

**Τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας και μηχανισμοί
παραγωγής της στο ψηφιακό περιβάλλον: Η σημασία της
επικοινωνιακής αγωγής**

Ευχαριστίες

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη αναφέρεται στους τρόπους διεξαγωγής της επικοινωνίας και τους μηχανισμούς παραγωγής της στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και τη σημασία της επικοινωνιακής αγωγής στο πλαίσιο αυτό. Οι τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον διαφέρουν σε σημαντικό βαθμό σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας. Ακόμη, οι αλγόριθμοι αποτελούν βασικό εργαλείο στην ψηφιακή επικοινωνία. Τα μοντέλα που αναπτύσσονται εστιάζουν στους τρεις βασικούς τρόπους επικοινωνίας που αναπτύσσονται στο διαδίκτυο, την ανταλλαγή πληροφοριών, την διαμεσολάβηση του μέσου για την επικοινωνία μεταξύ ατόμων ή/και ομάδων και την επικοινωνία μεταξύ του ατόμου και ενός έξυπνου συστήματος ή ενός συστήματος τεχνητής νοημοσύνης. Οι μηχανισμοί επικοινωνίας που αναπτύσσονται στο ψηφιακό περιβάλλον είναι πολλοί και ιδιαίτερα πολύπλοκοι και επιτρέπουν την οριζόντια ροή της επικοινωνίας, από πολλούς προς πολλούς, επιτρέποντας τη μαζική προσωποποιημένη επικοινωνία, με τρόπο που οι καταναλωτές των μηνυμάτων γίνονται και παραγωγοί μηνυμάτων και μάλιστα χωρίς την ανάγκη μεσολάβησης κάποιου επίσημου μέσου μαζικής επικοινωνίας. Η συμβολή της επικοινωνιακής αγωγής στο σύγχρονο ψηφιακό τρόπο επικοινωνίας είναι καταλυτική και αναφέρεται στην ανάπτυξη επιτυχημένων στρατηγικών αναζήτησης της πληροφορίας, αξιολόγησής της, διαμοιρασμού της. Επίσης, αναφέρεται στην αποτελεσματική ανάληψη κοινωνικής δράσης, την ανάπτυξη αναλυτικών δεξιοτήτων και τη γνώση των ζητημάτων ασφαλείας. Όσον αφορά τις δράσεις που αναπτύσσονται, αυτές σε κάποιες χώρες έχουν ξεκινήσει από παλαιότερα, σε άλλες, όπως η Ελλάδα, μόλις πρόσφατα. Επίσης, οι δράσεις αφορούν επίσημους φορείς αλλά και ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Πρόκειται για ένα ζήτημα με ιδιαίτερο ενδιαφέρον διότι είναι επίκαιρο και αφορά όλους τους ενεργούς πολίτες. Χρειάζεται να γίνει από όλους κατανοητό ότι η ψηφιακή επανάσταση έχει σημαντικές προκλήσεις αλλά αποτελεί και μοναδική ευκαιρία ώστε τα άτομα να επικοινωνούν και να αναπτύξουν δράση, άμεσα και αποτελεσματικά, με τρόπο που να βελτιώνουν την καθημερινή τους ζωή και να συμμετέχουν παράλληλα στην βελτίωση της ευημερίας της παγκόσμιας κοινότητας.

Abstract

The present dissertation refers to the ways communication is realized and the mechanisms of communication in the digital environment, as well as the importance of communication citizenship in this context. The ways communication is realized in the digital environment differ from the traditional ones at a great extent. Also, algorithms represent a major digital communication tool. Models that are developed, focus on the three ways of communication, developed online, the exchange of information, the role of internet as a mediator in the communication process between groups or between an individual and an IT system. Communication mechanisms, which are developed in the digital environment are multiple and particularly complex and they allow communication flow from a lot of sources towards a lot of receivers, allowing mass, personalized communication in a way that message consumers are and at the same time message producers, without the mediation of an official mean of mass communication. The contribution of communication citizenship in the modern digital way of communication is critical and refers to the development of successful strategies of communication research, of communication evaluation and distribution. In addition, it refers to the effective undertaking of social activity, the development of analytical skills and the knowledge of security issues. As for the initiatives undertaken in some countries they exist since a lot of years, while in others, like Greece they are relatively new. Also, these initiatives involve public actors, as well as private ones. It is a subject of special interest because in it modern and affects all active citizens. It is important that everyone realizes that digital revolution entails major challenges but also represents a unique opportunity so as individuals communicate and proceed to action, directly and effectively, in a way that they improve their daily life and participate – at the same time – to the improvement of the prosperity of the global community.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	1
Περίληψη	2
Abstract.....	3
1. Εισαγωγή	5
2. Θεωρητικό υπόβαθρο.....	8
2.1 Εισαγωγή στην έννοια της επικοινωνιακής αγωγής στη σύγχρονη εποχή.....	8
2.2 Τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον	10
2.3 Μηχανισμοί παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον	16
2.4 Συμβολή της επικοινωνιακής αγωγής στην κατανόηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και των μηχανισμών παραγωγής της	20
2.5 Δράσεις επικοινωνιακής αγωγής σε διεθνές επίπεδο και στην Ελλάδα.....	24
3 Μεθοδολογία έρευνας – Ερευνητικά ερωτήματα	29
3.1 Ερευνητικά Ερωτήματα.....	29
2.1 Μεθοδολογία έρευνας	29
4 Ανάλυση αποτελεσμάτων έρευνας	32
4.1 Πρώτο ερώτημα: Ποιοι είναι οι τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον;	32
4.2 Δεύτερο ερώτημα: Ποιοι είναι οι μηχανισμών παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον;.....	33
4.3 Τρίτο ερώτημα: Ποια είναι η συμβολή της επικοινωνιακής αγωγής στην κατανόηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και των μηχανισμών παραγωγής της;.....	34
4.4 Τέταρτο ερώτημα: Ποιες είναι οι δράσεις επικοινωνιακής αγωγής σε διεθνές επίπεδο, και στην Ελλάδα;.....	35
5 Συζήτηση των αποτελεσμάτων - Προτάσεις	37
6 Συμπεράσματα	41
Αναφορές.....	43

1. Εισαγωγή

“Literacy is reading the word and the world”

PauloFreire

Η επικοινωνιακή αγωγή (ή επικοινωνιακός γραμματισμός) αποτελεί μια έννοια η οποία χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η παγκοσμιοποίηση έχουν οδηγήσει στη δημιουργία νέων μορφών και μέσων επικοινωνίας. Η κοινωνία της πληροφορίας πλέον χαρακτηρίζεται από πολυμορφία, αμεσότητα, εξατομίκευση και γενικότερα χαρακτηριστικά που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τις συνεχείς μεταβολές που συμβαίνουν παγκοσμίως, σε κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό επίπεδο. Η υπερ-πληροφόρηση είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό της σημερινής εποχής και οι χρήστες των πληροφοριών χρειάζεται να αντιμετωπίσουν ζητήματα σχετικά με τον τρόπο διαχείρισης της πληθώρας των διαθέσιμων πληροφοριών, καθώς και τον τρόπο αντιμετώπισης του «ψηφιακού χάσματος» που αναφέρεται στην «άνιση και ραγδαία εξάπλωση των νέων ψηφιακών μέσων μεταξύ των προηγμένων και λιγότερο ανεπτυγμένων κοινωνιών αλλά και εντός των ίδιων των χωρών»(Ανδριοπούλου, 2008).

Στο παραπάνω πλαίσιο, η επικοινωνιακή αγωγή αποτελεί έναν σημαντικό στοιχείο / εφόδιο το οποίο χρειάζεται σήμερα να έχει κάθε πολίτης, προκειμένου να μπορεί να αντιμετωπίζει τις προκλήσεις που διαμορφώνονται όσον αφορά την κοινωνία της πληροφορίας. Η επικοινωνιακή αγωγή αναφέρεται:

- στη συνειδητή επιλογή του μέσου από το χρήστη, υπό την έννοια ότι μέσω της επικοινωνιακής αγωγής ο χρήστης αποκτά τη δυνατότητα αυτονομίας σχετικά με την επιλογή μεταξύ του πλήθους των διαθέσιμων πηγών και πληροφοριών
- στην αποκωδικοποίηση του περιεχομένου, υπό την έννοια ότι μέσω της επικοινωνιακής αγωγής ο χρήστης αναπτύσσει κριτική σκέψη και αυξημένη ικανότητα επεξεργασίας, ανάλυσης, ερμηνείας και αφομοίωσης της εισερχόμενης πληροφορίας

- στη λειτουργία των μέσω ως διαύλων περιεχομένου, αφού είναι πιο εύκολο για το χρήστη να κατανοήσει τη σχέση του μηνύματος με την πολιτικού του μέσου και το κοινό στο οποίο αυτό απευθύνεται
- στην ψηφιακή αγωγή, δηλαδή τον τρόπο παραγωγής περιεχομένου στα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας

γίνεται φανερό ότι η επικοινωνιακή αγωγή αποτελεί ένα βασικό εφόδιο των σύγχρονων πολιτών, ιδιαίτερα στα πλαίσιο της ψηφιακής πραγματικότητας. Δεδομένου, δε ότι ο ψηφιακός γραμματισμός αποτελεί προτεραιότητα των σύγχρονων κοινωνιών, η διερεύνηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας και των μηχανισμών παραγωγής της στο ψηφιακό περιβάλλον αποτελεί ένα ιδιαίτερα ενδιαφέρον αλλά και σημαντικό ζήτημα, τόσο για τους ίδιους τους πολίτες, όσο και για τους υπευθύνους χάραξης εκπαιδευτικής και επικοινωνιακής πολιτικής.

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας και των μηχανισμών παραγωγής της στο ψηφιακό περιβάλλον, με εστίαση στη σημασία της επικοινωνιακής αγωγής. Οι πτυχές του ζητήματος είναι πολλές και για το λόγο αυτό γίνεται εστίαση στην επικοινωνιακή αγωγή στη σύγχρονη ψηφιακή πραγματικότητα.

Για την εξυπηρέτηση του σκοπού αυτού, αναπτύχθηκαν οι παρακάτω στόχοι:

- Η διερεύνηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον
- Η διερεύνηση των μηχανισμών παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον
- Η διερεύνηση της συμβολής της επικοινωνιακής αγωγής στην κατανόηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και των μηχανισμών παραγωγής της
- Η διερεύνηση των δράσεων επικοινωνιακής αγωγής σε διεθνές επίπεδο, και στην Ελλάδα

Προκειμένου να δοθούν απαντήσεις στους παραπάνω στόχους, η παρούσα μελέτη δομείται ως εξής. Στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην μεθοδολογία της έρευνας. Η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολουθήθηκε είναι η βιβλιογραφική ανασκόπηση. Αποτελεί μία ποιοτική μεθοδολογική προσέγγιση η οποία στηρίζεται σε

δευτερογενή στοιχεία, και πιο συγκεκριμένα στην ανασκόπηση προηγούμενων ερευνών σχετικών με το υπό μελέτη ζήτημα (Saunders, Thornhill, & Lewis, 2015). Πιο συγκεκριμένα, έγινε συλλογή επιστημονικών άρθρων και δημοσιεύσεων που αναφέρονται στους τρόπους διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, στους μηχανισμούς παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, στη συμβολή της επικοινωνιακής αγωγής στην κατανόηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και των μηχανισμών παραγωγής της και τέλος, στη διερεύνηση των δράσεων επικοινωνιακής αγωγής σε διεθνές επίπεδο, και στην Ελλάδα.

Στη συνέχεια, στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η βιβλιογραφική ανασκόπηση προηγούμενων ερευνών σχετικά με το ζήτημα ώστε να οριοθετηθεί το ερευνητικό πλαίσιο. Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση και ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας και η μελέτη ολοκληρώνεται με την παράθεση σχετικών συμπερασμάτων.

2. Θεωρητικό υπόβαθρο

2.1 Εισαγωγή στην έννοια της επικοινωνιακής αγωγής στη σύγχρονη εποχή

Η επικοινωνιακή αγωγή είναι ένας όρος ο οποίος αναφέρεται στην ανάπτυξη δεξιοτήτων οι οποίες επιτρέπουν στα άτομα να μπορούν να αναλύουν και να αποκωδικοποιούν, με πνεύμα κριτικό, τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας και την πληροφόρηση που αυτά παρέχουν. Δεν αναφέρεται τόσο στην ανάγκη λήψης ορθών απαντήσεων, αλλά στην ικανότητα ανάπτυξης των σωστών ερωτήσεων (Carlsson, 2006). Απευθύνεται στους χρήστες των ψηφιακών μέσων, οι οποίοι καλούνται να αντιμετωπίσουν μια πρωτόγνωρη κατάσταση υπερπληθώρας, υπερπροσφοράς και υπερκατανάλωσης της πληροφορίας. Είναι χαρακτηριστικό ότι στη σημερινή εποχή η πληροφορία παρέχεται από πλήθος πηγών, με γρήγορους ρυθμούς, ενώ εναλλάσσεται εξίσου γρήγορα, με τρόπο που οι δέκτες δυσκολεύονται να την αφομοιώσουν.

Από την άλλη, οι τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας και οι μηχανισμοί παραγωγής της στο ψηφιακό περιβάλλον αποτελούν πρόκληση για τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων και τους πολίτες. Αρχικά, οι πολίτες χρειάζεται να αντιληφθούν την οικονομική και πολιτισμική διάσταση των μέσων επικοινωνίας. Απαιτείται ένα νέο είδος γραμματισμού, ώστε να κατανοηθούν καλύτερα οι πτυχές των νέων τρόπων παροχής γνώσης και η σημασία τους στη βελτίωση της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής. Η επικοινωνιακή αγωγή, στο πλαίσιο της κατανόησης του τρόπου διεξαγωγής της επικοινωνίας και των μηχανισμών παραγωγής της στο ψηφιακό περιβάλλον, περιλαμβάνει τα ακόλουθα (Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2007):

- εξοικείωση των χρηστών με τα μέσα και τους μηχανισμούς παραγωγής επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, από τις εφημερίδες που αναρτώνται στο διαδίκτυο μέχρι τα εργαλεία εικονικής πραγματικότητας
- χρήση και αξιοποίηση της δυναμικής των ψηφιακών μέσων για διάφορους σκοπούς, όπως η ψυχαγωγία, ο πολιτισμός, η μάθηση, η ενημέρωση, η διευκόλυνση πτυχών της καθημερινότητας, όπως η χρήση ηλεκτρονικών μηνυμάτων

- ανάπτυξη κριτικής ικανότητας όσον αφορά τα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας ώστε να αξιολογούνται οι πληροφορίες ως προς την ποιότητα και την ακρίβεια του περιεχομένου τους
- δημιουργική χρήση των νέων μέσων επικοινωνίας
- αναγνώριση ζητημάτων όπως η πνευματική ιδιοκτησία και η προστασία προσωπικών δεδομένων τα οποία έχουν ιδιαίτερη σημασία στο ψηφιακό περιβάλλον.

