

# Η χρήση των λογοτύπων για την εκμάθηση της γραφής και της ανάγνωσης από παιδιά προσχολικής ηλικίας.

## Διευκολύνσεις και περιορισμοί <sup>1</sup>

### Οπτικός γραμματισμός

Τα παιδιά προσχολικής ηλικίας εκτίθενται συνεχώς στη γραφή και μέσω αυτής της επαφής είναι σε θέση να κατανοούν γραπτές πληροφορίες και να δρουν ανάλογα. Αυτή η διαπίστωση προκύπτει από την καθημερινή πρακτική αλλά και από ειδικές έρευνες και πειράματα με παιδιά προσχολικής ηλικίας. Η κατανόηση της γραπτής πληροφορίας δεν προκύπτει από την ικανότητα χρήσης των γραφο-φωνηματικών αντιστοιχίσεων ενός αλφαβητικού συστήματος -όπως το ελληνικό- αλλά αφορά κυρίως την αναγνώριση γραπτών μηνυμάτων βάση των συλλειτουργούντων με τη γραφή σημειωτικών συστημάτων<sup>2</sup>. Αυτή η αρχική “ολική” αναγνώριση λέξεων και φράσεων συγκροτεί έναν πρώιμο γραμματισμό που ανταποκρίνεται σε μεγάλο βαθμό στην ολοένα και αυξανόμενη εικονοποίηση του γραπτού μηνύματος η οποία χαρακτηρίζει την εποχή μας.

Η εξάπλωση της εικόνας μέσα στο γραπτό μήνυμα ορίζει την ανάγκη ενός νέου γραμματισμού, ενός **οπτικού γραμματισμού**, που θα περιλαμβάνει, παράλληλα με την κατάκτηση των γραφο-φωνηματικών αντιστοιχίσεων ενός γραφικού συστήματος, και την ικανότητα κατανόησης και διαχείρισης εικόνων, σχεδίων, διαγραμμάτων, πινάκων κλπ<sup>3</sup>. Ο οπτικός γραμματισμός δημιουργεί το πλαίσιο για μια νέα αντιμετώπιση της γραπτής πληροφορίας ως συνισταμένης της κοινής δράσης ποικίλων σημειωτικών συστημάτων: του γλωσσικού, του εικονικού, του τυπογραφικού και του χρωματικού. Οι πληροφορίες που μεταφέρει το γραπτό μήνυμα δεν ανάγονται μόνο στο γλωσσικό περιεχόμενό του αλλά προκύπτουν από τη συμβολή και άλλων εξω-γλωσσικών συστημάτων οπτικής επικοινωνίας. Με αυτήν την έννοια το γραπτό μήνυμα είναι πολυτροπικό, δηλαδή χρησιμοποιούνται ποικίλα αναπαραστατικά μέσα για τη μετάδοσή του και άρα για την κατανόηση και

---

<sup>1</sup> **Στοιχεία δημοσίευσης (N. 9)**

**Παπαδοπούλου, Μ. (2002).** Η χρήση των λογοτύπων για την εκμάθηση της ανάγνωσης και της γραφής από παιδιά προσχολικής ηλικίας: Διευκολύνσεις και περιορισμοί, στο Α. Παπάς κ.α. (επιμ.). *Πρακτικά του 2<sup>ου</sup> Πανελληνίου Συνεδρίου της Παιδαγωγικής Εταιρείας Ελλάδος*. Αθήνα: Ατραπός. Τόμος Α' 312-320.

<sup>2</sup> Ως συλλειτουργούντα με τη γραφή σημειωτικά συστήματα οπτικής επικοινωνίας εννοούνται το τυπογραφικό, το χρωματικό και το εικονικό.

<sup>3</sup> Kress G. & van Leeuwen (1996), σελ. 3

παραγωγή γραπτών μηνυμάτων δεν είναι αρκετή η γνώση της ανάγνωσης και της γραφής, δηλαδή της διαχείρισης των γραφο-φωνηματικών αντιστοιχίσεων.

