

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ – ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ**  
**ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ**  
**ΚΕΝΤΡΟ ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ**

**9ο ΔΙΕΘΝΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ**  
**ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΩΣ ΔΕΥΤΕΡΗ Ή ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ**  
**Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο Πανεπιστημίου Πατρών 14-16 Ιουλίου 2006**



**Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΣΤΙΣ**  
**ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

**Θεοφάνης Κουβούνας-Εκπαιδευτικός, Γεωπόνος Τ & Π Εκπ/σης**  
**Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση Λάρισας**

[trofallaksi@yahoo.gr](mailto:trofallaksi@yahoo.gr)

[theokouvou@sch.gr](mailto:theokouvou@sch.gr)

<http://users.sch.lar.gr/theokouvou>

## Εισαγωγή

Σποραδικά δημοσιεύματα των εφημερίδων, με θέμα την Ελληνική γλώσσα, αποτέλεσαν την αφορμή για προβληματισμό και σχεδιασμό δραστηριοτήτων, στα πλαίσια της διδασκαλίας του μαθήματος *Τεχνολογία γυμνασίου*, κατά το τρέχον Σχολικό έτος.

Πιο συγκεκριμένα, σε εφημερίδα της Λάρισας, διαβάσαμε: <<Περισσότεροι ξένοι μαθαίνουν ελληνικά>>, (Ελευθερία, 28-2-2006), όταν, την ίδια περίοδο σε αντίστοιχη του Βόλου, υπήρχε άρθρο με τίτλο: <<Σταμάτησε το ραδιοφωνικό αντάμωμα των Ελλήνων στην Αργεντινή>> (Θεσσαλία, 8-3-2006), για οικονομικούς λόγους. Εκπομπή που είχε σαν σκοπό την διατήρηση και την διάδοση της ελληνικής γλώσσας, σε μια κοινότητα που δεν τροφοδοτείται πια, με νέα μέλη από την Μητρόπολη. Δεν σταμάτησε βέβαια, να ασκεί τη γοητεία του, κλασικά, το συγκεκριμένο μέσο, ούτε και να υπάρχουν εραστές του. Αξιοσημείωτο επίσης, είναι το περιεχόμενο δημοσιεύματος εφημερίδας της Θεσσαλονίκης, που ούτε λίγο, ούτε πολύ, αναφέρει ότι σε δύο έρευνες (Φιλανδία-Βρετανία), αποδεικνύονται τα ευεργετικά οφέλη της ανάγνωσης των εφημερίδων στους νέους και η μεταστροφή τους σε σχέση με την TV, αφού όλο και λιγότεροι παρακολουθούν προγράμματά της (Μακεδονία 5-3-2006).(8)

Σύμφωνα με το ΥΠΕΠΘ και το Π.Ι., το μάθημα *Τεχνολογία γυμνασίου*, είναι γενικής παιδείας, διαθεματικό από τη φύση του, χωρίς δικιά του, συγκεκριμένη ύλη, που σημαίνει, πως ο μαθητής καλείται να αξιοποιήσει για τις ανάγκες του, γνώσεις από τα άλλα μαθήματα, αλλά και από άλλες πηγές που υπάρχουν διαθέσιμες στο περιβάλλον του (Εφημερίδες, Διαδίκτυο κλπ). (1,2,3,4)

Ειδικότερα, στη δευτέρα τάξη, προβλέπεται η μελέτη μιας παραγωγικής μονάδας και ανάλογα με την εμβάθυνση, η οργανωμένη παρουσίασή της, σε αυτοδιοικούμενα σεμινάρια στην τάξη (γραφτή και κατασκευαστική εργασία-μακέτα). Ο καθηγητής δεν διδάσκει από την έδρα, αλλά είναι συνοδοιπόρος των μαθητών, οι οποίοι εμπλέκονται σε σύντομες και απλές, προγραμματισμένες ομαδικές δραστηριότητες. Πραγματοποιείται *συνεργατική εργασία*, η οποία στην πορεία, συνδυάζεται με αρχές του θεατρικού παιχνιδιού (καθηγητής εμπνευστής-συντονιστής μαθητής, εμπνευστής), με βιογραφικά ρόλων (θεατρικός όρος), με αρχές, της θεωρίας της πολυτροπικότητας (Kress, G.-Leeuwen,T) κλπ, για αναπαράσταση των πραγματικών διαδικασιών, που λαμβάνουν χώρα σε μια παραγωγική μονάδα, πάντα έχοντας υπόψη, τη δυναμική της κάθε ομάδας.(9,15)