Όλα τα παραπάνω συμβάλλουν στην αποτελεσματική κατανόηση τόσο των νέων τρόπων επικοινωνίας όσο και των μηχανισμών παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον. Σύμφωνα με τον Hobbs (2010), ο όρος επικοινωνιακή και ψηφιακή αγωγή χρησιμοποιείται προκειμένου να συμπεριλάβει όλες τις μορφές γνωσιακών, συναισθηματικών και κοινωνικών δεξιοτήτων που αναφέρονται στη χρήση κειμένων, εργαλείων και τεχνολογιών. Επίσης, περιλαμβάνει τις δεξιότητες που αναφέρονται στην κριτική σκέψη και ανάλυση καθώς και στην πρακτική της σύνταξης μηνυμάτων και της δημιουργικότητας. Τέλος, περιλαμβάνει την ικανότητα ηθικής σκέψης και την ενεργό συμμετοχή μέσω της ανάπτυξης του ομαδικού πνεύματος και της συνεργασίας.

Σύμφωνα με τους (Hicks&Turner, 2013), η επικοινωνιακή αγωγή στο ψηφιακό περιβάλλον αναφέρεται στην γνώση και την ικανότητα να μπορεί κάποιος να περιηγηθεί στο διαδίκτυο αποτελεσματικά και με κριτικό πνεύμα, χρησιμοποιώντας μια ποικιλία ψηφιακών τεχνολογιών. Ένα άτομο που διαθέτει ψηφιακό γραμματισμό μπορεί να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία με τρόπο στρατηγικό, να συνδεθεί και να συνεργαστεί με τους άλλους, να παράγει και να μοιράζεται πρωτότυπο περιεχόμενο και να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και τα εργαλεία της τεχνολογίας για να επιτύχει στόχους ακαδημαϊκής, επαγγελματικής και προσωπικής φύσης.

Όσον αφορά τον όρο ψηφιακή επικοινωνία αυτός αναφέρεται στην ηλεκτρονική ανταλλαγή μηνυμάτων. Μάλιστα, όπως αναλύεται εκτενέστερα και στην συνέχεια, η επανάσταση της ψηφιακής επικοινωνίας αλλάζει το κοινωνικό σκηνικό, με τη δυνατότητα που παρέχει σε εκατομμύρια ανθρώπους να αποκτήσουν φωνή στο παγκόσμιο κοινωνικό γίγνεσθαι. Πλέον η ψηφιακή επικοινωνία αποτελεί μια πρακτική η οποία έχει ξεπεράσει όλες τις μέχρι τώρα υπάρχουσες μορφές επικοινωνίας. Ωστόσο, τα ψηφιακά συστήματα επικοινωνίας είναι τέτοια που

απαιτούν σημαντικά επίπεδα ψηφιακού γραμματισμού, καθώς και την ικανότητα κριτικής ανάλυσης και αξιολόγησης της πληροφόρησης. Χρειάζεται ο καθορισμός της ανάγκης σχετικά με την πληροφορία, ο εντοπισμός της, η σύνθεση, η αξιολόγηση και η αποτελεσματική της χρήση (Coburn & Turner, 2011).

Η επικοινωνιακή αγωγή στο ψηφιακό περιβάλλον είναι σημαντική για την ανάπτυξη αποτελεσματικής επικοινωνίας και προϋποθέτει, όπως αναφέρθηκε, την ύπαρξη ψηφιακού γραμματισμού. Σύμφωνα με έναν ορισμό που υιοθετεί και η Ευρωπαϊκή Ένωση, ως ψηφιακός γραμματισμός ορίζεται η γνώση, η συμπεριφορά και η ικανότητα των ατόμων να χρησιμοποιήσουν με κατάλληλο τρόπο τα ψηφιακά εργαλεία και διευκολύνσεις ώστε να αναγνωρίζουν, να έχουν πρόσβαση, να διαχειρίζονται, να συνθέτουν, να αξιολογούν, να αναλύουν και να συνθέτουν ψηφιακές πηγές, να δημιουργούν νέα γνώση και να επικοινωνούν με τους άλλους, στο πλαίσιο συγκεκριμένων καταστάσεων, ώστε να μπορέσουν να αναπτύξουν επικοδομητική κοινωνική δράση (Martin, 2006).

2.2 Τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον

OSubramanian (2018), μελέτησε την επίδραση της τεχνολογίας στους τρόπους επικοινωνίας των ανθρώπων, τόσο στο εργασιακό περιβάλλον, όσο και στις προσωπικές σχέσεις. Αρχικά, όσον αφορά το εργασιακό περιβάλλον, ο μελετητής τονίζει τη σημασία της αποτελεσματικής επικοινωνίας ως βασικό παράγοντα δέσμευσης και ικανοποίησης των εργαζομένων. Πλέον, οι επιχειρήσεις αναζητούν τεχνολογικά εργαλεία τα οποία να συμβάλλουν στην αλληλεπίδραση μεταξύ των εργαζομένων, αλλά και μεταξύ των εργαζομένων και της επιχείρησης. Εξάλλου, σε εργασιακό επίπεδο η επικοινωνία γίνεται πλέον και απομακρυσμένα, αφού η τηλεργασία αποτελεί μια νέα μορφή εργασίας, η οποία λαμβάνει όλο και μεγαλύτερη έκταση και αποδοχή. Στο ψηφιακό περιβάλλον μπορούν να εργαστούν οι ομάδες από απόσταση, όχι απαραίτητα συγχρόνως – δηλαδή κάθε εργαζόμενος μπορεί να εισέλθει στη πλατφόρμα ή το ψηφιακό μέσο την ώρα που επιθυμεί – ενώ η πρόσβαση μπορεί να γίνει από οπουδήποτε. Άλλοι τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον είναι οι εφαρμογές στις κινητές συσκευές (apps), ο διαμοιρασμός αρχείων στο cloud, η χρήση λογισμικών διαχείρισης επικοινωνίας

(communicationmanagement). Ακόμη, οι εργαζόμενοι μπορεί να «μοιραστούν την οθόνη τους» (screensharing) ή να κάνουν βίντεο κλήση.

Σε προσωπικό επίπεδο, σύμφωνα με τον Subramanian (2018), οι παραδοσιακοί τρόποι επικοινωνίας, όπου κάποιος έστελνε ένα γράμμα ή μια ευχετήρια κάρτα έχουν σχεδόν εκλείψει. Τα άτομα επικοινωνούν μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων, συνομιλίας σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης ή μέσω βίντεο κλήσεων. Εξάλλου, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνάς του, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι αυτά που αποτελούν και θα συνεχίσουν να αποτελούν τις βασικές πηγές πληροφόρησης, εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας, όσον αφορά την επικοινωνία σε κοινωνικό και προσωπικό επίπεδο. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ενδυναμώνουν τα κοινωνικά δίκτυα και αποδυναμώνουν τις διαπροσωπικές σχέσεις. Η τεχνολογία είναι πλέον παντού και έχει αλλάξει κάθε πλευρά της καθημερινότητας των πολιτών, από τον τρόπο που κάνουν αγορές και ακούν μουσική, μέχρι τον τρόπο που επικοινωνούν με την οικογένεια και τους φίλους. Συνεπώς η τεχνολογία είναι αυτή που ορίζει τους τρόπους και τις αιτίες επικοινωνίας.

Ο Szabo (2015), αναφέρεται στις προκλήσεις της επικοινωνίας στη σημερινή εποχή και στην ανάπτυξη ενός νέου τρόπου επικοινωνίας στην περίπτωση των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Αναφέρει ότι η τεχνολογία έχει αλλάξει τον τρόπο που η πληροφορία φτάνει από τον πομπό στον δέκτη. Πιο συγκεκριμένα, εστιάζει στις εκδόσεις και γενικά στο έντυπο υλικό και αναφέρει πως πλέον το μήνυμα μεταδίδεται πολύ πιο γρήγορα, και χωρίς στρεβλώσεις, γεγονός που αυξάνει την ποιότητά του. Επίσης, σημαντικές αλλαγές παρατηρούνται στη μετάδοση των πληροφοριών από την πηγή στο δημοσιογράφο και από το δημοσιογράφο στον εκδότη. Τέλος, έχει αλλάξει και ο τρόπος εργασίας, μέσω της χρήσης νέων εργαλείων.

Υπάρχουν διάφορες ομάδες παραγόντων που επηρεάζουν την ψηφιακή επικοινωνία. Στο διαδίκτυο η κοινωνική επαφή αυξάνεται, αφού αναπτύσσονται συζητήσεις, διάλογοι με νέους εργοδότες, ομάδες συζητήσεων όπου συμμετέχουν ειδικοί σε κάθε θέμα, αναζητήσεις για νέους φίλους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συζητήσεις με αγνώστους και πολλά άλλα. Συνεπώς, η ψηφιακή επικοινωνία εμπλουτίζεται από ευέλικτους, μη γραμμικούς τρόπους επικοινωνίας που διευκολύνουν τη μετάβαση από την ατομική εργασία ή την εργασία με μικρές ομάδες, στην μαζική αλληλοεπίδραση (όπως γίνεται στην περίπτωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης). Επομένως, εμφανίζονται νέοι τρόποι επικοινωνίας όπως «ένας με ομάδα», «ένας με

πολλούς», «ομάδα με ομάδα», «ομάδα με πολλούς» και «πολλοί με πολλούς». Η διαπροσωπική επικοινωνία στο ψηφιακό περιβάλλον συμπληρώνεται από ένα νέο λειτουργικό σύστημα, το άτομο σε σχέση με το ψηφιακό αντικείμενο. Πρόκειται για την αλληλοεπίδραση του ατόμου με μια ποικιλία πηγών πληροφόρησης και μέσων, όπως ο ήχος, τα οπτικοακουστικά μέσα, τα βίντεο κ.α. Σήμερα, η αλληλοεπίδραση μεταξύ ατόμου και συσκευής πρόσβασης στο διαδίκτυο έχει επεκταθεί από τις εφαρμογές για τις ανάγκες της εργασίας σε έξυπνα και εικονικά συστήματα. Ένα ψηφιακό σύστημα επικοινωνίας βασισμένο στο «υποκείμενο προς ψηφιακό υποκείμενο» αναπτύσσεται προκειμένου να εξυπηρετήσει τις ανάγκες της ψηφιακής εποχής (Arkhipova, Belova, Gavrikova, Pleskanyuk, & Arkhipov, 2019).

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό του τρόπου επικοινωνίας στο διαδίκτυο είναι η χρήση αλγορίθμων. Η επικοινωνία λαμβάνει χώρα με βάση λογιστικά και πληροφοριακά συστήματα και καθορίζεται από ενέργειες που αναπτύσσονται ανάλογα με τις δυνατότητες των ψηφιακών εργαλείων. Οι αλγόριθμοι μπορεί να ορίζονται από κάποια εξωτερική πηγή ή τον ίδιο το χρήστη και αυτός ο τρόπος επικοινωνίας αποτελεί μια ακολουθία επικοινωνιακών πράξεων, ένα σύστημα αλληλεπίδρασης που ποικίλει ανάλογα με τα εκπαιδευτικά και επικοινωνιακά αντικείμενα. Μάλιστα, πρόκειται για μια ευέλικτη διαδικασία, αφού τα άτομα στο ψηφιακό περιβάλλον μπορούν να μεταβάλλουν τους αλγόριθμους επικοινωνίας ώστε να ταιριάζουν στις προσωπικές τους επιθυμίες και ανάγκες.

Επιπλέον, αυτό που χαρακτηρίζει την επικοινωνία στο διαδίκτυο και αποτελεί ένα εντελώς νέο στοιχείο στους τρόπους επικοινωνίας, είναι η συσσώρευση των αποτελεσμάτων της διαδικασίας της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον. Οποιαδήποτε πράξη επικοινωνίας ατόμων ή/και ομάδων που διενεργείται στο διαδίκτυο, αποθηκεύεται και αποτελεί το «ίχνος» της συγκεκριμένης αλληλεπίδρασης. Αυτές οι αποθηκευμένες μορφές επικοινωνίας μπορεί να χρησιμοποιηθούν ως αντικείμενα μελέτης ή ως έναυσμα για περαιτέρω επικοινωνία. Εξάλλου, τα συσσωρευμένα αποτελέσματα των επικοινωνιακών δράσεων επιτρέπουν να «βλέπει» κάποιος και να «γνωρίζει» ένα άτομο στο διαδίκτυο, αφού μπορεί να αναγνωρίσει τους στόχους του, τις επιθυμίες, την προθυμία για αλληλοεπίδραση, τα συναισθήματα. Με τον τρόπο αυτό αναπτύσσεται ένα νέο μοντέλο επικοινωνίας στη βάση των λογισμικών και του τεχνικού εξοπλισμού, εμπλουτισμένο με σύνθετες, μη

γραμμακές σχέσεις, το οποίο συμπληρώνεται από νέους τρόπους ανταλλαγής πληροφοριών (Alesheva, 2018).