Ένα παράδειγμα που εικονογραφεί με παραστατικό τρόπο αυτήν την άποψη είναι ο τίτλος ενός άρθρου με θέμα τη σοκολάτα στο περιοδικό “Ερευνητές” της εφημερίδας “Καθημερινή” (Παράρτημα Ι), το οποίο αποτελεί ένα δείγμα πολυτροπικού κειμένου. Η γλωσσική πληροφορία που δίνεται είναι: “Σοκολάτα, η τροφή των θεών”, για τη μετάδοση όμως του γραπτού μηνύματος ο συντάκτης του κειμένου δεν αρκείται στη γλωσσική πληροφορία. Η επιλογή του καφέ χρώματος θυμίζει στον αναγνώστη -στην προκειμένη περίπτωση μικρό παιδί- το χρώμα της σοκολάτας ενώ ταυτόχρονα οι σταγόνες χρώματος που ρέουν κατά τη διεύθυνση της βαρύτητας κάτω από κάποια γράμματα της λέξης ανακαλούν την ιδιότητα της σοκολάτας να λιώνει προσφέροντας με αυτόν τον τρόπο στον αναγνώστη μια γευστική αίσθηση. Οι τρεις εικόνες στον υπότιτλο του άρθρου αφηγούνται με εικονικό τρόπο το περιεχόμενο του και περιγράφουν την ιστορική και φυτική προέλευση της σοκολάτας. Στην περίπτωση του τίτλου η “σοκολάτα” αποκτά σημασία που υπερβαίνει το συμβατικό χαρακτήρα μιας λέξης και επιδιώκει την ανάπτυξη σχέσεων ομοιότητας με τις ιδιότητες του ίδιου του αντικειμένου. Το συγκεκριμένο παράδειγμα δείχνει τους τρόπους με τους οποίους διάφορα αναπαραστατικά μέσα συντίθενται για την κατασκευή της σημασίας του γραπτού μηνύματος. Η συνεχής αύξηση της εικονικότητας του οδηγεί στην ανάγκη διαχείρισης όλων των κειμένων ως πολυτροπικών, αν και μπορεί μια τροπικότητα να είναι ενίοτε κυρίαρχη<sup>4</sup>.

### **Ο λογότυπος**

Ο λογότυπος είναι ένα κατεξοχήν πολυτροπικό κείμενο<sup>5</sup>. Όπως ορίζεται στο λεξικό των Τεγόπουλου - Φυτράκη ο λογότυπος συνιστά “ειδικά σχεδιασμένη με γράμματα ή και παραστάσεις επωνυμία εταιρείας ή προϊόντος”. Ποικίλα σημειωτικά συστήματα οπτικής επικοινωνίας συνυπάρχουν με το γλωσσικό σε ένα λογότυπο ενώ κατά τη διάδοση του είναι πιθανόν το οπτικό να συνδυάζεται με ακουστικά μέσα.

Η ανακοίνωση διερευνά την αναγνωρισιμότητα των λογοτύπων από παιδιά προσχολικής ηλικίας, τις διευκολύνσεις και τους περιορισμούς που εμφανίζονται κατά τη χρήση τους. Η προσέγγιση των λογοτύπων γίνεται στο πλαίσιο της διαχείρισης πολυτροπικών κειμένων και εγγράφεται στο πεδίο του οπτικού γραμματισμού.

---

<sup>4</sup> The New London Group (1998), σελ. 164-165

## Η έρευνα

Η διερεύνηση των σχέσεων των ποικίλων σημειωτικών συστημάτων οπτικής επικοινωνίας που συλλειτουργούν με το καθαρά γλωσσικό σύστημα για την κατασκευή της σημασίας του γραπτού μηνύματος και η ικανότητα των παιδιών προσχολικής ηλικίας να αντλούν πληροφορίες από αυτά ώστε να κατανοούν και να συγκρατούν τη γραπτή πληροφορία αποτέλεσε το ερώτημα πειράματος που πραγματοποιήθηκε την Άνοιξη του 2000 σε νηπιαγωγεία της Θεσσαλονίκης<sup>6</sup>.

Στο πλαίσιο αυτού του πειράματος παρατηρήθηκε ότι η αναγνωρισιμότητα των λογοτύπων παρουσιάζει μεγάλες διαβαθμίσεις ανάλογα με τη μορφή που εμφανίζονται. Οι πιο κοινοί και ευρέως κυκλοφορούντες στον κόσμο των παιδιών λογότυποι είναι αναγνωρίσιμοι σε πολύ υψηλά ποσοστά όταν εμφανίζονται στην αυθεντική τους μορφή, η δραστική αλλαγή της μορφής τους με σταδιακές αφαιρέσεις των συλλειτουργούντων συστημάτων οπτικής επικοινωνίας οδηγεί σε κατακόρυφη πτώση της αναγνωρισιμότητάς τους. Αυτό θα ήταν σε μεγάλο βαθμό αναμενόμενο δεδομένου ότι οι λογότυποι λειτουργούν ως εικόνες, αυτό όμως που μας εκπλήσσει είναι το γεγονός ότι ενώ η αναγνωρισιμότητα άλλων πινακίδων και γραπτών αυξάνει με τις συνεχείς επεξεργασίες η αντίστοιχη των λογοτύπων ακολουθεί μια δραστικά ανάστροφη πορεία. Αυτό το συμπέρασμα μας οδηγεί να αναζητήσουμε τους λόγους αυτής της αλλαγής ώστε να διαμορφώσουμε μια άποψη για το εάν θα πρέπει τελικά να χρησιμοποιηθούν στις τάξεις προσχολικής αγωγής και σε περίπτωση θετικής απάντησης να αναζητήσουμε τις διαδικασίες με τις οποίες θα γίνει η επεξεργασία τους.