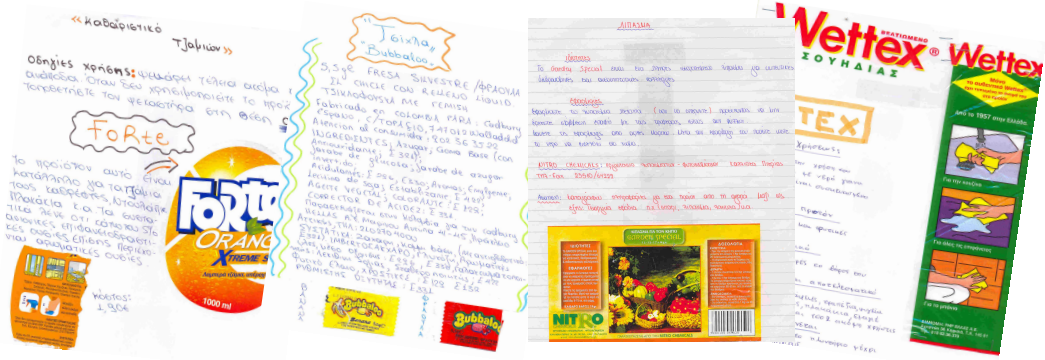
Η παρακάτω δραστηριότητα, για παράδειγμα, λειτουργεί ως πλατύσκαλο, για να περάσει ο μαθητής στο χώρο ενός εργοστασίου, μιας εταιρείας και ενός ιδρύματος ή ενός βουστασίου. Οι μαθητές καλούνται να παρουσιάσουν ομαδικά



(Group Project), μία κατηγορία προϊόντων ευρείας κατανάλωσης (γαλακτοκομικά, αναψυκτικά, γραφικά κλπ), βασιζόμενοι στις πληροφορίες της ετικέτας των συσκευασιών ή του συνοδευτικού φυλλαδίου των προϊόντων και λειτουργώντας συνθετικά, να φτάσουν στη δημιουργία πολυτροπικών κειμένων (χειρόγραφα πόστερ), όπου παραθέτουν όλες εκείνες τις πληροφορίες, που αναγνώρισαν ως γνωστές και αυτές που προσέγγισαν, μετά την απαραίτητη μελέτη (εμπορική ονομασία, πρώτες ύλες, εικονίδια και σχέδια, ημερομηνία λήξης κλπ.). Φυσικά, κυρίαρχο στοιχείο στις -ενσωματωμένες πολλές φορές στο μέσο συσκευασίας- ετικέτες, είναι η γλώσσα(σε δίγλωσσα συνήθως κείμενα), όμως τελικά, η αναζήτηση της γνώσης που ενδιαφέρει τους μαθητές και η πληροφόρησή τους, συμβαίνει με πολλούς τρόπους(επισήμανση). (6,10,11,12,13)

Για πολλούς συμπολίτες μας (ανεξαρτήτως ηλικίας, επαγγέλματος κλπ), υπάρχει θέμα *Τεχνολογικού αναλφαριθμητισμού*, που αφορά την καθημερινότητά τους. Η Τεχνολογία παρ' όλα αυτά, αποτελεί είδος παγκόσμιας γλώσσας (όπως τα Μαθηματικά, ή η Μουσική) και πετυχαίνει σε επίπεδο *παραγωγής-κατανάλωσης*, την επικοινωνία ανθρώπων με διαφορετική εθνικότητα, γλώσσα, χώρα προέλευσης κλπ. Οι ετικέτες των συσκευασμένων προϊόντων, αναδεικνύονται μοναδικοί *οδηγοί*, για την ενημέρωση ντόπιων και αλλοδαπών καταναλωτών, αφού το περιεχόμενό τους, διευκολύνει και δίνει αυξημένες δυνατότητες στους ανθρώπους, κατά κάποιο τρόπο, να συνομιλούν.(5,7)

Σκοπός της εν λόγω προσπάθειας, ήταν να διερευνηθεί, στο μέτρο του δυνατού και στο πραγματικό σχολικό περιβάλλον, ο ρόλος της ετικέτας, στη συσκευασία των προϊόντων που καταναλώνουν-χρησιμοποιούν οι μαθητές ή υπάρχουν στους χώρους που διαβιώνουν και τα αναγνωρίζουν καθημερινά, αλλά και το κατά πόσο τα πολυτροπικά κείμενα, *στην εποχή της πληροφορίας και της γνώσης*, προκαλούν το ενδιαφέρον τους (όπως η διαφήμιση, η μόδα, το προσωπικό



γούστο κ.α.) και συμβάλλουν στην πληροφόρησή τους.

Σημειώνεται, ότι συμμετείχαν μαθητές, δύο γυμνασίων του νομού Λάρισας, ένα της πόλης και ένα, όμορου καποδιστριακού Δήμου, με κοινό χαρακτηριστικό τους, την προσέλευση μαθητών από όλη την επικράτεια, δηλαδή, από διαφορετικές συνοικίες (τάξεις εξειδικευμένου Γυμνασίου) και δημοτικά διαμερίσματα, αντίστοιχα. Επίσης σε σύνολο 105 μαθητών, οι οποίοι παρέδωσαν ερωτηματολόγιο, οι πέντε είναι αλλοδαποί, οι τέσσερις ομογενείς και ένας μαθητής με μητέρα, προερχόμενη από άλλη χώρα.