Οι Noskova & Kulikova (2019), ανέπτυξαν ένα μοντέλο επικοινωνίας το οποίο να περιγράφει τον τρόπο επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, ανέπτυξαν τρία υπό-μοντέλα. Σύμφωνα με τους μελετητές, το ψηφιακό κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον έχει αλλάξει τους συνήθεις τρόπους και μορφές της ανθρώπινης επικοινωνίας. Παραδοσιακά, ένα μοντέλο επικοινωνίας περιλαμβάνει τρία δομικά χαρακτηριστικά, την ανταλλαγή πληροφορίας, την αντίληψη και την κατανόηση από τον δέκτη και την αλληλοεπίδραση. Αυτή η δομή της επικοινωνίας αντικατοπτρίζει τις αντιδράσεις των συμμετεχόντων στη διαπροσωπική διεργασία της επικοινωνίας και επιτρέπει στους συμμετέχοντες να αντιδράσουν άμεσα, αλλάζοντας και όλη τη διεργασία εάν χρειαστεί. Οι μελετητές εστιάζουν ειδικότερα στην εκπαιδευτική διαδικασία και τους τρόπους που πρέπει να αναπτυχθούν ώστε να είναι αποτελεσματική η επικοινωνία στο ψηφιακό περιβάλλον. Στο ψηφιακό περιβάλλον υπάρχει μια μετάβαση στην επικοινωνία χωρίς άμεση επαφή, με αποτέλεσμα να αναπτύσσεται και ένα νέο μοντέλο διαδικασίας μάθησης, όπου ο δέκτης των μηνυμάτων χρειάζεται συνεχώς να αξιολογεί τη ροή των πληροφοριών και να επιλέγει την πιο κατάλληλη. Στο ψηφιακό περιβάλλον, ο καθηγητής παύει να είναι η μόνη πηγή γνώσης και ερεθισμάτων, αντίθετα, γίνεται ο δημιουργός πηγών γνώσης, οι οποίες αποθηκεύονται σε διάφορες μορφές στο ψηφιακό περιβάλλον, σύμφωνα και με τους (Laptev & Noskova, 2016). Το προτεινόμενο μοντέλο επικοινωνίας αναπτύσσεται αποκλειστικά με τη χρήση της τεχνολογίας της πληροφορίας και της επικοινωνίας (ICT). Η επικοινωνία διενεργείται με τη χρήση τεχνικών καναλιών μέσω μιας ποικιλίας κοινωνικών υπηρεσιών στο διαδίκτυο, πλατφόρμες και ψηφιακά εργαλεία. Με τον τρόπο αυτό επεκτείνονται τα όρια του χώρου και η ανταλλαγή πληροφοριών γίνεται εφικτή μέσω σύγχρονης και ασύγχρονης επικοινωνίας 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα (24/7). Μάλιστα, εξαιτίας της χρήσης ψηφιακών εργαλείων, η ένταση των πράξεων επικοινωνίας αυξάνεται. Υπάρχει γρήγορη ανταλλαγή μηνυμάτων, ενώ τα είδη της επικοινωνίας διευρύνονται, από την παροχή βοήθειας και συμβουλευτικής μέχρι την ανάπτυξη συνεργασιών σε δίκτυα.

Ένας από τους πιο σημαντικούς τρόπους επικοινωνίας στο διαδίκτυο είναι η ανταλλαγή πληροφοριών. Οι ψηφιακές πηγές αποτελούν το βασικό συστατικό του ψηφιακού περιβάλλοντος μάθησης και βρίσκονται σε διάφορες μορφές. Οι πηγές

αυτές, όποια κι αν είναι η μορφή τους, έχουν συγκεκριμένη δομή και τρόπο παρουσίασης. Επίσης, έχουν συγκεκριμένο πληροφοριακό υλικό και συνοδεύονται από λογισμικό και ψηφιακά εργαλεία που διευκολύνουν την άντληση της πληροφορίας. Στον τρόπο αυτό επικοινωνίας, οι συμμετέχοντες περιλαμβάνουν αυτόν που μαθαίνει και τις πηγές με τις οποίες αλληλοεπιδρά. Το περιεχόμενο των πηγών μπορεί να είναι οπτικό, συμβολικό, πρακτικό ή συναισθηματικό. Μπορεί να είναι εκπαιδευτικό υλικό, υλικό που έχει αναπτυχθεί για κοινωνικούς, επιστημονικούς ή άλλου σκοπούς. Έτσι, στο ψηφιακό περιβάλλον οι πηγές είναι άφθονες και έχουν δυναμικό χαρακτήρα. Στο μοντέλο αυτό επικοινωνίας, που μπορεί να χαρακτηριστεί ως «πληροφορία προς άτομο», ο βασικός στόχος της επικοινωνίας είναι η απόκτηση πληροφορήσης για προσωπικούς λόγους. Ο δέκτης, με τον τρόπο αυτό μπορεί να λύσει προβλήματα σε θεωρητικό επίπεδο, να αποκτήσει νέα γνώση, ανάλογα με τα προσωπικά του ενδιαφέροντα, τις ανάγκες και τις απαιτήσεις (Dorner & Gorman, 2006).

Ένας ακόμη τρόπος επικοινωνίας στο διαδίκτυο είναι η διαμεσολάβηση του μέσου για την επικοινωνία μεταξύ ατόμων ή/και ομάδων. Πρόκειται γι' αυτό που ονομάζεται ευρέως ψηφιακή επικοινωνία και περιλαμβάνει την αλληλεπίδραση των ατόμων μέσω σύγχρονης ή ασύγχρονης ανταλλαγής μηνυμάτων τα οποία μπορεί να αναπτύσσονται σε διάφορες γλωσσικές μορφές και να μεταδίδονται με τη χρήση των ψηφιακών μέσων. Όσον αφορά το δέκτη, αυτός αντιλαμβάνεται το μήνυμα, ανάλογα με τα εργαλεία που έχουν χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξή του. Έτσι, μπορεί η αντίληψη να είναι οπτικοακουστική, όπου ο πομπός και ο δέκτης βλέπουν και ακούν ο ένας τον άλλο, μέσω της οθόνης και με τον τρόπο αυτό επικοινωνούν ζωντανά, μέσω της ομιλίας, ενώ μπορούν να διακρίνουν συναισθήματα και διαθέσεις μέσω του τόνου της φωνής ή της γλώσσας του σώματος, όπως σχεδόν στην περίπτωση της επικοινωνίας που διενεργείται με την άμεση επαφή. Επίσης, μπορεί το μήνυμα που μεταδίδεται να είναι μόνο φωνητικό και τότε μόνο χαρακτηριστικά όπως ο τόνος της φωνής μπορούν να συμβάλλουν στην κατανόηση της ψυχολογικής διάθεσης, ώστε να γίνει πιο κατανοητό το μήνυμα.

Οι συμμετέχοντες στην ψηφιακή επικοινωνία αλληλοεπιδρούν με διάφορους τρόπους. Η επικοινωνία μπορεί να γίνεται μεταξύ φίλων, συναδέλφων, αγνώστων, εργοδοτών, καθηγητών, και μπορεί να θεωρηθεί ως ανοιχτή και ελεύθερη, αφού δεν απαιτεί κάποια ιδιαίτερη προετοιμασία. Εξάλλου, μπορεί να συμβεί αυθόρμητα και

χαρακτηρίζεται από την επιλογή, τις επιθυμίες και τις προτιμήσεις των συμμετεχόντων. Επιπλέον, τα μηνύματα που μεταδίδονται στο διαδίκτυο – σε γραπτή ή προφορική μορφή – συνήθως απευθύνονται σε έναν συγκεκριμένο δέκτη. Ο δέκτης καθορίζει και το χαρακτήρα, τον τόνο, το περιεχόμενο και τη γλώσσα του μηνύματος. Στις μέρες μας ιδιαίτερα δημοφιλής είναι η ανάπτυξη κοινοτήτων στο διαδίκτυο οι οποίες αναπτύσσονται στο πλαίσιο των κοινωνικών υπηρεσιών που παρέχει το διαδίκτυο και στη βάση των κοινών συμφερόντων των συμμετεχόντων. Οι κοινότητες αυτές αναπτύσσονται με σκοπό να μοιράζονται εμπειρίες, γνώμες και τα αποτελέσματα δράσεων. Επίσης, μεταξύ των μελών αναπτύσσεται συναισθηματική και ψυχολογική υποστήριξη, ενώ θεωρείται σημαντική η αποδοχή ή η παροχή βοήθειας, συμβουλής και υποστήριξης. Ακόμη, οι κοινότητες στο διαδίκτυο αναπτύσσονται προκειμένου να επιτύχουν έναν κοινό σκοπό. Τα μέλη είναι ισότιμα και έχουν ίδιες ευκαιρίες στην επίτευξη του επιθυμητού αποτελέσματος, προσφέροντας προσωπικά στο σύνολο. Μάλιστα, η ψηφιακή διάδραση συμβάλλει ώστε τα άτομα να αναπτύξουν σημαντικές δεξιότητες, όπως το να εκφράζουν ελεύθερα τη γνώμη τους, να είναι ακριβείς, να παρέχουν επαρκή αιτιολόγηση, να ακούν τις γνώμες των άλλων, να κατανοούν τη σημασία της οργανωμένης δράσης, να παρέχουν βοήθεια και να διακρίνονται από αυτοσυγκράτηση (Jacobson & Archodidou, 2000).

Τέλος, προκειμένου να ολοκληρωθούν οι τρόποι επικοινωνίας στο διαδίκτυο, κρίνεται σκόπιμο να γίνει αναφορά και στην επικοινωνία μεταξύ ενός ατόμου με ένα έξυπνο σύστημα ή ένα σύστημα τεχνητής νοημοσύνης. Τέτοια συστήματα περιλαμβάνουν από το smartphone μέχρι τα ρομπότ, τα εικονικά εργαστήρια και γενικά τα αντικείμενα εικονικής πραγματικότητας. Τα έξυπνα συστήματα έχουν διάφορα συστατικά στοιχεία, όπως μια βάση γνώσεων. Επίσης, συλλέγουν πληροφορίες για το άτομο ή την ομάδα με την οποία αναπτύσσεται η επικοινωνία και δημιουργεί ένα συγκεκριμένο προφίλ. Τα συστήματα αυτά συχνά χρησιμοποιούνται για εκπαιδευτικούς σκοπούς, όπου αναπτύσσεται μια αλληλοεπίδραση μεταξύ πομπού και δέκτη που επιτρέπει στον δέκτη να αναπτύξει διάφορες εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Μάλιστα, το περιεχόμενο είναι δυναμικό και μεταβάλλεται συνεχώς, ενώ τα έξυπνα ψηφιακά συστήματα αναπτύσσονται με στόχο την ενεργοποίηση εσωτερικών διεργασιών στα άτομα. Η αυτο-οργάνωση, η αυτοδιαχείριση, η

αυτοπειθαρχία και η αυτοπραγμάτωση επιτυγχάνονται σε αυτή τη μορφή επικοινωνίας.

Οι τρόποι επικοινωνίας που αναπτύσσονται στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον είναι νέοι και απαιτούν σχετική εκπαίδευση ώστε η επικοινωνία να είναι αποτελεσματική, δηλαδή να ικανοποιεί το στόχο της. Πλέον, οι κοινωνίες βρίσκονται μπροστά σε μια πραγματική επανάσταση και απαιτείται η ανάπτυξη επικοινωνιακής αγωγής, ώστε να γίνει πλήρως κατανοητό το νέο περιβάλλον επικοινωνίας.

2.3 Μηχανισμοί παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον

Ο Kaul (2012) μελέτησε – μέσω της χρήσης βιβλιογραφικής ανασκόπησης - τις διαφορετικές πλευρές των νέων συστημάτων επικοινωνίας, εξηγεί τη λογική της ψηφιοποίησης και αναλύει τους νέους τρόπους ανάπτυξης της επικοινωνίας, τα χαρακτηριστικά των προϊόντων της ψηφιακής επικοινωνίας και τις διαδικασίες «κατανάλωσης» που αυτά ενεργοποιούν, επίσης, τη μεθοδολογία και την τεχνολογία που χρησιμοποιείται στη δημιουργία των νέων τρόπων επικοινωνίας. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνάς του, ο Kaul (2012), αναφέρει πως οι δεξιότητες των ατόμων, όσον αφορά τα ψηφιακά μέσα έχουν βελτιωθεί σημαντικά, ενώ οι χρήστες βελτιώνονται συνεχώς, μέσω του διαμοιρασμού των πληροφοριών στο διαδίκτυο. Αναφέρει ακόμη ότι οι τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον διαφέρουν μεταξύ των κρατών, αφού διαφέρει η τεχνολογική ανάπτυξη και η καινοτομία.

Υπάρχουν δύο τρόποι ανάπτυξης επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον. Αρχικά, τα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας αποτελούν ένα εργαλείο το οποίο συμβάλλει στην οργάνωση και την εύκολη πρόσβαση σε προσωπική και οικεία πληροφόρηση. Από την άλλη, αποτελούν μέσα για την πρόσβαση σε πληροφόρηση η οποία έχει οργανωθεί από άλλους. Στη δεύτερη περίπτωση, υπάρχει η ανάγκη να αναπτυχθεί κάποιου είδους αλληλεπίδραση ώστε ο δέκτης της πληροφόρησης να λάβει αυτή που είναι πιο χρήσιμη γι' αυτόν, διότι η διαθέσιμη πληροφόρηση είναι πραγματικά τεράστια. Βέβαια, στην περίπτωση της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, η προσαρμογή της πληροφορίας στις ανάγκες του χρήστη γεννά διάφορα ζητήματα. Το βασικό από αυτά είναι ο τρόπος που θα αναπτυχθεί μια αποτελεσματική

αλληλεπίδραση, χωρίς ταυτόχρονα αυτό να περιορίζει την ελευθερία του χρήστη και το δικαίωμά του να έχει πρόσβαση σε όλη τη διαθέσιμη πληροφόρηση (Kaul, 2012).

Οι Taberero, Sanchez-Navarro, & Tubella (2008), θέλησαν να κατανοήσουν τους μηχανισμούς παραγωγής και μετάδοσης των μηνυμάτων στο ψηφιακό περιβάλλον και τις μεταβολές που αυτοί έφεραν στον τρόπο επικοινωνίας. Η έρευνά τους εστιάζει στη διαδικασία ενσωμάτωσης των ψηφιακών διεργασιών στη καθημερινότητα των ατόμων. Για το λόγο αυτό διερευνούν σε πιο βαθμό και με πιο τρόπο οι νέοι, μέσω της προσωποποιημένης και εξειδικευμένης χρήσης του διαδικτύου, και μάλιστα από τα όρια του σπιτιού τους, ευνοούν την κοινωνική και πολιτισμική αλλαγή μέσω της εισαγωγής νέων πρακτικών και της σταδιακής προσαρμογής τους με τις επικοινωνιακές πρακτικές των μεγαλύτερων. Σύμφωνα με τους μελετητές, οι διαφορετικοί λόγοι για τους οποίους τα άτομα, τόσο ατομικά όσο και συλλογικά, χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, έχει οδηγήσει στην μεταφορά πολλών δραστηριοτήτων στο διαδίκτυο και έχει φέρει καταλυτικές αλλαγές στην ποιότητα και την ποσότητα εμπλοκής των ατόμων στην επικοινωνιακή διαδικασία. Συνεπώς, τα ψηφιακά εργαλεία αποδεικνύονται βασικά μέσα κοινωνικών και πολιτισμικών αλλαγών. Συμβάλλουν στη φυσική διαδικασία μέσω της οποίας τα άτομα αναπτύσσουν και διατηρούν τις κοινότητές τους.

