

# Υγιείς σχέσεις με τα μέσα επικοινωνίας; Γίνεται!

Παιδιά στα μέσα:  
ένας οδηγός για  
τους γονείς



**NAMLE**

NATIONAL ASSOCIATION FOR  
MEDIA LITERACY EDUCATION



**TREND  
MICRO™**

## *Από πού προέρχονται οι πεποιθήσεις των παιδιών; Τι μηνύματα παίρνουν;*

Πολλοί από τους σημερινούς γονείς όταν ήταν παιδιά διδάσκονταν αξίες και πεποιθήσεις από τους γύρω τους: γονείς, καθηγητές, παππούδες-γιαγιάδες, γείτονες. Τα σύγχρονα παιδιά μαθαίνουν απίστευτα πολλά πράγματα από το περιβάλλον των μέσων επικοινωνίας, μέσα στο οποίο μεγαλώνουν. Τα παιδιά σήμερα είναι σε σχεδόν συνεχή επαφή με τα μέσα: μιλούν με φίλους στα κοινωνικά μέσα, παρακολουθούν τα αγαπημένα τους βίντεο στο YouTube, "κλικάρουν" διαφημίσεις ή διαβάζουν κείμενα online. Τα ψηφιακά μέσα επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά ζουν τη ζωή τους και βλέπουν τον κόσμο.



Πώς μπορούμε να βοηθήσουμε τα παιδιά να χτίσουν μια υγιή σχέση με τα μέσα και τα μηνύματα που αυτά μεταφέρουν; Πού είναι η ισορροπία του ψηφιακού κόσμου με τις πραγματικές εμπειρίες που θέλουμε για τα παιδιά μας; Πώς τα βοηθάμε να πλοηγούνται σε τόσες πληροφορίες και πώς τα διδάσκουμε τι σημαίνει καλή συμπεριφορά και αξιοπιστία; Δύσκολο; Όχι απαραίτητα! Μπορούμε να το απλοποιήσουμε! Υπάρχει μία συμβουλή, μόνο μία, με την οποία θα αλλάξετε τον τρόπο με τον οποίο μιλάτε στα παιδιά σας και τον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά σας βλέπουν τον κόσμο!



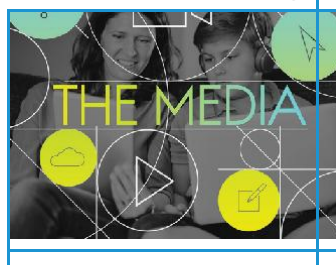
## **Εσείς θα μάθετε τα παιδιά να ρωτούν**

Αυτό είναι! Διδάξτε τα παιδιά σας να κάνουν ερωτήσεις. Διδάξτε τα να σκέφτονται κριτικά, ως ενημερωμένοι στοχαστές - αυτό είναι το καλύτερο εργαλείο που χρειάζονται στον ψηφιακό κόσμο. Έτσι θα μάθουν πώς να αναλύουν και να αξιολογούν όσα διαβάζουν. Θα μάθουν τι σημαίνει μεροληψία, αξιοπιστία και ενσυναίσθηση. Θα μάθουν να συμμετέχουν ενεργά στη ζωή, όχι να είναι παθητικοί καταναλωτές.

Στον πυρήνα αυτής της ιδέας είναι η **παιδεία στα μέσα επικοινωνίας (media literacy)**, βασική δεξιότητα του 21ου αιώνα, δηλαδή, η ικανότητα πρόσβασης, ανάλυσης, αξιολόγησης, δημιουργίας και δράσης με τη χρήση όλων των μορφών επικοινωνίας. Ο οργανισμός NAMLE συνηθιστά να αναλύουμε όσα διαβάζουμε στα ψηφιακά μέσα με όπλο τις **7 βασικές ερωτήσεις της παιδείας στα μέσα**:

### **Ερωτήσεις που βοηθούν να αναλύουμε κάθε είδους μήνυμα στα μέσα επικοινωνίας**

- **Γιατί** δημιουργήθηκε αυτό το μήνυμα;
- **Ποιος** το δημιούργησε;
- **Τι** λείπει από το μήνυμα;
- **Πώς** θα το ερμήνευε κάποιος άλλος;
- **Πώς** ξέρω ότι είναι αλήθεια;
- **Ποιον** μπορεί να ωφελήσει αυτό το μήνυμα;
- **Ποιον** μπορεί να βλάψει το μήνυμα;



Θα εκπλαγείτε με το πώς αυτές οι ερωτήσεις εξασκούν την κριτική σκέψη!

