

## Πολυτροπικά κείμενα στην εκπαίδευση: θεωρητικά εργαλεία & διδακτικές πρακτικές

Μαρία Παπαδοπούλου  
Ευγενία Παγκουρέλια  
Σοφία Γκόρια

### Περίληψη

Η δόμηση των σύγχρονων κειμένων βάσει αρχών πολυτροπικής οργάνωσης έχει οδηγήσει στη διαμόρφωση καινούριων επικοινωνιακών πρακτικών, οι οποίες απαιτούν αυξημένες δεξιότητες «πλοήγησης» από πλευράς κειμενικών δεκτών στις αναγνωστικές-προσληπτικές οδούς που διαμορφώνονται, κύριο γνώρισμα των οποίων είναι η διαρκής μεταβολή και αναπροσαρμογή βάσει των κοινωνικών αναγκών που εξυπηρετούνται και των τεχνολογικών μέσων που διατίθενται. Στην παρούσα εργασία, παράλληλα με την παρουσίαση του θεωρητικού πλαισίου της δομής και λειτουργικότητας των πολυτροπικών κειμένων, παρέχονται παραδείγματα ανάλυσης σύμφωνα με συγκεκριμένα βήματα-στάδια για διευκόλυνση της εκπαιδευτικής πράξης και εξοικείωση των μαθητών/τριών με τα κείμενα του σύγχρονου πολυτροπικού επικοινωνιακού περιβάλλοντος.

### Λέξεις-κλειδιά

πολυτροπικά κείμενα, γραμματική οπτικού κειμένου, πολυτροπική γραμματική, εκπαιδευτική πράξη

### Abstract

*Modern texts are made by means of a mixture of different semiotic modes introducing thus new communication practices and organization patterns of information. These new patterns require advanced “navigation” abilities from the learner/reader, as the main characteristic of modern multimodal texts is the incessant mode combination change, which reflects constant socio-cultural change. Based on Kress and van Leeuwen (1996) and Cope and Kalantzis (2009), the present paper proposes a methodology for the analysis of contemporary multimodal texts in order to facilitate their introduction in everyday educational practice.*

## Keywords

multimodal texts, grammar of optical design, multimodal grammar, education

## Εισαγωγή

Οι αυξανόμενες πολιτισμικές-πολιτικές μείξεις ως προέκταση και επακόλουθο των κοινωνικοοικονομικών εξελίξεων και της παγκοσμιοποίησης των μέσων αναπαράστασης και επικοινωνίας (Kress & Van Leeuwen, 1996, 34· Kress & Van Leeuwen, 1998· Iedema, 2003, 33· Kress, 2010, 15) έχουν τροποποιήσει τις σύγχρονες επικοινωνιακές πρακτικές και κατ' επέκταση τις απαιτούμενες «αναγνωστικές» οδούς πρόσληψης και ερμηνείας των κειμένων. Η πολυτροπική κατασκευή του νοήματος, με συνύπαρξη, αλληλεπίδραση και αλληλεξάρτηση πολλών σημειωτικών τρόπων σε ενιαία κείμενα, συνιστούν τη νόρμα της επικοινωνιακής πραγματικότητας, μία νόρμα, ωστόσο, διαρκώς εξελισσόμενη σε επίπεδο επέκτασης των συνδυαστικών δυνατοτήτων αλλά και άρσης των ορίων μεταξύ των σημειωτικών συστημάτων.

Αυτή η σύγχρονη επικοινωνιακή κανονικότητα συνδέεται με τη σταδιακή ανάδειξη και εδραίωση της εικόνας ως κυρίαρχης «γλώσσας» (Kress & Van Leeuwen, 1996, 4) –χάρη στην ευκολία της να λειτουργεί ως κοινότυπο μέσο έκφρασης ιδεών, αλλά και προώθησης αξιών και στερεοτύπων (Kress, 2010, 46)– και με παράλληλη αφαίρεση από τη γλώσσα του κυρίαρχου ή σημαντικότερου ρόλου που κατείχε μέχρι πρότινος, περιορίζοντας, ενίοτε, την τελευταία απλά στον ρόλο του σχολιασμού (Kress & Ogborn, 1998).

Η κατασκευή αυτών των νέων πολυπολιτισμικών πολυτροπικών κειμένων διέπεται από τη λογική της «προσβασιμότητας» του νοήματος, υπό την έννοια της κατασκευής του κειμενικού μηνύματος με αξιοποίηση ποικίλων σημειωτικών τρόπων για ενεργοποίηση κατά το δυνατόν περισσότερων προσληπτικών μέσων από πλευράς αποδεκτών και αποδέσμευση από τους περιορισμούς της μεμονωμένης χρήσης ενός και μόνο σημειωτικού τρόπου. Κάτι τέτοιο, ωστόσο, δεν συνεπάγεται εφαρμογή απλούστερων ή απλοϊκών στρατηγικών στις διαδικασίες κατασκευής των κειμένων. Αντιθέτως, η επιδίωξη ολιστικής πλαισίωσης του εκάστοτε μηνύματος και η ανάγκη εξυπηρέτησης πληθώρας επικοινωνιακών σκοπών επιβάλλει νέες ως προς τους συνδυασμούς αρχές οργάνωσης και δόμησης του νοήματος. Η πολλαπλότητα και η ρευστότητα, συνεπώς, στις σημειωτικές μείξεις είναι η νέα επικοινωνιακή σταθερά, γεγονός που στην ουσία ανεβάζει τις απαιτήσεις στο επίπεδο των αναγνωστικών-προσληπτικών δεξιοτήτων των κειμενικών αποδεκτών.

Οι παραπάνω συνθήκες οριοθετούν το πλαίσιο μέσα στο οποίο καλείται να κινηθεί και η σύγχρονη εκπαιδευτική πράξη. Αρχές οργάνωσης των πολυτροπικών κειμένων, κλειδιά ανάλυσης σε επίπεδο δόμησης νοήματος, τρόποι ανάδυσης του ιδεολογικού φορτίου, συνιστούν τα καινούρια εκπαιδευτικά προσδόκιμα σε πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση, βασικές αρχές των οποίων θα παρουσιαστούν στα κεφάλαια που ακολουθούν.