Η διαφορά τους, πολύ σημαντική επίσης, αφορά τα χαρακτηριστικά των μαθητών. Στο μεν σχολείο του καποδιστριακού Δήμου, οι μαθητές στην πλειονότητά τους εμφανίζουν έντονο ενδιαφέρον για τα εκπαιδευτικά αντικείμενα, προετοιμάζονται, είναι επιμελείς, συμμετέχουν κλπ, στο δε σχολείο της πόλης, η πλειονότητα των μαθητών επιδεικνύει, περίεργη χαλαρότητα, που





## Υλικό και μέθοδος

Για το μάθημα *Τεχνολογία* Γυμνασίου, της δευτέρας τάξης, εφαρμόζεται η μέθοδος της ομαδικής εργασίας, όπως ακριβώς προβλέπεται από το Π.Ι. και το ΥΠΕΠΘ(\*).

Με το τέλος του πρώτου τριμήνου, οι μαθητές παρουσίασαν σε αυτοσχέδια, χειρόγραφα πολυτροπικά κείμενα, τις εργασίες τους, που περιείχαν επιλεγμένες πληροφορίες από τα σταθερά (Φίρμα, οδηγίες χρήσης κ.α.) και μεταβλητά (στατιστικά κ.α) στοιχεία, της επισήμανσης (ετικέτες συσκευασιών) και εκτός των άλλων είχαν την ευκαιρία να προσεγγίσουν τη Νομοθεσία που αφορά, τις διάφορες κατηγορίες προϊόντων, ευρείας κατανάλωσης. Για παράδειγμα, τις ισχύουσες διατάξεις του *κώδικα τροφίμων και ποτών*.

Οι ομάδες τους, κρίθηκε απαραίτητο, να έχουν μικρότερο αριθμό μελών(6-8), από τον προβλεπόμενο (12-13), αναλαμβάνοντας ο κάθε μαθητής, συγκεκριμένη αρμοδιότητα, για την αποτελεσματικότερη μελέτη, διαχείριση, οργάνωση και παρουσίαση πληροφοριών, από περισσότερες -κατά συνέπεια- κατηγορίες *τεχνολογικών προϊόντων*.(13) Με την ολοκλήρωση της δραστηριότητας, μοιράστηκε στους μαθητές ατομικό ερωτηματολόγιο (φύλλο εργασίας), με σκοπό να αξιολογηθεί η γενικότερη προσπάθειά τους, στα πλαίσια της εκπαιδευτικής διαδικασίας, στο πρώτο τρίμηνο και όχι ειδικά, στη συγκεκριμένη εργασία. Γι' αυτό το λόγο, σ' αυτό το σημείο, θα αναφερθούν, εκείνες μόνο οι περιοχές του ερωτηματολογίου που αφορούν την προαναφερόμενη δραστηριότητα και οι οποίες έχουν ως εξής:

### Πρώτη ομάδα ερωτήσεων

1. Το μάθημα ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, προσφέρει μαθησιακά στον μαθητή του Γυμνασίου;      ΝΑΙ  (x)      ΟΧΙ  (x)
2. Ύαν ΝΑΙ, τι προσφέρει;      (κύκλωσε ή υπογράμμισε)
  - α. γνώσεις-δυνατότητα έκφρασης.....
  - β. δεξιότητες-τεχνικές.....
  - γ. συνεργασίες-γνωριμία με τον εθελοντισμό.....
  - δ. καταναλωτική συνείδηση-ενημέρωση για την Αγορά.....
  - ε. αίσθημα υποχρέωσης προς το σύνολο-αποδοχή της διαφορετικότητας....
  - στ. όλα τα παραπάνω.....
  - ζ. κανένα.....
  - η. άλλο..... (να το αναφέρεις)

### Δεύτερη ομάδα ερωτήσεων

4. Οι φίρμες των τεχνολογικών προϊόντων, συνήθως, είναι γραμμένες....
  - α. στα Ελληνικά ..... (σημείωσε x)
  - β. στα Αγγλικά.....
  - γ. σε άλλη γλώσσα.....
5. Κατά την άποψή σου, ποιος εξυπηρετείται από τις δίγλωσσες ετικέτες των προϊόντων ή από τα δίγλωσσα φυλλάδια.... (κύκλωσε ή υπογράμμισε)
  - α. Οι Έλληνες καταναλωτές.....
  - β. Οι καταναλωτές που ζουν στην Ελλάδα (μόνιμα ή σαν επισκέπτες), αλλά προέρχονται από άλλες χώρες.....
  - γ. Κανένα.....
  - δ. Όλοι.....