## Σημειολογικά χαρακτηριστικά των λογοτύπων

Κάθε λογότυπος μαρκάρεται με ποικίλους τρόπους για να δηλωθεί η μοναδικότητά του. Στην περίπτωση του δείγματος των 8 λογοτύπων (Παράρτημα II) που αποτέλεσαν το αντικείμενο της έρευνας μπορούμε να παρατηρήσουμε μια ποικιλία μέσων τα οποία χρησιμοποιήθηκαν σε μια ποικιλία συνδυασμών ώστε να παραγάγουν στον καθένα ένα πρωτότυπο αποτέλεσμα. Αυτά τα μέσα παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω:

1. Ιδιαίτερη τυπογραφική μορφή που μαρκάρει αποκλειστικά έναν λογότυπο με τη δημιουργία γραμματοσειράς για τις νέες ανάγκες σημείωσης ή μέσω της χρήσης μιας κλασικής γραμματοσειράς σε νέο περιβάλλον.

- μίμηση ιδιόχειρης γραφής (GOODY'S, KOY-KOY)

---

<sup>5</sup> Με τον όρο “κείμενο” εννοείται όχι μόνο το γραπτό αλλά και το προφορικό κείμενο. Ενώ ο όρος επικράτησε να χρησιμοποιείται για κάθε αυτοτελές γραπτό ανεξάρτητα του μεγέθους του.

<sup>6</sup> Τα αποτελέσματα αυτού του πειράματος ανακοινώθηκαν στην 21η Συνάντηση του Τομέα Γλωσσολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του ΑΠΘ.

- εικαστικός σχηματισμός γραμμάτων (JUMBO)
- χρήση μιας κλασικής γραμματοσειράς σε ορθή ή πλάγια μορφή με επεμβάσεις ενοποίησης γραμμών (COCA-COLA,)
- χρήση μιας κλασικής γραμματοσειράς σε κανονική ή παχιά μορφή (ΝΟΥΝΟΥ, ΦΛΩΡΙΝΑ)
- εγγραφή σε κύκλο και παραμόρφωση των οριζόντιων γραμμάτων (ΑΓΝΟ)
- συνδυασμός των παραπάνω κλπ

2. Παρουσία χρώματος. Οι λογότυποι δεν είναι σχεδόν ποτέ ασπρόμαυροι (ειδικά όταν το προϊόν ή η εταιρεία απευθύνονται σε παιδιά). Η χρήση του άσπρου-μαύρου μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο για τη δήλωση ρήξης σε άλλες κατηγορίες προϊόντων ή για λόγους οικονομίας. Η παρουσία του χρώματος μπορεί να αφορά:

- το κάθε γράμμα χωριστά (όπως στο JUMBO)
- το σύνολο των γραμμάτων (όπως στο ΑΓΝΟ)
- τον περίγυρο (όπως το κόκκινο χρώμα της coca-cola)
- τη σκίαση των γραμμάτων (όπως στη ΦΛΩΡΙΝΑ)
- ή το συνδυασμό κάποιων από τα παραπάνω

Σε πολλές περιπτώσεις το χρώμα καθιστά τον λογότυπο αναγνωρίσιμο επειδή ανακαλεί στη μνήμη το σημασιολογικό περιεχόμενο του λογοτύπου, όπως για παράδειγμα η επιλογή του πορτοκαλί χρώματος στη λέξη ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ.