Πώς όμως εισάγετε τη συνήθεια των ερωτήσεων στην καθημερινή σας ζωή;

Και πάλι η απάντηση είναι απλή: Αρχίστε από τις συνηθισμένες καθημερινές συζητήσεις.

Παραδείγματα συζητήσεων που μπορούν να γίνουν στο σπίτι με τα παιδιά σας.

## Για τις ψεύτικες ειδήσεις

Η 12χρονη κόρη σας έχει αναλάβει για το σχολείο να ερευνήσει ένα επιστημονικό ζήτημα. Ενώ αναζητά υλικό στο διαδίκτυο για την εργασία της, βλέπει ένα άρθρο σχετικά με μια νέα μορφή γρίπης που, κατά τους γιατρούς, υποτίθεται ότι είναι ανίατη. Ανησυχεί και σας το αναφέρει το βράδυ την ώρα του φαγητού.

**Κόρη:** Διάβασα σήμερα ότι υπάρχει ένας νέος τύπος γρίπης που είναι ανίατος και λένε ότι θα προσβάλει εκατομμύρια ανθρώπους.

**Μαμά:** Χμμ... Δεν είμαι τόσο βέβαιη ότι είναι ακριβές αυτό. Πού το διάβασες;

**Κόρη:** Στο internet. Το βρήκα όταν έψαχνα υλικό για την εργασία του σχολείου.

**Μαμά:** Εγώ κάθε φορά που διαβάζω κάτι που με τρομάζει, αναρωτιέμαι: "Πώς μπορώ να ξέρω ότι είναι αλήθεια;" Υπάρχουν τόσο πολλές πληροφορίες στο διαδίκτυο, που είναι πάντα καλό θέσουμε αυτό το ερώτημα.

**Κόρη:** Το διάβασα πολύ βιαστικά, δεν είχα χρόνο να ψάξω και να μελετήσω.

**Μαμά:** Μου συμβαίνει κι εμένα αυτό μερικές φορές. Δεν έχω χρόνο να το ψάξω. Θυμάσαι σε ποια ιστοσελίδα το διάβασες; Είναι πάντα καλό να ξέρεις από πού προέρχεται κάθε ιστορία. Εγώ, πριν πιστέψω ή μοιραστώ κάτι, προσπαθώ να βρω μερικά ακόμα sites που το αναφέρουν. Θέλεις να ψάξουμε μαζί; Σίγουρα αν κάναμε λίγη έρευνα θα καταλαβαίναμε λίγο καλύτερα το θέμα.

## Για τις διαφημίσεις

Ο 7χρονος γιος σας παρακολουθεί στην TV κινούμενα σχέδια μετά το σχολείο και βλέπει μια διαφήμιση για ένα νέο παιχνίδι που το θέλει οπωσδήποτε. Έρχεται να σας πάρει μαζί του για να σας δείξει τη διαφήμιση.

**Μπαμπάς:** Πωπω, το δείχνουν απίθανο αυτό το παιχνίδι! Λες να είναι το ίδιο απίθανο στην πραγματικότητα;

**Γιος:** Ναι είναι απίθανο! Το θέλω! Μπορώ να το πάρω;, ε, μπορώ; Σε παρακαλώ!!

**Μπαμπάς:** Ας το σκεφτούμε. Η διαφήμιση λέει πόσο κοστίζει;

**Γιος:** Όχι, αλλά σίγουρα η γιαγιά θα μου το πάρει!

**Μπαμπάς:** Σκέφτομαι πόσο πολύ ήθελες εκείνο το νέο σούπερ νεροπίστολο πριν μερικούς μήνες. Θυμάσαι; Όταν το πήρες, είπες ότι τελικά δεν ήταν τόσο ωραίο όσο φαινόταν στην τηλεόραση. Γιατί νομίζεις ότι συμβαίνει αυτό;

**Γιος:** Ναι, το θυμάμαι. Το κάνανε να φαίνεται σαν το νερό να μπορεί να πάει πολύ μακριά, αλλά τελικά μόνο πιτσιλούσε γύρω γύρω

**Μπαμπάς:** Ξέρω. Οι διαφημίσεις είναι πραγματικά καλές στο να μας κάνουν να θέλουμε να αγοράσουμε πράγματα. Εγώ πάντα αναρωτιέμαι: "Είναι πραγματικά τόσο απίθανο όσο στην τηλεόραση;" Δεν θέλω οι διαφημίσεις να με ξεγελάνε! Ίσως την επόμενη φορά που θα πάμε στο κατάστημα παιχνιδιών μπορούμε να το δούμε. Αν σου αρέσει και το θέλεις, μπορείς να το βάλεις στη λίστα των γενεθλίων σου.