9. Τι πιστεύεις, ότι πρέπει να περιέχει η ετικέτα ή το φυλλάδιο που περιέχει πληροφορίες στα Ελληνικά, για να είναι αξιοπρόσεκτο και να πληροφορεί όσους δεν γνωρίζουν Ελληνικά, αλλά και αυτούς που μιλούν ελάχιστα την Ελληνική γλώσσα.... (σημείωσε ×)
- εικονίδιο δίπλα από κάθε πληροφορία-κείμενο.....
  - έντονα κεφαλαία γράμματα, που μοιάζουν περισσότερο στα Λατινικά ή Σλαβικά.....
  - τηλέφωνα του ΙΝ.ΚΑ., δηλ. του γραφείου, του Ινστιτούτου Καταναλωτή στην Ελλάδα, για πληροφορίες.....
  - πολύχρωμα γραμμένες πληροφορίες.....
  - άλλο.....(να το αναφέρεις)
  - τίποτα - να μείνουν όπως είναι.....
10. Εντοπίζεις τη χώρα προέλευσης των προϊόντων, στην ετικέτα ή στα συνοδευτικά τους φυλλάδια..... (σημείωσε ×)
- συνήθως ΝΑΙ, το γράφουν....
  - ΟΧΙ, δεν το βρίσκω....
  - Ποτέ, είναι αδύνατο....
  - Πάντα, είναι εμφανής.....
- Τρίτη ομάδα ερωτήσεων
11. Κατά την άποψή σου, με τις εξαγωγές-εισαγωγές των προϊόντων, είναι δυνατόν να γνωρίσουμε τον πολιτισμό (για παράδειγμα τη Γλώσσα), άλλων Λαών..... ΝΑΙ..... ΟΧΙ..... (σημείωσε ×)
13. Γνωρίζεις ξένες λέξεις που χρησιμοποιούμε.....  
ΝΑΙ..... ΟΧΙ..... (σημείωσε ×)
14. Αν ΝΑΙ, μπορείς να καταγράψεις μία.....(εδώ)
15. Γνωρίζεις, αν ελληνικές λέξεις χρησιμοποιούνται, από άλλους Λαούς.....  
ΝΑΙ..... ΟΧΙ..... (σημείωσε ×)
16. Αν ΝΑΙ, μπορείς να καταγράψεις μία.....(εδώ)  
Τέταρτη ομάδα ερωτήσεων
18. Στο ΠΡΟΪΟΝ που κατέγραψες, ή στην ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ με την οποία, ασχοληθήκατε σαν ομάδα, οι οδηγίες στην ετικέτα, ήταν γραμμένες ..... (σημείωσε ×)
- στα Ελληνικά.....
  - στα Αγγλικά.....
  - στα Ελληνικά και Αγγλικά.....
  - Αλλιώς.....(να το αναφέρεις)
19. Προσωπικά, συνηθίζεις να διαβάζεις τις οδηγίες της ετικέτας ή του φυλλαδίου, κάποιου προϊόντος..... (σημείωσε ×)
- στα Ελληνικά.....
  - στα Αγγλικά.....
  - σε άλλη Γλώσσα.....

(\*) Στο Γυμνάσιο Φαλάνης, κατά το Σχ. Έτος 2003-04, σε μία από τις ομάδες εργασίας, της δευτέρας τάξης, επιλέχθηκε ως συντονιστής από τα μέλη της, ο Βασίλης, μαθητής με κινητικά προβλήματα (αναπηρία 100%). Το γεγονός αναφέρεται, για να τονιστεί η προσπάθειά του, να μελετήσουν, ως ομάδα, με τους συμμαθητές του, στο μάθημα ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, γνωστή Παραγωγική μονάδα επεξεργασίας και εμπορίας μελιού. Ο χώρος του εργαστηρίου Πληροφορικής του σχολείου και οι εμπλεκόμενοι εκπαιδευτικοί, διευκόλυναν την διαδικασία, ώστε τα αποτελέσματα να είναι αξιόπαινα και η παρουσίαση της Παραγωγικής μονάδας και των προϊόντων της, πλήρης.

## Αποτελέσματα-συζήτηση

Τα προϊόντα, που τελικά κατέγραψαν οι ομάδες, ήταν ενδεικτικά και όχι, αντιπροσωπευτικά της κατηγορίας τους. Εντοπίστηκαν, είκοσι κατηγορίες προϊόντων, μερικές από τις οποίες είναι: Όσπρια-ρύζι, ζυμαρικά, γραφικά-χαρτικά, απορρυπαντικά - μαλακτικά - σαπούνια, είδη υγιεινής διατροφής, συμπληρώματα διατροφής, είδη πρώτων βοηθειών, αναψυκτικά ποτά, προϊόντα κυψέλης-προϊόντα με μέλι, κατεψυγμένα τρόφιμα, κονσέρβες, αλλαντικά, γαλακτοκομικά, γλυκά παρασκευάσματα, αναλώσιμα υπολογιστών-μηχανών γραφείου κ.α.