Το γεγονός ότι το διαδίκτυο είναι προσβάσιμο από το σπίτι, κάνει τη σημασία του για την καθημερινή επικοινωνία ακόμη πιο μεγάλη. Ιδιαίτερα οι νέοι έχουν την ευκαιρία να αναπτύξουν πολύ-επίπεδες διαπροσωπικές σχέσεις, να ψάξουν και να καταναλώσουν πληροφορίες διαφορετικού περιεχομένου, αλλά και να δημιουργήσουν και να διαθέσουν ανάλογο περιεχόμενο στο διαδίκτυο. Μάλιστα, η επικοινωνία διενεργείται μέσω ενός πρωτότυπου και πρωτοφανούς μηχανισμού όπου υπάρχει μια οριζόντια ροή της επικοινωνίας, από πολλούς προς πολλούς, επιτρέποντας τη μαζική προσωποποιημένη επικοινωνία, με τρόπο που οι καταναλωτές των μηνυμάτων γίνονται και παραγωγοί μηνυμάτων και μάλιστα χωρίς την ανάγκη μεσολάβησης κάποιου επίσημου μέσου μαζικής επικοινωνίας. Αυτός ο νέος τρόπος επικοινωνίας διαφέρει σημαντικά από τον παραδοσιακό που περιλάμβανε ένα παθητικό, αλλά έμπιστο στο μέσο κοινό. Αντίθετα, πλέον οι χρήστες των ψηφιακών μέσων συμμετέχουν ενεργά στην επικοινωνιακή διαδικασία. Η οριζόντια ροή της πληροφορίας κάνει το διαδίκτυο ένα επικοινωνιακό μέσο το οποίο προσαρμόζεται στα ενδιαφέροντα των χρηστών. Πρόκειται για μια

εναλλακτική πηγή πληροφόρησης και ένα μέσο πρόσβασης σε νέα και συνεχώς ανανεώσιμα κανάλια και πλατφόρμες, αλλά και ένα εργαλείο το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί ποικιλοτρόπως τόσο από επίσημους φορείς, επιχειρήσεις και οργανισμού, όσο και από απλούς πολίτες.

Μια σημαντική πλευρά της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον είναι αυτή της καθημερινής χρήσης στο πλαίσιο της οικογένειας (Dickinson, Murcott, Eldridge, & Leader, 2001). Στο πλαίσιο αυτό, οι παράγοντες που επηρεάζουν την επικοινωνία είναι η σύνδεση μεταξύ των αντιλήψεων, της κατανόησης και της υιοθέτησης των επικοινωνιών της τεχνολογίας, το επίπεδο της τεχνολογίας που είναι διαθέσιμο και, τέλος, η σχέση μεταξύ των προσδοκιών και της ικανοποίησης που τελικά λαμβάνουν τα άτομα από τη χρήση της τεχνολογίας. Επίσης, είναι επόμενο ότι η όλο και πιο εντατική χρήση του διαδικτύου δημιουργεί αλλαγές που σχετίζονται με τις αυξανόμενες δυνατότητες των ατόμων να συμμετέχουν σε μια ευρύτερη διαδικασία επικοινωνίας η οποία βασίζεται στην τεχνολογία. Δεδομένων των παραπάνω, οι νέοι, στο πλαίσιο του σπιτιού, φαίνεται ότι χρησιμοποιούν σε σημαντικό βαθμό το ψηφιακό περιβάλλον για να επικοινωνήσουν, αλλά και να «σερφάρουν» χωρίς κάποιο ιδιαίτερο σκοπό. Επίσης, ενεργοποιούν σε σημαντικό βαθμό, ένα βασικό μηχανισμό επικοινωνίας, αυτόν του διαμοιρασμού περιεχομένου. Αυτό γίνεται μέσω μηνμάτων, αναρτήσεων, αποστολής εικόνων, αλλά και μέσω λήψης κάθε είδους περιεχομένου.

Ο Castells (2007), αναφέρεται στους μηχανισμούς παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον εστιάζοντας σε αυτό ως πηγή δύναμης και εξουσίας. Εξάλλου, σε όλη τη διάρκεια της ιστορίας της ανθρωπότητας, η επικοινωνία και η πληροφόρηση αποτελούσαν βασικές πηγές δύναμης, επιβολής και κοινωνικής αλλαγής. Η συνεχής ανάπτυξη της επικοινωνίας στο ψηφιακό πλαίσιο δίνει τη δυνατότητα στα μέσα επικοινωνίας να έχουν πρόσβαση σε όλους τους τομείς της κοινωνικής ζωής, σε ένα δίκτυο το οποίο είναι ταυτόχρονα διεθνές και τοπικό, γενικό και εξατομικευμένο και συνεχώς μεταβαλλόμενο. Από την άλλη, η δύναμη αναφέρεται στην ικανότητα που παρέχεται σε ένα μέλος του κοινωνικού συνόλου να επιβάλλει τη θέλησή του σε άλλα μέλη. Οι σχέσεις δύναμης και εξουσίας υπάρχουν σε όλα τα κοινωνικά συστήματα, όπως υπάρχει και η αντίδραση στην εξουσία.

Τόσο οι φορείς δύναμης και εξουσίας όσο και όσοι αντιστέκονται σε αυτούς δραστηριοποιούνται πλέον στο ψηφιακό περιβάλλον. Οι τρόποι, τα μέσα και οι στόχοι που κάθε ομάδα αναπτύσσει τις πρακτικές της, και τελικά η επικοινωνία

μεταξύ τους, μεταβάλλονται στο ψηφιακό περιβάλλον, και η μεταβολή αυτή χρειάζεται να κατανοηθεί σε ένα γενικό κοινωνικό πλαίσιο το οποίο χαρακτηρίζεται από μεταβολές, όπως οι ακόλουθες. Αρχικά, το κράτος, που αποτελεί παραδοσιακά και το βασικό φορέα εξουσίας και δύναμης, πλέον αντιμετωπίζει προκλήσεις, όπως η διεθνοποίηση, η οποία περιορίζει την κυριαρχία του στη λήψη αποφάσεων, η όλο και μικρότερη παρέμβαση στην αγορά και η μειωμένη επιρροή της πολιτικής στους πολίτες. Δεύτερον, η πολιτιστική βιομηχανία και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης χαρακτηρίζονται ταυτόχρονα από συγκέντρωση αλλά και τμηματοποίηση της αγοράς, με αποτέλεσμα την ανάπτυξη μορφών ολιγοπωλιακού ανταγωνισμού, παράδοση εξατομικευμένων μηνυμάτων και κάθετη δικτύωση της βιομηχανίας των μέσων ενημέρωσης. Τέλος, σε όλο τον κόσμο, η αντίθεση μεταξύ πλουραλισμού και ατομισμού ορίζει τις κουλτούρες των κοινωνιών (Castells, 2007).

Στο πλαίσιο αυτό, η ανάπτυξη του διαδικτύου, των ψηφιακών μέσων και του πλήθους των εργαλείων για κοινωνική δικτύωση, προώθησαν τα οριζόντια δίκτυα και την διαδραστική επικοινωνία που συνδέει το «τοπικό» και το «παγκόσμιο» οποιαδήποτε στιγμή. το σύστημα επικοινωνίας της βιομηχανικής εποχής βασιζόταν στα μέσα μαζικής επικοινωνίας και χαρακτηρίζονταν από την μαζική, μονόδρομη μετάδοση ενός μηνύματος από έναν πομπό σε πολλούς δέκτες. Η νέα εποχή της ψηφιακής επικοινωνίας δημιουργεί οριζόντια δίκτυα επικοινωνίας όπου τα μηνύματα έχουν πολλούς πομπούς και πολλούς αποδέκτες, τόσο ταυτόχρονα όσο και ασύγχρονα (Shah, Cho, Eveland, & Kwak, 2005).

Τα άτομα αναπτύσσουν δικά τους συστήματα μαζικής επικοινωνίας, μέσω SMS, blogs, podcasts, filesharing και πολλά άλλα. Η διαδικασία αυτή δημιουργεί μια νέα μορφή επικοινωνίας, την μαζική, προσωποποιημένη επικοινωνία. Η επικοινωνία αυτή είναι μαζική, διότι απευθύνεται δυναμικά σε όσους έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, μπορεί να διαμοιραστεί από τον καθένα, αλλά ταυτόχρονα είναι και προσωποποιημένη, όσον αφορά το περιεχόμενο, αλλά και ο καθένας μπορεί να επιλέξει εάν θα συμμετέχει στην επικοινωνία ή όχι. Πρόκειται για νέα πραγματικότητα στην επικοινωνία, όπου η γλώσσα είναι ψηφιακή, οι πομποί των μηνυμάτων είναι διασκορπισμένοι ανά την υφήλιο, ενώ το μέσο δεν επηρεάζει το περιεχόμενο, ούτε την επίδραση του μηνύματος. Ωστόσο, κάνει εφικτή τη μέγιστη διαφοροποίηση και αυτονόμηση της ροής της επικοινωνίας, η οποία παράγεται και αναπαράγεται συνεχώς. Στο παραπάνω πλαίσιο η εξουσία και η αντίδραση σε αυτή

διαφοροποιούνται. Ιδιαίτερα στην περίπτωση της αντίδρασης, η επικοινωνία στο διαδίκτυο δημιουργεί σημαντικές θετικές προοπτικές οργάνωσης και ανταλλαγής πληροφορίας (Volkmer, 2003).

2.4 Συμβολή της επικοινωνιακής αγωγής στην κατανόηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και των μηχανισμών παραγωγής της

Η επικοινωνιακή αγωγή αναφέρεται στη μετασχηματιστική διαδικασία κατά την οποία το άτομο χρειάζεται να εντοπίσει, να αξιολογήσει και να χρησιμοποιήσει την πληροφορία σε διάφορες μορφές ώστε να τη χρησιμοποιήσει κατάλληλα για προσωπικούς, κοινωνικούς ή άλλους λόγους. Η επικοινωνιακή αγωγή, επίσης, αναφέρεται σε ένα σύνολο ικανοτήτων που απαιτούν από τα άτομα να μπορούν να ορίσουν ένα πρόβλημα, να βρουν πληροφορίες για να λύσουν το πρόβλημα, να μπορούν να αξιολογήσουν αυτές τις πληροφορίες και να τις χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά. Ένα άτομο, για να διακρίνεται από επικοινωνιακή αγωγή, χρειάζεται να γνωρίζει πότε είναι απαραίτητη η πληροφορία, πού να την εντοπίσει και πώς να την αξιολογήσει. Πιο συγκεκριμένα, για να χαρακτηριστεί ένα άτομο ότι έχει αυτή τη δεξιότητα χρειάζεται (Singh, 2008):

- να αναγνωρίζει την ανάγκη για πληροφόρηση
- να αναγνωρίζει ότι η ακριβής και ολοκληρωμένη πληροφόρηση είναι απαραίτητη για την ορθολογική λήψη αποφάσεων
- να εντοπίζει τις διαθέσιμες πηγές πληροφόρησης
- να αναπτύσσει επιτυχημένες στρατηγικές αναζήτησης της πληροφορίας
- να μπορεί να έχει πρόσβαση σε πηγές πληροφόρησης, συμπεριλαμβανομένων και των ψηφιακών πηγών
- να αξιολογεί την πληροφόρηση
- να μπορεί να συνδυάσει τη νέα γνώση με την υπάρχουσα
- να χρησιμοποιεί την πληροφόρηση για την ανάπτυξη κριτικής σκέψης και την επίλυση προβλημάτων

Ακόμη, η επικοινωνιακή αγωγή στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον αποτελεί το σύνολο των δεξιοτήτων οι οποίες είναι απαραίτητες για την ενεργό συμμετοχή στη

σύγχρονη εποχή της υπερ-πληροφόρησης και της πληθώρας των μέσων πληροφόρησης. Αυτές οι δεξιότητες περιλαμβάνουν τις ακόλουθες:

- διενέργεια υπευθύνων επιλογών και πρόσβαση στην πληροφορία μέσω του εντοπισμού και του διαμοιρασμού σχετικού υλικού καθώς και μέσω της κατανόησης της πληροφορίας και των ιδεών
- ανάλυση μηνυμάτων τα οποία μπορεί να βρίσκονται σε διάφορες μορφές, μέσω της αναγνώρισης του συγγραφέα, του σκοπού αλλά και της άποψης που περιέχουν και στη συνέχεια αξιολόγηση της ποιότητας και της αξιοπιστίας του περιεχομένου
- δημιουργία περιεχομένου σε ποικιλία μορφών, με τη χρήση γλώσσας, εικόνων, ήχου και νέων ψηφιακών εργαλείων και τεχνολογιών
- εφαρμογή επικοινωνιακής συμπεριφοράς η οποία να διακρίνεται από τις αρχές της ηθικής και της κοινωνικής ευθύνης
- ανάληψη κοινωνικής δράσης μέσω της ατομικής και συλλογικής εργασίας με στόχο το διαμοιρασμό της γνώσης και την επίλυση προβλημάτων στην οικογένεια, τον επαγγελματικό τομέα και την κοινότητα, καθώς και με ενεργό συμμετοχή ως μέλος της κοινότητας.

Η επικοινωνιακή αγωγή στο ψηφιακό περιβάλλον συμβάλλει ώστε τα άτομα να μπορούν να αναπτύσσουν τις ακόλουθες, απαραίτητες δεξιότητες, σε πέντε διαφορετικές παραμέτρους (Yunior, 2015):

- Πληροφορία. Μέσω της επικοινωνιακής αγωγής, τα άτομα χρειάζεται να μπορούν να αναγνωρίσουν, να εντοπίσουν, να ανακτήσουν, να αποθηκεύσουν, να οργανώσουν και να αναλύσουν την ψηφιακή πληροφορία, μέσω της κριτικής επιλογής σε σχέση με τη συνάφεια και τον σκοπό κάθε φορά.
- Επικοινωνία. Η επικοινωνιακή αγωγή συμβάλλει ώστε να αναπτύσσεται η επικοινωνία στο ψηφιακό περιβάλλον, να μπορούν τα άτομα να μοιράζονται πηγές μέσω της χρήσης διαδικτυακών εργαλείων, να συνδέονται με τους άλλους και να συνεργάζονται με τη χρήση διαδικτυακών εργαλείων, να αλληλοεπιδρούν και να συμμετέχουν σε κοινότητες και δίκτυα και να αποκτούν διαπολιτισμική γνώση.
- Δημιουργία περιεχομένου. Η επικοινωνιακή αγωγή συμβάλλει στη δημιουργία και καταγραφή νέου περιεχομένου - υπό μορφή λέξεων, εικόνων και βίντεο - στην επεξεργασία ξανά παλαιότερου περιεχομένου και γνώσης, στην

παραγωγή δημιουργικών αποτελεσμάτων και στη χρήση πνευματικών δικαιωμάτων, σύμφωνα με τη νομοθεσία.