### Η πρόσληψη των πολυτροπικών κειμένων

Η κατανόηση και ερμηνεία των κειμένων συνιστά προϊόν ενεργού και συνειδητής προσπάθειας αποκωδικοποίησης από πλευράς αποδεκτών που λειτουργεί κατ' αντιστοιχία με την πολιτισμική εμπειρία τους (Fiske, 1992, 62), δηλαδή σε συνάρτηση με το γνωστικό, κοινωνικό και πολιτισμικό υπόβαθρο το οποίο έχουν διαμορφώσει ως μέλη της κοινότητας και της εποχής τους. Στην περίπτωση του γλωσσικού σημειωτικού συστήματος ακολουθείται υποχρεωτικά γραμμική ανάγνωση (Eco, 1990, 83), που μάλιστα οδηγεί σε σχετικά σταθερές ερμηνείες, ενώ στην περίπτωση των εικόνων μπορεί να υιοθετηθεί –χάρη στις διαφορετικές οργανωτικές αρχές τους (Baldry & Thibault, 2006, 4)– κυκλική, διαγώνια ή κάθετη ανάγνωση (Kress & Van Leeuwen, 2006, 208), γεγονός που επιτρέπει την παραγωγή νοήματος μέσω του οπτικού σκαναρίσματος των συσχετιζόμενων μερών (Αρχή συμπύκνωσης νοήματος) (Baldry & Thibault, 2006, 19· O' Halloran, 2008).

Στην περίπτωση του συνδυασμού λεκτικού και οπτικού τρόπου, η δημιουργία νοήματος στηρίζεται όχι μόνο στις αντιληπτικές σχέσεις που εκφράζει μεμονωμένα κάθε τρόπος, αλλά και στους συνεκτικούς δεσμούς που αναπτύσσονται μεταξύ τους μέσω αμοιβαίας αλληλεξάρτησης (Baldry & Thibault, 2006, 7), καθώς λόγος και εικόνα μπορούν να συνδέονται με ποικίλους συνδυασμούς συσχέτισης και συνάφειας, με αποτέλεσμα την παραγωγή ενός ενιαίου φαινομένου (Royce, 2002, 26). Μπορεί, επίσης, να γίνει λόγος για «μετακύληση» χαρακτηριστικών μεταξύ τους (Παγκουρέλια & Παπαδοπούλου, 2016), κάτι που πρακτικά μεταφράζεται με χρήση εικονοποιητικών τεχνασμάτων στην απόδοση του γραπτού λόγου, π.χ. ποικιλία γραφών και τυπογραφικών στοιχείων, αξιοποίηση χρωμάτων, μη γραμμικές αναγνώσεις (Yannicorouliou, 2002) ή επικάλυψη του οπτικού από τον γλωσσικό τρόπο με κατάργηση της μεταξύ τους αναπαραστατικής περιχάραξης.

Οι κειμενικοί δέκτες, δεδομένων των διαρκών μεταβολών στις σύγχρονες πολυπολιτισμικές κοινωνίες, καλούνται να ενεργοποιούν το σύνολο των εμπειριών τους, προκειμένου να συλλάβουν το ιδεολογικό σκοπούμενο των πολύπλοκων σημειωτικών μείξεων που υιοθετούνται σήμερα στις κειμενικές κατασκευές, ακριβώς ως αντανάκλαση και προέκταση των κοινωνικών αναγκών. Πρόκειται για διαδικασίες σύνθετες και απαιτητικές, καθώς οι αμοιβαίες μετακινήσεις ιδιοτήτων μεταξύ των σημειωτικών τρόπων μεταβάλλουν τις αρχικές λειτουργίες των αναπαραστατικών πρακτικών (Bezemer & Kress, 2008), όπως συμβαίνει για παράδειγμα μέσω της ισχυρής διασύνδεσης λέξεων, εικόνων και σχημάτων στην ενιαία επικοινωνιακή μονάδα της λεγόμενης οπτικής γλώσσας (Horn, 1999) ή γλώσσας της κειμενικής οπτικοποίησης (Cope & Kalantzis, 2009). Η δυνατότητα εναλλαγής μεταξύ των τρόπων στηρίζεται στην αρχή της «συναισθησίας» (synaesthesia, Cope & Kalantzis, 2009), δηλαδή στο γεγονός του ότι μπορεί να εκφράζεται το ίδιο μήνυμα με διαφορετικά μέσα. Πιο συγκεκριμένα, όπως στον λόγο η δράση δηλώνεται μέσω ρημάτων, στις οπτικές απεικονίσεις δηλώνεται με διανύσματα, οι προσδιορισμοί του τόπου αντιστοιχούν στο φόντο ή το μπροστινό πλάνο, η χρήση παραθετικών ισοδυναμεί με το μέγεθος των εικονιζόμενων και τη χωροθέτηση των εικόνων.

Γενικά, η «συναισθησία» λειτουργεί ολιστικά στις αναπαραστάσεις και την αντίληψή μας, λόγω της ταυτόχρονης και παλινδρομικής μεταξύ των τρόπων επεξεργασίας των πληροφοριών, καθώς στην ουσία αφορά στην προσαρμογή των σημειωτικών τρόπων βάσει αναπαραστατικών παράλληλων, ώστε να εκφράζονται ίδια ή, ακριβέστερα, παρόμοια νοήματα (Cope & Kalantzis, 2009, 363), εφόσον κανένας τρόπος δεν μπορεί να «μεταφραστεί» πλήρως σε άλλον/ους τρόπο/ους. Τα βίντεο, χαρακτηριστικό σύγχρονο παράδειγμα πολυτροπικού κειμένου, χαρακτηριστικό, επίσης, ως προς τη λειτουργία της συναισθησίας για την ανθρώπινη αντίληψη, συνδυάζουν εικόνα, λόγο και ήχο ή –σε όρους πολυτροπικότητας– συνδυάζουν τον χωρικό, οπτικό, κινητικό, ακουστικό και γλωσσικό τρόπο, διαμορφώνοντας και αναπαράγοντας έτσι ένα πολύπλοκο αναπαραστατικό, κοινωνικό, οργανωτικό, πραγματολογικό και ιδεολογικό νόημα, η σύλληψη του οποίου στηρίζεται στην ταυτόχρονη επεξεργασία των τρόπων και τον εντοπισμό των μεταξύ τους αναλογιών.