3. Πιθανή παρουσία σχεδίων, σκίσεων, ειδικών πλαισίων, γραμμών κλπ που συνοδεύουν τον λογότυπο καθιστώντας τον μοναδικό ή προσθέτοντας μη-γλωσσική πληροφορία όπως: τα πορτοκάλια στο κουτί της πορτοκαλάδας, η αγελάδα στο ΑΓΝΟ, το παιδάκι που κρύβεται πίσω από τα γράμματα στο ΚΟΥ-ΚΟΥ, η μικρή Ολλανδέζα και οι αγελάδες στο χωράφι στο ΝΟΥΝΟΥ κλπ

### **Γλωσσικά χαρακτηριστικά των λογοτύπων**

Όσον αφορά τα γλωσσικά χαρακτηριστικά των λογοτύπων που παρουσιάστηκαν στους μαθητές διαπιστώνουμε ότι δημιουργούνται από:

- μια λέξη που δηλώνει το περιεχόμενο του προϊόντος π.χ. playmobil (κινητό παιχνίδι)
- ένα κύριο όνομα π.χ. JUMBO, ΝΟΥΝΟΥ
- δύο λέξεις που δηλώνουν ένα όνομα π.χ. coca-cola
- δύο λέξεις που η μία αποτελεί χαρακτηρισμό της άλλης, π.χ. ΦΛΩΡΙΝΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ
- συλλαβές που συνδυάζονται μεταξύ τους και ανακαλούν μεγαλύτερα φραστικά σύνολα π.χ. ΚΟΥ-ΚΟΥ

- μια λέξη (ουσιαστικό ή επίθετο) και μια φράση που επεξηγεί ή προσθέτει χαρακτηριστικά στο αρχικό όνομα, π.χ. ΑΓΝΟ, ΓΑΛΑ ΦΡΕΣΚΟ κλπ

### **Πραγματολογικά χαρακτηριστικά των λογοτύπων**

Η διαχείριση των λογοτύπων διευκολύνει τα παιδιά να κατανοήσουν ότι το γραπτό μήνυμα καθορίζεται από μια σειρά παραμέτρους κοινωνικής τάξης όπως: τους στόχους και τις επιλογές του συντάκτη του, το προφίλ του εν δυνάμει αναγνώστη, τον χώρο εγγραφής, το κανάλι διάδοσης, κ.α. Οι επιλογές που διαμορφώνουν τη δομή και τη μορφή του λογοτύπου δεν είναι τυχαίες ούτε υπακούουν αποκλειστικά σε αισθητικές αναζητήσεις. Αποτελούν τη συνισταμένη της αλληλόδρασης ποικίλων παραμέτρων που θα πρέπει να κατανοηθούν από το παιδί στην κατεύθυνση της ουσιαστικής αναγνώρισης αλλά και κατασκευής από το παιδί σημασίας μέσω των γραπτών μηνυμάτων σε ένα περιβάλλον όπου η οπτική πληροφορία είναι ολοένα και περισσότερο κυρίαρχη.

### **Λόγοι αξιοποίησης των λογοτύπων**

- Οι λογότυποι είναι σύντομα, αυτοδύναμα κείμενα της καθημερινής ζωής. Όπως προαναφέρθηκε, η γλωσσική πληροφορία είναι μικρή και συνίσταται σε ένα όνομα ή μια μικρή φράση. Το γεγονός αυτό διευκολύνει το παιδί να την κατανοήσει και να την θυμάται.

- Υπάρχουν σε μεγάλη ποσότητα και ποικιλία στον άμεσο περίγυρο του παιδιού και ανήκουν στη σφαίρα των ενδιαφερόντων του ή των καθημερινών του αντικειμένων. Η παρουσία αυθεντικών επιγραφών με λογοτύπους είναι συχνή στη σχολική τάξη. Λογότυποι, γνωστοί στα παιδιά, υπάρχουν στα προϊόντα που φέρουν μαζί τους στο σχολείο, στα παιχνίδια που υπάρχουν στη σχολική τάξη, σε αφίσες, προσπέκτους κλπ. Ως γραπτό είδος οι λογότυποι έχουν μεγάλη διάδοση και μέσω ποικίλων διαύλων επικοινωνίας. Αυτό το γεγονός αυξάνει την αναγνωρισιμότητα τους -σε σχέση με άλλα είδη γραπτού λόγου- και διευκολύνει την επεξεργασία τους στη σχολική τάξη.

- Η μεγάλη ποικιλία υλικών γραφής στα οποία εμφανίζονται λογότυποι επιτρέπει στα παιδιά να κατανοήσουν ότι γραφή μπορεί να υπάρχει παντού ( σε χαρτί απλό, ή ιλλουστρέ, σε συσκευασίες προϊόντων, σε σακούλες, πάνω σε αντικείμενα, στον χώρο κλπ) και η ίδια πληροφορία μπορεί να παρουσιάζεται σε διάφορα υλικά και μέσα χωρίς να αλλάζει η δομή της.