Κάθε μέλος της ομάδας, παρουσίασε ξεχωριστά, ένα προϊόν, ενώ ο συντονιστής, δημιούργησε φύλλο εργασίας, με περιλήψεις όλων των προϊόντων, παρουσιάζοντάς τα συνολικά, σε σύντομη εισήγηση (αυτοδιοικούμενα σεμινάρια).

Από τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν, θεωρούμε απαραίτητο να αναφέρουμε κυρίως, εκείνα που επιλέχθηκαν περισσότερες φορές, στις απαντήσεις των μαθητών.

Από τα αποτελέσματα της πρώτης ομάδας ερωτήσεων, βλέπουμε 96 μαθητές (91,4%) να συμφωνούν ότι το μάθημα *Τεχνολογία Γυμνασίου*, έχει σημαντική προσφορά στην εκπαίδευση των μαθητών και μάλιστα 71 από αυτούς, υποστηρίζουν ότι ωφελήθηκαν σε επίπεδο καταναλωτικής συνείδησης και ενημέρωσης, για τη σύγχρονη αγορά.

Στη δεύτερη ομάδα ερωτήσεων, οι μαθητές (92) διαπιστώνουν ότι, οι Φίρμες εταιρειών και προϊόντων, είναι γραμμένες στα αγγλικά(87,6%), ενώ για τις δίγλωσσες ετικέτες των προϊόντων, πιστεύουν(57) ότι εξυπηρετούνται όλοι οι καταναλωτές, αν και σημαντικός αριθμός από αυτούς (40) θεωρούν ότι διευκολύνονται περισσότερο, οι καταναλωτές που προέρχονται από άλλες χώρες. 75 μαθητές, θέλουν σε κάθε ετικέτα, εικονίδια, δίπλα σε κάθε πληροφορία κείμενο(71,4%), και δηλώνουν ότι εντοπίζουν συνήθως, τη χώρα προέλευσης του προϊόντος, στη συσκευασία του.

Η τρίτη ομάδα ερωτήσεων, δίνει την ευκαιρία στους μαθητές(67) να διαπιστώσουν ότι, με το εμπόριο (εισαγωγές – εξαγωγές), είναι δυνατόν, να γνωρίσουν τον Πολιτισμό (π.χ. τη γλώσσα) άλλων λαών(63,9%) και σχεδόν στο σύνολό τους(100), δηλώνουν ότι γνωρίζουν ξένες λέξεις(δανεικές) που χρησιμοποιούμε καθημερινά, αναφέροντας, τις : Super Market, service, number, ski, μπουτίκ, κέτσαπ, test, bonjour, yes, o.k., πορτ μπαγκάζ, τρακτέρ, σάντουιτς, τένις, shopping, αλλά και παντζούρι, κοτέτσι, μπαχτσές κ.α.(97,1%).

Αντίθετα, δεν γνωρίζουν (67), αν άλλοι λαοί, χρησιμοποιούν ελληνικές λέξεις στο καθημερινό τους λεξιλόγιο(63,8%), παρ' όλο που 32 μαθητές, καταγράφουν κάποιες, όπως: Phenomenon, history, biology, μαθηματικά, ορθοπεδικός, φιλοσοφία κ.α., κάποιιοι μάλιστα, αναφέρουν και τις: σουβλάκι, τεύτλο, μπρόκολο κ.α.

Τέλος, η τέταρτη ομάδα ερωτήσεων, τους δίνει το δικαίωμα να υποστηρίζουν, ότι: οι οδηγίες χρήσεως του προϊόντος που κατέγραψε ο καθένας (49), ήταν γραμμένες δίγλωσσα, στα ελληνικά και αγγλικά(46,6%), άλλοι (32), ότι ήταν γραμμένες μόνο στα ελληνικά(16,1%) και μερικοί(17), ότι ήταν γραμμένες, αλλιώς(6,9%). Ωστόσο, οι περισσότεροι(86), συνηθίζουν να διαβάζουν τις οδηγίες της ετικέτας, στα ελληνικά(80,1%).

## Συμπεράσματα

Λαμβάνοντας υπόψη μας λοιπόν, όσα προαναφέρθηκαν για το ερωτηματολόγιο (αξιολόγηση μαθητών, στα πλαίσια της εκπαιδευτικής διαδικασίας και ότι παρατέθηκαν κυρίως, οι απαντήσεις της πλειοψηφίας), μπορούμε να πούμε με κάμποση σιγουριά, πως όλες οι πλευρές του θέματος, που εντοπίζονται από τους μαθητές, με την απόπειρά τους αυτή, είναι εφικτό να προβληθούν, αποκλειστικά, στα πλαίσια της Ισχύουσας Νομοθεσίας.