## Μηχανισμοί αποδόμησης νοήματος στα πολυτροπικά κείμενα

### 1. Η γραμματική του οπτικού κειμένου

Η εξέταση της διαλεκτικής εικονιστικής-λεκτικής σχέσης αποτελεί τη βάση της αποκωδικοποίησης των πολυτροπικών κειμένων, για την οποία θεμελιώδες χρηστικό εργαλείο είναι η «γραμματική του οπτικού κειμένου» των Kress και Van Leeuwen, που ανταποκρίνεται επαρκώς στις συστηματικές κανονικότητες των συγκεκριμένων σημειωτικών μείξεων, παρά τις διαφοροποιήσεις που προκύπτουν εξαιτίας της παρεμβολής αντικρουόμενων κοινωνικών, πολιτισμικών και ιστορικών παραγόντων στις συνθετικές και ερμηνευτικές διαδικασίες (Hagan, 2007).

Η γραμματική του οπτικού κειμένου, κατ' αναλογία προς τη θεωρία του γλωσσολόγου M.A.K. Halliday, αφορά σε τρεις «μεταλειτουργίες»: α) την αναπαραστατική (ideational/representational metafunction), β) τη διαπροσωπική (interpersonal/interactive) και γ) την κειμενική μεταλειτουργία (textual/compositional) (Kress & Van Leeuwen, 1996, 119-158), οι οποίες αναφέρονται στην αναπαράσταση του εμπειρικού κόσμου, στην παρουσίαση των σχέσεων μεταξύ παραγωγού και αποδέκτη/αναπαραγωγού των σημείων και στις ενδοκειμενικές σχέσεις αντίστοιχα.

Η σχέση μεταξύ θεατή και αναπαριστώμενων αλλά και μεταξύ αναπαριστώμενων προσώπων -ενεργητικοί/παθητικοί ρόλοι, «αμετάβατες» ή «μεταβατικές ενέργειες» (Baldry & Thibault 2006, 73-78), σύνδεση συμμετεχόντων/ουσών μέσω διανυσμάτων (vectors) σε πράξεις (Jewitt & Oyama, 2002, 141), καθορισμός ή ταξινόμηση ανθρώπων, τόπων και πραγμάτων (Jewitt & Oyama, 2002, 143)- εξετάζονται στο πλαίσιο της αναπαραστατικής μεταλειτουργίας. Η ενδεικνυόμενη στάση για τους κειμενικούς δέκτες καθορίζεται μέσω της διαπροσωπικής λειτουργίας, η οποία διαμορφώνεται α) με την άμεση οπτική επαφή και το ύφος των εικονιζόμενων προσώπων, β) την κοινωνική απόσταση/πλάνο λήψης (κοντινό → οικειότητα, μέσο → ουδετερότητα, μακρινό → απόσταση/αποξένωση), γ) την προοπτική/γωνία λήψης (οριζόντια → αίσθηση εμπλοκής, κάθετη υψηλότερη → φαντασιακή υπεροχή, στο ίδιο επίπεδο → ισότητα, χαμηλότερο επίπεδο → άσκηση πάνω στον δέκτη συμβολικής δύναμης) (Baldry & Thibault, 2006, 94-97).

Η κειμενική μεταλειτουργία προσδιορίζει την πληροφοριακή αξία, την περιχάραξη και τα εξέχοντα στοιχεία. Η πληροφοριακή αξία σχετίζεται με τη

χωροθέτηση των εικόνων στη σελίδα [αριστερά του κέντρου → δεδομένο, δεξιά του κέντρου → νέο, υψηλότερο σημείο σελίδας → ιδεώδες και περισσότερο εξέχον (Jewitt & Oyama, 2002, 148), βάση εικόνας → πραγματικό, κέντρο εικόνας ή σελίδας → πυρήνας πληροφορίας (Kress & Van Leeuwen, 1996, 206)]. Η περιχάραξη εξετάζει την ύπαρξη ή μη διακριτών ταυτοτήτων στα συντιθέμενα στοιχεία βάσει της ύπαρξης ή απουσίας διαχωριστικών γραμμών (framelines, Jewitt & Oyama, 2002, 150). Τέλος, τα εξέχοντα στοιχεία είναι εκείνα που ελκύουν περισσότερο το βλέμμα με κριτήριο τη συνέπειά τους στην απόδοση της «πραγματικότητας» των αναπαριστώμενων (Jewitt & Oyama, 2002, 150–151).

Στην περίπτωση των έντυπων διαφημιστικών αφισών, τα συστατικά στοιχεία του λεκτικού και οπτικού σημειωτικού τρόπου συνέχονται μεταξύ τους έτσι ώστε οι αναγνώστες/τριες να ωθούνται στην επιλογή των ερμηνευτικών οδών τις οποίες έχουν δομήσει οι δημιουργοί του πολυτροπικού κειμένου, προκειμένου να τους οδηγήσουν στη νοηματική αφετηρία τους. Η οριοθέτηση της αναγνωστικής–ερμηνευτικής οδού επιτυγχάνεται με σημειωτικές δικλείδες, οι οποίες στην πράξη καθορίζονται από το ποσοστό συμμετοχής και τις μεθόδους συνδυασμού των αξιοποιούμενων τρόπων στην κατασκευή του νοήματος.

Ειδικότερα, η ιδεολογική κατασκευή του νοήματος μίας έντυπης διαφημιστικής αφίσας πηγάζει από την αλληλεπίδραση οδηγού/καθοδηγητή και ανακοίνωσης και σταθεροποιείται πλήρως με τη διαμεσολάβηση του βελτιωτή. Ο οδηγός/καθοδηγητής [(Lead), περισσότερο εξέχουσα οπτική αναπαράσταση] δεσμεύει τον θεατή και του προσφέρει πληθώρα ερμηνειών. Η ανακοίνωση [(Announcement), περισσότερο εξέχον λεκτικό συστατικό από άποψη κλίμακας, χρώματος, τυπογραφικών στοιχείων και μεγέθους (O’Toole, 1994)], λειτουργώντας αμφίδρομα με τον οδηγό/καθοδηγητή, τον συνδέει με συγκεκριμένες ιδιότητες και αξίες του κοινωνικο–πολιτισμικού πλαισίου. Ο πλήρης καθορισμός του επιδιωκόμενου νοήματος πραγματώνεται μέσω του βελτιωτή [(Enhancer), αποκλειστική σύνθεση από λεκτικά συστατικά σε μορφή παραγράφου], ο οποίος μέσω διαπροσωπικών (προτρεπτικών) φράσεων και απόδοσης ιδιοτήτων σε προϊόντα και υπηρεσίες καθορίζει τα επιχειρήματα των δημιουργών, προκρίνει την υιοθέτηση συγκεκριμένης συμπεριφοράς για τους αποδέκτες και αποκρυσταλλώνει το συνολικό κειμενικό μήνυμα.

