μικρότερης διάρκειας μηνύματα, ισχυρότερη πολυτροπικότητα και αυξημένη χρήση αυτόνομων ανά μήνυμα μη λεκτικών πολυτροπικοτήτων. Η ιστορία μπορεί να ανήκει στο ακροατήριό της, αλλά φαίνεται ότι το ακροατήριο κατασκευάζεται με διαφορετικό τρόπο από τους δημιουργούς-αφηγητές που επιλέγουν ένα προσωπικό βίωμα με νέα μέσα, σε σχέση με εκείνους που επιλέγουν παραδοσιακά μέσα. Διαφορετικές κατασκευές ακροατηρίου και ενδεχομένως διαφορετικές υποκειμενικοποιήσεις μοιάζουν να εξαντικειμενικεύονται στις διαφορετικές επιλογές (πολύ)τροπικοτήτων ενός πολύπλοκου φαινομένου που καλεί για περαιτέρω διερεύνηση. Η ψηφιακή αφήγηση είναι σε συμφωνία με τον τροπικό μετασχηματισμό και την μετατόπιση προς μια κουλτούρα αλληλεπίδρασης κοινωνικών ομάδων και *υποκειμένων* ευρύτερα και ειδικότερα στα ΜΜΕ, επιτρέποντας τις διερευνήσεις για την *επικοινωνία με νέα μέσα μέσω νέων μέσων*.

Αναφορές

- Alonso, I., Molina, S., & Porto, M. D. (2015). Multimodal digital storytelling. *Multimodality and Cognitive Linguistics*, 78, 147.
- Burn, A., & Parker, D. (2003). *Analysing media texts*. London: Continuum
- Friese, S. (2014). *Qualitative data analysis with ATLAS.ti*. London: Sage Publications.
- Gibbon, D., Mertins, I., & Moore, R. K. (Eds.). (2012). *Handbook of multimodal and spoken dialogue systems: resources, terminology and product evaluation*. New York: Science & Business Media.

- Halverson, E. R., Bass, M., & Woods, D. (2012). The process of creation: A novel methodology for analyzing multimodal data. *The Qualitative Report*, 17(11), 1.
- Hull, G. A., & Nelson, M. E. (2005). Locating the semiotic power of multimodality. *Written communication*, 22(2), 224-261.
- Jewitt, C. (Ed.). (2009). *The Routledge handbook of multimodal analysis*. London: Routledge.
- Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community*. New York: Routledge.
- Norris, S. (Ed.). (2012). *Multimodality in Practice: Investigating Theory-in-practice-through-methodology*. NY: Routledge.
- O'Halloran, K. L. (Ed.) (2004). *Multimodal Discourse Analysis: Systemic functional perspectives*. London and New York: Continuum.
- Smith, M. A., & Kanade, T. (2005). *Multimodal Video Characterization and Summarization*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Yang, Y. F. D. (2012). Multimodal composing in digital storytelling. *Computers and Composition*, 29(3), 221-238.