- Ασφάλεια. Η επικοινωνιακή αγωγή σχετίζεται και με την ασφάλεια που αποτελεί ένα βασικό ζήτημα στο ψηφιακό περιβάλλον. Συμβάλλει ώστε να άτομα να μαθαίνουν σχετικά με την προστασία των προσωπικών δεδομένων, την προστασία της ψηφιακής ταυτότητας, τα μέτρα ασφαλείας και γενικά την ασφαλή και βιώσιμη χρήση.
- Επίλυση προβλημάτων. Η επικοινωνιακή αγωγή συμβάλλει στην αναγνώριση τόσο των ψηφιακών αναγκών, όσο και των ψηφιακών πόρων, στη λήψη αποφάσεων που να βασίζονται στην επαρκή πληροφόρηση σχετικά με τη χρήση των κατάλληλων ψηφιακών μέσων, στην επίλυση εννοιολογικών προβλημάτων με τη χρήση ψηφιακών μέσων, στη δημιουργική χρήση των τεχνολογιών και στην επίλυση τεχνικών προβλημάτων.

Οι παραπάνω δεξιότητες επικοινωνιακής αγωγής, οι οποίες στην ουσία είναι και βασικές για την ιδιότητα του πολίτη στη σημερινή ψηφιακή εποχή, έχουν πολύ μεγάλη πρακτική αξία. Παραδείγματος χάριν, για να μπορεί κάποιος να κάνει αίτηση για δουλειά με ηλεκτρονικό τρόπο, χρειάζεται να έχει τις δεξιότητες να βρει τη σχετική πληροφόρηση. Για να ενημερωθούν για ζητήματα υγείας, τα άτομα χρειάζεται να είναι ικανά να μπορούν να διακρίνουν μια διαφήμιση για συμπληρώματα διατροφής που είναι παραπλανητική από μια που βασίζεται σε πληροφόρηση η οποία στηρίζεται σε επιστημονική έρευνα. Επιπλέον, για να μπορούν τα άτομα να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες εκπαίδευσης στο διαδίκτυο, χρειάζεται να γνωρίζουν καλά πώς αναπτύσσεται η γνώση και πώς αυτή συνδέεται με την πραγματικότητα. Ακόμη, τα άτομα, προκειμένου να αναπτύξουν κοινωνική δράση και να μπορέσουν ενεργά και αποτελεσματικά να εμπλακούν σε σχετικές δραστηριότητες που βελτιώνουν την ποιότητα ζωής, χρειάζεται να αισθάνονται ικανοί να εργαστούν συλλογικά στο ψηφιακό περιβάλλον.

Οι άνθρωποι στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον έρχονται αντιμέτωποι με υπερβολικά μεγάλη πληροφόρηση, πολύ μεγαλύτερη από αυτή που μπορούν να καταναλώσουν. Για το λόγο αυτό χρειάζονται την ανάπτυξη της επικοινωνιακής αγωγής. Είναι ζωτικής σημασίας για τους πολίτες να μπορούν κριτικά να διαβάζουν ή να βλέπουν τα νέα στο διαδίκτυο, να μιλούν με την οικογένεια, τους φίλους και τους συνεργάτες τους, να κάνουν σχόλια στο διαδίκτυο, να συμμετέχουν σε μια κοινότητα

στο διαδίκτυο. Επιπλέον, χρειάζεται να μπορούν να ψάξουν πληροφορίες σχετικά με τα ζητήματα που τους ενδιαφέρουν, να αξιολογούν την ποιότητα των πληροφοριών που βρίσκουν, να μοιράζονται ιδέες και να αναλαμβάνουν δράση. Γίνεται φανερό ότι η επικοινωνιακή αγωγή στο ψηφιακό περιβάλλον προσφέρει την ευκαιρία στα άτομα να μεγιστοποιήσουν τα οφέλη από τη χρήση του διαδικτύου και να ελαχιστοποιήσουν τις αρνητικές του παραμέτρους. Εξάλλου, η σημερινή εποχή απαιτεί από τους πολίτες να εκτιμούν τη διαφάνεια, να αποδέχονται τη διαφορετικότητα, να συμμετέχουν, να αισθάνονται ικανοί και να επιδιώκουν το κοινό καλό (Hobbs, 2008).

Σύμφωνα με όσα αναφέρονται στην έκδοση των Ηνωμένων Εθνών σχετικά με τις πολιτικές επικοινωνιακής αγωγής που αναπτύσσονται ανά τον κόσμο, το σύγχρονο περιβάλλον των μέσων επικοινωνίας ενέχει προκλήσεις, είναι περίπλοκο και αντιφατικό. Επίσης, σε αυτό ανταγωνίζονται πολιτικά, οικονομικά και ιδεολογικά συμφέροντα και οι πολίτες όλων των ηλικιών χρειάζονται εργαλεία που να τους διευκολύνουν και να εξασφαλίζουν τόσο την ευημερία τους όσο και την ενεργό κοινωνική τους δράση (Frau-Meigs & Torrent, 2009).

Ο Hobbs (2010), αναγνωρίζει τη σημασία της επικοινωνιακής αγωγής και αναφέρει ότι όταν τα άτομα έχουν ανάλογες δεξιότητες, αναγνωρίζουν καλύτερα τα ζητήματα που τους αφορούν σε προσωπικό, επαγγελματικό και πολιτικό επίπεδο και είναι πιο ικανοί να εκφραστούν εκ μέρους όσων δεν έχουν ανάλογη ικανότητα. Εξάλλου, μέσω της αναγνώρισης των προβλημάτων και της προσπάθειας επίλυσής τους, τα άτομα χρησιμοποιούν τη φωνή τους, η οποία στο πλαίσιο του ψηφιακού περιβάλλοντος, μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα ισχυρή, για να υπερασπιστούν τα δικαιώματά τους και να βελτιώσουν τον κόσμο γύρω τους. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά όλες τις πλευρές της καθημερινότητας, τα άτομα σήμερα χρειάζεται να αναπτύξουν δεξιότητες επικοινωνιακής αγωγής και επίλυσης προβλημάτων που να περιλαμβάνουν τις ακόλουθες πέντε ικανότητες:

- Πρόσβαση. ικανότητα εύρεσης και χρήσης εργαλείων επικοινωνίας και τεχνολογικών εργαλείων και ικανότητα διαμοιρασμού της σχετικής πληροφορίας με τους άλλους.
- Ανάλυση & αξιολόγηση. Ικανότητα κατανόησης των μηνυμάτων και χρήσης κριτικής σκέψης για την ανάλυση της ποιότητας του μηνύματος, της εγκυρότητας και αξιοπιστίας του, αλλά και της άποψης που περιέχεται σε

αυτό. Επίσης, ανάλυση και αξιολόγηση πιθανών επιδράσεων και επιπτώσεων του μηνύματος.

- Δημιουργία. Ικανότητα σύνθεσης ή δημιουργίας περιεχομένου, με δημιουργικό πνεύμα και εμπιστοσύνη στην δυνατότητα έκφρασης, αλλά και με επίγνωση του στόχου, του κοινού και των τεχνικών σύνθεσης του περιεχομένου.
- Ανάληψη δράσης. Ικανότητα εργασίας τόσο σε ατομικό, όσο και σε συλλογικό επίπεδο για το διαμοιρασμό της γνώσης και την επίλυση προβλημάτων στην οικογένεια, το χώρο εργασίας και την κοινότητα. Ακόμη, ικανότητα συμμετοχής ως ενεργού μέλους μιας ομάδας σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

2.5 Δράσεις επικοινωνιακής αγωγής σε διεθνές επίπεδο και στην Ελλάδα

Οι δράσεις επικοινωνιακής αγωγής αναπτύσσονται σε διεθνές επίπεδο για περισσότερες από τρεις δεκαετίες. Ωστόσο, στην ουσία μόλις την προηγούμενη δεκαετία οι επίσημοι φορείς κατανόησαν την ανάγκη της επικοινωνιακής πολιτικής στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον.

Η Ανδριοπούλου (2008), αναφέρεται στη σημασία της επικοινωνιακής αγωγής ως μέσο κατανόησης των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον και των μηχανισμών παραγωγής της. Επίσης, αναφέρεται ενδεικτικά σε πρωτοβουλίες και δράσεις σχετικά με την επικοινωνιακή αγωγή, σε διεθνές επίπεδο. Καταρχάς, εστιάζει στον τρόπο που η επικοινωνιακή αγωγή εντάσσεται στην εκπαίδευση και διακρίνει τέσσερις διαφορετικές τάσεις. Την περίπτωση χωρών όπως η Δανία, ο Καναδάς, η Νέα Ζηλανδία, όπου η επικοινωνιακή αγωγή είναι πλήρως θεσμοθετημένη και ενταγμένη στο εκπαιδευτικό σύστημα, επιτρέποντας την κατανόηση και την ανάπτυξη υγιούς σχέσης με τους τρόπους διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον και των μηχανισμών παραγωγής της. Η δεύτερη τάση παρατηρείται σε χώρες όπως η Ιταλία, η Ιρλανδία αλλά και η Ινδία, όπου η θεωρία της επικοινωνιακής αγωγής δεν υποστηρίζεται από ανάλογη τεχνογνωσία και υποστήριξη με τεχνολογικά μέσα. Ακόμη, υπάρχει η τάση σε χώρες όπως οι ΗΠΑ, όπου η επικοινωνιακή αγωγή όσον αφορά τη διεξαγωγή της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον και τους μηχανισμούς παραγωγής της

επαφίεται στην ιδιωτική πρωτοβουλία. Τέλος, υπάρχουν χώρες όπου δεν υπάρχει καμιά παρουσία των παραπάνω στο εκπαιδευτικό σύστημα, γεγονός που δυσχεραίνει την κατανόηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον και των μηχανισμών παραγωγής της.

Προκειμένου να ενσωματωθεί η επικοινωνιακή αγωγή με την ψηφιακή αγωγή, αναπτύσσονται διάφορες δράσεις, ιδιαίτερα όσο αφορά την εκπαίδευση. Ένα παράδειγμα αποτελεί η δράση του Υπουργείου Εκπαίδευσης στην Αμερική, το οποίο από το 2010 εφαρμόζει το πρόγραμμα «Μετασχηματίζοντας την Εκπαίδευση στην Αμερική: Ενδυνάμωση μέσω της τεχνολογίας». Το πρόγραμμα βασίζεται στην εξής παραδοχή: «Όποιο κι αν είναι το πεδίο ενδιαφέροντος των μαθητών, τα μαθηματικά, η ιστορία, οι κοινωνικές επιστήμες, η φυσική, η τέχνη ή η μουσική, οι απαραίτητες δεξιότητες που οδηγούν στην ανταγωνιστικότητα και την εξειδίκευση, περιλαμβάνουν την κριτική σκέψη, την επίλυση σύνθετων προβλημάτων, τη συνεργασία και την επικοινωνία στο ψηφιακό περιβάλλον. Όλα τα παραπάνω συμβάλλουν στην ανάπτυξη ατόμων τα οποία θα είναι ικανά να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες του σύγχρονου μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος και να μπορούν να κατανοούν έννοιες και σχέσεις που αναπτύσσονται στην περιοχή ενδιαφέροντος τους (Hobbs, 2010).

Στη Μεγάλη Βρετανία η επικοινωνιακή αγωγή αποτελεί αντικείμενο του Τμήματος eLearning της Διεύθυνσης για τη Διασφάλιση της Ποιότητας στην Εκπαίδευση του Υπουργείου Παιδείας και Απασχόλησης. Στόχος του Τμήματος είναι να βοηθήσει τους εκπαιδευτικούς να κάνουν τη μετάβαση από τους παραδοσιακούς τρόπους εκπαίδευσης και την παραδοσιακή παιδαγωγική πρακτική σε ένα σύγχρονο περιβάλλον εκπαίδευσης. Το Τμήμα υποστηρίζει και καθοδηγεί κάθε εκπαιδευτικό ξεχωριστά και προσπαθεί να αναδείξει το πώς πρέπει να είναι το εκπαιδευτικό περιβάλλον του 21^{ου} αιώνα και πώς τα σχολεία μπορούν να συμβάλλουν στην εκμάθηση των νέων δεξιοτήτων. Επίσης, οι υπεύθυνοι του Τμήματος eLearning πιστεύουν ότι η μεταβολή της εκπαιδευτικής διαδικασίας και η κατανόηση του τρόπου που αναπτύσσεται η γνώση στο πλαίσιο του σύγχρονου τεχνολογικού περιβάλλοντος, απαιτεί μια διαφορετική προσέγγιση, τόσο μέσα στον αίθουσα διδασκαλίας, όσο και εκτός της αίθουσας. Επομένως, το πρώτο βήμα είναι να κάνει όλους τους εκπαιδευτικούς να κατανοήσουν την ανάγκη για αλλαγή, εξαιτίας της συνεχούς αλλαγής που διενεργείται στον κόσμο σε όλα τα επίπεδα και με ιδιαίτερα

γρήγορους ρυθμούς. Στη συνέχεια, το συγκεκριμένο Τμήμα στοχεύει στο να κάνει τους εκπαιδευτικούς να κατανοήσουν ότι η τεχνολογία μπορεί να τους βοηθήσει να επιτύχουν πιο εύκολα στόχους και πρακτικές που δεν είναι εφικτές χωρίς τη χρήση ψηφιακών εργαλείων. Με πρακτικούς όρους αυτό σημαίνει ότι χρειάζεται οι εκπαιδευτικοί να αναπτύξουν δεξιότητες απαραίτητες στην ψηφιακή εποχή, οι οποίες περιλαμβάνουν τη συνεργασία, την επικοινωνία, την κριτική σκέψη, τη δημιουργικότητα και την αγωγή του πολίτη (Frau-Meigs & Torrent, 2009).