Συνεκδοχικά, όσο λιγότερα γλωσσικά αντικείμενα συνοδεύουν τα οπτικά στοιχεία, τόσο χαμηλότερη είναι η συμφραστική πλαισίωση και τόσο

μεγαλύτερη ελευθερία κατασκευής νοημάτων έχουν οι αποδέκτες, ενώ αντίστροφα η εκτενέστερη γλωσσική πλαisiώση μίας οπτικής απεικόνισης συνεπάγεται ισχυρότερη κατευθυντήρια πρόθεση από πλευράς των διαφημιστών, χωρίς ωστόσο αυτό να σημαίνει πως η χαμηλή συμφραστική τάση, δηλαδή ο βαθμός καθορισμού του νοήματος των οπτικών στοιχείων από τα υπάρχοντα γλωσσικά, είναι σε μικρότερο βαθμό ιδεολογικοποιημένη από ό,τι η υψηλή (Cheong, 2004, 190).

## 2. Η πολυτροπική γραμματική

Ο υποσκελισμός της γλώσσας από τον οπτικό σημειωτικό τρόπο (Kress, 2000, 165) στηρίζεται στη συνειδητή κατανόηση του ότι η αντικατάσταση ή η ενίσχυση του λόγου με εικόνες εξασφαλίζει την ισχυροποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος (Silvers, 2004). Η τεχνολογία συνέβαλε σημαντικά σε αυτό, καθώς η δυνατότητα σύνθεσης των κειμένων όχι πια με χαρακτήρες αλλά με μια νέα τροπική μονάδα, τα pixels, διευκόλυνε την «επικάλυψη» του λεκτικού από τον οπτικό τρόπο με «τοποθέτηση» στοιχείων του ενός «πάνω» στον άλλο. Αυτή η αλλαγή ενισχύθηκε με την απόδοση και του φθογγικού στοιχείου του λεκτικού τρόπου με ψηφιακά μέσα (bits, bytes) αντίστοιχα των pixels, που χρησιμοποιούνται για τον οπτικό και λεκτικό τρόπο, οδηγώντας σε νέες πρακτικές γραμματισμού, οι οποίες παρέχουν απεριόριστες δυνατότητες συνδυασμού σε υβριδικές πολυτροπικές κειμενικές κατασκευές με χαρακτηριστικό τον ισοσκελισμό όλων των σημειωτικών τρόπων. Αυτό, ωστόσο, δεν σημαίνει ότι γενικά ο λόγος υποχωρεί. Αντίθετα, τροποποιείται έτσι, ώστε να ταιριάζει περισσότερο στους άλλους τρόπους.

Από μία σύγχρονη, συνεπώς, παιδαγωγική των πολυγραμματισμών θα πρέπει να συμπεριληφθεί η μελέτη του γραπτού και προφορικού λόγου, οι οπτικές, ακουστικές και απτικές αναπαραστάσεις, οι χωρικές αναπαραστάσεις και οι αναπαραστάσεις της γλώσσας του σώματος (Core & Kalantzis, 2000· New London Group, 1996), καθώς κάθε ένας από αυτούς τους τρόπους έχει διαφορετικές αναπαραστατικές δυνατότητες, αλλά και παράλληλες ή «μεταφράσιμες» στους άλλους. Για τη μετακύληση χαρακτηριστικών, όπως και για τη συναισθησία, έγινε ήδη λόγος σε προηγούμενη ενότητα. Έτσι, παρόλο που για την κατανόηση των στρατηγικών δόμησης των νέων πολυτροπικών κειμένων απαιτείται ξεχωριστή μελέτη των λειτουργιών που επιτελούν οι επιμέρους αξιοποιούμενοι τρόποι, δεν πρέπει να παραλείπεται η επιστροφή στο «όλον», όπως ακριβώς υποδεικνύει η οπτική της συναισθητικής προσέγγισης

των κειμένων. Η επιστροφή, δηλαδή, στη συνολική αίσθηση/εντύπωση που δημιουργεί ένα πολυτροπικό κείμενο στους αποδέκτες του και η οποία στην πράξη στηρίζεται στη δυνατότητα του κειμενικού δέκτη να «μετακινείται» μεταξύ των τρόπων και να επιλέγει εκείνον/ους από τον/τους διαθέσιμο/ους τρόπο/ους που του είναι περισσότερο οικείοι για την παραγωγή νοήματος ή που προσθέτουν πληροφορίες που δεν μπορούν να μεταφερθούν από άλλους τρόπους.

Αυτό που διαφοροποιεί, συνεπώς, τα σημερινά πολυτροπικά κείμενα είναι η ύπαρξη πολλών αναγνωστικών οδών, η επιλογή καθεμιάς από τις οποίες εξαρτάται από την «πλοήγηση» που θα επιλέξει ο αποδέκτης βάσει των ενδιαφερόντων και των προσωπικών δεξιοτήτων του. Μία πολυτροπική γραμματική, συνδυάζοντας ανάλυση λεκτικών, ακουστικών και οπτικών αναπαραστάσεων (Cope & Kalantzis, 2009), αναζητά τις αναλογίες μεταξύ των τρόπων αναφορικά με πέντε παραμέτρους και αντίστοιχα ερωτήματα ως προς τη διαμόρφωση του νοήματος, όπως παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Ερωτήματα για τη διαμόρφωση νοήματος βάσει σημειωτικών τρόπων

Διαστάσεις Νοήματος	Τρόποι				
	Γλωσσικός	Οπτικός	Χωρικός	Κινητικός	Ακουστικός
Αναπαραστατικό	Σε τι αναφέρεται το νόημα και τι αναπαριστά;				
Κοινωνικό	Πώς τα νοήματα συνδέουν πρόσωπα και αντικείμενα τα οποία εμπλέκονται στην αναπαράσταση;				
Οργανωτικό	Πώς συντίθενται τα νοήματα;				
Πραγματολογικό	Πώς συνδέονται τα επιμέρους νοήματα με το ευρύτερο πλαίσιο;				
Ιδεολογικό	Ποιου τα ενδιαφέροντα/απόψεις εκφράζονται μέσα από τα νοήματα;				

Σε αυτό το πλαίσιο τίθενται επιπλέον ερωτήματα για κάθε διάσταση του νοήματος, όπως ερωτήματα που αφορούν στους/στις συμμετέχοντες/ουσες, την ύπαρξη και τη δράση (αναπαραστατικό νόημα), στους ρόλους των συμμετεχόντων/ουσών, τη μεταξύ τους σχέση και την κοινωνικοποίηση του μηνύματος προς τους αποδέκτες (κοινωνικό νόημα), στο επικοινωνιακό μέσο, καθώς και στις επικοινωνιακές συμβάσεις και πρακτικές που συνέχουν τις