- Το ίδιο ισχύει και για το σχεδιασμό των γραμμάτων. Τα παιδιά συνειδητοποιούν ότι η γλωσσική πληροφορία δεν συνδυάζεται αποκλειστικά με μια τυπογραφική μορφή που εμφανίζεται στα παιδικά αναγνώσματα και αργότερα

στα σχολικά βιβλία, αλλά μπορεί να υπάρχει μια τεράστια ποικιλία γραφικών μέσων<sup>7</sup> (γράμματα πεζά και κεφαλαία, πλάγια ή σε ορθή μορφή, χαρακτήρες σχεδιασμένοι στο επίπεδο ή στον χώρο, σε χειρόγραφο ή τυπογραφική μορφή κλπ)

■ Οι λογότυποι συνιστούν κατεξοχήν δείγμα γραπτού λόγου ως προς τη δομή και την εμφάνισή τους, παρά το γεγονός ότι η διάδοσή τους ενδεχομένως ξεπερνά τα όρια της οπτικής επικοινωνίας. Η παρουσία και αξιοποίησή τους στους χώρους προσχολικής αγωγής μπορεί να διευκολύνει τα νήπια να κατανοήσουν τη σχέση γραπτού - προφορικού λόγου, να καταλάβουν δηλαδή ότι αυτό που λέγεται προφορικά με κάποιον τρόπο, αποτυπώνεται γραπτά με συγκεκριμένα γλωσσικά και γραφικά μέσα. Με αυτήν την έννοια συνιστούν μια **είσοδο** για τον γραπτό λόγο και τη γραφή.

■ Οι λογότυποι εμφανίζονται πάνω σε μικρές επιγραφές, με αυτήν την έννοια για τα παιδιά συνιστούν ένα αντικείμενο που μπορούν να το αγγίξουν και να το περιεργαστούν. Η γραφή αποκτά υλικότητα.

■ Τέλος, η επεξεργασία των λογοτύπων στη σχολική τάξη επιτρέπει στα παιδιά να παρατηρήσουν τον τρόπο οργάνωσης ενός πολυτροπικού κειμένου και άρα να ενταχθούν ευθέως στην νέα εποχή του οπτικού γραμματισμού τόσο στο επίπεδο της κατανόησης όσο και της παραγωγής ανάλογων κειμένων.

### **Περιορισμοί στη χρήση των λογοτύπων**

Το σημαντικότερο πρόβλημα που προκύπτει κατά την επεξεργασία λογοτύπων από τα νήπια είναι ότι η αυξημένη αναγνωρισιμότητά τους έχει ως δευτερογενή συνέπεια τη δυσκολία αναγνώρισής τους όταν απεκδυθούν των άλλων σημειωτικών συστημάτων και η γλωσσική πληροφορία εμφανιστεί σε μια ομοιόμορφη, στερεότυπη μορφή. Αυτή η εξέλιξη επιβάλλει να υλοποιηθούν διαδοχικές επεξεργασίες ώστε το παιδί να καταλάβει ότι η αφαίρεση ενός σημειολογικού συστήματος δεν οδηγεί και σε αλλαγή του γλωσσικού περιεχομένου του γραπτού μηνύματος. Για αυτό το σκοπό το παιδί πρέπει να οδηγηθεί να αναπτύξει στρατηγικές που θα του επιτρέπουν να αναζητεί τα χαρακτηριστικά του γλωσσικού μηνύματος που είναι διατηρήσιμα ακόμα και μετά τις συνεχείς αφαιρέσεις.

---

<sup>7</sup> Η ποικιλία των γραφικών μέσων δεν είναι πάντα προφανής για τα παιδιά ακόμα και αν υπάρχει στον περίγυρό τους. Σε πείραμα που πραγματοποιήσα σε νηπιαγωγεία την Άνοιξη του 2000 διαπίστωσα ότι συχνά τα παιδιά έχουν πολύ περιοριστικές απόψεις για το τι μπορεί να διαβαστεί ανάλογα με τη μορφή των γραμμάτων και τον χώρο εγγραφής της γραπτής πληροφορίας. Μεγάλος αριθμός νηπίων θεωρούσε πως είναι αναγνώσιμο μόνο ότι παρουσιάζεται με την τυπική μορφή των παιδικών βιβλίων. Το πείραμα και τα αποτελέσματά του παρουσιάζονται αναλυτικά στα πρακτικά του 6ου Πανελληνίου συνεδρίου του Τομέα Γλωσσολογίας και Πολιτισμού του Π.Τ.Δ.Ε. της Παιδαγωγικής Σχολής του ΑΠΘ με τίτλο: «Γραφή και Ανάγνωση στο Νηπιαγωγείο»