Εξάλλου, η σύγχρονη *ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ*, με τις ετικέτες οθόνης που προγραμματίζει να παράγει(Siemens), και οι οποίες θα είναι λεπτές σα χαρτί, με γραφικά κλπ. (εφ.Μακεδονία Θεσσαλονίκης, 5-3-20026, Οι ζωντανές ετικέτες), εργάζεται στην ουσία, προς αυτή την κατεύθυνση.

Επομένως, μια περιεκτική ετικέτα, σε πληροφορίες, ενημερώνει τον μαθητή-καταναλωτή, μάλιστα ευρύτερα, για την σύγχρονη αγορά. Οι φίρμες αν και είναι δύσκολο, να γραφούν στα ελληνικά, μπορούν να έχουν δίπλα τους, έξυπνα τοποθετημένες και έντονα τονισμένες(γραφικά), πληροφορίες, από τα σταθερά κυρίως, στοιχεία επισήμανσης( οδηγίες χρήσεως κ.α.) και γιατί όχι, να λαμβάνουν υπόψη τους, οι ειδικοί στο σχεδιασμό τους, σε κάποιες περιπτώσεις και τον τρόπο διαβάσματος, συγκεκριμένων λαών ή ότι σχετικό, εν πάση περιπτώσει, βοηθά στην καλύτερη κατανόηση των πληροφοριών, στα συσκευασμένα προϊόντα. Σίγουρα, πρέπει να λάβουμε υπόψη μας, τη συνήθεια των μαθητών-καταναλωτών, όπως αυτή καταγράφηκε στα ερωτηματολόγια που παρέδωσαν, ότι δηλ, διαβάζουν στην πλειοψηφία τους, τις πληροφορίες της ετικέτας των προϊόντων που καταναλώνουν, στα ελληνικά, αλλά και ότι οι δίγλωσσες ετικέτες, εξυπηρετούν, στο σύνολό τους, όλους του καταναλωτές(\*\*).

Ασφαλώς, δεν είναι λογικό να υποστηρίξει κανείς, ότι αλλοδαποί μαθητές θα διδαχθούν την *ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ*, από τις πληροφορίες που υπάρχουν στις συσκευασίες των προϊόντων που χρησιμοποιούν, όμως στα πλαίσια της καθημερινής τους χρήσης, εκτός των άλλων, μπορούν να την γνωρίσουν καλύτερα (γραπτά ή προφορικά) και να την βελτιώσουν, στο βαθμό που και αυτό είναι δυνατό, χωρίς βέβαια να σημαίνει, ότι αν η συγκεκριμένη συνήθεια, συνδυαστεί με κατάλληλα οργανωμένες δραστηριότητες στο *ΣΧΟΛΕΙΟ*, τα οφέλη που θα προκύψουν, δεν θα είναι, ουσιαστικότερα και περισσότερα!

Σύντομοι διάλογοι, σε ανάλογες συζητήσεις στην τάξη, βοηθούν τους μαθητές να αναγνωρίσουν σχετικά εύκολα, ξένες λέξεις που χρησιμοποιούμε στο λεξιλόγιο μας καθημερινά ή συναντούμε στα κείμενα των εγχειριδίων, όλων σχεδόν των μαθημάτων, χωρίς όμως να έχουν πληροφόρηση, οι περισσότεροι, για το αν συμβαίνει το αντίθετο, με ελληνικές λέξεις, στο καθημερινό λεξιλόγιο, άλλων λαών. Ασφαλώς, στα πλαίσια της αφόρμησης του μαθήματος, μικρές δραστηριότητες, για παράδειγμα, με τα γνωστά κείμενα του Ξ. Ζολώτα, θα μπορούσαν να κινήσουν το ενδιαφέρον τους, ώστε να δουν την εκφραστική δύναμη της ελληνικής γλώσσας, -χωρίς να υπάρξει, καμία διάθεση υποκατάστασης του σχολικού, εκπαιδευτικού υλικού-, την παγκόσμια πορεία της και έτσι κάπως να καλύψουν μέρος τουλάχιστον του προβληματισμού και των αποριών τους. Επίσης, κάτι αντίστοιχο, στα πλαίσια ομαδικής έρευνας για το μάθημα της *τεχνολογίας* (προσφέρεται), μπορεί να συμβεί σε κατάλληλα λεξικά, αλλά και σε εξειδικευμένες σελίδες του Διαδικτύου( *asprilexi*).(9,14)