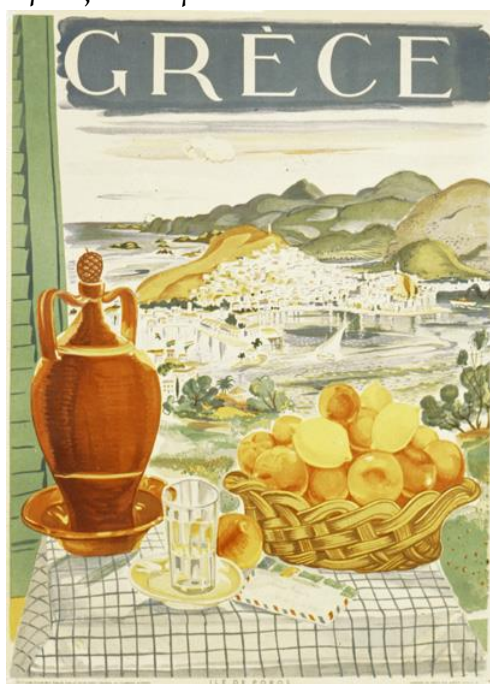
μικρότερες νοηματικές μονάδες κάθε τρόπου (οργανωτικό νόημα), στις ενδοκειμενικές και εξωκειμενικές αναφορές του νοήματος (πραγματολογικό νόημα), στη δήλωση της στάσης των δημιουργών του κειμένου, στον τρόπο παρουσίασης των πληροφοριών (αντικειμενική, μονόπλευρη, αποσιώπηση οπτικών) και στον ρόλο των αποδεκτών (ιδεολογικό νόημα).

Στην ενότητα που ακολουθεί παρουσιάζονται δύο παραδείγματα πολυτροπικής ανάλυσης βάσει της γραμματικής του οπτικού κειμένου και της πολυτροπικής γραμματικής, ενδεικτικά της διαδικασίας που μπορεί να υιοθετηθεί στην εκπαιδευτική πράξη για εξοικείωση των μαθητών/τριών με τις συγκεκριμένες διαδικασίες.

### Εφαρμόζοντας τη γραμματική του οπτικού κειμένου και την πολυτροπική γραμματική

Ένα κοινότυπο και αρκετά εύχρηστο μέσο για την εισαγωγή των μαθητών/τριών στην έννοια της πολυτροπικότητας είναι οι έντυπες διαφημιστικές αφίσες, επειδή συνδυάζουν δύο μόνο σημειωτικούς τρόπους, τον λεκτικό και τον οπτικό, με τους οποίους υπάρχει εξοικείωση και σε επίπεδο αναγνώρισης –εφόσον και η λογική των σχολικών εγχειριδίων κινείται σε αντίστοιχο πλαίσιο– αλλά και παραγωγής, μέσω ασκήσεων παραγωγής λόγου για συγκεκριμένους επικοινωνιακούς σκοπούς ή ζωγραφικής απόδοσης π.χ. λογοτεχνικών κειμένων.

Αφίσες ΕΟΤ περιόδου 1940 και 2008



Χρησιμοποιώντας αφίσες από τη διαφημιστική καμπάνια του ΕΟΤ δύο διαφορετικών χρονικών περιόδων είναι δυνατό, και μέσα από τη μεταξύ τους αντιπαραβολή, να οδηγηθούν οι μαθητές στη συνειδητοποίηση των μέσων και των τεχνικών που χρησιμοποιούνται για την κατασκευή του νοήματος και την επίτευξη του επικοινωνιακού στόχου.

Σε πρώτο στάδιο, η αναγνώριση του κειμενικού τύπου (έντυπη διαφημιστική αφίσα), όπως και η ελεύθερη περιγραφή των αφισών από τους/τις μαθητές/τριες κρίνεται απαραίτητη για την περαιτέρω ανάλυση. Σε δεύτερο στάδιο, ακολουθεί η καθοδηγούμενη από τον/την εκπαιδευτικό εστίαση της προσοχής σε συγκεκριμένες πτυχές της οπτικής απεικόνισης, όπως τον εντοπισμό των εξεχόντων οπτικών και λεκτικών επιλογών (οδηγού/καθοδηγητή, ανακοίνωσης και βελτιωτή) μέσω ερωτήσεων της μορφής: «Τι ελκύει περισσότερο την προσοχή σας στις εικόνες που βλέπετε;», «Σε τι διαφέρει η πρώτη από τη δεύτερη διαφημιστική αφίσα ως προς τις εικόνες που χρησιμοποιούνται;», «Τι παρατηρείτε σχετικά με το γραπτό (λεκτικό) κείμενο;». Μία εξαιρετικής σημασίας λεπτομέρεια σε αυτό το πρώτο στάδιο της προσέγγισης είναι η επιμονή στην παρατήρηση και η αποφυγή παρέκκλισης των μαθητών/τριών σε ερμηνείες ή προσωπικές εμπειρίες/αναμνήσεις. Εφόσον οι μαθητές/τριες εντοπίσουν σωστά τον οδηγό/καθοδηγητή (τοπίο στην πρώτη και πρόσωπα στη δεύτερη), την ανακοίνωση και τον βελτιωτή (απουσιάζει στην πρώτη αφίσα) στις δύο περιπτώσεις, μπορούν να καθοδηγηθούν στην εξέταση της αναπαραστατικής και διαπροσωπικής μεταλειτουργίας μέσω ερωτημάτων που αφορούν στις σχέσεις μεταξύ των εικονιζόμενων προσώπων, του πλάνου και της γωνίας λήψης. Η συνειδητοποίηση του ότι η παρουσία προσώπων –έστω και μέσω μακρινού πλάνου και οξείας γωνίας λήψης– λειτουργεί θετικά προς την προσέλκυση ή και ταύτιση των δεκτών με το σκοπούμενο μήνυμα είναι επίσης σημαντική για την κατανόηση της κειμενικής μεταλειτουργίας, καθώς η απουσία διαχωριστικών γραμμών μεταξύ των δύο σημειωτικών τρόπων παράγει ένα ενιαίο επικοινωνιακό φαινόμενο. Στο ίδιο πλαίσιο, η κατανόηση από τους μαθητές του ρόλου των ανακοινώσεων βάσει της χωροθέτησής τους στη σελίδα –GRÈCE → έκφραση του ιδεώδους στην κορυφή της σελίδας, Greece, the true experience → πυρήνας πληροφορίας στο κέντρο της απεικόνισης– είναι βασική για την πλήρη κατανόηση της λειτουργίας της έντυπης διαφημιστικής αφίσας ως ενιαίου κειμένου.