Επιπλέον, η εύκολη αναγνώριση των λογοτύπων χάρη στα συλλειτουργούντα σημειωτικά συστήματα δεν επιβάλλει λεπτομερή παρατήρηση και ανακάλυψη των ιδιαίτερων στοιχείων του καθενός από αυτούς ούτε επιτρέπει το παιδί να αναπτύξει στρατηγικές για τη διακρίβωση της σημασιολογικής πληροφορίας.

Μια τρίτη δυσκολία προκύπτει από το γεγονός ότι μεγάλο μέρος των λογοτύπων είναι σε λατινική γραφή και για αυτό το λόγο δεν είναι αξιοποιήσιμοι για όλους τους στόχους της διδακτικής διαδικασίας.

Παραπλήσιο είναι το πρόβλημα της προώθησης μιας κουλτούρας καθαρά δυτικο-ευρωπαϊκής ή αμερικάνικης όσον αφορά το γλωσσικό περιεχόμενο, τους τρόπους μαρκαρίσματος των λογοτύπων όπως και την αναζήτηση των πραγματολογικών χαρακτηριστικών τους.

Τέλος, οι λογότυποι αποτελούν σύνολα λέξεων ή φράσεων τα οποία είναι δύσκολο να τεμαχιστούν ώστε τα στοιχεία τους να χρησιμοποιηθούν στην ανασύσταση του ίδιου μηνύματος ή σε κατασκευή καινούριων μηνυμάτων. Για αυτό το σκοπό θα πρέπει να υπάρξουν ειδικές δραστηριότητες και παιχνίδια.

### **Συμπεράσματα**

Ολοκληρώνοντας, θα πρέπει να τονιστεί ότι η επεξεργασία των λογοτύπων από τα νήπια θα μπορούσε να αποδειχθεί ιδιαίτερα χρήσιμη εάν είναι ανάλογη με αυτήν των πολυτροπικών κειμένων και εφόσον συνάδει με τους στόχους που θέτουμε για τη διδακτική διαδικασία. Εάν η διδακτική προσέγγιση εγγράφεται στο πλαίσιο ενός νέου οπτικού γραμματισμού και οι διδακτικές δραστηριότητες που θα επιλεγούν από τον/την νηπιαγωγό εξυπηρετούν αυτόν το στόχο, τότε οι λογότυποι μπορεί να αποδειχθούν ένα ιδιαίτερα χρήσιμο μέσο για να βοηθήσουν το παιδί:

- να κατανοήσει τη σχέση γραπτού-προφορικού λόγου
- να καταλάβει ότι το γραπτό είναι κοινωνικό προϊόν και αποτελεί τη συνισταμένη της δράσης πολλών παραμέτρων
- να συγκρατήσει και να κατανοήσει την συνεχώς αυξανόμενη πολυτροπικά γραπτή πληροφορία
- να κατανοήσει τις σχέσεις των συλλειτουργούντων σημειωτικών συστημάτων με το καθαρά γλωσσικό σύστημα
- να ερμηνεύσει το γλωσσικό μήνυμα με τη βοήθειά τους
- να κατασκευάσει πολυτροπικά κείμενα (στην περίπτωσή μας λογοτύπους για ένα φανταστικό προϊόν)

εντασσόμενο από τα πρώτα του κιόλας βήματα στο νέο γραπτό περιβάλλον.

**Βιβλιογραφία**

**Kress G. & van Leeuwen T. (1996):** *Reading images: The grammar of visual design*, Routledge, London

**Παπαδοπούλου Μαρία (2000):** *Γραφή και ανάγνωση στο Νηπιαγωγείο*, Πρακτικά του 6ου Πανελληνίου Συνεδρίου του Τομέα Γλωσσολογίας και Πολιτισμού του Π.Τ.Δ.Ε. της Παιδαγωγικής Σχολής του ΑΠΘ

**The New London Group (1998):** *Multiliteracies: Literacy learning and the design of social futures*, London



## Παράρτημα Ι



## Παράρτημα II