Κλείνοντας, θα θέλαμε να υπενθυμίσουμε, ότι φιλοδοξία της παρούσας προσπάθειας, ήταν απλά να παρουσιάσει τις διαπιστώσεις των μαθητών-καταναλωτών, μέσα από μια, επίσης απλή εκπαιδευτική δραστηριότητα, χωρίς να υπάρχει διάθεση περαιτέρω προτάσεων, αν και το θέμα πιστεύουμε, χρήζει μεγαλύτερης διερεύνησης-προσοχής, από τους αρμόδιους φορείς (και την εκπαιδευτική κοινότητα), αφού το θέμα της χρήσης, της ελληνικής γλώσσας, στις συσκευασίες των προϊόντων, αλλά και στις διαφημίσεις, τις πινακίδες των καταστημάτων και τις επωνυμίες, κάθε είδους *Παραγωγικών Μονάδων*, είναι περίπλοκο!

Το Δημόσιο Σχολείο -και όχι μόνο-, μπορεί να αξιοποιήσει κάθε ευκαιρία που του δίνεται, (μαθήματα, εκπαιδευτικά προγράμματα, εκδηλώσεις, διαγωνισμοί κλπ) και για την προβολή της *ελληνικής γλώσσας*, σε επίπεδο <<Αγοράς>> και για την αντιμετώπιση κάθε μορφής *τεχνολογικού αναλφαβητισμού*, έχοντας σαν σημαντικό εργαλείο για να πετύχει, την ίδια, τη *γλώσσα μας!*

---

(\*\*)*Στο Γυμνάσιο Πλατυκάμπου (Σχ. Έτος 2005-06), ομάδες μαθητών της Β' τάξης, επισκέφθηκαν οργανωμένα Παραγωγικές Μονάδες, που λειτουργούν στα όρια του ομώνυμου Δήμου και μελέτησαν τους παραγωγικούς χώρους και τις διαδικασίες τους. Στο τέλος της σχολικής χρονιάς παρουσίασαν τις εργασίες τους, μέσα από αυτοδιοικούμενα σεμινάρια, στους συμμαθητές τους. Μια εκ των ομάδων, ανέλαβε να παρουσιάσει μικρή δραστηριότητα, με αντικείμενο, τον μακροσκοπικό έλεγχο οκτώ διαφορετικών συσκευασμένων, φυτικής προέλευσης, επεξεργασμένων και χαμηλής επικινδυνότητας, προϊόντων, της βιομηχανίας τροφίμων ΜΠΡΕΤΑΣ Ε.Π.Ε. και γνωστοποιώντας τους κανόνες της διαδικασίας, κάλεσε καθηγητές και μαθητές να συμμετάσχουν, δοκιμάζοντας και βαθμολογώντας, όποιο προϊόν (ή όποια προϊόντα) επέλεξαν.*

Η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε, αναπτύχθηκε με βάση τα δεδομένα μεθόδου οργανοληπτικού και μικροσκοπικού ελέγχου, ανάλογων προϊόντων (Bonprehi & Gomez, 1988) και περιλάμβανε τα εξής: σημαντικά στοιχεία για την αξιολόγηση αποτέλεσαν, α) ο αριθμός των καταναλωτών μαθητών και καθηγητών που επέλεξαν να δοκιμάσουν κάθε προϊόν (εμφάνιση-χρώμα περιεχόμενου), β) η βαθμολογία από την κλίμακα «01 έως 10», όπου το 1-4, έδειχνε χαμηλή βαθμολογία, το 5-7, μέτρια, το 8-9, υψηλή και το 10, άριστα. (άρωμα, γεύση περιεχόμενου) και γ) λήφθηκε υπόψη η υψηλότερη βαθμολογία και για τα τρία χαρακτηριστικά (χρώμα, άρωμα, γεύση).

Τελικά 60 περίπου καταναλωτές (καθηγητές και μαθητές), δοκίμασαν συνολικά 69 φορές (διαφορετικά προϊόντα ο καθένας), αξιολόγησαν και κατέγραψαν την άποψή τους, σε κατάλληλα σχεδιασμένα για την περίπτωση, έντυπα. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν, μετά την -τυπική- στατιστική επεξεργασία των φύλλων αξιολόγησης και τα οποία αφορούν τις προτιμήσεις των δοκιμαστών του σχολείου μας, για τα οκτώ διαφορετικά προϊόντα, είναι τα παρακάτω:

1)...με λιαστή ντομάτα, 2) ελιές με γέμιση αμύγδαλο, 3) πάστα ελιάς, 4) και 5) (ισοδύναμα) ελιές με γέμιση ντομάτα και κοπανιστή γλυκιά, 6)ελιά με γέμιση, τυρί ειδικής κατηγορίας(Ροκφόρ), 7)ελιές με γέμιση τυρί και 8) ελιές καλαμών.