Βελτιωτής διαφημιστικής αφίσσας EOT 2008

# the true experience

Thousands of routes. Millions of images.

**Touring** Race against the sunset! Whether you choose horse-back riding or a jeep safari, the Peloponnese peninsula offers you many **unique, unparalleled experiences.** Discover the magnificence of the Alfios River gorge while kayaking or rafting. Discover the **longevity secrets** of traditional Greek culture in a **self-survival test, experience** goat-milking, collecting olives or harvesting grapes... Greece! The true **experience!**

Με την ανάλυση του βελτιωτή της δεύτερης αφίσσας, που παρατίθεται προηγουμένως, και την εξήγηση των συγκεκριμένων γλωσσικών επιλογών, οι μαθητές καλούνται να εντοπίσουν την επιχειρηματολογία των δημιουργών του συγκεκριμένου κειμένου, η οποία συνίσταται στην απόδειξη του ότι «η Ελλάδα αποτελεί αληθινή εμπειρία». Σε επίπεδο συναισθησίας, καλούνται να ονομάσουν τα στοιχεία του οπτικού και λεκτικού τρόπου που συνδυαστικά συνηγορούν στην απόδειξη αυτής της θέσης, αλλά και να προσδιορίσουν τις πτυχές που τυχόν δεν παρουσιάζουν αντιστοιχίες στον άλλο τρόπο. Ειδικότερα, η ειδυλλιακή εικόνα των αναβατών αποκτά την ιδιότητα-ταυτότητα της «μοναδικής, ανεπανάληπτης και αληθινής εμπειρίας» τόσο μέσω του συνοδευτικού λεκτικού κειμένου που καθορίζει επακριβώς το συμφραστικό πλαίσιο, αλλά και μέσω των κατώτερων μονάδων της σύστασής της, δηλαδή του μακρινού πλάνου και της οξείας γωνίας λήψης, τα οποία κρατούν τον δέκτη σε μία «απόσταση» από αυτή τη «μοναδική, αληθινή εμπειρία» που βιώνουν τα εικονιζόμενα πρόσωπα, αλλά ταυτόχρονα τον καλούν μέσω της συμφραστικής πλαισίωσης (Discover, experience → προτρεπτικές διαπροσωπικές εκφράσεις) να τα βιώσει και ο ίδιος (a self-survival test), αντιμετωπίζοντάς τα ως προσωπική πρόκληση.

Η παραπάνω ερμηνευτική προσέγγιση μπορεί να ολοκληρωθεί με επαναφορά γενικότερων ερωτημάτων, τα οποία θα στηρίζονται στην ανάλυση που προηγήθηκε, όπως η εξήγηση των εικονιστικών και λεκτικών επιλογών συνολικά αναφορικά με τις όψεις της Ελλάδας που προβάλλονται, το κοινό για το οποίο προορίζονται και τη σύνδεση σημειωτικών μέσων και επικοινωνιακού σκοπού των κειμένων. Μέσω αυτού του τελικού σταδίου οι μαθητές/τριες θα αντιληφθούν πώς διαμορφώνεται η λειτουργικότητα των πολυτροπικών

κειμένων, εφόσον η παρουσίαση της Ελλάδας ως «εκθέματος και μουσειακού χώρου» στην πρώτη αφίσα καθορίζεται από το περιορισμένο κοινό στο οποίο στόχευε η διαφημιστική καμπάνια του 1940 –κοινό όχι απαραίτητα υψηλού κοινωνικοοικονομικού στάτους, αλλά οπωσδήποτε μορφωμένο, αποτελούμενο από περιηγητές και όχι από τουρίστες– όπως και στη δεύτερη περίπτωση, η Ελλάδα ως «χώρος δράσης» απευθύνεται σε ένα ευρύ κοινό, ποικίλων ενδιαφερόντων και ηλικιών, που αναζητά κάτι εναλλακτικό και πρωτότυπο σε σχέση με την παραδοσιακή εικόνα των διακοπών ή ακόμη και την παραδοσιακή εικόνα της χώρας μας.

Αντίστοιχη διαδικασία μπορεί να ακολουθηθεί και στην περίπτωση αξιοποίησης ενός βίντεο. Την παρακολούθηση του βίντεο ακολουθεί γενική συζήτηση σχετικά με το περιεχόμενο και τον επικοινωνιακό στόχο των δημιουργών του. Σε δεύτερο στάδιο, ακολουθεί καθοδηγούμενη ανάλυση των εμπλεκόμενων σημειωτικών τρόπων μέσω ερωτήσεων, όπως ακριβώς και στην περίπτωση της έντυπης διαφημιστικής αφίσας.

Χάριν παραδείγματος γίνεται αναφορά στο βίντεο της Greenpeace «A Homeless Polar Bear in London» [διαθέσιμο στο <https://youtu.be/4XpF04nximl>]. Τα φωτογραφικά καρέ των σκηνών που παρατίθενται είναι κατά το δυνατόν ενδεικτικά του αφηγηματικού περιεχομένου του βίντεο, με όλους τους περιορισμούς που επιβάλλει η απόδοση ενός πολυτροπικού κειμένου από έναν μόνο σημειωτικό τρόπο.