Η Globaloria αποτελεί ένα πρόγραμμα το οποίο ξεκίνησε σε διεθνές επίπεδο το 2006 ως πρωτοβουλία του WorldwideWorkshop. Πρόκειται για την πρώτη πρωτοβουλία ανάπτυξης μιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας εκμάθησης των παιδιών πως να φτιάχνουν εκπαιδευτικά παιχνίδια στο διαδίκτυο, μέσω της χρήσης τεχνολογίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και άλλων ψηφιακών εργαλείων. Οι συμμετέχοντες αναπτύσσουν εκπαιδευτικά παιχνίδια για προσωπική ή και επαγγελματική χρήση, καθώς και προς το κοινωνικό και οικονομικό όφελος των κοινοτήτων στις οποίες ανήκουν. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε παιδιά άνω των 12 ετών, ενώ διαρκεί από 40 έως 100 ώρες. Τα παιδιά μαθαίνουν να σχεδιάζουν και να αναπτύσσουν τη δικιά τους διαδικασία εκμάθησης μέσω της εμπειρίας (learning-by-doing), ενώ οι εκπαιδευτές τους καθοδηγούν μέσω της εξατομικευμένης εκπαίδευσης. Βασικός στόχος του προγράμματος είναι κάθε μαθητής να αποκτά εμπειρία της όλης διαδικασίας, από την σύλληψη της ιδέας ως την υλοποίηση και να μπορούν να συνεργαστούν με άλλους συμμετέχοντες στο σχεδιασμό, την έρευνα, την κωδικοποίηση, τον προγραμματισμό και την έκδοση ενός εκπαιδευτικού παιχνιδιού. Επίσης, οι μαθητές επιδεικνύουν δεξιότητες όπως η ανάπτυξη κριτικής σκέψης στον παγκόσμιο ιστό, η χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης, όπως τα blogs και τα wikis, καθώς και όλες τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη συμμετοχή στην παγκόσμια διαδικτυακή κοινότητα μάθησης (WorldWideWorkshop, 2021).

Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, επίσης αναπτύσσονται διάφορες πρωτοβουλίες και δράσεις επικοινωνιακής αγωγής. Η Ευρωπαϊκή Εβδομάδα Επικοινωνιακής Αγωγής η οποία εγκαινιάστηκε το 2019 αποτελεί μια πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με στόχο την προώθηση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων των ευρωπαίων πολιτών. Μάλιστα, στα πλαίσια της πρωτοβουλίας αυτής η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θέσπισε και τα βραβεία Επικοινωνιακής Αγωγής ώστε να αναδειχθούν σχετικές πρωτοβουλίες από διάφορες χώρες της ΕΕ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2021).

Το Συμβούλιο της Ευρώπης έχει αναπτύξει δράσεις με δύο στόχους. Αρχικά, την ένταξη της Επικοινωνιακής Αγωγής σε θεσμικά πλαίσια και δεύτερον την παροχή εργαλείων ώστε να ενισχύσει τη χρήση ψηφιακών εργαλείων από χρήστες όλων των ηλικιών και όλων των κοινωνικών ομάδων. Πρόκειται για μια πρωτοβουλία η οποία απευθύνεται σε κράτη και οργανισμούς και γενικότερα στους υπεύθυνους ανάπτυξης πολιτικών, τόσο στο δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα, ώστε να αναπτυχθούν συνεργασίες στο ψηφιακό περιβάλλον. Επίσης, ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην επικοινωνιακή αγωγή όσον αφορά τις προκλήσεις του ψηφιακού περιβάλλοντος. η πρωτοβουλία αυτή βασίζεται στο γεγονός ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν από τη μια ανοίξει νέους ορίζοντες για επικοινωνία, ωστόσο, από την άλλη, υπάρχουν και πολλοί κίνδυνοι που σχετίζονται με την επικοινωνία στο ψηφιακό περιβάλλον. Συνεπώς, σε απάντηση στο συνεχώς μεταβαλλόμενο τεχνολογικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και πολιτικό περιβάλλον, το Συμβούλιο της Ευρώπης αναπτύσσει συνεχώς ερευνητικά προγράμματα και πρακτικά εργαλεία, όπως αναφορές, μελέτες και εκπαιδευτικές δραστηριότητες ώστε να αναδείξει τις προκλήσεις που απαιτούν ενίσχυση των δράσεων επικοινωνιακής αγωγής και την ανάπτυξη σχετικών πρακτικών (Συμβούλιο της Ευρώπης, 2021).

Στο πλαίσιο των ευρωπαϊκών πρωτοβουλιών αναπτύσσονται και στην Ελλάδα σχετικές δράσεις, όπως τα διαδικτυακά σεμινάρια Επικοινωνιακής Αγωγής τα οποία οργανώνονται με στόχο την απόκτηση επαρκούς γραμματισμού σε διάφορα ζητήματα επικοινωνιακής αγωγής, όπως οι ψηφιακές δεξιότητες, η εκπαίδευση στην ανάπτυξη προγραμμάτων λογισμικού στο ψηφιακό περιβάλλον, η ενημέρωση για τις προκλήσεις του ψηφιακού περιβάλλοντος και για τους τρόπους αντιμετώπισής τους (Media&Learning, 2021).

Ακόμη, στην Ελλάδα αναπτύσσονται προγράμματα επικοινωνιακής αγωγής από τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, ώστε να προετοιμάσουν κατάλληλα το επιστημονικό δυναμικό της χώρας να στελεχώσει με επιτυχία θέσεις όπου χρησιμοποιούνται ευρέως οι νέες τεχνολογίες. Ένα τέτοιο πρόγραμμα είναι το «Διδρυματικό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Ψηφιακός Μετασχηματισμός και Εκπαιδευτική Πράξη» που αναπτύσσεται με τη συνεργασία του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και του πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής (Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής, 2021).

Τέλος, στην Ελλάδα η ανάγκη ανάπτυξης επικοινωνιακής αγωγής ως αποτέλεσμα του ψηφιακού μετασχηματισμού έχει γίνει κατανοητή και αναπτύσσονται δράσεις και πρωτοβουλίες από τους επίσημους φορείς. Μάλιστα, η ύπαρξη του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης τονίζει τη σημασία και την προτεραιότητα που δίνεται στο ζήτημα. Η Ελλάδα βρίσκεται στα χαμηλότερα επίπεδα ψηφιακού γραμματισμού μεταξύ των χωρών της ΕΕ και αυτό κάνει την ανάγκη ανάπτυξης δράσεων ακόμη πιο επιτακτική. Στο πλαίσιο αυτό έχει δημιουργηθεί το Στρατηγικό και Επιχειρησιακό Σχέδιο του Εθνικού Κέντρου Ανάπτυξης Ψηφιακών Δεξιοτήτων, αλλά και το Εθνικό Πλαίσιο Ψηφιακών Δεξιοτήτων. Επίσης, η Ψηφιακή Ακαδημία των Πολιτών αποτελεί μια ακόμη πρωτοβουλία στο πλαίσιο της οποίας αναπτύσσονται εκπαιδευτικά προγράμματα και πιστοποιείται η γνώση. Επιπλέον, αναπτύσσονται πλήθος πρωτοβουλιών που αναφέρονται στην ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων στους πολίτες και στους μαθητές, ανάπτυξη εκπαιδευτικών δράσεων με στόχο την Κυβερνοασφάλεια, ενσωμάτωση προγραμμάτων ψηφιακού γραμματισμού στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση και ανάπτυξη του Παρατηρητηρίου Ψηφιακών Δεξιοτήτων(Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, 2021).

3 Μεθοδολογία έρευνας – Ερευνητικά ερωτήματα

3.1 Ερευνητικά Ερωτήματα

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας και των μηχανισμών παραγωγής της στο ψηφιακό περιβάλλον, με εστίαση στη σημασία της επικοινωνιακής αγωγής. Για την εξυπηρέτηση του σκοπού αυτού, αναπτύχθηκαν οι παρακάτω στόχοι:

- Η διερεύνηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον
- Η διερεύνηση των μηχανισμών παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον
- Η διερεύνηση της συμβολής της επικοινωνιακής αγωγής στην κατανόηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και των μηχανισμών παραγωγής της
- Η διερεύνηση των δράσεων επικοινωνιακής αγωγής σε διεθνές επίπεδο, και στην Ελλάδα

Με βάση τους στόχους, αναπτύχθηκαν τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

- Ποιοι είναι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον;
- Ποιοι είναι οι μηχανισμοί παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον;
- Ποια είναι η συμβολή της επικοινωνιακής αγωγής στην κατανόηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και των μηχανισμών παραγωγής της;
- Ποιες είναι οι δράσεις επικοινωνιακής αγωγής σε διεθνές επίπεδο, και στην Ελλάδα;

2.1 Μεθοδολογία έρευνας

Η μεθοδολογία της έρευνας είναι ο τρόπος που ο ερευνητής αποφασίζει να ακολουθήσει ώστε να μπορέσει να δώσει αξιόπιστες απαντήσεις που να ικανοποιούν

το στόχο και τους σκοπούς της έρευνας. Στην προκείμενη περίπτωση επιλέχθηκε η μεθοδολογία της βιβλιογραφικής ανασκόπησης. Πρόκειται για μια ποιοτική έρευνα που χρησιμοποιεί δευτερογενή δεδομένα.

Κατά την εφαρμογή της μεθοδολογίας της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, ακολουθήθηκαν τα παρακάτω βήματα. Αρχικά έγινε διατύπωση του σκοπού και των ερευνητικών στόχων. Στη συνέχεια, με βάση τους ερευνητικούς στόχους, αναπτύχθηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα και έγινε επιλογή κάποιων λέξεων και φράσεων – κλειδιών, ώστε να διενεργηθεί η βιβλιογραφική έρευνα. Αυτές οι λέξεις/φράσεις – κλειδιά περιλάμβαναν τις ακόλουθες:

- Επικοινωνιακή αγωγή
- Ψηφιακός γραμματισμός
- Επικοινωνία
- Μοντέλα επικοινωνίας
- Ψηφιακό περιβάλλον
- Ψηφιακός μετασχηματισμός
- Δράσεις επικοινωνιακής αγωγής
- Διαδίκτυο και επικοινωνία

Αφού εντοπίστηκαν τα σχετικά επιστημονικά άρθρα αλλά και επίσημοι διαδικτυακοί τόποι, έγινε κριτική μελέτη ώστε να επιλεγούν τα πιο κατάλληλα άρθρα ως προς τους σκοπούς της έρευνας. Ακολούθησε η κατηγοριοποίηση των άρθρων ανά στόχο και ξεκίνησε η καταγραφή του περιεχομένου τους.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων έγινε ανά ερευνητικό ερώτημα και παρουσιάζονται σε αυτή – στο επόμενο κεφάλαιο - τα κύρια ευρήματα της βιβλιογραφικής έρευνας.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, για τη συλλογή των άρθρων χρησιμοποιήθηκαν επίσημες πηγές / βάσεις δεδομένων που περιλαμβάνουν επιστημονικά άρθρα, όπως τα παρακάτω:

- Google Scholar
- Elsevier
- Science Direct
- Research Gate

Επίσης, χρησιμοποιήθηκαν άρθρα από βιβλιοθήκες πανεπιστημίων, καθώς και επίσημες πηγές όπως η UNESCO, η Ευρωπαϊκή Ένωση και το ελληνικό Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης.

Ακόμη, χρειάζεται να αναφερθεί ότι η ανάλυση των στοιχείων έγινε με όσο το δυνατό μεγαλύτερη αντικειμενικότητα και χωρίς την παράθεση επιπλέον στοιχείων, εκτός όσων αναφέρονται στα επιστημονικά άρθρα.

4 Ανάλυση αποτελεσμάτων έρευνας

Αφού παρουσιάστηκε σημαντικό τμήμα της υπάρχουσας βιβλιογραφίας σχετικά με το υπό διερεύνηση αντικείμενο και ορίστηκε η μεθοδολογία της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα, παρακάτω, ακολουθεί η συνοπτική παρουσίαση των ευρημάτων, ανά ερευνητικό ερώτημα.

4.1 Πρώτο ερώτημα: Ποιοι είναι οι τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον;

Οι τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον διαφέρουν σε σημαντικό βαθμό σε σχέση με τους παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας. Όσον αφορά το εργασιακό περιβάλλον, η επικοινωνία γίνεται πλέον και απομακρυσμένα, αφού η τηλεργασία αποτελεί μια νέα μορφή εργασίας, η οποία λαμβάνει όλο και μεγαλύτερη έκταση και αποδοχή Subramanian (2018). Τρόποι διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον είναι οι εφαρμογές στις κινητές συσκευές (apps), ο διαμοιρασμός αρχείων στο cloud, η χρήση λογισμικών διαχείρισης επικοινωνίας (communicationmanagement). Ακόμη, οι εργαζόμενοι μπορεί να «μοιραστούν την οθόνη τους» (screensharing) ή να κάνουν βίντεο κλήση.

Η ψηφιακή επικοινωνία εμπλουτίζεται από ευέλικτους, μη γραμμικούς τρόπους επικοινωνίας που διευκολύνουν τη μετάβαση από την ατομική εργασία ή την εργασία με μικρές ομάδες, στην μαζική αλληλεπίδραση. Έτσι, εμφανίζονται νέοι τρόποι επικοινωνίας όπως «ένας με ομάδα», «ένας με πολλούς», «ομάδα με ομάδα», «ομάδα με πολλούς» και «πολλοί με πολλούς». (Arkhipova, Belova, Gavrikova, Pleskahyuk, & Arkhipov, 2019). Ακόμη, οι αλγόριθμοι αποτελούν βασικό εργαλείο στην ψηφιακή επικοινωνία, ενώ οποιαδήποτε πράξη επικοινωνίας ατόμων ή/και ομάδων που διενεργείται στο διαδίκτυο, αποθηκεύεται και αποτελεί το «ίχνος» της συγκεκριμένης αλληλεπίδρασης.