Θα μπορούσαμε λοιπόν να πούμε, ότι ειδικά στις μέρες μας, που ο άνθρωπος αντιμετωπίζει, σύγχρονες διατροφικές συνθήκες και συνθήκες, θα πρέπει να προβληθούν κυρίως τα παραδοσιακά προϊόντα, μεσογειακής διατροφής, υψηλής βιολογικής και διατροφικής αξίας, στις μικρότερες ηλικίες των καταναλωτών και φυσικά τον πρώτο λόγο, θα πρέπει να έχουν ανάλογες δραστηριότητες, στα πλαίσια της σχολικής τους εκπαίδευσης.

## Βιβλιογραφία

1. Ηλιάδης Ν.- Βούτσινος Γ., Τεχνολογία Α΄ και Β΄ Γυμνασίου, Αθήνα, Ο.Ε.Δ.Β.,2003.
2. Ηλιάδης Ν. – Βούτσινος Γ., Τεχνολογία-Βιβλίο του Καθηγητή, Αθήνα, Ο.Ε.Δ.Β.,2001.
3. Παιδ. Ινστιτούτο, Οδηγίες για τη διδακτέα ύλη (...), Αθήνα, Ο.Ε.Δ.Β.,2002.
4. Παιδ. Ινστιτούτο, Αναφορά στο διαθεματικό ενιαίο πλαίσιο (...), Αθήνα, Ο.Ε.Δ.Β.,2002.
5. Παιδ. Ινστιτούτο, Ανιχνεύοντας το σήμερα, Προετοιμάζουμε το αύριο (...), Αθήνα, Ο.Ε.Δ.Β.,2002.
6. Τσιαντής Κ. και άλλοι, Τεχνολογία και Παραγωγή Α & Β τεύχος, Αθήνα, Ο.Ε.Δ.Β.,1990.
7. ΥΠΕΠΘ- Παιδ. Ινστιτούτο, Αναλυτικό Πρόγραμμα Γυμνασίου, Αθήνα, Ο.Ε.Δ.Β.,2000.
8. ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ: Ελευθερία Λάρισας, Θεσσαλία Βόλου, Μακεδονία Θεσσαλονίκης (2006).
9. ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΛΟΓΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ-Π.Τ.Π.Ε.-ΠΑΝ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ, ΣΧΟΛΗ ΚΑΡΑΒΑΝΑ ΛΑΡΙΣΑΣ, Λόγος και τέχνες στο σχολείο: Μια δημιουργική συνάντηση, Ημερίδα, Χατζηγιάννιο Πνευματικό Κέντρο Λάρισας (2006).
10. Καρακασίδης Ν.-Βραχάτη Ε, Συσκευασία τροφίμων, 2<sup>ος</sup> κύκλος ΤΕΕ, Αθήνα, ΥΠΕΠΘ-Π.Ι.
11. Καρακασίδης Ν., Εκτύπωση και ετικετάρια Συσκευασίας, Περιστέρι Αττικής, ΙΩΝ, (1994).
12. Καρακασίδης Ν., Design Συσκευασίας, Περιστέρι,ΙΩΝ, (1998).
13. DAVID JAQUES,Μάθηση σε ομάδες, Αθήνα, Μεταίχμο, (2001).
14. [www.asprilexi.com](http://www.asprilexi.com)
15. Χοντολίδου Ε. Εισαγωγή στην έννοια της Πολυτροπικότητας - [www.komvos.edu.gr](http://www.komvos.edu.gr) (1999).

### Αναρτημένη Ανακοίνωση-

Ερευνητικές προσεγγίσεις στη Διδακτική της ελληνικής ως δεύτερης ή ξένης γλώσσας.



Φύλλο εργασίας συντονιστή

φύλλο εργασίας μέλους

## Abstract-poster

### The role of Greek language on the labels of technological products

In the frame of the course of *Technology*, groups of students of the 2<sup>nd</sup> grade in two colleges (one in Larissa and one in a bordering municipality) participated in a short activity having as subject “The presentation of one category of broad use products, from the local market (i.e. dairy-farming, refreshments, stationary etc.)”.

The members of the groups formulated a work paper for each product, based on the elements found on every product label. As expected, the main element seemed to be Language: texts (usually in two languages), icons-signs concerning safety and sanitary conditions of the product, manuals etc. From those elements, they found out that we can have information about the content, the use, etc, of a product by many different ways!

After the end of the presentation of these works in class, we handled a questionnaire, so that students can show their own opinion. The aim of this particular effort was to investigate the practical meaning of the package label for the consumer-student, in relation with his everyday use products, or with products that exist and that he recognizes in his living environment.

We must notice that in a total of 105 students that answered to our questionnaire, 5 of them are emigrants, 4 of them are Greek repatriates and 1 is a student with a mother coming from a foreign country.

*Th. Kouvounas*

*trofallaksi@yahoo.gr*

*theokouvou@sch.gr*

*http://users.sch.lar.gr/theokouvou*