Σκηνή 1



Σκηνή 2



Σκηνή 3



Σκηνή 4



Τα ερωτήματα που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν στην προκειμένη περίπτωση καταναμημένα ανά σημειωτικό τρόπο παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Ερωτήματα ανάλυσης βίντεο ανά σημειωτικό τρόπο

ΤΡΟΠΟΣ	ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ
ΧΩΡΙΚΟΣ (Spatial)	Ποιες σκηνές αναγνωρίζετε; Σε ποιους επιμέρους χώρους δρα το κεντρικό πρόσωπο;
	Πώς παρουσιάζεται ο κάθε χώρος; Τι κοινό χαρακτηριστικό έχουν;
ΟΠΤΙΚΟΣ (Visual)	Ποιοι είναι οι συμμετέχοντες/ουσες;
	Αναπτύσσεται κάποιου είδους βλεμματική επαφή μεταξύ των συμμετεχόντων/ουσών;
	Υπάρχει βλεμματική επαφή συμμετεχόντων/ουσών και θεατών;
	Τι αποκαλύπτει η ύπαρξη ή απουσία βλεμματικής επαφής;
ΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ (Audio)	Ποια συναισθήματα σάς προκαλεί η μουσική επένδυση;
ΚΙΝΗΤΙΚΟΣ (Gestural)	Με ποιο τρόπο συνδέεται η κίνηση της αρκούδας με τον σκοπό του βίντεο;
ΓΛΩΣΣΙΚΟΣ (Linguistic)	Πώς συνδέεται ο τίτλος του βίντεο με τη γλωσσική πληροφορία στο τέλος του βίντεο;

Με την καθοδηγούμενη συζήτηση από τον/την εκπαιδευτικό οι μαθητές/τριες κατορθώνουν να εντοπίζουν τους μετέχοντες/ουσες στις διαδικασίες, τον ρόλο τους σε σχέση με τον χώρο στον οποίο τοποθετούνται και τη σημασία του τελευταίου στην εξέλιξη της δράσης. Συνειδητοποιούν, επίσης, τον ρόλο της μουσικής επένδυσης στην ενίσχυση του επικοινωνιακού αποτελέσματος, καθώς και τη διασάφηση του μηνύματος από τον γλωσσικό τρόπο. Ειδικότερα, στο συγκεκριμένο βίντεο της Greenpeace το λεκτικό μήνυμα, που ακούγεται μόνο στο τελευταίο μέρος [«Την ώρα που η Αρκτική λιώνει, η κούρσα για την εκμετάλλευση των κοιτασμάτων ξεκινά»], δίνει το αίτιο της κατάστασης, όπως είχε δηλωθεί και από τον τίτλο του βίντεο (A homeless polar bear in London), ενώ το αποτέλεσμα της παρουσιάζεται από τον οπτικό, κινητικό, χωρικό και ακουστικό τρόπο, που με τη συγκεκριμένη στρατηγική λειτουργούν συμπληρωματικά. Επίσης, ο γλωσσικός τρόπος αναλαμβάνει πρωτεύοντα ρόλο στη διαπροσωπική λειτουργία μέσω προτρεπτικών φράσεων: «Κανείς δεν θα την ακούσει. Θα ακούσουν όμως εσένα. Μπες κι εσύ στο κίνημα. Σώσε την Αρκτική.», η οποία λόγω της πλήρους απουσίας βλεμματικής επαφής συμμετεχόντων/ουσών (πολικής αρκούδας-θεατών) θα ήταν σε μεγάλο βαθμό ασαφής.

Ενδιαφέρουσα διαδικασία για τη συνειδητοποίηση της αποτελεσματικότητας των σημειωτικών επιλογών που έχουν γίνει από τους δημιουργούς του βίντεο είναι η τεχνική της αφαίρεσης ή της αντικατάστασης. Συγκεκριμένα, η προβολή του βίντεο χωρίς ήχο –οπότε και αποκλείεται ο ακουστικός και γλωσσικός τρόπος– συνεπάγεται αφαίρεση του συμφραστικού πλαισίου και κατά συνέπεια επιτρέπει μεγαλύτερο εύρος ερμηνειών αποκλειστικά βάσει του οπτικού, χωρικού και κινητικού τρόπου. Επίσης, η αντικατάσταση της μουσικής επένδυσης με διαφορετική μουσική επιλογή, όπως φυσικά και του γλωσσικού μηνύματος, θα αλλάξει το επικοινωνιακό αποτέλεσμα και μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο στη συνειδητοποίηση από πλευράς των αποδεκτών της συνεισφοράς όλων των τρόπων στη διαμόρφωση του τελικού επικοινωνιακού αποτελέσματος.

Το συγκεκριμένο παράδειγμα, επίσης, είναι ενδεικτικό καθοδηγούμενης στρατηγικής συναισθησίας, εφόσον οι αποδέκτες, έχοντας προσλάβει τις πρώτες πληροφορίες από τον τίτλο του βίντεο, εκ των πραγμάτων κινούνται βάσει των άλλων σημειωτικών τρόπων για τη δημιουργία νοήματος, η ολοκλήρωση της πορείας του οποίου εξασφαλίζεται με τη «διορθωτική» αυτορρύθμιση της οριοθέτησης του συμφραστικού κειμενικού πλαισίου από

την επαναφορά του λεκτικού σημειωτικού τρόπου στο τέλος του βίντεο. Υπό αυτή την έννοια, όπως και στην περίπτωση των έντυπων διαφημιστικών αφισών, ενδείκνυται η επαναφορά στην αποτίμηση της συνολικής λειτουργίας του βίντεο ως συνεκτικού όλου, όπως ακριβώς δηλαδή πραγματοποιείται η πρόσληψή του σε κανονικές επικοινωνιακές συνθήκες από μεμονωμένους αποδέκτες.

### **Συμπεράσματα**

Η παραγωγή νοήματος στα πολυτροπικά κείμενα είναι το αποτέλεσμα της συνειδητής προσπάθειας των κειμενικών δεκτών για αποκωδικοποίηση της συνεργατικής μείξης των ποικίλων διαθέσιμων σημειωτικών τρόπων, αποτέλεσμα που στηρίζεται σε μία συνεχή παλινδρομική μεταφορά της εστίασης μεταξύ των τρόπων και της αλληλεπίδρασής τους στο ενιαίο φαινόμενο που συνδιαμορφώνουν. Αυτή η διαδικασία στηρίζεται εκ των πραγμάτων στην έμφυτη πολλαπλότητα της ανθρώπινης έκφρασης και αντίληψης, η οποία συνίσταται σε διαδικασίες ανα-παραγωγής και ανα-κωδικοποίησης των συνεργαζόμενων σημειωτικών τρόπων και η οποία στο πλαίσιο της πολυτροπικής ανάλυσης ορίστηκε ως συναισθησία.