## Το φτιάξαμε μόνοι μας!

Ο έφηβος γιος σας και οι φίλοι του φτιάχνουν μια ταινία μικρού μήκους που θέλουν να ανεβάσουν στο YouTube. Όταν φύγουν οι φίλοι του, ρωτάτε αν μπορείτε να δείτε τι φτιάχνουν, γιατί σας ακούγεται πολύ ενδιαφέρον. Το παιδί φέρνει το φορητό υπολογιστή και σας δείχνει.



**Μαμά:** Πωπω, πραγματικά καταπληκτικό! Πόσο χρόνο σας πήρε να το φτιάξετε!

**Γιος:** Όλη τη βδομάδα το δουλεύουμε

**Μαμά:** Μπράβο! Πώς αποφασίσατε πού να κινηματογραφήσετε και ποιος θα παίξει στην ταινία;

**Γιος:** Μας αρέσει η πλατιά και το φως το ηλιοβασιλέμα είναι φοβερό. Μερικοί ήθελαν απλώς να είναι πίσω από την κάμερα, αλλά ο Νίκος και εγώ θέλαμε πολύ να είμαστε μέσα στην ταινία

**Μαμά:** Τι τραγούδι διαλέξατε;

**Γιος:** "Afire Love" by Ed Sheeran

**Μαμά:** Πολύ ωραίο τραγούδι! Πήρατε άδεια για να το χρησιμοποιήσετε?

**Γιος:** Το αγοράσαμε στο iTunes!

**Μαμά:** Το ξέρετε ότι το να αγοράζετε ένα τραγούδι δεν σημαίνει και ότι έχετε δικαίωμα να το χρησιμοποιήσετε;

**Γιος:** Δε νομίζω νάναι τόσο σοβαρό!

**Μαμά:** Αν κάποιος έπαιρνε ένα τραγούδι που το είχες δουλέψει εσύ πολύ σκληρά και το χρησιμοποιούσε χωρίς να ρωτήσει, δεν θα σε ενοχλούσε; Δεν θάθελες να σου ζητήσει άδεια; Δουλέψατε σκληρά για την ταινία. Δεν θέλετε να την ανεβάσετε και να σας την κατεβάσουν μετά, σωστά;

**Γιος:** Άρα, τι μπορώ να κάνω;

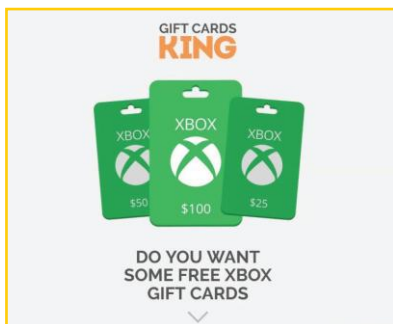
**Μαμά:** Μπορείτε να στείλετε email στην εταιρεία δίσκων και να ζητήσετε άδεια. Μερικές φορές δίνουν δικαιώματα για τα τραγούδια τους. Αν όχι, θέλετε βοήθεια για να βρούμε μαζί μουσική που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε; Ξέρετε ότι υπάρχουν μεγάλα sites που προσφέρουν μουσική ειδικά για τη δημιουργία δικών σας βίντεο; Σίγουρα υπάρχουν πολλές επιλογές που θα ταίριαζαν με την ταινία σας!

## **Το internet δίνει δώρα;**

Ακούτε τα παιδιά σας, 8 και 12 ετών, να μαλώνουν στο σαλόνι. Πηγαίνετε να δείτε τι συμβαίνει και τα βλέπετε μπροστά στον υπολογιστή.



## **Κλικ και παίρνω δώρα; Γίνεται;**



**Μπαμπάς:** Γιατί τσακώνεστε;

**Κόρη:** Πάτησε μια διαφήμιση για ένα δωρεάν Xbox και γράφει τη διεύθυνση του σπιτιού μας. Του είπα ότι είναι απάτη, αλλά δεν με πιστεύει!