Δεδομένων των παραπάνω, έχουν αναπτυχθεί μοντέλα επικοινωνίας ώστε να περιγράψουν τη νέα πραγματικότητα. Τα μοντέλα αυτά εστιάζουν στους τρεις βασικούς τρόπους επικοινωνίας που αναπτύσσονται στο διαδίκτυο:

- Την ανταλλαγή πληροφοριών, όπου ο βασικός στόχος της επικοινωνίας είναι η απόκτηση πληροφορίας για προσωπικούς λόγους (Dorner&Gorman, 2006).
- Τη διαμεσολάβηση του μέσου για την επικοινωνία μεταξύ ατόμων ή/και ομάδων και την αλληλεπίδραση των ατόμων μέσω σύγχρονης ή ασύγχρονης ανταλλαγής μηνυμάτων. Πρόκειται για τη λεγόμενη ψηφιακή επικοινωνία (Jacobson&Archodidou, 2000).
- Την επικοινωνία μεταξύ του ατόμου και ενός έξυπνου συστήματος ή ενός συστήματος τεχνητής νοημοσύνης. Είναι σημαντικό ότι στο πλαίσιο της επικοινωνίας αυτής αναπτύσσονται η αυτό-οργάνωση, η αυτοδιαχείριση, η αυτοπειθαρχία και η αυτοπραγμάτωση (Noskova&Kulikova, 2019).

4.2 Δεύτεροερώτημα: Ποιοι είναι οι μηχανισμών παραγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον;

Οι μηχανισμοί επικοινωνίας που αναπτύσσονται στο ψηφιακό περιβάλλον είναι πολλοί και ιδιαίτερα πολύπλοκοι και διαφορετικοί και για τον λόγο αυτόν απαιτούν την ενίσχυση της επικοινωνιακής αγωγής. Οι μηχανισμοί αυτοί περιλαμβάνουν:

- την οργάνωση και την εύκολη πρόσβαση σε προσωπική και οικεία πληροφορία (Kaul, 2012)
- την πρόσβαση σε πληροφορία η οποία έχει οργανωθεί από άλλους (Kaul, 2012)
- την προσαρμογή της πληροφορίας στις ανάγκες του χρήστη (Kaul, 2012)
- την ενσωμάτωση των ψηφιακών διεργασιών στην καθημερινότητα των ατόμων (Taberner, Sanchez-Navarro, & Tubella, 2008)
- την ανάπτυξη κοινωνικών και πολιτιστικών αλλαγών (Taberner, Sanchez-Navarro, & Tubella, 2008)
- την οριζόντια ροή της επικοινωνίας, από πολλούς προς πολλούς, επιτρέποντας τη μαζική προσωποποιημένη επικοινωνία, με τρόπο που οι καταναλωτές των

μηνυμάτων γίνονται και παραγωγοί μηνυμάτων και μάλιστα χωρίς την ανάγκη μεσολάβησης κάποιου επίσημου μέσου μαζικής επικοινωνίας (Taberno, Sanchez-Navarro, & Tubella, 2008; Shah, Cho, Eveland, & Kwak, 2005).

- Την ανάπτυξη σχέσεων δύναμης και εξουσίας σε ένα δίκτυο το οποίο είναι ταυτόχρονα διεθνές και τοπικό, γενικό και εξατομικευμένο και συνεχώς μεταβαλλόμενο (Taberno, Sanchez-Navarro, & Tubella, 2008)
- Την ανάπτυξη μαζικής, προσωποποιημένης επικοινωνίας, μέσω SMS, blogs, podcasts, filesharing. Η γλώσσα είναι ψηφιακή, οι πομποί των μηνυμάτων είναι διασκορπισμένοι ανά την υφήλιο, ενώ το μέσο δεν επηρεάζει το περιεχόμενο, ούτε την επίδραση του μηνύματος (Volkmer, 2003).

4.3 Τρίτο ερώτημα: Ποια είναι η συμβολή της επικοινωνιακής αγωγής στην κατανόηση των τρόπων διεξαγωγής της επικοινωνίας στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και των μηχανισμών παραγωγής της;

Η συμβολή της επικοινωνιακής αγωγής στο σύγχρονο ψηφιακό τρόπο επικοινωνίας είναι καταλυτική και αναφέρεται σε διάφορους παράγοντες οι οποίοι χρειάζεται να ληφθούν υπόψη. Πρόκειται για μια νέα μορφή επικοινωνίας της οποίας το εύρος είναι άγνωστο στους περισσότερους. Επομένως, χρειάζεται να αναπτυχθούν δράσεις επικοινωνιακής αγωγής ώστε να εξασφαλιστεί ότι ο χρήσης μπορεί να ανταπεξέλθει στα ακόλουθα:

- να αναπτύσσει επιτυχημένες στρατηγικές αναζήτησης της πληροφορίας (Singh, 2008)
- να αξιολογεί την πληροφόρηση (Singh, 2008)
- να μπορεί να συνδυάσει τη νέα γνώση με την υπάρχουσα (Singh, 2008)
- να χρησιμοποιεί την πληροφόρηση για την ανάπτυξη κριτικής σκέψης και την επίλυση προβλημάτων (Singh, 2008; Yuniorda, 2015)
- να κάνει υπεύθυνες επιλογές υλικού (Hobbs, 2010)
- να μπορεί να αποκωδικοποιεί τα μηνύματα (Hobbs, 2010)

- να μπορεί να δημιουργήσει νέο περιεχόμενο με τη χρήση των ψηφιακών εργαλείων (Yuniorda, 2015: Hobbs, 2010)
- να αναλαμβάνει κοινωνική δράση (Yuniorda, 2015: Hobbs, 2010)
- να συνδέεται με τους άλλους στο ψηφιακό περιβάλλον (Yuniorda, 2015)
- να γνωρίζει τα ζητήματα ασφάλειας (Yuniorda, 2015)
- να εκτιμά τη διαφάνεια, να αποδέχονται τη διαφορετικότητα, να συμμετέχουν, να αισθάνονται ικανοί και να επιδιώκουν το κοινό καλό (Hobbs, 2008: Frau-Meigs&Torrent, 2009)
- να αναπτύσσει αναλυτικές δεξιότητες που να επιτρέπουν την καλύτερη ερμηνεία των διανοητικών και συναισθηματικών νοημάτων που παράγονται από τα νέα μέσα (Hobbs, 2008)

4.4 Τέταρτο ερώτημα: Ποιες είναι οι δράσεις επικοινωνιακής αγωγής σε διεθνές επίπεδο, και στην Ελλάδα;

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι απαιτούνται δράσεις για την ανάπτυξη της επικοινωνιακής αγωγής των πολιτών. Μάλιστα, οι δράσεις αυτές σε κάποιες χώρες έχουν ξεκινήσει από παλαιότερα, σε άλλες, όπως η Ελλάδα, μόλις πρόσφατα. Επίσης, οι δράσεις αφορούν επίσημους φορείς αλλά και ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Ενδεικτικά, εντοπίστηκαν στην υπάρχουσα βιβλιογραφία οι ακόλουθες:

- Σε χώρες όπως η Δανία, ο Καναδάς, η Νέα Ζηλανδία η επικοινωνιακή αγωγή είναι πλήρως θεσμοθετημένη και ενταγμένη στο εκπαιδευτικό σύστημα (Ανδριοπούλου, 2008).
- Το Υπουργείο στην Αμερική, το οποίο από το 2010 εφαρμόζει το πρόγραμμα «Μετασχηματίζοντας την Εκπαίδευση στην Αμερική: Ενδυνάμωση μέσω της τεχνολογίας» (Hobbs, 2010).
- Στη Μεγάλη Βρετανία η επικοινωνιακή αγωγή αποτελεί αντικείμενο του Τμήματος eLearning της Διεύθυνσης για τη Διασφάλιση της Ποιότητας στην Εκπαίδευση του Υπουργείου Παιδείας και Απασχόλησης (Frau-Meigs & Torrent, 2009).
- Η Globaloria αποτελεί ένα πρόγραμμα το οποίο ξεκίνησε το 2006 ως πρωτοβουλία του WorldwideWorkshop(WorldWideWorkshop, 2021).

- Το Συμβούλιο της Ευρώπης έχει αναπτύξει δράσεις με δύο στόχους. Αρχικά, την ένταξη της Επικοινωνιακής Αγωγής σε θεσμικά πλαίσια και δεύτερον την παροχή εργαλείων ώστε να ενισχύσει τη χρήση ψηφιακών εργαλείων από χρήστες όλων των ηλικιών και όλων των κοινωνικών ομάδων (Συμβούλιο της Ευρώπης, 2021).
- Στην Ελλάδα οργανώνονται διαδικτυακά σεμινάρια Επικοινωνιακής Αγωγής τα οποία οργανώνονται με στόχο την απόκτηση επαρκούς γραμματισμού σε διάφορα ζητήματα επικοινωνιακής αγωγής (Media&Learning, 2021).
- Στην Ελλάδα αναπτύσσονται προγράμματα επικοινωνιακής αγωγής από τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής, 2021).
- Στην Ελλάδα το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης αναπτύσσει διάφορα προγράμματα Ψηφιακού γραμματισμού και επικοινωνιακής αγωγής (Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, 2021).

5 Συζήτηση των αποτελεσμάτων - Προτάσεις

Το ψηφιακό περιβάλλον έχει αλλάξει σημαντικά τους τρόπους διεξαγωγής της επικοινωνίας. Τα αποτελέσματα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης φανερώνουν ότι πλέον οι εφαρμογές στις κινητές συσκευές (apps), ο διαμοιρασμός αρχείων στο cloud, η χρήση λογισμικών διαχείρισης επικοινωνίας (communicationmanagement) αποτελούν τρόπους επικοινωνίας. Βέβαια, παρέχονται σημαντικές ευκαιρίες αλληλοεπίδρασης, «ένας με ομάδα», «ένας με πολλούς», «ομάδα με ομάδα», «ομάδα με πολλούς» και «πολλοί με πολλούς». Η επικοινωνία είναι πλέον μαζική αλλά ταυτόχρονα προσωποποιημένη και υπάρχουν πολλοί μηχανισμοί παραγωγής της. Σίγουρα, όμως αυτή εξακολουθεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη κοινωνικών και πολιτιστικών αλλαγών, ενώ αναπτύσσονται σχέσεις δύναμης και εξουσίας σε ένα δίκτυο το οποίο είναι ταυτόχρονα διεθνές και τοπικό, γενικό και εξατομικευμένο και συνεχώς μεταβαλλόμενο, κάτι που αποτελεί έναν νέο τρόπο κοινωνικής ζύμωσης. Στο παραπάνω πλαίσιο, είναι χρήσιμη η ανάπτυξη δράσεων που να προάγουν την επικοινωνιακή αγωγή των πολιτών και πράγματι, σε διεθνές επίπεδο αναπτύσσονται τέτοιες δράσεις. Στην Ελλάδα οι προσπάθειες εντάσσονται στη γενικότερη πολιτική ανάπτυξης του Ψηφιακού γραμματισμού του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης, ενώ αναπτύσσονται και δράσεις από εκπαιδευτικά ιδρύματα και ιδιωτικούς φορείς.

Η επικοινωνιακή αγωγή είναι ένα ζήτημα το οποίο χρειάζεται να απασχολήσει τους αρμόδιους με πιο εντατικό τρόπο και να αναπτυχθούν προγράμματα τα οποία να αφορούν τόσο την εκπαίδευση των διαφόρων ομάδων του πληθυσμού, όσο και την εκπαίδευση των εκπαιδευτών. Πιο συγκεκριμένα, οι εκπαιδευτές χρειάζεται να διακρίνονται και αυτοί από συγκεκριμένες δεξιότητες, ενώ πρέπει να είναι ικανοί να κατανοούν τον τρόπο που τα άτομα χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα στην προσωπική τους και τη δημόσια ζωή, να αναγνωρίζουν την πολυπλοκότητα των σχέσεων που αναπτύσσονται ανάμεσα στο κοινό και το περιεχόμενο των ψηφιακών μέσων, να κατανοούν, επίσης, την εμπορική αξία των μέσων αλλά και το γεγονός ότι το περιεχόμενό τους αναπτύσσεται μέσα σε κοινωνικά και πολιτιστικά πλαίσια και τέλος, να μπορούν και οι ίδιοι να χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα αποτελεσματικά για να μπορούν να επικοινωνήσουν με συγκεκριμένο κοινό.

Όσον αφορά τον τρόπο διδασκαλίας της επικοινωνιακής αγωγής, χρειάζεται να ληφθούν υπόψη διάφοροι παράγοντες. Αρχικά, χρειάζεται να ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι όσοι έχουν ανάγκη από την ανάπτυξη δεξιοτήτων επικοινωνιακής αγωγής, ανήκουν σε διαφορετικές ομάδες, όσον αφορά την ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης, την κοινωνική και οικονομική κατάσταση, κ.α. Επομένως, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί η αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων, προτείνεται η ανάπτυξη μη-τυπικών και τυπικών προγραμμάτων εκπαίδευσης σε επίπεδο κοινότητας, ώστε να υπάρχει πρόσβαση σε όσο γίνεται μεγαλύτερη μερίδα του πληθυσμού.

Μάλιστα, υπάρχουν κάποιες ομάδες του πληθυσμού για τις οποίες η πρόσβαση είναι δυσκολότερη, αλλά, παρόλα αυτά, χρειάζεται να αποκτήσουν τις δεξιότητες της επικοινωνιακής αγωγής. Αρχικά, τα μέλη των μειονοτήτων, τα οποία στην Ελλάδα αυξάνονται συνεχώς σε αριθμό, και τα οποία χρειάζεται να συμμετέχουν ενεργά στην ψηφιακή επικοινωνία. Τα παιδιά χρησιμοποιούν σε σημαντικό βαθμό τα ψηφιακά μέσα, ενώ και οι γονείς χρειάζεται, επίσης, να μπορούν να συμμετέχουν στην ψηφιακή επικοινωνία αλλά και να ελέγχουν τα παιδιά. Δεύτερον, τα άτομα με κάποια μορφή διανοητική αναπηρία έχουν αυξημένες και διαφοροποιημένες ανάγκες όσον αφορά την ψηφιακή και επικοινωνιακή αγωγή. Πιθανότατα, είναι πιο δύσκολο για τα άτομα αυτά να διακρίνουν μεταξύ μηνυμάτων που στοχεύουν στην πληροφόρηση από τα μηνύματα που στοχεύουν στην παραπληροφόρηση και την προώθηση προϊόντων, συμπεριφορών ή ιδεών. Επίσης, μπορεί να επισκεφθούν έναν σύνδεσμο, απλά επειδή κάτι τους ελκύει οπτικά, χωρίς περαιτέρω αξιολόγηση. Ωστόσο, τα άτομα αυτά χρειάζεται να έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν τα μέσα σε όλες τους τις μορφές, αφού η ψηφιακή τεχνολογία παρέχει και πλήθος διευκολύνσεων όσον αφορά την υποστήριξη της μάθησης. Τρίτον, οι μετανάστες οι οποίοι έρχονται στη χώρα και επιθυμούν να μπορούν άμεσα και αποτελεσματικά να ενταχθούν στο κοινωνικό σύνολο. Εξάλλου, πολλοί χρησιμοποιούν συσκευές και ψηφιακά μέσα επικοινωνίας προκειμένου να μείνουν συνδεδεμένοι με τις οικογένειές τους, αλλά και να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους όσον αφορά τη νέα γλώσσα, την κουλτούρα της χώρας, την ιστορία της και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Τέλος, οι μεγαλύτεροι στην ηλικία, επίσης, έχουν ιδιαίτερες ανάγκες όσον αφορά την επικοινωνιακή αγωγή. Πρόκειται για άτομα που συνήθως είναι πιο ευάλωτα στα μηνύματα που δέχονται από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Οπότε η βελτίωση του επικοινωνιακού και ψηφιακού

τους γραμματισμού θα συνέβαλλε στην καλύτερη αξιολόγηση των πληροφοριών, αλλά και στην ανάπτυξη των επικοινωνιακών τους δεξιοτήτων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, με άμεσο επακόλουθο την μείωση της απομόνωσης από το κοινωνικό γίνεσθαι.