Οι συγκεκριμένες διαδικασίες παραγωγής νοήματος ως επικοινωνιακές παράμετροι επιβάλλονται, διαμορφώνονται και διευκολύνονται τόσο από τις τεχνολογικές εξελίξεις όσο και από τις κοινωνικοοικονομικές μεταβολές, οι οποίες έχουν αλλάξει στις μέρες μας το επικοινωνιακό πλαίσιο τροποποιώντας παράλληλα τις απαιτούμενες αναγνωστικές δεξιότητες των κειμενικών δεκτών. Ένα πρόσθετο επακόλουθο στις ίδιες τις επικοινωνιακές διαδικασίες είναι η μεταβολή της «πρωτοκαθεδρίας» του ρόλου των «παραδοσιακών» σημειωτικών τρόπων, λεκτικού και -πλέον και- οπτικού, στην παραγωγή νοήματος. Η δημιουργία πολυτροπικού νοήματος μερίζεται μεταξύ των εμπλεκόμενων τρόπων και, ενώ η μεμονωμένη συμβολή του καθενός στο συνολικό επικοινωνιακό αποτέλεσμα περιορίζεται, η αθροιστική αποτελεσματικότητά τους ενδυναμώνεται στο πλαίσιο της πολυτροπικής μείξης.

Τα νέα επίπεδα οργάνωσης των πληροφοριών ανοίγουν τον δρόμο σε νέες ερμηνευτικές προσεγγίσεις (Lemke, 2000), στις οποίες θα ήταν εξαιρετικά χρήσιμο να προσαρμοστούν οι μελλοντικές γενιές, ώστε με εφόδιο στρατηγικές αποκωδικοποίησης και οξυμμένη την κριτική ικανότητά τους να λειτουργούν ως κριτικοί αποδέκτες μιας διαρκώς μεταβαλλόμενης επικοινωνιακής

πραγματικότητας και ως ενεργητικοί ανα-παραγωγοί των κειμενικών μηνυμάτων και των ιδεολογικών φορτίων τους. Η αξιοποίηση των βασικών αρχών της γραμματικής του οπτικού κειμένου και της πολυτροπικής γραμματικής -όπως παρουσιάστηκαν με συγκεκριμένα βήματα-στάδια στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας- σε κείμενα που συνθέτουν τον περιβάλλοντα επικοινωνιακό κόσμο μας συνιστά θεμελιώδες βήμα προς αυτή την κατεύθυνση.



## Βιβλιογραφία

- Baldry, A., & Thibault, P. (2006). *Multimodal Transcription and Text Analysis*. London, Oakville: Equinox.
- Bezemer, J., & Kress, G. (2008). Writing in multimodal texts. A Social Semiotic Account of Designs for Learning. *Written Communication*, 25(2), 166–195.
- Cheong, Y. Y. (2004). The construal of Ideational meaning in print advertisements. In K. L. O'Halloran (Ed.), *Multimodal Discourse Analysis: Systemic Functional Perspectives* (pp. 163–195). London: Continuum.
- Cope, B., & Kalantzis, M. (2000). *Multicultural Education: an equity framework: South Australian Department of Education Curriculum Standards and Accountability Framework*. Adelaide: South Australia Department of Education.
- Cope, B., & Kalantzis, M. (2009). A Grammar of Multimodality. *The International Journal of Learning*, 16 (2), 361–425. Retrieved from: [http://newlearningonline.com/\\_uploads/L09\\_17649\\_MultlmodalGrammar\\_final.pdf](http://newlearningonline.com/_uploads/L09_17649_MultlmodalGrammar_final.pdf)
- Eco, U. (1990). *The Limits of Interpretation*. Bloomington: Indiana University Press.
- Fiske, J. (1992). *Εισαγωγή στην Επικοινωνία* (Β. Μεσσήνη & Ε. Λουντζή, μτφ.). Αθήνα: Επικοινωνία και Κουλτούρα.
- Hagan, S. M. (2007). Visual/Verbal Collaboration in Print: Complementary Differences, Necessary Ties, and an Untapped Rhetorical Opportunity. *Written Communication*, 24(49), 49–83.
- Horn, R. (1999). Information design: Emergence of a new profession. In R. Jacobson (Ed.), *Information design* (pp. 15–33). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Iedema, R. (2003). Multimodality, resemiotization: extending the analysis of discourse as multi-semiotic practice. *Visual Communication* 2(1), 29–57.
- Jewitt, C., & Oyama, R. (2002). Visual Meaning: a Social Semiotic Approach. In T. Van Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), *Handbook of Visual Analysis* (pp. 134–156). London: Sage Publications.
- Kress, G. (2000). Multimodality. In M. Kalantzis & B. Cope (Eds.), *Multiliteracies: The Design of Social Future* (pp. 164–180) London: Palmer Press.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Oxon: Routledge.

- Kress, G., & Ogborn, J. (1998). Modes of Representation and Local Epistemologies: The Presentation of Science in Education. *Subjectivity in the School Curriculum* (Working Paper 2, Institute of Education). London: University of London.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading images. The Grammar of Visual Design*. New York: Routledge.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (1998). Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout. In A. Bell & P. Garret (Eds.), *Approaches to Media Discourse* (pp. 186–219). Oxford: Blackwell Publishers.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2<sup>nd</sup> ed.). London: Routledge.
- Lemke, J. L. (2000). Opening Up Closure: Semiotics Across Scales. In J. Chandler & G. van de Vijver (Eds.), *Closure: Emergent Organizations and their Dynamics* (pp. 100–111). New York: New York Academy of Science Press.
- New London Group. (1996). A Pedagogy of Multiliteracies: Designing Social Futures. *Harvard Educational Review*, 66, 60–92.
- O' Halloran, K. L. (2008). Systemic functional–multimodal discourse analysis (SF–MDA): constructing ideational meaning using language and visual imagery. *Visual Communication*, 7(4), 443–475.
- O' Toole, M. (1994). *The Language of Displayed Art*. London: Leicester University Press.
- Παγκουρέλια, Ε., & Παπαδοπούλου, Μ. (2016). Επιχειρηματολογικές πρακτικές πολυτροπικών κειμένων: Δεξιότητες αποκωδικοποίησης και ερμηνευτικές προσπάθειες εφήβων μαθητών. *Γλωσσολογία*, 24. Ανακτήθηκε από: <http://glossologia.phil.uoa.gr/>.
- Royce, T. (2002). Synergy on the Page: Exploring Intersemiotic Complementarity in Page–Based Multimodal ‘Text’. *JASFL Occasional Papers*, 1(1), 25–49.
- Silvers, A. (2004). Pedagogy and Polemics: Are Art Educators Qualified to teach Visual Culture?. *Art Education and Visual Culture Studies*, 106(1), 19–23.
- Yannicopoulou, A. (2002). When the world meets the picture: the phenomenology of written text in children’s picture book. In B. Cope & M. Kalantzis (Eds.), *Proceedings of the learning conference* (pp. 1–23). Australia: Common Ground.