**Γιος:** Και πώς το ξέρεις **ΕΣΥ!** Δεν κοστίζει να δοκιμάσω!

**Μπαμπάς:** Δείξτε μου για τι μιλάτε. Ω, ναι, κατάλαβα πώς εξαπατηθήκατε. Φαίνεται σαν πραγματική προσφορά, ε;

**Γιος:** Ναι, ωραίο δεν θα ήταν;

**Μπαμπάς:** Πράγματι. Ξέρετε ότι αυτού του είδους οι προσφορές είναι σχεδόν πάντα απάτη;

**Γιος:** Πώς το ξέρεις;

**Μπαμπάς:** Θα σας δείξω. Πριν κάνω κλικ, ας κάνω μερικές ερωτήσεις στον εαυτό μου. Πώς ξέρω ότι είναι πραγματικό; Μήπως παραείναι καλό για να ισχύει; Από πού προέρχεται η προσφορά; Συνήθως έτσι σκεφτόμαι λίγο παραπάνω πριν προχωρήσω. Ξέρω ότι οι περισσότερες σελίδες που ζητούν προσωπικά στοιχεία θέλουν να συγκεντρώσουν δεδομένα για να τα πουλήσουν σε άλλες εταιρείες, που θα μας στέλνουν διαφημίσεις. Για σκεφτείτε, γιατί χρειάζονται τα στοιχεία μου; Πραγματικά θα μου χαρίσουν ένα ακριβό Xbox απλώς αν τους γράψω τη διεύθυνση ή το τηλέφωνό μου; Είναι χρήσιμο να κάνουμε τέτοιες ερωτήσεις!

Αυτά είναι μερικά παραδείγματα για το πώς να εντάξετε ερωτήσεις για τα μέσα ενημέρωσης και συναφή θέματα στις συζητήσεις που έχετε καθημερινά με τα παιδιά. Είναι σημαντικό οι γονείς να διαμορφώνουν μοντέλα συζητήσεων με τα παιδιά τους τα οποία προάγουν την περιέργεια και και την κριτική σκέψη. Ας εκπαιδεύσουμε την επόμενη γενιά να γίνουν κριτικοί στοχαστές, με βελτιωμένες ικανότητες στον ψηφιακό κόσμο!

Οι συνεργάτες του National Association for Media Literacy Education προσφέρουν ιδέες και συμβουλές. Επικοινωνία [namle@namle.net](mailto:namle@namle.net).

## NAMLE

Η NAMLE είναι μια επαγγελματική ένωση εκπαιδευτικών, ακαδημαϊκών, ακτιβιστών και φοιτητών με πάθος για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα μέσα ενημέρωσης που χρησιμοποιούμε και δημιουργούμε επηρεάζουν τη ζωή μας και τη ζωή των άλλων στις κοινότητές μας και στον κόσμο. Η NAMLE διοργανώνει ένα διετές εθνικό συνέδριο στις ΗΠΑ, εκδίδει το περιοδικό Journal for Media Literacy Education και φιλοξενεί την εβδομάδα παιδείας στα μέσα, Media Literacy Week, στις ΗΠΑ. Τα μέλη και οι συνεργάτες της NAMLE είναι ειδήμονες στην παιδεία στα μέσα επικοινωνίας και προσφέρουν γνώσεις και πόρους κάθε μέρα στους αμερικανούς μαθητές. [www.namele.net](http://www.namele.net).

## Trend Micro

Η Trend Micro Incorporated, [κορυφαία εταιρία security software](http://www.trendmicro.com), προσπαθεί να κάνει τον κόσμο ασφαλή για την ανταλλαγή ψηφιακών πληροφοριών. Το 2008 δημιουργήθηκε το πρόγραμμα Internet Safety for Kids & Families (ISKF) με όραμα να γίνει το διαδίκτυο ένα εξαιρετικό μέρος για τους νέους ανά τον κόσμο. Μέσω του διεθνούς εκπαιδευτικού προγράμματος εθελοντισμού, επιχορηγήσεων και δωρεών σε επιλέξιμους οργανισμούς και σε συνεργασία με όσους προωθούν την ασφάλεια στο διαδίκτυο, την ψηφιακή συμμετοχή και την παιδεία στα μέσα, μέχρι σήμερα οι εθελοντές και συνεργάτες της Trend Micro ISKF δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από δώδεκα χώρες και έχουν φιλοξενήσει και υποστηρίξει 3000+ εκδηλώσεις σε 10.000+ σχολεία που έχουν επηρεάσει θετικά πάνω από 1 εκατομμύριο παιδιά, γονείς και καθηγητές παγκοσμίως. [internetsafety.trendmicro.com](http://internetsafety.trendmicro.com).

## Media Literacy Institute

Το MLI, συνεργάτης του NAMLE, μετέφρασε τον οδηγό αυτό στα ελληνικά. Το ινστιτούτο λειτουργεί στην Ελλάδα και προάγει την παιδεία στα μέσα παρέχοντας ευκαιρίες στους πολίτες να εξοικειωθούν με τις συναφείς πληροφορίες, δεξιότητες, εργασία και να εμπλακούν σε σχετικές δραστηριότητες. <https://medialiteracyinstitute.gr/>