Μια ακόμη παράμετρος αφορά της τοποθεσία της εκπαίδευσης. προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι όσο γίνεται περισσότερα μέλη της κοινότητας λαμβάνουν τη σχετική εκπαίδευση προτείνεται να αναπτυχθούν δράσεις σε διαφορετικές τοποθεσίες. Αρχικά, στο σπίτι. Οι γονείς αποτελούν βασικούς φορείς επικοινωνιακής αγωγής για τα παιδιά τους. Οπότε, προτείνεται αυτοί να λαμβάνουν σχετική καθοδήγηση από επίσημους φορείς, μέσω της διενέργειας εκπαιδευτικών προγραμμάτων, στο διαδίκτυο ή σε δομές των Δήμων, και στη συνέχεια να μπορούν να αναπτύξουν από νωρίς τις απαιτούμενες επικοινωνιακές δεξιότητες στα παιδιά. Δεύτερον, τα σχολεία αποτελούν βασικές δομές όπου μπορούν οι μαθητές να αναπτύξουν δεξιότητες πρόσβασης, ανάλυσης, αξιολόγησης της ψηφιακής επικοινωνίας, σε σχέση με τα διάφορα μαθησιακά αντικείμενα. Με τον τρόπο αυτό, οι μαθητές μπορούν να έχουν πρόσβαση σε πλατφόρμες μάθησης και πληροφόρησης στο διαδίκτυο, αλλά και μαθαίνουν να αξιολογούν την παρεχόμενη πληροφόρηση, κάτι που είναι ιδιαίτερα σημαντικό να γίνεται στα πρώτα στάδια τις κοινωνικοποίησης και κοινωνικής δραστηριότητας των ατόμων. Μάλιστα, στην Ελλάδα το επίπεδο επικοινωνιακής αγωγής και γραμματισμού είναι, όπως αναφέρθηκε, ιδιαίτερα χαμηλό και απαιτείται ανάπτυξη ενός σχεδίου μάθησης ώστε να ενταχθεί ο επικοινωνιακός και ψηφιακός γραμματισμός στα σχολεία όλων των βαθμίδων. Εξάλλου, αξίζει να αναφερθεί στο σημείο αυτό ότι η πανδημία του κορονοϊού αποτέλεσε το έναυσμα για την έναρξη χρήσης των ψηφιακών μέσων από τους μαθητές αλλά και τους εκπαιδευτικούς. Οπότε, έχει αρχίσει να αναπτύσσεται η εξοικείωση με τις νέες μορφές επικοινωνίας στο επίπεδο του σχολείου. Τρίτον, προτείνεται η ανάπτυξη προγραμμάτων σε επίπεδο Δήμων και κοινότητας, στους εργασιακούς χώρους, αλλά και μέσω εθελοντικών δράσεων. Με άλλα λόγια, προτείνεται η κοινωνία των πολιτών να αναλάβει η ίδια δράση και να αναπτύξει σχετικά προγράμματα ανάπτυξης της επικοινωνιακής αγωγής όπου παρατηρείται ανάγκη. Με τον τρόπο αυτό θα συμμετέχουν όλο και περισσότεροι και θα καλυφθούν οι υπάρχουσες ανάγκες. Χρειάζεται να γίνει από όλους κατανοητό ότι η ψηφιακή επανάσταση έχει σημαντικές προκλήσεις αλλά αποτελεί και μοναδική ευκαιρία ώστε

τα άτομα να επικοινωνούν και να αναπτύσσουν δράση, άμεσα και αποτελεσματικά, με τρόπο που να βελτιώνουν την καθημερινή τους ζωή και να συμμετέχουν παράλληλα στην βελτίωση της ευημερίας της παγκόσμιας κοινότητας.

Συμπεράσματα

Η παρούσα μελέτη προσπάθησε να φωτίσει κάποιες από τις πτυχές του θέματος της επικοινωνιακής αγωγής στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον. Πρόκειται για ένα ζήτημα το οποίο έχει πλήθος παραμέτρων και σίγουρα δεν εξαντλείται στο πλαίσιο μιας πτυχιακής εργασίας. Ωστόσο, παρουσιάστηκαν κάποιες σημαντικές πτυχές και αναδείχθηκε το γεγονός ότι οι νέοι τρόποι επικοινωνίας αποτελούν πρόκληση και ταυτόχρονα ευκαιρία για όλους τους ενδιαφερόμενους, αλλά ιδιαίτερα για την κοινωνία των πολιτών. Μέσω της επικοινωνιακής αγωγής μπορούν οι πολίτες να αναπτύξουν δεξιότητες οι οποίες να συμβάλλουν ουσιαστικά στην ποιοτική πληροφόρηση και την απόρριψη των στρεβλώσεων. Η επικοινωνία είναι μια πρακτική που είναι έμφυτη στον άνθρωπο και τις κοινωνίες και βρισκόμαστε μπροστά σε μια επανάσταση όπου ο καθένας μπορεί να έχει φωνή και, επομένως, και ευθύνη στη διαμόρφωση του κοινωνικού γίνεσθαι.

Εκτός από τις υπάρχουσες δράσεις έγινε αναφορά και σε προτάσεις σχετικά με τους τρόπους που είναι πιο κατάλληλοι ώστε η επικοινωνιακή αγωγή να αφορά όσο γίνεται μεγαλύτερο τμήμα της κοινωνίας. Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, η κοινωνία των πολιτών έχει σημαντικό βήμα στη διαμόρφωση της πληροφόρησης, στη διάχυσή της και την εγκυρότητά της. Πλέον, οι πολίτες μπορούν να επικοινωνήσουν άμεσα, να ανταλλάξουν απόψεις, να αναπτύξουν κοινότητες που θα εξασφαλίζουν την ευημερία τους. Ωστόσο, για να γίνει αυτό απαιτείται η γνώση των νέων τρόπος επικοινωνίας που αναπτύσσονται στο πανίσχυρο, πολύπλοκο και συνεχώς μεταβαλλόμενο ψηφιακό περιβάλλον.

Η παρούσα μελέτη αποτελεί μια προσπάθεια να αναδειχθεί η σημασία της επικοινωνιακής αγωγής στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον. Το ζήτημα παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον διότι είναι επίκαιρο και αφορά όλους τους ενεργούς πολίτες. Ωστόσο, η μελέτη υπόκειται και σε περιορισμούς. Ο σημαντικότερος θεωρείται ότι είναι η μεθοδολογία της έρευνας. Προτείνεται, επομένως, περαιτέρω έρευνα με τη χρήση άλλων μεθοδολογικών εργαλείων, όπως οι συνεντεύξεις ή η έρευνα πεδίου ώστε να φωτιστούν και άλλες πτυχές του ζητήματος που περιλαμβάνουν τα πιθανά προβλήματα που αντιμετωπίζουν τόσο οι πολίτες όσο και οι αρμόδιοι ανάπτυξης των προγραμμάτων επικοινωνιακής αγωγής. Επίσης, σημαντικό είναι να υπάρξουν στοιχεία σχετικά με τα αποτελέσματα των προγραμμάτων, ιδιαίτερα στην Ελλάδα

που ακόμη βρίσκεται σε εμβρυικά στάδια, όσον αφορά τον ψηφιακό γραμματισμό. Βέβαια, το ζήτημα, όπως αναφέρθηκε, είναι ιδιαίτερα σύγχρονο και απαιτείται χρόνος για τη διεξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων.

Αναφορές

- Alesheva, L. (2018). Intelligent training systems. *Vestnik Universiteta*, 1, σσ. 149-155.
- Arkhipova, M., Belova, E., Gavrikova, Y., Pleskahyuk, T., & Arkhipov, A. (2019). Reaching generation Z. attitude toward technology among the newest generation of school students. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 726, σσ. 1026-1032.
- Carlsson, U. (2006). *Regulation, Awareness, Empowerment*. Nordicom / Goteborg.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, σσ. 238-266.
- Coburn, C., & Turner, E. (2011). The practice of data use: An introduction. *American Journal of Education*, 118(2), σσ. 99-111.
- Dickinson, R., Murcott, A., Eldridge, J., & Leader, S. (2001). Breakfast, Time, and “Breakfast Time”: Television, Food, and the Organization of Consumption. *Television & New Media*, 2(3), σσ. 235-256.
- Dorner, D., & Gorman, G. (2006). Information literacy education in asian developing countries: Cultural factors affecting curriculum development and programme delivery. *IFLA Journal*, 32(4), σσ. 281-293.
- Frau-Meigs, D., & Torrent, J. (2009). *Mapping Media Education Policies in the World: Visions, Programmes and Challenges*. The United Nations-Alliance of Civilizations in co-operation with Grupo Comunicar.
- Hicks, T., & Turner, H. (2013). No Longer a Luxury: Digital Literacy Can’t Wait. *English Journal*, 102(6), σσ. 58-65.
- Hobbs, R. (2008). Debates and challenges facing new literacies in the 21st century. Στο S. Livingstone, & K. Drotner, *International handbook of children, media and culture* (σσ. 431-447). London: Sage.
- Hobbs, R. (2010). Digital and Media Literacy: A Plan of Action. *A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy*. The Aspen Institute .

- Jacobson, M., & Archodidou, A. (2000). The Design of Hypermedia Tools for Learning: Fostering Conceptual Change and Transfer of Complex Scientific Knowledge. *The Journal of the Learning Sciences*, 9(2), σσ. 145-199.
- Kaul, V. (2012). The Digital Communications Revolution. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(3), σσ. 113-130.
- Laptev, V., & Noskova, T. (2016). Pedagogical activities in the electronic environment. *Pedagogika*, 10, σσ. 3-13.
- Martin, A. (2006). A European Framework for Digital Literacy”. *Digital Kompetanse*, 2, σσ. 151-161.
- Media&Learning. (2021). *Webinar on Media Literacy in Europe: Greece*. Ανάκτηση 11 20, 2021, από <https://media-and-learning.eu/event/webinar-on-media-literacy-in-europe-greece/>
- Noskova, T., & Kulikova, S. (2019). *Communication Models in the Digital Learning Environment*. Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia. Ανάκτηση 11 05, 2021, από http://ceur-ws.org/Vol-2401/PAPER_5.PDF
- Saunders, M., Thornhill, A., & Lewis, P. (2015). *Research Methods for Business Students* (7 εκδ.). Harlow: Prentice Hall.
- Shah, D., Cho, J., Eveland, W., & Kwak, N. (2005). Information and expression in a digital age: modeling Internet effects on civic participation. *Communication Research*, 32(5), σσ. 531-565.
- Singh, J. (2008). Sense-making: Information Literacy for Lifelong Learning and Knowledge Management. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 28(2), σσ. 13-17.
- Subramanian, K. (2018). Technology and Transformation in Communication. *Journal of Advance Research in Electrical & Electronics Engineering*, 5(8), σσ. 1-13.
- Szabo, L. (2015). Challenges of Communication in the Digital Era: Building a new paradigm., (σσ. 28-35).

- Taberbero, C., Sanchez-Navarro, J., & Tubella, I. (2008). The Young and the Internet: Revolution at Home. When the household becomes the foundation of socio-cultural change. *Observatorio (OBS*) Journal*, 6, σσ. 273-291.
- Volkmer, I. (2003). The global network society and the global public sphere. *Development*, σσ. 9-16.
- WorldWideWorkshop. (2021). *Globaloria*. Ανάκτηση 11 10, 2021, από <http://www.worldwideworkshop.org/programs/globaloria>
- Yuniorda, K. (2015). *Digital Literacy 21st Century Competencies for Our Age The Building Blocks of Digital Literacy From Enhancement to Transformation*. Department of eLearning. Ανάκτηση 11 10, 2021, από <https://education.gov.mt/en/elearning/Documents/Green%20Paper%20Digital%20Literacy%20v6.pdf>
- Ανδριοπούλου, Ε. (2008, Ιούνιος 20). Media Literacy: a necessity or luxury? A theoretical and practical approach in Greece. *United Nations Alliance of Civilizations*. Ανάκτηση 07 02, 2021, από https://milunesco.unaoc.org/mil-articles/media-literacy-a-necessity-or-luxury-a-theoretical-and-practical-approach-in-greece/#_ftn1
- Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. (2007, 12 20). *Ευρωπαϊκή προσέγγιση σχετικά με τον γραμματισμό στα μέσα επικοινωνίας σε ψηφιακό περιβάλλον*. Ανάκτηση 07 02, 2021, από <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0833&from=PT>
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2021). *Media literacy*. Ανάκτηση 11 01, 2021, από <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy>
- Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής. (2021). *Ψηφιακός Μετασχηματισμός και Εκπαιδευτική Πράξη*. Ανάκτηση 12 01, 2021, από <http://msc-ditrep.uniwa.gr/>
- Συμβούλιο της Ευρώπης. (2021). *Media Literacy*. Ανάκτηση 11 03, 2021, από <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/media-literacy>
- Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης. (2021). *Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025*. Ανάκτηση 11 01, 2021, από <https://digitalstrategy.gov.gr/projects/catalog>

